

新・鬼師の世界
—周縁の再中心化：発信型「鬼師」—

(株) 伊達屋 — YUHIRO IV.

The New・World of Ogre-tile Makers
—Re-centering the Periphery: “Kimetsu-no-yaiba” and “Onishi”—

Dateya Inc. —YUHIRO IV.

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:

Social networking services (SNS) have become a global phenomenon, transforming not just Japan but most countries worldwide. A key turning point for SNS was the launch of the iPhone in 2007, an event that significantly reshaped both our personal and social lives compared to the pre-2007 era.

In this article, the author examines the impact of SNS on Japan's ogre-tile makers, a centuries-old craft based in Takahama, Aichi Prefecture, that has long been little known to the general public. The iPhone's arrival in 2007 marked a shift in the global socioeconomic landscape, and the author focuses on Dateya, Inc., a company where two ogre-tile makers, Emi and Yuhiro Date, work. As active users of SNS, the article explores their current work situation and analyzes the significance of SNS in their craft and business as ogre-tile makers.

YUHIRO III. において、鬼板屋としての YUHIRO ((株) 伊達屋の手作り部門) はその経営理念と仕事への取り組む姿勢が、未来志向型、開放型の思考を持っている事を様々な事例を取り上げながら説明した。(高原2024) ここでは、発信型「鬼師」と銘打ち、YUHIRO のメディアとの関わりについて考察したい。現在 (2023年) メディアは既に生

成 AI システム（生成的人工知能）の時代へと突入している。そうした中、「新・鬼師の世界」の現場で、何が展開しているのか、YUHIRO を例に取り考えてみたい。これから書くことは旧・『鬼師の世界』（高原2017）では無かった事である。旧・鬼師の世界は基本的なメディア関連機器は、次のようなものであった。（固定）電話、ファックス、テレビ、ラジオ、ビデオ、CD/DVD、映画、新聞、書籍、雑誌類、チラシ、パンフレットなどである。

ところが、1990年代からパソコンが急速に社会に普及し始め、1998年の Windows98 の発売によって、さらに加速化された。この事は同時にインターネットが社会に拡がり、ネットインフラも整備されて行ったことを意味する。このパソコンの広がりにも更なる革命が起きた。2007年の iPhone の登場である。これでもって個人がパソコンを常に携帯出来るようになったのである。社会と個人のネット社会化が起きたのだ。現在では、ほとんどの人が iPhone かその類いのもの（スマートフォン）を所持して生活している。忙しい人が一人で数台の iPhone を抱えているケースも稀ではない。

こうした近年における社会的な変容（情報社会化、メディア革命）を背景に、YUHIRO でのメディアに対する取り組みを見てみよう。そして、それは大なり小なり似たような状態が、他の鬼板屋の間にも起きている事を意味している。正に、「新・鬼師の世界」が展開しているのだ。

ツイッター

私自身は iPhone をこれまで一度も所有したことはない。明らかに旧・鬼師の世界に所属する人間である私にとって、iPhone は今もって未知の機器なのだ。同じような事がつい最近あった。大学の時のゼミの同窓会が44年振りに滋賀県彦根市の某旅館であった。卒業年次が昭和54年（1979）である。歳にして67歳から68歳の者が集まった。当時の人数の7割位であった。解散する時に、iPhoneなどで撮った写真を、互いに、交換するために LINE の設定をしようとしたが、眼を細めながらも、誰がやっても思うように行かなかったのだ。私は完全な部外者だった。iPhone を持っていないので。その時、皆は iPhone を持っていないながらも、やはり「旧・世代の人間なんだなあ」とつくづく思ったものだ。

また別の例だが、通勤電車で、岐阜県恵那市の JR 武並駅から名古屋駅まで、週日通う時、下りの始発駅である中津川駅から四番目が武並駅なので、いつも余裕で椅子に座ることが出来る。ただ目が良くないこともあり、ソニーの古いウォークマン（iPod ではない）にカセットテープを入れて何時も聴いて乗っている。ところが、電車が多治見駅あたりから込み始め、ふっと辺りを見回すと、乗客のほとんど（通勤客、通学客、一般客）が iPhone らしきものを片手に熱心に睨めっこをしている。新聞や本を読んでいる人はむし

る少数派になっている事に驚く。しかも、込み合う車内でも片時も iPhone を手から離さずにいる姿が当たり前光景となっている。こうした公・私に亘るネット社会に囲まれた状況の中、YUHIRO でのメディアに関連するインタビューが始まった。

YUHIRO では、発信型のメディアとして、ツイッター、インスタグラム、フェイスブック、そしてホームページを日常使っていることがわかった。ほぼ主だった SNS を網羅している。ここでは、まず、最も身近なものとして、YUHIRO で運用しているツイッターについて記述していく。私自身がこうしたメディアの運用に疎い事もあり、インタビューは一種のメディア教室で授業を受けるような形で進んで行った。YUHIRO で主にツイッターを使っているのは伊達由尋であった。やはり、母親の伊達映見よりも世代が若い事が主たる理由だと思われる。

「ツイッターをやられるのは由尋さんなんですね」と尋ねると、由尋は「そうですね」と答えている。そのあとに、ツイッターの中身についての話が続いた。

個人でやってて、例えば「今日、こんなふうに（鬼瓦を）作ったよ」って載せたりとか……。ま、出かけた先で、「こんなもの食べたよ」って載せたりして……。

何て言うんでしょ、自分を知ってもらおう切っ掛けになるような事を書いたりとか、仕事の事を書いたりとか、……という事をしている個人のツイッターがあります。

ツイッターの主な目的は一体何なのかと由尋に尋ねてみた。

一番の目的は「瓦をアピールしたい」という事なんですけど……。

ただ、瓦の事だけを書いてても、ま、ちょっとなかなか、見づらいというのがあったりとか……。その、個人を応援してくれる人とかだと、「こういうモノ、美味しかったよ」という、こう、何て言うんでしょ、近い距離で、共有しながら仲よくなって行けるというか……。

……が、ツイッターの良い所かなと思って……。それで、自分が個人で出かけた先の、モノとか、写真とか、載せたりしてます。

由尋のツイッターは、由尋個人と、YUHIRO がダブリ、重なり合いを持たせながら、使われている事が見えて来る。例えば、買い物にスーパーへ行って、野菜コーナーで、よく見る野菜のラベルに、ただ野菜名と値段のみでなく、その産地と生産者の顔/姿写真

があるような形と似ている。確かに実際には生産者本人の事は、会ったことも無いので、何も知らないにもかかわらず、何となく、個人的な繋がりを覚える状況を指す。信頼感、親近感が多少なりとも湧いて来るのは否定できない。「ツイッターも個人的に距離が近くなる感じになるのだろうか」と聞いてみた。

何となく、軽く、こう一、発信できるというのがあるので、会社の事だったら、別に会社用のブログとか、ま、今、フェイスブックがあるので、フェイスブックでやればいいと思うんですけど。

それとは別の、違う面を見せるというのでは、ツイッターで……。じゃ、何か、違うことを呟くんだったら、個人的に自分が行ったところで、「こんなところが面白かったよー」とか、呟くのもいいのかなっていう感じ、はい。

正直、ツイッターのイメージが具体的に浮かびにくいので、由尋にツイッターを説明してもらった。

何となく、絵日記（文章＋写真）みたいな感じの、ちょっと軽いバージョンで、ちょっと今、面白い事があったら、「こんな面白い事、あったよー」っていうのを出したりするのが、ツイッターなんですけど……。

私はそこまで細かくは出さないで……。 (笑) 「こんなところへ行って、こんな面白い事があったよー」ってたまに出したりしてますけど……。

どのくらいの頻度でツイッターを出すのか聞いてみた。

「本当に、気まぐれに、たまーに」っていう感じなので、どうなんだろ……。長いと一か月ぐらい出さなかつたりする。(笑)

……という事もあるので、なかなか、そうですね、出ないというのは有るんですけど……。ほんとに、頻繁に出せる時だと、一日に三回とか、……更新したりする時もあるので……。

ただ、由尋が何度も口にしている「面白い事」の中に、由尋が本当に面白い事と思っている「瓦の事」が含まれているところが味噌である。「瓦を出来るだけいろんな人に伝え

たい」という芯は外さないのだ。

「こんな面白い裏話があるよ」みたいなのを、その、何て言うんでしょ……。出来た作品だけじゃなくて、作品を作った時の、その粘土の状態で、「こんな風に移り変わって行ったんだよー」みたいなのを載せたりとかもしています。

芯は外さないとはいえ、綱渡りのようなバランス取りをツイッターで行うことになる。

生活の中で、「これが美味しかったよ」(笑)とか。その……。瓦だけだと、硬い会社っていうイメージになっちゃうんで、自分の感想というか、「こういうモノが美味しかったよ」というのを載せた方が何て言うんでしょ、「瓦」に興味を持ってもらいたいんですけど、「私」から「瓦」に興味を持って行かれる人もいると思うんで……。

その、いろんな間口があると思うんで、その、例えば、私が「これ、面白いよ」って言ってたところから、最終的に、「瓦、こういう風だよ」というところまで見せてもらえるというか……。

ツイッター上で由尋が取る、ある意味、硬軟両面を併せ持つ気まぐれトークの概要が見えて来たが、その成果についても由尋は語ってくれた。

その一、テレビ（に出演した由尋）を見てもらって、興味を持って、ツイッターに来てもらったりとかあるんですけど……。

そこから、あの、私という人間に興味を持って、その先に、瓦の話とかが出て来ると、「屋根を見上げて、瓦とか、鬼瓦とかを見るようになった」とか言われるので……。

そこから、もっとステップアップして、例えば、「瓦の屋根にしてもらおう」だとか、「購入してもらえる」とかいう風になって行けることを目標にしてはいるんですけど。

まず、その一、何だろ、「興味を持って、出先で、見てもらえるようになった」ことは良いかなと思います。

由尋はツイッターによって、支持者（ファン）たちの視線が変わっていると語っている

のだ。由尋の言葉が続く。

やっぱり、普通に観光に行った時、皆さん、道とか、その場の雰囲気を楽しむじゃないですか……。だから、「屋根っていうモノをじっくり見ない」っていうのが普通だと思うんですけど……。

ま、私を通して、瓦に興味が出たから、屋根も見て、「ここ、こんな鬼瓦載ってるんだ」とか、その、鬼瓦について詳しく調べて、「あの、この鬼、こういう意味があるんだ」っていうのを初めて知ったっていうのも、言ってもらえるので、「すごく有り難い」かなと思ってます。

ここで、ツイッターの別の機能が見えて来る。発信だけではない、双方向の通信メディアである事だ。それ故に、相手の反応が時には入って来るので、ツイッターによる手応えが直に伝わって来ることになる。それまで側で聞いていた映見がここで入って来る。

色々教えて下さる方が多くって、「どどこへ行って、こういう鬼があった！」と写真を送って下さったりだとか。また、「見てみると良いよ」って教えてもらおうと、じゃ、「ちょっと行って見てみようか」とか。また、いろんな技術を知ることも出来ますし……。

私たちが勉強させて頂いて、逆に、皆にも知っていただいて……。それで、瓦を、鬼瓦を知る人も、言ってみれば、人数がどんどんドンドン増えて行くというんですかね。で、私たちが知識が増えて行くんで、お互いに、ウィンウィンな関係で……。

このあとに、映見は重要な事をツイッター、そして、SNS (Social Networking Service/Social Networking Site) について述べている。

「私たちが一方的な発信だけではダメかな」と思うんですよ。お互いに切磋琢磨でなるというんですかね。その関係を作って行くというのが、私たちの SNS の考えなんです。

今までの唯の発信の SNS ではなく、「お互いの SNS」っていう考えでやっています。

この話は水面^{みなも}に広がる波紋のイメージへと発展して行った。そのように映見の言葉を私

が受け取ったのである。波紋は一つではなく、他から発生した波紋とぶつかり、お互いの波紋が干渉し合うことになる。

私たちは鬼瓦屋なんで、鬼瓦とか、瓦について発信をして、他の人は他の人で、自分の仕事の事を発信したりとか、教えて下さったりすると、そこでぶつかったところで、新しい仕事が発見できたりとか、そういう事にも繋がって行く感じですねえ。

この様に、ツイッターの双方向性は他のメディア、例えばテレビとかホームページは双方向性は無いとは言えないが、どちらかというとな一方的なメディアとなり、その違いがより鮮明になる。ツイッターの双方向性に由尋は言及する。

(ツイッターは) 返事が返って来るので、例えば、「ちょろっとの二言に、コメントの返信」みたいな、ま、感じて、コメントが載せられて、それにまた返事をしてっていうので、話が繋がって行くっていうか……。

あの一、直接、会わなくても、そこで、会話ができるから、その詳しく知りたければ、そこから質問してもらったりも、してもらいます。

映見もツイッターの双方向性に話を合わせてくれた。

あと、言ってみれば、私たちはここに(愛知県高浜市)住んでるんで、これまでのやり方とか、いろんなモノは知ってるんですけど……。例えば、沖縄だとか、北海道だとか、片っ方、普通では出来ないんですけど、SNSを通じて、「こっちの方のやり方はこうだよ」と教えてもらったりすると、またそこでも勉強ができますし、はい。

やっぱり、いろんな全国の人、下手すると海外の人とかとも、本当に高浜市に居ながら繋がれるってところがSNSの良い所かなという気がします。

いろんな事教えていただけます。本当に行ってみなければわからない事だけど、写真付きで教えて下さると、もう、そこに行かなくても、なるほど、こういうものね……。いつかは行きたいんですけども。それが知る機会をこちらに下さいますし。

由尋や映見の話から、YUHIROでは、ツイッターを利用して、双方向によるコメントのやり取りをしながら、ファン層を広げていることがわかる。ツイッターの用途がある程

度見えて来たところで、YUHIRO のもう一つの顔であるマスメディアへの多岐にわたる出演について見てみよう。三州瓦工業組合の中でも出演回数が群を抜いている事と、ツイッターとの相違や関係について尋ねてみた。実際に伊達屋のブログを見ると、(2023. 7. 25) 2014年5月の朝日新聞を皮切りに、新聞記事15、テレビ出演30、FM ラジオ出演5、情報誌9、Web サイト3、と活躍の様を知ることが出来る。中でもテレビ出演が突出していることがわかる。出演者は由尋である。(https://dateyakawara.jp/#blog) 由尋がまず、ツイッターと特にテレビの違いについて語っている。

どちらにしても、多分、テレビだったら、テレビを見る人に発信する。ツイッターなら、ツイッターを見てる人に発信する。……ていうのがあって。

まあ、テレビは放送してる時に見ないと見れないけど、ツイッターはあとでも見返せるとか、そういう違いがあったりするんで……。

ところが、映見が面白いテレビとツイッターの関係を話してくれた。それは YUHIRO に特有な現象ともいえるのかも知れないが。由尋のツイッターとテレビの話を捉えて、「ちょっと違う」と映見は言う。

テレビを見て下さって、テレビから「由尋ってどんな娘、何だろう」って、調べ……たら、……。

「ツイッターとか、SNS がありました」ってなると、最初はテレビから始まったことが、ツイッターに行って、ツイッターとかを見せてもらう事によって、この子をどんどん、ドンドン深く知って頂いて……。

で、もっと、お喋りもツイッターの中で出来るんで、だんだん、だんだん、ダンダン近づいて行って、共感して頂いてってような感じですね。

ただ、この過程で、ファンの選別、淘汰が起きると映見は主張している。

普通の場合は、もう、……。ただ、ただ、若い女の子がやってるから興味があって、それで来たって言っても……。

やっぱり話している内容は軽い事話してるんじゃないくて、仕事を、一所懸命な事を話

してるんで、……。軽い考えで来た方は、もう、その場でだいたい消えて行きます。

「一所懸命さを買ってくれた方が残って行く」と……。やっぱりそれに対して「良い方が残ってくな」という感じがします。

実際に残って行く人の具体例を映見は少し挙げてくれている。それがまた、前に話したツイッターによる波紋現象に繋がって行く。

沢山の方がいらっしゃるんですけど、皆さんがすごく良い方が多くって、お仕事下さったりとか……。あとは「ここはこういう風にやった方が良いよ」とか、例えば経営の仕方とか。

私たちは作ることは得意なんですけど、経営に関してはちょっとわからないところがあると、経営のプロみたいな方だと、そうすると、「もうちょっと此処んとこ、こうやってやってやると、もっと発信出来て、営業に繋がって行くよ」とか。

「違う業種の方がいろいろ教えて下さったり」とかして、本当にいろんな方が SNS のなかで、この娘を育ててくれるというんですかね。はい。

一見、別のメディアのように思われるテレビとツイッターが、現場の眼から見ると、逆に無関係の様で、実は繋がっていると言うのである。由尋ははっきりと、その繋がりについて、「はい、そうです」と答えている。映見も続けて語っている。

逆に、SNS とか、そういうものを知って頂いた方が、マスメディアの方で取り上げて下さったりだとか……。

本当に、そここのところの関係というのはすごく深いなとは思いますがね。

つまり、繋がりの予想は付かないが、繋がって行く事が多々あるというのである。

本当に、お仕事にうまい事繋がってくというのは、やっぱり、マスメディアもありますけど、SNS とかの方からも繋がって行くところも多いですし。

やっぱり、いろんな所に発信して、いろんな方に知っていただく。まずは知って頂か

なかったら、皆さん知らない状態なんで、知っていただく切っ掛けを作って行く感じですね。

ツイッター上での切っ掛けを始まりとして、瓦ファンクラブのようなものにも発展している例さえ、映見は語っている。

SNSを見て、「瓦、好きになった」という方ももちろんいらっしゃって……。

自分も SNS 立ち上げて、「鬼瓦とか、瓦をいろんな旅行先で写真撮って、SNS 始めたよ」って方もいらっしゃいますし。

それが、切っ掛けは YUHIRO に書いた、例えばツイッターだったりとか。そういうものから、そういう風に変っていったというんですか、……方もいらっしゃるんで。

あの一、こちらからも何か与えるものがあるって、逆に向こうからは与えて頂くものがあるって感じですよ。

こうした事実を見ていると、単なる YUHIRO だけの活動に留まらず、広い意味で、瓦業界、鬼瓦業界へと、そして、さらには日本にも、ひょっとすると海外にさえも、ツイッターの波紋があら、こちらから起こり、干渉を起こしながら、広がっている事が見えて来る。映見がこうした活動の心を語っている。

ただの一介の瓦屋で終わることは簡単なんです。そっちだけやれば、もちろん辛いことも無いですし、本当に流れるように仕事をやれば、それが一番楽なんですけど……。

ではなく、私と娘がこうやって手作りをやって、外のマスメディアさんとか、SNS とかに発信するというのは、あの一、そういう「瓦業界や、高浜っていうのが、もっとドンドン外に、皆さんに知っていただく切っ掛けを作って行く」という事で、それに興味を持ってもらう方を増やす。

で、興味が出れば、じゃ、「うちの瓦、うちの屋根って、瓦じゃないけど、瓦の方がいいのかな」って。そういう気持ちを奮い立たせたいって言うんですかね。それが切っ掛けだったんですから

瓦人口を増やす。瓦ファンクラブ人口を増やす。その為には、まず人に知ってもらえない事には瓦は広がっては行かない。人生のうち、家族としていつか一回は直に瓦と向き合うチャンスが来ることがある。つまり、一生に一回は屋根瓦を、又は、家をリフォームなり、新築するなりするチャンスが巡って来る。もし、その時、瓦を知っていれば、その確率はより高くなるだろう。

やっぱり、地震とかの影響で、瓦は重いから壊れるだとか、良い印象じゃないものがたくさんの人に広まってしまって、そういう気持ちの人が多い中で、やっぱり SNS で発信する。

映見はズバリ次のように言っている。その率直さ故に、伝わって来るものも大きい。

一番最初は、「テレビで観た由尋ちゃんって、どんな娘かなあー」ってことから入っても良いんですよ。

で、そこから SNS を見て頂いたら、瓦の良さっていうのも、こちらで発信している事を見て頂いて、「あっ、なんだ、瓦って重いだけじゃなくって、こんな効果があるんだ」っていうのも知って頂いたりとか。

職人がどんだけ努力して、こんだけのものを作ってるかってのも、知って頂きたいですし。

あの、鬼師っていうのは、技術を持ったやっぱり技師じゃないですか。それも知って頂きたいですし。

その率直さを端的に表しているのが、「鬼瓦の値段」についての発言である。

やっぱり、あの、鬼瓦一個がすごく高い値段で売られると思うんですけど……。

それは知らない人から見れば、「高ッ！」ってなるんですけど……。やっぱり、この娘が作ってる姿を見て頂いて、「こんだけの技術があって、こんだけ手間かけてたら、値段は当たり前だね」って言ってもらえるっていうのは、やっぱり、SNS で発信するから出来ると思うんですよ。

これぐらいの時間がかかって当たり前。もう、「今日頼んで、明日できるものじゃないんですよ」って事をそこでも発信して行けますし、そういう事をいろいろ知っていたく切っ掛けを作りたいのが SNS です。

インスタグラム

今様な SNS に不慣れな私に、由尋がインスタグラムについて話してくれた。

インスタグラムも基本的にはツイッターと同じような感じで、使っていると思うんですけど……。

インスタグラム自体が写真がメインだと聞いているので、もう、「その写真を見て、興味を持ってくれる」というのが一番かなと思うので、まあ……。

話を聞いていると、YUHIRO では少し変わったインスタグラムの使い方をしていた。インスタグラムの作成を外部に委託するのである。やはり、写真がインスタグラムの主体になるので、「見映え」が重要な要素になるからでもあろう。プロフェッショナルな人に任せることで、より見映えが強化され、安易な妥協を避けている。映見がその旨について語っている。

インスタをやって下さっている、先ほど言った、「娘が写真とだいたいの大まかな文章を送ると、作って下さる」って方が……。

まあ、瓦の葺き屋って言うんですかね、屋根を葺く方ですけど……。屋根葺き屋さんの方なんですけど、ものすごく、言ってみれば、芸能界も通じてる方だったりとか……。ものすごく顔の広い方で、いろんな方と繋がってるんですよ。

その方が言うには、「自分の人脈っていうのを伊達屋さんに繋げてあげたい」。

それがその人の考え方で、ま、言ってみればそれを送る事によって、自分の友達に全部発信して行ってくれる。

YUHIRO のインスタグラムは、ツイッターの開放型 SNS とは違い、一人の人の人脈が核となって存在し、その周りを開放型のインスタグラムが覆っている。その辺りの事を映

見はより詳しく話すのだった。

インスタグラムは、あのー、ま、外から見の方もいますけど、「その人が（屋根葺き屋）もともと知ってる友達に全部、こう、送って行く」というんですかね。そういう事も一緒にやって下さってるんで……。

だから、あの、「人脈拡げ」って言うんですかね……。はい、そのお陰で仕事を頂いてる方もありますんで……。

この時点で、由尋にツイッターとインスタグラムの使い分けについて聞いてみた。

私は元々ツイッターだけやって、「インスタグラムはいいかな」と思っていたんですけど……。いろんな媒体のアカウントを持って、いろんな媒体で発信することで、例えば、ツイッターしか持ってない、又は、インスタグラムしか持ってない、という人だと、そこで発信してないと見る事が出来ないと聞いて。……で、まあ、あの、「やってくれる」（笑）という事だったので、じゃ、インスタグラムのアカウントも作ってもいいのかなという事で……。

私は元々、ツイッターを始めてたので、「もう、これだけでいいかな」と思っていました。

映見がインスタについてさらに詳しく語っている。つまり、YUHIRO のインスタグラムは一人の屋根葺き屋さんに任せっきりでなく、映見たちも作成は出来るのである。

インスタっていうのは別にその方しか書けないわけじゃないんですよ。私も入って書くことが出来る。……っていうやつなんで。

私は自分で、「今日、こんな事があったな」って、「今日、これを書いておこうかな」と思うと、娘がその人に送らなくても、私が直接そこに入って書くこともあるんで。

その方に全部お任せではなく、その人は発信する方を一所懸命やってくれて、私たちもちろん、書いてくって事もやってます。

フェイスブック

次に移って行ったのが、フェイスブックである。その大まかな概念についての説明から入って行った。特にフェイスブックは YUHIRO ではなく、(株)伊達屋で作成されている事が、ツイッターやインスタグラムとの大きな違いである。そして主な作成者が映見になっている点も、他の YUHIRO の SNS と大きく異なっている。ここでもフェイスブックの説明をツイッターと比べながら、映見が話してくれた。

フェイスブックは「より詳しい内容」を載せている。あの、ツイッターっていうのは、「ひと言」載せるっていう感じなんです。例えば、「今日、こういう大学の先生がいらっしやって、お話を聞きましたよ」の一言^{ひとこと}。そして、写真一枚ぐらい。

由尋がこれに続けて語ってくれている。

写真もいくつか載せられるので。それよりもさらに大きな、何だろ、ツイッターはちょっとした絵日記ぐらい。例えば、フェイスブックとか、ブログっていうのは、長く書けるんで、ま、例えば、うーんと小説載せている人とか……。そういった風で、それだけの文字の量が書けるんですよ。

そして映見がフェイスブックの話に入って行った。

ま、うち(伊達屋)のやり方としては、例えば、5枚位写真を載せたとすると、ま、ページが一番最初は5枚の写真と大まかな内容を載せるんですよ。で、その中に、ポンとポチってしてもらおうと、今度は中には入れて、ま、ページをめくる様な感じで、一つの写真に付き、説明書っていうのを入れられるんで、より詳しく見れるっていうんですかね。

こちらだと(ツイッター)、本当、チラシを一枚見る感覚ですけど。フェイスブックの方は本を見る感覚で、何ページかに亘って見れるっていうのを、毎日……。

ま、毎日までは行かないんですけど、「書く」っていう感じですね。

フェイスブックはより詳しく、深く、書く、「本(ブック)」であることが伝わって来る。それに比べて、ツイッターは、今、ここにおける個人の考え、思いを、「伝言」、「呟

き」の形で伝えるのだ。映見も次のように言い換えている。

情報を詳しく知りたい時は、私が書いているフェイスブックがいいと思いますし……。個人的な事も載せるんですけど……。

個人的なもの、ちょっとした内容で、この娘（由尋）の気持ちとかも入れて書いているのがツイッターなのかな。

時間も大きく関係している。ツイッターは即時的で、最新情報が届く。そのあと、少し間をおいて、より詳しい内容はフェイスブック（又はブログ）が担当する。それよりもさらに時間がかかり、遅れて出て来るのが、早くて半年、通常は一年から数年、又は十数年以上というのが、本の世界という事になる。SNSは時間の速さ、スピード感がまるで違うことがわかる。その感覚を映見が鬼板屋独自の事を例に挙げて話している。

例えば、自分の作ってる作品の途中だけのところを、「私、今、こんなのを作ってるよ」と載せるじゃないですか。それには、最終的に出来上がったものを順を追って、何回か写真を取っておいて、まず、ここ、一番最初に「彫りから入りましたよ」とか。

彫ったものがだいたいこのくらいまでは出来た時に、「こういう事やりましたよ」って。

最終的には「焼いたら、こういう風になりましたよ」って。

一つの一連の流れが、ページで見れるみたいなのが、……フェイスブックです。

リアクションについても語ってくれた。

もう全部に来る人もいます。このツイッターでは、こう言ってたね。インスタだと、こんな感じだったね。でも、フェイスブックを見たら、なるほど、あれがこっちに繋がって来たんだねとか……、そういった感じで……。

ホームページ

(株)伊達屋(YUHIRO)で最初のSNSとして導入したのがホームページであった。それまでは、(株)伊達屋もある意味、旧・鬼師の世界の住民だったと言える。(株)伊達屋におけるSNSの始まりについて映見が当時を振り返りながら話してくれた。ただ、聞いていると、遠い昔の出来事ではなく、むしろつい最近の話であることに驚いた。SNSへの移行は2017年頃の出来事であった。

5年ぐらい前ごろじゃないかと思うんですけど……。はい。(2022年12月13日付インタビュー)

あの、元々は、うちの会社を知りたいけど、会社のことがわかるところが無い状態だった。

ま、あのー、多分、その頃、フェイスブックはやってなかったと思うんで、SNSっていうものが、外に発信しているものが無い状態だったんで……。

でも、テレビを見て頂いた方が、「伊達屋さんを調べたいけど、伊達屋さんて、何処に出て来るの？」ってそういう状態だったんです。

そうした状況の伊達屋に対して、出て来た話が、ホームページ作成の提案であった。

「ホームページ作る方が良いんじゃないか」という話が出て、「じゃ、ホームページ作ってもらおうかなー」という感じで……。ま、その時、補助金が頂けるっていう事だったので、ホームページ作った時。

「補助金が頂けるなら、ホームページ作ってもいいか」っ見たいな……。

ホームページ作成の話がいきなり降って湧いて来たわけではなかった。伊達屋は伊達屋に対する問い合わせの増加に対応するために、商工会議所へ相談している。やはり、出来るところから第一歩を踏み出していると言える。

元々は商工会の方に相談して、商工会さんがホームページ作る会社さんを紹介して下さい。で、「なら、やって見ようかなー」という話になって、ホームページを作

ることにしました。

映見はホームページを始める前の、一種の端境期のような状態の鬼師の世界について語っている。伊達屋も実際にその中へ居たのだ。

今は言ってみればこういう SNS であったりとか、インターネットを通じて、発信する時代ではあったんで……。

瓦屋とか鬼瓦屋ってのは、そういう事は全く無いじゃないですか。ま、あの、結局、メーカーさん（瓦メーカー）から仕事を頂いた仕事をそつ無くこなすというだけの、あの一、あれだったので……。

逆に、自分たちが作ってるもの、発信したりとか、「こういう事、出来ますよ」って事を知ってもらったら、面白いなーっていうのがあって、で、「やりたいな」とは思っただけなんですけど……。

この端境期的状況の打開を拒んでいたのが実は「先立つ物は金」であった。映見がこのところを語っている。

ただ、一つのホームページ作るの、物凄くお金が掛かるんですよ。

で、それを商工会議所さんに言ったら、商工会議所さんが、あっ、「こういう補助金があるから、これをうまく利用して、ホームページを作って発信して見たらー」っておっしゃって頂いて。

それが切っ掛けでした。「じゃ、やって見たい」っていう……。

鬼板屋の中では早いホームページ作成への着手だったのかどうか尋ねてみた。

大きい会社さん（特に瓦メーカーや規模の大きめな鬼板屋）は作って見えたと思うんですけど、うちは大きい会社ではないんで、私たちみたいな小さい会社で作るってのは、多分、少なかったんじゃないかなと思います

特に、職人が発信するってのは、すごく少ない時代だったんじゃないかなと思うんで

すけど。はい。

それを、やっぱり折角なんで、そういう風にドンドン広げて行ってもらえる切っ掛けが貰えるんなら、ちょっとでもやりたいなって思いました。

なんせ、一番の問題は、お金の問題だったんですよ。凄く高い。もう、それしかなかったんで。

高いから、作れない。

ところが、商工会議所を通して、ホームページ作成の補助金制度が使えることがわかるや、端境期で迷っていた、ホームページ作成の意味への迷いが事実上、雲散霧消して行ったのである。

「作る意味があるのか」、「私たちが発信する意味があるのか」どうか分からない。「お金をかけてまでもやる意味があるのかなあー」って思ってたんですけど……。

それが、「やろうよ！」っていう話になって、はい。

ホームページが出来上がると、伊達屋はより活動的になって行った事も大きな変化といえる。ホームページの人々への周知が仕事の中の重要な項目の一つになったのだ。単なる製造活動ではなく、営業活動や外交活動が、ホームページ作成を機に新たな活動として加わって行った事になる。その様については、映見の言葉が明白に語っている。

「やる限りはもっとそれを広げるためには」という事があって、ホームページを作ったことが切っ掛けで、展示会とかにももっと出て行って、その時に名刺に QR コードを付けて、QR コードでホームページに飛んで頂いて会社を知って頂くっていうのをやるようになりました。

ホームページ作成の効果は予想を超えていた。内向きだった会社が、外向きの会社に変貌して行き、YUHIRO の仕事への取り組み方にも影響を及ぼし、未来志向型、開放型の思考がより明確に、強く育って行ったのである。(図 1)

やっぱり皆さん、詳しくは知りたいけど、私たち、話だけで知る内容って小さいじゃ



図1. 伊達屋ホームページ

ないですか。

それがホームページが一ページあって、そのページにいろいろ詳しい事が書いてあって、で、例えば、展示会に行った時に、名刺に QR コードがあれば、その QR コードで、ホームページに飛んで頂くと、いろいろ詳しく知って頂く。

で、ホームページの部分っていうのは、ページとしてはペラペラとした数枚のページなんですけど、そこから、フェイスブックが載ってるから、「フェイスブック見に行こう」と言うと、もっと内容的に濃いものが載ってたりして、ドンドン切っ掛けとして知っていただく切っ掛けが出来るようになるので……。

つまり、映見の言葉から見えて来るものは、ホームページはある意味、ゲート (Gate) のような門、入り口、に当たる。ホームページ (門) に辿り着き、通過すると、その向こうには様々な世界が広がっており、人はその世界を探索できることになる。映見はその事を次のように語っている。

本当に皆さんに知って頂く入り口が一つ無いと。やっぱり、そこが無ければ、何も知って頂けないので。

本当に展示会に行つて、やっぱり、いろんな方に話が出来るので、「ホームページ良かったら見て下さい」つて。で、そこにフェイスブック在りますんで、フェイスブックも見て下さい。……つていう風に繋げていくことが出来ますね。

まとめ

新・鬼師の世界を代表するようなテーマが、発信型「鬼師」である。旧・鬼師の世界の「鬼師」からは想像できない今様の鬼師が登場し、しかも、例外としてではなく、それが一般的な鬼師として活躍しているのだ。その背景には社会が、ネット社会に移行したことが原因として挙げられる。情報の公開が進み、かなりの情報が一般の人々にも入手可能になっている。しかも、場所も時もほとんど問われることも無く、いつ、どこからでもアクセス可能な社会の出現である。具体例は日常生活の至る所にある。ここでは最初に、通勤電車での乗客の iPhone (スマートフォン) 的光景を挙げている。その他に、特に最近の例で印象的だった忘れがたい光景は、私の大学のゼミ生の一人が、教育実習に愛知県安城市にある中学校へ、この六月約二週間行った時の事だ。6月8日(木)午前8時から始まる道徳の授業と、二限目の社会の授業に、教育実習の監督として参加した。

驚いたのは、授業が学生参加型のアクティブラーニングを取っていた事と、それと連携するかの様に学生たち全員が授業中に常にパソコンのタブレット端末、つまりスマートフォンの大型版 (B5サイズ) iPad を使っていた事であった。授業が受信型から発信型となり、そのツールとして、教室の学生の各机の上には iPad が置かれ、学生はいつも使っていたのだ。しかも、授業中にである。この光景を見て、なるほどこれが情報化社会の意

味なのかと納得した次第である。学生たちは入学時に iPad を無償で支給されて、卒業時に母校へ返却するのだという。教育実習したゼミ生によると、iPad はほとんどの教科で使えるが、使用することを決めるのは教員なので、教員によって変わるという。また音楽、美術ではあまり使用していないという。

これほどまでに変貌している情報・ネット社会に生きる現代の鬼師たちが、いかに伝統文化を守り、伝統文化を継承し、そして、伝統文化を育てているのかを YUHIRO を例に考えてみたことになる。特に、ネット社会における重要なツールとしての SNS をいかに活用しているのかをテーマとした次第だ。そして、見えて来たものの一つが、鬼師の世界の内部での伝統文化の継承と育て方である。もう一つ浮かび上がって来たものが、伝統内部だけの努力では伝統文化は育たないという事である。伝統を受け継いで行く為には、鬼師の世界を支える社会的な器が、受け皿として必要不可欠であるという事だ。この二つが上手く噛み合って、初めてある伝統が代々受け継がれ、発展して行くし、また逆に、衰退するのも、その噛み合い（神逢い）次第という事になる。

これまでは発信型の鬼師は少なく、それを「旧・鬼師の世界」と名付ける事にした。ところが、特に iPhone が発売された 2007 年以降、社会は大幅に、そして、質的に、変わって行った。その変化の速度は一般にわかっている以上に急速、急激である。情報・ネット社会の拡大とその内容の急激な変化が進行している。そうした中での「新・鬼師の世界」であり、発信型の鬼師の一つの例として、YUHIRO を見て来たことになる。発信型の鬼師の登場によって、マイノリティーの声メディアに反映されるようになって来た。マジョリティーの代表であるマスメディアによる瓦のネガティブ情報（瓦に対する無知によることが多い）が流されると、現場の瓦や鬼瓦関係者は現実的にも、社会的にも、心理的にも多大な被害を受ける。そして、鬼師の世界を支える一般社会へもネガティブ情報が拡散され、瓦離れは始まり、伝統文化そのものが存亡の機を迎えることになる。これに対して、瓦・鬼瓦制作の現場で働くマイノリティーが声を上げざるを得ない。これまで受け身型、内向きの鬼師が、情報・ネット社会の日常への浸透／拡がりを受けて、手探りながらも声を上げ始めている。映見の声を最後に紹介したい。

やっぱり、本当の事を知って頂きたい。私たちの気持ちもですし、「本当に、実際、これは間違ってる報道なんだよ」って事も知って頂きたい。

で、それを知っていただく切っ掛けはもちろん、あの一、展示会とか行った時には、いろんな方に直接、お話しして、知っていただく切っ掛けは出来るんですけど……。

もっと広くというと、SNS はすごく重要だと思います。

参考文献

- 高原隆 2024年 「新・鬼師の世界—周縁の再中心化：ポスト・「鬼滅の刃」と「鬼師」—（株）伊達屋—YUHIRO III.」 愛知大学総合郷土研究所紀要 第69輯
2017年 『鬼師の世界』 あるむ
- 伊達屋ブログ 2023年 「テレビ出演・新聞雑誌掲載履歴」 (<https://dateyakawara.jp/#blog>) 2023/07/24