

有限会社 大橋量器

File.1 千年の思いを未来へつなぐ 枅のフロントランナー

前号までは「サステナブルに挑む」と題し、環境や社会に配慮した取り組みを行う企業を紹介してきました。本号からはそれに加えて、革新的な取り組みやユニークな事業に挑戦する企業を紹介する新コーナーをスタートします。未来を見据え、これまでにない発想や技術で新たな道を切り開こうとする企業の姿を見つめます。読者の皆さまに気づきや刺激をお届けし、ビジネスやキャリアに役立つヒントとなれば幸いです。

日本の伝統的なヒノキの器「枅(ます)」を、あなたはどんな場面で見ただろうか。

お祝いの席? 節分の豆まき?

だが、大橋量器の枅は、それらとは少し違う。カラフルな塗装をまとい、アロマ香る入浴剤として暮らしを彩り、ときにはライトとして光り、あるときはごはんを美味しくよみがえらせる。

「枅? あの四角い器でしょ」と思った人ほど、きっと驚くはずだ。大橋量器は、そんな枅の常識を、ことごとく覆している。

DATA

社名: 有限会社 大橋量器

所在地: 岐阜県大垣市
西外側町2丁目8番地

電話: (0584)78-5468

従業員: 46名

HP: <https://www.masukoubou.jp/>

時代の荒波に立ち向かう、 老舗枅メーカー

1993年、大手IT企業から家業に飛び込んだ若き3代目は、数字を見て愕然とした。父から聞いていた売上は1億円。だが、実際はその半分の5,600万円だった。

「話が違う」

その家業とは、枅を専門に製造する老舗企業。枅は1,300年以上前の奈良時代から計量器として使われてきた、日本人にとって由緒ある道具。とりわけ大垣市は、全国シェア8割を誇る一大産地として知られている。

同社は、そんな地で1950年に創業した。計量法の改正で計量器としての枅の需要は減ったものの、やがて枅で日本酒を飲む文化が広がり、一時期は受注が追いつかないほどの盛況ぶりを見せた。

ところが、主な取引先だった酒問屋

が次々と姿を消すにつれ、同社の売上も減少。同社自体、酒造メーカーとの関係が薄かったことも裏目に出た。

「枅っておもしろくないな…」

薄暗い工場で、無機質な枅を淡々と作り続ける日々。さらびやかなハイテクの世界とはまるでちがう、閉塞感に満ちていた。

入社当初の大橋博行社長は、正直やる気がわかなかったという。

だが、数字を見て一気に目が覚める。「このままではいけない」

危機感に突き動かされ、大橋社長は覚悟を決める。全国の酒造メーカーを訪ね歩き、自社の枅を売り込んで

回った。前職のコンピューターの営業とはわけが違う。だが、それでも足を止めなかった。

やがて、誠意と熱意が少しずつ実を結び始める。ついに売上は8,000万円へと回復。

かつておもしろくないと感じた枅も、営業活動を重ねるうちに愛着がわき、それを伝えることに手応えを感じるようになった。

初めての挑戦は返品の手山だった

ところが、売上は再び落ち始めた。原因は「日本酒ばなれ」。結婚式などの祝いの席で、日本酒ではなくビールや



工場の隣にある枅の専門ショップ「枅工房ますや」。



冷凍ごはんの保存容器「枅のおひつ COBITSU(こびつ)」。ヒノキの調湿性によりお米がべたつかず、容器の蒸し器効果によりごはんをまんべんなく温めることができる。

シャンパンなど洋酒を飲む人が増え、酒器としての枡の出番も少なくなっていた。

同社はなんとか枡を使ってもらおうと、東京の代官山や自由が丘などの雑貨店へ飛び込み営業を開始。しかし、なかなか売れない。それでもあきらめず営業を続けたところ、興味をもってくれる先が現れ、色を塗った枡3,000セットの注文が来た。ようやく訪れた大きなチャンスだった。

だが、ここで壁にぶつかる。

同社には、枡に塗りを施した経験がほとんどない。ましてや、大量生産ができる設備もない。

それでも納期は迫ってくる。同社はアルバイトも駆り出して生産を急ぐも、品質が追い付かず、粗悪品を濫造。結果、返品の手が山となった。

「大失敗だ…」

しかし大橋社長はあきらめなかった。初めての挑戦は失敗したが、特注のオリジナル枡という切り口には、確かな手ごたえがあった。3,000セットは無理でも、小ロットなら対応できる。「もう次の手がない。なら、これしかない」

そう腹を括った時、大橋社長の中で何かが変わった。本来めんどくさがりな性格だが、少し手間のかかることでも抵抗がなくなった。

ここから始まったのが、「NOといわない営業」。従来とは異なる形や仕様のオーダーにも、できる限り応じるスタイルだ。



枡でビールを楽しむ「ジョッキ枡」。

「背の高い枡がほしい」

「八角形の枡は作れるか？」

「枡に漆を塗りたい」

今まで作ったことのない枡のオーダーが次々と持ち込まれた。その試作のほとんどを、大橋社長が手がけた。やってみると意外と楽しく、苦にならなかった。

そんな大橋社長の姿を、社員たちは遠巻きに眺めていた。

「こんなことをやっていて、大丈夫なんだろうか…」

社員たちの疑心暗鬼な声が聞こえてきそうな雰囲気、大橋社長自身もひしひしと感じていた。それでも、手を止めなかった。

工場の隣に、地域とつながる 拠点が生まれた

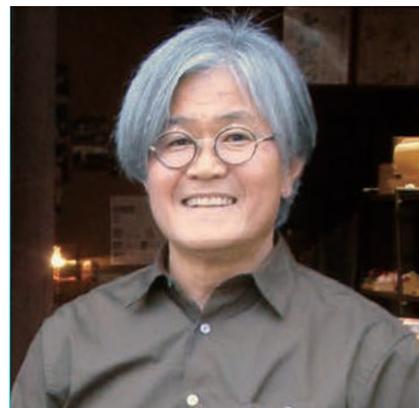
こうした取り組みを続けていると、「なんだかおもしろそうなことをやっている枡屋がある」と、業界内外に評判が広がっていった。

そこで同社は2005年、法人化を機に、枡の専門ショップ「枡工房ますや」を工場の隣にオープン。店内にはこれまで作ってきた枡をずらりと並べた。すると、老舗枡メーカーの異色な試みにテレビや新聞が食いつき、枡工房ますやはメディアで大々的に取り上げられた。

思わぬ反響もあった。大垣の人々が、地元の枡に目を向けはじめたのだ。



人気商品の1つである枡の入浴剤「Math Salt(マスソルト)」。



有限会社 大橋量器
代表取締役 大橋 博行氏

「大垣が日本一の枡のまちだったなんて、住んでいるのに知らなかったよ」

「地元の人間として誇らしいね。これからも応援してるよ」

枡工房ますやの店先で、そんな声をかけられるようになった。かつては、工場の音で近隣に迷惑をかけているのではないかと、肩身の狭い思いすらしていた。だが今はちがう。大垣の人たちに、もっと枡を使ってもらいたい—そんな思いが芽生えた。

こうした革新の波は、社内にも変化をもたらしていた。枡に新たな価値を吹き込もうと没頭する大橋社長の姿に、社員たちも心を動かされた。

「もっと良い枡を作りたい」

「もっと新しい枡を作ってみたい」

一人ひとりが自らの意志で動きはじめた。

また、伝統産業でありながら新しい



ミニチュア枡がおしゃれな「枡ピアス」。

ことに挑戦しているという同社のギャップが、気鋭で優秀な若手を引き寄せた。創造性と技術を併せ持つ人材が集まり、新商品開発の中核を担うようになった。

その後も、「枡を粹でかっこよく! 枡をエンターテイナーに!」を合言葉に、伝統にとらわれない新しい枡を生み出した。枡のお猪口、ビールジョッキ、コーヒークップ、小さな枡をあしらったストラップやアクセサリ、インテリアライト。そのどれもが話題を呼び、枡のファンは着実に増えていった。

同社の挑戦は、商品開発だけにとどまらなかった。

枡のコンセプトカフェ「masu cafe」や居酒屋、枡を内装材としたブランドなど、異業種的な取り組みにも着手。枡を使ったゲームで遊べる「大垣『ます』まつり」や、ローカル列車に揺られながら枡で地酒を楽しめる「枡酒列車」など、大垣の枡の魅力を発信するイベントも開催した。

国内だけでなく海外展開も模索。カラフルな色や柄をあしらった「カラー枡」が、世界的ファッションブランド「ポール・スミス」の目に留まり、ニューヨーク店で販売された。和とモダンが融合したデザインは、新し物好きなニュー Yorker の心をつかんだ。

新しい枡のあり方を追求する同社の試みは、順調に進んでいた。



規格外の枡をペン立てに再利用した「ひのきのペン立て」。

コロナ禍を乗り越える 起死回生の一手

2020年。同社にまたしても大きな試練が訪れる。新型コロナの猛威が世界中を襲った。祝いの席が消え、イベントが止まり、人々は家にとじこもった。枡の需要は激減。同年5月は売上が75%減と、見たこともない数字が出た。「来るとは思っていた。まさかここまでとは…」

大橋社長は頭を抱えた。また売れない時代に逆戻りなのか—。

そんな大橋社長のもとに、若手の一人がある企画を持ってきた。「AICHI DESIGN VISION」。東海エリアのものづくり企業とデザイナーをマッチングし、ともに商品開発を目指すプロジェクトに、同社も参画しようというのだ。

「起死回生の商品ができるかもしれない」

このチャンスにかけてみることにした。

当初のアイデアは、枡を使って電子レンジでお米を炊くというものだった。しかし、試してみると、危険を感じるほどに煙が立ち上った。ただ、煙とともに、ヒノキの良い香りがただよってきた。

「この香りを、生かせないだろうか」

そこで、冷凍ごはんを電子レンジで解凍する用途に着目。米のプロであるお米アドバイザーの協力も得て、試行錯誤を重ねた。

最大の難関はヒノキの香りだった。



アウトドア仕様の枡「オトモンマス」。

香りが強すぎて、かえってごはんがまずくなる。そこで、食品衛生上安全な塗料を2度塗りすることで、香りを抑えることに成功した。

その後も改良を重ね、ほのかなヒノキの香りとともに、冷凍ごはんを炊き立てのように楽しめる枡のおひつ「COBITSU(こびつ)」が誕生した。

COBITSUは、おうち時間を楽しめる商品として全国的に話題を呼び、累計販売数3万個を超えるヒット商品となった。同社はコロナ禍で大きく落ち込んだ売上を大幅に回復。見事な復活を遂げた。

COBITSUの存在は、同社を大きく勇気づけた。

「枡の力で、お客様に幸せな時間をもっと届けたい」

同社はあらためて、自分たちの存在意義と信念を見つめ直していた。

枡を作り、林業を支える

コロナ禍が落ち着いた現在、同社はまた新たな危機に直面している。

材料がないのだ。

高齢化や住宅市場の不況により林業従事者や製材所が減少。枡の原料となる建築材のヒノキの端材が入手しにくくなっている。板材の仕入れも難しく、ついには同社自らが製材機を導入し、丸太からの加工に踏み切った。

「売りたいくても、材料がなければどうし



国産ヒノキと100%天然の蜜蝋を使った枡のアロマキャンドル「MASU CANDLE 蜜蝋 -みつろう-」。

ようもない」

切実な言葉が、大橋社長の口からこぼれる。

だが、この危機もまた、彼らを新たな挑戦へと駆り立てた。枡メーカーは、木を使うことも一つの使命であるはず。そこで始めたのが、枡と林業をつなぐ取り組みだ。

「枡と林業を、もっと暮らしの身近に」

昨年ははじめての試みとして、地元の小学校で出張授業を行い、枡づくり体験と植林活動を組み合わせたプログラムを実施した。子どもたちは手作りの枡でヒノキの苗木を育て、山へ植え戻した。

木を使うことは、悪いことじゃない。むしろ木を使うことこそが、森を守り、林業を守ることにつながる—そのメッセージを、枡を通して伝えようとしている。

そしてもう一つ、子どもたちに知ってほしいことがある。

大垣の伝統産業である枡が、懸命に挑戦を続け、ここまで生き延びてきたこと。

大垣の枡を、子どもたちに誇りに思ってもらいたい—そんな願いを抱きながら、同社は子どもたちに向き合っている。

枡星人たちのアイデアの源泉

枡で何か新しいことができないか。いつどんな時でもアンテナを立てているという大橋社長は、自らを「枡星人」と、笑い交じりに表現する。

新しいアイデアは、危機感がきっかけで生まれることもある。このままではいけないと危機感を抱き、「じゃあ次は何ができるだろう?」と考える。それ

がまた楽しいのだ。危機感と楽しさが入り混じり、斬新なアイデアの源泉となる。

同社の商品には、社員のアイデアから生まれたものも多い。

たとえば、枡をスタンプで鮮やかに彩ったペンスタンドは、女性社員2名によるアイデアで、規格外品になった枡を再利用した。アウトドア用ロープを取り付けたコンパクトなポータブル枡「オトモシマス」は、職人の無類のキャンプ好きが高じて生まれた。2024年11月に発売されたばかりの「MASU CANDLE 蜜蝋 -みつろう-」は、「暮らしに和の癒しを届けたい」という思いから誕生。枡に大垣の養蜂場で作った蜜蝋を入れたアロマキャンドルで、贈り物としても人気の商品となっている。

社員からアイデアが出たとき、大橋社長は「いいよ、やってみて」と、すぐに背中を押す。あまり細かいことを言いつぎると、本人が委縮してしまい、何もできなくなってしまうからだ。「まずはやってみよう。枡だから型もいらないし、板一枚あれば試せるから」

大橋社長は、社員の挑戦を気軽に促す。

たとえ失敗しても、それが後になって強みに変わることもある。前述の、塗りを施した枡を作ろうとした経験がまさにそれだ。同社はあの経験を経て、枡に自在に色を塗る技術を身につけ、新商品開発に活かしている。

「がむしゃらにやって失敗したけれど、無駄じゃなかった。最初はうまくいかなくても、長い目で見れば強みに変わる」

そう考えるからこそ、大橋社長も社員たちも、未知の枡づくりに挑み続けることができる。

大橋量器の強みは「枡」そのものである

「うちには突出した木工技術があるわけじゃない。ただ、枡を扱っている。それが強みなんです」

機能だけを見れば、枡はただの木の器かもしれない。けれど、千年以上の歴史があり、日本最高の木材と呼ばれるヒノキが使われている。また、人々はそれを木の器とは言わず、「枡」と認識する。そこには日本人が重ねてきた縁起や価値観がある。そうした文化と歴史の重みをもつ枡を受け継いできたことが、同社の強みだ。

ただ、伝統に縛られすぎていては、次のステップへ進むことはできない。同社は伝統を守りながらも、現代の暮らしに寄り添う新しい枡のあり方を模索している。世界初の挑戦の連続だ。「千年以上も日本で活躍してきた枡を、今自分たちが継承しています。そんな枡を、自分たちの代で絶やしてよいのか。『枡ってすごいね』と言ってもらえる時代を作り続けたい」

枡には、これまで携わってきた数多の人々の思いが、今も脈々と息づいている。

「私たちは枡の最前線にいる存在として、その思いを次の世代へとつないでいく使命を負っている。それこそが、私たちの原動力です」

大橋量器はこれからも、ますます個性的で魅力ある枡を世に送り出していく。小さな枡にあふれんばかりの、はかり知れない大きな可能性を信じて。

(2025.5.19)

OKB総研 調査部 梅木 風香