



一つひとつ丁寧に職人が手づくりしている

## CASE 1

# 調湿・消臭機能を実証して 籐製品の価値を わかりやすく伝える

有限会社野々山籐屋 / 愛知県東郷町

職人技術も地域資源の一つ。  
同社は大学や研究機関との提携により、  
籐製品の魅力を科学的に証明したデータ  
と高い職人技術を武器に、  
価値が伝わる籐製品の  
開発・販売を行っている。

**ブームが去った後に  
激減した職人の技を残す**

「籐とよって漢字、読めますか、く  
さかんむりじゃなく、たけかん  
むりなんですよ」

そう笑うのは、籐職人の野々  
山正紀さん。愛知県東郷町で、  
同じく籐職人の妻の公子ひらこさんと  
一緒に30年間、籐製品の製造・  
販売を行ってきた。

「籐は軽くて柔らかく、丈夫で  
複雑な曲線加工ができるため、

古くから敷物や家具の材料とし  
て使われてきました。日本でも、  
室町時代の『御伽草子』に『と  
うまくら』という言葉が登場し  
ているほどです」

野々山さんが代表を務める野  
々山籐屋は、籐むしろ専門会社  
として1989年に開業した。  
以来、旅館やゴルフ場の脱衣場  
のような広い空間の籐むしろ  
(敷物)の生産から、サイズ変更、  
籐家具の生産・修理まで、客か  
らのさまざまなリクエストに高

## 機能性重視で商品を消臭剤に

い技術で応えてきた。

日本で「籐」と呼ばれているラタンは、インドネシアなどの熱帯に自生するヤシ科の植物だ。籐は日本では自生しないため、ずっと貴重な輸入品として高価な敷物や家具に使われてきたが、1960年代に国内で籐ブーム

が起こると、安価な外国産が大量に輸入されるようになった。やがて市場飽和と品質低下により、消費者の籐離れが急速に進んだ。こうして、1980年代には職人の数が激減したといわれている。

東郷町も例外ではない。同地域はトヨタ自動車のある豊田市に近く、かつては自動車関係をはじめ数多くの職人がいたが時代とともに数が減っていったと

野々山さんは話す。

若い頃ソフトテニスの選手だった野々山さんは、スポーツ店で働いていたときに「自分だからできる技術の高い仕事があった」と思うようになったという。職人技術のクオリティをつないでいくためにも籐職人のもとへ弟子入りした野々山さん。9年間修行を積んだのち、独立して野々山籐屋を創業した。

1990年代のバブル崩壊後は、温泉旅館やゴルフ場からの注文が激減。安価な輸入品を扱う大型安売り店が地方にも進出してきたが「たとえ価格は高くても、職人の手仕事による唯一無二の商品をつくれる人や技術を残さないといけない」と野々山さんは考え、公子さんと二人で必死にがんばってきた。

### データを武器に 新たな機能性で訴求

転機となったのは、「中敷き」だった。「風呂上がりの濡れた足でも履けるように」と、吸湿性のよい籐でスリッパ用に籐の中敷きをつくったところ、「靴に入れたらニオイがとれた」と

いう声が寄せられたのだ。

しかし、知名度も認知度も低い同店がいくら「ニオイがとれる」といっても伝わらない。そこで、あいち産業科学技術総合センターと名古屋大学の協力を得て実証データを得ると、モノづくり技術（地域資源）を活用した新事業活動促進事業により、籐の消臭機能を生かした天然素材で半永久的に使用できる消臭剤「ムッシュラタン」を開発。地元のデザイナーと組み、冷蔵庫内に置ける「冷蔵庫用」のほか「車用」「部屋用」を製作して販売を始めた。つまり、消臭機能は伝わりづらい中敷よりも、

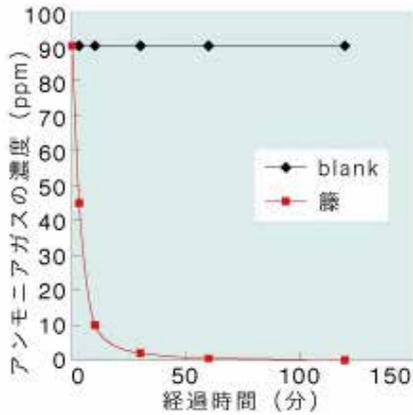


野々山籐屋の工房の前には「籐のもの、直します。籐で、におい消します。」と書かれた大きな看板が立つ



冷蔵庫の消臭剤「ムッシュラタン」

■ 消臭効果



有限会社野々山藤屋  
<http://www.nonoyama-touya.com/>  
 TEL : 0561-38-3603  
 ムッシュラタンはニッポンセレクト.comでも販売中

商品の購入はこちらから



野々山さん夫妻。妻の公子さんも  
 藤職人。女性では珍しいという

機能がストレートにわかりやすい脱臭剤に商品そのものを変えたのである。

そして、この消臭剤が全国商工会連合会主催の「2016バイヤーズセレクション」や、「むらおこしコンテスト2017」審査員特別賞を受賞。2019年度の「むらおこし特産品コンテスト」では、「消臭剤」として製作・販売を始めたトイレ用マットが、大賞の「中小企業庁長官賞」を受賞した。

さらに、商工会で出展している東京インターナショナル・ギフト・ショーへも参加し、東京近郊で開催されているマルシェへも週末に参加するようにになると、出展仲間からの声かけや購入客からのクチコミで「消臭剤」としての藤が広く認知されるようになっていった。

『ムッシュラタン』は製品のよさや構造をきちんと説明しないと購入してもらえない。マルシェや展示会では直接お客様に説明ができるので、納得したうえで購入していただけるのです」

息子夫婦のアイデアで  
 アートとしての可能性も

こうした地道な宣伝が実を結び、最近では東京の大手デパートの催事にも招かれるようになった。さらに3年前からは新宿パークタワーリビングデザインセンターOZONE内にも「東京シヨールーム」を設置。PRの機会を増やしていった。

2020年9月、東郷町に大型シヨッピングセンターができる際、テナントの大手コピー店の内装に『ムッシュラタン△agot△』飾られ、「実用性のあるアート」としての可能性も広がった。実は『ムッシュラタン△agot△』などの雑貨類は、野々山さんの息子・純さん夫婦の作品だ。サラリーマンの純さんは、数年前から休日などに手伝っていたが、コロナ禍でリモートワークや時短勤務が進み、藤製作の時間がとれるようになったという。「壁画アートを担当できたことは、製作者としてうれしいと思います。藤職人も悪くないと思うきっかけになってくれたらいいですね」