



伝統の木工技術「組子」を 世界が愛でるデザインに

文・江口絵理 撮影・柴佳安

苦境は和室減少から始まった

幾何学模様の木組みの向こうから漏れる明かりが、繊細な柄の影を描く。ザ・リッツ・カールトン東京のスイートルーム内に、福岡のエルメス店舗ウィンドウに、アップル本社のハワイ別荘に——今や世界に名だたるハイブランドからの製作依頼が引きも切らない。だが、これらの施設を飾る「組子」を手掛けたタニハタの谷端信夫社長は、「もともとは、建具屋さんの下請けのような形で障子や欄間などの“部品”として組子を作る会社でした」と自社を振り返る。

「組子」とは、釘を使わずに細く薄い木片をぴったり組み合わせる幾何学的な文様を描き出す、日本の伝統的な職人技。かつての日本には床の間を持つ住宅も多く、その脇には明かり取りの障子があり、その障子を組子が飾っていたが、今では組子という言葉を知らない人も多だろう。「バブル経済崩壊を境に、持ち家率の高い富山でさえ着工数が減り、さらに和室も減っていきました。組子屋は次第に販売先を失っていったのです」

谷端さんが二代目として社業を継いだのはちょうどそのころ。和がダメなら洋だ、と、シンプルな格子の洋風ラティスを売り始めた。

さらに、一般社会にパソコンが普及し始めた1996年にホームページを立ち上げ、インターネットを活用したPRをスタート。「しかし、ホームページを作ったからといって注文が来るものでもなく、その上、職人がどんどん辞めてしまいました」

研鑽に研鑽を重ねてより高い技を身につけてきた組子職人が、単調なラティス製作に職人としての誇りを



富山県生まれ。東京の大学で経営学を学び、建材メーカーで営業職を務めた後、富山に戻って父が創業した「タニハタ」の社長に就任。製品は国内外で数々のデザイン賞を受賞。<https://www.tanihata.co.jp/>

見いだせないのも無理はなかった。

残った職人たちとともに谷端さんもがむしゃらに仕事を取ってきては数をこなしたものの、無理がたたって、自身が体を壊したり職人がケガをしたりという悪循環が続いた。

新人を採用しても、先行きの見えない仕事に思えるのか、初日の昼には去ってしまう。そのうちに旧来の住宅向け組子市場はいよいよ壊滅的になり、行くも戻るも叶わず、どうしたものか……と谷端さんは頭を抱えた。

大型施設からも依頼舞い込む

「転機となったのは、スタートまもない楽天市場に出店してインターネットでの販売のノウハウを蓄積できたことと、ブロードバンドの普及によって組子の美しさが伝わる高精細な施工写真をオンラインで見てもらえるようになったことでした。組子の使い道を具体的にイメージしやすくなったせいか、『新しく造る商業施設に使

えないか』『駅に使いたい』といったお問い合わせをいただくことが増えていきました」

創業以来、業者向けに和の組子を販売していた会社が、市場の変化を受けてB to Cで洋風の製品に切り替え、またB to Bで和の組子に戻ってきた。「単に『行って戻った』だけのようにも見えますが、実際は、変化の度に作り方も売り方も少しずつ新たなものを身につけながら、螺旋状にステップアップしてきて今があります」

現在、自社サイトやカタログには、美術品と言ってもおかしくない見事な組子の写真が並ぶ。伝統的な文様を大事にしつつ、依頼主の希望を咀嚼してオリジナルな柄のデザインや加工にも挑戦し、タニハタは螺旋階段を一段ずつ上り続けている。

「今では、タニハタで組子職人になりたいと言って入社してくれる若い人が増えました。うれしいですね」

谷端さんはそう言って顔をほころばせた。