

# キラリ TOKYO

—輝く企業の現場から—

第154回 株式会社清水硝子



清水硝子では、代表取締役の清水三千代氏(右)やベテランの職人から、常務取締役を務める祐一郎氏(左)を始めとする次世代人材への引き継ぎを進めているところだ

## スカイツリーにもかかわった江戸切子の老舗

清水硝子は1923年(大正12年)に創業された江戸切子の町工場。グラスや皿、小鉢を始めとするオリジナル商品に加え、結婚式の引き出物やイベントの記念品などのオーダーメイド製品も手がけている。同社代表取締役の清水三千代氏は、創業者の祖父・直次郎氏から数えて3代目だ。

「当社は長年、大手メーカーの下請けとしてクリスタルガラスの食器をつくっていました。ところが2009年、その企業がクリスタル事業から撤退。当時は売り上げが落ち込み、廃業すら考えたほどです。さらに江戸切子業界そのものも縮小傾向でしたから、当時は世の中に求められる製品を自力でつくらなければ生き残れないと悩みました」(清水三千代氏)

三千代氏と、長男で常務取締役を務める清水祐一郎氏は、魅力的な自社製品をつくろうと努力。訪日外国人観光客が増えて日本らしい土産へのニーズが高まったこともあり、売り上げ減には何とか歯止めがかかった。そして最大の転機となったのが、東京スカイツリー®の天望デッキへと続くエレベーター等の内装パーツを手がけたこと。華麗な展示演出は、大きな話題を呼んだ。

「メディアから取材されることが増えて江戸切子の存在感が高まり、当社への引き合いは以前より増えました。今は当社がどうというより、江戸切子業界全般を盛り上げていくのも大切だと考えています」(清水祐一郎氏)

## さまざまな縁を大切にしてコラボを進める

祐一郎氏は清水硝子を「何でも屋さん」と表現する。自社のやり方にこだわり過ぎず、幅広い企業・社外デザイナーなどとコラボレーションできる柔軟性が強みだというのだ。

「当社は下請けの経験が長かったため、お客さまの要望を取り入れたものづくりが得意です。また、地元・葛飾の皆さまと協力しながら製品開発を行った経験も豊富にあります。

たとえば、中東のVIP向けに『“ザ・ジャパン”なプレゼントをお客さまに渡したい』という要望が寄せられました。そこで当社は葛飾のものづくり企業たちと提携しながら、漆塗りの箱に入れた大きなガラス皿に唐木の盾をつけた製品を提案して認められました。これは、当社の“コラボ力”が発揮された好例だと思います。東京スカイツリー®の案件も同様で、いろいろな企業・人との縁がきっかけで始まりました。当社の技術を評価いただける方と良い縁を繋ぎ、かつ、常に挑戦し続けること。

## 挑戦を続ける伝統工芸の担い手

### [会社概要]

代表：代表取締役 清水 三千代 氏

業種：江戸切子製品の製造、販売など

資本金：1000万円

従業員：9名（2019年5月現在）

所在地：東京都葛飾区堀切4-64-7

TEL：03-3690-1205 FAX：03-3690-1206

[http://www2u.biglobe.ne.jp/~](http://www2u.biglobe.ne.jp/~kirikoya/)

kirikoya/



### 業界全体を盛り上げたい

祐一郎氏は江戸切子協同組合の広報スタッフの一員。「同業者の皆さんと手を取りながら、業界をどうやって盛り上げるかについても、日々考えています」



職人の約半数は30代の若手で、女性の姿も目立つ。職人志望者は、ここ数年増加傾向だ



さまざまな道具を駆使して色のついたガラスをカットし、美しい文様を生み出していく



華やかでいかにも日本らしい繊細なカットが、国内外を問わず人気となっている

それが当社の基本方針です」（祐一郎氏）

三千代氏と祐一郎氏が仕事を通じて培った縁は、業界の内外に広がっている。その秘訣は、「誠実さ」にあるようだ。

「お客さまからお声がかかったら、とにかくしっかりとお話を伺います。そのうえで、当社の技術力やさまざまな繋がりを活かし、お客さまの期待に応えられる工夫をしていく、そういう姿勢を繰り返すことが何より大切だというのは、母と私に共通した思いですね」（祐一郎氏）

「従業員に対しても誠実でありたいですね。私も祐一郎も職人ではないので、従業員や他社のお力を借りなければ製品の1つもつくれません。ですから、皆さんが働きやすい環境を精いっぱい整えるため、今後も努力したいです」（三千代氏）

### 新たな試みを続け江戸切子を広める

江戸切子に関心を持つ人は着実に増えている。なかには、切子を実際につくってみたいと要望する人もいるようだ。

「まったくの初心者が出し切子をつくるのは無理ですが、工房の見学会やワークショップなど、一般の方と江戸切子を繋ぐ場を提供できないかと考えているところです」（祐一郎氏）

海外市場へのアプローチも、清水硝子にとって大きな課題だ。

すでに大手旅行会社と協力し、富士山や歌舞伎の柄が入った商品を外国人向けに売り出しているという。

「ただし、まだ特筆できるほどのヒット商品は生まれていません。客単価が高すぎるのか商品に問題があるのか、これからも試行錯誤していきたいですね」（祐一郎氏）

自社と業界の未来について熱く語る祐一郎氏に対し、三千代氏も大きな期待をかけている。

「これからは、祐一郎や若手職人が引っ張っていく時代。私も徐々に、次世代への Baton タッチを進めています。もちろん、未来へ向かってどのような手を打つのか見えてこないなどの不満はありますが、若いセンスで道を切り開いてもらいたいと期待をしています」（三千代氏）

### 取材後記

東京スカイツリー®のエレベーター等の装飾を手がけられ、その仕事も「ご縁」だと話されていたことが印象的でした。一つひとつの要望に真摯に向き合うことで、ご縁を広げてこられたのだと思います。これからも江戸切子の業界全体の発展に繋がる商品を生み出してくださいとお願いします。

（城東支社 田中美保）