

流通の課題

7

住宅展示場のモデル住宅にも登場するなど、畳の世界に広く浸透してきた「和紙畳」。イ草産地の八代にとっては「強敵」だ。

和紙畳を開発した大手建材メーカー大建工業(大阪市)はもともとわらの代わりに木材チップを使い、タニの繁殖を抑えて軽量化した畳床などを主力製品にしてきた。広報担当課長の菅原匠さん(47)は「畳文化が無くなるのはわれわれも困る」と、畳需要の落ち込みに危機感を抱く。

同社が和紙畳の開発を始めたのは1989年。事業企画担当課長の森本晃徳さん(40)は「イ草の弱点の耐久性や色焼けしやすい点などを克服し、畳を大きくさないようにしたい」というのがきっかけだったと説明する。試行錯誤の末、針葉樹のバル

岐路に立つイ草

第2部

2011・9・29

和紙畳



カラフルな和紙畳を紹介している大建工業のショールーム＝大阪市

ブを機械ですいた紙に汚れ防止の樹脂加工などを施し、こより状に編んでイ草の形状を再現。8年がかりで発売にこぎ着け

た。織機で畳表に織る工程はイ草と同じ。効率化に限界はある。「イ草より安い」というイメー

ジもあるが、開発当初はイ草の高級畳表を上回るほどだった。今も価格帯は上級クラスに近い。その分、耐久性を売りにしているという。

2004年に約65万畳だった年間生産量は現在、約100万畳に伸びた。それでも畳全体のシェアは5%程度。だが、農産物のイ草と違い工業製品ならではの強みがある。

中国産イ草の減産や東日本大震災の復興需要を見込み、同社は福島県の工場に年間40万畳の和紙畳生産設備を本年度中に新設。年間100万畳を生産している岡山工場は20万畳増やし、2工場で計60万畳増産する設備強化を進めている。

和紙畳がイ草をまねできない点もある。「イ草畳の香り」を求める消費者は多く、開発当初から香り成分を吹き付けるなど研究を重ねた。しかし、香りの

強度など好みに個人差があり、商品化には至っていない。菅原さんは「イ草あつての和紙畳。大切な畳文化を守るには共存共栄を図るしかないと思う」と強調する。

一方、「化学畳」もある。積水成型工業(大阪市)は、ポリプロピレンと炭酸カルシウムを原料にした樹脂の畳表を年間約50万畳販売している。価格は中国産のイ草畳よりやや高め。

91年の開発当初は強度に難点があったが、約5年で改良。イ草のようなさらさら感はないが、和紙畳以上に汚れに強く変色しにくいことを売りに、旅館の宴会場などへの営業戦略を仕掛けた。グループ企業の住宅メーカーの和室にも使っている。強力なライバルが次々と登場する畳業界。「和室イコールイ草の畳」という時代ではない。(和田毅)

試行錯誤 ライバルに成長