

和ろうそく製造業の特徴と課題

初 沢 敏 生

1. はじめに

和ろうそく製造業はわが国の伝統的な産業の一つであり、各地に産地を形成していた。しかし、家庭の電化と安価な洋ろうそくの生産拡大によって、和ろうそく生産は急速に縮小、現在では生産業者（そのほとんどは個人工場）は全国に数十程度と言われている。そのため、現在ではかつてのような産地を単位とした生産構造は事実上崩壊している。各地の業者は新たな体制で生産を進めているが、後継者難等により、その数は急速に減少しつつある。

このため、和ろうそくに関する研究は歴史・民俗的な側面からは様々な考察が加えられているものの¹⁾、これまで多くの地場産業産地の生産構造や存立基盤などに関して研究を進めてきた経済地理学においては蓄積はほとんどない。

そこで、本報告においては和ろうそく製造業者へのヒヤリング調査を基に、現在の和ろうそく製造業の生産構造面での特徴と課題を、把握することを目的とする。

具体的な検討に入る前に、まず、和ろうそくの製造工程について、文葉社編（2002）に基づき概観することにした。

和ろうそくづくりの最初の工程は灯心づくりである。竹串の上に和紙を巻き、その上にい草を巻き、真綿をかぶせて固定、竹串を抜く。ただし、近年は灯心は業者から購入する工場も多い。次に、灯心に串を刺し、溶かした蠟の中に漬けたり手で蠟をこすりつけて太くする。これを乾かしながら何度も繰り返し、大きさや形を整えた上で白蠟を上がけし、串を抜いた上で芯を切り出し、底も整える。なお、絵ろうそくの場合は上がった前にも

うそくの上に絵を描く絵付けが行われる。

以下においては、まず、和ろうそくの現状と課題を把握するため、原料、技術伝承、製品開発と市場開拓の各面から検討を加えることにしたい。

2. 原料の特徴とその変化

和ろうそくの原料としては、大きく蠟、灯心、それに絵ろうそくに用いる染料をあげることができる。

蠟は伝統的に木蠟が使用されてきたが、江戸時代までは大きく分けて、東日本では漆蠟が、西日本では黄檀蠟が用いられてきた。わが国ではもともと漆蠟が用いられていたが、江戸時代に黄檀蠟の生産が行われるようになった（佐々木：1999）。明治期にはいると、漆山の管理が十分にいきわたらなくなり漆樹が大幅に減少したことや²⁾、黄檀蠟の方が漆蠟よりも品質が良い上に安価であることなどから、漆蠟を用いてきた地域でも急速に黄檀蠟に転換した。

現在でも伝統を重んじ、高い品質のろうそくを生産している業者では黄檀蠟を使用している。現在では九州地方北部が中心的な産地となっており、この他和歌山県などでも生産されている。黄檀は紅葉がきれいであるため、近年、九州地方を中心に植林が拡大している。そのため、資源的には安定しているが、手絞りが減少し、分離器による抽出が中心となってきている。しかし、分離器のものは手絞りのものに比べて品質が劣るとの指摘もあり、良質の蠟の確保が課題となっている。なお、蠟についても中国など、外国からの輸入が増加してきているが、輸入蠟は漆蠟が多く品質的にも問題があるため、増量剤程度の利用にと

どまっている。蠟生産は、今後も国内を中心として推移するものと考えられる。

しかし、黄燻蠟は価格が高いため、安価な製品ではなかなか使用できなくなってきた³⁾。いくつかの産地では電灯や洋ろうそくとの競争から、大正期からステアリン酸等を用いての生産が行われていた。現在では、この他にパラフィンや牛脂硬化油、パーム油、米糠油なども用いられている。現在では小型の和ろうそくにおいては黄燻蠟を使用したものの方が少なくなっている。

ただし、後述するように比較的生産量の多い企業の中には黄燻蠟だけを使用して生産を行っているものもあり、市場と生産体制を確保することができれば、比較的安価な製品であっても黄燻蠟を主原料とした和ろうそくの生産は不可能ではない。蠟は和ろうそくの差別化を考える上で最も重要な要素の一つであり、良質な原料の確保とこれを用いた生産の拡大が期待される。

次に灯心についてみることにしたい。灯心は和紙、い草、真綿から構成されているが⁴⁾、現在ではろうそく製造業者が独自に作ることは比較的少なく、多くの工場が灯心を生産している業者から購入している。

パラフィンを主原料とし、糸心だけで蠟を吸い上げることができる洋ろうそくと異なり、木蠟は和紙を用いなければうまく吸い上げることができないという特性がある。そのため、和ろうそくは紙心を用いなければならないが、和紙であるならば紙質はそれほど問題ではないので、現在、その供給には特に問題はない。

現在、重要な課題となっているのは和紙に巻き付けて固定するために使用するい草である。かつては国内の各地でい草の栽培が行われ、各産地ごとに特徴を持ったい草製品が生産されていた。各ろうそく産地でもろうそく生産に適したい草を特別に注文して確保していた⁵⁾。しかし、現在では畳表用のい草を使用することが多い。また、近年、中国産のい草の輸入が増加し、国内のい草産地の生産量が急激に減少していることから、ヒヤリング調査においては、一部の業者から国内産原料が

使用できなくなるという事態についても懸念が表明された。ただし、い草については輸入製品でも特に問題があるわけではないことから、将来的な問題はあまりないものと考えられる。

灯心については、一定量の需要がある限り、今後の供給については大きな不安はないと考えられる。

最後に、絵ろうそく用の染料についてもふれることにしたい。絵ろうそくは山形県と福島県の産地で多く生産されてきた。絵ろうそくの染料は、かつては岩絵の具をにかわでねって使用されていた。しかし、これでは使い勝手が悪く、使用できる色の種類や絵柄が制約されていた。そのため、山形県の産地では昭和に入ったぐらいから、また福島県の産地では戦後早い時期から染料がポスターカラーに転換され、現在に至っている。これにともない、現在では絵柄はかなり自由に描けるようになってきている。

以上、和ろうそくの原料面について検討を加えてきたが、最大の問題は良質の黄燻蠟の確保であると言える。黄燻蠟は品質的にも国産品に頼らざるを得ないが、価格が高ことから他原料への転換が進んでいる。しかし、木蠟を主原料とすることは和ろうそくの最大の特徴であり、他原料を使用している限り、それは「和ろうそく風製品」ととどまる。洋ろうそくなどの製品差別化を進めるためにも、黄燻蠟を使用した製品の拡大が期待される。一方、灯心や絵ろうそくの染料も伝統的なものから変化しており、今後は輸入製品などに転換する可能性もある。しかし、これらは伝統の保持や品質の確保などの面からはそれほど問題はない。また、今後も安定的に供給を確保することができると思われる。

3. 技術伝承の特徴と課題

和ろうそくの生産技術については、大きく灯心づくり、ろうそく本体の蠟がけ、それに絵ろうそくの絵付けに区分することができる。これらのすべての工程を一人で担当している職人もいるが、

前述のように、灯心は業者から購入する工場も増加するなど、近年は各工程の分業化が進んでいる。そこで、以下においては蠟がけを中心に技術伝承の状況を検討することにした。

蠟がけの手法は、大きく手がけと型どりに区分される。型どりは型の中に蠟を流し込んで成形するもので、大量生産に適し、特別な技術は必要とされない。いくつかの工場においてはパートの職員がこの工程を担当しており、特別な技術伝承は必要とされていない。

一方、手がけについては、ヒヤリング調査によれば、その技術の習得に最低数年程度の修業が必要とされている。現在、多くの業者では、基本的に父から子へと、家庭内での技術伝承が中心となっている。これは、ろうそくづくりの職人がいなくなったためである。

戦前期においては、減少したとはいえ、和ろうそくにも一定の需要が存在していた。そのため、多くの工場では職人を雇って生産が行われており、各工場において職人間で技術伝承—多くの場合先輩の職人から新人の職人への教育—が行われていた。しかし、戦後になると需要の減退にともなって職人を抱える工場が大幅に減少、職人間での技術伝承は事実上途絶えた。このため、技術伝承は工場経営者の父からその後継者の子へと行われるに限定されることになったのである。

これにあたっては、多くの場合具体的な指導を繰り返すと言うことはなく、見て覚える、見取り修業の形をとることが多い。これは多くの地場産業と同様、和ろうそくの生産にあたっては、経験を繰り返し、身体でこつを覚えることが修業の中心となっているためである。ただし、この間に大量に発生する不良品については、技術を保有している者—多くの場合経営者—が再度加工をし直し、製品化している。このため、技術伝承にあたっては、指導者は長期にわたって多くの時間を割く必要があり、何人もの弟子を育てることは事実上不可能である。これが、技術伝承が家族内に限定されている、もう一つの理由である。

しかし、型どりの手法だけでは付加価値の高い

大型の和ろうそくを生産することはできない⁶⁾。現在、一部の企業では既に手がけ技術が途絶えてしまっている。後継者不足などのために、この傾向は今後さらに強まるものと考えられる。手がけ技術の保存が重要な課題となっている。

これに対し、絵ろうそくの絵付けについては状況は異なる。ヒヤリング調査においては絵付けについても長期間の修業が必要との指摘もあったが、その一方で、絵付け工程を分業化し、内職などに頼る企業も少なくない。それほど高い技術を持った者でなくとも、多少の練習を積みばさほど困難な工程ではないというのが実際のところであろう。そのため、絵付けについては蠟がけのような技術伝承は特に必要なものではないと言える。また、かつては各産地ごとに伝統的な図柄が定まり、それに沿った製品が生産されていたが、観光土産品等、新しい需要に対応するために、特に1960年代以降新しい絵柄が次々と開発されてきた。そのため、図柄の伝承の必要性も以前に比べると低下してきている。

技術伝承については、蠟がけの手がけ技術の伝承と保存が特に重要であると考えられる。

4. 製品開発と市場開拓

需要が減少し、また前述のように生産環境が変化する中で、各業者は様々な製品開発を進めて市場を開拓している。ただし、これに関しては業者による差が大きいので、以下では3つの類型に分け、それぞれ具体的な事例を挙げながら検討を加えることにしたい。

(1) 地域市場型

a. 宗教需要依存型

宗教需要は、和ろうそく需要の中心的なものの一つであるが、日常的に使用されるものであるために価格面での洋ろうそくと競争が非常に厳しくなっている。

福井県に立地するA社は、一般家庭での仏壇の灯明としての使用を対象とした製品の生産にあ

たっている。このため、製品は小振りかつ安価で、1匁ろうそく10本で250～300円程度の価格の商品が中心である。このため、コストダウンが重要な課題となっている。これに対応するため、製品はすべて型どりで生産し、生産効率を上げている。また、主製品である小型ろうそくの原料は、主にパーム油と中国産木蠟をブレンドして使用している。

A社の流通は、大きく直販と問屋に分かれる。直販は仏壇店と寺で、比較的大型のろうそくが中心となる。一方、問屋は日用雑貨を取り扱う荒物問屋が取引の中心となっている。これは最寄り製品としてできるだけ多くの店においてもらえるようにとの配慮からである。

しかし、仏事用需要は次第に減少する傾向にあるため、A社ではインテリア用製品の開発も進めている。これまでに打ち刃物職人とタイアップして燭台を製造、それとろうそくをセットで売り出した。また、インテリアとして使用することのできる絵ろうそくも生産を開始した。A社では、今後は生活提案が重要になってくると考えており、インテリア製品の開発を進めていく予定である。

B社は京都市内に立地、寺用の20～30匁程度の比較的大型のろうそくを中心に生産している。京都市内には東西本願寺他、多数の寺が立地している上、京都の本山に来る地方の寺からの注文もあり、宗教面での需要が非常に大きい。また、寺に販売する大型の和ろうそくは洋ろうそくとの差別化も比較的容易であり、価格競争にも巻き込まれにくい。B社はこのような京都の立地特性を生かして、伝統的な形態を維持しながら生産を進めている。

B社が使用している原料は、すべて九州産黄檀蠟で、特に良質のものを使用するように気をつけている。これは納入する寺の検査が厳しいためである。灯心は奈良県の業者から購入している。

生産方法は型どりが中心である。寺用のろうそくは宗派によって形が異なっているため、注文の多い宗派のろうそくについてはあらかじめ型を用意しておいて生産にあたり、それ以外の宗派の注

文に対しては手がけ生産で対応している。そのため、各宗派の型を覚えるとともに、手がけでもそれらのろうそくを生産するだけの技術を身につけておくことが必要である。ヒヤリング調査によれば、これだけの技術を身につけるためには10年以上の修業が必要であるとのことである。また、型どりにおいても仕上げの上がけは手がけで行っており、B社の生産技術は極めて高い。

取引を行っている寺は常時取引のあるところが約300、スポット取引が年間300程度であるが、技術を伝承していくためには、最低限これだけの取引先が必要である。

このように、B社では寺用のろうそくを中心に生産し、ほぼ十分な注文を確保していると言えるが、近年、観光客の増加にともない、新製品の開発にも着手している。寺用のろうそくは観光土産品にはならないため、修学旅行生が買える程度の値段の絵ろうそくを生産を始めた。京都にはもともと絵ろうそくの伝統はなかったが、観光土産品としては華のあるものが求められるため、絵ろうそくを選択した。B社では小型のろうそくを生産していないため、京都市内の他社から小型のろうそくを購入、それを若い京友禅の画家に絵付けをしてもらい、製品化している。

以上、2社の事例を示したが、地域の宗教需要に依存する場合、その地域性が重要になる。大きな市場のある京都においては伝統的な生産形態が維持されているものの、それ以外の地域においては同様の体制をとることは難しい。新製品を開発し、新たな市場を形成していくことが必要である。

b. 観光需要依存型

和ろうそくに絵を付けた絵ろうそくは観光土産品として根強い人気がある。そのため、前述のように新たに絵ろうそくを生産に参入する業者も多くなっている。しかし、伝統的には、絵ろうそくは福島県、山形県と北陸地方の一部で生産されていたにすぎない。

福島県に立地するC社は、江戸時代から絵ろうそく生産にあっている老舗である。製品は比較

的小型の絵ろうそくが中心で、観光土産用としての需要が多い。

原料は九州から黄蠟蠟を購入しているが、価格が高いため、植物系の油脂も併せて使用している。灯心は奈良県の業者から購入、絵付けも内職に外注している。

生産は手がけを中心に行われているが、近年道具類の確保が難しくなっている。例えば、絵ろうそくの生産には白い蠟が必要とされるため、さびの出る鉄製の鍋ではなく、磁器製の鍋で蠟を溶かさなければならない。しかし、現在ではそのようなものを生産する業者はなく、特注でも難しくなってきた。

販売は観光土産が多く、自店での販売と周辺の土産店での販売が中心となっている。価格は10匁ろうそくで1500円ほどである。しかし、飾り物での需要ではリピーターが期待できないので、様々な場面での使用を増やすように努力、近年では茶席や仏事での使用が増加している。また、水に浮く絵ろうそくなどのオリジナル製品を開発したり、他産地から異なった図柄の製品を購入するなどして、取り扱い製品の幅を広げている。この他、ろうそくの絵付け教室などにも根強い需要がある。

会津地方では冬祭りの一環として、他の地場産業とタイアップして絵ろうそく祭りを開催している。現在の段階では直接的な経済効果は小さいものの、絵ろうそくの認知度を向上には大きな役割を果たしている。また、町並み整備地区でのヒヤリング調査では観光入り込み客数が10倍になったとの指摘があり、顧客の増加にはまちづくりとタイアップすることが有効であると考えられる。

観光土産品としての需要は、様々な工夫により今後も拡大していく余地はあるものの、土産品である限り、その需要には限界がある。まちづくりや他の地場産業とタイアップして新たな需要の開拓を進めるとともに、日常的に使用される場面を提案していくことが必要であると考えられる。

(2) 広域市場型

広域市場型に分類される企業は、様々な方法により、新たな市場の開拓に成功、産地企業から全国企業へと脱皮を果たしたものである。地域市場型企業が追求している課題に対する解答の一つがここにあるということもできる。その意味で注目すべき企業群である。ここでは性格の異なる2社の事例から、その特徴を見ることにしたい。

新潟県に立地するD社は、自らはろうそくを生産能力を持たず、外注によって生産したろうそくに内職を利用した絵付けを行って出荷している。D社は先代までは伝統的な和ろうそくを生産にあっていたが、15年ほど前に代替わりしてから製品と生産体制を大幅に転換した。

D社は周辺地域に絵ろうそくの文化がなかったことから、絵ろうそくはほとんど生産していなかった。しかし、現社長は絵ろうそくを用いて新しい文化を形成したいと考え、絵ろうそくを生産を進めた。当初はデパートでの実演販売などを行って販路を開拓していたが、1990年代半ば頃から手作りの良さが見直されるようになると実用品としての側面を強調して販売にあたった。これは、消耗品として使用される方がリピートの需要があるためである。D社は法事などに参加する際、線香ではなく絵ろうそくを持参し、実際にそれを灯明として用いるように提案した。これがファッション性を求める都会の消費者の需要にマッチし、口コミで需要が広がった。

また、新製品開発として和ろうそくの光がライトセラピー効果を持つことに注目、部屋の和風インテリアとして和ろうそくを用いることも提案している。この製品の開発にあたっては、ろうそくの持つ「仏事に用いられるもの」というイメージを払拭するためろうそくの色やパッケージのデザインなどに工夫をこらしている。

また、出荷先についても東京の有名デパートなどステータスの高い店に限定し、製品の付加価値を高めるように努力している。

その一方で、コストダウンを進め、製品価格は他産地の同製品に比較して2～3割安く押さえる

ようにしている。これは現在の和ろうそくの価格水準が高すぎ、消費を拡大するには価格を下げる必要があると考えているためである。そのため、D社は自社の製造部門を廃止し、製品企画と検品、包装、発送等に機能を限定、ろうそくの製造と絵付けを外部化した。このようにして生産部門をフレキシブル化したことが、様々な企画の実現を可能としたのである。

一方、滋賀県に立地するE社は、日常的に使用される製品の生産に中心をおいている。これは観光土産品だけでは需要が限定されるためであるが、前述のA社とは異なり、原料はすべて国産の黄燭蠟を使用、手がけと型どりによって生産している。E社は経営者が手がけで生産を行っている他、7名のパートが型どりで生産を行っており、その生産能力はかなり大きい。しかし、それでも価格は1匁ろうそくで16本2000円程度であり、A社の製品に比較してかなり高価である。E社は市場を拡大するには価格を安くするよりも品質の高い製品を作らなければならないと考え、伝統的な原料にこだわるとともに、その良さをインターネットのWebページで訴えている。これは、和ろうそくの差別化を図る上で、黄燭蠟を使用することが最も効果的であると考えているためである。

E社の主要出荷先は雑貨問屋である。基本的に線香と同じルートで流通している。E社は通常の流通ルートの中で最高の製品を作り、価格を維持するように努力している。また、E社が品質の高い製品を比較的安価に生産していることから、他の業者がE社からろうそくを仕入れたり、それに絵付けなどをして販売しているケースも見られる。

また、E社は絵ろうそくの販売も行っている。この地域には絵ろうそくの伝統はないが、ろうそくに絵を描きたいと希望する人にろうそくを提供し、好きな柄を描いてもらうようにしている。このようにして生産された絵ろうそくの多くは他の業者に出荷されている。

このように、E社は付加価値こそはそれほど高くはないものの、品質の高い製品を大量に供給し、

他産地の業者の生産基盤の一部をも担っている。わが国の和ろうそく生産での拠点的な役割を果たしていると言うこともできよう。

以上、2社の事例を示したが、いずれも広域市場を確保している企業はそれぞれ明確な特徴を持ち、その企業コンセプトに基づいた経営を行っている。また、生産能力を高めるために特定の工程に特化している。産地を単位とした和ろうそくの生産構造が事実上崩壊しつつある現在、日本全体を一つの産地に見立て、広域的な生産連関と流通を構築していく必要があると考える。

5. おわりに

以上、ヒヤリング調査に基づき、和ろうそく製造業の現状と課題についていくつかの側面から検討を加えた。ここで得られた知見は以下の通りである。

- ① 原料に関しては、特に小型のろうそくを中心にして黄燭蠟の使用量が減少している。これは黄燭蠟の価格が高いためであるが、木燭蠟の使用は和ろうそくの基本であり、その使用拡大が望まれる。今後は良質の黄燭蠟の確保が課題である。
- ② 技術伝承は、需要の減少にともない、家族内での伝承以外には伝承が困難な状況となっている。和ろうそくの生産技術としては、手がけによる蠟がけ手法の伝承が必要であるが、一部の企業では既に途絶えてしまっており、その維持が重要な課題となっている。
- ③ 製品開発と市場開拓については、多くの企業が様々な方法で取り組んでいる。しかし、安定的な地域需要が見込まれる一部の地域を除けば、観光需要も含めて、地域需要だけでは十分な市場が確保できない状況である。今後は、全国的な分業体制なども視野に入れて新たな生産体制を形成し、これまでとは異なった形で広域的な市場を確保していく必要がある。

本小論の概要は、日本地理学会2004年度春季学

術大会において報告した。

本研究を行うにあたり、日本学術振興会科学研究費補助金（平成14～17年度 基盤研究(C)2)「伝統的産業の集積地域における持続的生産システムに関する研究」研究代表者 初沢敏生 課題番号14580078)を使用した。

注

- 1) 和ろうそくの歴史・民俗的な研究は多くの側面から進められている。例えば、和ろうそくの歴史について考察を加えた山崎 (2003)、岩手県の漆蠟について考察した工藤 (2003)、庄内の絵ろうそくの歴史を考察した犬塚 (2003)、会津の漆蠟の歴史と技術に関して考察を加えた佐々木 (1999; 2003)、岩崎・佐々木 (1979)、会津の絵ろうそくの歴史を考察した佐々木 (1984)、会津のろうそくの製作工程について詳細に調査した山口 (1976) などがある。
- 2) 漆樹は主に漆を採ることを目的として植えられているが、漆を採ると漆樹は短期間で枯死してしまう。そのため、江戸時代においては各藩が漆山の管理と植林にあっていた。しかし、明治維新以降は漆山の管理が行き届かなくなり、漆樹が急速に減少した。ヒヤリング調査によれば漆蠟の大産地であった会津地方においても明治時代中期頃までに十分な漆蠟を確保することができなくなり、黄檀蠟に転換した。漆蠟生産はその後細々と行われていたが、1962年を最後に会津地方での生産は途絶えた (山口; 1976)。
- 3) 2003年12月現在、黄檀蠟は1 kgあたり、およそ4000円だった。
- 4) 小型の和ろうそくにおいては、い草を用いず、紙だけで灯心を作る場合もある。
- 5) 和ろうそく生産においては畳表などに使用するよりも背の高い草の方が適しているため、

福島県や山形県などの産地においては土浦などの業者に依頼して、い草生産を行っていた。しかし、現在ではほとんど生産されなくなったため、奈良の灯心業者からの購入が多くなっている。

- 6) 付加価値の高い製品では欠かすことのできない上げ工程は手がけで行わなければならないため、量産品以外の製品を生産する工場においては、手がけ技術を保持していくことが不可欠である。

参考文献

- 犬塚幹士 (2003) : 庄内地方の蠟絞りと絵蠟燭 自然と文化 72 pp.44~51
- 岩崎敏夫・佐々木長正 (1979) : 燈火の変遷—会津絵蠟燭用具と蠟釜屋— 月刊文化財 1979-9 pp.38~45
- 工藤紘一 (2003) : 岩手の漆蠟 自然と文化 72 pp.38~43
- 佐々木長正 (1984) : 会津の絵ろうそく縁起談 民具マンスリー 16-12 pp.1~9
- 佐々木長正 (1999) : 蠟絞りの技術をめぐって—漆蠟と黄檀蠟との比較から— 民具マンスリー 31-10 pp.14~20
- 佐々木長正 (2003) : 会津の蠟燭の歴史と技術 自然と文化 72 pp.52~61
- 文芸社編 (2002) : 『和ろうそくの世界』 文芸社
- 山口弥一郎 (1976) : 会津絵蠟燭製作記録 『山口弥一郎選集 第8巻』 世界文庫 pp.115~141
- 山口弥一郎 (1976) : 会津絵蠟燭製造過程 『山口弥一郎選集 第8巻』 世界文庫 pp.143~162
- 山崎ます美 (2003) : 和蠟燭の歴史 自然と文化 72 pp.32~37

Some Characteristics and Problems of Japanese Candle Manufacturing Industry

HATSUZAWA, Toshio

On this study, I have made clear about some characteristics and problems of the Japanese candle manufacturing industry. The conclusion is following:

- 1 The amounts of use of the tree wax specially decrease with raw material around the miniature candle. This is because the price of the tree wax is expensive. But, the use of the tree wax is the basis of the Japanese candle, and it is necessary to use more tree wax.
- 2 Technological tradition is difficult except for the family caused by the decrease in demand for the Japanese candle. The tradition of hand craft technique is necessary, especially to wax by the hand is an important subject of the Japanese candle.
- 3 Many companies are coping with the product development and the market cultivation in the way. But, except for some regions, enough market can't be secured only in demand for a region. It is necessary to form a nationwide new production system and to keep a wide market area.