

九州伝産の旅

★コーディネーター編★

vol.1

2023年

(株)うなぎの寝床

代表取締役 白水高広氏

1985年佐賀県小城市生まれ、大分大学工学部福祉環境工学科建築コース卒業。2009年8月厚生労働省の雇用創出事業「九州ちくご元気計画」に関わり2年半プロジェクトの主任推進員として働く。同事業は2011年グッドデザイン賞商工会議所会頭賞を受賞。その後2012年7月にアンテナショップうなぎの寝床を立ち上げるとともに、現在まで地域文化商社として思考を続けている。

地域文化商社 うなぎの寝床

工芸品の背景にある「地域文化」に焦点を当て、地域に不足する機能を補いながらアクションを起こし続ける

久留米緋の「MONPE」をヒットさせたことで知られる地域文化商社 うなぎの寝床さん。地方型アンテナショップやオリジナルブランドの立ち上げにとまらず、旅行業や宿事業、本屋の立ち上げ、都心部への出店など次々と新たな事業を展開されています。九州の地域文化振興を担うキーマンである代表の白水高広さんにお話を伺いました。



うなぎの寝床 代表 白水高広さん



うなぎの寝床旧寺崎（アンテナショップ）



うなぎの寝床取り扱い商品

Q.会社のコンセプトや取組を教えてください。

うなぎの寝床では以下の4つを会社コンセプトにしています。

- ①地域文化を解釈し、その現代活用の方法を探る
- ②文化を続けていく意思があれば（文化の担い手が）
私たちは活用方法を一緒に考える
- ③地域文化の魅力が現代社会へ変改し、
連続的な経済循環を生み出す
- ④地域文化に利益をきちんと還元する仕組みを考え実践する

※「うなぎの寝床」公式 HP より <https://unagino-nedoko.net/about/>



②については、事業承継等が難しい場合は、地域文化を収束させることも選択肢の一つにしていることが特徴です。その場合は、きちんとアーカイブ化して残すことも重要な仕事だと

思っています。また、会社の特徴は、商社・小売り・メディアなど、複数の機能を有しているところと、地域に拠点を置きつつ、地域文化を「自分ごと」として捉えながら掘り下げ、「つくりて」と一緒になって商品のマーケティング・販売を行っているところです。「つくりて」さんに足りないものを補っているイメージで、例えば素材が良いものは、会社でそれを服やカタチにして売ったり、良いものができたのにどう売ればいいのか分からないというものは、それを会社で買い取って売り方を考えたりしています。

Q.現代風「MONPE」のヒットの要因と制作の経緯は？

初めて久留米絣のもんペを穿いてみたらすごく穿き心地が良かったんです。そこで、もんペを現代生活に合わせて見直すべく、機能や、歴史などを徹底的に調査し、マーケティングを行いました。ヒットの要因は 20～30 代向けにもんペの生活提案をし直した点と、価格設定だと思います。価格設定については、当時もんペが 1 着 1～2 万円では「高すぎて売れない」と言われました。最初の取組としては、八女で久留米絣の「もんペ博覧会」をやるとういうことになり、妻がもんペの型紙を作ってくれて最初の MONPE ができあがりしました。博覧会は予想以上に反響があり、卸さんからの要望を受けてまずは型紙を販売することになりました。そのうち、全国から MONPE を取り扱いたいというお声をいただき、卸をすることになり、その後はオリジナルブランドを制作するメーカーにもなり、今では年間約 1 万 5 千本～2 万本の MONPE を生産するほどになりました。現在は久留米絣だけではなく、様々なテキスタイルの産地とコラボして制作しています。

Q.商品を選定する際の基準は？

ものを選ぶ基準としては『①地域のものがたり性』、『②どういう「つくりて」が制作を行っているのか？』という点、『③経済性（地域経済を回す可能性を持っているのか？）』の 3 点です。「地域文化」と「経済性」の両立・バランスを重視しているのが特徴です。③の地域経済をうまく回すことができれば、①の地域特性を担保することができ、文化の継承がきちんとできます。なので、行政や美術館等とは違い売れないものは置きません。仕入れに関しても委託仕入れではなく、買取仕入を行い、覚悟を持って商品の選定を行っています。頻繁に売れる商品ばかりではないですが、明確な基準をもって商品の価値を評価しているので、店舗の商品に「不良在庫」というものは存在しない（いつか必ず売れる）と思っています。

Q.旅行や宿事業をスタートされたのはどのような目的ですか？

7～8 年間、ものの売買が事業の中心でした。その中で、消費者に「つくりて」の思いや作られた場所、文化・歴史などがしっかり伝わっているか、疑問が湧きました。その土地に実際に行って「つくりて」と触れ合うきっかけ・体感できる場が作れないかなと思い、旅行業や宿事業をスタートさせました。「つくりて」にとっても、普段は使う方の声を聞く機会がないので、良い機会になっているようですし、プレゼンカも上がっているようです。



グループ会社の UNA ラボラトリーズで行うクラフトツーリズム

Q.本屋さんはこれまでとまた毛色が違う気がするのですが・・

本屋は、若い人が集まるコミュニティーの場になればいいなという思いで作りました。きっかけは、アメリカ出身の男性がインターン生として八女に1ヶ月間滞在していた時のことです。八女では、「話ができる若い友達になかなか会うことができず、寂しい」と話していたので、コミュニティーの場の必要性を感じました。また、私自身も会社や商売のこ



旧寺崎邸内に展開する「うなぎ BOOKS」

とで思い悩んだ時、本屋へ行きますし、これまで本で得たことも大きいです。そのように、若い人が学べる場になればいいなと思っています。また、「もの」を売るだけでなく、本屋を通じて「もの（工芸品）」の周りの情報を伝えたいという思いもあります。

Q.様々な地域を見られて、元気のある産地はどういう傾向があると思いますか？

官民で一体感がある地域はうまくいっているように感じます。また、伝統を守りながら、現代に合わせて地域文化を更新していくことを大切にされている産地もうまくいっていると思います。全てを昔のまま伝承するのではなく、変えるものと変えないもののバランスを見極めることが大切です。例えば、手作業で続けることと機械を導入することを見極めた上で、機械化も進めていっしやる事業者は元気のある印象です。2代目、3代目の方が、他の業界を経験された後家業に戻られて、変えるべきところを変えていっしやるもの、いい傾向だと思います。また、各産地では後継者問題が課題となっていますが、後継者を確保していくには売れるものを作るしかなく、商売が成立する仕組みを構築することが重要で、やはり「経済」が先だと思っています。

Q.最近の取組と今後の展開は？

うなぎの寝床はこれまで八女を中心に活動してきましたが、2022年4月に「ららぽーと福岡」に新店舗をオープンしました。都心部で地域文化を知ってもらう機会、学べる場所を作りたいと思ったのがきっかけです。ららぽーとがきっかけで当社を知っていただき、八女の本店までお越しいただくお客様もいらっしゃいます。今後は地方（八女本店）も、都市部の店舗も、どちらもバランスよく力を入れていく予定です。また、2023年夏には愛媛県大洲市に九州域外で初となる店舗をオープンする予定です。八女のうなぎの寝床と同コンセプトで四国の商品も取り扱う予定です。



2022年には「ららぽーと福岡」に出店

2023年夏には愛媛県大洲市に九州域外で初となる店舗をオープンする予定です。八女のうなぎの寝床と同コンセプトで四国の商品も取り扱う予定です。

Q.いつお会いしてもうなぎの寢床として進化されているのがすごいですね。その行動力の源は？

地域文化がなくなっていく「不安」「危機感」が原動力ですね（笑）もともと伝統工芸品に興味があったわけではないのですが、地域文化は残していくべきだと思っています。そう思うようになったのは、福岡県の「九州ちくご元気計画」に関わり、多くの「つくりて」の方にお会いしたことがきっかけです。地域の方・つくりての方のお話はとても面白く、このような方が知られていないのはもったいないと思いました。「つくりて」の方は、作ることに専念していらっしやるので、僕らが売る部分をサポートして、世の中の皆さんに知ってもらえたらいいなと思っています。また、伝統的工芸品の担い手の家系に生まれてきた方々は背負っているものがあり、それを守るプレッシャーは相当大きいと思います。その点、僕は背負っているものがないので、フットワーク軽くいられるのかもしれません。

Q.白水さんのモットーを教えてください。

「目の前に現れてきたことを頑張る」ということです。小中高の頃はサッカー、大学生の頃は建築にのめり込んでいました。今も仕事の中で、目の前に現れてきた課題と自分が社会的に意義を感じることに対して、あまり長期的なことは考えず、ひたすら取り組んでいるかなと思います。

Q.白水さんから見る伝統的工芸品の魅力、九州の魅力を教えてください。

伝統的工芸品の魅力は、歴史に裏打ちされた地域文化であり、文化に接続する最も象徴的なものである点だと思います。その価値を現代に伝えていくべきだと思いますが、残念ながらうまく転換されていないのが現状です。伝統的工芸品は100年以上の歴史を有する強みがあります。「作る」だけでは単なる労働者になってしまいます。なので、ぜひ誇りを持ってもう一度現代に合わせて地域文化を再解釈しつつ、開発に取り組み、後世に伝えてほしいですね。また、九州の魅力は人が大らかで、話をすれば新しくその業界、地域に入った人もやんわり受け入れていただけるところではないでしょうか。

気さくでありながらいつも飄々としていて、不思議な魅力を放つ白水さん。直感的に動いているように見えながら、地域文化の徹底的な深掘りやプロジェクト立ち上げ後の分析も欠かしません。「地域に足りないものを補う」という基本スタンスのもと、「うなぎ」のようにニョロニョロと、地域の担い手と使い手の隙間を埋め合わせるように、役割を少しずつ変化させながら常に進化されています。「自分ごと」として産地と一緒に「地域文化」を思考し、形にしてくれるうなぎの寢床さんのような存在が九州にいらっしやることは、とても心強いことだなと思いました。
