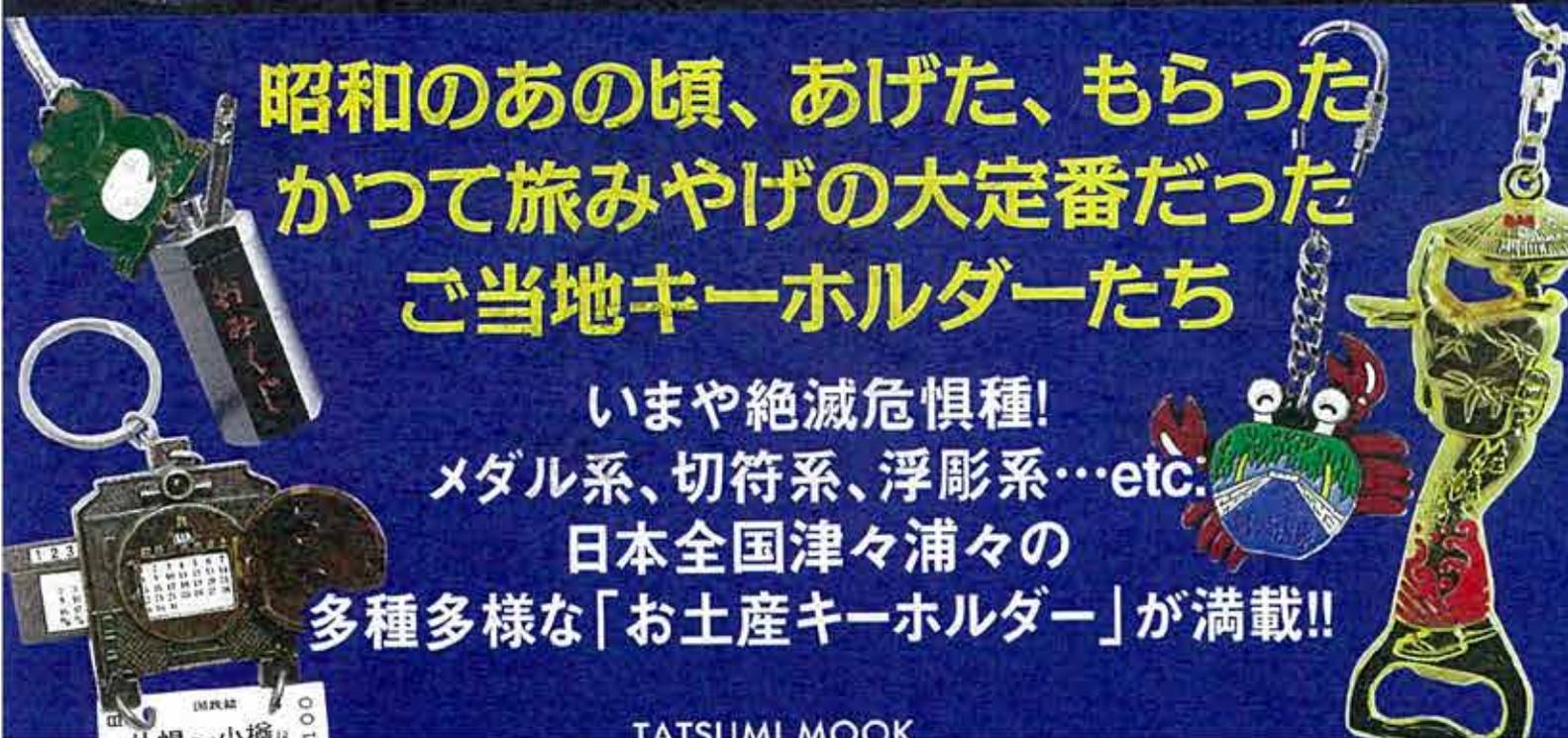


日本 **お土産 キーホルダー** 大全



昭和のあの頃、あげた、もらった  
 かつて旅みやげの大定番だった  
 ご当地キーホルダーたち

いまや絶滅危惧種!  
 メダル系、切符系、浮彫系...etc.  
 日本全国津々浦々の  
 多種多様な「お土産キーホルダー」が満載!!



イメージを具現化、魅力を凝縮する

企画 / デザイン

観光地をいかに表現するか、その企画からデザイン制作までは、仕上がりイメージを作り上げる第一歩。インターネットがなかった頃の情報収集は、現地取材と書籍が基本。図鑑、美術書、観光ガイドブック、地図帳など使い込まれた資料が並ぶ。



(上) 書籍以外で重宝されたのは、昭和土産の定番の一つ「絵葉書」だった。(左) 素案がまとまったら、実際のデザインの制作に。当時は手描きで原寸のデザイン画を制作していた。細部まで描き込まれ、完成形がリアルにイメージできる。

お土産キーホルダーはどのように作られているのか。現在、国内の製造工場の多くは、分業体制で各工程をそれぞれの工場で行っている。様々な観光地の商品を低ロットで作るには、確かにそのほうが効率が良いかもしれない。

しかし、国内で唯一、あらゆる工程を一貫して行っている老舗メーカーがある。石川県金沢市にあるその工場で、キーホルダーが作られる全工程を見せていただいた。

工場のまわりには、のどかな田園風景が広がっている。穏やかな空気が流れる中、聞こえてくるのは絶え間なくリズムカルに響くプレス機の音。そして、薬品と金属の混じり合ったような匂いに、これから目の当たりにする光景への期待が高まる。

「企画 / デザイン」をはじめ、彫刻された型の「成型」や、「型押し」「型抜き」「メッキ」などの金属加工、各種「仕上げ」まで、各部門における最強の職人集団がそこにいたのだ！

【取材協力 / 桂印章株式会社】

## 成型

平面を立体に、彫刻に込める職人魂！

デザイン案ができれば、立体の形状を作る「成型」の工程に。まず、実物より大きな彫刻を作り、型を取って原盤にする。さらに、機械で原盤から実際の大きさの金型に彫刻を写す。倉庫には過去に作った原盤が所狭しと積み上げられている。

### 粘土彫刻



「粘土彫刻」は、柔らかく味わい深い手彫り。どのように立体感を出すかは経験とセンスを伴う感覚だ。ほかに CAD を使う方法も。

### 金型



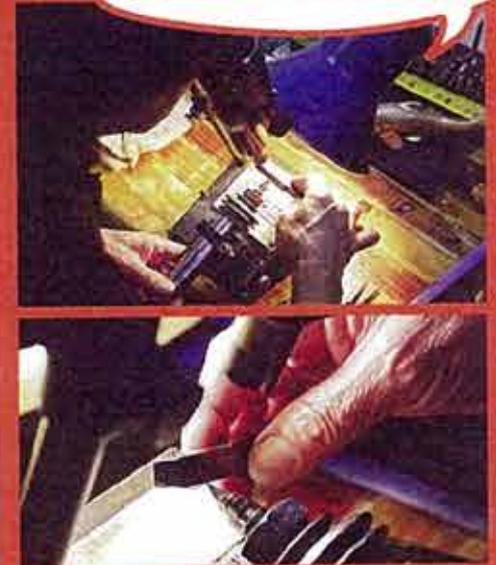
相似拡大法の原理を応用した方法で、原盤から凹凸をなぞると同時に金型が削られていく。刃先は 0.15mm、削る単位は 1/100mm! 1個作るのに通常 30 時間程。複雑なものでは 1 週間かかることも。

### 原盤



できた彫刻は石膏で型を取り、それから樹脂の原盤が作られる。原盤が機械にセットされ、凹凸がなぞられていく。

### メンテにも熟練の技術



繊細な彫刻を生み出す刃先は摩耗が早い。1/100mmの世界を顕微鏡を覗きながら、ダイヤモンドでできた砥石で研ぐ。

### 4倍サイズ of 原盤

金型の元となる大原盤は実際の約 4 倍。実に細かい部分まで描き込まれている。それを縮小するため、いっそう緻密な彫刻となるのだ。



金型ができたら、いよいよ実際の素材を加工していく。ここからは、「真鍮プレス」の方式で、『五稜郭タワー』のキーホルダーを作る工程に密着！

1枚の真鍮の板が  
『五稜郭タワー』  
キーホルダーに



巨大なマシンで緻密な彫刻を転写

型押し

「ゴォンッ！」重く全身に響くような大きな音が響く機械部。金型を使い素材の「型押し」をする工程をここで行う。そのままでは地盤が沈んでしまうので、建物の地下には数10mまで鉄骨が打ち込まれている。型押しに使うプレス機は、40年以上使われている年代物だ。

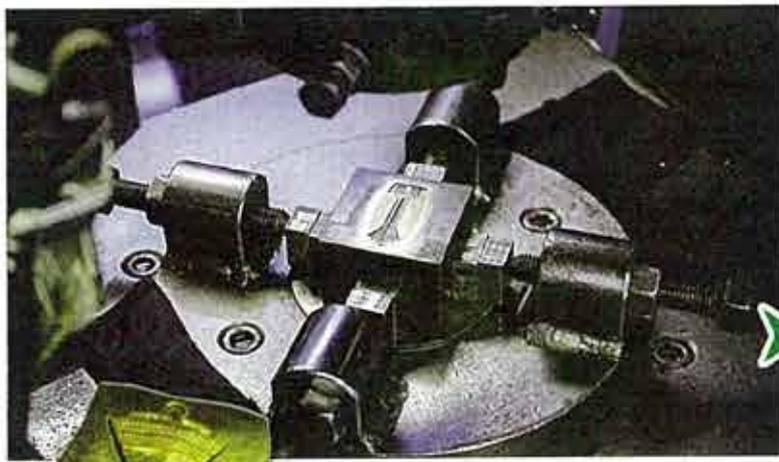


(上)キーホルダーになる元の  
カットされた真鍮。(下)事故防  
止のため、ベルトやスライド式  
のシャッターを付け、手を動  
かせる範囲を制御している。



真鍮板をプレス！

プレス機の圧力はお  
よそ 50t (1t～最大  
150tまで対応)。素  
材としての真鍮板か  
らは、完成形の形  
や色はまるで想像で  
きない…。



**型押し**

プレス機に四方からがっちり固定された金型。その上に真鍮板をセット。



**金型から転写完了!**

プレスは2回(上は1回目、下は2回目)。1回目の後に一度素材を柔らかくし、もう一度プレスすることで細部まで彫刻が再現されるのだ。



大きな音とともに一瞬にして圧力をかける。作業する際の耳栓は必須!



プレスしたての素材は熱を持っているため、素手ではなくへらではがす。

**鑄物**

**まだある!加工方法**

凹凸が激しいもの、型抜きの大きいもの、複雑なものはダイキャスト製法が用いられる。金属の塊(上)を機械(左上)が溶かし、金型に流し込んで成型するいわゆる「鑄物」。型のまわりには、ブロック状の型(バリ)が花卉状に並び、金属が冷えた後、それらを手で折り取る(左下)。

いらない部分を正確に切り離す

## 型抜き

彫刻の型押しが完了したら、次は「型抜き」の工程。専用のプレス機でまわりの余分な部分を切り離し、パーツを付けるための穴をあける。

抜き



セットされた雌型に、彫刻部分をはめるようにセット。



その上から上部にセットされた雄型を押しあてる。



ここまでの間、数秒。大きな音とともに一瞬で型が抜ける。

穴あけ



輪郭線の型が抜けたら次は小型プレス機にセット。



上から太い錐のような金属を押しあて、穴をあける。



ここにも光る職人技!!

(右上)型抜き用のプレス機。  
(上)穴あけ用の小型プレス機。  
(右)型抜きに使う抜き型も手作業で作られる。使ううちに变形すれば、その部分をまた微調整する。まさに経験がモノを言う職人技だ。



### 型抜き・穴あけ完了!

型抜きされると一気にキーホルダーらしさが出る。このままでも商品にできそうだが、まだこれから。余った真鍮の外枠は、なまして再利用する。



## メッキ加工 表面加工の風合いの下ごしらえ

いよいよ金属に表情をつけていく段階に突入！まずは「メッキ加工」。表面を覆い、酸化を防ぐとともに様々な風合いを出す。

### メッキ

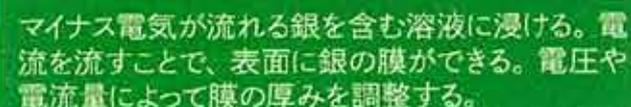


マイナス電気が流れる銀を含む溶液に浸ける。電流を流すことで、表面に銀の膜ができる。電圧や電流量によって膜の厚みを調整する。

### 酸上げ



均一にメッキを施すために、表面を洗浄する。酸性の溶液にくらせる「酸上げ」という工程。独特の匂いと煙がたちこめる。



「銀は白色」理科の授業で教わったような…。メッキ直後は光沢もあり、パールのような質感。



### メッキ・染め完了!

メッキ加工と染めにより、金属の質感や風合いを決める加工のベースができた。右がメッキ後、左は染めを施した後。



硫黄にじゃぶじゃぶとぐらす「染め」と呼ばれる工程。色がどんどん変化する様子は何とも有機的だ。濃い色はその後の加工で陰影を付ける陰の色となる。

### 染め



## 輝きと趣き、情緒を詰め込む

## 仕上げ

いよいよ最終段階。表面を磨いたり、部分的な装飾・色付け、コーティングなどを行う「仕上げ」の工程だ。最後にホルダー部分を付ければ遂に完成。

### 剥き



表面を磨く「剥き」と呼ばれる工程。布などを湿らせたバフを回転させ、砂の研磨剤で磨く（湿式）。黒く染めた色を残しながらメッキの色を出すように磨き、陰影と立体感をつける。

### 色付け



### 油式バフ



### まだある!加工方法

### 乾式バフ



「乾式バフ」は液体を使わない一番シンプルな剥きの方法。「油式バフ」は主に高級なメダルなどに用いられる方法。仕上がりはつや感が強い。「色付け」はタイトルや絵柄に部分的に色を付ける加工。ラッカーをシンナーで柔らかくし、注射器を使うというのが驚き! 筆より色むらも出にくく、空気も入りにくいというキーホルダーやバッジの着色では伝統的な方法だ。

### ダイヤカット

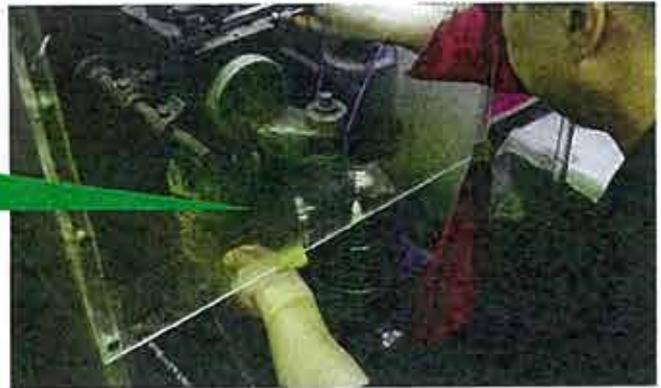


一方向に削る「スライド」と呼ばれる方法で、タイトル部分「函館」の文字を削る。

### コーティング



変色防止のため、特殊な樹脂で「コーティング」。スプレーで吹き付け、常温で3時間程乾燥させる。



キーホルダー全体のイメージを左右する重要な加工「ダイヤカット」。表面を削る深さは1/10mm単位。思うように削られているか、その音に耳をすませて確認しながら、機械にセットする高さを微調整していく。

### 仕上げ加工完了!

銀メッキに陰影のある古美、キラリと輝くダイヤカット。イメージ全体がぐっと締まり、コーティングによって味のある光沢感も出た。



### 完成!!

ついに「お土産キーホルダー」が完成! 想像していた以上にいくつもの工程、様々な技術が凝縮されている。出荷されて店頭で並べば、旅行者たちの旅の思い出として持ち帰られる日を待つこととなる。



最後に、Oカンを通してホルダー部分と連結させる。ここも一つひとつベンチを使った手作業で行う。



『桂記章株式会社』

お土産キーホルダーを  
作る現場を直撃!!

## インタビュー特集



(上) これまでに制作した商品の見本。基本的には全て商品として納品するため、見本として残っていないものが多いが、種類別に分けて保管された数は、およそ3000個。(下) 昭和40年頃の製作風景。右から2番目の男性は「抜き型」を作っているところ。万力で押さえて手作業で細部まで形を整える方法は今も変わらない。

【桂記章株式会社】  
石川県金沢市にある老舗の記章メーカー。従業員数は55名。

### 企画・デザインから 製造の全工程を一つの工場で

「キーホルダーができるまで」のコーナーで紹介した工場を持つ『桂記章株式会社』。ここでは、商品の企画・デザインから完成まで、製作に関わるあらゆるプロセスを全て自社で行っている。得意分野は金属加工品。社章・校章などの記章（バッジ）をはじめ、キーホルダーやメダル、トロフィーなどを製作する。

創業は昭和23年。当初は記章の専門メーカーだったが、30年代の登山ブームの頃から、登山バッジの製作を始めた。その後、40年代頃からお土産キーホルダーも手がけるようになった。今なお、全国津々浦々の観光地の製品を生み出し続け、国内生産第一位のシェアを誇っている。

製造工程は当時と変わらない部分も多く、その技は代々引き継がれている。デザインから成型、仕上げまで、各部門を担当する方々に、それぞれの視点から「お土産キーホルダー」にまつわるお話を伺った。



TV局のディレクターから転職し、企画部でデザインを担当。趣味は城めぐり。

リアルなだけではダメ！  
デフォルメして情感を伝える

テレビの地方局でディレクターを務めた後、ホームページ制作会社勤務を経て、桂成章に転職しました。まだ実務経験は3年ですが、入社当時に手がけた「熊本城」はとても印象深いです。すでに先輩デザイナーが手がけたキーホルダーはもちろんありました。ですが、入社したということもあり、キーホルダーのデザインの基本の流れを学ぶためにも、あえて写真を元に、構図を決める段階からチャレンジさせてもらいました。ところ

が、思っていた以上に大苦戦……。それこそ、

数えきれないほど図案を描き直しました(笑)。

キーホルダーのデザインで特に注意するのは、表現の中には、表現の中に用いる線の太さ

です。彫り方の種類にもよりますが、図案の線が細すぎると型に起こせないの、0・15〜0・2mm以上の線にすると、この線が細すぎると型に起こせないという制約があります。デザインだけでなく、型を作るための版下まで作りますので、慎重になりますね。図柄全体のバランスを考えることも、もちろん大切です。観光地の城や神社などをモチーフにする場合、お客様から「花を入れない」「紅葉を散らしたい」「動物もあしらってほしい」などと、たくさんの要望が出ることもあります。ですが、(標準的なサイズの)4cm角のスペースにリアルな形で盛り込むことはできません。なので、素材を活かしなが



らうまくデフォルメしていくのです。

ですが、ひとくちにデフォルメと言っても、ものによってはその加減がとても難しいですね。たとえば、図柄や形状に強いこだわりをもつファンが多い「鉄道系」。車両の側面のラインの色などもきちんと再現したいのですが、サイズを拡大しなければ、色付けができない……。なんてことも。そんなときの案配が難しいのです。この場合は、クライアントというよりも、実際に手に取るお客さんの視線をとっても意識していきますよね。ロゴを正確に再現する社章などは、そこが大きな違いだと思います。

私はデザイナーとして、営業から伝えられるお客様の要望を受けて、デザインから版下までを担当していますが、当初は自分が描いたものが商品になったというだけで満足でした。でも今は、お客様の要望に伝えるだけでなく、「こうしたほうが、もっとカッコいいんじゃないか?」といったアイデアも提案したいと思うようになりました。そして、その提案が採用されたときは、「やってよかったです!」と実感しますね。

## 成型グループ 高田 貢 さん



製造第1課課長。高校から製図を学び、CAD成型を担当するエキスパート。

### モチーフに合った作り方で その魅力を最大限に引き出す

入社して30年以上になりますが、私は当初から「成型」部門で、CADを使っていた成型を担当しています。高校生の頃は美術部で、工業高校だったので製図の勉強もしていました。ものを作るのは昔から好きだったんでしょね。

入社当初の観光地のキーホルダーは現在より数も種類も豊富で、サイズも大きなものが多かったですね。その頃、私の手がけた中でいちばん気に入っているのは、「恋路駅行き」の切符キーホルダー

です（写真左：キーホルダー現物）。券面の地紋まで表現したいけれど、一体どうすれば効果的になるのかと、とても頭を悩ませました。そのぶん、愛着もあるんだと思います。

成型では、デザイナーが起こしたデザインを元に、どのような立体物にするかを考え、具体的な形を作っていきます。そのやり方には大きく2種類あり、粘土を使って手彫りする方法と、CADを使う方法とがあります。

特に、粘土を使った手彫りは、CADに比べて味わいが出やすい。約4倍の大きさの原盤を作るための元となる型を彫りますが、自然物や動物はやはり手彫りでないと雰囲気が出ません。それとは逆に、単純な形や建造物など、計算上で形を起こすのに向いている

対象は、CADを使うことが多いですね。

どの観光地も、その魅力をできるだけたくさん見せてあげたいとは思いますが、「こんなに盛り込むのか!」と思うことも（笑）。元のデザインがあまり欲張りすぎていると、立体にしたときに互いにぶつかり合ってしまうこともあるので悩ましいです。基本はデザインの原画と参考の絵はがきなどをもらって製作しますが、どのように成型するか、デザイナーと相談することもありますね。

デザインや仕上りのサイズについては、個々に決められた範囲があります。ですが、彫刻を施すための詳細な高さの指示まではありません。だいたい1〜1.5mmの間隔で高さを出し、限られた厚みの中で奥行きを出すことを考えています。もちろんそれは、特に決まったルールがある訳ではありません。

作り方に関しては、各々の経験則も大事になってきますね。「こうすれば見栄えが良くなる」という方法論はないのですが、長い歴史の中で先輩たちから受け継がれ、これからも継承される、ある種の「感覚」が確かにあると思います。



## 機械グループ 中川 敏昭 さん



お土産キーホルダーの全盛期とも言える時代に入社。経験豊富な大ベテラン。

経験の数が技術に  
常に新しいものを作り出す

機械グループの中で、私はプレス機で使う抜き型の製作も手がけています。輪郭線で形を抜くためのものから、細かいものになると、たとえば馬の脚と脚の間の隙間を抜くためのものまであります。小さければ小さいほど、そのぶんやっばり難易度は高くなりますね。

今は、データの通りにワイヤーでカットしていくような全自動の機械もありますが、昔は全て手彫りです。以前のほうが彫りが深かったり、凹凸の激しいもの

が多かった印象ですね。個人的には昔のもののほうが立体感も強く、味わいがあるなど感じます。

私は昭和53年の入社ですが、当時は、種類も作るロット数も、今よりずいぶん多かったです。抜き型を作るときは、ボール盤という機械でまずは金属に穴をあけ、削りやすくしてから細かい部分を手作業で仕上げます。忙しいときで1日に2種類の新しい型を作ることもありました。当時は片付ける場所もないくらい、40個程抜き型が入った箱が、何十箱も積み上げられていることもありましたね。

その頃作っていたものと、都道府県の地形をかたどった地図型のタイプは、小さい上に形も複雑で入り組んでいるものが多かった。ただ、そのぶんできたときは達成感もあり嬉しかったものです。今では使わなくなった型もありますが、自分の手で作ったものは「これは苦労したなあ：」なんて思うと、なかなか処分ができないこともありますね（笑）。

道具や機械も40年以上前からあるものも多いです。手作業の型抜きするとき、金を固定するために使う「万力」なんかは、

よく使う部分がすり減って、形が変形しています。それでもやっばりほかのものとは何か違って、こっちのほうが断然使いやすいんです。機械も古いですがやはり使い慣れたものに限ります。毎日1日1回は油を注して大事に使っていますから長く使えるんだと思いますよ。今けもう製造していない機械ですからね。

手で抜き型を作る仕事は、教わってすぐにできるようなことはありません。経験も積んで、徐々にできるようになるものだと思います。だんだん引き出しを増やしていくって、その引き出しがあればあるだけ、新しい形や、変わった形にも対応できるようにになりますからね。毎回違うものを作るのは大変ですが、そのぶん飽きがこないというか、作る楽しみがある仕事だと思います。



## 仕上げグループ 飴井 孝幸 さん



仕上げグループを率いる製造部第3課課長。最終工程の仕上げを担当。

### 継承された職人技で魅せる 手作業ならではの味わい

「色付け」などの仕上げ工程を主に担当しています。色付けには医療用注射器を使います。針先を少し切り落としした注射器の中に、シンナーで粘りを調整した塗料を入れておきます。そして、鉛筆を持つような格好で色を塗り込んでいくのです。細かいところまで塗ることができ、筆で塗装するのは異なり、ムラ塗りの心配もないんですよ。

スポーツ大会などのメダルは、金・銀・銅の3種類ですが、観光地のキーホル

ダーはカラフルです。特に最近の商品は、全面的にいろいろな色を塗るので、色付けをすると、ガラリと印象が変わります。ただ、細かい作業も多いので、気は張りますね。

シンナーの配合にも注意を払います。気候や塗りの面積などによって、分量を加減するのです。たとえば、細い線を塗る場合、粘りは多少強いほうが良い。棒でかき回しながら、粘り具合を見るのですが、じつは勘が頼り(笑)。注射針のカット範囲を決めるのも同じ。こうした「技」は、現場で先輩に教えられながら身に付けたものです。そのおかげで、手

作業ならではの味わいを出せるようになりました。

これまでに手がけたキーホルダーで忘れられないのは、「奈良の大仏」。55パイ(直径55mm)

という大判です。定番の「金閣寺」と同じですが、今でも売れ続けているロングセラー商品です。2〜3カ月のサイクルで、1500個程度の注文があるから驚きです。

細かい作業は嫌いじゃありませんが、納期が迫ってくると、色付けで徹夜なんてことも…。最大1日に3000〜4000個は仕上げられるでしょうね。

色付けの段階にくるまでに、商品は7割できあがっています。色付けで8割、金具を付けるなどして9割、10割と完成品に近づいていきます。その意味で、仕上げの工程は「おいしいところ取り」と言われれば、その通り(笑)。仕上げをしながら、旅行に出かけている気分になることもあります。しかし、そうした楽しみがある反面、責任も感じます。最終段階でヘタなものを出せませんからね。

製造の現場からは、お客様の「顔」を見ることはできません。なので、土産物店に行ったときは、「ウチの商品は置いてあるか?」「売れ行きは?」「変色していないか?」などと、作り手目線でのチェックは欠かせないですね(笑)。



新商品  
開発チーム 山岸 理恵子さん



営業アシスタント。女性社員による新商品開発チームのリーダーも務める。

営業と製造をつなぐ  
イチから作ることの面白さ

今年で勤続22年。まわりからも「長いね」と言われますが、たしかに社員の皆さんとは家族のような付き合いです。

個人的なキーホルダーの思い出は、学生時代の修学旅行かな。親にお土産として買って帰ったことを覚えています。その後、縁あってこの仕事に就いたわけですが、入社当時と現在では、キーホルダーを取り巻く状況は大きく変わりました。かつては観光地の名称が入り、手にするとズッシリと重みを感じる大きなもの

が目立っていました。最近ではコロッとした、可愛いタイプが増えていきますね。

いちばん印象に残っているのは、入社間もない頃に大ヒットした「佐渡の栓抜き」です。特大サイズで、佐渡おけきの踊り子の足下に栓抜きが付いています。重厚感があつて、強烈なインパクト。10箱、15箱と毎月のように出荷していました。このほかにも、四角形の灰皿が付いていたり、通行手形をかたどつたりしたキーホルダーも人気がありました。方位磁石の「球」が付いたものや、金具が馬蹄形のタイプもありましたね。

今はエポキシという樹脂にラメを塗つて、キラキラ光らせる「ラメエポ」が流行っています。

制作現場の変遷も目の当たりにしました。昔は注文を受けると、営業担当者が最寄駅でパンフレットを集めたり、絵葉書を買つたり、あるいは風景写真を撮つたりしてデザイン資料を揃えていました。パソコンが普及していない頃は、図案も手書きです。しかし、今ではインターネットで観光名所の画像を入手し、パソコンでデザインすることも可能です。

私は営業アシスタントとして、製作内容を現場へ伝えたり、たまに電話などで

直接お客様とお話することもあります。特注品ばかりで、その対応に苦労することも多いですね。

今は、女性社員で結成したグループのリーダーとして、髪留めなどの新商品の企画の提案などもしています。やっぱり、イチからものづくりに携わることが好きなんです。お客様から直接「ありがとう」とか、「すごくきれいな商品ですね」なんて言ってもらえると、とてもうれいすよね。そんなときは、大きな達成感とやりがいを感じます。

プライベートで旅行に行ったときも、土産物店では、キーホルダーを買いますね。それもサンプルとして仲間に渡すためだったりします(笑)。



# 対談

桂記章株式会社代表取締役社長

澤田 幸宏 さん

お土産キーホルダー友の会

水上 友



お土産キーホルダーで国内トップシェアを誇る老舗企業『桂記章』で  
3代目社長として業界をリードする澤田さん。

全国津々浦々を巡り約1万個のコレクションを収集する著者。

作り手と愛好家、それぞれの視点から、  
お互いのキーホルダーへの想いを語っていただいた。

## 破格のマニアぶりに驚嘆

水上（以下M） トップメーカーの社長にお尋ねするのも変ですが、澤田さんにとって思い出深いキーホルダーを一つ挙げるとしたら何でしょう？

澤田（以下S） そうですね、やはり北海道の地図キーホルダーですかね。実は営業で初めて担当したエリアが北海道だったんです。21歳の頃だったかなあ、広大な北海道の地に降り立って、「今自分はどこにいるんだ？」「ここから網走までは遠いな」などと、まさに地図代わりにした記憶があります。それに、形がカッコよくて好きなんですよ。

M たしかにあれはカッコいいですよ！ 私も地図タイプは好きなジャンルの一つでもあります。

S 水上さんはいつ頃からコレクションを？

M 私がキーホルダーを集めるようになったきっかけは、小学4年生のとき、近所の友達からつくば万博のキーホル



著者のコレクションの  
きっかけとなった『つく  
ば科学博』の開催記  
念キーホルダー。

ダー「コスモ星丸」をもらったことで  
す。それからは、キーホルダーに限ら  
ず記念となる土産品をなんとなく収集  
するようになりました。そして高校1  
年のときに、修学旅行で関西を回った  
ので、その先々でキーホルダーを買っ  
て、妹へのお土産にしたんです。とこ  
ろが…、帰って妹に渡すと、「いらない」  
の一言。そこで改めて並べて見ている  
と、なかなかの見栄えです。そのとき  
がコレクターとしての意識が芽生えた  
瞬間でした(笑)。

S なるほど。ですが、コレクション

しよう決めても、いざどうやって？

M 高校卒業後、大学進学で上京して  
からは、貧乏学生ながらも「青春18き  
っぷ」を使って日本各地を旅しました。  
そこでこつこつとコレクションを増や  
していったんです。更に就職してから  
は、新幹線や飛行機も使って、また全  
国を回り、その頃は「大人買い」みた  
いなこともしましたね。いつからか、  
キーホルダーを収集するために旅をす  
る、という本末顛倒の状況です(笑)。

S それは大変だ(笑)。ちなみに1  
回の旅行で、いくつぐらい買って帰る  
んですか？

M 多いときには100個くらいです  
かね。1週間から10日かけて各地を回  
りますが、スケジュールは分刻みだつ  
たりします。

S ええ！ 100個？ 1個400  
円として4万円ですよ(笑)。それに  
重たいでしょう。

M そうなんです、リュックはずっし  
り。でも、普通は2泊3日程度で、20  
〜30個集まれば良いほうです。最近  
は買いたくても、私が欲しいと思うも

のが売ってなくて…。そこで、ネット

オークションで手に入れることもあり  
ます。また、自分のホームページ上で  
寄付を募ると、年に4〜5件の申し出  
があります。ドサツと500個ぐらい  
送ってくれた人もいますよ。

S 今は、どれぐらいの数のコレク  
ションがあるんですか？

M 正確に数えたことはないんです  
が、およそ1万個はあるかと…。

S 1万個ですか！ あなたのよう  
な人が大勢いてくれたらいいなあ(笑)。

サイズと形で選ぶとすれば…

S どの観光地のキーホルダーにも、  
様々な種類があると思いますが、選ぶ  
ときのポイントはありますか？

M 個人的にですが、大きければ大き  
いほど好ましいですね。それに彫刻が  
いかに細かいか。さらに地名がしっか  
りと入っている。その条件が揃ってい  
れば、すぐに買ってしまいますね。ま  
ずは目を引くものということがあります  
ね。もちろん、小さくても奥行きがあつて、

「わび・さび」の感じが出ているものは好きです。

S なるほど。当社のポリシーとして、彫刻をきれいに、しっかり作り込むというのには基本にあるので、そこに異論はありません。ただ、「デカいのが欲しい」という要望は久々に聞きましたよ！ ちょっと驚いています（笑）。

M 現代の一般的なニーズとは多少ズレるところもあるかもしれませんが、個人的には、デカいほうが存在感があって好きですね。

S ははは（笑）。最近小さくなる傾向にありますが、一時期は、値段も据え置きで巨大化しましたね。40パイ（直径40mm）から45パイ、さらに50パイ、55パイ、60パイとなり、最大75パイ。キーホルダーなのに、ポケットに入らない（笑）。しかし、そのトレンドも4〜5年で終わりました。今は40パイや38パイ、35パイが主流になっていますね。

M そうなんですよ。この前、中尊寺に行ったときも、「こんなに小さくなっちゃったんだ…」と思いました。

S 大きさは流行がありましたね、それとは関係なく、形として人気が高いのはやはり地図形ですね。

M そうですよ。私も地図キーホルダーは、見つけたら必ず買います。

S 地図キーホルダーの人気は安定しているんですよ。迷ったら、地図形を作ればいい（笑）。それに、地図形は大・中・小と3つのサイズで作れます。最初は「中」を作って、人気が出たら「大」も作る。そして翌年には「小」を作ったり、「半島」や「地域」でまとめたり。

M 各県が合体して、日本列島になるタイプもありますよね。

S そうですね。地図タイプは、日本人だけでなく、外国人の旅行者や、バックパッカー向けにもニーズがあるのではないかと思っています。

M ほかに、観光地のキーホルダー事情で大きな変化はありますか？

S やっぱ「キャラもの」の流行でしょうね。今はどこへ行っても、「妖怪ウオッチ」とか「ワンピース」といったキャラクターものが人気で、土産物店がファンシーショップみたいになっ

ていますよね。

M 私の実感としては、20年くらい前から、観光地自体をモチーフにした、いわゆる「お土産キーホルダー」への関心が薄れてきているような気がするんですが…。

S そうですね。昔は土産物店の花形だったのが、その頃からキャラものに押された傾向はあるかもしれません。ただ、全ての売り場が同じ品揃えではなく、昔ながらの商品を大事にしてくれるお店もあるんですよ。

M たしかに、観光地の土産物店を回っていると、思わず「あった！」と声を上げたくなるような、私が求めているキーホルダーが豊富に揃ったお店を見つけることもあります。

S 掘り出し物もあるでしょ。

M そうなんです！ それも楽しみの一つです。

S 観光地で言うと、京都、奈良、日光はやはり人気で、キーホルダーも充実していますね。それは、修学旅行でにぎわうし、外国人への対応も進んでいるからでしょう。キーホルダーに限



製造の現場も経験し、現在3代目社長を務める。企画・営業で全国を飛び回り、新規顧客を開拓中。

らず、日本の小学生や中学生が修学旅行土産を、そして外国人の旅行者がメイド・イン・ジャパンのお土産を買ってくれます。でもどうして、あなたはほかのお土産ではなく、キーホルダーなんですか？

M そうですね、僕にとってのキーホルダーの魅力は、金属の彫刻がもっている味わい深さや、どことなく伝わってくるノスタルジーですかね。さらには、そこに込められた職人さんたちの魂が、オーラになって心に響いてくる

ような気がするんです。もちろん、旅の記念として持ち帰りたいということもあります。

S なるほど、嬉しいコメントですね。観光土産って、比較的「緩い」世界だと思っんです。たとえば、山の標高だつて、測量の時期や方法によって変わることがありますが、その都度リアルタイムで修正していくことはなかなか難しい。ですが、ある意味その正確性は相対的に見ると重要ではないんです。単なる「事実の記録」ではないということですね。

M そうですね、そこも魅力の一つと言えますね。

### 夢のある市場

S 今は、全盛期に比べてキーホルダーはずいぶん減っています。ですが、愛好家の方も含めて、欲しがってくれる方は全国にまだまだいます。

M そうだと思います。まだまだ作り続けていたきたい。

S 近頃は、昔と違ってちょっとした

休みがとれると海外旅行をする方が多くなりましたよね。以前は一泊二日の国内旅行でも年に一度くらいしかしなかった。

M たしかに。旅行の形態が変わったことも需要の変化につながっているんですね。

S ですが、登山バッジの傾向を見ると、同じように需要は減っていました。が、改めて登山が若い方にも流行して、「山ガール」が増えましたよね。そうすると、小さい記念バッジを見て、女性が「可愛い！」と言って買ってくれるようになったんです。

M そうですね！ 同じように、キーホルダーも再熱ブームが来るかもしれません。どちらも思い出を形にしたものからです。

S “観光”というマーケットにはそのような夢もあるんです。欲しがる方がいる限り、私たちも一生懸命作り続けていきたいと思っています。

M ぜひ、お願いします。これからも楽しみにしています！

# 日本 お土産 キーホルダー 大全

ウツクに  
シヤラシヤラ



## メタリックな重厚感、昭和ノスタルジー、 そしてあふれる旅情

観光地の土産物屋などで売られていた、地名入りのキーホルダー。  
子どもの頃は旅行のたび、必ず買っていたものだ。  
それらを友達にあげたりもらったりした、懐かしく愛おしい記憶。  
そんな「昭和の文化」がいま、またひとつ消えゆくとしている…  
本書とともに、キーホルダーをめぐる旅に出かけてみませんか？

水  
上  
友

辰  
巳  
出  
版

雑誌 66117-94 タツミムック

定価： **本体 1,300円** + 税

ISBN978-4-7778-1797-9  
C9476 ¥1300E



9784777817



1929476013