

新・鬼師の世界 ― 周縁の再中心化：  
「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーション  
― (株)丸市 ―

The New · World of Ogre-tile Makers:  
Re-centering the Periphery: The Collaboration of “Kimetsu-no-yaiba” And “Onishi”  
― Maruichi Inc. ―

高 原 隆

TAKAHARA Takashi

愛知大学国際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**

Yoshitaka Kato who is the master of Maruichi Inc. joined the event of the collaboration of Kimetsu-no-yaiba and Onishi. He contributed to produce a sample of monuments of the collaboration. The monuments demonstrate not only the 14 characters of Kimetsu-no-yaiba but also the techniques of Onishi (an ogre-tile maker). Yoshitaka first made the sample of the monument called a popular character; Nezuko. The sample was so successful that could also show the level of the techniques of ogre-tile makers. Yoshitaka also made many goods for sale for the event. They were sword guards used by the main characters in Kimetsu-no-yaiba. They became popular especially among animation freaks of Kimetsu-no-yaiba.

「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションが愛知県高浜市で、2020年10月30日から2021年1月29日にかけて行われた。この事は特殊な出来事であり、その本質をフォークロア研究の視点から、「周縁の再中心化」現象であると捉えることが出来る。同じタイトルで、既に二篇完成している。それぞれに副題があり、「はじまり」（高原2022-1）と「山本鬼瓦工業（株）」（高原2022-2）がそれに当たる。このコラボレーションに実際に参加した鬼師（鬼板屋）11人を「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションの実行部隊とし、各鬼板屋がいかに取り組んでいったのかを描いていく。この章は「はじまり」をその1、「山本鬼瓦工業（株）」をその2、とすると「（株）丸市」はその3になる。

「はじまり」では主にこのコラボの陰の仕掛人をテーマに描いている。真の陰の仕掛人は何と高浜市役所に潜んでいた。文字通りの「オニシ（陰の人）」が公共の場に紛れ込んでいたのだ。（高原2022-1）外からでは全く分からない。高浜市役所内でも、ほとんどの職員は知らなかった。それほどこのコラボレーションの企画は「鬼滅の刃」側（（株）フェザン・レーヴ）と内々に一部の限られた人々の間で進められていった。そういった意味で、実に関が深いコラボレーションだったのである。社会では別の闇がここ高浜市だけではなく、日本全体を、いや世界を覆っていた。2019年12月、中華人民共和国、武漢市に端を発した新型コロナウイルス感染症の爆発的な広がりである。人々は未知の病気に次々と罹り、死ぬ人も同時に増え始め、海外ではロックダウンと称して、まちが次々と閉鎖されていった。日本ではロックダウンこそ無かったが、緊急事態宣言がたびたび発令されたのである。外出の際にはマスクの着用が半ば義務化、強制化、そしてそれはやがて日常化するようになり、一種の社会的マナーのようになってしまった。これは現在（2022年11月）に至るまでも続いている。

つまり、「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションは始まるその直前まで、ある意味、二重の闇に覆われていた。二重に陰るその暗闇の中で、コラボレーション（共演）が仕掛けられて行った。仕掛け人は正にオニ（隠れた存在）だった。公式に一般に向けて「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションが発表されたのは2020年10月20日で、インターネットニュース（ニコニコニュース）を通してであった。高浜市役所内では、そのほぼ一か月前の9月に情報が公開されている。行き成りのニュースに市役所内は激震が走ったという。（高原2022-1）それは正に『旧約聖書』、「創世記」の世界で、「神は光あれと言われた…」と同じような、暗闇の世界に一条の光が差したのである。人々の想像を絶しており、「闇」と「光」の落差があまりにも大きく、市の職員は異常な驚きに包まれたのであった。一か月後の一般社会に向けてのこのコラボの情報公開は、闇に覆われていた日本社会にその光を投げかけたのである。そしてその光は「爆発的な反響」となって広がって行ったのである。（高原2022-1、2）

その2の「山本鬼瓦工業（株）」からは各鬼板屋の実際のコラボレーションの様子を描いている。山本鬼瓦の社長、山本英輔は現三州瓦工業協同組合の理事長を務めており、「鬼滅

の刃」とのコラボの時は、「鬼師」側の総代表として、連日忙しいスケジュールを山本鬼瓦の社長としてではなく、三州の「鬼師」代表という立場で、「鬼滅の刃」のデザインの著作権を持つ(株)フェザン・レーヴ、「鬼師」と「鬼滅の刃」を繋ぐ高浜市役所、そして連日の様にあるメディアからのインタビュー対応に追われる様を出来る限り山本鬼瓦に即しながら描いている。

山本英輔はコラボの期間中は「鬼師」として、高浜市の顔となって行動していたことになる。つまり鬼師が公に姿を現したことになる。公になった鬼師とは対照的に、姿を隠したのが高浜市役所のコラボ仕掛人であった。「鬼師」と「コラボ仕掛人」は陽と陰の対極を成すセットとして、このコラボを企画・実行したのである。周縁の再中心化が「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションの核心において起きていた。コロナ禍という世界的な闇に被われながら。

## (株)丸市

「その1」と「その2」はある意味一揃えのセットである。それは陰と陽の太極図を成しているとも言える。このセット無しには「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションは実現しなかった。ところが、「その1」と「その2」の企画の土台となった出来事があった。この企画の前に、高浜市と三州鬼瓦製造組合が共同して、国から地元の鬼瓦産業を「三州鬼瓦工芸品」産業として認定を受けたことである。現在、日本国に伝統的工芸品が237品目(2022年8月13日時点)認定されている。三州鬼瓦が「三州鬼瓦工芸品」として230番目に認定されたのは2017年11月30日であった。(高原2022-1)この三州鬼瓦工芸品の認定を取得する企画の中心人物が(株)丸市の現社長、加藤佳敬である。当時は三州鬼瓦製造組合の組合長であった。(高原2022-1)高浜市役所へコラボの調査に入った時に、「鬼滅の刃」とのコラボの企画を始める切っ掛けになった出来事が三州鬼瓦工芸品の認定であることが見えて来たのである。2017年11月30日に国から伝統的工芸品の認可は受けたが、高浜市と鬼瓦組合は一般社会へのその認知の難しさに頭を悩ませていた。その突破口になる出来事が「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションであった。(株)丸市を「その3」に据えたのは、そうした一連の流れの結果に基づいている。すでに山本鬼瓦工業(株)でも描いているが、(株)丸市を含む残り10社がどの様に「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボに取り組んでいったかをこれからより具体的に描いていく。そうすることでこのコラボの中身が実際はどうだったのかが見えて来ることになる。そしてその事は、新・鬼師の世界を象徴する一大イベントとして読み取ることが出来るのである。

「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションの通知は正式に三州瓦工業協同組合理事長、山本英輔からファックスを通して組合員全員に流された。これが今回のコラボの始まりの

知らせであり、各鬼板屋はその対応に迫られることになった。理由は、参加は自由で、義務ないし強制参加ではなかったからだ。「鬼滅の刃」とのコラボに興味を持った鬼板屋が実質上集まったことになる。コラボの説明会が開かれ、そこへの出席が参加の意思表示となった。佳敬は次のようにファックスへの対応を述べている。

私はそれ（ファックス）見て、あの、まあ、鬼滅の刃って、あの一、もともとアニメでも、マンガでも、やっているやつで、すごく人気があるのは、自分の娘たちがよく読んでたんで、アニメも見てたんで、「あー、これは絶対、楽しそうだなあ」と思っ  
て。で、「やりたいな」と思って、説明会に参加して、そこから、ま、二回、参加者と打ち合わせに入って行って、で、商品をどういう風なものを作って行こうとか、という話で、話がどんどんどんどん進んでったんですけども。

ま、ですから、取っ掛かりは組合の方からの案内でということですか。

ただ、佳敬の場合は佳敬自身が三州瓦工業協同組合の理事会のメンバーの一人だったのだ。理事長の山本英輔は高浜市からの「鬼滅の刃」とのコラボの打診を受けて、理事会に議題として諮っていた。それ故、佳敬は他の組合員よりもいち早くその情報に接していたことになる。

当時、理事会メンバーの一人だったんで、その理事会の時には、そうした話が出た、出てたですね。

理事メンバー以外の方は、多分、ファックスがビコーンと来たのが初めての案内だったです。もともと、ちょっとは聞いてはいたんですけどね。

ここに、三州瓦工業協同組合、特に組合員である鬼師の間に、アニメ「鬼滅の刃」とのコラボレーションの情報が現実のものとして共有されたことになる。ところが、アニメ「鬼滅の刃」とのコラボは実はいきなり降って湧いたものではなかった。もともとは鬼師側から出された案であり、それが出る源が、「2017年の三州鬼瓦産業に対する伝統的工芸品産業としての国からの認定」に対する次の段階への移行、すなわち、一般への高浜市が持つ伝統的工芸品の認知の方法の模索だった。高浜市の仕掛人からは、「ある鬼師さんが、アニメみたいなものとコラボが出来ないかなあという話を一回された」（高原2022-1：42）が、コラボが始まった直接の一番の始まりだと聞いていた。ところが、佳敬は次のようにこの件について話してくれたのだ。

高浜市との何かの打ち合わせの時に、上鬼栄さんが「何かアニメキャラとか、そういったものとコラボレーションして何かできるといいね」という事を高浜市側に言って、それを覚えていた高浜市の総合政策グループの高須って、えー、今は名前変わってたかなー。彼女がいろんな、こう、所に、まあ、打診してて、その中の一つが「鬼滅の刃」だったという話を聞いてます。

ここに出て来る「上鬼栄さん」が四代目上鬼栄、神谷慎介である。ただ、上鬼栄は結果として鬼滅の刃のコラボには参加しなかったのであった。一方、コラボの方は、予想を超える反響を伴って開催され、三か月後に幕を閉じたのである。この事について佳敬は、タイミングの良さを鬼滅の刃との成功要因に挙げている。タイミングの良さには二つあり、一つが、鬼滅の刃が映画化され、その公開と重なったことである。そしてもう一つが、高浜市制創立50周年の年（2020年）と重なったことである。事実、佳敬は次のように話してくれた。

で、タイミングが目茶目茶いいのは、その、映画化の公開と同時だったんで、ほぼ。ま、半月遅れだったかな。だで、すごくブレイクしたっていうのもあるんですけど。もともと、そういう高浜市も、えー、何でしたっけ、何十周年だっけ、… 50周年の、まあ、一つの目玉みたいな感じもありつつ、そういう高浜市の予算を使って頂いて、やる事が出来たんですけど。ですから、「やりましょー！」って言ってくれたのは高浜市ですよ。

そして実行部隊の一員となる丸市のコラボ参加への決心も佳敬は自らを省みながら話してくれた。佳敬の場合、既に「鬼滅の刃」のマンガを読み、アニメーションも観て、十分に鬼滅の刃の良さも内容も把握していたのだ。

娘たちもよく知ってたアニメなんで、「これは、もう、やるしかないぞ」（大笑）という…。

アニメはもうやりましたね。その一、映画化は『無限列車編』というタイトルの映画だったんですけど、それまでのアニメーションは既にやってて、まあ、それ、私も観てたし、あの、単行本も、うち揃ってたりして。(笑)それで、「ああ、面白いマンガだなあ」って… (笑)。ただ、「良いな」と思っていましたし、娘たちも「絶対にやった方がいいよ」って言って、「ほうか、ほうか」みたいな感じで…。

この様な家庭的な状況、特に佳敬の娘の強力な後押しを受け、佳敬は鬼滅の刃のコラボに積極的に参加したのである。鬼滅の刃を十分に知っており、個人的にも興味を持っていたと言えよう。

説明会に集まった鬼板屋の数は10軒であった。「鬼滅の刃」のコラボにおいて、実行部隊となる面々である。山本鬼瓦工業(株)、(株)丸市、(有)岩月鬼瓦、(株)石英、鬼百、鬼福製鬼瓦所、(有)鬼亮、(株)神仲、萩原製陶所、(株)伊達屋が勢揃いしたのだ。後に、鬼英がさらに加わって11軒になっている。説明会は二回開かれ、実際に何をすることが決められていった。大きく三つの柱が打ち立てられた：(1)「鬼滅の刃」モニュメントの制作、(2)限定オリジナル瓦グッズの制作、販売、(3)鬼師体験ワークショップ。佳敬は(株)石英の石川智昭と組んで、(1)「鬼滅の刃」モニュメントの制作の責任者になった。このモニュメントは和瓦である、いぶし銀の伝統的な棧瓦、約30センチ角(1尺平方)を基本的な素材にしている。本来の棧瓦が中央で谷を成して、波状を形成するところを、平板の形のままして、モニュメントの基盤にしている。正責任者の智昭は「鬼滅の刃」の主人公である「竈門炭治郎」を制作することになった。副責任者の佳敬は準主役に当たる炭治郎の妹、「禰豆子」を制作し、この炭治郎と禰豆子のモニュメントの試作品をモニュメントの見本とすることにしたのである。デザインは「鬼滅の刃」からで、その著作権は(株)フェザン・レーヴが所有しているが、鬼瓦の粘土を使い、鬼師の技を使い、江戸時代に発明された日本独自の瓦(棧瓦)を基盤にし、鬼滅の刃のキャラクターのデザインを鬼板(粘土板)にレリーフしてやや半立体的な作品にしたのである。出来上がったモニュメントは鬼師の篋捌きによる彫り加減によって、独特な光の陰影が生じ、まるでキャラクターに生命が宿ったかのような錯覚が起きる。文字通りの「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションと言えよう。さらにそれぞれの鬼師の篋捌きは各自独特なので、陰影が様々に変化することになる。単なるデザインの転写とは次元を異にしているのが特徴である。

佳敬は「鬼滅の刃」に登場する数あるキャラクター達の中からなぜ佳敬が禰豆子を制作することになったかを話してくれた。事実、説明会には10社の鬼板屋が集まったのである。そしてモニュメント用に決めたキャラクターは「鬼滅の刃」で鬼を退治する役で活躍する鬼殺隊の中の最高位の剣士、九名の「柱」：炎柱 煉獄 杏寿郎、音柱 宇髄 天元、恋柱 甘露寺 密璃、蛇柱 伊黒 小芭内、水柱 富岡 義勇、蟲柱 胡蝶 しのぶ、霞柱 時透 無一郎、岩柱 悲鳴嶼 行冥、風柱 不死川 実弥と、主役の竈門炭治郎、準主役の竈門禰豆子と、炭治郎の二人の仲間、嘴平伊之助、我妻善逸と、「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーション・ロゴの計14面であった。(吾峠2017)

禰豆子は理由があって、石英さんと私(佳敬)が柱に、レリーフ部隊の中心でやって行くという事で、はじめ、石英さんが竈門炭治郎って主役ですよ。それを、ま、見本として。



なぜ見本作ったかっていうと、その、フェザン・レーヴの方に、作ったものを写真撮って、送って、こういう感じでっていうのと、あとは実際に鬼師の人に作ってもらうにも、やっぱり、どういう感じで作ればいいのかっていう見本がほしかったんで、「竈門炭治郎を作りますよ」っと。

で、その時に、ま、石英さんが、私にも「ま、見本作りん」って。「禰豆子、作りんよ」って。

ま、炭治郎と禰豆子はセットなんで、「じゃ、作る！」みたいな感じで、ま、作ったんですよ。ですから、その辺は、要は委員長と副委員長が、みたいなのが、炭治郎と禰豆子、作っちゃったみたいな。そっから、後のキャラクターは皆さん選んでもらうと。(図1)



図1. 禰豆子1 (粘土荒地へのデザインの彫り込み) 加藤佳敬作

佳敬は今から振り返ってみると、選定は、キャラクターの各鬼板屋への配分は「籤引きか何かでやれば良かったんですけど、まあ、ちょっとね、その、選定、まずかったかも知れないですけど、でも、まあ、見本として作らにゃいかんもんでね、何かを」と言い、その開始の時点からすでに何か急いでいた様が窺われるのであった。「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションは2020年10月30日に始まっている。ところが、高浜市の仕掛人によると、実は開始日はもっと早かったと言っているのだ。

で、実際、最初はコラボもっと早かったんですね。夏ぐらいだったんです。実際。ただ、コロナの影響で、ちょっと後ろに倒したんです。(高原2020-1:46)

三か月開始日がもともと早かったとして、7月30日になる。つまり、理事長の山本英輔からファックスが送られて、説明会が開かれた時点では本来の開始日はかなり迫っており、それがキャラクターの選定、配分そして見本の制作に影響を与えていたようである。(株)フェザン・レーヴ、高浜市役所、鬼師の初めての会合は2020年6月23日に開かれている。その時の事について佳敬は次のように言う。

初めての打合せは2020年6月23日に鬼滅の刃関係者、フェザンレーヴと高浜市役所総合政策グループと鬼板師たちの会議がありました。ですからとても急ピッチでコラボグッズの制作にかかった覚えがあります。キャラクターのデザインはとても厳しくチェックされるので鬼瓦の復元並みに気を使いました。また、当時コロナ禍だったので、東京の会社と高浜で初めてZOOMを使った会議をしたのが印象的でした。(加藤2022:1)

また炭治郎と禰豆子を最初に見本として選んだ理由を次のようにも述べている。

まあ、誰もが知ってるキャラクターの方が見本として見てもらいやすいです。

事実、私はコミックはアニメの関係上、8巻までしか読んでいない。当然アニメもそこまで、これに映画『無限列車編』を見たのみなので、高浜市に飾られたモニュメント、13面のキャラクターレリーフを見た時も、半分以上が知らないキャラクターで、「えっ、こんなのがこれから登場するのか!」と思わず、驚いたことを覚えている。キャラクターの活躍するシーンを知らないと、キャラクターが生きて来ないのである。実際に、眼は知っているキャラクターに引き付けられていた。佳敬は粘土の塊(荒土)から仕上げた禰豆子を焼く手前で止めて、(株)フェザン・レーヴへ検査に出している。(図2)





図2. 禰豆子2 (粘土荒地へのデザインの彫り込み) 加藤佳敬

二つ見本 (炭治郎と禰豆子) 作って、で、あの、フェザン・レーヴっていう会社の方に、ま、市役所の職員さんが写真撮って、送って、O.K.が出たんで、「じゃ、皆さん、このように作って下さいね」って言って。

まだ焼く前ですよ。まだ柔らかい状態で、作ったやつ。ま、手直しがあるかもしれないのでね。審査の時に、向こうの会社の方が、フェザン・レーヴが「もうちょっとこうして下さい」とか、いろいろ指摘がある恐れがあったんで…。

まだ、原型の状態で、写真撮って送ったんですよ。で、O.K.が出るまでは、乾かさないうちに、しっかりビニールをかけて、これでO.K.になったら、そこから石膏型を取ってという形になったんですね。

佳敬は石英が作った炭治郎についての審査の結果報告は知らなかった。しかし、佳敬は自分が作った禰豆子についてのフェザン・レーヴからの指摘について語ってくれた。実際のところほとんど変更はなかった。ただ、実に小さい変更はあり、最初は「変更はなかったですね」と言っていたが、話しているうちに、記憶が蘇って来て、小さな変更を思い出すのだった。

あっ、一個あったか。一個、…髪。禰豆子ってね、髪の毛が二色になってんですよ。

先端が黒で、根本がオレンジだったかな。(実際は逆)

その二色の髪の毛が分かれるところに、その境目に筋があるんですけど、こう、線がね。それが入ってないという。ケアレスミスみたいなんです。

指摘がありました。「それ、入れて下さい」と。もう後は全然なかったですけどね。

この話が終わった後、佳敬は席を立ち、すぐに戻ってきた。両手に抱えていたのが、禰豆子のレリーフであった。すでにほぼ一年前に高浜市役所で、モニュメントとして並んでいた時、一度観ているが、実際に制作した鬼師の手にある禰豆子を見るのはまた別格であった。やはり彫り込みによる凹凸で、光の陰影が出来、マンガにあるデザインとしての禰豆子に深みが生じ、よりリアルな禰豆子が誕生していた。しばらく感動して話が止まっていた。そして思い出したように次に進んだのである。その禰豆子を前にして佳敬は次のステップである商品化の話をしてくれた。(図3)



図3. 禰豆子3 (焼成済み、完成品：(株)丸市、オフィス展示室) 加藤佳敬作

あの一、映画とか作ってるのは、ユーフォーテーブルという会社なんですけど、これのデザイン管理、著作権の管理をしているのが、フェザン・レーヴという会社なんじゃないかな。ですから、鬼滅の刃のいろんなグッズ出ってますけど、みんなそういうのはフェザン・レーヴという会社が管理している。…ですから、証紙貼ってね。証紙見られました？

直ぐに立って、その証紙を取りに行き、テーブルの上に置き、見せてくれながら、佳敬は話を続けた。

ライセンス申請書というのがあるんですけど…。こういう小さいシール（証紙）あるんです。商品に一個、一個、貼ってって。これを貼らないと販売したら、ダメですよ。

実際に制作者本人から、証紙の話を聞いて、同伴してインタビューに参加していた家内（真由美）が、たまたま偶然につい先日見たYouTubeのある動画についてコメントしたのである。

何か、突然、「鬼滅の刃」の中国製が出たからと言って、騒いでいるのを聞いたけど…。

佳敬もすぐに反応した。

いっぱい、すぐ出ますよね。

その動画は「鬼滅の刃」のデザインを盗用した中国製品に記載されている情報をもとに、実際に中国の現地に行って、その会社（工場）を捜すという内容のものであった。ところが、全部が（複数）ペーパーカンパニーで、実際の工場がどこにあるのか分からないと報告されていた。本来あるべき住所に、別の店、ないしは別の人がいるのであった。厳密なデザインの監査と管理が日本で行われている一方で、片や、デザインの著作権を無視した海賊版が横行している事実という両極端の場面にフィールドワーク中に向き合うことになり、そのあまりの落差に驚きを禁じずにはいられなかった。

この著作権の話はさらに続いた。理由は著作権の厳密な管理・運営は「鬼師の世界」の伝統的な慣行とは体質的に逆だからである。鬼師たちは伝統的に、鬼師になるために、そして鬼師になってからも、更なる高みを目指す。その為にはデザインや技は「見て覚える」のである。（高原2017）つまり、言い方を変えれば、他の鬼師、さらには現存しない、つまり鬼師本人は亡くなっているが、その鬼師が残した鬼瓦を見て、復元作業などをして、デザイ

ンや技を文字通り「盗む」のである。そして、自らの身体知として吸収していくのだ。そういう伝統を持つ鬼師が今回、真逆の商習慣を持つ、「鬼滅の刃」とコラボレーションをしたのである。「鬼師」が対峙した（株）フェザン・レーヴは正にその商習慣を基盤に成立している会社である。その為か、全ての「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボに参加した鬼板屋をフィールドワークした際に感じたことは、著作権の運用から生じる戸惑いと不安であった。さらに言うと、今回行なったフィールドワークへの対応の時、多くの鬼板屋で、「これは写真はダメです」とか、「詳しいことは話せません」とかいった目に見えない統制が厳として存在していたのは事実である。穿<sup>うが</sup>った見方をすれば、ほぼ明らかに著作権保護のための指示が組合から出ていたと思われる。なぜこういった事を言うのかと言えば、フィールドワークをこのコラボをテーマに行なったのは、実際に「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボが2021年1月29日に終了して、ほぼ半年後の同じ年の8月であったからである。著作権とは何かを実体験させられた忘れがたい出来事であった。

この著作権の話は、佳敬が関わったもう一つのコラボ、限定オリジナル瓦グッズに続いて行った。各鬼板屋は限定オリジナル瓦グッズと称している通り、新しくコラボ用に商品開発をする必要があった。佳敬が作成したのは「鬼滅の刃」の中で、鬼殺隊が使う「日輪刀」と呼ばれる刀の鑢<sup>つば</sup>を形どったマグネットであった。佳敬は次のように説明してくれた。

うち、もともと、家紋マグネットというのを作ってたんで、「これ、刀の鑢で、これ作ったら良いんじゃないか」と。

ま、実用性があるし、単価的にも高くならず、安くある程度できるので、こういうものだったら、非常に受けるんじゃないかなあと思って作りました。

他のところはね、まあ、いろんなキャラクターの顔だとか模して、あの、人形作ったりだとかありましたけど。ま、うちはうちで、元々、家紋でマグネットが得意なところだったんで。で、刀の鑢って、何かそういった家紋の柄に似たようなやつもあるんで、ま、こういうのとかねえ。ま、そんな大変なことはなかったですね。

実際に、佳敬はビニール袋（40センチ平方ほど）に一杯入った刀の鑢マグネットを一つ一つ出して見せてくれた。様々なデザインのパズルがあった。大きさは直径5センチ、厚さ1センチほどのもので、表がいぶし銀の瓦素材からできており、裏が円形の直径3センチのマグネットである。真由美がしげしげと眺めながら、ふっと、「何か、ブームが去っても行けそうですね」と一言漏らしたのである。事実、「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボに限らず、「鬼滅の刃」と他社とのコラボにおいても、圧倒的に多いのはキャラクターの顔や姿を

模した商品群である。そういった中において、「刀の鍔マグネット」は極めてユニークで、大の「鬼滅の刃」ファンやオタクのような人には打って付けの商品である。ただ残念ながら、私はそこまで極めていなかったので、その場ではその価値が瞬間わからず、ただ何となく眺めていた。(図4)



図4. 刀の鍔マグネット（鬼滅の刃） 加藤佳敬作

そして、ここで最初の著作権の話に戻ることになる。「刀の鍔マグネット」が多々ある「鬼滅の刃」コラボ物販品群の中でもユニークで、オタク向け商品であるがゆえに、コラボ終了後も、ヒット商品として続けていけるのではと話した矢先に、佳敬はすぐに残念そうに語るのであった。

行けそうですね。ただ、実際はダメなんです。販売しちゃダメなんです。

「えっ、つ、ば、もですか!？」と反応すると、

ダメです。これはね、デザイン的なものは絶対。コラボの期間中だけです。はい。

ここに、著作権、期間、契約といった法的な縛りが絡んでくる。鬼師の世界には伝統的に、また、慣習としてこういった考えは存在しない。「見て覚える」、「見て盗む」世界である。職人の世界と現代ビジネス世界とのコラボゆえに生じる独特な葛藤であった。佳敬もこの状況について次のように話すのであった。(図5)





図5. (株)丸市オフィスにてインタビュー 2021年8月4日 左:加藤佳敬 右:高原 隆

やっぱり、中にはね、継続してやりたいから…。「鬼滅の刃」って、そんなにすぐ、ブームが終わっちゃうこと無いじゃないですか。もうちょっとやりたいなって方もいましたけどね。向こうは向こうで、「契約を更新するっていうのはダメです」という様な感じで言われたので…。

「やりたいな」っと、皆さん思ってたと思いますけどね。特にやっぱり、ちょっとね、あの、鬼瓦業界、瓦業界、落ち込んでる時なんで。やっぱり、その一、一般の方が買やすいもの、こういったキャラクターものって、そうだと思いますけど。それで火がついて売れるんだったら、三州瓦の、こう、何て言うんですか、PRにもなりますし、すごく良いんじゃないかと思えますけどね。皆、そう思って、「続けて出来たらなあ」という事なんですよ。

つまり、コラボを続けたいくなるほど、このコラボは成功したのである。残念ながら、コラボ期間中は、新型コロナ感染症の広がり、本来有り得たであろうコラボとは異なり、大幅な活動制限にもかかわらず起きた、コラボ後（ポスト・コラボ）の「鬼師」側の状況が存在しているのがあった。そして、現在（2022年10月25日）においても、コラボ再開の話は伝わって来ていない。



## 襦豆子

(株)丸市において、「鬼滅の刃」とのコラボレーションで、使ったキャラクターは竈門禰豆子だけである。しかも物販用に商品化したグッズは、刀の鍔を形どったマグネットであり、他の多くの鬼板屋が採用した「鬼滅の刃」からのキャラクターは商品化していない。唯一の例外が、襦豆子である。佳敬はこの時、襦豆子と同時に「鬼滅の刃」ロゴをモニュメントとして制作している。つまり、佳敬はモニュメントを二枚、襦豆子とロゴを制作した。(図6)ただこれも元々は(株)フェザン・レーヴに鬼師がどういったものを商品として開発し、その技の力量を見本として見せるために、急いで制作したものである。それも、商品としてではなく、高浜市役所玄関口で「鬼滅の刃」とのコラボレーションの記念作品(モニュメント)として、やはり一般の人々に見せるために作ったのである。そして、さらに、このモニュメント「襦豆子」は仲間である他の鬼師たちへの残りのキャラクター・モニュメントを作る際のやはり見本として制作されている。つまり、三重の意味において、この「襦豆子」は見本として見られたのだ。(図3)(株)フェザン・レーヴの監査の眼、見学・見物に来る一般の人の眼、そして同業者である鬼師たちの眼が光ったのである。もう一つ付け加えなければならない眼がある。隠れた主催者の眼である。高浜市役所内のオニシ(高原2022-1)である。「襦豆子」は(株)石英の石川智昭が作った「竈門炭治郎」と共に、最初の見本として提示されたのだ。それぞれに厳しい眼の下に晒されたことは明白である。



図6. 「鬼滅の刃 於 鬼師のまち」ロゴ・モニュメント 加藤佳敬作(高浜市役所玄関)

この様に「襦豆子」はモニュメントとして最初は制作されたが、途中から組合で変更が  
かかり、物販品の一つとして販売するようになった。結果、(株)丸市で販売したキャラク  
ター商品は一点となった。その出来栄が素晴らしかったので、思わず、「かなり出ました  
か」と尋ねたのである。佳敬は次のように答えてくれた。

えーっとね、全部で…、うーん、何個出たかなあ。…、十何個。

その数を聞いて、えっと思い、「そのぐらいなのですか」と言葉が口をついて出て来たの  
だ。

やっぱり、値段が、三万八千五百円かな。その値段になってくるとね、子供が買うに  
は高い。でしょ。(笑)おじいちゃんが子供に買うんだったらいいんですけど…。(笑)  
子供がね、お小遣いで買うにはちょっと高い。

まあ、ちょっとね、動かなかったですね。

「もっと沢山出たのかなあと思ったんです」と正直に話した。それほど襦豆子は良く出来  
ていたのである。その反応を聞いて、佳敬は言葉を続けた。

皆はね、やっぱり、その辺は考えている人もいましたね。それこそ、もう、「百枚、二  
百枚行ったらどうする」みたいな。ブームが、ブームだったから、「そういう事もある  
んじゃないの」とか言っていましたけど…。

ちょっと。値段が高いのかなっていう、結局は。

ただ、石膏型とは言いながらも、やっぱ、一個作ってそれを仕上げて行くとなると、  
結構手間がかかるんで。そこは、やっぱり値下げはなかなかできないというところは  
ありましたね。

ま、鬼師によっても、考え方いろいろなんですね。割と僕は「高めで良いんじゃない  
の」って感じで、言っちゃったんですけど。ま、逆の人もね、すごく…。すごくいた  
わけじゃないけど…。単価を下げるっていう事になって来ると、じゃ、プレスとか、  
そういう形になって来ちゃう恐れもあったんですよ。

ここから、佳敬がなぜ値段の設定を高めにするのを主張したのかのわけが語られていった。佳敬の説明は驚きを喚起する内容となっていた。

石膏型で、抜きっぱなしで、「どうぞ」というねえ、わけにはいかないですから。…というのと、やっぱり、皆さん知ってるデザインの、キャラクターのデザインなので、超人気の。ですから、手が抜けない。

つまり、鬼師ではない、一般の人がそれを見るや、「あっ、ここがおかしいよ！」ってなるわけである。

そう！ …ていうのも怖いから、やっぱり神経使いますよね。(石膏型を使った)量産と言いつつ。

このコラボをやって、鬼師としての技術的な成果といったものは特にないと言う一方で、手が抜けない難しさに佳敬は言及するのだった。

な、何て言うんですかね、やはり、ま、復元の鬼とかと同じような感じで、やはり、元々のものをそっくり作って行くという様なそういった難しさはあったには、あったですよ。

ええ、作者がちゃんといますしね。あの、もっと厳しい眼のユーザーの方もね。特に買って頂いたお客さんというのは、厳しい眼を持っていますし。

そういう面では、やっぱり、あの一、こちらが作ってる鬼瓦って、屋根の上載っちゃうと遠くからしか見えないけども、今回こういった鬼瓦グッズっていうのは、まあ、四六時中、目の届くところにあるじゃないですか。

そういったところの、ある程度の、こう、いつ見てもちゃんと見えるというのか、ま、手を抜けないところというのが、やっぱり神経的にすごく、あの、すり減るところではあったのかなあという気がしますね。

佳敬はさらに「手を抜けない」理由を付け加えて行った。そこまで言うのかと聞いて思ったほどである。極めて現代的な理由が出て来たのだ。確かにこれは「新・鬼師の世界」だなあと思わざるを得ない自分がいた。

一つのを石膏で起こして、あの、まあ、寄り皺だとか、いろんなねえ、皺が入っていたところも、ある程度、こう、真剣に仕上げて行かないと。

それは、やはり、クレームがあつて、ま、今の世の中だと、ま、ツイッターだとか、いろんなところで、画像とかで批判されたりする恐れがあるし、それが変な投稿されたらやっぱり、三州瓦の組合にも迷惑かけるし、あとはね、一緒に鬼滅グッズ作ってる他の人にも迷惑かけちゃうんで、その辺はちゃんとした商品を販売してかないと駄目だなあというのはありましたから、気を抜けないところは販売期間中ずっとあったという事ですね。

ですから、焼けた後に、「こりゃ、ダメだなあ」というのはもう残念だけど切って捨てちゃう。商品として出さない。今までの商品が、あの一、手を抜いてるわけじゃないんだけど、より屋根の上のものじゃなくって、生活の中にあるものっていうのが、やっぱり、厳しいなっていうのが…。精度をこう、安定した製品を続けて作って行くというのは、ある意味、大変だなあというのは、やはり、思いましたね。

佳敬のいう事は返す言葉がないほどの覚醒感があった。確かに手元にその作品(商品)があつて、じかに見れる状態に襦豆子は移動することになる。しかも、見る人はそのデザインをよく知っており、その上に、買うという事は気に入っていることを意味するので、なおさらよく知っていることになる。そして、オタク的な消費者の監査を、つまり、常に照合されることになる。デザインの襦豆子と、鬼師が作った襦豆子とを。佳敬はここに、デザインと手作りの差・違いについて語っている。

やっぱ、手で作ってるんで、どうしても、…ある程度の幅は必要なんですよ。この程度で、ここまでは、セーフ。こっから、ちょっと…。…製品的にちょっと拙<sup>つたな</sup>いかなっていうのは、アウトだよっていうところは、やっぱり、人の眼で、自分も見ますし、あとは、うちの従業員の人も作ったりしてるんで、一緒に見て、「これ、どうかなあ」、「これ、セーフだね」、「これはアウトだね」とはやりましたね。

この発想は数学の世界と似ている。抽象的に志向していく数学と、現実の生活世界における物事の数量的捉え方の際に起きる「ある程度の幅」(空間)という違い。「鬼滅の刃」がヴァーチャルなデザイン世界から、人間が住むリアルな生活世界へ移行したイベントが、「鬼滅の刃」とのコラボレーションだったのである。そして、鬼師という人の手が篋を通して、粘土にデザインが彫り込まれることによって、この移行が完成する。単なる機械を通してのデザインプリントでは、たとえそれがどんな素材に対してであっても、起きなかった現象である。

それ故にこそ、このコラボはユニークであり、「鬼滅の刃」の作者にとっても刺激的な出来事であったと推測される。著作権元の会社、(株) フェザン・レーヴにとっては、言うまでもない。

## アピールと成果

「鬼滅の刃」とのコラボは「鬼師」の存在を世間にアピールすることが主たる目的であり、求められる成果でもあった。その事が、そのまま、「周縁の再中心化」へと繋がって行くことになる。つまり、このコラボは「周縁の再中心化」運動そのものであった。佳敬はこの事について次のように話す。

アピールはね、出来たと思います。マスメディア、マスコミの方にも、あの一、「この三州鬼師の腕を使って作ったものですね」という風に言ってもらえたし。

大体、「鬼師」って一般の方、知らないじゃないですか。そこで、「鬼師」という単語がテレビから発生された（笑）っていうか、…というのも、それだけでもすごい事だと思いますね。

ですから、あの、普通の人だと瓦屋さんで一括りだと思うんですよね。でも、鬼瓦を専門的に作っている人がいるっていう事を、多分知らないと思うんですけど、そんなにね。知ってる人は知ってますけどね。

そういう事をテレビでPRしてくれたという事。言葉で出してくれたんですね。その辺はすごく良い効果だったなあと思っています。

ここで、佳敬が語っているように、「鬼師」が言葉となって、第三者の口からしかもテレビで発話されたことは、それだけでも大変な事件であるが、テレビその他のマスメディアを通しての「鬼師」の登場は、半端な数ではなかった。この事への言及はその1の「はじまり」で詳しく紹介しているが（高原2022-1）、テレビ放送32、ラジオ放送6、新聞掲載40、アプリ配信6、WEB掲載182、雑誌掲載6（各数字は回数）となっている。それがわずか3か月のコラボ期間中に起きたのだ。正に「爆発的反響」だったのである。佳敬のアピールと成果についてのコメントがさらに続いて行った。佳敬は実際に作る鬼師として語ることが伝わって来るので、鬼師が見る物事の捉え方がよりリアルに迫るのだ。

人の眼に触れるものを作って行くという、また、鬼瓦とは違うものですけど、そうい

う事にやっぱり充実したものもありますし、当然。そういうところはすごくマスコミの人にも助けてもらったし、当然その、鬼滅の刃っていうものの恩恵はすごく受けたんで、その辺はすごく感謝してますね。はい。

やっぱり注目度合いが全然違いますからね。えー、あの、国宝の鬼瓦作った方はね、いろいろ、ま、私はそんな経験ないですけど。多少は、知恩院のやつとかやって…。と、いうので、新聞紙上取り上げられたとかはありましたけども。そういうものって、それにある程度知識のある人だったら、すごく食いついてくんだけど…。

鬼滅の刃って、子供からおじいちゃん、おばあちゃんまで皆知ってるんですから、そういう年齢の幅のあることだったんで、そりゃー、もう、全然違いますよね。周りの眼がね。えー、すごかったですけどね。

確かに、世間に向けてのアピールと、コラボ期間中の成果は、鬼滅のグッズに関しては十二分以上の成果はあった。ところが、コラボ後に起きた、ポスト・コラボの様に佳敬は言及するのであった。

私も何回か、そのインタビュー受けて、テレビの、ちょっと出たというか、映像が出ましたけども…。

じゃー、本業が…っていう話になって来たりだとか、鬼滅のグッズがすごい売れて、「調子いいじゃん」っていうのが、いまだに何かね、そういった事、チラッ、チラッって言われても…。

実際ね、終わってしまえば、えー、その、鬼瓦と家紋とか、うちはメインにやってたりするんですけど、それに反映されてるかというのと、それに反映されてないんで…。そのギャップが、ちょっと、あの一、ま、説明すれば誰もわかってくれるんですけども…。

気持ち的には何て言うんですかね、あの一、打ち上げ花火。ドーンと上がったけど、後、夜空が真っ暗になってしまったなと…(笑)、…という様な、ていう感じもあるんでね。

コラボ期間中とコラボ終了後の忙しさの差があまりにも大きく、その違いを体験的に受けて、佳敬はこれからのオニシまたは鬼板屋の一つのあるべき姿を構想するのである。新・鬼師的な発想であり、一世代前に活躍していた旧世代の鬼師からは聞かれなかった鬼師像



である。打ち上げ花火の症候群からの離脱への処方箋を佳敬は語っている。

燃え尽きて、今、何みたいな。(笑)もう一回ね、まあ、あれが現実だったけど、本当に忙しさは結構すごかったんで。また、ああいうのが有ると良いなというのはありますよね。

でも、あれがずーっと仕事でっていうと、またそれは違う話になって来ますけど。本業も出来ないような事になっちゃうと、あれも、おかしな話ですけども。

ただ、やっぱりずーっと、こう、瓦を生業なりわいとして行くんだったら、こういう事もやりながら、ちょっと活性化もしつつ…、たまにこういう事もあると…。

要は車でいうと片輪だけじゃなくて、両輪で、何か、こう、鬼滅みたいなもんが片輪、本業は片輪で、両輪で回って行けると、仕事としてうまく進んでいけるのかなあという感じはしましたね。

だから、そういう、うまい事、第2、第3のようなそういうコラボレーションがあると、そりゃー、皆、やりたいっていう人はいると思うし。今回コラボ関わらなかった人の中でも、やれば良かったと思う人も見えますし…。

佳敬は「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションを通して、別のコラボレーションを考えていた。一つが「鬼師」のコラボレーションの一般化、又は常態化である。それを車の両輪の譬えで表している。片輪が本業としての鬼師、そしてもう一つの片輪が、異業種とのコラボである。「鬼滅の刃」とのコラボが成功を取めたことにより、このコラボ以前は想定されなかった異業種とのコラボレーションが実現可能な視野の中に入ったことになる。

佳敬の考える第2のコラボレーションが鬼師の内部におけるコラボレーションつまり鬼師の間での共同作業としてのコラボである。これは前例のない事業ではなく、鬼師たちはすでに過去、何度か大きな発注を受けた時、一つの鬼板屋で対処できない場合はコラボ体制をとって仕事を完成していた。ただ下請けという形の仕事を他社に受け持たすやり方は伝統的に現在も行われている。この下請けではなく、何か大きなモニュメント制作する時、又は祭りのな行事をする時も、コラボ体制で対応していたのである。佳敬はそれのやや常態化したコラボ体制を想定している。

いくら組合と言いつつも、やっぱり皆ねえ、会社ごとに食べて行かなきゃいけないの

でね。ライバルですからね。

こうした社会に、「鬼滅の刃」のようなコラボが立ち上がると、共存の機会に変貌し、ライバル同士の関係が変容するのだ。

要は、目標が一緒という事ですから。目標が一緒という感じになると、まとまるじゃないですか。そういうのは良いなと思いますけど、やっぱり。

## まとめ

「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションのその3「(株)丸市」を見て来た。その1、その2を含めた章全体を流れるテーマ、つまり主旋律は、「周縁の再中心化」である。(株)丸市の現社長、加藤佳敬は「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションの因(もと)を作った人物である。三州鬼瓦を経済産業省より「伝統的工芸品産業」認定取得の企画を立ち上げ、その目標実現に努力をした一連の貢献がそれに当たる。この案の発起は2015年5月22日に佳敬が行なった三州鬼瓦製造組合の総会においてである。佳敬は何と2017年11月30日(正式認定日)に、この目標を達成している。ほぼ2年半を費やして取得したのが、三州鬼瓦の「伝統的工芸品産業」の経済産業省からの認定であった。この時点では、2020年に行なわれた「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションは想像だにしていなかった。そもそも、「鬼滅の刃」は2016年2月から2020年5月まで「週刊少年ジャンプ」で連載されていた漫画が原作である。「伝統的工芸品産業」認定企画は「鬼滅の刃」の週刊少年ジャンプへの連載開始よりも一年弱先行していたのだ。組合長の佳敬はこの企画を三州鬼瓦製造組合だけの事業とせず、賢明にも、「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションの際に取った体制と同じ体制を取っていたのである。すなわち、それがコラボレーションの導入である。佳敬はまず、高浜市役所都市政策部地域産業グループとコラボを結成し、さらに駄目押しして、何と、私自身(高原隆)をもコラボに巻き込んで行ったのである。(高原2020、2022-1)その上で、経済産業省の立ち位置に当たるのが「鬼滅の刃」とのコラボの場合は(株)フェザン・レーヴなのである。そして、興味深いのは、「伝統的工芸品産業」認定取得コラボの成果が、ほぼ3年後に行われた「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションに繋がったことである。

「伝統的工芸品産業」に三州鬼瓦が認定されると、次に立ち上がったのが、この認定をいかに一般社会へ認知していくかという壁であった。ところが、長い沈黙、停滞、の期間を置いて、その間、長考を重ねながら、会議を鬼師と高浜市とが持っていた。そして、会議でのちょっとした一人の鬼師の眩きが、この壁に穴を穿つことになった。

何か、アニメキャラとか、そういったものと、コラボレーションして何か出来るの良いね。

上鬼栄、神谷慎介の眩きであった。この一言が、「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションへと繋がって行ったのである。誰がこの時、この一言が、のちに「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーションが実現し、爆発的な反響が日本において起きると予想したであろうか。しかも、新型コロナ禍の真っ最中の緊急事態宣言の間隙<sup>すきま</sup>を縫うようにして、コラボが行なわれている。「鬼師」が周縁から中心へ躍り出たのだ。「鬼師」の名が日本中へ轟き渡ったのである。家庭のお茶の間の、リビングの、応接室の、仕事場の、さらには駅の待合室の、公共広場の、テレビやラジオ、ネットニュースを通じて。

佳敬はまた、「鬼滅の刃」とのコラボにおいて、鬼師として実際に参加している。しかも、コラボの要となる高浜市役所玄関口へ飾る14面のモニュメントの最初の「鬼滅の刃」キャラクターレリーフを見本として制作したのである。それが「禰豆子」であった。この見本は重要な役割を担っていた。著作権管理会社(株)フェザン・レーヴに対して、高浜市役所に対して、そして、残りのモニュメントを制作することになる他の鬼師の面々に対して、三州鬼瓦の基準を示したことになる。

佳敬は物販品として、極めてユニークな商品も開発している。コラボに参加した(株)丸市以外の鬼板屋は全て「鬼滅の刃」に登場するキャラクターのデザインを採用して、何らかの商品を制作し、販売した。ところが唯一、(株)丸市のみ、何とキャラクターデザインを一切採用せず、鬼滅の刃に登場する鬼殺隊、特にモニュメントに選ばれたキャラクターたちが使う刀の鍔の紋様デザインを使って、「刀の鍔」のマグネットを開発しているのだ。キャラクターは一般の「鬼滅の刃」に対するファンの人たちや、マニアの人たちの眼を惹く。しかし、刀の鍔はなかなか人の眼を惹くことはない。いわゆる小物の世界である。キャラクターだけではまだ満足できないクラスの人向けの商品が刀の鍔に当たる。刀の鍔をいきなり提示されても、鬼滅の刃に中途半端に興味を持ったクラスの人はおそらく「何これ？」といった反応をするのではないだろうか。ちょっとしたピンボケ状態である。私自身がそうであった。刀の鍔のマグネットを作った本人(加藤佳敬)が目の前にいて、その人自身から直々に説明を受けながら目の前のテーブルの上に置かれたにもかかわらず。正に、猫に小判だった。それぞれのキャラクターグッズに、それぞれのキャラクターが持つ刀の鍔を配置したら、「鬼滅の刃」ファン必須の収集品目になるはずである。これを裏付ける事実は佳敬の次の言葉である。

コロナ禍にもかかわらず多くの方が、かわら製のコラボグッズを買いに高浜市やきもの里かわら美術館と高浜市観光協会オニハウスへお越しいただいた事には本当に感

謝申し上げます、おかげをもちまして私の会社が製作しましたグッズは約3,200個ほど販売いたしました。(加藤 2022 : 1)

メディアを通して、キャラクターをレリーフしたモニュメントを通して、そして、各鬼板屋が制作した鬼滅の刃オリジナル商品を通して、「鬼師」は陰から陽の世界へと、その姿と名前が一般社会へと浸透していった。(株)丸市の場合は、それが「禰豆子」であり、「刀の鍔マグネット」であった。そして、最後に、主役キャラクター竈門炭治郎が身に着けている耳飾り(昇る旭日のイメージ)をマグネットとして加えている。(図7)



図7. 竈門炭治郎の耳飾りマグネット 加藤佳敬作(個人蔵)

## 参考文献

- 吾峠呼世晴 2017年『鬼滅の刃』6 (株)集英社
- 加藤佳敬 2022年「三州鬼瓦加藤」投稿文 2022.9.4.
- 高原 隆 2022年-1「新・鬼師の世界 一周縁の再中心化:「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーション— はじまり」愛知大学総合郷土研究所紀要 第67輯:33-54.
- 2022年-2「新・鬼師の世界 一周縁の再中心化:「鬼滅の刃」と「鬼師」のコラボレーション— 山本鬼瓦工業(株)—」文明21 第48号:87-113.
- 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