

Ⅲ-2 意味のイノベーションからの仏壇業界への提案

馬場太洋

私はこの約一年間地域活性化プロジェクト京都ものづくりの講義を受けてきてとても充実して社会の一部を目の当たりにできた事でものすごくこの講義を取ってよかったと思う。中でもでパワーポイントを使ったプレゼンはとてもやり甲斐があったし、プレゼンし終えたときの達成感はなんとも言えないくらい気持ちの良いものであった。一年間、プレゼンテーションのアドバイスや企業の人々との接し方などをアドバイスして下さった松岡先生には本当に感謝しています。これから大学を卒業し、社会に出た時にこれらの経験をアドバイスをしっかり生かすことが出来るようにこれからも頑張りたいと思います。本題にはいります。

私がこの講義の集大成として取り上げた題材は仏壇業界における意味の革新を提案することでした。いきなり、革新について説明するのはその説得力に影響が出てしまうので先に仏壇業界の歴史、現在、問題点を指摘したあとに意味の革新について説明していこうと思う。

まず、仏壇の始まりは 685 年の天部天皇の命令に由来するとされている。全国の各家ごとに仏間や仏殿を造り仏像や経典を置いて礼拝供養せよと下されたものである。ここでの各家とは貴族の家を指し、厳しく仏法信仰を強制することによって、仏法理念で全国統一を図ろうとしたのである。これで各貴族の間に仏壇が急速に普及した。奈良、平安時代の仏壇は貴族達のものであり一般に普及するのは江戸幕府に入ってからだった。

江戸時代、キリスト教理念に導かれた島原の乱の後に幕府はキリシタンを激しく弾圧し、1640 年に宗門改役の制度を施行して仏教による統治政策を断行した。この制度は仏教のいずれかの宗派に属しているという証明を受けなければならず、各地区の檀家の家族名簿記入した宗門人別改帳を提出しなければならなかった。こうした檀家制度の確立は各地に仏教の普及をもたらしたばかりでなく、各家に仏壇が存在していることが仏教徒である証ともなって民衆の間で仏壇の需要を急速に高める結果となった。つまり、仏壇需要の高まりは幕府の仏教政策の結果であるのです。

このように宗門改役の制度は事実上、各家に仏壇を置くことを強調した。しかし、各宗派の寺院様式を反映させるべき仏壇を各家に安置しようとしても当然その大きさには限度があった。なので仏壇の様式は鎌倉時代に普及した箱型に求められることとなった。こうした箱型の仏壇の中に総本山の寺院様式を映し出すのであるから、かなりの高度な彫刻技術が要請されることになり、平安時代以来の伝統の下で培われていた京都の仏師たちの彫刻技術が採用されることとなった。

こうした京都の彫刻仏師を源流とする仏壇は京都の職人の一部が各地、とりわけ仏教信奉の強い地域に流出し当地でその技術を伝えることにより、各地域へ広まっていった。

仏壇は本来、仏像を安置する場所であったが鎌倉時代以降禅宗の渡来によって儒教の祠堂に安置する風習が伝わって仏壇にも祖先の位牌が安置されるようになった。

明治 5.6 年頃より仏壇生産はさらに活発化してきた。ところがこうした仏壇業界の発展は新たな問題を引き起こした。一つは仏壇業は安定した職業であるため旧幕府時代の下層武士や藩のお抱職人で仏壇下職を経験した人々が多数仏壇職に転業したことである。このことは、必要物資の調達や手間賃などで混乱を起こすと共に過剰生産や乱売から製品の粗悪化をもたらした。もう一つは仏壇業の多くは零細な家内工業に支えられていたため、金具師や塗師のように騒音や異臭で付近に迷惑を及ぼすことが多くなったことである。

そこで明治 33 年に彦根では彦根仏壇同業組合が、名古屋では名古屋仏壇商共同会が発足するなど問題解決のために仏壇同業者の結集と大同団結が行われた。

京都、名古屋など江戸期から古い産地では木地師が蒔絵師らの協力を得ながら製造と同時に販売まで行うという形態から、木地師、金具師、塗師、蒔絵師らの専門化が一層進んで製造問屋が最終組み立て工程のみ担当して販売するという生産販売方法へと発展していった。

こうした仏壇生産の活発化によって江戸時代は、比較的仏教信仰に厚く、しかも藩が積極的に工芸品の製作を奨励していた地域のみが仏壇産地となれたのに対し、明治以降仏壇産地は全国的な広がりを見せた。そしてこの頃になると生産する仏壇の地域ごとの特徴がはっきりしてきた。例えば、仏壇製作の発祥地京都は寺院用仏壇に主力を注ぎ、金沢は研出研磨に特徴をもった高級仏壇に名古屋は大衆的な仏壇製作に主体を置くようになった。

ところが上昇気流に乗りかかった仏壇業界も、第二次世界大戦の波に押しつぶされ壊滅的な打撃を受け、多くの仏壇業者は転廃業するに至った。このように戦争によって大きな痛手を受けた仏壇業界であったが、戦後の経済復興の下で大きく前進した。戦災によって失われた寺院及び一般家庭の仏壇仏具の補充から始まり、生活の安定によって更にその需要を高め生き残りしました。

続いて京都の仏壇業界の現在としてまずは京仏壇の特徴について軽く説明していこうと思います。京都には仏教の色々な宗派のもととなる総本山が 100 以上もあり、さらに 3000 余りの寺や多くの国宝、文化財があります。そのような仏教に由来するものが多くあってそれを大切にしようという考えがあつてか、京仏壇は各宗派の総本山の本堂の様子を忠実に再現し、それが小型化された工芸品として品質の高さと高い精神性があります。さらに全て手作業で行われる箔押し、蒔絵、塗絵、金具加工の美しさも京仏壇の特徴です。

次に売上など業界の経済状態について説明します。全国の宗教用具の出荷額の推移(S60～H12)の資料によると H2 年まではバブル経済の影響で売上は右肩上がりでしたが、そこからはバブルも崩壊し徐々に下がっていきました。H12 年は一番売上が良かった H2 年の約半分ほどまで売上は落ち込んでしまいました。

次は宗教用具製造業の事業所数、従業員数の推移(S60～H12 年)ですが、事業所数は S60 から H12 年まで一方的に減り続けており、S60～H12 年まで約 800 もの事業所がなくなってしまいました。従業員数でも S60～S63 までは少し増えたもののそこからは順調に落ち込んでしまいました。S63～H12 年で 6000 人もの方がこの業界から去ってしまいました。

これらのデータを見ているとやはり、仏壇業界がここ最近で弱くなっているのがよくわかる結果です。バブル経済の状態にかなり影響されていることから経済的に余裕がなければあまり買えないような高級品のような扱いだと思っ

いいと思います。

従業員数も年々減少していることから後継者問題だとか新しい仏壇、仏具の会社も出来にくく、これが事業所数の減少にも繋がっていると考えられます。

次に仏壇業界のこれからということで、まずは仏壇というのはそもそもなんなのかということを確認してみたいと思います。

仏壇というのは一般家庭に常設された仏教の礼拝施設また礼拝に必要なものです。それは仏教寺院においてその宗派の本堂の様子を再現し、それを小型化したものです。一般家庭では主にご先祖様や家族でお亡くなりになられた方の

死者の位牌を安置する場所とされています。

続いて、仏壇業界の問題点を私なりに考えたのでそれをあげていこうと思います。問題点は大きく分けて3つあると考えられます。

一つ目は日本人の無宗教化にあると考えられます。一番始めに仏壇業界の歴史を紹介しましたが、奈良時代は天部天皇の仏教による統治政策、江戸時代の宗門改役など仏教に必ず入らなければならないというような政治政策が昔にはあったので、その分仏壇の需要がありました。しかし、現在では日本は宗教に対してかなり自由になり、宗教を信仰するという習慣が年代が変わっていくにつれてなくなってしまいました。二つ目は家庭の核家族化の進行も原因であると考えられます。昔のおじいちゃん世代が子供だった時は大家族といっておじいちゃん、おばあちゃんと両親で同居をするのが普通で仏教の信仰心がまだ残っていたその時のおじいちゃんたちが家に仏壇を置くのもまた普通のことでした。そのときは小さい子供の時から仏壇に触れる機会があり、仏壇に対して関心がありました。今は核家族、つまり自分の両親と同居しておじいちゃんたちは別の家に住んでいるということがかなり多くなってきました。仏教の関心が薄くなった両親の世代では家に仏壇を置く習慣が失われ、子供たちが仏壇に触れる機会がなくなってしまいました。なので家庭の核家族化は仏壇業界にかなりの痛手を負わせたと考えられます。三つ目は仏壇の大きさと重さにあると考えられます。いくら宗派の本堂を小型化したものとはいえ、タンス一個分もしくはそれ以上の大きさのものを家に置くとなるとそう簡単に置くことは出来ません。ましてやマンションが多くなった現代では大きな仏壇を置くスペースはないといっても過言ではありません。

ではこれらの問題点を解決するにはどうすれば良いのでしょうか。まず、子供たちの宗教離れ仏教離れを改善しなければならないですし、仏壇を買ってもらうにもこれまで通り、ご先祖様を祀るという意味で仏壇を売り出してもお盆のお墓参りで充分だと思っている人々は少なくありません。なのでその意味自体を変える必要があります。さらに大きくて置きにくいというイメージがある仏壇をさらに縮小化するのもとても大事だと私は考えます。

これらの問題点の解決策として今回私は二つの商品を提案します。一つは仏壇折り紙と仏壇立体式カード、もう一つは個人用の仏壇です。

まずは仏壇折り紙と仏壇立体式カードの説明からします。仏壇折り紙というのは普通の折り紙で仏壇の形に折り紙をおるというもので、仏壇立体式カード

というのはクリスマスカードのようにカードを広げたら立体的に仏壇が飛び出てくるというものです。これらの商品は主に仏教系の学校や幼稚園の入園式や卒業式などのイベントのときに配るといったことを想定しています。これは仏教離れや、仏壇離れが進んでいる子供たちをターゲットにしたものでより、仏教、仏壇と関わる機会を増やすことで仏壇の需要を高めることを目的としています。折り紙やカードのパッケージなどに仏教の教えや仏壇の知識が書かれたメモ書きを書いて置くとさらに仏教への関心が深まると思います。

仏壇折り紙は幼稚園生、小学生向けで仏壇立体式カードは中学生向けといったように年代によって仏壇を伝える媒体を変える必要もあるのでもし、実現化されるのならばこのことも考えなくてはならないと思いました。

次に個人用仏壇ですが、これはご先祖様を祀ることを目的としたものではなく亡くなった方一人を祀るための仏壇として提案します。主にどんなものかという大きさはタンスの上や机の上に置ける程度の手軽な大きさにして、デザインは自分で考えて自分の特徴、趣味がよく表れているデザインにします。それを仏壇業者にオーダーメイドする方式です。素材もケヤキ、マツ、ヒノキ、クワなどの素材を自分で選ぶことができます。このような仏壇を製作出来ればその仏壇が自分の生きた証となってそれを見てくれた人に「あの人はこんな人だったなあ」と一目でその人のことが分かるものとなります。いわばその人の分身のようなものです。

しかし、この個人用仏壇は一つ大きな問題点があります。それは本来の仏壇の意味との矛盾にあります。本来の仏壇の目的はご先祖様を祀るものとして使われますが個人用仏壇はその人個人を祀るものです。ここに意味の矛盾があり、ご先祖様を祀るという意味で仏壇をつくっている職人さんたちの思いを捻じ曲げてしまうのではないかと思います。ですが今回の講義のテーマである意味のイノベーションという意味ではかなり良い線をいった提案ではないでしょうか。本来の仏壇から少し離れることで仏壇を買ってくださる人々が増えていくのではないかと私は考えます。

なのでこの問題点はもし個人用仏壇が商品化されるときが来たとしたら、「仏教の教えに大きく反していないか。」などの問題点についてしっかり議論し、個人用仏壇というあくまでも仏壇で売り出すのか。それとも仏壇とは違う全く新しい商品として売り出すのかを考える必要があります。

ちなみに私は意味のイノベーションのテーマで個人用仏壇を考えたので仏壇と

して売り出してほしいという考えがあります。以上で私の地域活性化PJまとめレポートを終わらせていただきます。