

変わる「ろうそく」のニーズ

12月は街がクリスマスモードで賑わい、ろうそくを目にする機会も多くなる。

三重は全国有数のろうそくの生産地だ。2022年から過去10年間の統計をみると、全国トップクラスの出荷額が続いている(「工業統計表」「経済センサス」「経済構造実態調査」より)。県内には複数の事業所があり、中でもカメヤマが製造する「カメヤマローソク」の名称やロゴになじみのある方も多いのではないかな。

同社によると、1959年の伊勢湾台風による大規模な停電の際、災害用ろうそくとして「カメヤマローソク」が広く使われたことが、同社のシェア拡大のきっかけになったという。

ろうそくは奈良時代に仏教とともに日本に伝来したといわれる。以来、神仏用や夜のあかりとして用いられてきたが、近年ではどのようなニーズがあるのだろうか。

5月に亀山市内にオープンした「カメヤマローソクタウン」には、さまざまな香りが楽しめるアロマキャンドルなど、彩りも鮮やかな商品が多数並ぶ。故人が好きだった物を形にした「好物キャンドル」も人気で、コラボが実現して他社製品を模したキャンドルも登場している。

現在でも昔ながらの真っ白な神仏用ろうそくのニーズが最も多いが、商品の多様化が進み、「さまざまな種類の商品をそろえる楽しみ」や「火の揺らぎや香りがもたらすやすし」を求めて購入する人も増えているという。

家の仏壇に手を合わせたり、お墓参りをしたりする機会は以前に比べて少なくなっているとみられる。一方で、その時間をより大切に、より特別にしたいという気持ちを持つ人が多くなり、多様な商品が求められているのではないだろうか。

ろうそく製造業は歴史が長く、伝統的な産業というべきものだ。「カメヤマローソクタウン」のように付加価値を高め、宗教儀式以外でも使われるシーンを提案し、時代のニーズに応えることが、伝統を守ることにもつながっている。

日本の文化に根ざした技術やモノが、形を変えながらこれからも続いていくことを期待したい。

(経営管理部 大坪 慎也)