

会社概要  
 ●設立 1935年12月  
 ●所在地 福井県福井市市田原2-20-17  
 ●TEL 0776-23-2911  
 ●社員数 6名  
 ●URL http://www.skdst.com

商品の約40種類をそろえた。皿、茶わん、おちょこ、ピアマグ、そば器あるいは柴田勝家が造ったとされる地元の名勝・九十九橋に引っかけた「九十九箸」なるものもつくり、ブランド名は「蘇生 笏谷石 福井の輝き」とした。名付け親は福井市の東村新一市長。地域を挙げた「期待の商品」の誕生である。

# 商品開発

福井窯業

味のある青磁色が水を浴びるとより鮮やかなブルーに変化する——そんな「幻の石」笏谷石を蘇生させようと奮闘しているのが福井市で屋根工事業を営む近藤登幹夫福井窯業社長だ。「蘇生」と書いたのはほかでもない。笏谷石は福井県足羽山の麓でしか採れず、しかも2005年には採掘坑道が陥没してしまい、もはや新たに掘り出すことは不可能になってしまったのだ。当時、新聞記事を読んだ近藤社長の心中は懐かしさとやるせなさでいっぱいになったという。「笏谷石は鎌倉時代あたりから主に家の敷石、門扉など建築材として福井県のみならず日本海沿岸全域に広く使用されてきました。函館の五稜郭にも使われているほどです。坑道陥没が報道された当時は、すでに外国産の廉価な石に押されて実際はほとんど採掘されていませんでしたが、それでも寂しい思いがしました。われわれも屋

いのほか良かった。色合いはもちろん、手触りの柔らかさと軽さもすばらしい。成功を確信した近藤社長は、数年後、いよいよ本格的な事業化へと突き進む。先立つものは原料だ。既述通り、笏谷石の新たな採掘はできない。しかし、この石は地元の家では基礎石として長らく使われてきた歴史があり、建築廃材としてのストックが大量に存在していた。そのことを知っていた近藤社長は、近隣を丹念に回って回収していった。また、マスコミに近藤社長が登場する度に、「笏谷石ならうちにもあるからタダでいいから持って行ってくれ」などという要望が殺到するようになる。結果として、現時点で約100トンの笏谷石をストックできているという。

## “幻の笏谷石”蘇生に賭ける老舗屋根工事会社の挑戦

かつて福井県は笏谷石という建築用石材の産地だった。が、外国産の廉価石材に押され、2005年には採掘坑道もつぶれて消滅の危機を迎える。「そうはさせじ」と立ち上がったのが屋根工事業・福井窯業の近藤登幹夫社長。その奮闘ぶり取材した。



【蘇生笏谷石 福井の輝き】

### 福井の代表的名産品に…

昨年の4月には専門の事業部を立ち上げマーケティングを開始した。行政からの支援を受けたこともあって、知名度が上がり、全国各地から引き合いが来るようになった。そして、大きなターニングポイントが訪れる。その商品力に手応えを感じるようになっていた近藤社長が地元西武百貨店を訪問しアピールをしてみたのだ。「なんと即決でした。福井の名産として売りましょうと。早速10月

根の棟の部分に笏谷石を使用していた時代もありましたからね」

### 2年半かけて職人をゲット

旅館や各種公共施設、神社仏閣などの大型建築の屋根工事を得意とする福井窯業。元をたどれば慶應元年創業という長い歴史を抱え、施工方法における特許も数件持っているなど、その技術力は高く評価されてきた。たとえば、先年の能登半島地震の折、施工を担当した旅館の加賀屋（石川県）で、瓦



近藤登幹夫社長

の傷みがほとんどなかったことが業界を驚かせた。

そんな同社を束ねる近藤社長が、幼い頃から慣れ親しんだ笏谷石に引きつけられるようにビジネスチャンスを見いだしたのは自然なことだったといえるかもしれない。その伝統と美しさを何とか後世に継承したいという願いは、福井地方の変化を見つめ続けてきた老舗経営者としての思いでもあったのだろう。しかも、福井の名産品として全国、世界に発信する商品開

発ができれば、地元の人々に恩返しができる。笏谷石にはそれだけのポテンシャルがあると、近藤社長は感じていた。そこで考えついたのが、この笏谷石を食器として再利用することだった。

「石は重いというイメージがあるのですが、これが技術的に難しい。無造作に薄くするとすぐに割れてしまいますから」

石器時代ならともかく、現代において石で食器をつくるという発想自体がそもそも破天荒である。アイデアを書き留めるために常に筆記用具を持ち歩き、若い頃から「人のやらないことをすることが好きだった」という近藤社長ならではの発想だ。だが、それも「造る人」がいなければ絵に描いた餅に終わる。

「最初は福井県内で探そうとしたのですが、どうしても見つかりませんでした。いまや腕の良い石工はほとんど残っていませんからね。そこで、近県にまで足をのばし、岐阜県の大垣市でようやく探し当てることができました。結局のところ2年半かかりました」

こうして、その職人に試しにくらせてみたのが夫婦湯飲み。夫人と一緒に使ってみるとこれが思品なので利益率も良い。今後は、各地の百貨店やイベントでの取り扱いはもちろん、海外の展示会などにも出展が予定されており、まさに引く手あまたの状態。飛行機のファーストクラスで使用したり、外国人をターゲットに空港での販売も検討されているという。さらに、昔のように建築用に供給する準備も進めている近藤社長は、「2年目には売上高3000万円は堅い」とみる。

もちろん行政や地元産業界からの期待も大きい。この商品が育てば、福井県の新たな代表的名産品として各方面で戦略的に使えるようになるからだ。たとえば現在、一乗谷朝倉氏遺跡をテーマにしたお土産品を笏谷石でつくる試みも進行中である。近藤社長はいう。「瓦屋根の需要は年々減少し、大手といわれるところも次々と倒れています。そんな市場環境のなか、新たな展開を常に模索してきましたが、いまやっと、その確かな手がかりをつかんだ気がします」

地域に根ざし、地域の人たちから応援される商品は間違いなく強い。「蘇生笏谷石 福井の輝き」はその商品の典型である。取材協力 森陰輝夫理事事務所／本誌 高根文隆