

茶箱

いまむかし
(最終回)

きたむら りえ
北村 理恵

茶箱を

おめかし

「インテリア茶箱」



あらためて、茶箱はお茶を運ぶために作られた杉木の箱。中はトタンで内張りされて、防湿・防虫・防酸化の効果がある優れた収納箱です。その茶箱をおめかしするように、綿を入れ、美しい布を張った「布張り茶箱」が話題です。そのままの茶箱とは違った魅力を持つ「インテリア茶箱」を紹介します。

布張り茶箱の楽しみ方

茶箱の素朴なおもむきとは打って変わって、華やか、荘厳、清楚と様々な表情を見せる「インテリア茶箱」。茶箱に、綿やクッション、補強を施し、その上から好きな布を張って、大きいサイズはインテリア兼収納家具に、小さいサイズは卓上のオーナメント兼収納ボックスに仕立てます。中々大きいものは座ることができるよう補強されています。クラフト、趣味の世界に留まらず、茶箱を生活の表舞台に立たせ、後世に残すことができます。

1 世界に一つの インテリア茶箱を作ろう

自分の好きな布を使って自分だけのインテリア茶箱を作ることができません。大切な着物や帯、着られなくなった思い出のある服を材料に「特別な茶箱」を作り、インテリアとして魅らせ、楽しめます。興味のある方はインテリア茶箱クラブ認定インストラクターの教室へ足を運んでみてください。

<https://chabako.jp/school/nintei>

2 お気に入りの インテリア茶箱を 見つけよう

プロフェッショナルの手で作られたお好きなインテリア茶箱を、自宅に取り入れてはいかがでしょうか。色々なスタイルのインテリア茶箱を見るなら、百貨店の「インテリア茶箱展示販売会」に足を運んでみるのがオススメです。イベントでは販売のほか、お好きな生地でのオーダーも受け付けています。

2015年に新宿伊勢丹で開催された「JAPANESE近畿の染色の世界」では、手描き京友禅の皇室献上作家の藤井寛氏、高蔵染め染師の天下倉和彦氏、アーティストの植田志保氏、ファブリックデザイナーのKoha*氏という4人の作家による布をそれぞれにまとったインテリア茶箱が展示販売されました。現在では、京友禅、江戸小紋などの日本を代表する伝統工芸の活路の一つとしても注目を浴びています。ファブリックや服飾デザイナーとの協業や、海外の老舗ブランドとの取り組みなど、少しずつ世界を広げていきます。

インテリア茶箱クラブ

「認定インストラクター養成コース」

本部（東京都）と大阪で開設。
認定インストラクターは全国に約100人います。



手描き京友禅「藤井寛」氏の「昼夜」柄を北欧のブランド「ROROS」がブランケットにした協業商品



高蔵染め染師「天下倉和彦」氏の高蔵染で制作したインテリア茶箱



アーティスト「植田志保」氏が、白いキャンバス地に直に彩色したインテリア茶箱



京都ファブリックデザイナー「Koha*」氏のオリジナルのファブリックで制作した茶箱





インテリア茶箱の用途

インテリア茶箱を生活に取り込むため、様々な使い方の提案もします。
 ※60K、60KSの大きなサイズは、普通サイズの着物のタトウ紙を折らずにしまえるため、茶箱ならではの防虫・防湿・防酸化機能で大切な着物や帯を劣化から守ります。

最近人気を集めているのが、ひな人形の収納と同時に「飾り台」としても使える仕様のものです。「飾る場所」として場所が「一緒」という現代生活にマッチした季節飾りの提案です。これは「金沢インテリア茶箱

クラブ」が加賀友禅のインテリア茶箱で始めたアイデアです。本部をはじめ、全国各地のインテリア茶箱認定インストラクターたちがアイデアを出し合い、用途が広がっています。

ウエディングのシーンでは「ウエルカムボード」に変身。式では花などを飾り、式のあとはウエディングドレス、アルバムなどを収めてスツールとして使えます。

また蝶番や取っ手、脚やキャスターを付けることで使い勝手がぐんとあがります。このように「インテリア茶箱」はどんどん「使えるもの」として進化していきます。

※箱サイズ

60k 外 91×46×52 内 85×40×48
 60ks 外 91×46×31 内 85×40×28

インテリア茶箱 始まりのお話

きっかけは日本に在住の
 外国人宅の茶箱

インテリア茶箱クラブは個人事業の教室として1999年に発足、2004年に法人化しました。発足の1年前、インテリア茶箱クラブ主宰のバイザー真澄さんが、知り合いのアメリカ人、カレンさんの自宅に遊びに行った時に、藍の布張り茶箱を発見したことから始まります。

日本に在住の外国人は、引越し業者が荷物運搬に使っていた「茶箱」に馴染みがあり、その流れで布張り茶箱を作る人が1975年の中頃から存在したそうです。中でもパム・ジェンキンズさんが中心となつて、東京ア

メリカンクラブ等で教室を持ち、外国人を中心に布張り茶箱を広めたと言われています。その当時、日本人で布張り茶箱のことを知っている人はごく限られていました。そのパム・ジェンキンズさんに布張り茶箱を教

わつたというのがカレンさんです。バイザーさんはカレンさん宅で布張りを教わり、その楽しさに夢中になつたそうです。自宅で何個も作るうちに、近所の人や、仲間が教えて欲しいと集まるようになりました。人数が増えはじめたころ教室を開きました。その後、布張り茶箱を「インテリア茶箱(登録商標)」と命名し、法人化。「有限会社インテリア茶箱クラブ」として茶箱存続事業に本格的に取り組むことになりました。

「前田製函所」に惚れ込み 「茶箱存続への嘆願書」を提出

「茶箱を作る職人がいなくなる。需要も減少の一途をたどっている」バイザー真澄さんが、茶箱の窮状を知り、守りたいと思うようになったのはインテリア茶箱教室を始めてすぐのことでした。茶箱そのものの機能性や面白み、そして「日本の手作り文化」の内包する精神性も含めて、失いたくない日本の財産



インテリア茶箱クラブ主宰バイザー真澄さん。
 初期の布張り茶箱とともに



だと感じたといえます。パイザーさんは、川根本町にある前田製函所の茶箱に惚れ込み、親方の技術を後世に伝えたいと考えました。まず、親方に存続の意思を確認した上で、川根本町の町長に「茶箱存続への嘆願書」を提出し、それが川根本町との取り組みのきっかけとなりました。

茶箱を次世代へつなぐ インテリア茶箱クラブ

インテリア茶箱クラブは、前田製函所から茶箱事業を引き継ぐ受け皿として2016年、「株式会社前田工房」を設立し、親会社になりました。前田工房、インテリア茶箱クラブ、川根支社、東京本社が一体となつて、茶箱の未来を作ろうとしています。

前職は川根本町役場の企画室長で、豊富な経験と人脈をもってパイザーさんと歩みをとりにしている蘭田喜恵子さんというキーパーソンがいます。前田工房の代表取締役の彼女は、インテリア茶箱クラブ川根支社ができた時に、支社長として茶箱救世軍に参加しました。前田工房とインテリア茶箱クラブ川根支社を切り盛りしつつ、自らも茶箱製造の和紙貼りの工程を学びながら、親方に指導を受ける新人の茶箱職人たちを見守ります。パイザーさんと思

を共有し「茶箱を後世に残す」目的に向かつて、何があつても続けようと頑張っています。

茶箱と布の融合で より高い品質を

最初の頃は手軽な布で楽しむ方が大多数でしたが、「家具にしたい、長く使いたい」という意識の変化から、現在は高品質のインテリアファブリックや、帯・着物などの高価で思いつく深い大切な布などを使う方が増えました。そんな中で「茶箱の文化と布の文化の融合」というコンセプトが生まれました。伝統工芸の染めや織りの生地を扱う作家、業者は、インテリア茶箱の商品としてのクオリティの高さを評価しての協業です。

「商品として布を張るのは誰でも出来るわけではなく、つき詰めてい

くと、これぞよい」という終着点は見えないものです。川根での茶箱づくりも含め、どのような分野でも入口は容易に見えますが、経験を積み重ねるほどこの道に終わりはない、と実感していくものではないでしょうか。それがまた苦しくも楽しくもありです」とパイザーさんは言います。

20周年を迎えて

今年20周年を迎えたインテリア茶箱の事業。2020年にはこれまでの歩みを俯瞰した記念展示会も行う予定だそう。パイザーさんは、茶箱存続のために重要なことが3つあるといいます。1つは「インテリア茶箱」とらわれず、需要、供給の両方から多くの協力者を迎えて健全な市場を形成すること。2つ目は「適正価格」をきちんと見直すこと。多くの手仕事は「食べていけない」という理由で

産ができず、茶箱を作るために必要な技術や材料は一朝一夕のものではありません。手仕事の価値をきちんと説明し納得してもらえれば販売の仕方を確立する必要があります。パイザーさんは、20年目でも道半ば、むしろスタート地点に立ったばかりだと話します。

「茶箱」のこれから

「これが本物だ」と分かる人を増やすことが茶箱に未来を与えます。前田さんやインテリア茶箱の製作者たちが培った、こだわりや技術をきちんと知る事が本当の価値を理解することにつながります。また茶箱産業の復興は、地元の活性化、林業など周辺産業への貢献と、様々な側面もあります。インテリア茶箱は、しまえる、飾れる、座れる、と、マルチタレントぶりを余すことなく発揮します。なにより、日本の手仕事文化の象徴する自然との対話、調和を尊び、ものを丁寧に扱う精神。これは平和への道しるべとして世界に発信していく価値のある、貴重なものだと思います。



川根本町のお茶や、川根町に自生する茜、紫蘇、ヨモギで手染めした「草木染」のインテリア茶箱

失われていきま
す。お金が正しく
生産者にわたる仕
組みを作らねばな
りません。3つ目は
「ブーム」にせず、
丁寧な「付加価値」
を添えた形で
商品をお届けしていく
こと。手作りは量

