

高知県の伝統的工芸品土佐和紙に関するマーケティング戦略の一考察

1190410 井田 侖奈

高知工科大学経済・マネジメント学群

1. 概要

高知県の土佐和紙は経済産業省の指定している伝統的工芸品に選ばれている（一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会, 2018）。しかし土佐和紙の取り巻く環境は厳しくなっている。そこで本研究では、高知県の伝統的工芸品である土佐和紙の新たなマーケティング戦略のあり方について研究することを目的とする。本研究の結果、伝統的工芸品である和紙でも現代において実績をあげている事例を確認できた。そこでは技術的イノベーションとSTP

(Segmentation, Targeting, Positioning) が成功要因と推察された。これらを適用すれば土佐和紙にも将来可能性があると考えられる。

2. 背景

高知県の伝統的工芸品に土佐和紙がある。ここで伝統的工芸品とは、経済産業省の指定に従い以下の通りとする。

1. 日常生活で使われるもの
2. 主要な部分が手作りであること
3. 伝統的技術または技法を使い作られていること
4. 原材料も伝統的なものであること
5. 地域産業として生産されていること

現在経済産業大臣が指定する伝統的工芸品は232品目、その内、和紙は9品目ある（財団法人 伝統的工芸品産業振興協会, 2003）。その中でも土佐和紙は日本三大和紙と言われている。しかし、土佐和紙の生産額の現状は減少傾向にある（図2-1）（財団法人 伝統的工芸品産業振興協会, 2003）。また土佐手すき和紙の生産者も高齢化が著しく進んでおり、2000年の時点で既に61歳以上の従事者が全体の65%弱となっている（図2-2）（三菱SFJリサーチ&コンサルティング株式会社, 2016）。土佐和紙が伝統的工芸品に選ばれたのは1977年で42年が経っている現在、土

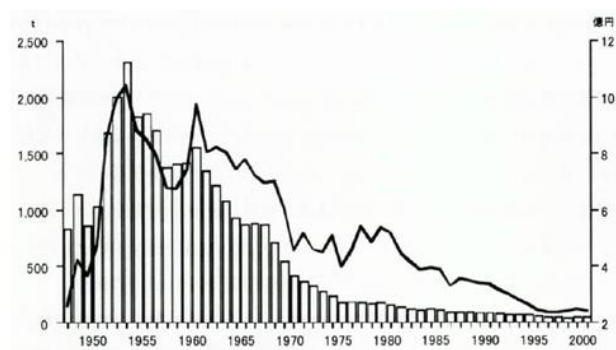


図2-1 土佐手すき和紙産業の生産推移

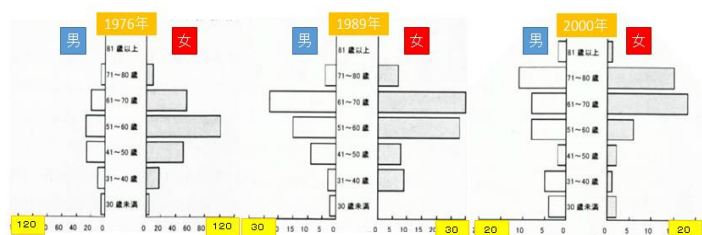


図2-2 土佐手すき和紙生産者の性別・年齢構成別の変化

佐和紙の経営環境は著しく厳しくなっている。

ここで、伝統的工芸品に先行研究として上原(2015)がある。上原は、伝統的工芸品に関する既存研究の多くが、中小零細企業の経営問題や後継者問題を取り扱っているが、それに対して、マーケティングの視点が重要であると主張している。

3. 目的

そこで本研究では、上述した上原を援用する立場に立ち、高知県の伝統的工芸品である土佐和紙の新たなマーケティング戦略のあり方について研究することを目的とする。

4. 研究方法

伝統的工芸品の和紙での成功事例を調査し分析する。その際にマーケティングの視点、つまりSTPの観点で分析をする。その結果をもって土佐和紙に適用可能かを検討する（図4-1）。

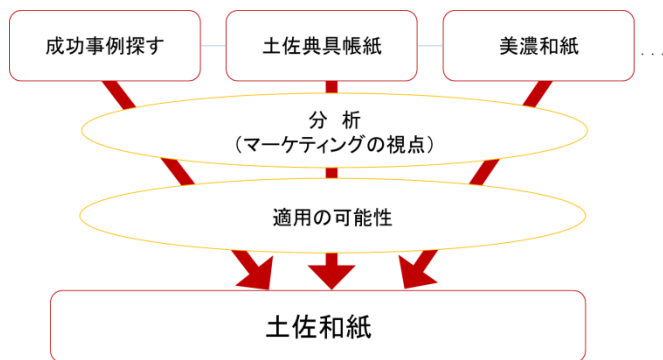


図4-1 フレームワーク

い方を知らないことがわかり、講習会を開き使い方を教える等ニーズを開拓してきた。以上のことより Segmentation は修復紙の分野、Targeting は国内外の美術品の修復士である。そういった Segmentation と Targeting に伴い、海外の修復における様々なニーズに応えるべく様々な技術的イノベーションを起こしてきた。例えば、世界一薄い楮和紙を作った。これは厚さ0.02ミリ・1平方あたり2gと薄くて粘り強く、原料処理、機械の調整技術など、すべてのバランスがとれているので破れずにくことができ、修復に適した品質になっている。また、一般の紙は塩素漂白され、それが残留塩素として紙に残り、黄ばみや変色、絵の具の変化、劣化の原因になるため古文書や美術品の修復には適さない。しかし、ひだか和紙有限会社の土佐典具帖紙は、塩素未使用なため残留塩素量はほぼゼロ、更に丁寧な水洗いを繰り返すことで中性の未晒しに近い pH7の弱アルカリ性を実現し、蛍光染料も未使用である。このような徹底的な差別化、つまり Positioning を行っていると考えられる。これによって、顕著な実績を上げていると考えられる。具体的には、東京浅草寺宝蔵門の咩形、東京国立博物館蔵のアイヌの盆の表面修復作業等の国内だけでなく、スペイン・ポルトガルの図書館や中東ドイツ、ロシア等の国外でも多く使用されている。現在では、ヨーロッパの都市にて天災によって水没した美術館の大修復に関わっている。この修復には、土佐典具帖紙の最高の品質と、ひだか和紙

5. 成功事例分析

5.1 ひだか和紙有限会社

ひだか和紙有限会社の土佐典具帖紙の歴史(ひだか和紙有限会社、2012)(高知県商工労働部工業振興課、2010)(表5-1)を見ると、1969年に懸垂式短網抄紙機の記念すべき一号機を日高村に設置している。それから43年後の2012年には世界一薄い和紙として革新技術賞最優秀賞を獲得している。これらから、ひだか和紙有限会社は技術的イノベーションを起こしていることがわかる。

次に技術的イノベーションを用いて市場価値を創出しているか STPを確認する。古くから国内の修復紙の分野に進出していた。その後、海外でも修復紙としてのニーズがあることを掴む。しかし、海外の修復士たちは和紙の修復紙としてのニーズはあるものの使

表5-1 ひだか和紙有限会社<歴史>

年	事
1949 (昭和24)	高知市旭町に輸出典具帖紙協同組合を設立
1969 (昭和44)	懸垂式短網抄紙機を日高村沖名に設置
1988 (昭和62)	ひだか和紙有限会社に商号変更
2007 (平成19)	地域産業資源活用事業計画承認を四国経済産業局より拝受
2009 (平成21)	高知県紙産業技術センターとの共同研究課題が科学技術振興機構(JST)により採択される
2011 (平成23)	特許庁に対し、「非木材パルプの製造方法および紙」の名称にて高知県と共同特許出願
2012 (平成24)	独立行政法人産業技術総合研究所四国センター(通称STEP)より世界一薄い和紙典具帖紙2.0g/平米が革新技術賞最優秀賞を受賞

有限会社の信頼性が世界に認められたことから、世界で一社、ひだか和紙有限会社のみが使用されている。

ひだか和紙有限会社は、和紙の従来の「紙」に薄さの追求と、品質の向上をさせる等の技術的イノベーションとそれを市場で活かすSTPがある。このことから、一例ではあるが、伝統的工芸品においても技術的イノベーションとそれを活かすSTPを組み合わせることによって将来性が期待できると考えられる。

5. 2 有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞

有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞の歴史(有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞, 2009)(表5-2)を見ると、1999年に紙の特徴である「水に弱い」「耐久性がない」などの弱点を克服し、ミシンで縫製ができ、柔らかなシルエットの表現できる服飾用の和紙の加工法を研究開発することで「創造法」の認定を、ベンチャー企業で初めて受けている。また、1994年に独自開発の技法で染める「幻相彩流染」を確立し、2002年には商標を取得している。2000年には「幻相彩流染め」で行啓アルバムの表紙として岐阜県より宮内庁に献上された。また、美濃和紙と水に強く環境に優しい加工剤を組み合わせることも成功した。これらのことから、有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞は技術的イノベーションを起こしていることが分か

表5-2 有限会社TJPコーポレーション
ギャラリーみの紙舞<歴史>

年	事
1993 (平成5)	有限会社TJPコーポレーション設立
1994 (平成6)	「幻相彩流染」の確立
1995 (平成7)	美濃和紙ウエディングドレス製作に着手
1999 (平成11)	「創造法」の認定を受ける
2000 (平成12)	“幻相彩流染め”行啓アルバムの表紙に採用され岐阜県より宮内庁に献上される
2002 (平成14)	“幻相彩流染”の商標取得

る。

次に、技術的イノベーションを用いて市場価値を創出しているかSTPを確認する。美濃和紙を原料に、特性を活かしつつ和紙糸を開発し、美濃和紙をドレスや靴下、あかり、洋服、浴衣などの衣類に加工した。また、幻相彩流染によりアクセサリや小物やバッグを、美濃和紙と加工剤で水に強い花器を作った。和紙の紙としての使い方ではなく、衣類という生活必需品のセグメントを新たに開拓してきた。以上のことより Segmentation は衣類の分野である。

Targeting は公開されている情報からは特定できない。有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞は Segmentation の衣類に伴い、様々な技術的イノベーションを起こしてきた。例えば、美濃和紙の特性を生かす和紙糸は、コットンの6倍もの吸湿性を有し、優れた通気性、保湿性と従来の繊維にはないナチュラル感、軽量感が味わえる。特に靴下は、家庭の洗濯機で洗濯が可能、何度でも履け、強度も綿と同等である。また、幻相彩流染で美濃和紙にオリジナル染色を施し、独自開発のコーティング剤を何度も塗り重ねることで色合いを醸し出すことも実現させた。このような差別化、つまり Positioning により、様々な商品を開発していると考えられる。

有限会社TJPコーポレーションギャラリーみの紙舞は、和紙の従来の「紙」に服飾用の加工をすることと、品質を向上させるという技術的イノベーションとそれを市場で活かすSPがある。このことからひだか和紙有限会社の典具帖紙と同じようなことがみられる。

5. 3 株式会社杉原商店

株式会社杉原商店の歴史(株式会社杉原商店, 2018)(さんち〜工房と探訪〜, 2017)(CYAN, 2018)(表5-3)を見ると、漆と和紙を掛け合わせた漆和紙を作ったことがわかる。株式会社杉原商店は、すぐ近くに伝統的工芸品である越前漆器の産地があったことから、漆器職人との交流もあった。そこでその職人と、試しに漆を和紙に塗ってみたことで漆和紙が出来上がった。しかし、作られた当初色が濃くてザラザラしている漆和紙は用途が分からず失敗に終わっていた。約20年後、漆和紙を東京の百貨店のバイヤーに見せる機会があり、質感が素晴らしいと大絶賛を受けた。そして、2000年に漆和紙として福井のデザイン大賞を受賞している。東京の百貨店バイヤーに評価されてから、一気に漆和紙の知名度が高

まり、2016年には、三井ゴールデン匠賞の大賞も受賞している。これらのことから、株式会社杉原商店には漆と和紙を掛け合わせる技術的イノベーションを起こしていることがわかる。

次に技術的イノベーションを用いて市場価値を創出しているかSTPを確認する。そこから福井県の伝統的工芸品である「越前和紙」と「越前漆器」を掛け合わせた漆和紙で革小物に代わる商品を作りニーズを開拓してきた。以上のことより Segmentation は革小物の分野である。Targeting は公開されている情報からは特定できない。株式会社杉原商店は Segmentation に伴い、様々な技術的イノベーションを起こしてきた。例えば、漆と和紙を掛け合わせることで、漆にも、和紙にもない使い古した革のようにとっても重厚で高級感をまとい、その実軽いという品質を実現させている。更に、厚手の和紙に漆を浸透させることで強度が増し、傷や汚れが目立ちにくくなり、漆が酸やアルカリ・塩分・アルコールなどに侵されにくく、防水性・防腐性に優れるという品質も実現させた。このような製造技術や品質による差別化、つまり Positioning を行っていると考えられる。これによって、顕著な実績を上げていると考えられる。例えばドイツ人のデザイナー、ヨルグ・ゲスナー氏とコラボで2010年に「JOYO シリーズ」が誕生した。JOYO シリーズでは今までの漆和紙より強度を増すことに成功しているという実績がある。

株式会社杉原商店は、「越前和紙」を「漆」という他の素材との組み合わせによって技術的イノベーションとそれを市場で活かすSPがある。このことから、前2つの事例と同じようなことがみられる。

表5-3 株式会社杉原商店<歴史>

年	事
1871 (明治4)	杉原半四郎が和紙屋を始めた
	東京日本橋小舟町の「杉原紙店」は大正天皇の御大典用紙御調進の栄誉
	漆和紙(うるわし): 和紙に漆を塗ったもので、和紙の手触りを残しつつも漆の発色と強度が独特な風合い。
約20年	福井を訪れていた東京の百貨店パイヤーから質感が素晴らしいと大絶賛。
2000 (平成12)	福井のデザイン大賞 受賞
2016 (平成28)	三井ゴールデン匠賞 大賞受賞

5. 4 和プラス株式会社

和プラス株式会社の歴史(和プラス株式会社, 2017)(表5-4)を見ると、2017年に設立なので、まだ時間が短いですが漆喰和紙(和蔵紙)が福井県産学官金連携技術革新推進事業に採択されたことがわかる。2018年には福井市商工会議所、新商品・新サービス合同プレス発表会に参加もしている。これらから、和プラス株式会社は技術的イノベーションを起こしていることが分かる。

次に技術的イノベーションを用いて市場価値を創出しているかSTPを確認する。和プラス株式会社は伝統素材の良さを現代の生活空間に、ということで事業に取り組んでいる。伝統素材を使って身近な製品に展開し、尚且つ室内環境の改善・快適生活の提案をして

表5-4 和プラス株式会社<歴史>

年	事
2017 (平成29)	和プラス株式会社 設立(福井県)
"	漆喰和紙(和蔵紙)平成29年度福井県産学官金連携技術革新推進事業に採択
	漆喰和紙(しっくいわし): 室内の湿度に合わせて吸湿、放湿を行い、室内を等湿度に保つ(結露やカビの防止)和紙×自然素材の独特の風合いと質感、アルカリ性の性質による防カビ性や、微多孔質な構造による吸放湿性、多くの優れた機能を備える漆喰を掛け合わせたもの
2018 (平成30)	福井市商工会議所 第29回新商品・新サービス合同プレス発表会に参加

いる。以上のことから Segmentation は環境配慮型商品の分野、Targeting は健康指向の人である。そういった Segmentation と Targeting に伴い、健康指向の人のニーズに応えるべく、様々な技術的イノベーションを起こしてきた。具体的には、漆喰をコートした越前和紙で作られている機能性和紙というものだ。これは、和紙の調湿機能と漆喰塗料の消臭・抗菌・抗ウイルス性を保有しているため、室内のにおいやトイレなど貼った場所の空間を快適にする天然な空気清浄機的な役割を果たす。また、和紙にエンボス加工を施すことで和紙の風合いをさらに高めているので、機能性和紙をインテリアとしても確立させている。他にも、この機能性和紙を用いて華を製造しオフィスやお部屋を飾り、尚且つ室内環境の改善を行っている。このような品質や製造技術による差別化、つまり Positioning を行っていると考えられる。設立してから時間が短いため、まだはっきりとした実績は上がっていないが、技術的イノベーションがあり STP をしっかりすること、また伝統的工芸品だからといって昔ながらではなく現代的な用途でマーケットを切り開こうとしている。

6. 考察

4つの事例を通して、技術的イノベーションと STP の全てが明確なのはひだか和紙有限会社だけである。有限会社 TJP コーポレーションギャラリーみの紙舞は実績と Targeting、株式会社杉原商店は Targeting、和プラス株式会社は実績が、公開されている情報からは特定できない。だが、小規模な会社で Segmentation がわかっていることから、自然と Targeting は絞り込めると考えられる。よって、実際には Targeting は明確であると思われる。よって、技術的イノベーションとそれを活かす STP を組み合わせると伝統的工芸品でも将来性があると判明した。

上述したように、伝統的工芸品である土佐和紙の経営環境は厳しくなっている。そこで、本研究では以上のような事例分析より判明した点が土佐和紙にも適用可能であるかを以下考察する。

第1に重要なのが技術的イノベーションである。技術的イノベーションは4つの事例全てに確認できる。しかしその技術的イノベーションの種類や内容をさらに分析すると2パターンに分けることができる。例えば、ひだか和紙有限会社と有限会社 TJP コーポレー

ションギャラリーみの紙舞は、さらに製造技術を高めることで今までにない品質を作り出した。一方、株式会社杉原商店と和プラス株式会社は、既存の素材と組み合わせることで技術的イノベーションを行っている。前者は今までにないものを生み出すので難易度が高いと考えられる。一方後者は、既存のものを組み合わせるので前者よりは難易度が高くないと考えられる。よって、後者の方向性であれば土佐和紙にも適用可能だと考えられる。

第2に重要なのは技術的イノベーションから市場価値を生み出すために STP を明確にすることである。STP はマーケティングの典型的な教科書的な知見である。よってその知見を学ぶことで、土佐和紙でも十分に適用可能であると言える。

以上より、伝統的工芸品である土佐和紙にも、本研究で対象としている事例から見られる成功要因が限定的ではあるが適用可能であると考察する。

6. 結論

本研究では、事例分析を通して技術的イノベーションと、それを市場価値として活かすための STP があることで将来性が期待できるとわかった。このことを伝統的工芸品である土佐和紙への適用性を検討し、その可能性を示した。このことは、実業界への大きな知見になると思われる。

一方、今後の課題として、実際に土佐和紙に行って、本研究の主張に対してヒアリング調査をする必要がある。

参考文献

- ・明日への扉（2013）「土佐典具帖紙職人 濱田洋直」,
<https://www.athome-tobira.jp/story/046-hamada-hironao.html>
- ・中小企業庁（2005）「中小企業創造活動促進法のご案内」,
<http://www.chusho.meti.go.jp/index.html>
- ・CYAN（2018）「伝統工芸品 杉原商店・越前和紙」,
<https://cyanmag.jp/366>
- ・Ferret（2018）「マーケティング初心者はまずは『STP分析』を抑えておこう！」,
<https://ferret-plus.com/9701>
- ・古川紙工株式会社「美濃和紙について」,
<https://www.furukawashiko.com/publics/index/17/>

- ・HAMADAWASHI, 「TOSATENGUJOSHU」,
<http://www.hamadawashi.com/index.html>
- ・HAMADAWASHI, TOSATENGUJOSHU 「浜田兄弟和紙製作所の略歴」,
<http://www.hamadawashi.com/pg210.html>
- ・ひだか和紙有限会社 (2012) 「会社概要」,
<http://www.hidakawashi.com/contents/characteristic.html>
- ・ひだか和紙有限会社 (2012) 「商品の特性」,
<http://www.hidakawashi.com/contents/characteristic.html>
- ・ひだか和紙有限会社 (2015) 「土佐にありて紙を漉く」,
<http://www.hidakawashi.com/index.php>
- ・一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会 (2018) 「伝統的工芸品指定品目・指定順」,
http://kougeihin.jp/system-manager/wp-content/uploads/20171130_03.pdf
- ・一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会 (2016) 「伝統的工芸品とは」,
<http://kougeihin.jp/association/about/>
- ・一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会 (2018) 「伝統的工芸品とは」
<http://kougeihin.jp/association/about/>
- ・株式会社杉原商店, 「漆和紙」,
<http://www.washiya.com/ulwashi/index.html>
- ・経済産業省 (2014) 「株式会社浜田兄弟和紙製作所」,
http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyodansan/hamada-kyodai-washi/hamada-kyodai-washi.html
- ・起業tv (2018) 「STP分析とは? マーケティングの基本的な考え方」,
<https://kigyotv.jp/news/stp/>
- ・高知県商工労働部工業振興課, (2010), ひだか和紙『世界一薄い』和紙
<http://www.kochi-seizou.jp/attention/?hdnKey=511>
- ・LeadPlus (2019) 「STP分析のコツとポイント。わかりやすい事例解説」,
<https://www.leadplus.net/blog/stp.html>
- ・増田勝彦 (昭和女子大学大学院生活機構研究科教授), 「紙資料を修復するこ
と」,
http://www.ioc.u-tokyo.ac.jp/~library/kouenkai/report/3_masuda.pdf
- ・三菱SFIリサーチ&コンサルティング株式会社 (2016) 平成27年度製造基盤技術実態等調査,
http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2016fy/000165.pdf
- ・さんち〜工芸と探訪〜 (2017) 「世界で愛される越前発のものづくり〜可能性を広げ、伝える『和紙ソムリエ』」,
<https://sunchi.jp/sunchilist/sabae/32794>
- ・サライ (2017) 「世界一薄い和紙『土佐典具帖紙』を漉く! 専念の伝統を受け継ぐ『土佐和紙』匠の技」,
<https://serai.jp/item/132408>
- ・四季の美 (2019) 「どこが人気? 日本の伝統工芸品の注目度ランキングを大発表!」,
https://shikinobi.com/kensaku_ranking
- ・Sustainable Japan (2015) 「環境配慮型商品」,
<https://sustainablejapan.jp/2016/07/06/environmentally-conscious-products/22889>
- ・上原義子, (2015), “伝統的工芸品の現状とマーケティング課題について
〜伝統的陶磁器の流通問題と付加価値の視点から〜”, 嘉悦大学研究論集,
https://kaetsu.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=342&item_no=1&page_id=13&block_id=21
- ・和プラス株式会社 (2018) 「ニュース」,
<http://www.wapls.jp/news/>
- ・和プラス株式会社 (2017) 「和蔵紙」,
<http://www.wapls.jp/product/product1/>
- ・有限会社TJP コーポレーション ギャラリーみの紙舞 (2009) 「会社案内」,
<http://www.minoshimai.jp/kaisya.html>
- ・有限会社TJP コーポレーション ギャラリーみの紙舞 (2009) 「美濃和紙の靴下」,
<http://minoshimai.jp/kutushita.html>
- ・有限会社TJP コーポレーション ギャラリーみの紙舞 (2018)

「みの紙舞ネットショッピング」,

<https://minoshimai.theshop.jp/>

・有限会社TJP コーポレーション ギャラリーみの紙舞(2009)

「みの紙舞 1300年間の手仕事は21世紀に出会っ

た。」, <http://www.minoshimai.jp/index.html>

・財団法人 伝統的工芸品産業振興協会(2003)「平成14年
度 伝統的工芸品産地調査・診断事業 報告書 -土佐和紙

-」, <http://www.ifeng.or.jp/wordpress/wp-content/uploads/2012/06/CR-2002-10-6.pdf>