漆喰は古くて新しい、社会的価値のあるもの

― 持続的に市場を拡大成長させる可能性を秘めた左官材 ―

日本漆喰協会
奥山　浩司会長に聞く

古くから建材として用いられてきた漆喰。その優れた機能性は、現代の住環境においても改めて注目されている。一方で、施工にかかるコストや手間などが課題となり、壁紙をはじめとする低コストの内装材に市場を押されているのが現状だ。漆喰を「価値ある仕上げ材」として普及させ、魅力を伝えていくか。

本稿では日本漆喰協会の奥山浩司会長に漆喰が持つ魅力と可能性、協会の取り組み、今後の展望について話を伺った。（編集部）



▲「漆喰のオーソリティとして正しい漆喰を普及させ、その安心・安全性を広く伝えていきたい」と語る奥山会長

「漆喰＝伝統素材」だけではない

漆喰の社会の認識についてどう感じますか――

先日、ヨーロッパへ出張に行ってきました。そこで改めて感じたのは、漆喰の原点がヨーロッパであるということです。今回伺った南イタリアは漆喰の本場で、ほとんどの家屋の内外壁いずれも職人が漆喰で丁寧に仕上げています。左官職人が携わるのは基本的に家を建てるとき。その後は外壁の漆喰については家族が自らの手で定期的に塗っています。南イタリアに限らず多くのヨーロッパの国々で、漆喰は手軽で身近な建材として定着しています。

それに対して日本では「漆喰＝伝統素材」という認識が根強いように感じます。伝統建築に使われ、昔から受け継がれてきた素材だから良い。そうした価値観を出発点にすると、どうしても伝統素材という側面ばかりが強調されてしまいます。その結果、漆喰が特別なものであるかのようなイメージを与えているのではないでしょうか。

伝統には、もちろん素晴らしい価値があります。しかし、それだけではありません。漆喰が現代社会において価値を持つ、古くて新しい壁材であることを、もっと訴えていかなければならないと常に思っております。

ライバルは壁紙という認識を

漆喰の価値を知ってもらうには――

漆喰の社会的価値を訴えるには、まず室内で使ってもらうことが重要です。しかし、現在の内装材市場では壁紙が圧倒的なシェアを占めており、その割合は90％をゆうに越えます。漆喰の市場を拡大するには、壁紙こそが競合相手であるという認識を持たなければなりません。

壁紙と比べると、漆喰の施工費用が高くなることは避けられません。それでも、「伝統素材であり、職人の優れた技術で個性的で素晴らしい仕上がりが得られるのだから、壁紙とは別格だ」と考え、市場価格とのバランスを無視した価格設定を続けていては、漆喰は衰退してしまうでしょう。施主の立場に立って考えれば、少なくとも壁紙の３～４倍程度のコストに収めなければ、市場で選ばれるのは難しいのではないでしょうか。

仮に内装市場全体の１割を漆喰壁が占めるようになれば、単純計算で現在の野丁場含めた左官仕事の10倍の仕事が生まれることになります。仕事がなければ、左官が技能