

新・鬼師の世界
— 周縁の再中心化：マスメディアからネットメディア —

The New · World of Ogre-tile Makers
— Re-centering the Periphery: From Mass Media to Net Media.

高原 隆

TAKAHARA Takashi

愛知大学コミュニケーション学部
Faculty of International Communication, Aichi University
E-mail: ttakashi@vega.aichi-u.ac.jp

Abstract

The ogre-tile makers called “Onishi” used to be in the world of the shadows. Mostly nobody knows who they are in Japan. In fact, you cannot find the word “Onishi” in any dictionaries. On the other hand, ogre-tiles called “Onigawara” are known among the people. You can look up onigawara in a dictionary. However, today even onigawara have been disappearing from the society. Onigawara are also in the world of shadows. Both onishi and onigawara are in the periphery of the society. As a matter of fact, re-centering the periphery of onishi and onigawara has been happening by mass media and net media. Now onishi and onigawara have been appearing in the public through the media.

「Re-centering the periphery」すなわち「周縁の再中心化」が今（2020年11月3日）愛知県高浜市で起こっている。力強い、目に見える形で、高浜市を巻き込んで進行している。その台風目になっているのが、漫画、アニメで話題の「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションである。この事を知ったのは恵那市飯地町在住の瀬瀬裕治氏の自宅である。令和2年10月30日（金）夕方3時45分に中部日本放送で、「鬼滅の刃と鬼師のまち」について5分ほどのテレビ放映を見たことがきっかけである。私の自宅にはテレビがない。それを知っている裕治氏は新聞でこの番組のことが知り、私を自宅へ誘ってくれたのである。もっと長い番組を期待していたが、あっという間に終わったので、まだ続きがあるのかと思ひ、そのまま二人してテレビを見続けていたほどであった。番組では鬼滅の刃と鬼師、そして鬼瓦が簡潔に紹介されていた。そして吉岡初浩高浜市長、山本英輔三州瓦工業協同組合理事長が関係者代表として出演していた。撮影の場は高浜市役所玄関前であった。私は一般のテレビの視聴者としてその時、直に「鬼師」と「鬼滅の刃」がコラボしていることを見て、知ったことになる。特に驚いたのは「高浜市市長」が「鬼師」と共に「テレビ」に出演していたことであった。それを見て、これはまさしく「周縁の再中心化」が進行しているなどと思いつつ、やや興奮して番組を見つめていた。

周縁の再中心化は今回の論説の主要テーマである。それは2020年アメリカフォークロア学会（American Folklore Society）の年次総会における研究発表の課題テーマだった。「Re-centering the periphery」がそれである。ところが2020年のAFS全米総会はコロナ禍のアメリカ国内における蔓延のため、7月1日に中止が決定された。私はこの総会での研究発表の申請をしていたが、その日、発表認可の通知と同時に、2020年AFSの中止の通知を同便で受け取ったのである。

この「新・鬼師の世界 — 周縁の再中心化: マスメディアからネットメディア」は「新・鬼師の世界 — 周縁の再中心化」（高原2021）の発展形である。更に言えば、「新・鬼師の世界 — 伝統の変容: 現代技術と伝統技術のインターフェイス」（高原2020）が実質上の源泉になっている。新しい動きが鬼師の世界に起こっていることは明白であった。それに基づいて付けた大きなテーマの名称が「新・鬼師の世界」なのだ。それは大きくは鬼師の世界における世代交代の進行であり、鬼師を囲む生活世界でのネット社会の進展（現在インターネット普及率94%）鬼師の世界とネット社会とのインターフェイスの問題、受容、そして変貌である。その構想の最中に起きたのが鬼滅の刃と鬼師とのコラボレーションだったのである。

マスメディアを通して「鬼滅の刃」と「鬼師」とのコラボレーションを知ったのは10月30日（金）のことだったが、その4日後の11月3日に、現地の高浜市、それもコラボの震源地である高浜市役所を訪れることになった。その日は文化の日で祭日だったが、高

浜市文化財保護委員会が組まれており、その特別研修日に当たっていた。委員の面々は一日研修のこの日、高浜市役所の公用車で、豊川市にある「花ノ木古墳群発掘調査地」を訪れた。集合場所は高浜市役所駐車場であった。そこへ恵那からJRと名鉄を乗り継いで着いたのは午前8時45分ごろであった。出発時刻まで時間が少しあったので、市の担当者の日吉康浩さんが「玄関に行って見て下さい。鬼滅の刃と鬼師のコラボが見れます」と言われたのを受けて、数日前に見たテレビを思い起こしながら、不思議なつながりに戸惑いつつ、市の玄関へ行って見た。なんと玄関には鬼師が制作した鬼滅の刃の登場人物たちのレリーフ板がずらりと15枚のモニュメントとして並んでいたのである。(図1) まさに数日前に見たテレビの様子が自分の目の前にあったのだ。すでに親子連れが来ていて盛んにモニュメントで写真を撮っていた。それから豊橋へ市の車で国道23号線から1号線乗り継いで行き、考古学者、丸地古城の豊橋近郊の遺跡調査に関する研究の軌跡を豊橋美術博物館で見学した。同館では同時開催展として手塚治虫展があったが、時間が押していたため見るのは諦めざるを得なかった。その足で「花ノ木古墳群調査地」を見に豊川へと向かった。高浜市役所へ帰ったのは午後3時30分であった。予定通りの研修だった。豊川、豊橋地区に縄文、弥生時代の古墳群が多いのには目を見張ることになった一日だった。1996年から2017年まで豊橋に在住していながら、古墳群のことは知らなかったのである。



図1. 高浜市役所と鬼滅の刃モニュメント

高浜市駐車場で解散するとすぐに駐車場から市役所玄関へと階段を昇って行った。何と10組ほどの親子連れが鬼滅の刃のモニュメントを見に集まって盛んにカメラに収まっていた。かなりの人数である。(図2) それからかわら美術館へ行った。市役所から裏通り

を歩いて15分ぐらいで行ける。この時、行こうとすると同じ文化財保護委員の人に車から呼びかけられ、美術館まで車で送ってもらった。すでに4時を少し回っていたが、閉館時間が近いにもかかわらず、美術館のショップでは5、6人の人が鬼滅の刃グッズコーナーを興味津々の様子で、グッズを手に取りながら見ている姿があった。ショップの人の話によると、午前9時に開館であるが、今日は50人ほどの列が既に出来ていて、10時過ぎには人気の商品のグッズは完売して入荷待ち状態になっていると言っていた。かわら美術館3階の展示室には鬼滅の刃とのコラボグッズがすべて展示されている。その室内には鬼瓦の始まりから現在までが常設展示されており、鬼滅の刃と鬼師のコラボグッズをぐるりと囲んでいる配置になっていて、鬼滅の刃と歴代の鬼を目の当たりにできる仕掛けになっている。



図2. 鬼滅の刃モニュメントの人気ぶり

鬼滅の刃のことはつい最近まで全く知らなかった。始まりは2019年春学期に受け持った入門ゼミ（愛知大学）でのことである。高校を卒業してまだ間もない学生にこれまで印象に残っている好きなアニメや漫画があれば教えてほしいと聞いたのだ。その時一人のある学生が挙げたのが「鬼滅の刃」であった。そして翌2020年になると中華人民共和国、武漢で、ウイルス感染とそれに伴う隠蔽騒動が起こり、ゴタゴタ揉めている間にウイルスはあれよあれよという間に世界中に広がり、日本も対応が遅れ、結果コロナ感染として各都市に広がった。そして遂には町が封鎖されたような状態が4月ごろから8月ごろにかけて起きた。現在（2020年11月25日）はその第2波が起きている状態になっている。このコロナ禍中にアマゾンがDVDの無料ダウンロードを6月に始めた。たまたま偶然にこ

の情報と巡り会い、その瞬間、学生から教えてもらった「鬼滅の刃」がフッと心に浮かんだ。アマゾンでさらに調べてみると、「鬼滅の刃」の無料ダウンロードは可であった。それから約1週間をかけて第一話の「残酷」から第二十六話の「新たなる任務」まで全ての話を感動を伴って観終えていた。

そもそも「鬼滅の刃」を見ようと思いついたのは「鬼」であった。鬼がこのアニメの主題であった。私の場合、「鬼」と聞くとすぐに「鬼瓦」と「鬼師」が心に同時に立ち上がるのが主な理由である。これは面白そうだなと学生から初めて「鬼滅の刃」の話聞いた時に思った。そして見渡すと、鬼師と鬼瓦の再中心化が目の前で、しかも自分自身の生活の場で起きていた。(図3)



図3. 鬼師と鬼滅の刃

鬼敦 山下敦

鬼師の周縁性については論議している。要は「鬼師」という存在を知っている人はほとんどいないことに尽きる。「鬼師」という言葉さえも知られていないことは辞書の類いを見れば明らかになる。辞書に「鬼師」の項目は出ていない。一方の「鬼瓦」は日本人なら誰もが知っている。その鬼瓦を「鬼師」が作るのである。(高原 2021)

鬼敦こと山下敦とは20年以上にわたる交流を続けて来ている。彼の恐るべき成長を見守って来た一人でもある。私にとって特異な位置を占める鬼師である。(高原 2017) 今回、マスメディアとネットメディアと鬼師の繋がりについて、敦に近年の状況を尋ねたのだ。2020年8月13日のことである。見えて来たのは、敦は「チームぼたん」として、他の鬼師、鬼十(服部秋彦)、鬼英(春日英紀)の三人で、これまで何か大きな企画が舞い込んだ時は三人による制作チームが組まれて来たのである。マスメディアの件も同様であった。敦に会って話を聞く前に、鬼十こと服部秋彦とすでにインタビューを終えていた。秋彦から

もらったマスメディア出演リストを敦に見せると、ほぼすべてに秋彦と敦は同席していたことがわかった。

2013年 雑誌 AXIS

2013年 NHK 「あさいチ」ピカピカ JAPAN 生中継

2015年 中京テレビ 「前略大とくさん」教えて大とくさん

2016年 NHK 知恩院 名古屋版、全国版、NHK World

2016年 キャッチネットワーク 特別番組「知恩院」

2017年 NHK 「美の壺」鬼

その他にもNHKからニュース取材を数回は受けている。またキャッチネットワーク(地元のケーブルテレビ)は15年前から毎年、高浜で行われる「鬼みち祭り」、「飾り瓦コンクール」の取材をしていた。(高原 2021)

このリストからマスメディアからの取材が2013年から始まりテレビへの出演がほぼ毎年行われていることがわかる。敦は「チームぼたん」の中の業師である。凄腕の鬼師といっても言い過ぎではない。もっとも本人はしばしば「まだ、まだ腕が足らんすね…」、「もっと腕磨こうぜ。でも、素人にはわからんすよ。はい。もう、職人目線になり過ぎちゃうと遺憾すよね。それがどうしたのーって。要は、技術力がねーんすよ。自分も含めてですけど」と、常に首を垂れつつ、目線は先を先を見ながら語るのである。当然、マスメディアの取材の際、鬼瓦の制作の実演に立つのは敦である。敦は2013年のNHK「あさいチ」ピカピカ JAPAN による生中継の記憶をたどってくれた。

リーダー(鬼十 服部秋彦)のところで、あー、経の巻。川崎君(鬼師 川崎忠之)の持ってきた仕事だったすかな。えーっと、誰かタレントさんが来て、雲の足(鬼瓦の重要な部分)だったけな。そこを自分と春日君(春日英紀)が仕上げとって、その番組のギリギリに、若鬼士会のメンバーが小物を持って、どうのこうのみたいな。

はい。そんな時に、雲、ブーン。どでかい雲があって、そこを中心、一番難しいとこっすよね。…を、こう、山下、こうやって、へらでピッてやる。

「こりゃ、なんすか」って…。「これは雲の中心で、一番難しいんすよー」的なことをチョロッと言ったような気がするんすよ。でも、手、震えましたね。(笑い) 緊張して。(笑い)

「山下君、震えとったやんー」みたいな。(笑い) それだけ難しいんす。今どきの若けえもんにはやれませんか。一応、偉そうにビシッと彫とったんすけど。要は、それが、先生(高原)の、ずーっと見て来た、「伝統工芸品」取るときに必要な技術っすよ。ま、…と思うんすよ。それを皆わかってねえんすよ。そこが伝統じゃねえのかって。(笑い)

2013年のNHK「あさイチ」による生中継は、敦にとってなんとマスメディア登場の二度目の舞台であった。敦は公の場に立って、伝統的な得物であるへらを握って、最も難しい鬼瓦の雲の芯をテレビカメラの前で彫ったのである。しかも多勢の人が注視する中で。技が伸びないはずがない。鬼師、敦の仕事場は一人きりの世界である。その鬼師がやり直しがきかない生中継のテレビ番組の中で、テレビカメラを通してスタジオから、そしてお茶の間から見えない人々の熱い視線を受けながら、敦は陰^{かげ}から陽^{ひなた}(日向)の世界へと躍り出たのであった。

敦はすでに2011年1月17日には東海テレビから取材を受けている。敦一人でこの取材をやり抜いている。実質上の初舞台といえる。実演の際、制作したのは鬼面であった。この時の東海テレビに敦の鬼作りの様子が放映された後の、視聴者による反応を敦は語ってくれた。

東海テレビの、あれは自分一人だったけなあ。えーっと、何か、出た時に、ショーエというタレントさんが来て、仕事が終わって、パチンコ屋さん行って、こうやって打って、お金替える時に、こん位の窓から、ピッてくれるんですけど…。窓から「山下さんですよ。今日、出ましたよね」みたいな。(笑い)

「ありがとあんます」と言っ、中入って行って、そしたら、いつも常連のおじさんも、喋ったことなかったんすけど、「見たよ」って。

そんなもんすよ。それから、いつもパチンコ行くと、挨拶する。

ただ、こう身近な、しかし知らない人からの声掛けがある一方で、敦はテレビへの出演について次のように話すのであった。

これとって、テレビ出たからとって何もないっすよ。みんな、こうやって言わんすか。

敦の言葉で言うと、マスメディアの取材はかなりの数を受けて来ている。そして、その都度、敦は鬼瓦制作をテレビカメラの前で行い、自らの技を披露している。ところが、その数ある取材の中で、特異な取材があると語る敦がいた。

本当に頭から最後まで（鬼瓦を取材陣の前で）作ったのは知恩院ですか。

つまり、通常のテレビ局による取材は時間が限られている中で、鬼瓦の制作風景を撮影することになる。本来、鬼瓦を作るのに何日もかかるところを、短い場合は5分内外、長くても15分からせいぜい30分の番組の中で、人目を惹く場面を写す必要がある。当然、テレビカメラは鬼瓦制作のいいとこ撮りになる。ある意味、それは「やらせ」という事になる。そしてさらに各テレビ局のディレクターが編集をかける。そういったテレビ局による取材の中で、文字通り最初から最後までをテレビカメラによる取材をしたのが「知恩院の鬼瓦復元」であった。これを行なったのは、NHK名古屋支局と地元のケーブルテレビ、キャッチネットワークであった。NHKカメラマンとキャッチネットワークのカメラマンの二社が、なんと約40日間、朝八時から夜仕事が終わるまで、張り付きでカメラに鬼瓦復元の映像を納めていったのである。（高原 2021）国宝の知恩院御影堂の鬼瓦復元であった。敦はこの異例な取材について話してくれた。

えーっとですね。知恩院を萩原さん（萩原製陶所 萩原尚）から「チームぼたんの皆さんに「下り」(鬼瓦)お願いします」って、どでかいやつですよ。下り2個と隅(鬼瓦)1個だったけなあ…。「…をお願いします」って言って来て…。その制作風景にNHKがずーっと付いて行ったんすよ。NHKと地元のケーブルもずーっと付いとって。

ほで、最初ちょっと図面描^かいて、最初、図面の原寸取る時に、揚げ揚げ山下というけれど、古いやつ（鬼瓦）皆降ろして来るじゃないすか。全部、最初、僕、図面取ったんすよ。リーダーんとこで、ビニール乗っけて。「はい、これでいいです」、「はい、これでいいです」って。ほれで、まあ、始まって。当時は、ま、図面描いて、下り、隅、ほんで今度、制作に入るじゃないすか。

ほんで、自分と鬼十さんと、春日君と始めて、そこをずーっとこうやってNHK撮っていて、ほで、そこそこ形になって来て。そこ、毎日、毎日、NHK入っとして。毎日だったけ。ずーっと。入っと思ったんす。ほんで完成して、検査の日も、NHK入っと思ったかな。京都から浅井先生というのが、文化財何たら課みたいな。検査の日も

入っとして。そして、ブリブリ、娑婆中突っ込まれて。修正して、ほで、O.K.。で、そこまでだったかな。

ほいで、こう、カメラで撮っとる人、兼ディレクターというのか、知らんですけど。あの人たち、よう見とるんすよ。誰がどういう活躍をしているとか…。

そうすると、最初、図面、地べたで描いて、玉もちょっと特殊な玉だったんすけど、数珠も自分が作って、最初の一個目は、顔、バーンと乗っけて、まず、「誰がやる」っつと、当時、自分すよ。こんなもん、ドーン、バーン、土付けて。

「こいつ、主で動いとるよな」見たいな。やっぱりわかるじゃないすか。ほいで、「よし、いざ、放映されるぜ」てなると、主役になっちゃったんですよ。

ほいで、放映されて、それがNHK ワールド、一瞬、バーンと出たんす。そんな時の自分、こう、英語で何言っとるかわからなかったすけど…。「アツシ・ヤマシタ…やん多羅寛太ら…」。それ、連発なんすよ。ほやー、みんな面白く無かったろうな。(笑い)…という思いです。

万遍無く、リーダーの手元、撮ったり、春日君、ここで、どでかいやつ作っとして、自分、こっち。「ハア、えー」とか言いながら。(笑い)

編集されたのを見ると、そういう、みんなでやっとなる感もちゃんと出しながら、アツシ・ヤマシタが主でやってましたよー、みたいな。ほれで、検査を受けて、いろいろ突っ込まれて、「まだ、まだ、腕が足らんすね」…というところで番組が終わるみたいな。

やや長い、山下敦のNHK テレビカメラマン野村祐介による撮影現場における生の語りを引用した。およそ40日間に及ぶ知恩院の鬼瓦復元作業を現場で仕事が始まる朝方から仕事が終わる夕方まで、張り付きでカメラに納めていたのだ。しかも、NHKのみならず、地元のケーブルテレビ、キャッチも同様にカメラにチームほとんどの仕事ぶりを記録していたのである。異例中の異例な取材だったといえよう。(図4)

しかも、単に取材が長期に亘^{わた}ただけでなく、その取材の過程で、NHKの夕方のニュースなどに制作の様子を少しずつ流していたのである。そして、その成果は「国宝知恩院の鬼瓦復元」として、まずNHK名古屋版として放映された。ところがこれがNHKで



図4. 山下敦（左）と知恩院鬼瓦復元（中央：春日英紀、右：服部秋彦）

認められて、全国版として再放送されたのである。これだけでも快挙だといえる。また、およそ40日間に及ぶ取材の成果が結晶化されて、エッセンスとなり、カメラマン野村の執念が実り、映像に力が生まれたのだ。ところがこの「国宝知恩院の鬼瓦復元」は何とNHKワールドへ取り上げられ、世界へ放送されたのである。いわゆる山下敦が何度も語っている伝説、「アツシ・ヤマシタ」連呼が起きたのだ。映像を創るものと創られるものが絶妙に融合したのだ。運良く、制作者の野村祐介氏よりNHK World Newslinesで放映された『国宝知恩院の鬼瓦復元』DVDを現在の勤務先福島県のNHKいわき支局から送ってもらい、実際に見ることができた。真っ赤なTシャツを着て、へらで鬼瓦を彫り込むアツシ・ヤマシタの姿が目飛び込んで来た。送られて来たものはDVDだけでなく、放送用の最終稿が添えられていた。貴重な資料である。それは日本文と英語による対訳から成っている。何度かDVDをモニターを通して見たあと、最終稿に向かった。鬼瓦や鬼師、そして知恩院のことが簡潔に述べられている。圧巻はAtsushi Yamashitaの言葉であった。

いつもの自分で仕上げちゃうと、雰囲気が変わっちゃうものですから、（自分を）無しにする、消す。原作者の思い入れを、物から読み取って写してあげる。

If I was working in my usual way, the sense of the tiles would be different. So I have to erase myself from the process. I must focus the original creator's intentions

and reproduce them.

(NHK World 最終稿『国宝知恩院の鬼瓦復元』3p.)

アジア系の女性アナウンサーが流暢な、自然な英語で語っていき、アツシの言葉は英語に吹き替えられていた。同時に、アツシ本人の言葉が背景として日本語でわずかながらに流れている。

(前作者の) 魂を写し取る、心を写し取るという事ですかね。同じ雰囲気、空気を出すっていう事ですかね。

I must replicate the same spirit felt by the artisan who made it. I have to give it exactly the same feeling.

(NHK World 最終稿『国宝知恩院の鬼瓦復元』4p.)

アツシが語っていることは単なる願望や心構えではない。敦はかつて私に言っていたが、鬼瓦の復元を手掛けると、鬼瓦そのものがまるでテープレコーダーのように、その鬼瓦を作った人の技と魂が刻印されており、鬼師はあるレベルに到達すると、それが読めるのだと言うのである。ここに「伝統」と言われるものの核心がある。素人にとっては唯の戯言か、虚言のように聞こえるかもしれない。文化はただ単に文字だけで次の世代へ伝達されるものではないことがわかる。この放送は2016年1月19日に世界へ向けて流された。3分30秒の間、鬼師の世界が、世界へと一石を投じたのである。鬼師の世界ではかつてなかった出来事である。この元の番組が「おはよう日本」であり、同年1月6日に日本全国へ同じタイトルで公開されている。

一方のキャッチネットワークでは、NHK とほぼ同様の取材を行い、『知恩院鬼瓦復元』として地元名古屋を中心に放映されている。NHK との大きな違いは放映時間である。NHK が4か月に及ぶ取材の末、約5分弱の極めて短時間の編集をしているのに対して、キャッチネットワークは約45分の長さに映像を組み込んでいる。やはり地元ならではの強みを発揮していると言えよう。特に鬼師の間では、知恩院へ復元鬼瓦を納品する際に起きた屋根工事屋と作った鬼瓦と、携わった鬼師とのトラブルがノーカットで放映されていることへの驚きを伴う強い共感が伝説となって語られていた。敦の言葉を紹介する。

もう、伝説。あの動画、ほしいよな。もう一回見てえなあ。

そのトラブルとは、各鬼板屋から集められた知恩院の復元された鬼瓦に一部欠損があからさまにあったのだ。それを検査官が検査の段階で見過ごし、納品された時に、屋根工小屋が発見して揉めた出来事であった。そして、それをすぐに作り直したのがほかならぬアツシだった。

これまで紹介して来たように、マスメディアへ登場する敦の姿は「周縁の再中心化」の明白な代表例と言えよう。仕事場の中で、人知れずに鬼瓦を黙々とラジオを聴きながら作る鬼師は社会の周縁に位置する陰なる人である。ほとんどの人はこの鬼師の姿は知らない。ところが、マスメディアに現れる鬼師は明らかに陽である。日本の古き伝統が、そして今も社会の中に息づく伝統が、それを受け継ぐ職人とともに、マスメディアを通して各家庭のテレビのモニター上に姿を現し始めたのである。

ところが、この驚くべき変化に対して、鬼師はそれを良しとしながらも、冷静に物事を見ているのだった。敦は次のように言う。

要は、テレビ番組は一般的な人たちには一瞬。

そこへ登場してくるのが、発信型でかつ双方向型のメディアである SNS (Social Networking Service ないしは Social Networking Site) と言われるものである。マスメディアには鬼師は自ら出たい時に自由に出られるわけではない。マスメディアに鬼師として、または鬼瓦に関して、またはそれに関連のある番組のテーマとして取り上げられてもらわないとどうしようもない。山下敦のように、鬼師としてほぼ毎年のようにテレビに出演している事実はマスメディア界において鬼師のことが周知され始めていることを意味する。しかし、マスメディアは鬼師にとって歓迎はするが、あくまで受け身型の、一方通行型のメディアに留まる。その難点を埋めるのが SNS なのである。つまりネットメディアという事になる。テレビと比べながら敦は今、鬼師が鬼瓦素材で作っている人気の「アマビエ」を例に話すのだった。

アマビエとかの、小物だとか…。岩月さん（岩月鬼瓦 岩月秀之）、さすが上手いもんすから、フェイスブックとか、インスタグラムとかで、アマビエ嬢みたいな。鬼師、久美ちゃん（岩月久美）の作ったアマビエ嬢みたいなやつで、（スマートフォンを）ピッと開くじゃないっすか。絶対上がってくるんすよ、広告って。お金をちょっと払って広告しとる。あっちの方が（テレビより）絶対に売れる。間違いないっすね。

次に挙げたのが、ネットメディアを通してのクラウドファンディングであった。発信者が企画を仲介専門のウェブサイトに掲示して、インターネットを通して、一般の人から資金を集める仕組みである。企画に賛同すれば一般の人が資金を提供するわけである。敦は次のように語っている。

今だと、コロナでみんな潜伏して、意外と揚げ揚げなのが、クラウドファンディング。自分もやりかけとるんすよ。銀行さんが、一応主体で、前に「家守」っていうやつを（株）神頭さんがクラウドファンディングやって、そして、銀行、岡信さん（岡崎信用金庫）。大人の話なんすけど、「山下さん、窯費用、やりましょうよ、やりましょう」。一応、ページは作ってあるんす。けど、まだ物（ぶつ）が出来てない。

その物がですね…。ここに置いてあるんですけど、これ、まだ、本当にガッサガサなんすけど。これ、クラウドファンディングのページ作ってもらう時に、「こんな感じっすよ」みたいな。これをですね、もう一回り、小っさくして、冷蔵庫に入れるんですよ。ほーすっと、消臭効果、吸湿効果が多少ある。「冷蔵庫の鬼」とか。（笑い）

そして敦はこう断言するのだった。

ほりゃ、マス・テレビとかより、今、SNS っすよね。

鬼福製鬼瓦所 鈴木 良

鬼師の世界でネットメディアに関して最右翼にいる1人が鬼福製鬼瓦所の四代目、鈴木良である。ネットメディアへの登場が多いのは事実である。また私と親しい鬼十こと服部秋彦も会って話をしている時に、話題の人物として出てくるのが鬼福こと鈴木良である。鬼敦の山下敦も、時々、鬼福に言及する。フィールドワークをしている者としては聴き耳をそばだててしまうのは否定できない。しかし、2017年に『鬼師の世界』を刊行した時点で、鬼福製鬼瓦所に関して取り扱ったのは初代の鈴木福松、二代目、鈴木菊一、そして三代目の鈴木博までである。鈴木良は博の長男であり、『鬼師の世界』をまとめた時にはまだ面識はほとんどなかった。ただ、この本が刊行される2017年に、同時並行して、経済産業省から「三州鬼瓦工芸品」の認可を取得するために提出用資料を整える作業をしていた。その過程で、経済産業省より今利裕之氏が視察に高浜の鬼板屋を訪れたのである。7月21日のことであった。その時、夕方に三州鬼瓦製造組合の事務所で、今利氏ほか経済産業省関係者と、鬼師の関係者が集まった時、その中の一人としての鈴木良と初めて会って立ち

話をしている。

それゆえ、2020年8月20日は鬼福四代目鈴木良に会いに仕事場へ直接行く初めての日であった。愛知県碧南市にあり、すでに良の祖父、菊一や、父、博に会いに何度か訪れたことがあったにもかかわらず、またGPSを使っていたにもかかわらず、道に迷ってしまった。理由は鬼福の仕事場兼自宅が、改装されていたことにある。昔の鬼福の玄関口の上には大きな鬼瓦が掲げられていた。福松が作った鬼である。家の造りも昔からのものであった。それが大幅に改装され、昔の面影を留めていなかった。「あれ、おかしい」と言いながら、辺りをうろうろしていたのである。今回は紙数の都合もあるので、関連するテーマに絞って書くことにする。

鬼福とネットメディアとの関係が始まったのは2019年の春である。「伝統とユーモアをかけ合わせた鬼瓦」と称して良が考案したのが、「鬼瓦ティッシュケース」だ。最初の原型はティッシュケースも瓦で作ったので、4kgになったという。それをSNSへアップしたのが始まりである。その反響が良かったので、商品化を考えた末、生まれたのが「鬼瓦ティッシュケース」である。商品化する前に、SNSを使ってある意味、探りを入れる市場調査をしている。ところがこの鬼瓦ティッシュケースは失敗体験がもとになっていた。鬼師になるために修業を始めて6、7年頃のことで、2014年頃の出来事であった。初めて自ら新しい事をしたという話であった。それまでは鬼師になるために、鬼福でもっばら修業に励んでいたのだ。

屋根材の鬼瓦をどこで使えるのかなあと考えた時に、最初に頭に浮かんだのは、庭に据えられている鬼瓦を、ま、この辺でもよく見るので、庭に使ってもらえないかなという事で、軽トラに影盛を、鬼瓦と鬼面と経の巻、結構積んで、隣に西尾市があるんですけど、西尾市には造園業者さんがいっぱいいるので、軽トラに鬼積んで、西尾中、走り回りましたね。

飛び込みで…。その時、まだスマホもないので、ネットはあったので、ネットで西尾市造園業って調べたの。全部紙に電話番号と住所メモって、走り回りながら、走り回って。その造園業者さんの自宅というか、会社の目の前で、電話かけて、「今、玄関前にいるんですけど、ちょっとお会いできませんか」と突っ込んで行ったってのを20件ぐらいやったのかなあ。

結果は、鬼瓦を売るという意味では失敗であったが、造園業者の会、「緑西会」に参加させてもらうようになり、今もその勉強会への参加が続いている。その中である造園業者か

らのアドバイスがあった。

庭に据えられている鬼瓦はもともと古い母屋を壊した時に昔のつとった鬼瓦だから据える意味がある。だけど、新品ピカピカの鬼瓦を金出して買ってまで据えることはない。

庭の方からすると、鬼瓦は逆に個性が強すぎちゃって、庭の中で丸目立ちすると…。ただ素材としては天然の素材だし、経年劣化して行くのも、庭の中でいつまでも新しいままというのはおかしいので、だんだん変化していくという事が、素材としては面白いから…。ただ、強いので、「もっとシンプルにしろ」とか…、言われて。いろんな庭材としていろんなものを作りましたね。

この「もっとシンプルにしろ」が良の心に響いていく。そして後に生まれたのが、「瓦キューブ」である。真四角のキューブである。素材が瓦でできている。私自身はそのものは見ていないが、鬼十で、秋彦が鬼福さんが変わったものを作っていると言って、テーブル上のパソコンを立ち上げて、鬼福のサイトにアクセスして見せてくれたのが、「瓦キューブ」であった。まったく何も飾りが無い、素のままのキューブで、鬼瓦を具象画とすると、瓦キューブは鬼瓦の抽象画で、不思議な感じがした。(図5)

良はこのキューブを持って、2019年2月18日から2月26日までフランスに行っている。経済産業省主催の日本伝統産業の展示会「ESPACE DENSAN」がパリで開かれ(2019年2月1日～2019年3月31日)、高浜、碧南の鬼瓦が「三州鬼瓦工芸品」として経済産業省に登録されたのを受け、省の伝統産業育成の補助金を使って参加したのだ。そして、展示会で出会ったフランス人、Pariente Denis Davidが鬼福に同年5月11日から6月4日まで滞在している。良はデザイナーの彼をダビッドさんと呼んでいたという。そのダビッドさんは良へアドバイスを残している。

「キューブだったら、誰でも出来そうな感じがする」と。「あなたの所の強みは鬼瓦っていうデザインだとか、そういうところじゃないの…」、っていう事を言われて…。

庭師さんから、「デザインがきつすぎるから単純なもの作れ」って言われて、作ったのがキューブなんですけど。フランスに持っていったら、「キューブだったら誰にでも作れるから、複雑な鬼瓦作れ」って言われて、ここを行ったり、来たりしとるわけですね。



図5. 瓦キューブ

この「単純さ」と「複雑さ」のディレンマを往復しつつ、頭を抱えていた良に、セレンディピティー（思わぬものを偶然に発見する能力）が訪れる。パリの展示会でも売るといふ意味では失敗に終わっている良であった。

キューブ、ただのキューブじゃだめだって言われて、何とかならんかなあと思ってて…。キューブじゃ、箱になるなあと思って、ここにティッシュを入れたら、ティッシュが出るなあと思って…。

ただの箱じゃ、つまらんし、「鬼瓦の方がいいなあ」と言われたなあと思って。じゃ、鬼瓦の鬼面付けたらいいんじゃないかなあと思って。だったら、もっと面白くて、鼻から（ティッシュが）出たら面白いなあと思って。…というやつを実行しちゃったという事です。

最初はそれこそ、面白半分で作ったというのです。で、最初は箱も全部瓦で作ったら、4kgぐらいありました、重さが。（笑い）

なので、それを SNS にアップしたら、結構反響が良くて、「面白い」、「これほしい」みたいな。…感じの印象があったんで、じゃ、ちょっと商品化できるかなーと思って、…やっちゃったというところですね。（図6）



図6. 鬼瓦ティッシュケース

このように、失敗に次ぐ失敗の相乗効果によって、「鬼瓦」が「瓦キューブ」へ。「瓦キューブ」が「鬼瓦ティッシュケース」へと変容したのである。ここまでだと、鬼板屋の仕事場内での出来事である。ところが、良は新・鬼師の世代であった。ネットメディアが日常に存在する世代であり、そういう社会になっていた。このネットメディアがこれまでは考えられなかった個人から一般社会へのアクセスを可能にしている。この機能はこれまではマスメディアが行っていた。個人または企業は十分に予算があれば広告をマスメディアに打つことはできる。ただそれが可能な企業は限られてくる。特に鬼師の世界においては。それゆえ、これまではマスメディア次第という事になり、この網にかかるには生半可ではいけないのが現状である。しかも運任せで待たなくてはいけない。ところがネットメディアだと、個人が自由に、簡単に、経済的に、情報をネット上にアップできる。

良は改良を重ねた鬼瓦ティッシュケースを10月にクラウドファンディングサイト「Makuake」で、市場にクラウドファンディングをかけている。そして最終日の12月27日には目標値をはるかに上回る298万6千円の支援金を171人のサポーターから受けたのだ。さらに良の攻勢は複線的である。鬼瓦ティッシュケースを前にして、次のように良は語っている。

もとは4kgで、これは1.6kgです。で、こいつのクラウドファンディングを始めた時、クラウドファンディングやりましたという時、初めてそれをプレスリリース出したら、

初めてヤフーニュースに載りましたねー。

さらに良は追い打ちを掛けるのである。クラウドファンディングが終了した後のことである。

終わった後、「一般販売が開始されました」というのが今年 20 年の 3 月なんですけど、「一般販売始まりました」というのも、ヤフーニュースに載りました。

波に乗る良は、鬼瓦ティッシュケースに続いて、次なる新商品を開発していく。2020 年の 3 月というと日本では中共に端を発するウイルスがコロナウイルスとして日本に広がりを見せ始めた頃である。その時に出て来たのが「アマビエの鬼瓦」であった。良はその頃の状況を次のように話してくれた。

「コロナの中で、どんなことが出来るのかなあ。」「鬼瓦屋として何が出来るのかなあ」と考えとった時に、SNS でアマビエチャレンジ。「アマビエ、疫病払いの妖怪なんですけど、似顔絵を描いて、人に見せると疫病が静まる」と。…という言い伝えを皆さんが SNS でアップしてたんですね。いろんな方が。自分で描いたりだとか。

…と言うので、「鬼瓦屋だったら、ちょうど鬼瓦だし、良いんじゃない。やってみよう」というの、加藤さん（鬼福鬼師 加藤^{らん}嵐人）に言って、それを具現化してくれたの…。



図 7. アマビエ鬼瓦の奉納式（中山神明社）と鈴木良（左手前）



図8. 奉納用アマビエ鬼瓦

最初はガチサイズのさっきお見せした神社に奉納したサイズのやつを作って、それはまあ、中部新聞とかに載ったのかな。(図7、図8)

中部新聞に「鬼瓦アマビエ」の記事が掲載されると、「これ、ほしい」という人が多く現れたという。納めた神社は4社に及ぶ。中山神明社(碧南市)、市原稻荷神社(刈谷市)、萱津神社(あま市)農村舞台寶榮座(豊田市)。ところが神社に奉納したサイズは20kg近くあり、一般の家庭やアパート、マンション暮らしの人には無理があることがわかって来たのである。そこで出て来たのが小さなミニチュアサイズの鬼瓦アマビエであった。良はこの鬼瓦アマビエをミニチュア化し、さらにコロナ禍に引っ掛けるのである。

「じゃー、小さいサイズ作ったらいいんじゃないか」って言うんで、小さいサイズにした。というのが、これで…、「単純に売るというのもありかな」と思ったんです。お饅頭屋さんとかみたいに。アマビエの商品で、売ってくっていうのもありかなと思ったんですけど、その時思ったのは、「出来るだけ多くの人に届けたいよねー」ということで、ま、「話題にも多分なるし、タダで配ろうか」と。

で、タダで配るにはどうしたらいいか。で、あと、そうですね、代金だけ、送料だけもらおうかなと思ったんですけど、送料だけ着払いでってなると、コロナで疫病が流行っとなるのに、もらった郵便屋さんにお金出しとるのも本末転倒だよなってことで、もう、送料も全部うちで負担しようかと。

そしてネットメディアの登場となる。A4封筒で厚さ3cm以内、150g以内で一個72円に設計すると、千人限定無料販売企画を打ったのである。

「千人限定で、無料で届けます」という事をSNSで発信したら、ツイッターがバズって、一日で。本当は二日なんですけど、一回目の投稿の発信タイムの付け方を失敗してうまく広がらなくて、正味丸一日で、千人到達しちゃって、それがまたヤフーニュースに載ったという事ですね。

ヤフーニュースの話が何度も出て来るので、良にネットメディアに載る基準は何かあるのかと尋ねてみた。すると良の答えから、ネットメディアのニュースの拡散の様子が見えて来たのだ。良は次のように言う。

転載ですね。他のネットメディアに。こいつ（アマビエ）最初にメディアで取り上げてくれたのはFNNです。フジテレビ系列のネットニュースに。だからヤフーニュース見ると、転載元もちろん書いてあるんですね。FNNのニュースがヤフーニュースに転載されているという事で。で、どっかに引っかかれば、転載されて載ると。ヤフーニュースでもそうですし、ラインニュースでもそうですし、ライブドアニュースにも全部載ってますね、これ。

どっかにタレコミ流せば、うまくいけばパッと広がるという感じですね。

良は広がるコツを教えてくれた。事実を目の前にして、その仕方を習わない手はない。

運もそうかもしれないですけど、あとは、まあ、「話題性があるかどうか」だとか…。ま、僕はどちらかというと、楽しいからやっているといるものもあるんですけど…。その方が話題に上るし、面白いかなあと言うのと…。

「アマビエ鬼瓦」をネットメディアに載せ、その前には「鬼瓦ティッシュケース」をネットメディアに載せた良はこの二つの実例を繋いで、さらに踏み込んで読み解きをし、アマビエと鬼瓦ティッシュケースの連動性に言及するのだった。

そのアマビエの前に商品化したティッシュケースがそのタイミング（アマビエ鬼がネットニュースになった）で、そこそこ売れたというか、注文が入って来た。…という

事があるので、これを戦略に取れるんじゃないのか。なので、何か話題になるようなものをどんどん商品化していくと…。そうすると、その時、ボンと話題になると、個々のコンテンツと商品化したものも一緒にちょっとずつ上がって行くと…。

もちろん一過性になっちゃうので、ピークが現れるんですけど、商品をいっぱいラインナップで持っていると、話題になった時に、アクセス数が爆発的に増えるんですね。その時やっぱり、そのうちの何割かの方は興味を持って、ほしいと思えば何かしらの商品を買ってくれると。ただ、屋根材だけだと、すごい値で、底を割っちゃうと。

ここに良は一つのビジネスモデルを構想し始めている。ネット商品のラインナップの充実、話題性のある商品の企画・開発とその展開、そして本来の事業である鬼瓦という屋根材の拡充である。このモデルはネットメディアを積極的に活用しながら、話題性を創造することによって、商品の情報化を推進、拡散、促進していくことを意図している。その際に鍵になるのが屋根材としての鬼瓦をいかに一般の人々の生活に取り入れることが出来るかという事になる。その成功例がアマビエ鬼であり、鬼瓦ティッシュケースだったわけである。

まとめ

2020年 AFS (American Folklore Society) の全米大会は中共発によるコロナウィルスがアメリカ社会に蔓延していることを受けて中止になった。この大会に向けて学会発表の準備をしてきていたが、それも足留めになった。文字通りの Lockdown である。その大会のテーマが「Re-centering the periphery」であった。このテーマを核にして今回論説を展開してきた。すでに「新・鬼師の世界—伝統の変容：周縁の再中心化」(高原 2021)として鬼亮(梶川亮治)と鬼十(服部秋彦)の二人の鬼師に行なったフィールドワークに基づいて、主にマスメディアへの鬼師の登場を周縁の再中心化と捉え、一般社会からすると知られていない周縁的な鬼師がマスメディアを通して、一般社会へ鬼瓦と共に顕現している状況を紹介した。その過程で見えて来たのが、マスメディア主導による周縁の再中心化とは異なる別の、ある意味で逆方向、ないしは自発型のベクトルの存在であった。マスメディアの場合は周縁の中心化がマスメディア側主導で起きている。主導権が鬼師へ渡ることはない。確かに陰(かげ)なる存在の鬼師が一般社会の陽(ひなた)にマスメディアを通して現れることは大きな変化であり、鬼師の認知度が上がるのは事実であり、歓迎すべき事態である。ただ鬼師がいつでも自由にマスメディアに出演できるわけではない。その難点を解決してくれるメディアがネットメディアである。インターネットの普及が現在

は9割を超え、一般社会ではネット社会が構築されている。特に2020年に起きた世界規模のコロナウイルス騒動は現在もおお進行中であるが、ネットメディアの存在とその利便性を人々が再確認させられた一年であった。私個人にしても、2020年以前と以後ではネットメディアに向かう時間が少なくとも5倍以上にも増え、ネットメディアへの意識や姿勢が大幅に変化した。今、ここに、こういった文を書いている事そのものが、その変化の様を示している。そうした中で、Re-centering the peripheryのネットメディアの事例を鬼師の世界へ求めるようになったのである。情報が双方向に流れる、^か且つ流すことが出来るネットメディアの存在が、コロナ禍を機により身近なものとして理解が可能になってきた。

こうした状況を背景にして、二人の鬼師が浮かび上がって来た。一人が旧知の間柄でもある鬼敦（山下敦）と、もう一人が今回初めての訪問をした鬼福こと鈴木良である。敦の場合、マスメディアとネットメディアの二つを自在に行き来している鬼師のメディア界の雄である。マスメディアでは特に国宝知恩院の鬼瓦復元で鬼師としての技を遺憾無く発揮している。またSNSを頻繁に使い、自らの仕事場と持てる技を伝統の伝達の新しい手段として事実上、公開している。（高原2020）そのネットメディア通の敦が挙げたネットメディアで活躍する鬼師の一人が鬼福、鈴木良なのである。

良の場合は敦とはネットメディアの使い方が異なり、ネットメディアを使って鬼師自らが鬼瓦のマーケットを一般社会へと広げて行っている。鬼師は本来は屋根材の一つである鬼瓦を制作、生産し、主に屋根工事屋、建築業者、設計業者といった専門業者間が主たる市場であった。それ故にこそ、鬼師がなおのこと一般社会へ自ら面向くことはなく、伝統的に社会の周縁に当たる鬼板屋の仕事場で黙々と鬼瓦を制作する日陰的な存在であった。つまり面が世間には割れないのだ。それ故にこそ、一般の人は鬼瓦は知っていても、鬼瓦を作る鬼師は知ることも、知られることも無かったのである。

良はそういった環境の中で、ネットメディアを積極的に使う新しい市場開拓を始めたのである。そしてそれは既存の屋根材としての鬼瓦ではなく、一般社会生活の中で使える、用途を異にする商品開発である。もちろん、良以前にも鬼瓦の置物化は様々な鬼板屋がむしろ伝統的に手掛けて来ている。良の新しさはネットメディアを鬼師が自ら意識して活用し、メディアに情報を発信し、発信させて、これまでの伝統的な屋根材中心の市場を一般社会にまで広げようとしている事にある。しかも、商品開発に付加する価値を、これまでは伝統美、地域性、伝統技術、伝統習慣、伝統素材などに重心を置いていた。ところが良は情報の拡散に商品をリンクさせるために「話題性」を挙げていることが特徴である。その成果が「鬼瓦ティッシュケース」であり、「アマビエ鬼瓦」である。周縁の再中心化の自発型の例と言える。特に、クラウドファンディングの成功やネットニュースへの登場は

鬼師の世界での新しい動きとしてこれからも注目してその成り行きを見守って行きたい。

そして、2020年10月30日（金）「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションが始まった。さらに地元、高浜市の全面的な支援を受けて「鬼滅の刃 鬼師のまち」と大々的に謳われてマスコミとネット上を騒がしている。マスメディアとネットメディアを巻き込むこのコラボレーションは情報の波となり、日本を超えて世界を席卷する勢いである。

参考文献

高原隆 2021年 「新・鬼師の世界 — 伝統の変容：周縁の再中心化」 愛知大学総合郷土研究所紀要 第66輯：1 - 18

2020年 「新・鬼師の世界 — 伝統の変容：現代技術と伝統技術のインターフェイス」 愛知大学総合郷土研究所紀要 第65輯：25 - 41

2017年 『鬼師の世界』 あるむ

キャッチネットワーク 2016年 「知恩院鬼瓦復元」DVD キャッチネットワーク

NHK World 2016年 「国宝知恩院の鬼瓦復元」NHK World 最終稿 NHK

NHK World 2016年 「国宝知恩院の鬼瓦復元」DVD NHK