

すぐ乾き、かぶれにくい 「夢の漆」が新市場を切り拓いた



工場にて。中央の機械は顔料を練るためのものだが、MR漆は、この機械と似た構造の、ロールを用いた製法で製造される。ロールにより加熱せず脱水することがポイント。

日本の伝統工芸のひとつ、漆器。時代とともに、その生産は衰退の一途をたどっているという。背景には、ライフスタイルの変化に加えて、漆というものの取扱いの難しさという問題がある。京都の漆メーカーが、新型の漆の開発に取組み、伝統産業の再生に夢を賭けた。

成果品



共同研究チームで開発し、同社が営業・販売を行なう精製漆「MR-III:雅」。MRは製法の「ロールミル精製」に由来する。写真は東京のオフィスビルで使われている同製品で塗ったテーブル。

漆産業の復興をめざして 難点をなくした新しい漆を研究

漆について科学的に研究してみたい、そんな思いを持つ漆メーカーや漆器の作家、職人、研究者らが集まって、約20年前、立ち上げられた研究会があった。この会を通じて出会った大阪の顔料メーカーと京都市産業技術研究所工業技術センター（以下センター）とが、共同で新しい漆の研究に着手したのが、85年頃のこと。京都の漆メーカー佐藤喜代松商店が、後のこの研究チームに加わったのは、漆産業界を盛り返したい一心からだったという。漆を扱うのが伝統技術を身につけた職人の世界だけにとどまっているのは、その取扱いの難しさゆえだ。特に、塗ったあとに乾かす工程に高度な技術が要求される。もちろん、かぶれの問題もある。また、熱や日光に弱いという「耐候性の弱さ」が、消費者に敬遠されるのも、漆器の衰退の背景にあるとされていた。

公設試の設備を活用し、 試行錯誤のすえ即乾性の漆を完成

「開発には、センターの設備の利用や、技術相談などを最大限に活用させていただきました。塗膜の試験に用いる機材などは、コスト的に、とても中小企業が自社で用意できるようなものではありませんから」と話す、取締役・佐藤氏。

何度も試行錯誤が積み重ねられた。塗料を練るのに使用されていた、3本ロールミルを使用することによって、即乾性のある漆が精製できることがわかり、89年には試作品を完成。さらに改良を加えてできた最終製品は、微量のタンパク質を加えることで、かぶれの問題も軽減された。「すぐ乾き、かぶれにくい」、夢の漆の誕生である。「MR-III：雅」と名付けられた製品は、従来の漆が一日かけても乾かない環境でも、4～6時間で乾燥するという。製法は顔料メーカーと公設試から特許出願され、同社は市場への投入を開始する。

企業情報

- 社 名 / 株式会社佐藤喜代松商店
- 代 表 者 / 代表取締役社長 佐藤豊
- 住 所 / 〒 603-8357
京都市北区平野宮西町 105
- E-mail / info@urusi.co.jp
- URL / http://www.urusi.co.jp
- 事業理念 / 1921年に創業。以来、一貫して各種漆の精製販売を手がけ、京漆器、京仏壇・仏具、西陣織、京友禅型紙、和家具、和竿、建築など多くの業界に良質な日本産・中国産漆を提供することで、伝統産業を支える役割を担ってきた。漆の研究・改良に務め、新しい市場へ漆を紹介していくことで、日本の伝統、漆の再興と浸透にも積極的に取り組んでいる。また、京友禅型紙彫刻より発展したスクリーン捺染・印刷の資機材も取り扱っている。



公設試情報

京都市産業技術研究所工業技術センター
工芸材料チーム

成功までのプロセス

- | | |
|-----------|--|
| 1
ステップ | 1985 京都市産業技術研究所と大阪の顔料メーカーの共同チームにより、高機能漆の研究開発がスタートする。 |
| 2
ステップ | 1989 佐藤喜代松商店も参加した後、同チームが、MR漆の試作品を完成させる。 |
| 3
ステップ | 2003.3 財団法人京都市中小企業支援センターの「企業価値創出（バリュークリエーション）支援制度」において、「オスカー認定」を受ける。 |
| | 2003.6 「MR-III:雅」が完成。営業車を塗装したことでマスコミにも取り上げられ、注目を集める。 |
| | 2004.9 婦人靴メーカーで、ヒールの塗装に使われる。建築分野など、販路がさらに拡大している。 |



精製され、出荷を待つ漆。一口に漆といっても精製の仕方を微妙に変えてさまざまな種類がある。



代表取締役社長の佐藤豊氏（左）と、取締役の佐藤貴彦氏（右）。開発は貴彦氏が行う。

職人の世界には受け入れられず…… 新しさのアピールの必要性を感じる

しかし、この「夢の漆」への、業界の反応は冷ややかなものだったという。長年、守ってきたやり方を変えるのは職人にとっては勇気のいること。乾きやすいという利点も、伝統産業に従事してきた職人たちには、関心を持たれる要素ではなく、新しい漆を使用してくれる業者はほとんどなかった。

そこで、同社は、まずは、この漆を大々的にアピールできないかと考える。出てきたアイデアは、同社の営業車を漆塗りしてしまうことだった。

「紫外線にさらされ、外気の中を走り回る自動車のおかれる環境は、漆にとってもっとも過酷なもの。その中でも色あせない漆があれば、その耐久性が証明されると考えました」
艶やかな赤に塗装された車は評判を呼び、起爆剤となった。

建築やアパレルなど、他業界からの 関心が集まり、販路が開ける

現在、同社の売上比率は、従来型の漆と新型の漆がほぼ半々。わずかに新型のものが上回りつつあるという。だが新型の漆について、その販売先は従来はなかった新規の顧客がほとんどである。漆塗りの車がメディアに取り上げられると、建築やアパレルといった他業界からの問い合わせが殺到。新たな販路が、おのずから開けてきたのである。

今でもセンターにこまめに顔を出し、技術の相談や、情報収集に活用しているという佐藤氏。目下、一般消費者でも扱える漆塗料の開発に取り組んでいるようだ。

英語の「Japan」という語には、「漆器」という意味もある。日本のお家芸が、技術の力で新たな息吹をふきこまれ、現代の日本人の暮らしの中に浸透していく日を、佐藤氏は夢みながら、今日も漆塗りの車を運転している。