



冷却した製品はバリと呼ばれる余分な部分が削り取られる 丹念に続く仕上げ作業。和鉄ポットの完

成は間近だ 鑄型に砂を詰め込む作業を見守る菊地社長(右)



(写真上から)「工房の一角、松田工務長が鑄鉄を溶かす。」「溶けた鉄を砂型に流し込む職人はお湯注ぎと呼ぶ。」「注ぎ口の型枠を外す。いずれも緊張の連続だ。

という(同)

その一つの証が山形カロッツェリア研究会の立ち上げ。外部のデザイナーと地場産業の職人とのコラボレーションで売れる商品をつくる、というイタリア型生産スタイルの導入を実現した。デザイナーは奥山清行氏で、地場の受け手が菊地社長。小中も大学も誕生日も一緒で、機会あるごとに「日本の職人技術はイタリアに劣っていない。フェラーリもグッ

株菊地保寿堂 創業四百年余

創業一六〇四(慶長九)年、初代菊地喜平治が最上義光の御用鑄物師となる。昭和二十三(一九四八)年株式会社を改組、昭和四十九(一九七四)年現在地の山形西部工業団地に移転。アメリカ万国博覧会グランプリ、日本伝統工芸最高賞、ワールドエクスレントデザインアワード、日本商工会議所会頭賞など数々の受賞。二〇〇七年「元気なモノ作り三〇〇社」に選定される。和鉄ポット「まゆ」「ふく」「ピ」「ヨホー」ほか欧米で高い評価。菊地規泰代表取締役。工場は山形市鑄物町1-2(山形西部工業団地)、電話023-6434554。

チもブラダもイタリアの田舎の中小企業ではないが、「現場の職人技術を大事にしながら、付加価値の高い商品づくりを山形の地場産業でやってみよう。地場五社で統一ブランド「山形工房」を立ち上げ、インテリア関連の見本市としては世界最高峰の「メゾン・エ・オブジェ」に〇六年に初参加、成功を収めた。地域に経済効果が出た。参加企業五社から百六十八の協力会社に仕事が発注された。「自分だけでもうければよいと考

えらる事まかりならぬ」という家訓の実現でもあった。

まじめに作ってさえいれば、ではなく、売らなければだめだ。売れなければ職人が育たない。評価してくれるなら海外市場に打って出る。ただし、いくら市場が大きくとも(製品を)模倣する国には出さない(同)

パブル崩壊後、多くの鑄物産地で熟練工のリストラが進んだ。しかし、同社は一人の職人も切らず、逆に採用した。今、環境分野で鑄物業を含めた多くの県内企業が関わる事業を構想している。その下い手が若い職人たちだ。熟練者の下で額に汗を流し熱い鑄物に取り組む彼らの姿に、創業四百年を超す老舗の伝統と進取の精神、そして底力を見る。

経済産業省中小企業庁は、高度な技術を用いて革新的な製品を供給している企業を「元気なモノ作り中小企業三〇〇社(二〇〇六)〇九年度」として選定した。山形商工会議所管内からは六社が選ばれている。地域経済で重要な役割を担い、キラリと光る「会員企業。シリーズ五回目の今月号は、高度な伝承技術をもったデザイナーで表現した日用品鑄物で世界的評価を受けている山形鑄物の老舗、株 菊地保寿堂を紹介する。

伝統と進取—老舗の底力 「和鉄ポット」世界へ飛躍

「よいいいぞ」—松田正晴工務長が合図を送ると職人がそれぞれの仕事を止め、工房の一角に集まる。赤々と溶けた鉄。お湯注ぎが始まる。柄杓(ひしゃく)ですくい、一列に並

んだ砂型に流し込む。千五百度前後の高温と熱気。緊張する作業だ。

ふだんの生活の中で使われるものを作る。そこに芸術的なものを加味する。そこから地との差異、ブランド力が生み出される(菊地規泰社長)。

繊細な鑄肌とモダンなデザイン、何よりも使いやすさを追求した製品の一つ、和鉄ポットはこうして生まれた。きっかけは独フランスのブルの国際見本市への参加だった。二十三歳で先代の父熊治氏を亡くした。決まっていた仏国への「彫刻留学」を辞退し帰郷、家業を継いで五年目に入った。そこで欧州の人々が示した「急須(きゅうず)への関心が直感した。「これで行ける。日本では美術工芸品として存在しかなかった鑄物製品だが、欧州では生活の中で思づく、アンティークな感覚が受けるのではないかと。二年間かけて製品化にこぎつけた。

変えていけないのは品質、言い換えば職人の業(わざ)。しかし、デザインあるいは素材は時代に合わせ変えていかなければならない。必要とされる製品を作ることで、鑄物業が産業として生き延びることができるし、若い職人も生きがいを見いだす。その道筋をつけるのが十

五代当主である私の役目です(同)。

山形鑄物の歴史は九百年前に遡るとされる。しかし伝説の域を出ず、歴史的に明らかなのは山形城主最上義光が一六〇四(慶長九)年に城下の再編成を行った際、御用鑄物として十七人を鍛冶町から隣の町に移して銅町と命名し職人町を形成した史実。その一人が、鑄物師菊地保寿堂の初代の菊地喜平治であり、同社はこの年をもって創業とした。江戸時代の山形は、出羽三山詣の宿場としてたいそう賑わいをみせ、年に三万人の人が訪れた。その土産に薄肉鑄造が特徴の仏具、茶釜が買いかめられて山形鑄物は発展した。しかし、明治初期の廃物毀積、第二次世界大戦下の統制経済、戦後は生活習慣の西洋化で、日用品鑄物は苦境に立たされた。そうしたなかであつて、明治時代に十二代目熊治は県内の業界組合を設立、その弟浅治は岩手で鉄瓶の新技術を持ち帰り、十三代目は自社工場を開放し無償で技術研修会を開催、先代は岩手県内の産地との技術交流を進めた。

菊地家の家訓に「暖簾(のれん)を守れ」次の代を考えて仕事をせよ」とともに、「山形のために生きよ」とある。自分たちが飯を食えるのは地域があつてこそ、恩返しを忘れるな、