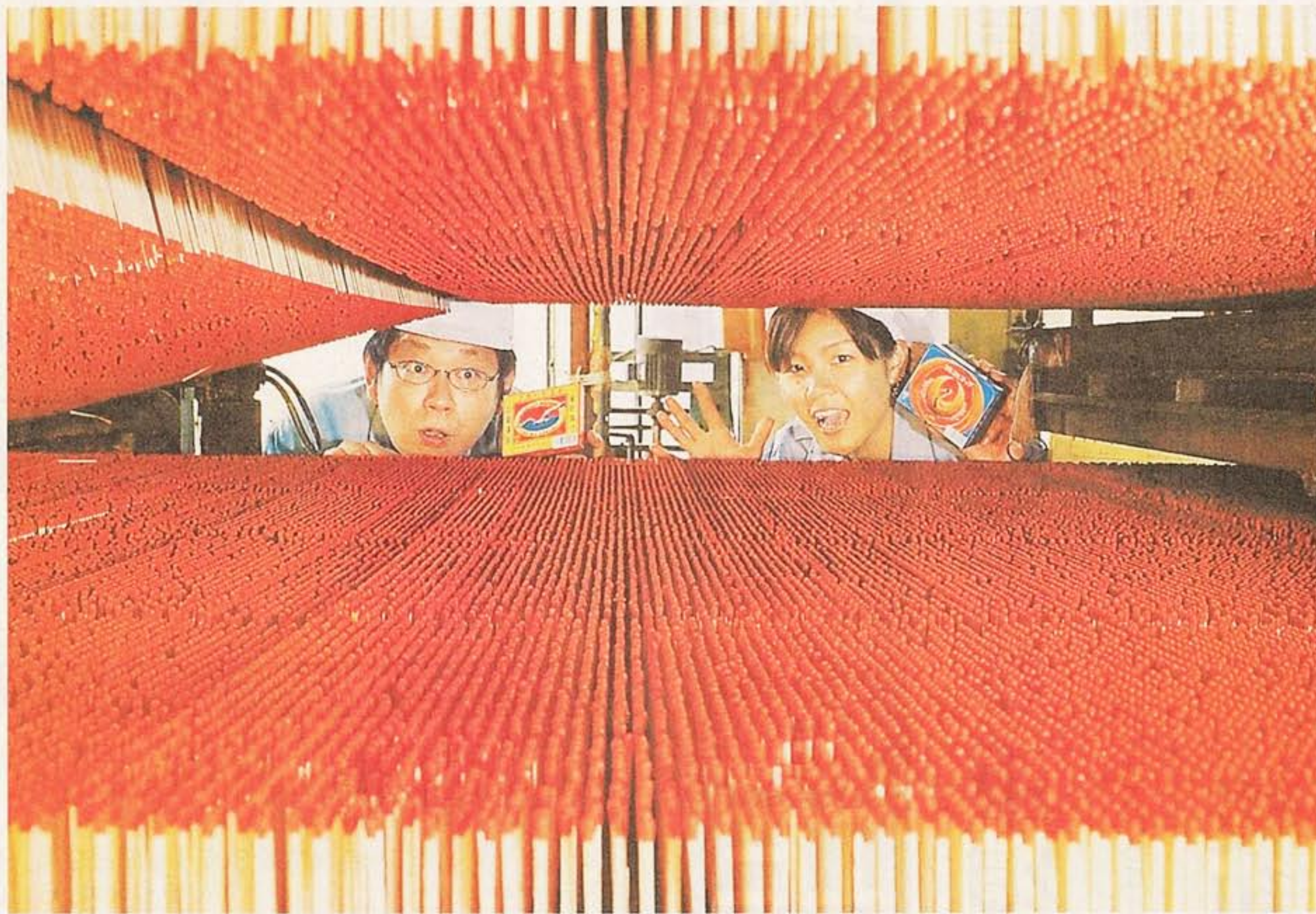


# ギンギラギンに隙間なく〜♪

## マッチ

またまた  
勝手に  
勝

関西  
遺産



「マッチのじゅうたんにビックリ！」のポーズをとってくれた従業員。滝沢美穂子撮影

日々の生活でマッチを使うシーンはめっきり減った。いま、需要の多くは、お線香やろうそくなどのお仏壇用なのだそう。

国産マッチの約9割が兵庫県でつくられていることは、あまり知られていない。「日本燐寸工業会」という業界団体も神戸にある。先日、工業会の岡田兼明会長(61)が経営する大和産業(姫路市)の工場を見学

し、マッチがどのように作られているかを見せてもらった。

長さ5センチの大量の細長い木の棒(軸木)を機械で磨き、自動燐寸製造機のコンベヤーで移動させながら薬品をつけて乾燥させる。先端が鮮やかな赤色のマッチ棒が、びっしりと並ぶ光景はまばゆい。箱詰めされたマッチは、海外では米国や豪州に、国内では100円均一ショップなどに出荷されるといふ。

日本のマッチ産業には140年の歴史がある。本格的な生産が始まったのは明治初期(1870年代半

ば)。生産拠点は東京から名古屋、関西に広がり、原料輸入と製品輸出に便利な港がある神戸が一大生産拠点となる。神戸で造船や鉄鋼などの産業が発展するのに伴い、マッチ生産はさらに西の姫路へと移った。

日本はスウェーデンや米国と並ぶ世界3大生産国に成長し、黄金時代を経験。戦後も、喫茶店やホテルなどが広告目的で無料配布する「ノベルティーグッズ」として需要が広がった。だが、1970年代に使い捨てライターが急増するなど、状況は一変。総生産量はほぼ右肩下がりとなり、昨年は戦後のピーク(1973年)の2%弱。業界側も生き残りをかけ、新分野への進出や新製品の開発に必死だ。

例えば、兵庫県太子町の神戸マッチ。昨春にお香メーカーとコラボし、マッチとお香を一体化させた「hibi(ひび)」を発売。見た目はマッチだが、軸の部分はお香で、マッチのように擦って火をつけると

香りが立ち上る。嵯峨山真史社長(48)は「着火具がなくても気軽にどこでも楽しめる商品」と胸を張る。右肩上がりでの取扱店が増えており、海外にも出荷している。

工業会もマッチ専門店「マッチ棒」を神戸に開き、防災用の缶入りマッチや、明治・大正時代のラベルのマッチなどユニークな商品を並べる。インターネット上でも仮想博物館を開くが、岡田会長はインバウンド(訪日外国人客)需要をにらみ、「姫路城の近くに本物のマッチ産業の博物館をつくりたい」と夢みる。

「どこでなくわらかさや温かみを感じさせるマッチの火。ほんのりと、息長くともし続けてほしい。」(稲垣大志郎)

作家の宇野千代は17歳の時(大正はじめごろ)化粧に目覚めた。

マッチを消したあとの黒い眉毛を描いていたそうだった。



絵・グレゴリ青山

■関西遺産の推薦を募ります。  
〈ファクス〉06・6229・2649  
〈メール〉do-kansai@asahi.com



### レトロ感に魅せられて

グラフィックデザイナー  
加藤豊さん(66)

若い頃、たばこ屋巡りをしてマッチ集めに興じていました。

和洋混交のレトロ感あふれる小箱のデザインに魅せられ、収集

削られている気がします。

歴は48年。火を付ける一連の動作は、ライターほどの即効性はありませんが、「ほどよい不便さ」に風情やストーリーを感じられ、映画でたばこを吸うシーンも絵になります。デジタル時代となり、機能や効率が優先され、モノのぬくもりやゆとりは削られている気がします。