

300年続く三河仏壇の伝統と さらに100年に続ける為の挑戦

仏壇クリエイターズ・アートマン・ジャパン

主宰 都築 数明



皆さん、こんにちは。私はここに書いてありますように「仏壇クリエイターズ・アートマン・ジャパン」という、ひとつ仏壇の技術を使ってアート活動をやるという集団、職人集団を率いております。それとともに岡崎の曙町にあります、三河仏壇振興協同組合という300年の歴史のある伝統、国の指定の伝統産業ではありますけれども、そちらの今は青年部の部長もさせていただいております。一昨年から、その青年部を中心に若手の職人、若手の仏壇店・経営者を束ねまして、国の方からJAPANブランド育成支援事業に採択されまして2年目を今行っているところです。そのような流れで今、仏壇の技術を使いながら革新的な試みをやっています、今までの流れを中心にお話させていただきたいと思っています。

まずはこちらの愛知県の岡崎に昔から根付いております三河仏壇というものの簡単な説明をさせていただきたいと思います。すごく昔から多分あったと思われるんですけども、三河仏壇というのが初めて文獻に登場したのが1704年に岡崎市の仏壇師、ショウハチさんという方が作ったというふうなことが出ています。当然ですが、たぶんそれ以前からこちらの岡崎には神社・仏閣が沢山ありましたので、それに携わる職人が仏壇も同時に作っていたと思われま

す。のが1番最初の欄間彫刻ですね。ちょっと若干曲がっている、これ「うねり長押」と申しまして、中の屋根がよく見えるような構造になっております。その次に障子の部分に「花子」という彫刻がはまるような場所がありまして、そこが家紋を入れたり、花鳥風月等の彫刻を入れたりするような場所となっております。最後に台が低いんですね。名古屋の方は大きな河川が3つ程ありまして、よく氾濫をしたそうです、昔は。お仏壇はすごく大事ですので、水に濡れないように氾濫した時に守るために台を高くしてあったんですけども、こちらはそういうふうな水害の恐れがないということで、なるべく使い勝手がいい、胴が長い方が仏壇もいろんな物を飾れるということで、台を低くして3つの引き出しが付いている。そのような形になっています。三河の家屋は、元々作りが仏壇の部屋がありまして、1番奥が襖の押し入れになっている形態の家が多かったので、仏壇はその押し入れに入るような寸法。建築の長押に合わせてほしい180センチ弱の大きさになっております。三河仏壇の特徴とすると荘厳華麗であり、田舎の地域であるということで大きな仏間がありますので、実際に本当に立派なお仏壇がいろんな家庭にあると思います。

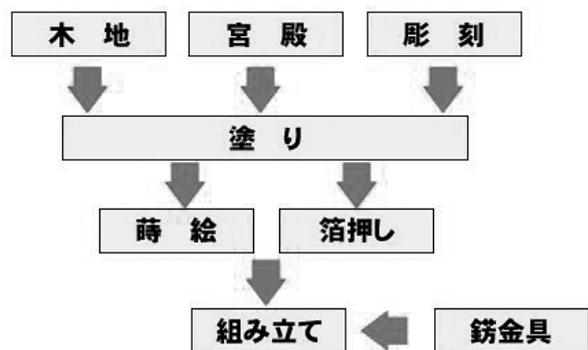
その仏壇を作る職人というのが実は8種類おりまして、8職種と言われております。その中では大工仕事をするような木地師さん。これが中の屋根ばかりを作る宮殿師さん。あと最後にいろんなパーツが集まって組み立てをする組立師さん。金の絵を描く蒔絵師さん。あと金箔を貼る箔押し師さん。金物を作る飾り金具師ですね、金物師さん。漆塗りをする塗師さん。彫刻をする彫刻師さん。この8名でひとつの仏壇を作り上げます。これだけ沢山いると制作するのにかなりの時間がかかります。1本作るのに、だいたい半年から1年かかってしまいます。実にゆっくりともものづくりをしている集団であります、その中でも結構合理的に作られていて、1番最初のスタートラインで木地といまして、木の一緒に作れる人達は一緒に作り始めちゃいます。その段階を次の段階にパーツを揃えて塗りのところに持っていく。塗りを行われると同時に進行で蒔絵と金箔押し



代表的な三河仏壇

三河仏壇というのは近くに同じような伝統工芸品で、名古屋仏壇というのがありまして、それとよく形が似てますけれども、その比較としてよく言われる

をやって、別に金物を作って最後組立師に集まると
というような流れでいたい作られております。



仏壇の製作工程

三河仏壇の生産本数は、ピークが昭和60年ですかね、昭和60年に全三河地方で179本作られておりました。これは伝統的工芸品と言われる国に指定されたお仏壇だけですので、自家製造のなんていうんですかね、漆を塗っていないとか、加修で作ってあるとか、あとはいろんな海外のパーツを使って仏壇を作ったというものは含んでいません。当時の話をきくと、かなり忙しかったと聞いております。寝る時間もなくて仕事ばかりやっていたという話をよく聞きます。僕が業界に入ったのが平成5年です。その時の生産本数が若干落ち込みはしてはいましたけれども年間99本ありました。去年ですけれども、なんと平成21年度、一昨年ですね、平成21年の生産本数はたった5本です。三河中でたった5本しか作られていません。そんな今、職人さんの数は多分100人ぐらいおりますが、携われる人間の少ないような現状にあります。このままいけば普通に三河仏壇というものは、この町からなくなってしまいます。冗談ではないですけれども、三河はまだ恵まれた方として、実際もう組合がなくなった他の伝統産地がございます。仏壇の伝統産地が13あるんですけれども、その中で、京都と三河だけが8職種とって8種類の職人が揃っている町であります。他の産地はもう職人がいない職種が出てきていまして、たとえば彫刻師がいないので外国製の彫刻を使ってそれが日本の伝統工芸になってしまうというような、おかしな現状も世の中には存在しています。

なので僕は何とか三河仏壇を守っていきたいなと思って活動をしています。仏壇は中国で作ろうがどこで作ろうが形だけだったら守ることはできるんですけれども、職人を守るといようなことになっていくと、仕事をやっぱり増やしていかないといけない。そこがやっぱり1番の課題かなと思っております。僕はいろんな活動をしながら仕事をどうやって作っ

ていくかといった時に、ひとつのアイデアですけれども、技術自体つまり仏壇を輸出するのではなく、職人の仕事を外国に輸出できないかなというふうな、突飛もないようなことを考えて、今はその方向性で進んでおります。それが意外と世の中で受け入れられたりするようなことを、まだ手応えの段階なんですけれども感じてまして、なぜそのように至ったかを今から若干僕のやってきたこととクロスオーバーさせながらお話をさせていただきたいなと思います。

実は僕は3男坊でして、本来仏壇屋を継ぐ予定では全くなかったんですね。長男は若い頃からというか子どもの頃から夢がありまして、動物病院を今経営してまして、犬の先生になりたいと。真ん中の兄が僕が継ぐよという話で京都の大谷大学、お坊さんの学校に行っって、その後に卒業後継いだんですけども、僕は親に「何をやってもいい」と言われていたので、「それじゃあ僕はアメリカに行きたい」と高校を卒業してすぐにアメリカに行きました。イチローがいるシアトルという町から1時間行ったカナダとの国境との中間にある小さな町で僕4年間大学に通い、数学を専攻してました。帰ってきたら英語を活かしたり、何かの仕事に就こうかなと思っていました。僕が大学卒業の時、平成5年というのは最近と同じような大きな価値観の変化がおきました。バブル崩壊です。日本に帰ってきた時に全くの就職難という、今の就職氷河期というやつですね。それで、仕事がないので店を手伝った。これが本当に業界に入るきっかけになりました。不思議なもので大学時代はアメリカにいましたので、何かバブルというものを知らないの、景気が良かったことを全く知らないですね。僕もその後、先程お話しした生産本数が減ったことも、どんどんどんどん景気が悪くなっていくので、別にそれが普通だなと思ってたんですけれども、2つ上の兄はそういうふうには思わなかったようす。僕は本当になんともなく入ってしまったんですけれども、仕事をやっているうちに結構子どもの頃から手先が器用で、ものづくりが好きだったので職人仕事を真剣に学ぼうと思ひまして、漆塗りの修行にアメリカ帰ってきて2年後ぐらいに行っったんですね。その修行をしている間に兄と父が喧嘩をしまして、兄が飛び出していってしまいました。実はその時に兄が言った言葉は今でも本当に僕はもう忘れられないんですけれども、「自分はこんな場所で埋もれていく人間じゃない」と言って飛び出していきました。確かに本当に伝統っていうものは不況、それまで日本自体が不況知らずであったと思われるので、作れば売れるということをやっつてきて、いざ売れなくなった時に何かアイデアを出せといっ

でも出るわけがない。見聞もないので、みんなただ不平不満を言うだけになってしまう。結局切り開くことってというのが必要な時代に誰かのせいにして動かないってというのは、ちょっとまずいんじゃないかなというふうに僕は感じています。僕の中ではもったいないなというのが先でしたね。こんな伝統、ほくは外国にいたので逆にいうと、端から見るとすごいなあというふうなことを実は中に入ってなかった時期のが長かったので、見た時にこのままじゃなくなっちゃうんだらうなというのは本当に感じたので、それではなにか本当に変わったことでもやっていかないといけないかなと思っていました。

僕が本当に1番最初にやったのはうちの店の経営革新ですね。今まで外注に出していたのを自分のところでやる。それだけをやるようにしました。自分で物をつくると。今でもいろんなちょっと変わったことをやっていますけれども、ずっと自分で仏壇は組み立てています。いろんなところへ飛び回るようになったので忙しいけれども、その中でも職人仕事だけはちゃんと残っているんですね。今でも職人仕事はずっとやっているんですけども、その職人仕事をやることによっていろんなことがわかりますので、ずっと僕は職人をやり続けたいなどは実は今でも思っております。僕が入った時にはこういう現状がありました。

安価な中国製品、まあこの伝統産業でもこれは驚異なんですね。100円ショップでいろんな伝統産業の物が買えちゃう時代です、本当に。仏壇の場合、僕らが作るものというのは800万円とか1,000万円ぐらいしちゃう。その海外で作られるものはほんの、そうですね、半分500万円ということはないな、もっと安いですね、300万円とか200万円とかできて、それが小売価格で売られています。そうやってきた時に、600万円の差を埋めようというのは本当に大変なんですね。何が起きてきちゃうかという、その600万円のを埋めるために手を抜かなきゃいかん。材料を落とす。技術を落とす。それをやっていくとどちらが素晴らしいものになっていくかという、案外と中国で作った物が素晴らしい物、手のかけた物になっていってしまう。これでは価格勝負というのをずっと続けていった時に、何が起きちゃうかと思ったら、苦しんで死んじゃうだけです、職人が。これでは本当にどうにもならないなというのがありました。

何かをしなければというのが僕の中にもありまして、1番最初、今でこそいろんな仲間がおりますが、その当時は親も変わったことをやるので反対するんですね。僕は誰を頼っていけばいいのかもわからないんですけども、何かしないといかんと。このままじゃ

いかんというのがあったんです。1番最初にやったのは、まず資格を取ろうと思ひまして、世の中で通用するものがない限りは何言っても相手にしてくれない。特に職人さん、僕の親父世代の70歳とか80歳の職人さんと喋る時に、まだその頃20歳前後の小僧が物を言ったって何も聞いてくれないですね。なんかこう自分が弱いんですね。何かを持っていないので。ただこうふらっとアメリカから帰ってきた若造が変わったことをやるというのは、三河を荒らすようなイメージを持たれちゃう。なので、僕に腹が据わらないと交渉もできないと思ったので、1番最初に夢につながるような資格を取ろうと。インテリアコーディネーターっていうのの学校に週に1回だけ仕事が終わって豊橋まで勉強しに行って、2年かかりましたけれども、インテリアコーディネーターの資格を取りました。その間にも、住環境コーディネーターという資格が出始めた頃に、「ああそうか福祉のこともちょっと考えて、家の中の事を考えていくと、仏壇がどうあるべきかというのが判るかな」と思ひまして、福祉住環境コーディネーターという資格も取るようにしました。そこでいろんな世の中のことが判りまして、住宅の建築はこういうふうになっているのかとか、インテリアというのはいろんな部門があるのかとか。仏壇の世界ですと和風と洋風しかなかったんですね。洋間とかで。世の中ではもっと細かいデザインに分かれているということも知りまして、「ああインテリアというのはそういうこともちょっと考えていかないといけないのかな」と思ひました。

その時に資格とともに絵をかけるようになりまして、図面をかけるということはビジュアルで何かを伝えることができるようになりました。口で言うだけではなくて、もう一歩進んで絵を描いて職人さんのところに持っていけるようになりまして。その時に描いたのがこういうようなものです。パース画っていうような投影図ですね。この中で商品化しましたね。無茶苦茶なことを一時期やっていたことがありまして、勢いだけですけどく進んでしまった。



仏壇のパース画

今でもよくやったなと思うようなことがありますけれども、このような感じでインテリアの中に溶け込む仏壇を考えようかなとその頃は思っていました。どちらかという住宅に合わせて仏壇をスタイリッシュにしていくとか、形を変えていこうとかいうようなことを考えてまして、そうすれば何となく家の中に仏壇がすっと置いてあって、その中でお洒落に見えるなんていうのは、世の中のニーズに合うんじゃないかなと思ってました。まあこのような図面を持って絵をかきながら職人さんのところに行ったりしまして、初めて僕オリジナルグッズなんてのを作ったのがこちらなんですけれども。

今はなくなっちゃったんですけれども。昔伝統工芸の13産地の仏壇地域が集まって、仏壇のコンクールを2年に1回やっておりました。今はもう作る場所がないということになっちゃったコンテストなんですけれども。そのコンテストに「新作の仏壇を出していいぞ」というふうに親に言われました。それで僕は自分の中で作りたいものがあったんですね。美しく見える仏壇を作ろうというような。今まで、本当、コンセプトを持った仏壇っていうものづくりをする人がいなかったの、だいたいうねり長押の形を変えとか、図柄を変えていうふうな人達はいたんですけれども、日本全国で仏壇のデザインを変えようっていう人は僕だけだったみたいです。

最初に考えたのは黄金比と言われる1:1.6。僕数学科だったので、ちょっとその数学のことを入れながら設計の段階で綺麗な四角。よくあるモナリザの絵が黄金比できてて人を惹きつけるなんていいですけども、そんなような形の仏壇をつくっちゃおうとなぜかその時思いました、1:1.61というのをきちんと正確に出して、もうミリ単位の設計をかって職人さんに持っていったら、ミリ単位で物なんか作れるかと怒られまして。職人さん達も自由に形を変えちゃうんですね。はなから「できん」という話なので、僕の話なんか全然聞かなくて、もう図ったみたいに違うものになりました。当然ですが、コンクールは全然何の賞も取れませんが、三河からは、まあこら辺でいうと、永田屋さんとか愛知屋さんとか中根仏壇さんとかあるんですけども、その一緒に出した方々が皆んな賞を取りまして、僕だけ取れなかったんですね。もうすごくて、本当に涙が出るくらい悲しかったですね。一生懸命作って、職人さんにはボロカス言われて、結果も出ないという。

本当に普通なら心が折れちゃうんですけれども、僕の場合は何か知らないけれども逆に盛り上がっ

ちゃって、次の2年後一生懸命作りまして、なんと全国で金賞をいただきちゃいました。1回目の時は中途半端だったなと思ひまして。デザインが、仏壇にしか見えない。仏壇を作る時に職人さんと喋った時に、仏壇のプロは向こうでするので負けちゃうんですね。それだったら形も全部変えてしまおうと、構造すらも変えてしまおうと思ひまして、2回目の時はゼロから全く違う形の物を作ったんですね。その時のコンテストが今日の世界観の表現なんです。

実はその時にいろいろ問題が起きたんですね。三河仏壇、これは伝統工芸の三河仏壇しか出せないコンクールだったので。先程僕1番最初にお話した通りに、三河仏壇というのは特色が決まっています、花子障子、うねり長押、三引低台というような、その特色を解釈がやっぱりあるんですね。確かに入れたんですよ、花子障子のイメージだとかうねり長押イメージとか、台の形とか。伝統工芸というのはちゃんと検査員というのが組合内におりまして、その検査を通った物しか伝統的工芸品と呼ばれないんですね。その検査員の方がこれを見て、やっぱりこれはどうだという話になるんですね。ものづくりまでうまくいっても、次の段階のこの検査というものがあまして、それに通らなかったらこれは三河仏壇じゃないと言われてしまう。やっぱり保守的な世界です。僕だけです。三河でも僕だけ、当然ですけども、日本中でも僕だけです、こんなことをやっていたのが。なので検査員の方もどうしたらいいかわからなくて、保留に1回なって、また戻ってもう1回お願いにいて、「コンクールに出すので是非よろしくお願ひします」と頭を下げて何とかシールを貼ってもらったというような経緯があります。これは賞を取れたで良かったんですけども、もし賞を取れてなかったらその道すらも閉ざされてしまったんじゃないかなと思うようなことがありました。このあとはもう1回テレビ型の仏壇を作ったんですけども、その時も一悶着あったので、それ以降は変わった仏壇で伝統工芸を受けることは止めました。やっぱり何ていうんですかね、伝統の形を守っていきたいっていう一生懸命な気持ちを持った方もおられますので、その人達にとっては変わった物を三河の代表だっていうふうに出すことはある意味失礼かなと。僕も、若かったのでもいろいろぶつかったりもしましたけれども、やはりそんな配慮も足りなかったなというのを今では思っています。やはりいろんな人達がいろんな思いで300年というものがあるというのを、やっぱりいろんな方と喋りながら怒られながら成長しながらという

ようなことをずっとやってきましたので。なるべくもう止めようというふうな、とりあえず1回金賞をいただけたのでそれだけでも良かったかなというのを今でも思っております。

結局何が大変だったかという、職人氣質との戦いですね。もうその当時は僕も都築仏壇店にしかいなかったものなので、都築仏壇店、まだ三河仏壇という組合の青年部というのも入ってなかった時代、当然頼むのは親父のお付き合いのある職人さん。そうなってくるとやっぱり年齢層も親父の世代の職人さんになってきます。図面やデザインなんか持っていても作り変えてしまったり、「こんなものは作れん」とかいう話をされて、結局いろんなことで衝突してしまうんですね。1回だけですけども、先程の全国賞を取った仏壇を作る時に、形まで変えたので全員集めたんです、職人さんを。コンセプトを伝えて、こんなものを作りたいと熱く語ったら、1番最初に言われたのが「何で集まるんだ」と。今までの仏壇は縦ラインになっていて集まらんでも電話1本で物が作れるようなシステムになっとるだ。「こんな集まって話す時間があったくない。そんなことをやるとなら家で仕事をやりてえ」というようなことを言われまして、「ああ、これじゃあものづくりはうまくいかないな」ということを本当に思いました。結局、何でしょうね、やっぱり高度経済成長からバブルにかけて、物を考えずに物を作る習慣が本当にできてしまって、物を作るだけが仕事だと思ってるんです。要するにラインで仕事が流れてきて、その作業をするだけっていうような物の発想が本当に根付いてまして、こういうふうな体質ならば本当に何か、もっとちゃんと考えないといけないと。

まず最初に人材作らないかなというのを感じました。僕が職人さんのところに行って衝突している間に、なにか生まれることがないんですね。それだったらもう思い切って若手だけでやってしまおうというふうに考えたのがきっかけです。その時に後々アートマンというグループを作るんですけども、実は僕は今青年部の部長をやっていますが、三河仏壇の青年部というところの、あれは総会だったかな、総会の後の懇親会がありまして、その時に偶然たまたま一緒にテーブルになったメンバーと立ち上げをしました。本当に酒を飲んだ勢いに近いですね。三河の気質で、その人達も結構のんびりしているので僕は「いろいろ今後のことを考えていくと新しいことをやってかないかんよ」というようなことを語りながら、半ば強引に引っ張り込んでアートグループを作ることになりました。



人が中に入れる仏壇

これが1番最初に若手だけで作った作品になります。若手職人、まだその頃はアートマンというグループは作ってなかったんですけども、人が中に入れるという仏壇を作りました。簡単に言いますと仏壇というのは大きいものです。置く場所もいるわけですね。仏間という空間が。中に入っちゃうということで大きいんですけども、トイレのようなひとつの空間だと思ってください。中に入ることで、それだけのエリアで物が済むんじゃないかと。仏間というようなものが商品にならないかなというので作ったものなんですけれども、これがなんといろんなテレビや新聞に取り上げていただきまして、そこからいろんなものが変わりました。

メディアというのは本当にすごいなと今でも思っているんですけども、テレビに出る前と後では全然態度が違うんですね。うちの死んじゃったおばあちゃん、もう大分前に死んじゃったんですけども、テレビに出る前はうちの長男が動物病院をやっていますので、自慢の孫だ自慢の孫だとうちの長男を言ってましたが、テレビに出たとたん僕のことを自慢の孫だ自慢の孫だと言って周りに言いふらすようになりまして、これくらい世の中に認知を受けるということはおばあちゃんも変わるぐらいなんだというのは実感で思いましたね。とりあえずそこからはいろんなテレビに出たり、まずはPRだけはしていこうというようなことを考えてました。

ちなみにこれうちの店にドーンと置いてありますが、資金難ですので、まだ半分です。実際これは通した額は400万円ぐらい。さらに漆を塗って金具を作ろうと思っていましたけれども、さらに同じぐらいの額がかかってしまうので、とりあえず当面は凍結して、自分が死ぬまでに完成できればなあと思っ

ているような、ひとつのライフワーク的なものです。幸田町の町民会館のすぐ目の前の店ですけども、くることがあったら中に入れますので、なかなか仏壇の中に入るという経験はできないと思いますから、もし良かったら遊びにきていただければと思います。

先程も喋ったように、このやっていることを知ってもらおうということは本当に大切だなと思っていて、昔ですと木の漆塗りのお椀でお吸い物を食べたりという、普段の生活に漆の物があったり、道具があったりしたんですけども、今はもうプラスチックの食器だったり箸だったりを使う。結局本物を見る機会というのはどんどん減っている。それはやはり消費者という立場ではしょうがないですね。ものの善し悪しを判断しようと思った時に、それが今最近ではテレビに出てたからとか、誰々さんが使ってたからというふうなものが善し悪しの基準になっている。自分で判断ができない時代になってきていると思っています。そういった流れを批判して本物だけを作り続けていくっていうのもひとつの素晴らしい姿勢だと思いますけれども、僕達は若手でまだ技術も甘い中でやるべきことというのは、やっぱり皆さんに変わったものでも作って紹介して、皆さんに知ってもらうことをまず1番大事にしなければいけないと思っています。情報を今はちゃんと企業がやるようなA4サイズ1枚にプレスリリースというのを作らして、「今こんなことやっています。もしよかったら取材してください」というのを個人的にFAXを送ったり、以前取材を受けたところには直接、「こんなような新しいことをやりますので、見にきてください」というようなメールを送ったり、手紙を書いたり、電話をしたりというようなことをやっています。また、今はインターネットというのがありますので、そこでホームページを作ったり、インターネット上の日記ですね、ブログというのを書いて情報を発信したり、今はツイッターとかミクシーとかいうインターネット上で相互間でやりとりできるようなものがありますので、そういうのを活用したり、こまめに情報を伝えるようにしています。また当然ですがメディアに向けてだけではなくて、一般の方々にも向けて「こんなことをやっていますよ」というのを伝えるようなことは、常に日頃からやるようにしています。職人仲間にも強引にやらせてはいますがけれども、なかなか書いてはくれませんが、とりあえずは形だけは作っているようにしています。

結局、この活動をするちょっと前まで目標が伝統工芸の仏壇のコンクールに出すことだったんです

ね。金賞を取った時に思ったんですけども、業界内では有名になったかもしれないんですけども、一般の人は全然知らないんですね。その例えば金賞を貰ったのがどれ程すごいということもわからないと思っていて、全く効果がないなということを実感しました。それでしたらちゃんと世の中の人が行くイベントに出てみようと思いました。それが30歳ぐらいの頃でした。しかし、そこで判らないんですね。僕らはアートのことやってないですし、どこに出していいのかわからないツツもない知識もない。唯一持っていたのがインターネットです。パソコンというもので、いろんなものを調べた時に、デザインフェスタって、東京のビッグサイトで、有明ですかね、すごい世の中のいろんな人達がデザインをベースにやるイベントがありまして、そこは誰でも出れる、フリーマーケットみたいなものです。間仕切りが線がありまして、そのエリアの中なら何をやってもいいというふうなイベントが東京であることを知りまして、開催1ヵ月前ぐらいにすぐに申し込みをして、嫁とふたりで荷物を積んで出展をしました。その時に「ああ、すごいものづくりっていうのは一般の人の情熱があるんだ」という。作っているのは1,000円とか2,000円のもの。僕は100万円とかっていうものを展示するんですけども、やっぱりものづくりをしている人達の情熱っていうのはこうじゃなきゃあかんなど。結局職人さん達のものづくりはクオリティーは高いですけども、外部発信を全くしてないですね。見てくださいという働きかけとか何か作っているところを見せようというようなこともなかったんで、この時に100円か200円の物売っている学生さん達の姿を見て、「ああ、僕もちょっと足りなかったな」というのを本当に思いました。これからその時からこういうようなイベントに出るようになりました。これが2003年ですね、今からだいたい7年か8年前ぐらいにこういうフリーマーケット的なところを出して、自分の作品をPRすることをやりました。そこでいろんな人達が通るのを、僕は適当な性格なので、「ちょっと、見てよ」というふうに呼び込みをして見てもらいながら、その時に通るギャラリーの方だったり、メディアの方だったりというのと、どんどんどんどん知り合いになっていって、そのついでいろんなところでやれるようになってきたというようなところが現状で、全く本当にゼロの段階から独自に切り開いて今に至っております。本当にこんなような感じなんです。全然お金がないので、自分で棚を持ってたり、棚まで作ったり、展示もしたり、職人さんにきてもらって実演したりというようなことをやっていました。

いろんなところでいろんな活動をさせてもらいまして、これがアートマン・ジャパン、職人集団になります。屋根を作る宮殿師と漆を塗る塗師と彫刻を彫る彫師と、僕が組立と設計をやっている。4人集団でして、各イベントに、この写真は大樹寺さんですけども鎧甲を着て写真を撮らせてもらいましたけれども、いろんなところに出ていくようにしました。



アートマンジャパンメンバー

その中でやっぱりすぐにお金がなくなりました。どんどんイベントに出て東京に行けば交通費、宿泊費、ブースも買います。自費で買ってそこでやりますので、どんどんどんどんやっぱり10万円単位ぐらいでお金がいるんですね。自分らで出してもいいんですけども、やはりやればやる程、いろんなところに出れば出る程赤字になってくる。当然ですが、仏壇のものでものづくりをするとそう安い物を作れないので、そういうところで売るとなかなか売れない。だいたい赤字が嵩んでっちゃうというのがすごい悩みでして、本当に。会社の経費を使ったりいろんなことをしてましたが、うちの会社もどんどん赤字になってっちゃうんですね、そういうことをずっとやっていくと。

そんな話をしていると、やはりどこかから救いの手がくるんですね。どこからか職人仲間が話を聞きつけてくれて補助金があると。伝統産業はそういうのを使ってもいいんだよというふうな話をどこかから聞いてきてくれて、すぐに経済産業局、中部経済産業局、名古屋の丸の内にあるんです。その担当者に「三河仏壇なんですけれども」という電話をしてアポ取って、すぐに話を聞きにいったら活性化事業という括りがあるそうで、三河仏壇を活性化することをやれば、半分は自己資金なんですけれども、半分は補助してくれるというのがあるということを知りました。その後3ヵ年計画の企画書を作って役所に提出して何回も見てもらってチェックを受けて、それが何とか無事に通っ

たんですね。それで「Buddhan-o 開発委員会」っていうのを立ち上げて、アートマンを支えるための下の団体ですね。「Buddhan-o」の「o」は岡崎のoなんです、実は。岡崎が仏壇の中心地であると。僕以外は皆んな岡崎の職人なので、まあ岡崎の仏壇というのがあってもいいんじゃないかというふうな、三河仏壇よりももっともコアな物を作っていこうというようなことを考えて商品開発を始めました。その時にいろんな物を予算があってっていうのか、補助金っていうのはちゃんと申請通りに進めていかなきゃいけない性質があるので、自ずと3年間商品開発をせなあかんくなってしまった。もっと気楽な気持ちでやったんですけども、結構これが大変でして、常に作り続けていくということも、常にアイデアを出し続けていくということも考えさせられました。

その中のひとつですけども、こちらの鎧甲。僕は戦国が大好きでして、三河は戦国のメッカですので、確か岡崎の美術博物館で徳川四天王展というのをやっているのを、フラフラっと見に行った時に、本多忠勝とか井伊直政とかっていう三河武士の鎧を見て、これは様の美だと。使われる物、道具の中に美意識があると。それを感じる時には仏壇の中に鎧甲の精神を入れてもいいんじゃないかと思って作ったのが武壇という、武将の武の壇と書いて武壇というシリーズを8体作らせてもらいました。中にはこのもうひとつの奥の龍の彫刻が入った扉の物は、あれは箆箆にも変わる仏壇を考えました。その頃から何かをいろんなことを考えて、ロボット型仏壇とかもちょっと考えていろんなところで発表させてもらいました。

実はニューヨークでも、個展をさせてもらいました。2008年のことなんですけれども、実はここも紆余曲折がありまして、先程話していたフリーマーケットみたいなアートイベントに出ていた頃に、とあるギャラリーさんですね、美術画廊みたいな方と出会いまして、「今ニューヨークでグループ展を企画しているんだ」と。「是非職人技をニューヨークで見せないか」みたいな話をいただきました。その時に当然その頃派手好きだったので、いつかニューヨーク行きたいなと思っていましたので、ふたつ返事でやったんですね。「やった！ニューヨークに仏壇持っていける」とすごくテンション上がったんですね。そしたら実はギャラリーの方がかなりいい加減な方で、会場を押さえてなかったんですね。口約束で会場を押さえていたみたいで、そうしたら何かダブルブッキングみたいな形で会場を取られてしまったと言われました。僕は先程

からお話しているようにメディアを大事にする人間でして、この僕らがニューヨークでやるんだっていうのをいろんなところに発信したら、名古屋テレビ系列かな、全国放送の30分のドキュメンタリー番組が密着することになっちゃったんですね。すごくその時にもうニューヨークっていうの僕もテンション上がっていたので、そのニューヨーク向けの商品っていうのかな、作品も作り始めてまして、その商品のずっと制作の段階も追っかけてたんですね、そのドキュメンタリー番組が。あれは確か9月にやったんですけども、駄目になった会場が押さえられてないって聞いたのが確か6月かな。2008年6月くらいに「場所がないんだよ」と告げられまして、そのどうしたらいいかわかんないじゃないですか。番組が密着してて場所がないと言われた時に。「この番組自体はどうなるんですか?」と聞いたら、「お蔵入りです」と言われました。「もしこのまま続けたいならどうしたらいいんですか?」と聞いたら、「そうですね、10日以内に会場を見つけてください」と言われたんですね。そんなこと普通無理じゃないですか。10日間でニューヨークの全く知らない町で会場を見つけるなんていうの。それがね見つかったんですよ、3日後に。これもインターネットで、もういろんなところに、とりあえず英語もそんなにはできないですけども留学していたので、英語でできるところに送ったり、日本人のギャラリーもあったんで、日本人のギャラリーにこういうような状況で「今本当に困っているんです。ギャラリー貸してもらえますか? 10日間だけでもいいので」っていうのを送ったら、1番最初に送ったところが「ああ、いいですよ」というふうに言ってくれました。はじめはグループ展でやる予定だったのでギャラリーさん通してやる予定だったのが、急に単独個展になってしまって、やるはいいんですけども輸送とか、あと告知とか、人がきてもらうにはどういうふうにしていったらいいかっていうのは全く自分でやらなきゃいけなくなっちゃいましてね。外国に仏壇を送ろうと思った時に結構大変なんですね。エアメールみたいには届かないんです。品物が何であって、大きさが何であって、重さがどれくらいで、サイズはどれくらいでっていうふうなのを書類も全部英語で書かないといけないですし、さらに独特なんですね輸出っていうのは。インボイスっていうんですけどもね。関税のいくらかかって、関税がいくらかかるとかっていうのも自分で書類を作らなきゃいけなくなっちゃいまして、それを運がいいのは本当に周りに不思議とサポーターがいるん

ですね。通関で働いている友達がいたので、すぐに電話をして書類を一緒に作ってもらいまして、そうしたらスムーズにいきました。人を集めるのも大変だったので、その時もインターネットを活用して、ニューヨークにいるアーティストさんとか日本人アーティストさんに「本当に困っているんだ」というのをメールでボンボン送ったら、本当に親身になっていただきまして、ニューヨークで。オープニングパーティやったんですが60人から70人ぐらい、本当に会場がいっぱいになるぐらいの人にきていただいたんです。結局この時に思ったのが、「言わんと駄目だな」という。苦勞をしている、助けてくださいという人は結構助けてくれるんですね。今こうネット社会で人と人との繋がりがなくなって言いますけれども、それはね、発信しないので助けてくれないんであって、やっぱり困っていることがわかれば皆んな助けてくれると。特に伝統文化をどうにかしたいというような熱い気持ちとかっていうのは、本当にいろんな人に響くみたいで、何とかニューヨークの個展を済ませました。本当にこれは喋りだすと1時間でも2時間でも喋れるぐらい、いろんなことがあったんですけども、例えばニューヨークで荷物が届かないとか。でもそれなりにいろんな人達にきていただけまして、実は偶然ハリウッドスターが入ってきたんですよ、この個展会場に。マイクマイヤーズっていう。シュレックっていうアニメあるんですがその声優さんやっている方です。その方が入ってきました、その人に会えただけでも良かったかなと思うぐらい。でもこの時に外国でやったんですけども、何ひとつ売れなかったですね。いろん



ニューヨーク個展のチラシ

な物を持っていったんですけれども、やはりこの物を売るといのは、本当に仏壇を持っていったり、この鎧甲風の変った仏壇を持っていったり、小物なんかを持っていったんですけれども、物を買ってもらうといのはやはり並大抵のことじゃないなと思いました。ただ伝統だから買ってくれるってということも全くない。そこは本当に感じました。これが展示会の風景ですね。SOHO ってい



ニューヨーク個展の風景

う町、地区でやったんですけれども5番街っていう有名な通りがある。そこの1本ちょっと奥のちょっと小っちゃな雑貨屋さんみたいなところでやらせてもらいました。いろんなことと、いろんな出会いと、いろんなところへ行きました。売れないので本当に営業まで行きましたね。ギャラリーさんのところに行ったりとかニューヨークで。あとは日本人の社会、あそこはコミュニティ社会がきちんとしているんですね、日本人社会が。そこの窓口に行って「こんなことやっていますよ」というのを説明したりとか、やっぱりいろんなところで「きてください」といいうのをニューヨークにいる間は一生懸命にやりまして、今現在ジャパンブランドに採択されて、外国で何か物売りをしようというように考えていますけれども、今そのサポートをしてくれているのはこの時に出会った、本当に親身になってくれた方々がお金なんかそんなに度外視してやってくれているような形です。やっぱり努力したり何か経験したっていうのはすごく強いなあと今でも思っています。

実はそのすぐ後にドイツに行きました。これもひよんな縁でドイツでやらないかという話をいただきました。ドイツのデュッセルドルフっていう町でして、そこには西本願寺のお寺があるんです。ヨーロッパで唯一。そこに恵光寺っていうお寺なんですけれども、その日本文化センターみたいなところの会場を貸していただきました。それも無料で貸していただいたんですけれども、その会場内で文化発信っていう形でやらせてもらいました。これは本当に大変いろんなことをやりましてけれども、仏壇も

持って行って。ニューヨークの時にふと言われたんですよ。クオリティーが高いので、変わった仏壇をみて「日本人はこれを使っているんですか」と。「ああ、ちょっと間違った文化を紹介しちゃうな」と思ったので、今度は、ちゃんとした仏壇も1個持っていくようにしました。三河仏壇というのはこういうのでして、この仏壇の技術を使っているんな物を作ってますというような説明ができるような形にしました。やはりその度ごとにいろんなことを感じますので、教えてもらいながらそれを改善していくっていうようなスタンスをやっています。ドイツでは地元メディアも取材にきていただきまして、結構沢山の人がきていただきました。実演、職人さんと一緒に実演をやったりとか、金箔押しの体験をやったりというような、本当に喜んで帰っていかれて、その時は結構買っていただけました。実演はニューヨークではやらなかったんですね、体験も実演も。やはりこういうふうな触れ合う、職人と触れ合うようなことをやることによって、これがこういうふうな製法でできていますよと。ああものづくりがこういうふうにできていますよっていうふうなことを伝えることができたんじゃないかなと思っています。だから高いですよという。機械で作っているわけじゃなくて1個1個こういうふうにして作っているんですよっていうような、本当にドイツに彫刻師と行って、子どもが本当に食い入るように見ていて、物ができていく過程がマジックを見ているみたいだっていうふうな。やはりこの日本では普通であることが海外では普通じゃないっていう。日本にいると気がつかないんですけれども、外国に行くときこういうような、普段作業していることを見せるだけで皆さんが驚いてくれるっていうふうなことを感じました。

外国で「仏壇とは何ですか」とやっぱり聞かれます。仏壇は確かに伝統工芸品であるとともに、僕はこう思ったんですね。仏壇は日本が誇る平和の象徴だと。仏壇があるから家庭が平和であったり、仏壇があるから初等教育がきちんとなされたり、礼儀正しいと。仏壇がなければきっと日本という国はもっと喧嘩も多かったり何か争いごとの多い国じゃないかなと思います。江戸時代、1704年に仏壇というものが出てくるんですけれども、すべてが徳川家康の檀家制度の流れで仏壇っていうのも定着して行くんですけれども、全国民が仏教徒になったという無茶苦茶な政策ではありますけれども、あれがひとつの日本という平和な国を生んだんじゃないかなと思っています。仏壇のない国で仏壇を発表する。ちなみにですけれども、言い忘れていましたが仏壇は

日本にしかないです。仏壇というものが他のアジア圏にもないんですね。それを説明するのを忘れてました。仏壇というのは仏教用具ではありますが、先祖崇拜というある意味日本の土着信仰ですね。神道でもない、ただその合体したものなので、日本文化とインド仏教の合体して生み出された融合されたものなんですね。日本の独特の生活環境、生活風土を取り込んだものになっています。なので説明しようとなると結構深い話にどんどんどんになってしまうので、ざっくりと仏教仏壇とはこういうものですよというふうな話をしました。やっぱり仏壇が日本人の精神的なバックボーンを形成していると思いますし、僕自身は道德教育、これは仏壇が育んできたものだと思っています。という意味合いから日本人の平和的な思想は仏壇が生んでいるんじゃないかということを感じました。それに伴って日本が平和の象徴であるならアートマン・ジャパンがやることも平和活動も取り入れていこうというようなことを考えました。



ドイツ国際平和村

ドイツ個展をやる時に、個展会場から電車で1時間半ぐらいのところに、国際平和村というのがあるんですね。テレビで「ウルルン滞在記」とかでよくでてくるんですが、戦争や内乱とかで子どもが傷ついてしまって、手とか足とかない子を空輸でドイツまで連れてきて、こちらの施設でケアをして本国に返すというような場所なんですね。日本人スタッフもいまして、ボランティアスタッフもこちらにはいるんですが、その視察に行かせてもらいました。1番最初は国際平和村にメールを送って「何か支援できませんか」といいました。そうしたらできれば資金援助が1番いいんじゃないかということで、イベントをやる度に募金箱を置いてとか、今はトークショーをやっていますので、トークショーの一部をこちらの施設の日本のNPO団体があるんですけども、そちらの方を通してですけども寄付をしていました。そこで、せっかくですのでドイツに行っ

た時に国際平和村というところを視察させてもらいました。この時には本当にいい経験をしました。なにせ写真はNGだったので撮ってはこなかったんですけども。本国から子どもだけ、子どもといっても本当に幼い子までいますので、赤ちゃんぐらいの。その子達の精神的なものを考えて映像や何かはちょっと撮らないでくれって言われたのでちょっと撮ってこなかったですけども、施設の一部だけはちょっと撮ってきました。あとはホームページから拝借したものでしょう。そこでは何よりも子ども達がすごく積極的に話しかけてきて、本当に僕の方が言葉が出なくて、何かもったいなかったというのか、悪いことしたなと思うぐらいな感じがしますね。そのようなことで、今でもこういうドイツの国際平和村の方の支援は続けていこうかなと思っています。

2度、海外で個展をしましたけれども、何よりもこの職人と伝統文化を外国の方は本当に尊敬してくれます。やはり日本っていう国だと100年っていうのはそれほど長くない印象で、100年企業って沢山ありますけれども、外国ではほとんどない。世界中の100年続く企業の半分以上は日本です。日本というのは500年続いたり1,000年続いたりというのは非常に長いスパンのものもあつたりします。やっぱり外国から見ると長いスパンをずっと継承している技術っていうのは尊敬に値するそうです。後は日本の文化というのにすごく興味がある方が多いです。僕がアメリカの大学に行ったのはハリウッド映画を見たり、テレビ番組の影響とかがあつてアメリカ格好良いなと、いつかアメリカに行きたいなと思っていた時代がありました。今ヨーロッパやアメリカで子ども達が日本のアニメを見ている。日本のポケモンやサッカーのアニメを見たり、ドラゴンボールというのを見たりして、同じように日本人の文化の刷り込みが子ども達に起きてまして、僕がハリウッドのアメリカ映画が良いなと思ったかのように、日本アニメを作る日本というのは素晴らしい国だということを考えている方が多いです。特にフランス人は日本人になりたい人が結構いるそうですので、これからどんどんどん日本に憧れて日本にくる人が増えてくると思います。こういうようなバックグラウンドができつつある中で、上手に取り入れれば海外で成功するという事は可能ではないかなと思っています。しかし仏壇をそのまま伝統文化、日本でしかないようなものを外国に持っていても、それはそれでは失敗してしまうんだなというのを考えまして、勝負するのは先程1番最

初の話の通り仏壇ではなく伝統技術の輸出じゃないのかなと思っております。その流れでジャパンブランドというのを今取得しております。まあ正式名称は「中小企業海外展開支援事業」といって、三河仏壇で申請しました。書類、事業計画すべて僕一人で立ち上げました。2年前ですけれども三河仏壇の青年部の部長に立候補しまして、「青年部長をやらせてもらう代わりにこれに挑戦させてくれ」というふうな形で、青年部をあげて取りくむことにしました。2007年に無事に採択を受けまして、一昨年はマーケット調査のために世界いろんなところに行ってきました。ロンドン、パリ、ニューヨーク、ボストンと仏壇の技術がどう使えるかというのを視察してまいりまして、やっと去年2010年からものづくりを始めております。今後は3ヵ年計画ですので、来年、再来年と続けていきながらきちんと事業化を目指していこうと思っております。だいたいこんなような概要で物事を進めております。

ソーゴン・スタイル・プロジェクトというようなプロジェクト名で今進めておりますが、海外に視察に行った時によく目にした文字がZENという言葉です。日本語の禅というよりも英語表記のZENですけれども、実は定着しています外国で。それも仏教のZENではなくて健康、ヘルシーというイメージでZENが使われております。僕らからいうとZENというとお寺というイメージなんですけれども、外国でいうZENというのは和食とかヘルシーメニューとかヨガとか、あと線香も当然ZENですね。あとマッサージチェアもZENです。なので東洋の健康法みたいなのがZENというイメージで捉えて、だからすごく幅が広いですねZENという言葉が。パリではZEN見本市っていうのもありまして、そこにはマッサージチェアだったり、漢方みたいなものを取り入れたり、いろんなものがそんなような世界で定着をしています。ブームではないです。完全にこれはひとつの言葉として定着するようになっております。僕がやっぱり目をつけたのはZENというような響きと、仏壇では駄目ですね先程から言うように。でも変なものとか変わったもの、仏壇と関係ないものを作っても三河仏壇のためにはならないんですね。やはり三河仏壇のためになるようなことをと考えた時に、仏間をどうにかしたらいんじゃないかなと。仏壇だけを作ってきて誰も考えなかったのかもしれないですけども、仏壇だけを作ってそれ以外のその部屋の内装とか、あとその部屋には照明器具があったり家具があったりするんですけども、それは家具業者が全部作って



ジャパンブランド・禅リビング

います。それでは仏壇がいかに素晴らしいものでも格好良くみえないんじゃないかなと思ひまして、それだったら仏間をひとつ考えていこうかなと。それをZEN LIVINGなんていう言い方で呼びながら外国に定着させていこうかなというのが大きな概要になります。

これは先程のお話したように三河仏壇の現状は平成19年は16本、その次の年は12本、その次になったら5本というような、本当に急降下ですね。そのような状況があります。これはお洒落な仏間作りの概要になります。これはちょっと割愛させていただきますけれども、ものづくりにおいても単なるものづくりをするのではなくて、3段階にわけてものづくりを考えております。ひとつは本当に突飛もないものを作ってしまうと。ブランドリーダーと呼ばれるような引っ張り上げるようなものですね。売れないけれども話題になるもの。例えばテレビなんですけれども仏壇の屋根が付いているような。例えば使用方法としては祭壇ですね、未来型祭壇。今デジタル化がどんどん進んでいますので、皆さんの家庭でもホームビデオなんか撮ったりすると思います。亡くなった時にそれを流せる場所があったりとかいうようなもの、今後葬儀ビジネスでもあるのかもしれない。だから提案型としていろんなものを作っていく。あとはゲームをこれでやるとかっていうような話も考えられるのではないかなという。あとは同時に高価格帯のもの。三河仏壇の技術を使っていくとどうしても高価格帯のものになってしまう。やはり三河仏壇先程もいうように名前を汚してほしくないという職人もいたり、仏壇屋さんもおったりするの

で、やはりそのところにはガチッとした商品の開発も必要じゃないかなと思っています。なのでこちらで高価格帯の商品、例えば机だったり椅子だったりっていうようなきちんとした物を開発もしていかないとイケないかなと思っています。その概要の最後の方なんですけれども、これ売れ筋とって、本当にこれ手頃で買えるものを作っていこうっていうようなことを考えておまして、今年1年はこの手頃なものを開発をしています。今どんどんどんどん作っているような形になりますが、オブジェだったりアートで使える物だったり、本当にそのような物を開発していこうかなというような形の企画になっています。このような3年計画ですので、このような概要で進めています。1番最初に喋った売れないけれども注目される商品は、3年間かけて商品化に進めればいいのか。2番目の高価格帯の物は2年毎に2段階に分けていきましょう。売れ筋の安いやつは3年計画で3年3回ずつ作っていこうかなというような形を考えております。最後の2012年、2013年になった時にはそれを取りまとめてお洒落な仏間としてZEN LIVINGという空間の提案までしていきたいなあと今計画をしながら進めているような段階であります。

ここからが本プロジェクト、僕が考えたことありますけれども、まず僕はものづくりをどんどん10年近くやってきましたが、他の仏壇屋さんの若手ですね、僕らと同じ世代の仏壇屋さん、案外と今までもものづくりをやってきていない。仏壇の修理とか仏壇の製作はやってきましたが、それ以外の物を作るというようなことをやってきていないんですね。なので、まず参加企業、まあいろいろな人達がいるんですけども三河仏壇の中の、自ら商品を考えようということを提案しました。

実はよく伝統産業というのはデザイナーさんと組んだりします。有名デザイナーさんに委託をして商品を考えてもらって、それを作っていこうというような形をよくとります。僕らも1度だけやったことあります。デザイナーさんと組んで商品開発をしようと思っていますが、デザイナーさんと組むと何が起こるかという、僕らの望んでないもののデザインがおきてきます。基本的にスタイリッシュにしたいんですね。余分なものを排除していくっていう作業をデザイナーさんは基本的にします。何とってもうけるからですね。世の中に受け入れられるのがシンプル、モダンなものっていうのが流れになってきます。僕らが作る仏壇というものはどちらかというところごちゃごちゃして、職人技どんどん取り入れたもの、御神輿みた

いな形のものですね。そうなってくるとやはり職人の技自体がさほど必要のない商品になってしまう。それでは実際に物が売れた時に、まあ売れたとしても気持ちが入らなかったり、それ自身が職人の手柄ではなくて、デザイナーさんの手柄になってしまう。それでは全然三河の産地のためにもならないと思ひまして、特に今回の商品開発においては全部自分らでやること。デザインができない場合はイメージだけ伝えてもらって僕が絵をかくというような形を取りました。結局とても大事なことでして、伝統産業が衰退していくのは、誰かに頼るからなんですね。いつもやはり保護されたものの弱いところは、誰かが救いの手を出してくれて、それに乗っかっていけるルールは用意されている。僕も補助金をいただいているんなことをやってきましたけれども、その乗っかかるルールっていうのは楽なんですけども、効果が薄いんですね。やはりこの補助事業でやってる人達は保守的な人が多いので、あとはネットワークだけで実力があるのかどうかもわからない有名ではない方も多々いますけれども、その方向でいくと楽なんですけども商品開発は。ただそれでは産地には力が付かない。やはり自ずと自分らで考えて苦勞して作り上げたものと、誰かに頼んでデザインを受けたもの、本当に落下傘のような商品開発なんかしても全然意味がないと思ひます。僕はそこを踏まえて一切デザイナーとは組まずに商品開発をすることにしました。それによって元々伝統産業、デザインなんか下手くそでもしょうがないんですよ。でも伝統産業が行くべき道がそこにはあるはずですよ。なぜかというともものづくりをするのはやはり職人であるべきです。職人が物を考えて作ることでいい物ができるはずですよ。そこがすべて今までの職人が考えてきたように、ラインのような流れてきたものを作るだけの世界は求めてませんし、日本人も当然そんな商品を求めているわけがないんです。だからここでは成功するか成功しないかはちょっと別としても、皆んなで物を考えてものをつくる。職人と仏壇屋が喋ると。コミュニケーションをとってこんなのできないか、こんなのいくらでできるかっていうようなこと、それから始めていこうという、ちょっと時間はかかってもしようがないと思ひましたけれども、まあこのような形で商品開発を進めています。

当然ですがこのプロジェクトの中では仏壇は作らないという、仏壇を作っても外国では売れないので、まあこのひとつだけですね。現在こんなものを作っています。まだ図面の段階で実は2月1日

から東京のビッグサイトであるギフトショーの方に出店するんですけども、このような木魚型のヘッドホンとか、超高級漆塗りのゴミ箱とか、どうしようもくだらないですよ、本当に。でも考えたものを例えばこれ却下しちゃうことはいくらでもできます。売れないからとかこんなつまらんから。でも考えたものを商品化にさせるというベースの中で物事をやっているの、皆んながこんなのだという、まあ半分ふざけたところもありますけれども、でもまあその中で時計を作ったりとか、アートパネル・外壁材を作ったりとかいうようなことを考えています。そのいただいたイメージとか何か写真だけでも雑誌の切り抜きでもいいので持ってきてと言って僕が絵をかいて、それをちょっと訂正かけてもらってというような作業をして今図面ができあがっています。



ジャパンブランドで作成している新商品

先程から喋っているようにこちらは洒落な仏間の絵を描こうと。これは僕はアメリカのニューヨークで個展をやった時に知り合いになった、資生堂ニューヨークにおった方です。世界的にも結構今後有名になっていくような方だと思われるんですけども、これをもっとどんどん描いてってくれるんですけども、予算がないので30万円でやってくれと言ったらこんだけのクオリティーのものをバンバンバンバン出してきてくれたんですけども、楽しいとこういう物を作り出すこととか、世の中にないものを考えていくってことは楽しいとあって、どんどんどんクオリティーの高いものができてきてしまっ、今度その中に先程開発した商品を落とし込んでいくんですけども、最終的には住宅メーカーさんに仏間を大事にした家造りとかいうのを提案していこうかなというのを考えております。

やはり結構盲点でして、僕仏壇の仕事をやっていますけれども、仏壇をすごく大切にされる方は多々おられます。何よりも家を買ったけれども仏壇のことが心配で寝れんとかっていう人。すぐ入

れてくれという人も本当に多々あります。やはりこれはないがしろにすべき問題ではないと僕は思っています、だけどもやはりライフスタイルとか若い者の生活空間というものもありますので、それがいかに仏壇が生きる空間を作ってあげるか、仏壇が格好良く見える、ああ仏壇あったのかと思わせるような空間まで持っていけば、仏壇は日本にとって必要な物だと思っておりますので、それを遣り遂げれるんじゃないかなと思っております。ただそこにはいろんなハードルが待っていますので、それをひとつひとつクリアしていかないとはいけません、なにせ今までの感覚も当然大切ですが、新しい感覚の仏壇、もう進化です。もう進化形で外国人が本当にこんな部屋に住みたいと思うようなところから発信をしていこうかな。なので商品開発においてはデザイナーさんとは組みませんが、空間提案等のエキスパートの方とは手を組みながら図面を描いてもらいながらっていうようなことをやっております。まあ今後の展開としては、こういうような形で家具業界とのコラボレーションをして家具を作ったり、住宅メーカーとコラボレーションしながら仏間に作っていったり、さっきの開発した手頃な商品達もバイヤーと提携しながら売れるようにしたりっていう。3年後にはお洒落な仏間「ZEN LIVING」というものの提唱までもしていきたいと今考えております。

最後になりますが、この三河仏壇の僕が望む100年後というのは、日本全国から高級仏壇が欲しいと言われるような産地に、今ですとどこで仏壇を作っておるかかわらんと、たぶん日本中の人達は思っています。でも三河がぼーんと上がることによって、仏壇を作っているのは三河だと。三河にはあんだけ寺がいっぱいあって、信仰篤い土地柄で墓石までであるというような、そんなの三河で買わんと損だよというふうに思われるようなネームバリューまで持ち上げていきたいと思う。後はインテリア産業に進出したり、さっきの話ですけどもカフェ、お茶ができる場所、お寺でお茶ができる場所があるように、仏間でお茶ができる場所とか、マンションとかの構想まで考えていければいいかなと。あとはインテリア雑貨の輸出ですね、先程の図面のようなものを輸出していく。最後になによりも子どもの中の憧れの職業に、仏壇職人というのがひとりでも多く上がるようにしたいなと思っております。伝統を守るには、本当に伝統に携わる職人とか伝統を販売している職人だけではどうにもならないと思う。何よりも外部の人の力で300年とか守ってこられたと思われま。皆さ

んがどんなものでも購入されて、大事に使われて、それを次の世代に渡したりしながら、伝統っていうものが今に生き続けていると思います。今本当に大変な時期ではありますけれども、この300年というスパンの中では、明治維新があったり、徳川の時代から民間の時代が変わった時代、また世界大戦があって、第二次世界大戦があった時は日本の国が負けてアメリカ主義になって価値観の大きな変化が研がれています。でもその中でも、仏壇もそうですが、他の伝統産業もきちんと残って今に至っておるので、さほど悲観するのではなくて、やはり変化の度に進化を遂げて次の世代に伝えてきたのではないかなと思います。是非お仏壇というのがこの岡崎で中心になって生まれて、それを一緒におばあちゃんとお孫さんがお磨きしたりお供え物をあげてお下がりをいただいたりというような、何となく温かい形が仏壇の中には、ただ拝むだけではなくて、その中で生活の中でとても大事なものを持っていると思います。形はどんなものであってもいいと思いますので、是非この町に、岡崎に三河仏壇という300年続いたものがあるというのを誇りに持っていて、是非いろんな方にお伝えいただければなあと思っております。また今後いろんなことを3年間かけてやっていこうと思っていますので、その都度どこかでお話できる機会があればこうやってお話させていただきたいなと思っていますが、なにぶん仏壇を海外に売るというとてつもなく大きなことをやっておりますので、成功するつもりでおりますが、いろいろと障害を乗り越えていかないといけないので、3年かかるのか10年かかるかもしれません。もしかしたら50年かかるかもしれませんが、諦めずにやっていきたいと思っていますので、今後ともどうぞ三河仏壇をよろしく願いいたします。以上をもちましてお話を終了させていただきます。どうもありがとうございました。