

《07年新春・社日本人形協会 支部長座談会》

## (社)日本人形協会

『これからの』

### 協会活動について』

―協会に期待すること、

協会だからできることとは―

役員改選を経て、新体制で臨む07年。

今後の協会活動をテーマに、支部長の方々に参加いただき、座談会を行った。

さまざまな意見から、協会の現状と未来に向けての目指すべき方向性が浮かび上がってきた。

日時 平成18年11月6日(月)  
会場 ブケ東海静岡



#### 《出席者》

会長：八木駿一郎氏、専務理事：金林健史氏、

支部長：阿部龍太氏（東北）、倉片順司氏（埼玉）、柿沼正志氏（東京）、松島 壮氏（静岡）、  
関 博道氏（中部）、堀川善昭氏（北陸）、福田眞一氏（京都）、赤瀬文丸氏（大阪）、  
英 義人氏（中国）、村上正弘氏（四国）、佐野均次氏（九州）

## 表示問題への対応

した。

八木 表示問題は協会がリードしてその対応策を示していかなければならない、重要な課題ですね。

ただ、強い指導力を持つには、公正競争規約を作る必要があります。現在、協会で行うとしていいるのはこのように対応してくださいという基準です、その網をくぐる例も出てきてしまうでしょう。

金林 こういうことをすると違反ですよとお知らせすることはできますが、〇〇さん、こういうことは直ちにやめなさいということまでは、協会としては公正競争規約を作っていない以上、どうしてもできないんですね。

以前、協会で公正競争規約を作ろうとしたことはあります。その際取り組まれた方々にお話を聞くと、大変難しい、無理だという意見が多いのですが、協会として再度それにチャレンジしていくべきか、今後も検討を続けていく必要がありますね。

倉片 前期から協会の表示委員会で原産国表示の問題等に携わってきましたが、全体に、この業界は対応がでたらめすぎると感じます。節句人形はもともとと露店で売っていた背景もあって、今でもどこか

にテキ屋体質が残ってしまっているのではないのでしょうか。

過去の先人たちをけなすわけではありませんが、やはりこのテキ屋体質的なものを直していけないといつか本当に消費者に背を向けられてしまうのではないかと思えます。これだけ世間が敏感になってきた今、せめて協会のメンバーぐらいは、消費者保護のことも考えて、表示問題にもっと真剣に取り組むべきではないでしょうか。

村上 二重価格表示など、業界で従来行ってきたやり方のなかに、正しくないことがあったわけですからそれを直す際、どうすれば適正な形で、かつ他店と同じく売りの上げを保てる形に持っていけるかを真剣に考えると、いろいろ難しい点が出てくる。その参考となるようなモデルを協会で示してもらうことはできないかと思ったりもします。業界各社が統一して取り組めれば理想的なのですが。

松島 昔にさかのほれば、この業界には確かに、いい加減だった面があったと思います。

静岡の駿河雛具・雛人形は平成六年に国の伝統的工芸品の指定を受けましたが、その準備のため百年前のいろいろな資料を探した際、

幕末に駿府奉行が書いたある風俗誌のなかに静岡の雛市の記述を見つけたんです。盛んに行われていると書かれてあり、これは占めたと書かれて、通産省に持って行こうとしたんですが、よく見るとその後、「すべて京製なり」とあったんですね。実際、本当に京製ではないのに、現在、我々が「京風」だとか「京下がり」などというように、当時もいろいろな言葉で人形にハクをつけていたんです。それを駿府奉行はまともにとって、「すべて京製なり」と記してしまった。そして今なお同じようなことが引き続き、我々業界の底辺にあるわけです。

原産国表示の問題は、業界として、もしかしたらマイナスになつてしまっているのではないかの懸念もありましたが、何とか軟着陸できそうなるまで辿り着けた。実際、メーカー側のスタンダードと販売側のスタンダードにはだいぶ開きがありますが、結果的には、売れなくては作ってしようがないわけですからね。また、これは対消費者への業界の姿勢ということです。それを芯にして、さまざま兼ね合いを図りながら取り組んでいくべきでしょう。

## 販売員の資格制度を

英 今、仏事関係の業界では、仏事コーディネーターという販売員の資格があつて、これは認定を店に対してではなく、販売員個人に出しているんですね。例えばこういった資格をアレンジして、販売員にテストで知識を問うだけでなく、その店が不当表示などをしないということも条件に入れた資格制度を協会で作るのも一案です。この制度が広まれば、業界の改善につながるかもしれませんし、入会希望者も増えるでしょう。

八木 その仏事コーディネーターというのは全国で何人ぐらいいるんですか。

英 すでに千人ぐらいいるようです。今、仏壇屋のチラシを見ると、各店競って販売員の顔写真付きでその資格のことを載せていますよ。赤瀬 資格を持った方が接客するというのはいいアイデアだと思います。よい品を納得して買ってもらいたくためには、直接お客さんと接する販売員さんの対応が非常に大切でしょう。

柿沼 東京でも百貨店などで靴の

販売士、シューフィッターの制度が広まっていますが、このような制度は社団法人の協会を取り組むと効果的ですね。きちんとした認定証を小売店さんに発行できる。

英 仏事コーディネーターの認定証は、販売員が自分の左胸に付けていて目に付きやすいんですよ。

阿部 その資格の意味や価値が消費者に浸透するための施策も仕方で行っていけば、本当にいい制度になりそうですね。

堀川 玩具の業界でも(社)日本玩具協会、玩具福祉学会、百貨店協会がタイアップして玩具アドバイザという制度をやっていますよね。その成果や問題点についても聞いてみると参考になると思いますよ。

金林 七、八年前、故・宮原佳敬氏が節句人形工芸士委員長だったときに、節句人形工芸士制度の見直しとともに、販売員側の制度も設けようというお話が上がっていました。節句人形販売士やコーディネーター、もしくは節句人形コンサルタントなど、名称は未定でしたが、その際は全国で誰が指導するかなどが課題となって、まずは節句人形工芸士制度の改定を優先し、そのあとに取り組もうというところでそのままになってしま

った経緯があります。みなさんのご意見を伺いながら、改めて制度の検討を急ぎたいと思います。

## 協会の参加意識を高めるには

金林 また、先ほどの村上支部長からのお話に関連しますが、最近では小売業の会員の方が少ないという意見があります。理事においても、東京支部の十二名のうち、完全な小売業の方は一名のみという状況です。小売の方の意見を探り入れていくためにも、各支部の理事、役員の構成など業態の割合を考慮していくことも大切ですね。

倉片 前回、埼玉で行われた総会に出席した理事以外の方たちに、あとでお話を伺ったら、出なければよかったという声が聞こえてきたんです。自分の居場所がないというか、理事のみなさんに何しに来たんだという顔をされたように感じました。

思うのですが、総会に限らず全国理事会も、せっかく全国六カ所を回って開催しているわけですから、理事でない方も参加できるオプザーバー席のようなものを増やすなどの働きかけができないでし



四国支部長 村上正弘氏



専務理事 金林健史氏



会長 八木駿一郎氏

ようか。もう少し会員の参加意識を高めることを考えていけないと、それこそ毎回同じ顔ぶれだけになってしまいます。

特に総会は全会員が参加できる年一回のイベントです。ただ年間の事業報告、会計報告、計画案、予算案を読み上げて、承認いただけました、はい懇親会というのでは、人を集めるのに無理があると思います。例えば時宜にかなったテーマで講演会やパネルディスカッションを併催するなど工夫をして、まず、今いる会員の方に参加してもらおうようにすることが最も重要だと思えます。せっかくこれだけ支部長さんがいらして、それぞれつながりのある方がたくさんいらつしやるわけでしょうから、会員のみなさんがどうしたら参加してくれるかを考えて、何か手を打っていくべきです。

英 総会の出席率を高めるのはなかなか難しいことですが、例えば大勢の方が集まる見本市などの時期に合わせて開催したり、いろんなやり方があると思えますね。  
 金林 今回の理事会は、普段の五割増しぐらい多くの方に出席いただけましたが、それはやはりみなさんに望むことがあり、おっしゃ

**協会のメリット・協会だからできること**

りたいこと、聞きたいことがあるからこそ、お集まりいただけただと思えます。会長始め運営執行委員の方々と相談しながら意義のある理事会、総会をなんとかして開催していかないといけないと考えております。残念ながら、お伺いできない地域の支部もあります。が、このような企画があるならぜひ参加したいというご意見などありましたら、ぜひご一報ください。

金林 一方、現在、協会の会員数は四百名を割ってしまっていて、今後活動を発展させていくためには新たに会員を増やしていく必要もあります。

村上 今話題に上がった販売員の制度が実現できればまた違ってくるのでしようが、地方の一小売店さんを会員に勧誘しようとしても、会費を払って入会してどんなメリットがあるかを問われると、はっきり説明できないんですね。

英 わざわざ増強せずとも自然に入会してもらえ、何かそういう仕組みづくりが必要ですね。  
 堀川 私は、会員のメリットとは

逆にいうと、入っていないと恥ずかしいと感じてもらえるようになることが大事だと思えます。

協会の支部が中心になって行っている人形感謝祭や供養祭などには、会員でないお店の人形も持ち寄りられますが、そういう行事をしっかりと公に報告することができるとは、入っていない方ではできない。それを恥ずかしいと思うようになってもらえれば、自然と、そのくらいの会費であれば…と考えていただけると思いますが、甘いでしょうか？

佐野 実際に、そういう方に入会を勧めると、いやそのうち考えますよといわれてしまう(笑)。ただ人形を持つてくるだけではないと思うんですけどね。そのお店も関係があるわけですからね。

関 業界には、地方でも協会以外の各種組合があり、名古屋でいえば小売、卸、メーカー、この協会と、四つの団体があります。今はバブルの時代と違って、会費を節約したいから、一番縁の薄い協会のほうを遠慮させてもらおうかという話になってしまったりしなかなか入会していただけない。  
 そのため中部支部においても、一社辞めて一社入ってという一進



九州支部長 佐野均次氏



中国支部長 英義人氏



埼玉支部長 倉片順司氏

一退の状況で、会員数の維持も難しいものがあります。協会が何をやっているのか分かりづらいという声も会員の中から上がっており、もう少し形の見える事業を積極的に推進していただくことが必要だと思います。先のお話の販売員のような制度も、やるならやるで本腰入れて全国の支部長さんにご協力いただきたいながら一年先、二年先を見据えて取り組まなければ。中途半端にやると結局尻すぼみで終わってしまうだけです。

**赤瀬** 業界のこの状況を改善するために、具体的な行動を何か起こさないといけませんね。

**福田** 毎年、協会で一つか二つ、年間の大きなテーマを掲げて、それを各支部に下ろして取り組んではどうでしょうか。例えば「一人ひと飾り」というテーマも、各支部で協力して行動に移せば、より効果が上がると思います。

**金林** 前期の四年間も専務理事を務めてまいりましたが、特に年間目標のテーマなどは定めておらず、起きた事件に対応することで終わってしまいました。前進していくためには、短期計画、長期計画のようなものを立てて取り組んでいくことが必要ですね。八木会長と

話し合い、テーマを決めた協会運営を行っていきたいと思います。英 それから、協会だからできることは何かを整理することも大切ではないでしょうか。

例えば協会で行っている、総理官邸での三月、五月飾りの展示の効果は、協会が表立って呼びかけていないところに起因すると思うんですね。直接、協会が「みなさん人形を飾りましょう」といっても、消費者からすれば、それは自分たちの利益になるからといってただだと思ってしまうでしょう。協会だからこそ、第三者が主催する事業などにアイデアと補助金を提供したりして、後ろから背中を支える形でかわっていく方法が効果的なのではないでしょうか。

**松島** かつて協会ができたころは、物品税撤廃の問題などがあって、その時はみんな必死になって国会議事堂まで行ったりして、それで各社結束したんですよ。今はそこまで切迫した状況ではないし、協会への関心も薄くなりがちです。そんな今、協会に期待したいのは、この節句業界にいい風を吹かせてほしいということ。その風に乗って、各社各店で自助努力ができるきっかけになるものを起こして

ほしいんです。我々業界の商売の核になるのは節句行事の振興、それしかないんですね、昔から。その活動こそを会員のメリットにつなげてほしい。

### 節句振興のために

**八木** 現在、協会ではホームページ（以下HP）のリニューアルを予定していますが、これなども協会が力を注いで行っていくべき重要な節句振興事業の一つだと思います。HPというのはご存知のように日本全国の方が見ているわけで、なかでも協会HPは比較的多くの方にご覧いただいでいて、以前、その数を試算したところ一日約千件ぐらいあるそうです。もちろん節句飾りの購入客となる方ばかりではありませんが、何かしら興味のある方たちがHPにアクセスして情報を得ているわけです。これを積極的に活用していくことは、協会だからこそできる事業の一つだと考えております。

**柿沼** HPといえば最近、各地の市町村などで子育て支援のHPを設けていて、赤ちゃんの成長に従って、この時期にはこういうこと



大阪支部長 赤瀬文丸氏



中部支部長 関博道氏



東京支部長 柿沼正志氏

をするというイベントカレンダーを掲載したりしています。初節句や初正月などについて、意義付けなども含めた情報をそのHPに載せていただける、節句振興につながると思います。

**金林** そうですね。今は親が出産や子育ての疑問を本やインターネットで調べたりすることも多いようですから、そういったHPなどがあれば、掲載してもらえそうな働きかけもしたほうがいいのかも生まれませんね。広報委員長に相談して検討していきたいと思います。

**佐野** 節句の啓蒙活動として、九州支部では学校関係からの見学などに対応していますが、その際、学校側からいろいろな資料を求められることがあります。現在は私たちが準備して対応していますが、特に小学生向けに、A4サイズで三枚程度にまとめた資料のひな型を協会で制作してもらえればと思います。そういった資料は、ご家庭でも子供さんと一緒に読まれますからね。

**金林** そういう資料が協会できているれば、みなさんで共通した内容を発信することができますね。

**福田** 京都のほうでは、京人形商工業協同組合がお願いしていた「京

人形」が、十月末に地域ブランド（地域団体商標制度）として認可を受けることができました。各支部におかれましても、各地の特性を生かして、この地域ブランドの制度などを活用されていくと、全国的な節句の振興につながるのではないかと思います。

それから今年、雑誌社と旅行会社、JR関係も関わり、京都の文化博物館、国立博物館、宝鏡寺、さがの人形の家を会場に「京の雛めぐり」のイベントが行われ、多くの方に来場いただけました。東北や埼玉など各地でもなさっていると思いますが、町ぐるみで人形を民家や店先に飾るのも、地域や節句の振興になると思います。

**松島** 節句人形が衰退していった理由の一つに、人形を飾っても自分の家でしか見ないで、他の人に見せないということもあると思います。地方によっては人形を玄関先や、通りから見える場所に飾ったりする所もありますが、そういう地域ではなかなか根強く節句の観念が残っている。今のお話の「雛めぐり」もそうですが、お節句は見せるものだという意味合いをもっと広げられないだろうかと思っています。

ヨーロッパでもイタリアを中心としてクリスマスにキリスト誕生の人形を飾る風習が盛んで、時期になると買い足してきたものを部屋いっぱい飾って、いろいろな人に見せるんですね。見せて、みんなが褒めてくれるから余計張り合いがあるんですね。

**関** 昔は親戚縁者のみんながケース人形などを下げてお祝いに来たけれど、今は核家族化で兄弟も少ないし、祝いは金一封を送って終わり、内輪だけでほかに誰も見るわけじゃないからと、予算が三十万円あっても半分の十五万円のもので済ませて、残りはほかのことに回されてしまう。人に見せて、素晴らしいおひなさまねといってもらったりすると、その一言で人形を購入した価値や満足感も増すでしょう。そのためにも、業界の外に向かって、もっと伝統行事の価値を世間に発信しなければいけないと思いますよ。

**阿部** 今では少し分少なくなりましたが、東北では親戚を集めて節句飾りを披露してお祝いする風習があり、節句飾りはお嫁さんの実家が用意しますので、娘が肩身の狭い思いをしないようにできるだけ高額なものを買うという風潮が



北陸支部長 堀川善昭氏



静岡支部長 松島 壮氏



京都支部長 福田眞一氏

あります。そういった各地の祝い方や意味合いなどを情報交換し、よその地域の風習を自分の地域に持ち帰って、こういうやり方がありますよと、地道に啓蒙していくようなこともだんだんと必要になってきているのではないかと思います。

また、今、核家族が大変多いですから、孫の日ではないですが、三月三日のひな祭りなども、せめておじいちゃんおばあちゃんを呼んで、孫のお祝いをする日というような、新しいお祝いの仕方を提案できないかと思えます。

**金林** 地域によって節句の風習はだいぶ違いますから、各地の節句事情がもつと分かるようになれば、参考になることも出てくると思います。それを「にんぎょう日本」、または協会のHPなどで掲載してもいいかもしれませんね。

**八木** 北陸や名古屋周辺など商品単価が高い地域はありますし、各地でさまざまな風習があるでしょう。

**堀川** 私どもの所でもそういった風習はありましたが、恋愛結婚が増えるに従って、見合い結婚のように家が見栄を張り合う必要も薄れてきて、お金があってもいらなものはいらないという時代にな

ってきたように感じます。

これから団塊の世代が定年を迎えますが、その世代の女性にお金の使い道を探ねた新聞のアンケート記事によると、間違っても子供や孫には使いたくないという意見が多かった。ひな人形も孫のためという認識では発展しないのではないかと、自分のための人形が欲しくなるような、女の祭りとしてのひな祭りをアピールしていく必要があるのではないかと思います。

**金林** 協会から各報道機関などに配るリリースに、今回、子や孫のためではなく、最近は自分のためのひな人形を買う方が増えてきたという傾向を「マイひな人形」と称して載せたところ、新聞各社などかなりの件数で扱っていただきました。実際にみなさんのお話を伺いすると、この傾向は増えてきていますので、今後も孫のためだけではない人形のあり方をPRしていく予定です。

**関** 中部でも毎年、お客さまのおばあちゃんが、お孫さんの分と同じにご自分の分を購入されるケースがあります。やはり子供時代に家庭で祝ったお節句の思い出が強い方に買っていたらいいと思います。伝統行事、家庭行事として、

お節句で子供さんにかいい思い出を作ってあげられるか、それが次の世代のおひなさまへとつながっていくのだと思います。

**金林** お店に買いに来ていただいた方には販売員の制度などを活用して、きちんとした商品をきちんとした対応で販売することが必要であり、まずその前にお店に来ていただくためには、お話が上がったような啓蒙活動が大切で、節句の過ごし方なども含めて消費者に発信していかないといけないと思います。おじいちゃんおばあちゃんを呼んでお祝いしていただければ、もらったお金の半分で人形を買っていたらバれてしまうわけですから、ちよろまかされてしまうことも少なくなるでしょう(笑)。

まだまだ協会としてできていないこと、できることはたくさんあって、なかなかそれに気が付かなかつたり、手が回らなかつたりという状態ですが、計画を立てて少しずつでもできることからやっていきたいと思えますのでご協力を願います。

**八木** 貴重なご意見ありがとうございます。今後より良い協会運営を心掛けていきたいと思えますので、よろしく願います。



東北支部長 阿部龍太氏