



株式会社タカイチ・四十年の軌跡と展望 「日本の伝統、

榑タカイチが創業四十年の節目を迎えた。四十年の道程は平坦ではなく、ワシントン条約締結国会議（CITES）による象牙の国際取引禁止など、世界情勢の荒波に揉まれた。その結果、取引禁止を転機に、黒水牛、オランダなどに扱い商品を拡大、新商品の開発も精力的におこなってきた同社だが、その結果はいかに……。象牙業界の歴史そのものとも言える同社の変遷と今後の展望を、同社社長に聞いた。

創業のきっかけを教えてください。

時代は、明治43年にまでさかのぼります。榑タカイチの現会長である高市景夫の叔父が、象牙細工の見習いに姫路から来阪し、その後独立。大阪の中心地である道頓堀に店を構えました。その店に、会長の兄が入社して独立。会長は、自分の兄の会社に勤めていました。

つまり、榑タカイチが象牙を扱うようになったのは、会長の叔父がルーツであると。そうですね。その後、会長は35歳で独立し、榑高市象牙店を設立しました。当初は象牙印材の

他に、磨き牙や象牙のパイプがよく売れたそうです。山梨に持っていくと、ボンボン売れたと聞いています。

そのころ、象牙は香港から原材料を輸入していましたが、買付け先をヨーロッパに伸ばし、さらには原産国であるアフリカに拡大。国内の同業者への原材料販売に加え、加工に不向きな材料や印材を作る際に出る端材などは香港へ輸出していました。ちなみに、会長はアフリカ十六ヶ国に約三十回程足を運んだと聞いています。

創業から89年の象牙国際取引禁止までは、順調に業績を伸ばしてききました。高市社長が入社したのはいつですか？

入社は87年です。97年に社長に就任し、社名を榑タカイチに変更しました。

実は、入社前はこの業界とは全く畑違いの、コンピュータのセールスマンをしていたんです。カタログのぎっしり詰まったカバンを持って、靴底に穴が開くほど一日中歩き回っていました。自分で言うのも何ですが、セールスの成績も良かったんです。

86年からは、英語を覚えるためにカナダに語学留学していた

んですが、その最中に、「象牙取引が禁止になるかも」というニュースをキャッチして、呼び戻されたんです。

では、英語はペラペラ？
いえ、なかなかそうはいきません……あと一年長く留学していたら……（笑）。

材料不足と高騰で象牙離れ進んだ

やはり89年の象牙取引禁止は大きな衝撃だった？

ご存知の通り、89年にスイスで行われた国際会議で象牙の一時禁止の提案が出て、これが可決し、国際取引ができなくなりました。これには弊社はもちろん、業界全体が大混乱になりましたね。

当時は材料も豊富にあり、ストックもありましたが、取引禁止の不安からか、値段が上がっ

象牙文化を守りたい」



高市雅也

たかいちまさや

1961年、8月29日生まれ。
1987年に榑高市象牙店に入社。1997年、代表取締役社長に就任し、社名を榑タカイチに変更。以来、ピアーブラック、ルミネ・クルール、ネオ・ブラック、ネオ・イエロー、ラインナップスタンドなどの新商品開発を精力的に手がける。趣味は車、家族とのドライブ、映画鑑賞など。

た。記憶では、並が一万円くらいになった。そうした値上がりの影響からか、象牙離れが進み、売れにくくなってきたんです。だからと言って、材料が入ってこないのも事実なので、安売りにして在庫を無くすわけにもいかなかった。これによって、売上げも減りました。取引禁止前は、ピーク時で年商が二十三億円でしたが、禁止後は大幅に減りました。

取引禁止を受けて、どんな対策をとりましたか？

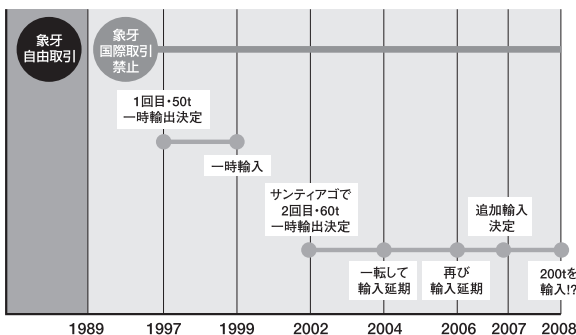
今後は「象牙だけではまずい」、という意見が社内でも出てきたので、話し合いの結果、黒水牛やオランダ、シープホーンなどを扱うようになりました。当時は他メーカーから、象牙に似た合成素材の印材がいくつも発売されましたが、「あくまでも天然素材以外は扱わない」という信念があったんです。黒水牛、オランダを扱いはじめた当初は、あちこちからサンプルを取り寄せたり、国内の材



㊦ 棚タカイチでストックしている象牙。50kgを超える大きな牙から小振りな牙まで、多種多様。㊧は同社内の印材製造工場の様子。写真左上は輪切りにした牙に、様々な印材サイズのスタンプを捺して、印材が何本取れるかを計算している。印材製造にはこうした職人技と機械が同居している。写真右下は象牙の端材。昔は香港に輸出していたそうだが、現在は取引禁止なので国内消費しなければならない。何に生かすかも課題。



象牙取引年表



料屋から仕入れたりましたが、他にも古くから黒水牛、オランダを扱うメーカーがあったので、良いものは全てそっちに流れてしまします。そこで、最終的には象牙のルートを使ってアフリカから直接輸入するようになったんです。

当初は牛の角の形そのままですが、今では現地の工場ですら加工させた物を輸入しているのが可能になりました。

黒水牛やオランダを扱うことで、売上げ減をカバーするこ

とができた？

黒水牛、オランダ共に、扱いはじめてから順調に出荷量は増え、現在では相当量が出るようになりました。シーブホーンも、自社オリジナルで、発売当初は相当売れた。それでも、象牙の減少をカバーできるほどではありません。象牙の場合、単価も高いのでそれをカバーするのは難しいですね。

象牙二百トンには百億円必要!?

象牙の組合があると聞いたことがありますが、具体的にどんな活動をしているのですか？

象牙の組合は三つあります。

東には東京象牙美術工芸協同組合、西には大阪象牙美術工芸協同組合です。この上部組織として、全国組織の日本象牙美術工芸組合連合会（JIEA）があります。JIEAには約四十五社が加盟しています。

加盟企業は中小企業ばかりで、象牙を加工する職人が多いんです。主な活動内容は、経済産業省と折衝したり、CIETESに対して意見を言ったりすることです。また、同業者同士で材料の交換会をおこなっています。

す。これは、「印材にするには小さい象牙」や、「自分の所では扱いに困るほど大きい牙」などをお互いに交換しあう会で、一年に二回、浜松で行われています。

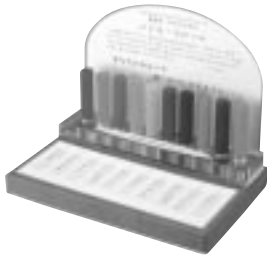
象牙組合としてCIETESに足を運んだり、入札に参加したりされていますが、現場の雰囲気は？

弊社社長が何度かCIETESに行っていますが、環境保護団体が大きな力を持っているため、なかなか公平な会議が難しいと聞いています。

前回のCIETESでは六十トン以上の象牙輸出が決定しましたが、そこから二転、三転したと聞いている。現状は？

今年6月にオランダで開催されたCIETESでは、「保留になっていた六十トンの在庫に加え、南アフリカ数ヶ国が保有する百四十トン近い象牙を輸出するかわりに、以後九年間は一切取引しない」という結論が出ました。実は、これ以降も動きがありました。原産国側が「日本向けだけなら売らない」と言い出したんです。

この背景には、象牙を欲している中国が、「一キロ当たり七百ドル出す」と原産国側に言い寄っ



発売以来人気の高い「ルミネ・クルール」。品のいいカラーが人気の秘密。



斬新なデザインが若者に人気の「ネオ・ブラック」と「ネオ・イエロー」。



マンモスリングと高級象牙印材を組み合わせた「象顔王」。インパクト大で高級感もある。



印材だけでなく、ディスプレイセットも発売。効率よく印材を見せる方法を提案している。

たからだと見られています。原産国としては、高く売れるならそちらに売りたい。だから「日本向けだけ」という条件に難色を示している。そこで前回のCITESの決定に対して「留保する」という噂が流れたんです。国際法上での「留保」とは

加盟国間の条約で、ある当事国が特定の条項を自国には適用しないと思表示すること。つまり、CITESの決定に従わず勝手に象牙を輸出する、ということ？
そうです。でも、留保するには、一定期間中に届出をする必

要があります。先日、この期間が終わりでしたが、留保の届出はありませんでした。
つまり、すったもんだのあぐく、元の鞘に戻った？
そうですが、2010年7月に行われるCITESの常設委員会会で中国が象牙の輸出先として認められれば、二百トン是中国と入札で争わなければならぬ。いつの間にか、「日本向けの六十トン」という取り決めがあやふやになってしまった。また、中国が認められない場合でも、日本の業者だけで二百トンを買うだけの資金的な体力があるかどうか、難しいですね。一キロ五万円としても、百億円の資金が必要ですから。

定番化とインパクトの新商品狙う

タカイチでは印材だけでなく、たくさんさんの象牙美術品を所蔵されたり販売されたりしていますが、象牙に対する思い入れはやはり強いのですか？
今の時代はどんな業界でも、後継者不足や業の衰退で伝統が失われつつある。日本の象牙細工も、江戸時代から約三百数十年の歴史があります。そうした

文化は守っていかなくてはならないと思います。
日本人のライフスタイルが変わり、象牙の置物ひとつにしても、置く場所がない。生活に余裕があるわけでもなく、子育てで精一杯、そんな中、難しいとは思いますが、どうにかして象牙文化を残していきたい。
ここ数年、立て続けに新商品を発表されましたが、その売れ行きはどうですか？
牛の角に色をつけてコーティングした「ルミネ・クルール」はかなりの人気です。この商品には、希少な牛の角の純白を使っているの、今は材料が間に合わない状態なんです。毎日何十本も注文が入りますね。
他にもネオブラック・ネオイエローなどは、ルミネほどではないけど、順調に売れています。デザインが評判良く、定番化してきていますね。
最近では、「象顔王」というユニークな商品も発売されましたが、売れ行きは？
象顔王は象牙印材とマンモス材のリングを組み合わせたもので、インパクトがあります。それが意外に人気で、「高いものを売りたい」という小売店さんから引き合いが多いんです。ル

まず、来年以降に入ってくる象牙への対応が必要です。それと、新商品作り。常に何か新しいモノを作らなければならぬというのは頭にあるので、あくまでも天然素材にこだわって、定番化する商品、インパクトのある商品の二パターンを展開していきたい。また、昔のように、象牙端材の輸出ができないので、端材を利用した商品作りも考えていきたいですね。

今後の展望を教えてください。
（終）