

日本和紙產業現況及未來發展對策

◎臺灣旅日手工紙職人・何宇璿 (aushoho@gmail.com)

◎林業試驗所木材纖維組・徐健國

◎林業試驗所森林利用組・林柏亨

在日本，手工紙或稱為「和紙」。以傳統製法所製作的和紙，其製作技術於西元2014年正式被登錄為聯合國無形文化遺產。傳統日本和紙產業以家庭為基礎的小規模經營者佔多數，近10年來事業體和從業人數大約減少了40%，相關製作物的出貨數也減少了近50%，因此陷入了「需求低迷」以及「產業衰退」的惡性循環，在開發新的潛在需求這一方面也陷入困境。

在種種困境的影響下，需要確實掌握和紙製品的潛在需求，同時也為了擴大海內外的銷售通路，必須針對(1)下游使用者以及消費者的需求、(2)和紙製造商所擁有的技術及其與其他產業媒合的可能性、(3)以拓展海外市場為目標的議題、(4)同類競品的調查等，以及(5)將拓展海外市場做為目標，提出具體的對策時所需要的相關調查也都必須一併列入考量。

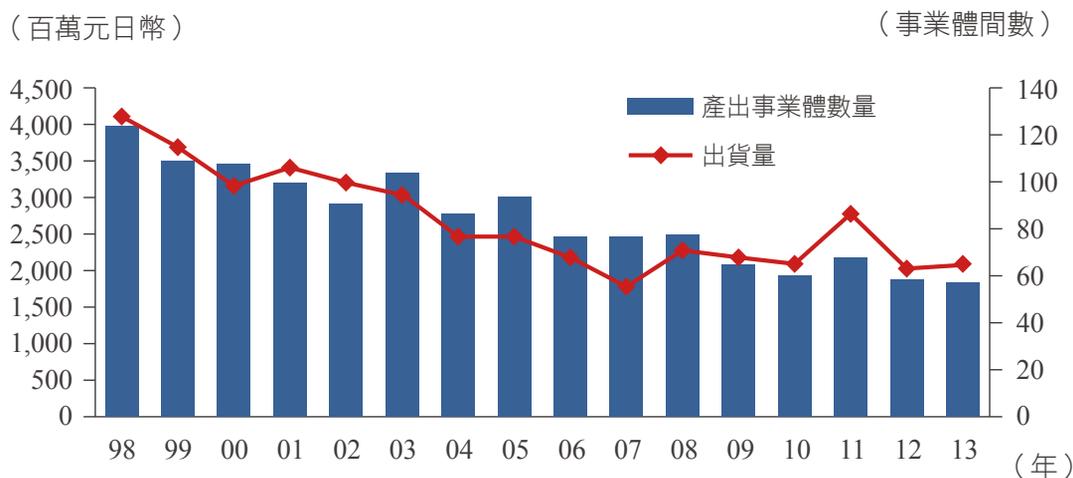
和紙產業的現狀

一、出貨量與事業體數量的現狀

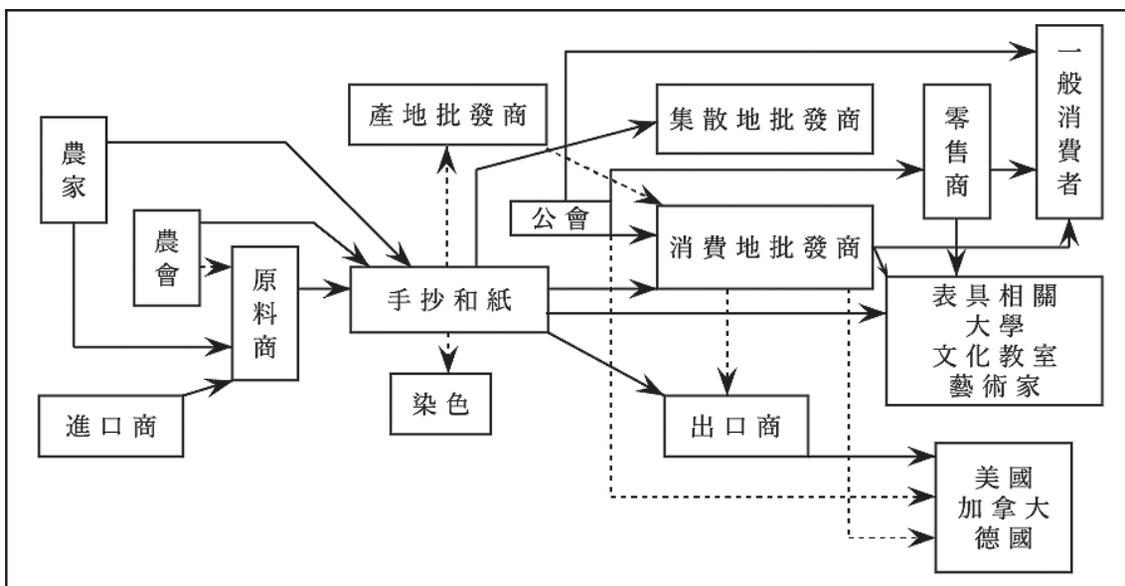
就整體而言手抄和紙的出貨量與事業體數量有減少的趨勢，與1998年相較之下大約減少了接近一半的規模。另一方面，以平均單一事業體的出貨量來看，近年來則有增加的趨勢。推測這可能是從已結束經營的事業體移轉過來的訂單數。

二、從業人員的高齡化

以土佐手抄和紙為例，與40年前相比，手抄和紙的抄製師傅逐漸面臨高齡化，2000年61歲以上的從業人員占全體的65%左右。若是沒有新血的投入，以這樣的高齡化趨勢，在20年後從業人員將會大幅度的減少甚



手抄和紙的出貨量與事業體的變遷。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯)



手抄和紙生產經銷通路結構圖。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

至消失。該如何迅速地培育新血、技術的傳承等，並不是土佐單一產地獨自面對的問題，沒有進行後繼者養成的其他和紙產地也都面臨著相同的困境。

三、經銷通路

經銷批發商逐年減少，在這其中除了單純的批發販售以外，媒合設計師、新商品的開發與企劃的監製等轉型中的批發商也應運而生。

未來課題與對策

在生產量與市場需求都逐漸減少的情況下，雖然單一事業體的生產量有增加的趨勢，但經過觀察後，相較於需求層面，事業體減少的趨勢更顯快速。

為了解決高齡化與新血不足的問題，後繼者的培養、強化生產力都是必要的手段。除了喚起對於「和紙」的需求外，新市場的

開拓也是方法之一。

綜合上述，和紙產業目前面臨的課題可歸類為以下三點：

- (一)為了生產力的強化進行後繼者的養成
- (二)喚起對於「和紙」的需求
- (三)開拓新市場

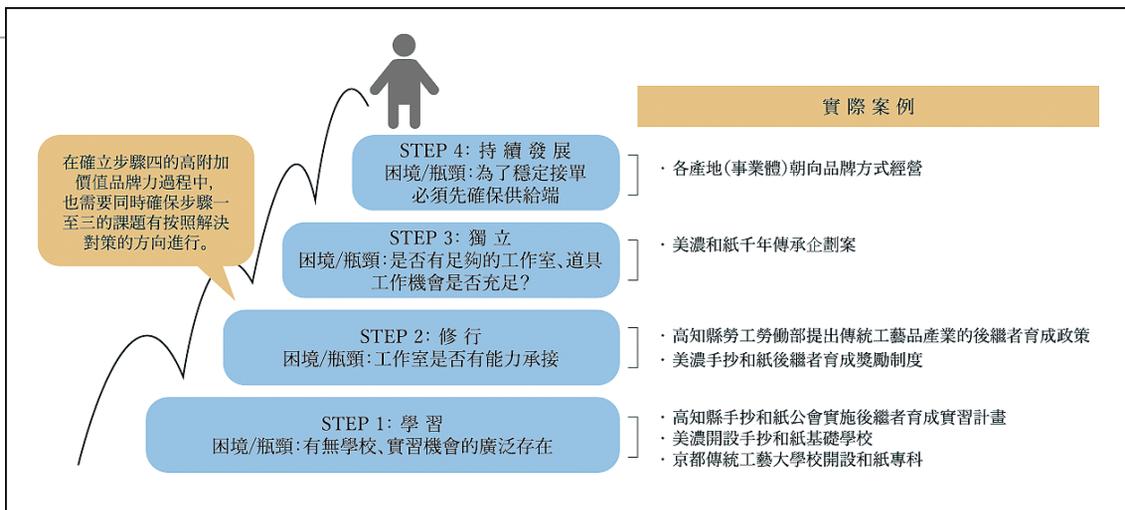
因應對策

(一) 為了生產力的強化進行後繼者的養成

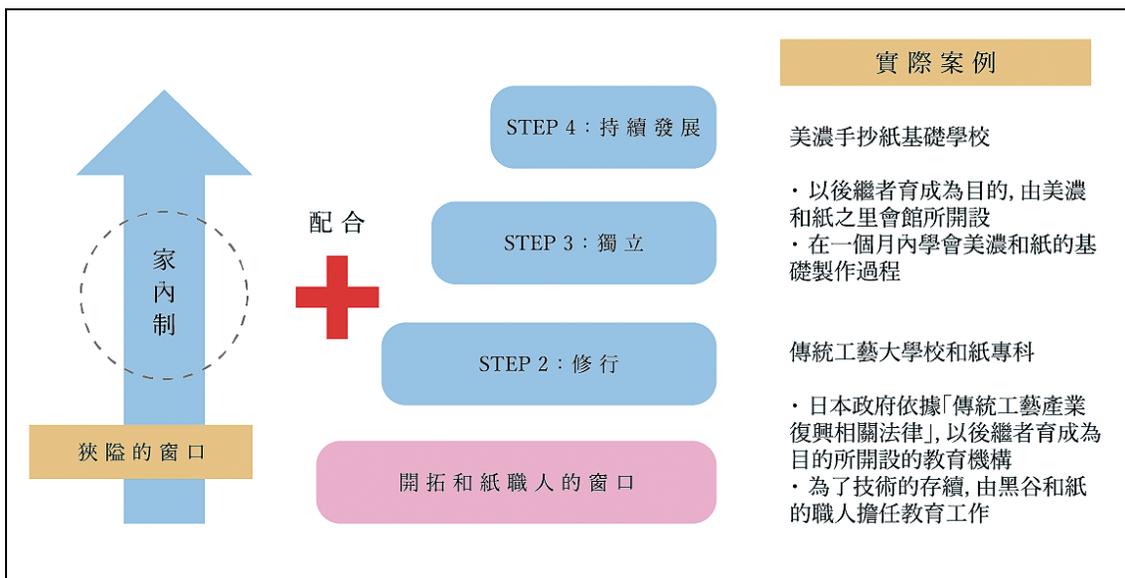
手抄紙職人的成長約可分為以下四個階段進行，各階段都有各自的困難所在，特別是在第四階段，為了因應穩定的訂單來源，供應方(生產者)在產量上的確保即是瓶頸。

依照各階段的順序來看，「學習」被視為最初的階段。

為了開拓家庭式工房以外的窗口，並提供新血得以投入學習的機會。具體而言，各



手抄和紙培育的階段與瓶頸。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)



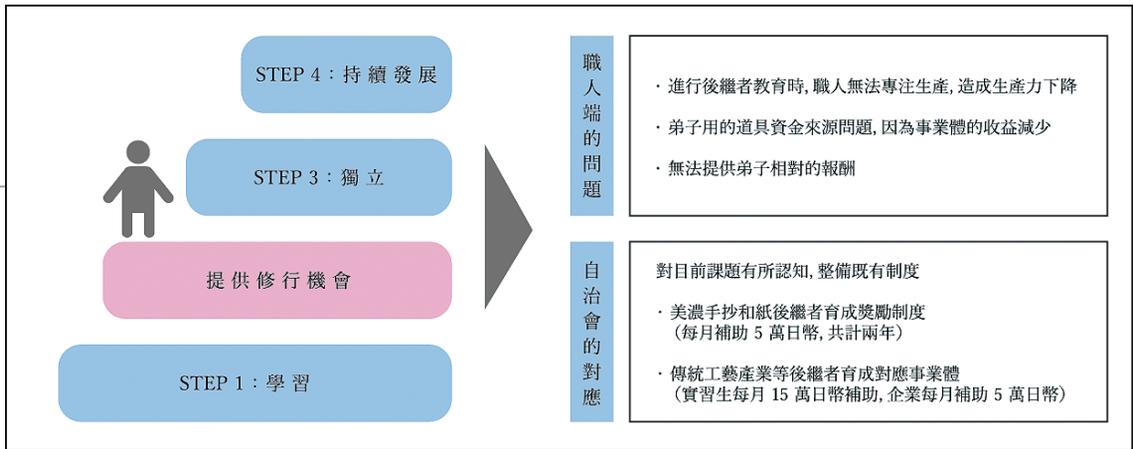
職人培育—後繼者養成。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

自治組織應考慮舉辦研修(實習)或開設學校，甚至仿效傳統工藝大學校開設專攻科系，拓展各式「學習」的管道。

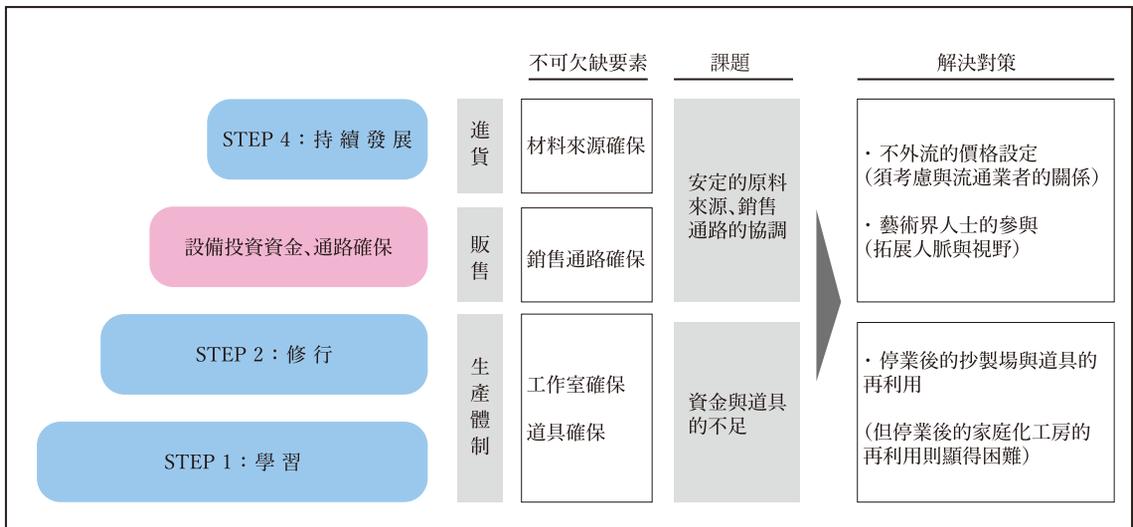
下個階段為「修行機會的提供」。一般來說，職人會以弟子拜師的形式居多，如此一來職人的負擔較為沈重，因此需要借助自

治組織的支援。

在修行的階段結束後，為了建構並獨立運作自己的工作室，該如何確保設備投資所需的資金在這個階段中更顯重要。除了銷售通路的確保以外，因為中間批發商的減少，事業體本身必須同時擔任通路開拓的角色。



後繼者育成階段。(案例出處(自治體的對應)來自高知縣勞工勞動部「平成27年度(2015)工藝關聯施策」、美濃市網站何宇璿 譯/繪製)



達成獨立運作的課題與解決方式。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

建構起自己的工作室後，如何拓展通路與客群，同時維持穩定發展的經營模式便成為下個階段的課題。具體來說，與其他產業(技術)共同合作，創造出相乘效果，產生出與其他競品差異化以及高附加價值的品牌經營更為重要。

(二)喚起對於「和紙」的需求

喚起需求的解決對策主要可分為以下兩點：

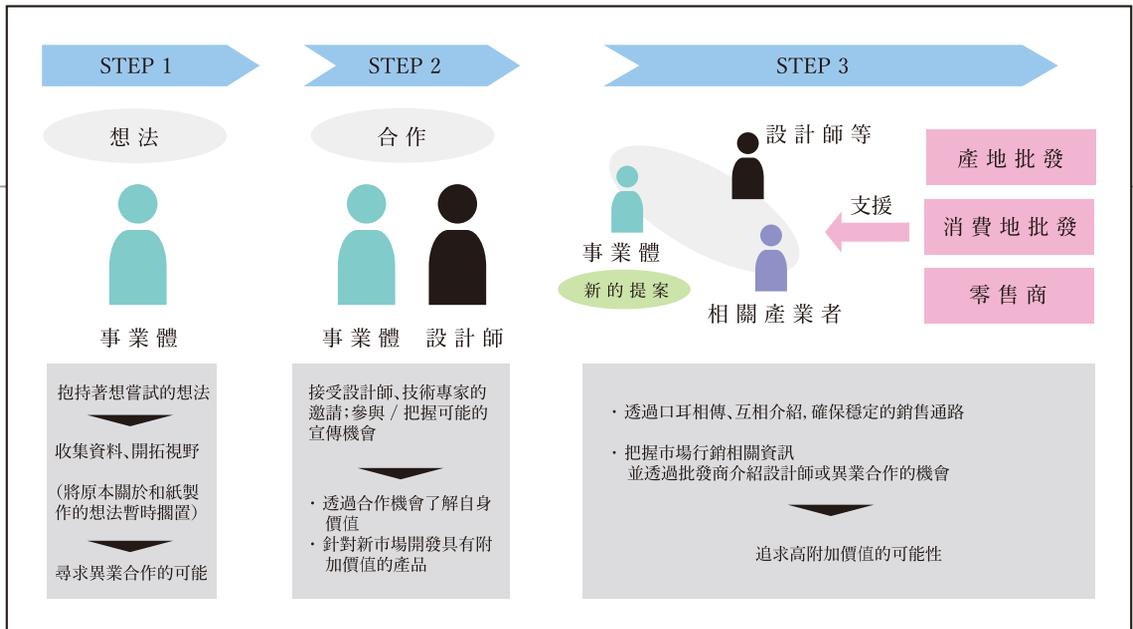
1. 擴大藝術市場的通路
2. 手抄紙的體驗活動

1. 擴大藝術市場的通路

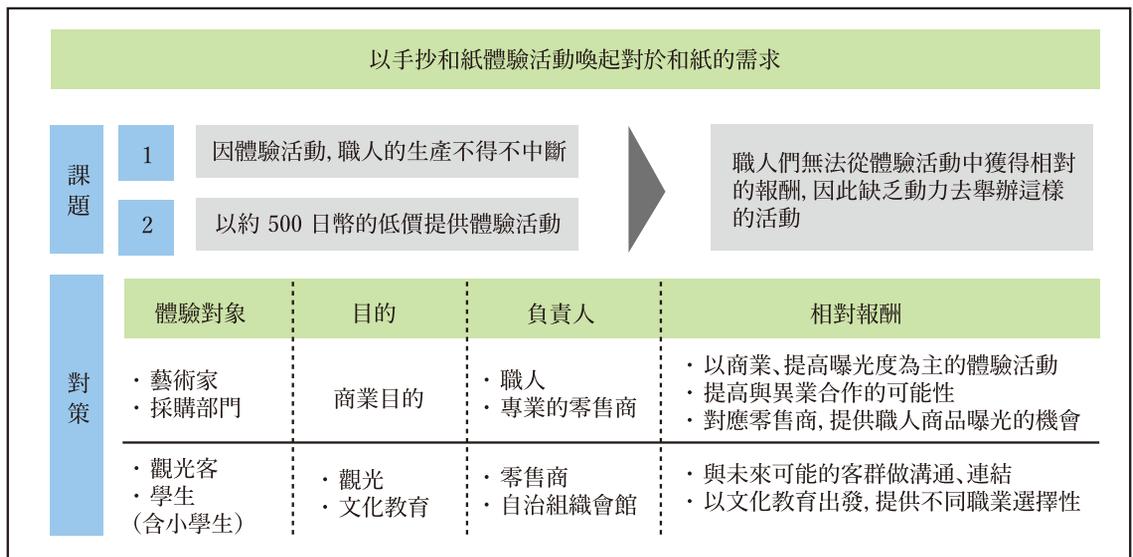
針對持續拓展全球的藝術市場，和紙產業座談會的與會者提到以海外藝術家為主的通路擴大方式是可行的。為了喚起這個市場對於和紙的需求，必須重視以和紙本身的美以及特性作為重點的提案以及情報宣傳，如此一來方能確立在市場上的地位。

2. 手抄和紙的體驗活動

另一項喚起對於和紙需求的手段則是「手抄和紙的體驗活動」。但依照日本現狀來



持續發展的事業體直到穩定的步驟。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

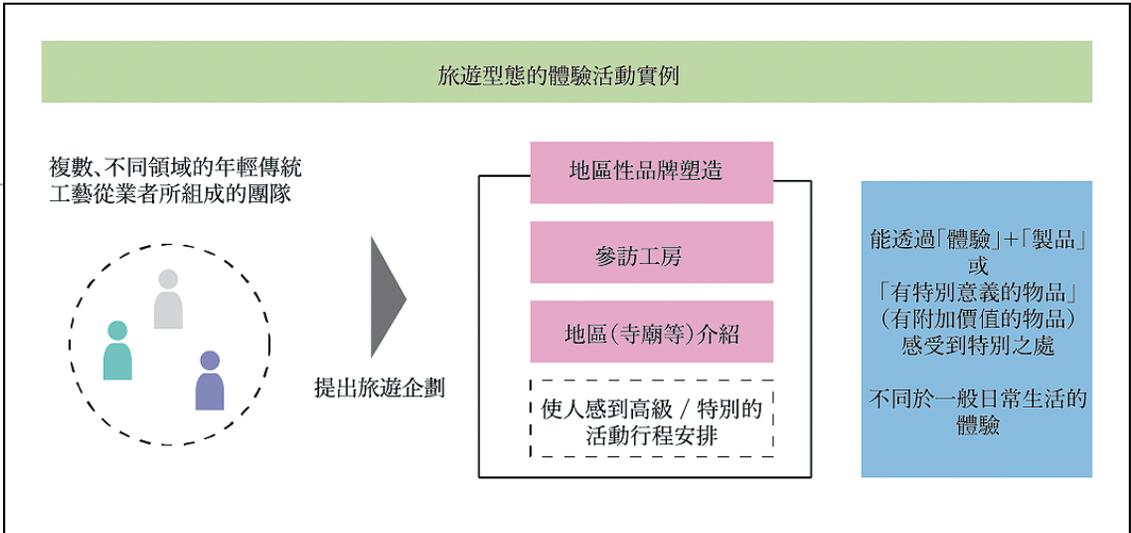


手抄和紙體驗活動面臨的課題與對策。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

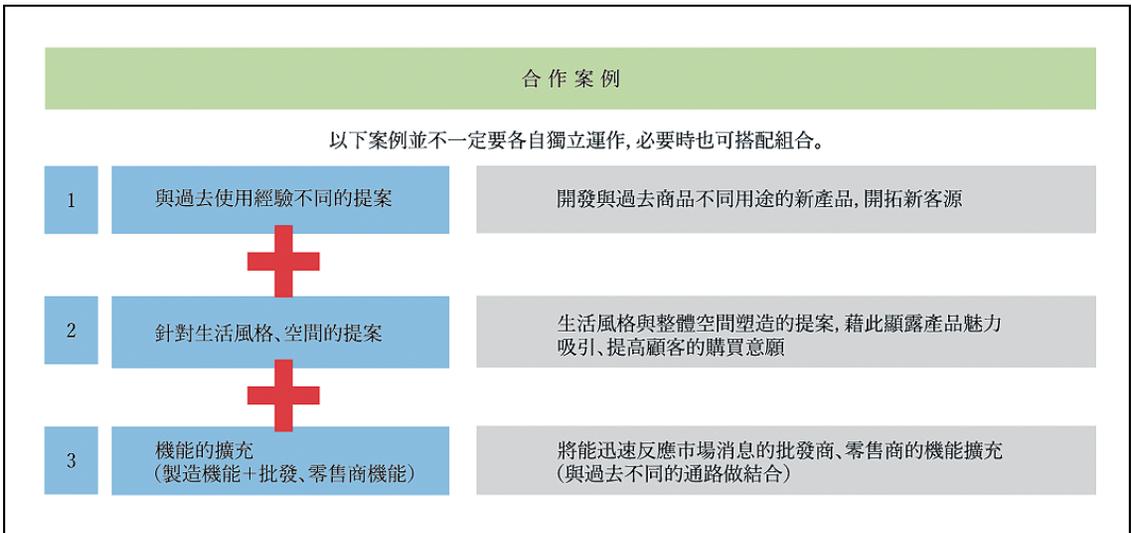
看，此一手段仍然面臨著許多問題。具體而言，若是提供這樣的體驗活動，職人便不得不停下手邊工作協助活動進行，同時，體驗活動的收費設定方面也是非常低廉，對於和紙生產者來說並不能視為主要的收益來源。但是能夠長期穩定經營的手

抄和紙體驗活動卻是讓消費者接觸、產生關心的重要管道。

不單是針對和紙，在許多傳統工藝品的產地裡，不同分野的事業體已逐漸形成一個個的團隊，並已經有產地推出聚焦在日本傳



眾多不同分野傳統工藝的事業體推出的旅遊行程案例。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)



新市場開拓的具體案例。(資料來源：平成27年度(2015)日本和紙產業的品牌力強化相關調查報告書 何宇璿 譯/繪製)

統工藝品的旅遊行程。手抄和紙的體驗活動也可以循此模式與其他產業合作，成為當地的觀光資源，藉此擴大市場。

(三)開拓新市場

為了永續經營和紙產業，除了喚起既有市場的需求以外，與其他產業、甚至與外部的設計師合作共同開發新市場也漸形重要。

新市場開拓的方式與具體的方法如下：(1)

開發與過去商品不同用途的新產品、(2)開拓新客源、(3)生活風格與整體空間塑造的提案，藉此展現出產品魅力，以及(4)將能迅速反應市場消息的批發商零售商的機能擴充(與過去型態不同的通路進行貿易)吸引提高顧客的購買意願。

致謝

感謝日本黑谷和紙協同組合理事長林 伸次先生提供相關資料