

NIHONJIN NO WASUREMONO
日本人の忘れもの
 第2部 忘=華 森清範 清水貴主
 33

もろいへん



村山 明
 木工芸家

人類の進歩の中で、気持ち良く過ごすことを追求めて利便性が向上した。いっぽう、自然は荒廃しつつある。太古は裸で山中に暮らしていた人が、コンクリートに囲われた住まいで暮らすうちに、自然を敬愛する心がなくなってきたように思う。例えばエアコンで住居を冷やせば冷やすほど、排出された熱で地球は暑くなる。温暖化などの環境破壊は、人が便利と快適だけを求めた積み重ねの結果だろう。

私はいつも、感情を持つもの、感情が伝わるものづくりを心がけたいと思う。



責任と誇りを持って作品を送り出す。木と向き合い、「この木でこれを作りたい」と感じるものを作ろうと努力している。

暮らしの快適さを求めすぎると、自分の首を絞めることになるだろう。同時に、快適であれば多少の自然破壊は仕方ないと思えるのは、自己中心的で他を思いやる心の欠落をも意味する。

古来、日本人は国土も資源も限られた中で、目指す国づくりにたいへんな努力をしてきたはずだ。それが戦後の大量生産・大量消費の風潮で忘れ去られ、新しいものが良い、古びたり傷んだら捨てて新品を買えば良い、というふうに変わってきた。ものが



持ちは、学問や仕事にも通じる。精神的な豊かさを手に入れる努力を忘れてはならない

もちろん作り手も、常にその心を忘れてはならない。売れるから作るとか、安易に面白さや目新しさを求めると、本当に良いものが見えなくなってしまう。手作りの長所とは、「良いものを作りたい」と願う作者の心が伝わってくるのだ。いびつで雑なものを「手作りの温もり」と勘違いするむきもあるが、それなら機械で作ったほうがずっと確かなものができる。発想や想いを創造する技があり、作り手が責任と誇りを持って送り出すものこそが良品だ。

そんな気持ちで見直すと、好きになれるものとは、作者の「作りたい、表現したい」という気持ちが伝わってくるものではないだろうか。私はいつも、そういう感情を持つもの、感情が伝わるものづくりを心がけたいと思う。木と向き合い、「この木でこれを作りたい」と感じるものを作ろうと、日々、努力している。

あふれて簡単に買い換えられる便利な社会だが、一つのものを使い続ける、ものに愛着を持つということが少なくなってきた。

物質に対してこうであれば、人間関係にも波及する恐れがある。殺伐とした世の中は、何かを愛する、対象への思いやりの心が薄れたあかしたともいえないだろうか。好きでずつと使いたいと思うものを手に入れ、愛着心を持って、大切に使い続ける気持ちも育つてゆくだろう。この継続するという気



●むらやま あきら
 1944年、兵庫県三木市生まれ。京都市立美術大彫刻科を卒業後、黒田辰雄に師事。71年に日本工芸会正会員となり、国内外を問わず作品やワークショップが高い評価を受けている。京都府指定無形文化財認定、重要無形文化財保持者(陶園宝)であり、京都府文化賞功労賞など受賞多数。著書『忘』、日本工芸会理事。

●むらやま あきら
 戦後、日本人は物の豊かさと引き換えに大切なものを忘れてきたのではないだろうか。日本人が忘れつつある価値観が今も生き続ける千年の都・京都から温故知新の知恵を発信する。(毎週日曜日に掲載します)

きょうの季節せ (二)

ぬるみてや
 蟻はひまはる
 水溜り

阪本四方太



春になり、水に当たったかきかきを感じられる、それを季節「水温む」、川や池、掘り出し「水溜り」に「蟻はひまはる」その跡が水底に残っている、その跡を季節「蟻の道」と称する。

小さな生きものが春の息吹をいちはやく感じ活動する。蟻は蟻の幼虫の餌食である。従って蟻のいるところ夏は蟻が見られる。

「きょうの心伝」

堀江保男
 日本書協会員(京都市北区/68歳)

会津に汁の掬

京都流、汁の掬

一、お正月、ほうきを使つてはなりません。

二、家の敷居、踏んではなりません。

三、門掃き、お隣へ踏み入つてはなりません。

四、嫁入り、一条戻り橋を渡つてはなりません。

五、新しい履物で土間におりてはなりません。

六、十三参り渡月橋で振り向いてはなりません。

七、祇園祭に胡瓜を食べてはなりません。

これは汁の掬とはいえず、お婆ちゃんのおつぷやきです。子供はなんで？ どうして？ と思ひながら育ち、そして京都を理解するのです。

一、神さんを掃き出さない。

二、敷居は当主の頭。

三、つかず離れずの関係。

四、戻るを意味嫌う。

五、不吉な事が。

六、ご利益なし。

七、八坂神社の神文。

かつて京都の知恵や心配り。後世に伝えて行きたいものです。

「きょうの心伝」募集

●あなたの思う「日本人の忘れもの」は何ですか？暮らしの中で忘れてはならないと思う日本人の心の系譜や、伝えたい京都に残る心遣いなどをお寄せ下さい。京都新聞社で選考、添削する場合があります。原稿は返却いたしません。タイトル(12文字以内)と本文(400文字以内)、郵便番号、住所、氏名(匿名は不可)、職業、年齢、電話番号を明記し、〒604-8577 京都新聞 COM「きょうの心伝」係まで。
 E-mail: wasuremono@nhk-kyoto-np.co.jp
 Fax: 075-26212200

●日本人の忘れもの第2部のバックナンバーは、京都新聞ホームページで閲覧いただけます。
http://kyoto-np.jp/kyo_np/info/nwc/

。プライスタグに信念をのせて。

正直な商売。京都に生まれ育ったオンリーの信念です。数多の企業や職人がしのぎを削り、独自の美意識を磨いてきたまち。腕に覚えのある人間がものをつくり、売る。目の肥えた人間が品定めし、買う。売り手がプロなら買い手もプロだから、まやかしは通りません。

オンリーの原点はオーダー紳士服。生地選びから仕立てまで、妥協のない仕事で目の前のお客様に喜んでいただくのが本分です。そして、正直な価格。

よいものを、適正な価格で提供すること。教えてくれたのは、京都です。

たとえば、オンリーはバーゲンをしません。適正な価格で最大の価値を、時期によらずお届けするべきだと考えるから。プライスタグに記された価格こそが、オンリーの「正直」です。

この春物より、我々のプロダクトブランドはメンズもレディースも、「オンリー」に変わります。

「正直」を刻んで。京都に学んだ信念を忘れずに、オンリーだから提供できる価値を、「ほかにないもの」を、これからも。



INHALE EXHALE She loves SUITS
 2013年春物より、プロダクトブランドが「ONLY」に変わります。