

---

## 線 香

---

線香の国内需要は、年毎の変動はあるが安定している。線香は、スーパーマーケットやホームセンターなどで販売されている普及品と、百貨店や仏具店で販売されている中高級品との2つに大きく分かれている。普及品は、他業界からの参入もあり、価格競争が激しく、利幅の確保が難しいため、普及品の製造を主とする業者の収益は悪化している。一方、中高級品は、商品銘柄を指定して購入する顧客が多く、中高級品を主とする業者の収益は、普及品を主とする業者に比べ良い。

香料の価格高騰から、平成17年夏に中高級品は値上げをしたが、普及品は、値上げができず、普及品の製造を主とする業者は利幅を縮小させている。

各業者は、利幅と顧客の拡大のため、積極的に新製品開発に取り組んでいる。

### 業界の概要

線香は、基剤に香料を練り込み、押し出し機で線状に成形し、乾燥させて造られる。基剤には、杉の木の粉と、楠の一種である楠（たぶ）の木の粉が使用される。

線香の香料には、天然のものと化学合成のものがあり、天然のものには、沈香（じんこう）、白檀（びやくだん）、桂皮、丁子といった植物性香料と、麝香（じゃこう）といった動物性香料がある。線香の香料としては、主に植物性香料を粉末にしたものが使用されているが、沈香や白檀は、国内で採取できないため、東南アジアなどの国々から輸入している。これらの香料のどれをどれだけ練り込んでいくのかによって、線香の

香りが決まる。

国内の最大の生産地は兵庫県で、淡路島に工場が集積しており、平成 15 年工業統計表(品目編)によれば、全国出荷量の 51.2% を占めている。兵庫県以外の主な生産地としては、栃木県、京都府、それに大阪府があげられる。

線香の需要は、業者へのヒアリングによると、年毎の変動はあるものの安定している。しかし、長期的には、仏事離れや人口減少から需要は減少していくと予想している。

#### 大阪府内の製造

平成 15 年における大阪府の線香製造業は、事業所数 20、製造品出荷額等 306,178 万円(大阪府『平成 15 年大阪の工業』、全数)となっている。

大阪府は、昭和 50 年まで国内最大の線香産地で、56 年には、大阪府が 63 地場産業のうちの 1 つとして選定、また、61 年には、大阪府知事指定の伝統工芸品(堺線香)に指定している。

50 年以降、兵庫県、栃木県の生産量が増加し、15 年現在での大阪府の全国シェアは、出荷量で 5.5%、出荷金額で 10.1% となっている(経済産業省『平成 15 年工業統計表(品目編)』従業者 4 人以上)。

府内の業者は、ほとんどが従業者 50 人以下の中小零細規模で、主に堺市内と大阪市内に立地している。自社で製造している業者が多いが、淡路島などの業者に製造を委託し、半製品で仕入れ、箱詰めしたのち、自社の商品銘柄で販売する業者もある。

なお、工業統計表によると、14 年から 15 年にかけて、大阪府の出荷量、出荷額ともに大幅に減少している。業者へのヒアリングからすると、この減少は、大

手業者が製造を大阪府内から淡路島の工場に集約したことによるものが大半を占めているとみられる。

原料価格は高値で推移

香料として多くの線香に使われてきた沈香や白檀の仕入価格は上昇しており、とりわけ白檀の値上がりから、今夏、製造業者は、多くの製品価格を引き上げた。

香料は、製造原価の20%程度を占める。沈香、白檀とも、国内で採取できないため輸入に頼っており、高値で、線香1本当たりに占める量は少ないが、材料価格に占める割合は高い。

沈香は、人工的な栽培が困難で、希少性が高く、2004年のワシントン条約締結国会議で、全種が付属書に掲載され、保護の対象となっている。このため原産国の輸出許可書なしに輸入はできない。現在のところは、規制前に輸入したものがあり、必要量は確保できているが、今後も、価格が上昇していくことは避けられない。また、質の高い沈香を確保できるかどうかを懸念している業者もある。

白檀は、主にインドネシアとインドから輸入している。質によって値上がり幅は異なるが、この5年程の間に、3倍程度の値上がりがあったと話す業者もある。線香業者へのヒアリングでは、産地であるチモールの紛争による供給減や、イスラム教国での需要が高まったことを値上がりの原因とする話も聞かれたが、定かではない。長期的には、世界的に需要が高まっていることや、植林をしているとはいえ、採取量に限りがあること、インドネシアの減産でインドが最大輸出国となり輸出量を統制できることから、原料価格は下がらず、高値で推移すると、業界ではみている。

普及品製造業者の収益は悪化

線香は、スーパーマーケットやホームセンターなどで価格帯の低い普及品として販売されるものと、百貨店や仏具店などの専門店で販売される高い価格帯の中高級品とに大別できる。

普及品は、業者間の価格競争が激しいうえ、特売品にされる場合もある。加えて、ロウソクの大手製造業者が、マレーシアで製造した線香を日本で販売しており、価格競争がさらに激しくなっている。原料が高騰していることもあり、普及品を製造する業者は、価格を引き上げたいところであるが、競争が激しいうえ、流通業者からの価格引下げ圧力も強いため、利幅の縮小で対応せざるを得ない状況にある。このため普及品の製造を主とする業者の収益は悪化している。

一方、中高級品は、商品銘柄を指名して購入する固定客が多く、値崩れが起きにくく、販売量も安定している。このため、中高級品の製造を主とする業者の収益は、普及品の製造を主とする業者より良い。

しかし普及品、中高級品とも仏事離れなどから、需要が減少傾向にある。このため各業者とも、新規顧客の開拓を図っている。

#### 製品価格の動き

かつて、2年頃に各業者が製品価格を引き上げたが、その後は、円高によって原料を安く輸入することができたため、しばらく製品の値動きはなかった。

しかし、原料価格の高騰で、中高級品は、17年の夏に価格を引き上げる動きがみられた。一方、普及品は、市場での価格引下げ圧力が強いため、原料価格の上昇を製品価格に転嫁できないでいる。

#### 輸出入の動き

輸出入は、公表している統計がなく、実態を把握す

ることはできないが、業者に対するヒアリングによると、輸出は、香りの嗜好が日本人と異なるため、その量は極めて少ないとみられる。

輸入も同様で、日本人が好む香りとは異なるため、以前はほとんどなかった。しかし、最近になって、中国の製造業者が、国内業者に対し、下請け製造を働きかけたこともあり、低価格品を中国で製造し、輸入する国内業者がみられるようになった。加えて、大手ロウソク製造業者が、線香を輸入、販売したり、百元ショップで中国製線香を販売したりしていることから、低価格帯の製品の輸入量が増加しているとみられる。しかし、輸入品は香りを一定に保てないなどの品質上の問題があり、中高級品市場を脅かすことはない、業界ではみている。

#### 今後の動き

各業者とも、活発に新製品の開発に取り組んでいる。煙の少ない微煙香は、マンションなど気密性の高い住居に合った線香として、各業者が発売し、順調に売上げを伸ばしている。1年間に10品目以上の新製品を出している業者や、特許を申請、取得する業者もある。

もともと線香は、商品銘柄を指定して購入する顧客が多く、何十年も販売している息の長い商品が多い。そのため業者は、新製品を販売しても、銘柄を指定して購入する顧客のために、従来製品の販売を休止することは難しい。したがって新製品を販売すれば、品目数が増加し、製品在庫を多く抱えることになる。そうした経営上の問題を抱えても、新製品を開発するのは、利幅や市場シェアを高めるためでもあるが、それに加え若年や中年層の顧客拡大を図るためでもある。

珈琲や紅茶、ハーブの香りがする線香や、リビング

ルームに置いても違和感のないデザインを施したパッケージなどの新製品が各業者から販売されている。若年や中年層の仏事離れにより、今後、線香の需要は減少していくとの危機感から、こうした新製品の開発を行っている。

長期的には人口減少で、国内の需要拡大に限界があり、海外の需要開拓も必要とする業者もあった。

顧客を開拓し、市場の拡大を図ることは、400年以上にわたる線香の伝統を次世代に引き継いでいくうえでも重要となろう。

( 廣岡 昭彦 )

大阪府内線香製造業の推移（従業者4人以上）

	出荷数量（kg）		出荷金額（百万円）		事業所数	
		前年比 （%）		前年比 （%）		前年比 （%）
平成11年	1,365,286	-	6,560	-	19	-
12年	1,325,722	-2.9	6,399	-2.4	21	10.5
13年	1,199,730	-9.5	5,866	-8.3	21	0
14年	963,922	-19.7	5,491	-6.4	18	-14.3
15年	417,471	-56.7	2,992	-45.5	16	-11.1

資料：経済産業省『工業統計表（品目編）』。