

軽井沢彫の形成

―別荘地における家具工業の成立と変化―

青 木 英 一

I はしがき

一般に避暑地や保養地というのは、人々が長期間定住して生活する場所ではない。日常の生活から離れて、一時的に非日常の生活を送る場所である。こうした場所で一時的な生活を送る場合、食品などの消費物資はともかく、家具などの定住用生活用品を現地で購入することは少ない。それは、別荘地においても大きくは変わらないと思われる。家具は別荘建設当初から備え付けられているか、あるいは別荘地以外の場所で購入して運び込まれることが普通であるからである。仮に、別荘地で家具が購入されるにしても、そのために、別荘地に家具工業が成立することはほとんどない。

しかし、わが国の代表的な別荘地である軽井沢（長野県）では、軽井沢彫と呼ばれる家具が生産されてきた。しかもこの軽井沢彫は他地域へ販売するため、あるいは軽井沢町民が利用するために生産されてきたのではなく、別荘地住民のために生産されてきたのである。では、なぜ別荘地軽井沢に家具工業が成立したのであろうか。

筆者は今まで、わが国における家具産地の形成や生産上の特質、需要が変化するなかでの対応などについて、高山（岐阜県）や松本（長野県）¹⁾、旭川（北海道）²⁾を事例に考察してきた。なかでも高山や旭川はわが国の代表的な家具産地を形成しており、生産者も多く立地している。これらの産地と比較すると軽井沢の家具生産者は少なく、生産規模も小さい。それでも、別荘地という特殊な場所に、一般の家具とは異なる軽井沢彫と呼ばれる家具がどのような経緯で形成されたのかを明らかにすることは、地場

産業の形成を考える上で重要である。

そこで本稿では、軽井沢彫がいかにして成立し、どのように変化してきたのか、また、現在も存続している理由は何なのかを明らかにしたい。

この目的を達成するため、軽井沢彫を生産している事業所5カ所でヒアリング調査を行った。調査は2008年5月・6月・10月、2009年6月・9月、2011年6月に実施した³⁾。

軽井沢彫に関する統計はなく、文献もきわめて限られている。軽井沢彫に関するものでは西洋古典家具研究会による「軽井沢彫」が唯一の文献である⁴⁾。この「軽井沢彫」では、資料収集やヒアリングを通して軽井沢彫の意匠・技法の特徴や、軽井沢彫成立の経緯を明らかにするとともに、現存する製品の解説を行っている。その他に、軽井沢に関する文献の中で軽井沢彫について触れたものは何点か見られる^{5) 6)}。

Ⅱ 軽井沢彫の成立と変化

1. 軽井沢彫の成立

軽井沢彫というのは、タンスや椅子、テーブルなどの家具の全面に草花や桜の木などの彫刻を施したものをいう（写真1.）。彫刻家具として知られたものには鎌倉彫と日光彫とがあるが、鎌倉彫も日光彫も牡丹や菊などの一輪彫が特徴であるのに対し、軽井沢彫は花だけでなく樹木など全体を彫刻している。また、彫刻方法は鎌倉彫が浅彫、日光彫が深彫であるのに対し、軽井沢彫はその中間である⁷⁾。

軽井沢は江戸時代に中山道の宿場町であった。別荘地として開発されるようになったきっかけは、カナダ生まれの宣教師アレキサンダー・クロフト・ショーが1886（明治19）年に当地を訪れて優れた自然環境を知り、1888年に別荘を建てたことによる。以降、ショーは東京や横浜で友人に軽井沢を紹介したため、外国人を中心にして別荘が建てられるようになり、1893年には外国人の別荘が10数戸建てられ、他に日本人の別荘も建てられ



写真1. 軽井沢彫

た⁸⁾。別荘はさらに、1906年には102戸、1913（大正2）年には216戸と着実に増加していった⁹⁾（図1）。

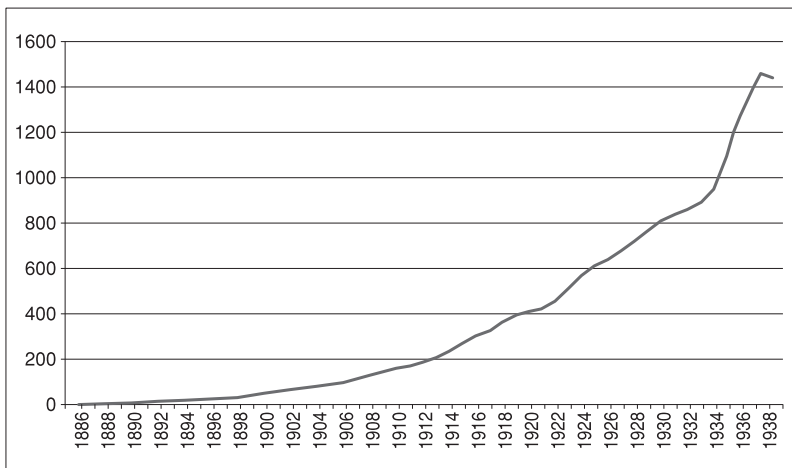


図1 軽井沢における別荘数推移（1886年～1938年，単位：戸）

（出典：島崎 清「軽井沢百年の歩み 改訂版」 p.128）

別荘地での外国人は、日本人よりも日常の生活の中で家具を必要としていたこともあり、彫刻付きの家具を求めて地元の大工や指物師に作らせていたが満足できず、日光から日光彫の家具を取り寄せていた。1908年になると（この年別荘が136戸）、川崎屋家具店と清水テーブル店が家具の製造・販売を開始した。川崎屋家具店の川崎巳次郎は日光で日光彫の職人として修業していたが、暖簾分けの許可を得て、まず権現商会支店として軽井沢で開業し、後に川崎屋家具店と改名した¹⁰⁾。日光から職人も連れてきた。清水テーブル店の清水兼吉も日光彫の職人として修業の後、軽井沢で開業した。職人はやはり日光から連れてきた。いずれの店も一輪彫の日光彫を製造・販売していた。桜木の彫刻を始めたのは、清水兼吉の弟子の鈴木喜太郎であった¹¹⁾。これが後に軽井沢彫と呼ばれるようになるのである¹²⁾。

材料は地元産の栃を使用し、製品は椅子やテーブルが中心であった。

2. その後の変化

明治時代から大正時代に至ると、それまで外国人宣教師中心であった別荘も日本人上流階級の別荘が増加するようになった。しかし、軽井沢では日本人も西洋風の生活を好んだようである¹³⁾。そのため、その後も軽井沢彫の需要が継続されたと思われる。

1937（昭和12）年には「軽井沢彫の職人が50人を超え、軽井沢彫の家具が盛んになる。」¹⁴⁾とあるので、その後軽井沢彫の生産は増加傾向を辿ったといえる。

第二次世界大戦後、1983年には軽井沢彫製造販売組合が結成され、当時の組合員は9軒であった。しかし、「軽井沢彫」の巻末には組合員が7軒しか掲載されていない。さらに、筆者が調査した2008年には5軒に減少していた。この減少の理由はいずれも、経営者が高齢化したり亡くなったりして廃業したためである。残っている5軒についても、うち2軒は経営者が高齢化しており、後継者がいない。

こうした状況から近年は、軽井沢彫の売り上げが減少傾向にあるといえよう¹⁵⁾。

Ⅲ 軽井沢彫の生産・流通構造

本章では、筆者のヒアリング調査結果に基づいて、軽井沢彫を製造・販売している事業所5カ所の、創業の経緯、その後の変化、生産・流通上の特質について考察する。5事業所のうち4事業所は最も繁華な旧軽井沢地区に立地し、あとの1事業所は軽井沢駅近くに立地している（図2）。

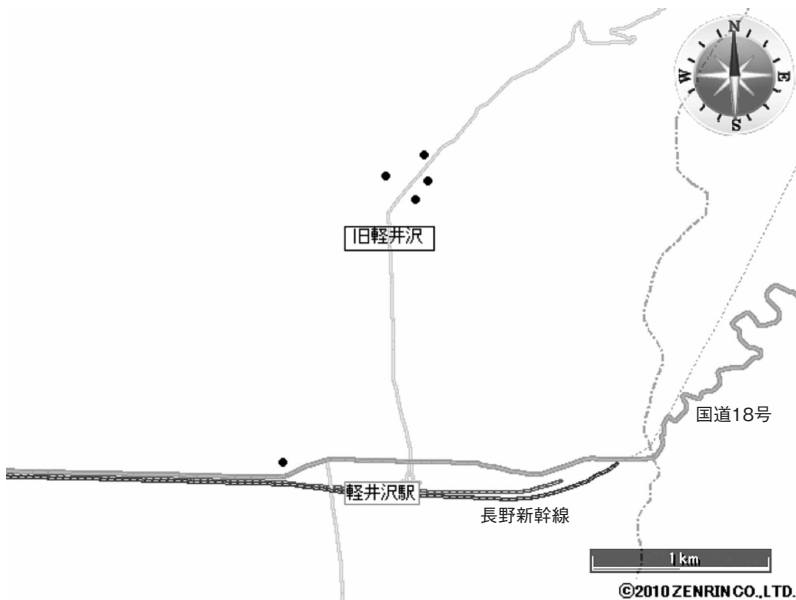


図2 軽井沢彫工場の分布（●が事業所）
（ゼンリン電子地図を加工）

1. 創業の経緯

大坂屋家具店は、川崎巳次郎が始めた川崎屋家具店がその後改名したも

のである。創業は1908年で、日光彫の技法で椅子やテーブルを生産し、軽井沢の別荘居住者に販売していた。材料は地元の栃を使用していた。職人は日光から連れてきた。

清水家具店は、清水兼吉が1908年に創業し、当初は清水テーブル店と称していた。日光から職人を連れてきて、弟子の一人鈴木喜太郎が桜彫を始めた。この桜彫の家具を中心に軽井沢の外国人向けにサイドテーブルの販売をしていた。材料は地元の栃を使用していた。しかし、1940年に職人が火事を出して廃業し、第二次世界大戦後になって場所を変えて再建した。

一彫堂は、1927年に上田一が26歳のときに上田家具店として創業した。上田は13歳で清水兼吉に弟子入りし、木地師として修業を積んで独立した。佐藤万平（万平ホテル創業者）から土地を借りて店を出し、最初は万平ホテルに製品を納めていた。やがて、別荘向けの家具も生産するようになった。職人は創業者出身地の上田（長野県）や軽井沢から雇い、材料は福島県の栃を地元の製材所で加工してもらっていた。

シバザキは、第二次世界大戦後になって中国（旧満州）から引き揚げてきた創業者が1947年に創業した。軽井沢で職人を集め、地元の栃を使用して、アメリカ軍人を相手にドレッサーを販売していた。軽井沢彫以外に食品などの土産物も扱っていた。

内堀木工業は、現在の当主が1962年に創業した。臼田（長野県）の出身で、最初、臼田の家具屋に就職し、1958年に軽井沢へ出てきて軽井沢彫に携わるようになった。当時は軽井沢彫がアメリカ軍人によく売れていた。4年後に独立して、一人で生産した。地元の桂や朴を使用して、桜彫の家具や建具を注文生産していた。

以上から、軽井沢彫は川崎巳次郎と清水兼吉によって日光彫を基に始められ、次第に技法が蓄積されていったことが分かる。そして、どの事業所も別荘の住民や外国人やホテル向けに生産し、一般の住民向けではなかったことも分かる。

2. その後の変化

前節では各事業所ごとに創業の経緯をみたが、本節では全体的にその後の変化をみたい。最も売れた時期は5軒中3軒がバブル期と回答しているが、1軒は1960年頃（高度成長期の頃）もよく売れたと回答している。もう1軒は特によく売れたという時期はなかったと回答している。このことから軽井沢彫は、バブル期以降生産減退になってきたと考えられる。また、製品では脚ものの家具や箱ものの家具を中心としていたが、1980年頃からは小物類の生産を始めている。これは、軽井沢の別荘地が観光地化してきたことに対応したものと思われる。すなわち、4軒の事業所は観光客が最も集中する旧軽井沢地区に立地しており、来街する観光客に手軽に購入してもらえる小物類の品揃えを強化したということである。しかし、金額的には相変わらず別荘向けが主であった。

材料については、地元の栃（一部で桂）使用が中心であったのが、他県産の栃や桂使用が中心になるとともに、購入先も沼田（群馬県）の木材商から変わった。

3. 生産・流通上の特質

軽井沢彫の生産工程は、木地（家具製造）→彫刻→塗装→組立に分かれている。一人の職人が全てを手がけることはなく、事業所内で分業生産している¹⁶⁾。まず木地師による家具製造が行われるが、材料は彫刻のしやすさから栃が一般に使用されている。家具はいったん組み立てられた後分解され、彫刻される。そのため、家具製造に釘や接着剤は使用されていない。彫刻は彫り師によって行われる。彫りの深さは鎌倉彫と日光彫の中間で、技法上の特色として図柄の周辺に星打ちという釘を打ったような穴を施している（写真2.）。図柄は満開の桜の木を表現するものが主流であるが、近年は全面に彫るのではなく空白部分を残すような方向に変わりつつある。また、桜以外に注文者の希望によって葡萄や竹、菊などを彫ることもある。

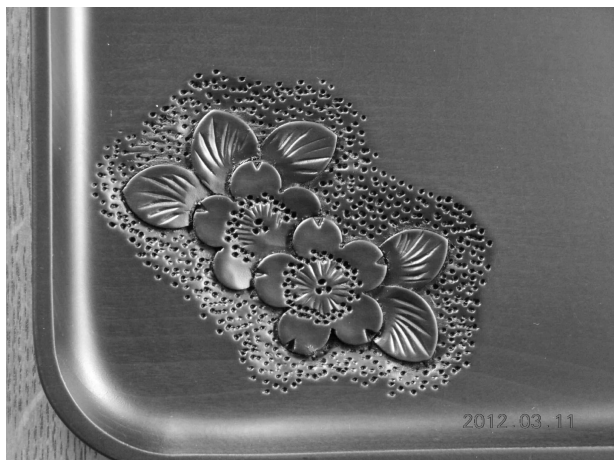


写真2. 星打ち

塗装は環境に配慮したウレタン塗装を行っている。

材料は現在でも国産の栃が中心であるが、一部で外国産のブラックチェリー、ウォールナットなどを使用している事業所もある。生産量が全体的に小規模であるためか、外国から大量に購入する状況にはない。購入先も5軒中3軒が現在も沼田の木材商から仕入れている。あとの2軒中、外国産木材を使用している事業所は東京の商社から仕入れ、国産材については旭川から仕入れている。もう1軒は上田市の木材商から仕入れている。

製品は脚ものの家具、箱ものの家具、小物類であるが、経営者が一人で生産している2軒については小物類が売り上げの大部分を占めている。その他の3軒については家具類の売り上げも多く、なかには家具類の売り上げが全体の70%を占めているところもある。しかし、近年は小物類の売上比率が上昇傾向にある。また、家具類にしても、箱ものの家具が減少して脚ものの家具中心となり、購入者も別荘で使用するより首都圏の年配者からの注文が中心になってきている。

経営者については、現在も創業者が経営しているところは1軒のみで、

他は2代目が1軒、3代目が2軒、4代目が1軒である。経営者の中には生産を担当しないで営業を担当している人もいる。

職人については、3軒は木地師、彫り師、さらに塗師をおいているところもあり、分業態勢を採っている。最も多い事業所で18人おり、他の2軒は6人と5人である。職人の出身地は大部分が長野県で、群馬県や新潟県などの出身者も少数ながらいる。職人の技術については、木地（家具生産）は技術専門校で、彫刻は就職してから事業所内で習得している。いずれにしても現在は、軽井沢彫の技術は地域内で伝承されていて、他地域で習得してはいないようである。彫刻のデザインについては、客から大まかな要望を聞いた後、彫り師が細部を決めている。

販売方法と販売先をみると、販売方法では注文販売（家具類）と店頭販売（小物類）が主である。小物類は見込み生産をしている。販売先では、家具類は地元の別荘からの注文がなくなったわけではないが、首都圏を中心に他地域の個人からの注文が多い。土産用の小物類は店を訪れた観光客によって購入されている。ただ、店頭販売は旧軽井沢地区でも旧軽井沢銀座と呼ばれるメインストリートに面している事業所（3軒）では可能であるが、メインストリートに面していない事業所（1軒）や、軽井沢駅近くにある事業所では観光客による購入がほとんどない。土産物として県内他地域に出荷したり、たまに別荘の人が購入する程度である。

売り上げについてみると、職人を雇用している3軒と、経営者一人で生産している2軒とでは異なっている。3軒は売り上げを大きく伸ばしているわけではないが大きく落ち込んでいるわけでもない。これらの3軒は軽井沢彫以外の土産物も販売しており、全売上額に占める軽井沢彫の割合は70%から90%である。商品の多角化を図ることにより、安定した経営を行っているといえる。しかし、言い換えれば軽井沢彫の売り上げは減少傾向にあるということである。他の2軒は経営者が高齢化しており、生計は軽井沢彫によるのではなく、年金や別荘の管理によって成り立たせている。

販売先は別荘の住民や首都圏などの個人が主となっているが、地元のホテル・旅館や教会などで使用されることはないのであろうか。筆者は一部のホテル・旅館や教会で使用状況を調査してみた。調査時期は2009年9月と2011年6月である。

調査したホテル・旅館は万平ホテル、軽井沢プリンスホテル、ホテルサイプレス軽井沢、つるや旅館の4カ所で、軽井沢彫を使用していたのは万平ホテル、軽井沢プリンスホテル、つるや旅館であった。ホテルサイプレス軽井沢では使用していなかった。軽井沢彫は最近営業開始したホテルでは使用されていないようである。

どのような種類の軽井沢彫が使用されているかであるが、万平ホテルでは家具としてはタンス28、デスクセット13、鏡台2、ベルデスク1が現在でも使用中である。これらは客室や玄関ロビーに設置されている。その他に各部屋のキーホルダーも軽井沢彫である。家具の購入時期はベルデスクを除いて古く、1936年の本館建設に合わせて購入した家具でまだ使用しているものもある。キーホルダーを全館軽井沢彫に変えたのは2001年である。さらに、2009年7月に別館をリニューアルしたが、その際21室全てのキーホルダーも新しい軽井沢彫に取り替えた。

軽井沢プリンスホテルでは雑誌立てが玄関ロビーに設置されているだけである（ウエスト、イースト各1）。購入時期は20年ほど前である。ただ、地元の工芸品として売店では軽井沢彫の家具や小物類を販売している。

つるや旅館では、整理ダンス、鏡台、本棚、机、椅子、文机、長椅子、電話台が玄関ロビーを中心に設置されている（写真3.）。整理ダンスや文机は客室に設置されている。椅子は数脚あるが、その他は各1である。4年前に本棚を購入したが、その他の家具の購入時期はかなり古く、先代・先々代の経営者が購入したものである。

各ホテル・旅館ともに、丈夫であるが高価なため、なかなか連続して購入することはできないということであった。



写真3. つるや旅館ロビーの軽井沢彫

教会は星野遊学堂、軽井沢教会、聖パウロ教会の3カ所で調査した。軽井沢彫を使用していたのは星野遊学堂と軽井沢教会で、聖パウロ教会では使用していなかった。星野遊学堂では鏡付き整理ダンス1のみで、それも1965年以前に購入したものである。ただ、現在も使用しており、丈夫であるとのことである。今後の購入予定はないとのことであった。軽井沢教会には宣教師が座る椅子4と聖書を載せる台2があった。椅子はいずれも第二次世界大戦以前に寄贈されたものであるが、聖書の台は寄贈されたものか購入したものかは不明である。いずれも丈夫で、現在も使用されている。しかし、新たに購入する予定はないとのことであった。

教会はホテルや旅館ほど軽井沢彫を使用することはないようである。しかし、ホテルや旅館にしても最近立地したところは使用していないようであるし、伝統的なホテル・旅館でも大量かつ連続的に購入することは困難である。ホテル・旅館や教会が軽井沢彫の安定的な顧客になってはいないことが分かる。

Ⅳ 軽井沢彫存続の条件

ここで、軽井沢彫成立の理由と存続の理由を整理しておきたい。軽井沢彫成立の理由は、別荘地発足当初の主たる住民が外国人で、彫刻入り家具という独特の家具をかなり多くの人数が入手しようとしたこと、その要望に日光彫の職人達が軽井沢に赴いて対応したことである。また、今日まで存続してきた理由は、新たな別荘地住民となった日本人もわずかながら軽井沢彫を購入していること、第二次世界大戦後軽井沢が観光地として注目され、多くの観光客が流入して軽井沢彫の存在を知り、特に小物類を中心に安定的な需要がみられることである。こうしたことから軽井沢彫を生産する軽井沢産地は、市場立地型の産地であるといえる。

しかし現実には、軽井沢彫の売り上げは全体として減少する傾向にある。この現実のなかで、各事業所はどのような対応をとっているのだろうか。

経営者一人で生産している2軒では販売促進策を考えてはいないが、他の3軒では各地の家具展示会に参加して他地域の顧客増加に取り組んでいる（うち1軒は現在は展示会参加をやめている）。その効果か、家具類は他地域（特に首都圏）からの注文が多くなっている。展示会参加以外では、事業所によっては製品の差別化を図る工夫を始めている。また、各事業所とも企業ブランドをいかに高めるかの努力をしている。ブランド向上のポイントは高級化のようである。それとは別に、各事業所とも販売促進策として挙げているわけではないが、観光客向けの小物類生産を増加させている傾向は明らかである。

それでも、9軒あった事業所が5軒になり、さらに近い将来3軒になる軽井沢彫の将来が明るいとは言い難い。成立以来100年の歴史を有する軽井沢彫が今後も存続するにはどうすれば良いのであろうか。

家具事業所減少の理由として地元では、後継者がいないことを挙げている。しかし、軽井沢彫の生産・販売が好調であるにもかかわらず後継者が

いないというわけではない。売り上げが減少傾向にあるために、後を継ぐ者が減少したと考えるべきである。

軽井沢彫の売り上げが減少するようになったのはなぜであろうか。第一に、別荘地住民の構成変化が売り上げ減少の原因だと思われる。かつては外国人の居住者が多く、その外国人居住者の要望で全面彫刻入り家具が生産されたのであるが¹⁷⁾、その後次第に日本人の居住者が増加し、外国人向け彫刻入り家具を好まない人が増加したのではないかとと思われる。もちろん、現在でも別荘向けに彫刻入り家具（軽井沢彫）が販売されているが、その販売量は減少している。第二に、地元（軽井沢）での販売が中心で、広域的な営業活動を行っていないことも売り上げ減少の原因だと思われる。一部の事業所では大都市地域の展示会に参加しているが、それ以上の営業活動を行っているわけではない。口コミなどを通じた、首都圏を中心とする大都市地域からの注文に対応しているに過ぎない。筆者が今までに調査した高山、松本、旭川の家具産地では、産地外への販売に積極的であったのと比較して、軽井沢産地の対応の特異性が顕著である。すなわち、地元である程度売れるということが、他地域への営業活動を躊躇させているといえよう。

以上のような状況下で、産地としてはどのように対応すべきであるか。軽井沢彫のような高級家具の需要は限られている。一般には、限られた需要の高級品は市場を広域化することによって販売量を確保している。しかし、軽井沢産地では狭い地元市場を対象にして軽井沢彫を販売しているので、販売量は拡大しない。従って、軽井沢産地の対応としては、軽井沢彫という製品の良さを広くPRして市場を全国に拡大していくとともに、近年の需要の変化に対応して大胆な製品転換を図っていくべきである。ただ、高級家具のイメージは維持すべきである。今後、こうした対応を展開するためには、全国に軽井沢彫のイメージを定着させるためのPRの工夫、需要動向を先取りして製品開発できる人材の確保、新製品開発に対応できる

生産技術の確立、様々な注文に柔軟に対応できる販売態勢の確立などが必要である。こうした取り組みは軽井沢彫という産地ブランドの確立にもつながるが、産地ブランド確立のためには各事業所が個々に取り組むのではなく、産地の共同事業として取り組んでいくべきである。

現状ではどうなのか。ヒアリングによれば、企業ブランドの向上を図る努力をしている事業所はあるが、産地ブランドの確立を考えている事業所はない。そもそも他事業所のことはよく分からないという状況にあり、まずは産地としてまとまることが先決のようである。

軽井沢彫が産地として今後も存続していくためには産地がまとまり、産地ブランドの確立を図っていくことが基本的な条件であるといえよう。

V むすび

軽井沢彫は現状では全国的に知られたブランドであるとはいえない。そもそもが市場立地型の地場産業として成立した経緯もあり、他地域への販売を目標としてはいなかった。その後、別荘地の住民構成が変化して軽井沢彫の売り上げが減少したが、その一方で、近年は観光客の流入が増加し、観光客相手の小物類生産が増加して、他地域を対象にしなくてもある程度の売り上げを確保することができた。そのために、産地ブランドの確立に努めたり、他地域への販売に努めたりすることなく現在に至っている。こうしたことが、軽井沢彫が全国的に知られたブランドになっていない理由であろう。

しかし、小物類主体では売り上げ減少は明らかである。現状のままでは軽井沢彫の衰退は避けられない。やはり、家具産地として全国的な地位を確立すべきであろう。全国の家具産地を見ると、高級品生産にシフトした産地が比較的安定した売り上げを確保している。軽井沢彫も高級家具であるので、同じ流れに乗ることが可能である。そのためには、IVで示した取り組みを産地として実行しなければならない。

[謝辞] 軽井沢彫の調査に当たっては、家具事業所5、ホテル3、旅館1、教会3でご理解・ご協力をいただくことができました。篤く御礼申し上げます。また、長野県工業技術総合センター（当時）の上田友彦氏には軽井沢彫の存在をご教示いただきました。併せて篤く御礼申し上げます。

注および参考文献

- 1) 青木英一（2008）：需要変化に伴うわが国家具産地の生産対応—高山産地と松本産地を事例として—,「敬愛大学研究論集」第73号, pp.3-25
- 2) 青木英一（2011）：旭川市における家具工業の形成と生産構造,「敬愛大学研究論集」第79号, pp.3-18
- 3) 生産事業所のほかに、軽井沢彫を使用していると思われる教会やホテルなども調査した。
- 4) 西洋古典家具研究会（2004）：「軽井沢彫」, 西洋古典家具研究会, pp.87
- 5) 土屋長平（1975）：「郷の華」, 非売品, pp.66-71
- 6) 穴戸 實（1987）：「軽井沢別荘史—避暑地百年の歩み—」, 住まいの図書館出版局, pp.85-86
- 7) 注5) のp.67
- 8) 注4) のp.8
- 9) 島崎 清（1985）：「軽井沢百年の歩み 改訂版」, 島崎 清, p.128
- 10) 注4) のp.14
- 11) 清水家具店の端山經作氏による。
- 12) 注4) の「軽井沢彫」によれば、軽井沢彫と呼ばれるようになったのは第二次世界大戦後のことであるという。(p.14)
- 13) 注6) のpp.207-210
- 14) 注4) のp.80
- 15) 筆者のヒアリング調査からも減少傾向は明らかである。
- 16) 職人を雇用していない2軒では事業所内分業はしていない。家具の製造は他地域の木地師に依頼し、経営者は彫刻と塗装のみ行っている。ただ、最近ではほとんど大型家具を扱わず、小物類の生産が主である。
- 17) 別荘地の住民だけでなく、第二次世界大戦後の一時期は駐留アメリカにもよく売れたそうである（ヒアリングによる）。