葬儀用品問屋と葬儀の産業化

ある問屋さんのライフヒストリーを通して

山田慎也

Wholesalers of Funeral Accessories and the Industrialization of Funerals : As Seen through the Life Story of a Wholesaler

YAMADA Shinya

❶葬送儀礼と葬儀産業
❷ライフヒストリーと社会との関係
❸葬儀用品問屋になるまで
❹昭和二〇年代の問屋業
❺営業の工夫
❻問屋としての新規事業
❼葬祭業の職祖伝承
❽問屋業以外の活動
❾生涯を見つめて
❿戦後の葬儀用品問屋

【論文要旨】

本稿は、葬儀用品問屋を営んできたある人物のライフヒストリーから、問屋業が成立し、葬儀に関わる業務が次第に産業化していく過程について検討することを目的とする。この人物は問屋として、戦後の葬儀産業形成においてその一翼を担い、今でも関連するさまざまな場で活躍しており、その生涯はそのまま戦後の葬儀産業史の展開と密接に関わっている。特に葬儀が産業化していく過程で、文化の流用が行われ、必要な専門的知識が形成されていき、新たな流通形態を作り出している状況を把握することは、現代の葬送儀礼の理解のためにも必要なことと考える。その際、方法的にはライフヒストリーの手法を取り上げるが、その理由として、都市に住みながら地域を越えて活動をし、また問屋業として葬送儀礼のあり方に大いに影響を及ぼしていることから、地域に必ずしもとらわれない個人的主体性の強い存在の動態を把握するためには、有効なアプローチ法と考えるからである。

❶葬送儀礼と葬儀産業

現在、葬儀は、葬祭業者を利用することがほとんどであり、なかには全体の取り仕切りを依頼しない場合もあるが、それでも葬具や生花など何らかの形で業者が介在している場合が多く、まったく葬祭業者を介さないで行うことはないであろう。つまり葬儀という民俗も、現在では消費経済の中に取り込まれて営まれているのである。

特に第二次世界大戦を経て高度経済成長期以降、さまざまな地域で程度の違いはあれ、葬祭業者が介在するようになってきた。それは単に葬祭業者自体が全国各地で誕生し営業を展開してきただけでなく、それを背後から支える問屋という流通機能の整備と、全国を対象とした葬儀用品メーカーなどが形成したことも大きな要因であり、そうした動向が葬祭業者を介して、間接的に一般の人びとの実践に大きな影響を与えているのである。

特に、従来エリアごとに独立していた問屋業も、第二次大戦以降、全国規模の流通系の問屋が成立し、葬具の流通が大きく変化したことで、各地で既製の葬具類が使用されるようになった。それとともに都市的な葬儀方式が広まり、情報の流通も盛んになり、全国の葬儀の平準化が促進された。また流通の変化は、葬儀用品の産業化を促進し、さまざまな葬儀用品メーカーが成立し、それは顧客としての葬祭業者にも大きな影響を与え、戦後の葬儀慣習が形成されていった。葬儀用品問屋はこうした両者の間に立って、必要な情報をもたらし、また商品を開発するなど、大きな役割を果たしてきた。いまでは業界雑誌[1]などもあり、葬祭業者はさまざまな手段を通して情報を入手できるが、当時は巡ってくる葬儀用品問屋からの情報が頼りであった。

葬儀における一般の人々と葬祭業者との関係については、近年研究の蓄積がみられるようになってきた[2]。なかでも都市の近代化と葬祭業者との関係については、霊柩車の成立を通して近代化の様相を詳細に描き出した研究〔井上　一九八四〕や、葬祭業者や火葬場、霊園といった葬儀プロセスに関与する機関の近代化を指摘した論考〔中牧　一九八四〕、葬祭業者と地域互助の関係の推移を中心に葬儀の変遷について注目した考察〔村上　一九九〇〕、葬祭業者のフィールドワークをもとにしたモノグラフ〔Suzuki　二〇〇〇〕などによって議論が深まり、葬祭業者の役割が次第に明らかになっている。

さらに地方レベルでの多様な展開も指摘されるようになってきた〔山田　一九九五、山田　一九九九、原　一九九九〕。そして葬祭業者の提供する祭壇自体の考察、特に現代多用されている白木祭壇の展開〔山田　一九九六〕や社葬や団体葬における生花祭壇の使用〔山田　二〇〇一〕についての考察も次第に重ねられている。

しかし、葬儀用品問屋の成立については明らかにされることはあまりなかった。だが、葬儀を実践する上で、問屋業者から葬祭業者が仕入れた葬具を使用して葬儀を行い、問屋のもたらした情報も流布していることから、葬儀用品問屋の活動について検討することで、戦後の葬儀の民俗を直接的、間接的に照射することも可能だと考える。

❷ライフヒストリーと社会との関係

ここでは、一九三〇年生まれの天野勲さんという葬儀用品問屋を営んでいる人物の活動の様子を取り上げたい。本稿で扱っているインタビューのテクストは、国立歴史民俗博物館の民俗研究映像制作のなかで[3]、二〇〇四年度に筆者が制作監督した「現代の葬送儀礼」全四本の作品の内の一本「葬儀用品問屋と情報」（ＤＶＤ／ＶＨＳ・カラー・日本語四五分）制作に際して行われたものである。このインタビューは、

二〇〇四年二月三日に長年取引のある祭壇メーカーの末広製作所で行われ、それをもとに本稿を執筆した。[4] ちなみに研究映像の一つである「葬儀用品問屋と情報」は、問屋業としての天野さんが、各地の葬儀用品メーカーや卸先である葬祭業者との日々の交流を通して、葬儀に関わる情報がどのように流通しているかについて焦点を当てた作品である〔山田編　二〇〇七　一二―一三〕。

ところで、日本においてライフヒストリーを社会学的な方法として積極的に取り上げた中野卓は、ライフヒストリー（生活史、個人史）を本人が主体的に捉えた自己の人生の歴史を、調査者の協力の下に本人が口述、あるいは記述した作品であると指摘している〔中野　一九九五　一九一〕。そして個人史の場合、本人が自己の現実の人生を想起し述べているライフヒストリーに、本人の内面からみた現実の主体的把握を重視しつつ、研究者が近現代の社会史と照合し位置づけ、註記を添え、ライフヒストリーに仕上げるとして、ライフヒストリーをフィクションとする立場を否定する〔中野　一九九五　一九二〕。

つまりライフヒストリー研究は、個人をフィールドとしながらも、その社会との関わりの中でその歴史を再認識しようとしているものである〔佐藤　一九九五　一九―二〇〕。そこで都市の祭礼を中心に、都市における「個」の存在に注目し、関係を主体的に形成していく人々の様子について、ライフヒストリーアプローチを通した中野紀和の論考などもある〔中野　二〇〇七〕。

よって本稿の場合も、東京という流通や情報の中心的である都市に居住し、問屋業という地域に根ざさない広範囲の業務に携わり、さまざまな個々人や諸団体と関係を保持する人物を検討する場合には、ライフヒストリーによる調査研究は有効な手段の一つであると考える。

❸葬儀用品問屋になるまで

ここで取り上げる天野勲さんは、長年にわたって葬儀用品問屋の業務を続けるだけでなく、業務の枠を超えて関連する人々とさまざまな交流がある。とくに、葬儀業界の若手の育成の重視し、幅広い活動をしている。まずは生い立ちから検討してみたい。

① 少年時代

天野さんは一九三〇年、東京都文京区にて、鈴木忠平さん、きくさん夫妻の次男として生まれた。しかし、三歳の時に実母のきくさんが亡くなり、鈴木家の親戚で子供のいない天野清さん、亀子さん夫妻の養子となった。天野清さんは山梨県甲府市で、五人の職人をつかって料理や寿司、菓子などの折箱の製造業を営んでいたという。

しかし一九四五年、天野さんにとって人生を大きく変えた、いや日本全体の人々の運命が大きく変わった第二次世界大戦の影響を受けることになる。これについて天野さんは以下のように述べている。

（天）　私は、祭壇道具販売ということよりも、なんで葬儀業界に入って、それを天職にしちゃったのか。

（山）　何で、ですか。

（天）　やはり僕が思うには、一四歳の時に養母のお葬式をやって喪主になったこと。

（山）　養母と言いますと、天野さん養子になられた。

（天）　鈴木の家から養子に出て、天野の家に行って、天野の両親が空襲で亡くなって、その時に私が喪主になって、田舎で葬列して、位牌をもって葬列したのを覚えている。「にっそう」に入る前に、お葬式は四人位

したかな。身内のね。両親、親父の方はともかくとしてずうと考えると多いね。

天野さんの育った甲府は、一九四五年七月六日から七日にかけ大規模な空襲を受けた。そこで養父、天野清さんは空襲によって即死し、葬儀すら行うことはできなかった。腕をなくすほどの大怪我をしても、かろうじて助かった養母の亀子さんもまた破傷風のため、終戦まもない八月二八日に亡くなり、わずか一四才の天野さんが喪主として葬儀を出した。こうして養父母のほかにも若いながらさまざまな人の葬儀を出すことになった。現在、天野さんは、この戦災における異常な死の体験を、以後の葬儀用品問屋への道に入りそれを天職と見なすようになる要因として捉えていることがわかる。

養父母の死去の後、養母亀子さんの母親のもとで旧制中学の五年間を終え、東京にいる実父鈴木忠平さんの母親の家で暮らして新制高校を一年だけ通った。その後、いよいよ葬儀産業に携わるようになる。直接的な要因としては、実父の存在が大きかったのである。

②　葬儀用品問屋にっそうの成立と入社

高校を卒業した後、明治大学の二部に通学しながら、まず葬儀社のアルバイトをしたのが、葬儀業界との接触の始まりであった。しかし実父の鈴木忠平さんは、大手デパートの高島屋に就職するよう配置先まで決めてきたが、天野さんはその仕事が気に入らず断ってしまった。そこで実父が株主であった葬儀関連の繊維メーカーの丸喜株式会社に入社したのである。

（山）　葬儀の仕事を始めたきっかけは

（天）　東京へ戻ってきて、アルバイトをして、それが葬儀屋さんだった。

（山）　何歳のときですか

（天）　一九歳です。その時、まったくの素人が祭壇の所へ行って手に触れた、何にも知らないのに道具の名称を覚えさせられた。意識して覚えたんじゃなく、珍しいから自然に頭の中に入った。業界の第一歩かな。それから、夜学へ入って、親父の関係で勤めたのが、「丸喜」さん、丸喜さんが東京へ進出して葬儀用品の卸をやっていた。それが、業界に入ったきっかけ。

（山）　会社に入ったのは、何歳。

（天）　二〇歳だと思う。入って一年も経たないうちに会社（丸喜の東京支店）を畳んで京都へ戻っちゃたんだ。それで、うちの親父が買い取って「（東京）にっそう」として創めたのが本格的に始める基礎になった。

（山）　二二歳。

（天）　二二歳でしょうね。明治（大学）へ入っていて、学生帽被って営業に回った。

（山）　二足の草鞋ですか。

（天）　そうです、夜学でしたから。その内に東京だけでは物足りなくて。その前に、自転車で。川崎・横浜・立川・大宮を自転車でもって回ったんですからね。今、考えられないね。

天野さんは当初、東京の葬儀社でアルバイトをした。これは実父の知り合いの葬儀社であった。そこで働いているうちに、祭壇道具が珍しく、興味を持ってさまざまな名称を覚えたという。そうした点で葬儀に対する関心が当時からあったのがうかがえる。

天野さんによると、実父鈴木忠平さんは、戦前より繊維統制組合の人絹関係の理事長をやっていたといい、その関係で繊維関連の葬儀用品の業者とも知己であった。

ところで、戦時下においては、統制経済によって繊維製品もまた

政府の統制下に置かれ、一九四二年衣料切符制が実施された〔平峯　一九四三　三三三―三三五〕。そのなかで経帷子、祭壇用布、骨袋用に用いるものは「葬祭用具用布」として、業務用衣料品購入票の制度を用い、業務用の割り当てをはかったのである〔平峯　一九四三　三六〇―三六四〕。こうした統制の中で鈴木忠平さんは関与していたものと考えられる。

鈴木忠平さんは、戦後には、葬儀用品問屋である京都の丸喜株式会社の株主であった。[5] 丸喜株式会社は大正一〇年（一九二一）に創業、昭和一五年に会社として設立されている。そこで丸喜の株主として、東京支店開設に関わることになった。しかしその後一年で東京支店を閉鎖したので、その支店を買い取り、新たに「日本葬祭用品株式会社」を設立した。天野さんはその関係からまず丸喜の東京支店に入社することになった。

（山）　にっそうが創立は何年ですか。

（天）　昭和二七年

（山）　昭和二七年

（天）　昭和二六年に丸喜さんが撤退しまして、昭和二七年に東京にっそう（日本葬祭用品株式会社）として独立しました。丸喜さんとにっそうさんと分かれたと言うか、複雑だった。どっちがどっちか解らない。そこのところ、あいまいにしていた。何年まで、丸喜で何年からにっそうだか、会社の創立が何年何月だと思うけど、仕事としては、あれですから。

（山）　天野さんとしては、仕事は続いていた。

（天）　取引先も同じですから。仕入先の同じですからね。全く変わらないから、一線を引く事はできない。

天野さんは、会社が丸喜から日本葬祭用品株式会社に変わっても、実質的に実父が経営していたため、変わりなく営業をしていることがわかる。さらに東京近郊は自転車で営業しているのであった。これも以下にみられるように、取り扱う葬具の種類が今とは異なっていたからであった。

ちなみに当初、日本葬祭用品株式会社という社名だったが、しばらくすると社員の中から、会社名に「葬」という文字があるのはあまりよくないと言う意見があったという。そこで、略称をそのままひらがなにして社名を「にっそう」にした。民俗学では、かつて井之口章次が初の単著を出版する際、題名を『日本の葬式』にしようと師の柳田国男にいったところ、「君、葬という字には、死が入っているんだよ。」といわれ、『仏教以前』に変えたという〔井之口　一九七七（一九六五）　i―iii〕。そうした時代感覚をうかがわせるものである。

❹昭和二〇年代の問屋業

①　附属卸

ここでは昭和二〇年代の問屋業の様子についてみていきたい。当時の問屋は今の業務内容とは異なることがわかる。

（山）　当時は、どんな荷物を積んで。

（天）　まだまだ、細かい物しか。祭壇道具とかじゃなくて、仏壇用の道具とか、（葬儀の）消耗品。消耗品を総じて我々の業界で、小物屋やさん。

（山）　当時は問屋と言っても、小物屋さんとしての問屋さん。

（天）　そうです。小物屋さんとしての問屋でしょうね。だから、我々は小物屋さんと言う。小物屋さんを今考えると、荒物雑貨からきた小物じゃないかと。おそらく、生活用品の細かいものを扱っていたところで、葬

儀用品も扱っていて、葬儀用品の商いが独立して小物屋さんとなった。葬儀用品なんて言葉はない。

（山）　小物屋さんの時、どんな商品を。

（天）　位牌と数珠と、位牌は消耗品じゃない失礼。帷子と足袋と菅笠（編笠）と草履と、要するに納棺用品。位牌は消耗しないんですよ。

（山）　白木の場合は

（天）　いつかは消耗しますけど。僕は、消耗品の中に最初入れなかったんですよ。位牌と言うのは四十九日とか、下手すると百ヶ日とか置いときますよね。納棺用品は土葬なり火葬なりすぐ消耗する。おそらく小物って言うとそんなところじゃないですか。小物の中に、食の方もあえて入っていたんじゃないかと思う。扱っている歴史から見ると八百屋さん、呉服屋さん、食料品屋さん、菓子屋さん。全てが葬儀用品の原点。葬送文化の原点は葬儀にあり。

（山）　丸喜さんも小物を扱っていたんですか、初期は。

（天）　初期は、この業界に入る前は、金襴のお守袋とか金襴の打敷、仏壇の打敷とか金襴用品のメーカーだったらしい。

（山）　葬儀ではなかった。

（天）　そうです。葬儀のきっかけになったのは、外地で亡くなった兵隊さんのお骨を納めるのに骨箱にかける覆い、繊維製品、それを丸喜さんが受けたらしいですよ。それから、葬儀のほうに入ったんじゃないかと。

（東京）　にっそうも厚生省から骨箱を何百個だか、何千個収めたことがある。

（山）　にっそうとして。

（天）　（東京）にっそうとして。其の時は、骨箱じゃないですよね。骨箱じゃなく風呂敷。

（山）　白ですか。

（天）　白。

（山）　化繊なんですか。人絹。

（天）　人絹。それが、昭和二四、二五年。昭和二〇年が敗戦でしょう、戦後処理なんかやったりして厳選されて、運ばれてきたのが昭和二四、二五年じゃないかと思う。それが、五年位つづいたかな。

ここに戦争前後の東京の葬儀用品問屋の様子を窺うことができる。天野さんのいうように、当時の問屋は祭壇道具ではなく、仏壇の道具や消耗品を扱っていたという。それは柩などの木製品は葬儀社自身が作っていることが多く、自作できない数珠や経帷子、金襴、香炉や骨壺などの陶磁器などを中心に取り扱っていた〔山田　一九九六　三四〕。

それは昭和九年の東京の葬儀組合の組合名簿である『東京葬祭具営業組合規則及組合員名簿』の資料からも、その様子をうかがうことができる。その名簿によれば、「附属卸」の業者としていくつかの問屋が登場している。例えば旧神田区の「藤屋附属品卸商　堀藤」、旧下谷区の「附属卸　立花商店」、「附属品卸

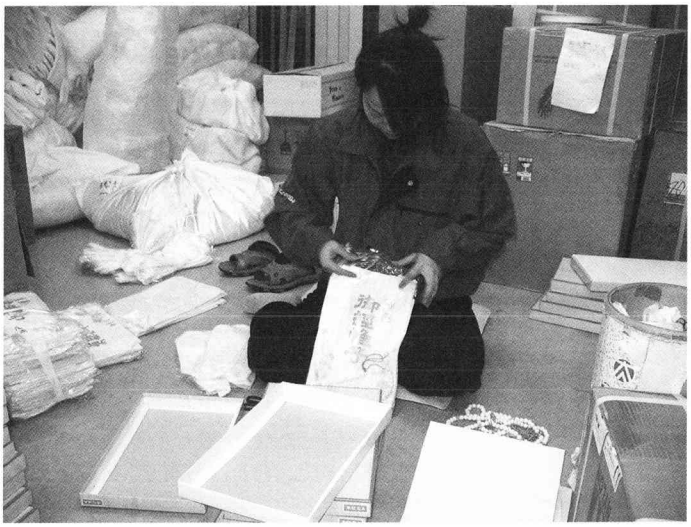


写真1　製造された仏衣をつめあわせている
（福井市　株式会社イガラシ）

萩原商店」、旧本所区「藤屋附属品卸部　関口武三郎」があり、名簿附属の広告にも旧浅草区に「葬祭具附属品卸商　島田大吉商店」とある。こうした当時の表記は問屋業を「附属品卸」といっていたことから、当時の問屋の位置づけがわかる。ちなみに附属卸萩原商店は現在の葬儀用品問屋「株式会社萩原」の母体であり、さらにその前身は栃木の陶器商であったという。(6)

天野さんが最初に勤めた丸喜株式会社は、京都西陣に本社があり、金襴のお守袋とか金襴の打敷、仏壇の打敷とか金襴用品のメーカーであった。それで遺骨の骨覆いなどの販売から現在では総合葬儀用品問屋となっていったことがわかる。

また当時の輸送機関が自転車が中心であったことも、小物中心の問屋業で業務が成り立っていたことがうかがえる。

② 布掛け祭壇

(山) 祭壇を始めたのはいつぐらいなんですか。

(天) (昭和)二八、二九年

(山) にっそうが始まってすぐ祭壇のほうに。

(天) 祭壇と言っても、今の近代的じゃなく、要するに、脚を組んだ机の上に布を掛けて、

(山) 白ですか。

(天) 白い布。その頃は、平気でやったけれど、私は、祭壇と言う名称がおかしいと思う。

(山) 当時は、なんといってたんですか。

(天) なんって言ったろう。祭壇という言葉じゃなく、二段机・三段机。

(山) 机といってたんですか。

(天) ええ、

(山) トータルで言葉はなくて、位牌堂とか、それぞれの道具の名前で。

(天) 布掛け、布掛けの壇。何時から祭壇と言う言葉に成ったのか定かじゃない。祭りをするから祭壇なのかも知れないけど。

(山) 戦前の記録では、二段飾り、三段飾りと言う言葉が出てきます。

(天) 僕らも使ってました、二段飾り、三段飾り。

(山) 祭壇と言う言葉は一般的では無かった。

(天) おそらく祭壇と言う言葉になったのは、白木の段を作るようになってから、それから、祭壇掛けと言う言葉が後から出てきてるんじゃないかな。

(山) 祭壇掛けとは。

(天) 金襴の祭壇掛けとか。

ここでは祭壇の成立について語られている。祭壇は、にっそうの中心的な商品として取り扱われており、戦後の葬儀業界においても大きな影響を与えてきたものである。

まず、戦前からの祭壇の様子が白布祭壇であったことがわかる。戦前の祭壇は天野さんも指摘するように机に白布を掛けてさまざまな諸道具を並べるものであった〔山田　一九九六　三四―三六〕。こうした白布祭壇は、例えば一九三九年の東京都葬祭具商業組合の『飾付見本帳』においてもみてとることができる。(7) 見本帳では、「仏式葬儀之部」が第一号から第拾壱号まで、一段飾りが一種、二段飾りが一種、三段飾りが三種、四段飾りが三種、五段飾りが三種の合計一一種類の白布の祭壇掲載されており、昭和九年当時すでに白布祭壇が主流であった。

祭壇という用語については、一応『飾付写真帖』では、目次のところで「『参考』木製祭壇」と記載されており、すでに用語としては成立していたことがわかる。しかしその目次で示されているページを見ると、その写真のキャプションは「【参考】木製飾付」となっており、かなら

ずしも祭壇という用語が統一的に使用されているわけではない。他のページの写真でも例えば「並三檀飾付」などと表示され、その内訳では「並三段飾」となっており、いまほど「祭壇」という用語が流布していないことを、天野さんはいっているものと考えられる。

こうした白布祭壇が第二次大戦後も使用されており、そこに工夫を加えて発売したのが金襴祭壇である。それは以下の話からわかる。

（山）白布の祭壇からどうのように変わっていくんですか。

（天）白布だけでは価値がない。何かいい方法はないかな。金襴緞子を使ったらどうだろうかと。金襴緞子は非常に高級なものと考えられていたから、使いきれなかった。それで、いろいろ考えて、前だけ金襴にして、上板のところは、黒い布でやるとか。半分で済むから。それが、結局、幕板の原型じゃないかと思う。

（山）見える部分だけ金襴

（天）見える部分だけ彫刻にするとか、いったふうなことだと思う。ところが、聞くところによると、高級なお葬式の場合は、段をリースで使っていたと聞いている。一般的なのもは布掛けで、それが金襴になって高級感を出すために。高級感が飽きてきて彫刻になった。高級感、高級感で板の所まで金襴にしたのは、かなり後だね。ずうと布だったね、何故かというと使いやすいのね。金襴より普通の布の方が、扱いやすい。とこが、僕らが仕事をやっていて、少しでもよい金額のものを売りたいと思うと、全部金襴にした方がよいと言って、昔の布掛けじゃないけど、大きい金襴を作って掛けてやった。そのうち、それを棺にも掛けようじゃないかと。

（山）棺は当時掛けてなかったんですか。

（天）最初は、掛けてなかったですね。

（山）白い布とか掛けてたんですか。

（天）何も掛けてなかったと思ったね。ご存知のとうり、一番上に置いてあったでしょう。

（山）棺は。

（天）布を掛けるとかすることなかったわけよ。見えないんだから。見えても、なるべく半分ぐらい、棺によってだと思うけどね。後は、奥っていうのがあって奥に入れちゃうじゃない。

（山）見せる必要が無い。

（天）奥の場合は、棺掛け要らないよね。そういう流れは、我々が考えて、葬儀屋さん勧めたのか葬儀屋さんの要望があって、我々が作ったのか。五分五分ってことじゃないですかね。

（山）金襴の祭壇は売れたんですか。

（天）売れましたね。今で言えば、ハイカラなんですよ。高級感がある。そのころは、西陣織の金襴ということで高級なイメージで売ってました。

（山）他社の問屋さんの反応は。

（天）他社の問屋のことは、考えなくて、自分のところだけで手いっぱいでした。他所が何を売ろうとか何をしようとか。自分のところが作ったものをですら真似して作っていると、そういう状況が強かった。自分で言うのもおかしいですが、にっそうさんは、昔の言葉で進取の気性に富んでいる。富んでいましたね。何でも進んで新しいものをやろうと。

戦後の白布から金襴祭壇については、従来の祭壇からより高級感を出すための付加価値を出そうとして行われていたいたことがわかる。白布祭壇から金襴祭壇への流れは以後全国的に普及していった。

例えば、東京二三区民が安価で葬儀ができるように、都が「特別区区民運営協議会」という団体を作って葬祭業者と協議して料金設定をしている「区民葬」という制度がある。そこでは「A金襴四段飾り」、「B

白布三段飾り」、「C白布二段飾り」の三種類があり〔横山　一九八九三五〕、金襴祭壇が白布祭壇よりも高級であることがうかがえる。

こうした金襴の使用は、にっそうの前身が丸喜という金襴などの繊維メーカーであったことも関係していると考えられる。だが金襴は高級なものであり、白布のようにふんだんに使うことはコスト的に無理であったため、正面の見える部分だけは金襴にして、平面の棚の部分は黒布を使っていた。これも金襴祭壇が珍しくなった現代においては貴重な逸話である。こうした流れの中で、さらにさまざまな祭壇の開発が行われたいった。

❺営業の工夫

① 営業の仕方

(山)「にっそう」は実のおとうさんがやってらしたんですか。

(天) そうです。実質的には経営者は。

(山) その後、「にっそう」の幹部だったんですか。

(天) 役職はね、「株式会社　東京にっそう」の言った事ないけど、常務かなんかだと思うよ。

(山) 二二、二三（歳）で

(天) 二三、二四（歳）で、たぶん。だって、ワンマン社長で作ったから。

(山) 社員は、何人ぐらい。

(天) 会社発足の時は五人かな、

(山) 会社発足の時、当時としては、葬儀問屋としては大きいほうですか。

(天) 大きいでしょね、みんな「さんちゃん」企業だったからね。

(山) 問屋さんでも、そういう。

(天) そうそう、丸喜さんは、知らないけどね。東京としては、大きい方。一番多い時は、外の職人を入れたら、昭和三〇年位の時は、五〇人位居たのかな。そんなところでしょうかね。

(天) 自分で自分で回って、開拓して遣っていたって言うのは非常に、財産ですよね。

(山) いろんな、出会いは。

(天) ありました。考えてみれば、今より交通の便が悪い時代ですからね。何しろ、電車で行かなければいけないですからね。夜行使って、一番つらい思いしたのは、青森から東京まで夜行で一昼夜半。

(山) それは、売りにいくんですか。荷物も持っていくんですか。

(天) 電車で持っていくんですよ。金襴なんか、五～六本担いで。

(山) 金襴は幅で言えば、一メートル以上有りますよね。

(天) 長さで言えば、一メートルないよ、二尺三寸。一〇メートル巻いてある、それを、五～六本持って担いで行くんですよ。行商だよね。二軒ぐらいで、ほとんど売れちゃうからね。物が無い時代ですから。

(山) 昭和二〇年代の終わりぐらい。

(天) 今度は、途中で売らないで、お宅へ持ってきますって、約束する訳だ。特に、岩手県が売れましたね。どういう訳か解んないけど。

(山) 葬具屋さんに売れた。

(天) 葬具屋さんとか仏具屋さん、呉服屋さんとか。

(山) メートルで売るわけですか。

(天) その頃は、尺。丸々買う家もありましたけどね。

(山) 位牌とか、そういう物はどうでした。

(天) そういう物は、もって歩かないもの。

(山) それは、送っちゃうんですか。

(天) うん。

(山) 金襴だけは、持って歩くんですか。

（天）　それはね、金襴だけは、見ないとね。色もあるし、柄のあるし、形は解っても、色もあるし、やっぱ、金襴は色でしょうね。

（山）　色を見て、実物を見て売った。

（天）　あの頃は、苦しかったけど、良く売れたから楽しかったかな。

（山）　全国を売り歩いたのは、天野さんだけだったんですか、にっそうでは。

（天）　にっそうの息子だから、新しい所へ行く時は、僕が、最初に行く訳だ。

（山）　新規開拓。

（天）　失敗しても、しなくても、製品あがっての、あがらなくても、家のものだから、文句を言う人がいなかった。ところが、非常に評判が良くてね。後で行った人が、みんな「天野さんの後は嫌だな」ぐらい、だったんだ。

（山）　ずっと、行脚がつづく訳ですか

にっそうの社長は実父の鈴木忠平さんであったので、その子息として天野さんは若い頃から重要なポストを占めていた。また当時の問屋自体も現在のような大規模なものではないことがわかる。それでも最盛期には、外部の職人を含め五〇人程いたという。

また営業はおもに新規開拓を担当していた。これは社長の子息ゆえに失敗が許されることが新規開拓担当であったことも興味深い。その際には金襴を担いで売っていたことがわかる。金襴自体が貴重であり反物として売らず、切り売りであり、また実物を見ないと売れないことがおもな理由であったというが、これも商品の特徴ゆえのことである。

東北、特に岩手県で金襴が多く売れたことが指摘されているが、岩手県の宮古市とその周辺では、葬儀や法事には木製の段に金襴を掛けて位牌や供物を並べている〔山田　一九九四　五〇五〕。こうした地域は他にも新潟県の佐渡市[8]や秋田県〔大坂一九八五　一二二―一二六〕などがある。また青森県などでは地蔵の袈裟や、センダクといってオシラサマにかぶせたりもするので、これらの慣習も東北での金襴の需要の要因としてあげられよう。

②　営業時のファッション

当時の営業のファッションが、後に定番のファッションとして固定するようになり、天野さんの特徴となっていく。

（天）　学制服で回っていたのがね、背広着たらね「出世したな」って言われた。卒業したら背広になるじゃない。学生帽がソフトになるじゃない。

（山）　当時から、帽子をかぶってたんですか。

（天）　二五、二六歳からね、僕は浪人してたんだけど、卒業したのが二六歳位じゃないかね。二七、二八歳から黒いソフトをかぶってね。

（山）　その頃は、御髪はあったんですか。

（天）　ありましたね。秋田行ったときにね、ソフトかぶってたのよ、そのソフトがね風でもってヒューと舞っちゃってね、屋根の上に行っちゃたんだよ。あの時は、困ったよ。少し経ったら風が吹いて落ちてきてな、その頃から、ソフトかぶってた。ベレー帽かぶりだしたのは、三五歳位。

（山）　何か、経緯があったんですか。

（天）　凄い経緯が有ったんですよ。田舎に行ってヤクザに間違えられたんですよ。黒いソフト・黒い背広着て、黒い靴はいて田舎行ってごらん。一回バー行ったんだよ、誰も寄ってこないんだよ。僕の周りに。面白くて、また、行ったんだよ、そしたら、バーテンダーが「お客様は、どちらの方ですか」「何で」「先月来られた時に、店の者や、お客さんが何屋さん」だって言ったって。おそらく、お客さんが、ヤクザと思った

んじゃないかな、と言う事があって。ベレー帽になる前に登山帽にしたな、それから、ベレー帽のなったのかな。その、ベレー帽のきっかけが茂登山（正雄）さんかな。

（山）「お葬式」のモデルになった。

（天）今は、居ないけどね。

（山）今は、亡き。

（天）だと思うんだよ、僕は。茂登山さんが、業界の第一の子分だって。子分も何も、他にかぶってる人いないもん。

（山）居ないんですか。

（天）居るんだよ、一人。居たのよ、僕より古いのが、葬儀屋さんだったの、居たね。八田仏具店ていう、こないだ亡くなった「ういっちゃん（八田宇一さん）」こないだまで社長だったの、それが、早稲田の演劇部にいて、にっそうに勤めた時に、ベレー帽をかぶっていた訳よ。彼は、学生でも演劇部やっていてベレー帽かぶっているのは、当然だと。業界でおかしいと言う考え方じゃないわけだ。それが、一番先かな。僕が知ってるベレー帽はね。で、ベレー帽かぶった問屋さんだね。

（山）かなり、インパクトあったでしょう。普通の格好じゃなかった訳ですよね。営業歩くときに。

（天）オシャレでもあったしね。

（山）今も、十分。

（天）黒いソフト・黒い背広着て、黒い靴はいて、眼鏡でも掛けてさ、歩いてごらんよ、そら、怖いですね。葬儀用品の卸やってるなんて誰も思いませんよね。今でも、ベレー帽かぶってるから、そう思う人は少ないと思うよ。

現在も天野さんはベレー帽を愛用しており、トレードマークともなっている。一九六九年に刊行された最古の葬儀業界紙である『祭典新聞』では、「べれえあまの」というペンネームで葬儀に関わるさまざまなエッセイを二〇〇一年まで連載していた。

こうしたベレー帽の愛用者が、神奈川県湯河原の葬儀社、有限会社茂登山商店の先代社長であった故茂登山正雄さんであった。茂登山さんは映画監督でもあり俳優でもあった故伊丹十三と知り合いであり、映画「お葬式」の葬儀屋海老原役をやった故江戸家猫八のモデルとなった人物である。たしかに生前茂登山さんはベレー帽を愛用していた。それは礼服を着ていてもすぐわかるようにするためであったということを生前筆者も聞いていた。またエナメルの靴と番傘も用いていたが、これは他の人の靴や傘とすぐ見わけがつくようにとのことであった〔伊丹　一九八五一　七九〕。

その他にも八戸の八田仏具店の八田宇一さんがベレー帽をかぶっていたために影響されたという。こうした特徴ある装いが業界でも有名になっていった一つの要因でもあった。

❻問屋としての新規事業

にっそうは、次々と従来の問屋がやらなかったことを行ったことで、全国規模の問屋として戦後有名になり、祭壇などの流行を作り出し、戦後の葬具の形式を作り上げていったのである。

①　業界初のカタログ

従来の販売方法を大きく変えていくことで全国規模の業者となっていった。

（天）ただね、一つだけ自慢できるのは、自画自賛だけど、にっそうにいるときに年賀状、頭の中で、五〇〇、六〇〇枚住所録見ないで全部書

いたもんね。北海道から九州までね。
（山）頭の中に全部入っている。
（天）入っていたんだね。八〇〇枚までいったかどうか。葬儀屋さんって言うのは特殊なんですよ商売が。だから、何々町、たとえば、山田葬儀社とか天野葬儀店とかって書けば行く訳よ。何軒も無いから。
（山）番地が要らない。
（天）番地が要らない。ただし、その町にどうゆうお店の名前があったと言う事を覚えているだけでも。
（山）財産ですね。
（天）八〇〇軒というのは凄いよ。今は、歳とって忘れたけれども九州の川内、東北の仙台とかね。
（山）八〇〇軒というのは、全部、回っていたんですか。
（天）回ってない。通信取引。今で言う通信取引。にっそうの名前を知っていて手紙を出すと、カタログを出したと言う。
（山）カタログというのは、当時珍しかったんですか。
（天）珍しい、珍しい、業界じゃ初めてですよ。今、仏壇屋さんとか一杯あるけど、葬儀業界じゃカタログなんて要らない時代だったからね。
（山）その前まで、どういう売り方をしてたんですか。
（天）自転車に積んでって見せたり。むこうの要望がこんなの無いかっていうと「はいよ」って。
（山）口頭で
（天）現物取引。
（山）カタログを作って全国へ。
（天）全国へ配りました。おそらくね。
（山）取引の無い所へもですか。
（天）名簿のわかる所へね。まだ、組合のできてない。
（山）反響はどうだったんですか。売上は伸びたんですか。
（天）伸びたんでしょうね、たぶん。九州まで品物を送った記憶があるんです。
（山）それまでは、商圏は狭かったんですか。
（天）話は戻るけど、丸喜さんの姉妹会社みたいなもんでしょう。一応、不可侵協約は結んでいたつもりなのよ。丸喜の地盤、にっそうの地盤。にっそうは東京から北と、箱根を越えちゃいけないよと。言い方はね。そういうふうな。
（山）営業範囲は、関東以北と。
（天）今でも、関東以北の方が、名は知れてますけどね。
（山）天野さん、カタログっていうのはいつぐらいだったんですか、作ったの。
（天）さあ明確なのは覚えてないんだよな。昭和三〇年の前半、三四、五年かな。
（山）そのころだと祭壇のあと。
（天）移っていた頃ね、ただし幕板まで移ってないと思うんだよ。その頃。

こうした業界初の葬儀のカタログを全国に販売した

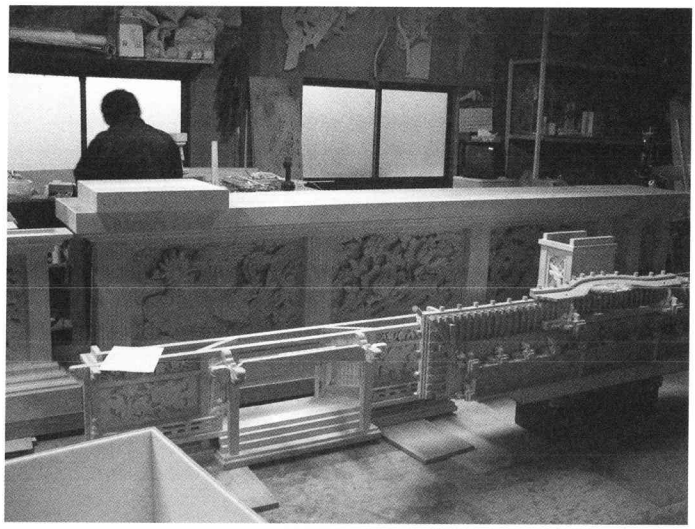


写真2　祭壇の製作の様子（春日部市　株式会社末広製作所）

ことによって、にっそうが全国規模の葬儀用品問屋になっていったことがうかがえる〔天野　一九九三　四三〕。それは年賀状という年中行事的な営業とも結びついていた。このカタログ販売によって、全国の葬祭業者が祭壇を仕入れるようになっていった。「葬儀用品問屋と情報」の映像の中でも扱っているが、山梨県鰍沢町の総合葬祭河野でもにっそうと通信取引を行い、河野さんのほうでも東京御徒町のにっそうまで仕入れにいったことがある。

つまり葬儀社の側では、地方ごとに行っていた葬儀に、東京からの祭壇などが入ってくるようになり、それを飾ることでしだいに告別式的な儀礼様式も同時に普及するようになっていく。

葬儀祭壇は東京近郊だけでなく、全国において葬儀社が仕入れるようになっていった。そして祭壇がないと葬儀ができないという感覚も作り出していったのである。そのためには常に売れるための祭壇の開発が問屋としては重要になるのであった。

②　あらたな葬具の開発

（山）　聞くとこによると、棺かくしっていうものを開発したのもにっそうだとも。

（天）　まあ、開発というか、ねぇ、創作というか。それはにっそうに違いない。

（山）　それはどうゆうアイデアだったんですか。

（天）　それは単純明解でね。一番上がさみしいな、棺が全部見えないほうがいいな、ということでしょう。それだけ。

（山）　まさに棺かくし。

（天）　棺かくし。今、輿というのは棺が全部入んなきゃ輿になんないわけ。

（山）　運ぶものを輿。

（天）　ところが今は飾り。運ぶもんじゃない。それになってしまったのだから。私はいつでもこれはかくしではないんだよ。棺をかくすんだよ。なぜって前は向こうに棺があったんだから。なんで前にきたの？って。便宜上ということになるんだけども。結局魂というのは一番奥にあって、という風な考え方でいくと一番後ろに置かなきゃいかないわけだ。その代わり大事な所を隠すということから棺かくしという名前なんだけど、棺なんだから棺かくしって語呂が悪いから。

（山）　棺かくし。

（天）　（うなずく）前には棺前って言う人も。棺前飾りでもいいわけ。最初は棺前飾りって言ってたと思うけどそれがそのうち棺かくしになったと思うけど。そこんところが定かじゃないんだ。

（山）　棺かくしはいつぐらいにできたんですか。

（天）　それが三〇年代。

（山）　カタログの頃に。

（天）　そうそう。おそらくそういうものを作った。竜頭とか新しい製品を創作した時点で、「よし、これはいいじゃないか！」って、作ったわけだ。それまでは作るほどのものがなかった訳でしょ。

（山）　要するに昔、戦前からあるものでね。

カタログの製作と新製品の開発は表裏一体であったことがこれらのことからわかる。祭壇における大きな転換点はこの棺かくしの誕生である。昭和初期には柩は輿に入れることもあったが、戦後になると棺を輿に入れることはなく、棺を直接安置するようになった。その前には位牌堂が置かれるだけであり、柩が直接見えてしまうため、従来の輿に代わる物として開発された。

しかし輿は柩のすべてを覆うのに対して、棺かくしはまさに正面を隠すだけであった。そうした新規開発の祭壇道具は、新しいものなので付

加価値を持って葬儀社に広がっていった。業者によっては「棺前飾り」ともいっており、丸喜の祭壇のカタログには、「飾輿、棺前飾」として紹介されている〔丸喜　一九九三〕。

また天野さんが一時独立して「天野勲商店」として営業していた、一九六九年のパンフレットには、金襴祭壇のセットが紹介されている（資料1）。そのなかで「五段祭壇一式」として筆頭に「棺かくし（飾輿）普通品」として項目があげられており、この個別オプションとして「飾輿（中）ケイコー灯付」も記載されている。この資料から、昭和四〇年代には飾輿、棺かくしなどといわれていたことがわかる。さらに半輿ということもあり、それに対して柩を納めることができる輿を「本輿」というようにもなっていた〔山田　一九九六　三七―三八〕。

こうして棺かくしは、以後祭壇の中心として次第に豪華になり宮殿化していった。それに伴い祭壇になくてはならない重要な道具として見なされるようになり、棺かくしのない祭壇は使用されなくなっていった〔山田　一九九六　三八―四〇〕。さらに従来、最上段には特に何も置かなかった神道祭壇なども、このような変化から仏式とは意匠を変えた棺かくしが使用されるようになっていくなど、戦後の祭壇の形態に大きな影響を与えたのであった。

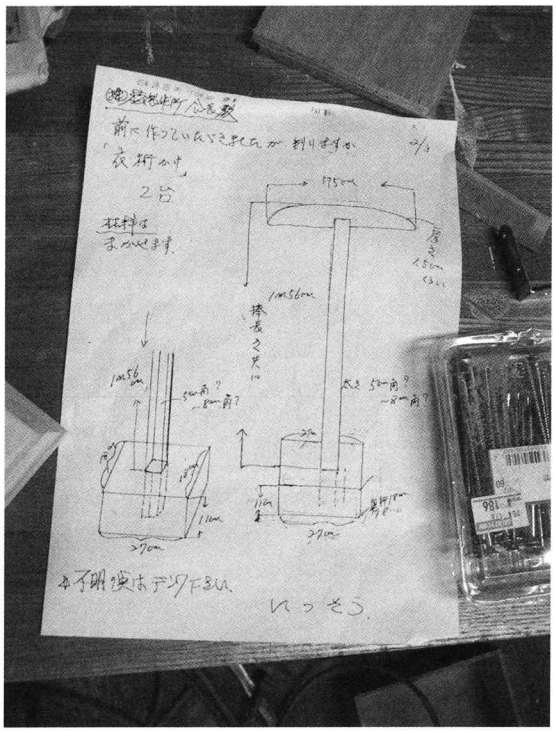


写真3　天野さんからの葬具の製作依頼

③　祭壇道具と民俗の流用

（天）　位牌堂、春日灯籠、六灯灯籠とお膳となんとかだったらどこでもあるけども、

（山）　そうすると例えば今の龍灯というのも、にっそうで。

（天）　そうそう、その頃。

（山）　モデルになった、葬列の龍頭とか。

（天）　そうそう。

（山）　あと、どんなものがあったんですか、当時。

（天）　六灯立に火袋を作ったりね。

（山）　あっ、六灯に火袋。今では当たり前ですけどね。

（天）　六灯の前に彫刻はったりね。高欄に火袋付けたりね。欄干はあった昔から。これはお寺のやる道具。これ本当は六丁で六灯立ではない。六灯行灯だよね。

（山）　そういうものを、ちょうど三〇年の頭位からいろんなものを考えて？

（天）　そう。画期的なものだから作ろうじゃないかと。今の棺かくしを作ったり、いろいろする時にデザインしたが山谷（規義）さん。それ導入して作ろうと決断できるのは僕しかいない訳だ。にっそうで。

（山）　それを職人さんに。当時の職人さんというのはまだ、今みたいに工場というのは、

（天）　ないですね。ほとんど、内職。家内工業。弟子が一人、二人。せいぜいいても五人。

（山）　それだと需要が間に合わない？

（天）　それだけ需要がなかったってことでしょうね。それで需要が間に合わなくなって、だんだん大規模になって、道具を使わず機械化になって、それまで全部手作業ですからね。話は別だけど、葬儀屋さんになるには鉋使えて鋸挽けて、金槌打てなきゃだめだと。

（山）　それぞれの業者さんがそれを作ってた。

（天）　作った。おそらくこうゆう道具作る人がそれでやってたと思う。

（山）　もっと簡単なレベル。

（天）　それがだんだん大型化してきたし、需要が多くなってきたから手作業じゃ間に合わないから、結果こうゆうふうになったわけ。

（山）　すると結局、分業、要するにメーカーと問屋と葬儀社の分業がむしろ三〇年以降になってできてきた。

（天）　指物師と彫刻師、建具屋さんも指物師の内に入るわけだから簡単いうと指物と彫刻で長くやっていた。

（山）　それがだんだんと変わってきた。

（天）　だって、指物師って言葉使わないでしょ？なんで指物師って言うんだろうね。

（山）　ものさし。

（天）　ものさしでしょうね。で、今でいう巻尺はないわけでしょ。曲尺と一尺の。そういったことで指物師って言うんじゃないかな。こんなかでもって、こういう仕事は指物師。段のこうゆうね。だけどここは彫刻師。まあ、いろいろな者が合体して作っていたんだけど、僕は職人じゃないからどうしてこうゆうものになったのか分かりませんけど、指物師と彫刻師が一体化したおもなものだと。これを創る人も面白かったけど、売る方も面白かったね。やっぱ理由付けて売らないと売れませんもんね。

新製品の一方で従来から使用していた祭壇道具についても次第に工夫を加えていった。位牌を納める位牌堂は、唐破風の屋根の付いた厨子のようになっており、金仏壇内部の部分の名称と同様「クウデン（宮殿）」とも言った。これも仏像や位牌を安置する特別な空間ゆえに厨子のようになっているのであるが、次第に棺かくしが豪華になるにつれ、用いられなくなっていった。

六灯とは、今ではろうそく型の電球や行灯、雪洞が六本連なったものであるが、葬儀祭壇を使用する前からろうそくを連ねたものは使用していた。仏式の葬儀では古い葬具の一つとしてさかのぼることができる。六丁は、民俗レベルでは辻ろうそくともいわれ、地獄、餓鬼、畜生、修羅、人、天の六道を照らすものであり、それぞれ六道を守護する六地蔵との関連も意識されていた〔五来　一九九二　四八〇―四八三〕。各地の民俗としても六地蔵の近くに六本の竹のろうそくをつけるなど、常に六道世界との結びつきを示すものである。それがろうそくだけでなく、火袋を付けて行灯や雪洞となったのである。こうして民俗として利用されていたものが、流用され、商品として開

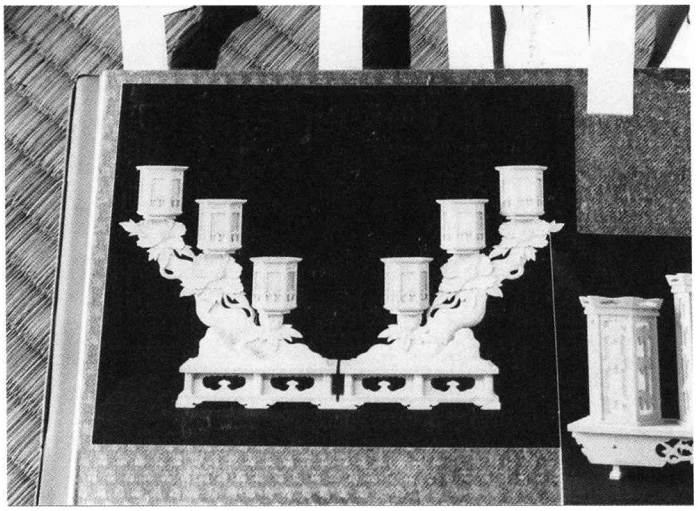


写真4　牡丹六灯行灯（天野さんのアルバムより）

発されていった。

春日灯籠とは、春日大社の門前にある灯籠といわれているが、祭壇で用いている灯籠は微妙に異なっており、妻入りの屋根の形が唐破風の曲線になっている。これも神社との差異を表現するなかで、仏教的独自性を出そうとしたものであった。

お膳や水器は供物を盛る器であるが、死者に供えるための特別の形態をしている。また花足も真宗寺院等で多用されるように、仏教寺院での供物の台であり、そこに高く積み上げた餅や菓子などを供える台である。関西あたりでは仏壇に供える小さな丸餅のことをオケソクと呼んでいるのも、花足に餅を盛っていたことから、次第に餅自体を指すことになったと考えられる。

このように当初使われ始めた祭壇は、従来の使用法からの流用が行われている。しかし一方で、葬儀的な、また仏教的な意味づけを喚起することにもなるのである。そうしたアイデアの源泉はやはり、仏教寺院であることが以下の話からわかる。

（山）　その、デザイン、アイデアってみたいなものというのはどうゆうものからとったんですか？

（天）　まず、お寺の道具。それとあとは葬儀の葬列。だから、一説、僕らもそうゆう説唱えたんだけど、祭壇道具が葬列の道具の原点だっていう事を僕も言った事があるんだけど。そうじゃなくて逆なんだよね、葬列の道具が祭壇道具の原点。葬列は昔からあるわけで。それには必ず灯かりがついて龍がついて、旗、六道もって、お膳をもって位牌を持ってるわけだ。それが結局、祭壇化した。

（山）　自宅告別式になることによって祭壇化になってくるわけですよね。

（天）　祭壇化したものが今度は、祭壇を飾っても葬列を組む。それがなんとなく、祭壇道具が葬列の道具みたいなあいまいなものなんだけれども。それじゃ、今度考えてみると霊柩車の問題もそうでしょ？輿があったときは土葬でもって担いでいったわけだ。それが霊柩車になったわけだから。霊柩車と輿がどっちが早いかというと輿のほうが早いからね。

（山）　そうすると今の我々がイメージする祭壇はだいたい昭和三〇年代ぐらいにできてくると？

（天）　そうゆうこと。だから要するに文献みたりなんかすると大正時代も昭和の初めも戦中戦後も祭壇らしいものはあったはずなんですよ。道具もね。原点が要するに位牌とモリモノと灯かりということになっているわけだから、あったわけなんだ。それを装飾からきたっていうのかな、形を変えていってあでやかっていうのもおかしいけれど、なんとか形を作ったのが三〇年から、一番は三五年から四〇年の間じゃないかな。

（山）　そうするとその頃にもう彫刻の段自体が出来てくる？

（天）　そう。昔の材質が厚いもんだったから高いもんだったけども、大

写真5　収骨器メーカーを訪れた天野さん（右）（瀬戸市 株式会社アサノ）

量生産で安く売る為には同じ板でも、彫刻の板でも一寸の板が八分になり、八分の板が六分になり。材料の質というより厚さ、ということ。変わってきていると思うけど。

こうした祭壇などの新製品の開発は、一方でそれを使用させるための意味づけが必要となってくる。それを理由付けるためには販売の現場では時には逆転して説明されていることがあったという。つまり慣習的な利用がおもであるため、その理由付けが必要なのは大きな転換点であり、それ以外はそれほど必要とされていない。それは民俗レベルでも同様のことが起きている〔山田　一九九五　四三―四四〕。

また宗教的、民俗的な意味づけだけでなく、遺族の感情に訴える営業も行われていた。

（山）また、蛍光灯が入り。

（天）蛍光灯だって、あなた、三色の蛍光灯。まるでキャバレーの看板じゃないけどピンクと青と、なんてやったことある。

（山）ありましたね、ネオンが入っているところ。グリーンとか、また、それがまたいろいろ作ったら売れた。

（天）そういうものを我々が説明を加えながら売るわけよ。

（山）例えばどうゆう説明を加えるのですか？

（天）やっぱりね、若い人（亡くなった人）は派手やかさを持ってなきゃいけないからね、とかね。綺麗なものをやったほうがいいとかね。ピンクはあまり勧めなかったけどね、口八丁、手八丁でかなりいろいろと意味のあるような、ないようなことを言って、悪くいえば売りつけた。結局使わなくなったっていうのは葬儀屋さんが飽きたんじゃなくて、そうゆうあまり派手なことをやると消費者のほうからの苦情があったんじゃないかね。

（山）結果的にうけなかった。

（天）だから一回、フリッカー電球っていって、こうゆうロウソクの炎がちょろちょろ、あれが一時期売れた時があった。面白い話があるんだ、山梨県の八ヶ岳の裾野でね、祭壇でちょろちょろしてたら年寄りが（たばこの）火を点けようとした。間違ってね。そうゆうエピソードがある。

新たな技術によって祭壇も大きくかわっていったが、電飾の効果はやはり大きなものであった。ピンクや緑、青のネオンを行灯や祭壇自体に組み込んでいった。一方でこうした電飾は彫刻祭壇よりも安価で見栄えのよいものであり、祭壇が一般化していく要素となっていった。そのなかで遺族の感情に訴えるように、「若い故人だから派手な色も必要だ」などと、宗教的民俗的な意味付けだけが販売促進のための要素とはならなかった。

❼葬祭業の職祖伝承

一方で、民俗的には歴史的深度の浅い葬祭業についても、それを矜持とする伝承的なものを持っていたところがまた興味深いところである。

（天）葬儀っていうのは、僕もかなり、回ったのは北海道は一回しかなかったけど、東北からなにから回ったけど、葬儀屋さんっていうのは僕らが言うのもおかしいけど、非常に僻み根性を持った、葬式を扱っているという暗いイメージ。あまり表に出ない仕事ですよね。それが非常に多かったから、それとあとひとつ、自分のところで作って自分のまわりでできたことだから、外で物を売ったり買ったりがない。できるのは結局食料品だけでね。葬儀品そのもの自分たちで調達してたね。

で、ある時、長野県の小布施町の桐原さんていう葬儀屋さん、僕が

二五、六歳の時か三七歳の時、そのおやじさん六〇、七〇歳になってたかな、「おい天野君、葬式好きかい？」って言われた。お葬式好きだって人いないから「さぁ～、う～ん」言ったら、「お葬式好きじゃなきゃこうゆう仕事できないんだよ」。それはわかったよ、でも葬式好きだって世間様で好きだって人はいないわけだ。ところが好きじゃなきゃできないって、その人はもう根っからの職人さん、作る人で位牌を作って、なにからなにまで自給自足じゃないけど売ってた人だな。何でって、誇りをも持ってやれよ、誇りを持って。その人が言い伝えたいことは今だったらわかる。若い人はわかんないな。源平合戦の頃、死体が野に山にゴロゴロ転がっている。それをね、朝廷か偉い人が片づけて、埋葬して供養しなさい、綺麗にしなさいと言われたのが源氏の大将だ。源氏というのは白[9]の旗印の源氏が大将をやったんだから、ミカドのほうから命令されたんだから、我々の仕事はミカドから指示された流れだよ。だから源氏は偉いんだよ。だから俺たちはもっと自信を持ってやったらどうだって。源平はわかったけど、うーん、と考えちゃってね。そうゆうことをね、言って、自信を持って葬儀を扱っている人がいたっていうのは刮目される、僕はね。それからねこれはすげー、意味わかんないけど。よし俺も葬式好きになってやろう、て思ったね。というのは物を売るんじゃなくて葬式そのものの大事さを加えて物を売りなさい、商売しなさい。それが今の僕の原点じゃかな。あれはいい話だと思ったよ。

（山）　それはすごい出会いですね。

（天）　その時に、今の私だったらもうちょっと、どっから聞いた話なのか、どの文献があったのかと、どこで。ただ、ふぅーん、と帰ってきた。まだ当時二二歳だから。調べることもね、調べる人もいない時代ですからね。

葬祭業の職祖についての話である。天野さん自身がこうした葬儀産業に携わることで、誇りを持つようなった印象深い話である。小布施町の桐原さんがいうように、葬祭業の起源は、源平合戦の頃に、朝廷から源氏の大将が死体を片付け供養するようにいいつかったことだという。なので自らの仕事は朝廷の命を受けた流れだという。よって仕事に自身をもてという内容であった。

この話を聞いて思い出すのが、木地屋における惟喬親王を職祖とする伝承である〔橋本　一九七九〕。惟喬親王の場合は都からの流浪といった貴種流離譚でもあるが、この葬祭業の起源伝承の場合、そこまでの広がりはない。ただそれほど職業としての歴史的深度がないにもかかわらず、職祖を源氏という貴種に求める従来の伝承の形態をとっており、興味がひかれるところである。

すでにこの話をした桐原さんも亡くなり、その葬儀社の跡を継いだご子息夫妻もこうした話は聞いていなかったといい、今となっては確かめようもない。要はそれが歴史的に正しいか否かではなく、そうした話を伝え、それを矜持としてきたところが重要なのである。

❽問屋業以外の活動

天野さんが葬儀業界の中で一定の地位を保っているのも、問屋業として有名だからではなく、以下のような多彩な活動をしているからである。こうした活動が知識の正統性を獲得し、一定の発言力を持つことになるのである。

①　葬送文化研究会

ここでは葬送文化研究会の発足について語っている。

（天）　結局、葬送文化研究会っていうのは、私が創ったわけじゃないん

だけど、ジャーナリストの山床（節子）さんていうのが大学の先生と作ってそこに呼ばれたんだけど、葬送文化研究会った原点ていうのは八木澤（壯一）教授と日大の浅香（勝輔）先生が二人で『火葬場』（一九八三）っていう本を作った。出版した時に山床さんという業界紙の記者がそこへインタビュー。それから話によると八木澤先生が火葬場を作る時に風習があるから文献を調べようと思ったけど、葬儀に対する文献がぜんぜんない。

（山）民俗学系のはあったような気はしますけど。

（天）民俗学系にはあったの。ただ僕が考えるのはそれぞれ風習は皆違いますよね、土地土地によって。風習が違いながら使っているものは同じですよね。ほとんど。

（山）似てますよね。

（天）それが非常に僕は面白い。で、新潟県の田舎に火葬場作るのに、民俗学にはそこのところは書いてないんだ。

（山）そうですね、特に現在のことは、昔はこうだったというのはあるかもしれないけど。

（天）それをやるには何か作らなきゃならないな、それじゃ、研究会でもやるか、研究会までいかなかったんだろうな、仲間を呼んでそうゆう話をしようということで、山床さんが誰かいないかって言った時に、一番の適任者がいるよということで僕が呼び出された訳だ。

（山）その頃から業界では、もう一足の草鞋を履くのは有名になってたんですか？

（天）『祭典新聞』に文を書いたりね、組合を作ったり奔走はしてた。二足の草鞋、今は何足か知らないけど。研究会の時に面白いのは集まったのは、葬儀屋さんっていうのは一軒しかいなかったんだからね。あたしと飯田の伊藤（一男）さん。それ呼んだときに一番先になったんだから、あの人。

（山）伊藤さんはどういうあれで。

（天）僕の取引先で、伊藤さんはもともとそうゆうこと進取に富んでる人でどこへでも顔を出したい人だから、こうゆうのあるんだけど、どう、おう、出る出る。と、その時いたのが、八木澤さんと山床さんとあたしと今は亡くなったけど博善の火葬場の人と建築家の杉山（昌司）さんと伊藤さんとあと二人誰がいたな、類は友を呼ぶというと表現が悪いけど、仲間うちでこうゆうのやるけどやらないって、集まってきた。三回目くらいで僕はお葬式の話しをした。素人の集まりだから、伊藤さん黙ってくれなっていって口を封じといて、するとみんな質問するわけだ。祭壇ってどうして飾るの、何段あるのとか、何ていうのとか。それから始まった。八木澤先生もいくら博士だっていっても、そうゆうのわかんないわけね。そうゆうことについて僕が一番わかってたんだな。そのうち大勢はいってきてね。

葬送文化研究会（略称葬文研）は一九八五年九月に設立され、第一回の研究会が東京電機大学で開かれた。この研究会は現代の葬送文化について関心のある人々が研究者や業界関係者など幅広くあつまって作られた研究会である。発起人は東京電機大学教授八木澤壯一さんとフリージャーナリストの山床節子さんであった。[10] のちにこの研究会は発展解消し、二〇〇二年四月に現在の葬送文化学会に改組した。[11] 天野さんは葬送文化学会の初代会長となったのである。

こうした研究会がさまざまな人々との出会いの場となっていった。それは単に業務拡大ではなく、葬送文化についての関心からである。こうした葬儀への関心がフューネラルフォーラムなどの後進の育成にもつながっていったのであった。

② 青年フューネラルフォーラムと女性フューネラルフォーラム

業界の若手の人々の学びの場でも天野さんは大きな役割を果たしている。

（天）　今度は伊藤さんと、話していて今から五年一〇年、互助会が大きくなって農協が始めて何が始めてわかんないよ、我々の業界かなり沈滞化しちゃうよと。今、我々壮年が集まって知恵を結集して次の世代になにか渡さないと蹂躙されちゃうよ。じゃあ、なんかつくって敵味方大勢集まって次の世代の為になんかやろうじゃないか、いいねっ、ていったら、二年くらいたった創る前に伊藤さんが亡くなっちゃったわけだ。こっちも残念、一人じゃ作るの大変、その前に葬儀屋さんとか話して仲間はいたんだけども、さあ弱ったなって言ってたら伊藤の一男さんの息子の茂雄君に、こうゆうことおやじさんが言ったんでやらないかって言ったらやろうってなった。じゃあ、僕らはオジンじゃないから青年クラブにしようって、それで青年フォーラムができた。

（山）　それがそもそもの青年フォーラムの始まり。

（天）　その時には、葬送文化研究会はあったわけよ。なぜかっていうと青年フォーラム創る時に一番先、東京電機大学でやって、二度目に八木澤先生を顧問に迎えてやろうかって話があった。ところが若い人達が学者と一緒に話ができるかな、という疑問視があったのね。商談に乗ってといっても学者に我々の仕事がわからない。僕だったら知ってるわけだ。僕が声を掛けて作ったわけだから顧問をやってくれない、いいよっと。葬送文化研究会が始まって二〇年になるのかな、青年フューネラルフォーラムが一〇年くらいかな。だから青年フォーラムの土台が葬送文化研究会だと思うんですよ。

（山）　しかも伊藤さんとの出会い。

（天）　出会い。いつも僕が影となり日向になりいたんだけどね。結局それでだんだん増えてきて、その頃、斎場の建築ブームで青年フューネラルフォーラムできた頃、雨後の竹の子のごとく斎場ができはじめ、皆はそれを見学して自分たちの参考にしたんでしょうね。あれはかなり役に立ったと思うの。というのは個人で見に行くのと大勢で見に行くのと、切磋琢磨が違う。それで皆かなり、勉強になったと思うの。そのうち今

写真6　青年フューネラルフォーラムでの研究会

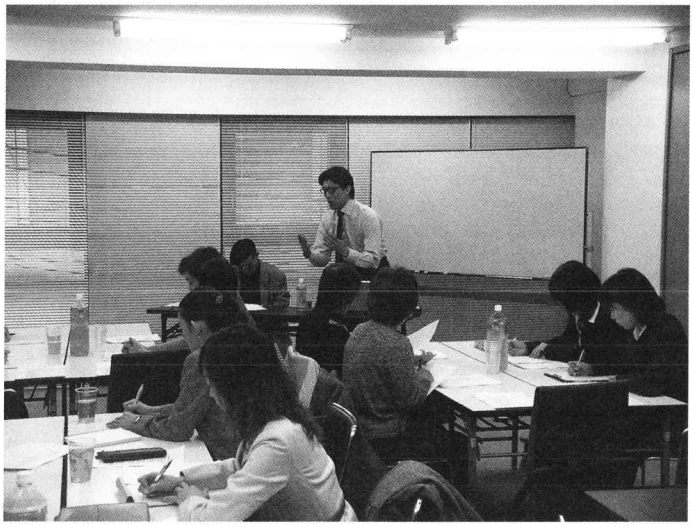


写真7　女性フューネラルフォーラムでの研究会

度、女の人がいたら、私たちの意見がちっとも通らないから。

（天）　女性の意見が通るなんかを作りたいねって。女性のフォーラムを作りたいからってお願いしに、僕の所に来た訳。じゃあ、まあいいやって。男性の親分も女性の親分になるのもいいやって、女性のフォーラムも作った。

（山）　女性のフォーラムにしても青年フォーラムにしても珍しいのが業界の枠を越えたっていうのが。

（天）　打算を超越した、自分達の知恵をすべからく伝えたり戴いたりそうゆうところの違いがある、互助会とか、農協とかはそうゆうの仕事じゃないと思っているから入れてない。また、入りたいっていう人も来てないんだけど。互助会だろうとなんだろうといいじゃないかと。枠をこえて非常に良いシステムだと思う。最近、違ってきて葬儀業界じゃない人も入って来ているから良いのか悪いのか。仕掛けたんだか、仕掛けられた人間の僕としては。

青年フューネラルフォーラムは、一九九三年に若手の葬祭業の関係者が集まって作った研究会であり、その顧問として天野さんがさまざまな支援をしている。とくに一九九〇年代後半は各地で斎場建設が進んでいったが、フォーラムでもそれが大きなテーマとなり、会員の各地の斎場見学をおこない、自己の業務に取り入れていった。

また青年フォーラムに参加していた女性会員が、若手経営者の多い青年フォーラムとは研究会の志向が異なることに気が付き、女性を中心としたフォーラムを二〇〇〇年に設立した。

この二つのフォーラムは、互助会や農協といった垣根を越えて研究会を組織したところに、単に利益だけを追求する団体ではないことがわかる。これも葬送文化学会などの活動とも通じるものがある。

❾生涯を見つめて

ライフヒストリーは、現在から見た個人史であり、人生経験を現在の視点から意味づけるものである。天野さんも七七年の生涯のなかで自らが葬儀に携わることを天職としてとらえていることについて、改めて今回見つめ直したのであった。

（天）　仕掛け人じゃないね、仕掛けられたんだな、それに乗せられたっていうやつかな。後ひとつは、『祭典新聞』にずうっと一〇年ぐらい書いてたかななんか、名前もベレー帽のお兄さん、かなり名前も知れたもんで。いずれにしても僕の言った原点はさっきの、源氏の大将が遺体を片付けたのに誇りを持っている。偉いんだから、誇りを持て。それが、胸にズーンときてるもんね。そんなこと話す人いないしね。恐らくその人もどこかで聞いたか読んだのかも知んないけど、それを自信を持って。

（山）　仕事に誇りを持って、

（天）　持っていたと思うんだ、それを誰かに伝えたかったんだろうと思う。それが僕がちょっと生意気な事を言ったもんだから、こいつだと思って伝わったんだと思うんだ、そこの婿さんもそうゆう話聞いてないんだよな。何でだろうなと思うもんね。

（山）　まぁ、反応がやっぱりありそうな人に。

（天）　言ったんでしょうね。それで後で、反動じゃないけど、例のお葬式のね、やり方で御徒町にいる時にさ、葬儀屋さんがいてね。要するにお葬式というのは、今、思うのよ。その時、棺が今みたいに統一されてなくて、檜の板でもって一寸の板使う、八分使う、何を使う何かにエモン使うってあったもんだ。人を見て値段を決めていた。よく門前を見てから葬儀の値段を決める、ってゆうけども、うーんすげーな。凄いこと

を言う人だなこの人は、それだけのお客さんを掴んでるんだな、と思ってたのよ。考えてみると、お葬式そのものの大事さをよく知ってたんだなと思うよ。この間もお葬式というのはお金じゃなくて、心ですよ。今、家族葬でも人数が少なくても、亡くなった人を大事にあの世に送るという気持ちがあるんだったらば、お金のことは考えないでしょって言ったの。たら、そうですね。お客さんが葬儀屋に引きずられてられて、家族葬だからどうだこうだじゃなくて、自分達の気持ちをはっきりしなさい。って言った時、その時にね、自分で話しててね、福井（春蔵）さんのおやじさんが言ったね、あの人は八分だよ、あの人は一寸だよって言ってた時、あの人は商売だけだけど、すげーなと思ったけど、今、考えるとやっぱ、うちの、喪主の人達の気持ちを汲んでいたことが出たと思うんだよ。葬式は大事だなと。こっちも年とってきて俺も死ななきゃいけない時代になってくるとな。

（山）　まだいいじゃないですか（笑）。

（天）　考えるよ、そりゃ。前に話していた福井さんの評価と、今となって考える評価は変わってきてるよね。やはり時代がこうゆう風な殺伐とした世の中、人の死をなんとも思わない時代。軽々しくお葬式を考えてる時、やはりそうゆうそのお家の状況に応じてお葬式を出してやるという葬儀屋さんの気持ち。

（山）　だからあとは、葬儀屋さんとのある意味ある程度の、信頼関係があるかないか。

（天）　そう。

（山）　そこで信頼関係がなければお宅はこの値段でってことは、儲け主義という話になってしまう。だけども、信頼があってこの形はどうでしょうかと、提案できるのであれば、ボッタクリという言い方にはなりませんよね。

（天）　（うなずく）やはり、お互いのコミュニケーションをとらないといいお葬儀というのはできない。それにお葬式の原点というのは葬儀用品であり祭壇道具であり棺であり、それが一つでも欠けていてはいけないんだけども。それが白木の祭壇道具じゃなくて花でもいいんだけども。この間も面白かったんだよ、うちの女房の弟が。

（山）　すぐお寺に頼みに行くわけでもないみたいだし、じゃあ、近所のおじさんに聞けば分かるかというと分からないし、まずはお葬式どうするの、なんでやるのって話になると葬祭業者。だけどその葬祭屋さんがもし信頼出来なければ終わりですよね。

葬儀の起源伝承について、天野さんが述べているように、仕事に誇りを持っていることが大切であったと理解したのである。それはまた葬儀そのものの大切さを理解する必要を感じたことでもあった。それは今の葬儀への想いへとつながっていくのである。

こうした葬儀への思い入れと天職として理解していくには、少年期の体験に結びつけられていった。

（山）　一番、多感の時ですよね、特におとうさんの時大変だったとか。

（天）　あれは、幻夢に列することだから、ちょっと人には解らないことだと思うんだ。僕がまだ田舎にいる時、「にっそう」に入る、親を亡くして火葬場があって、その火葬場のこと今でも鮮明に覚えている。一五や一六の子供がね、電車に乗っている時、あそこに火葬場があるんだ、あれが火葬場だなんて、考えない普通は。親を亡くしているから、火葬してやってないし。全部、土葬だよもちろん。親父の場合は、即死だったから火葬の「か」の字もしてないから。あそこで火葬してやったらよかったと思うんだよ。後年に、研究会で火葬場の話が出た。そういうこともあるから、葬儀そのものとも縁が深かったから、だから、辞めるに辞められない。

天野さんの養父は一九四五年七月七日の甲府の空襲にて即死であった。つまり全く葬儀も火葬すら行わないでお父さんを亡くしたのである。その体験が火葬場への特別な想いとして語られている。そして少年時代の養父母の死の体験が今の自分を作り上げていると理解しているのである。

（天）うん。本当にそうよ。まあ、お葬式の近代化って言葉ではそう言うかもしんないけど、形骸化の問題でてくんだな。葬儀用品を販売だけでもってずっときたんでなくて、自分の親を送って、親と名のつく人が僕には七人いて、七人じゃおかしいよね、六人とか八人じゃわかるけど、まあ、いいわ。そのお葬式で全部まがりなりにも送って、兄貴も送って、親戚のおじさんもいろいろやって、身内だけども三〇ぐらい。葬式やっとるかな。こうゆう業界やってるから特に相談というよりもやったりするわけだ。そうゆうお葬式をやりながら、商売やって営業やって、それでもって研究会で勉強してまあ深みは持ったかな、少しは。現場には立ち会わないけど現場に近いことをやって葬儀屋さんと近く親しく話し合って、今度は学問的なことを少しかじって、今の若い青年諸氏と現代の葬儀を語り合って、五四年間、今年の九月で五五年になる。五五年っていうと業界では長いほうらしい。自分で言うのおかしいけど、葬儀社そのものじゃなくて、やはり勉強もして、若い学徒と付き合って業界の人とも付き合っているという幸せ。それに裏付けの根本は僕は自分の親の死だと思う、そこへもとに戻る。最後には親孝行したい時には親はなし、それがやっぱりズーンとくるよね。おそらく自分の親の遺骸をかたずけて、自分で埋葬して、お骨に収めてそのあと、お袋の葬式を一四歳で喪主をやったという、それに帰着、少なくとも戻るよね。そうすると、また進んでいくわけ、なんで、待てよ、なんでやったんだ。だから、この商売、仕事、天職、与えられた仕事みたいなね。だって一四歳で喪主をやってだよ、変な話だよ自分の親が空襲でバラバラになって僕が片付けたんだよ、普通考えられないでしょ。で、それを仮埋葬までしてだよ。考えてみるとさ、親と別れただとか、親が死んだだとかそりゃいろいろあるかもしんない。なんで一四歳で。まして自分の親じゃなくて養子先の親だよね。どっちにしても親は親。こうやって話しててずーと考えてくるのはそこだろうな。原点は。あの時の目の前にあった親父の頭蓋骨。それが目に浮かぶな。それを腕をとられて病院に入ったお袋さんがバラバラになったの集めた、それを僕が片付けたんだけども。経験できない、人の死に対してね。でもそれが、悲しいとかなんとかじゃないんだな。今の仕事の元かな、だから堂々巡り。

この話はインタビューの最後の言葉であった。養父母の死が原体験となり、それが葬儀用品問屋を天職として、さまざまな関係に幅広く活動していることを位置づけているのである。

⑩戦後の葬儀用品問屋

以上のように、天野さんというある問屋業者のライフヒストリーを取り上げてきた。そこでの天野さんの生涯はそのまま戦後の葬祭業の展開を象徴しているといってもよいであろう。

まずそれは第二次世界大戦との関連である。空襲による養父母の死という個人的体験は別にしても、実父が繊維統制組合に関係し、その関係から戦後、葬儀用品問屋を立ち上げている点である。一九四〇年代の戦時下の経済統制は葬祭業のレベルでも無縁でないことがわかる。それは繊維統制だけではなく業界自体が統制に組み込まれていった。一九四二年商工組合法の施行により、統制組合（施設組合）が葬祭業者および葬

具の製造、販売業者で組織され、棺用木材、釘、紙、繊維品などの資材の統制がなされ、組合を通しての配給となったのである。こうした状態は一九四六年に商工組合法が廃止されるまで続いていく〔全葬連二十五年史編纂委員会編　一九八二　九一―九三〕。こうした統制が戦後の葬儀専業業者の業界団体である全日本葬祭業協同組合連合会の基盤となるなど、戦中の統制は戦後の葬儀産業の母体ともなっていったのである。

こうして成立した問屋業も高度経済成長期になると、消費の発達が葬送儀礼にも及ぶようになり、次第に都市的な告別式の葬儀形式とともに、葬儀祭壇が使用されるようになっていった。現在の葬儀祭壇の形式、つまり棺かくしを中心に白木の彫刻祭壇が全国で使用されるよう状況に大いに影響を与えたのが、にっそうであり、そこで新規開拓など積極的に営業を行ったのが天野さんであった。

そうした営業の中で、みずからの仕事に対して矜持を持つようにいわれることで、葬儀の意味、葬具の意味など考えるようになっていった。その際には職祖伝承的なもの登場するなど民俗としても興味深いところがある。要はそれに対する正誤ではなく、そうした話をもとに職業に意義を見いだしてきたことである。

こうした葬儀に対する関心は、自らの業務という枠を超えて、葬送文化研究会（後の葬送文化学会）や青年フューネラルフォーラム、女性フューネラルフォーラムなど、さまざまな場で葬儀の意味を問い、今までの体験や知識を報告している。その際には天野さんは自らが問屋業であることは表面に出さず、知り合いになったからと言って商売に結びつけることはない。葬儀に携わる者としてその文化を伝える一員であることを自覚しており、仕事を超えた使命とも捉えている。

そして生涯を振り返ったときにその原体験となる養父母の死、それは葬儀を行うにはあまりにも非常時であり、儀礼や慣習に包み込まれないむき出しの死の体験によって、改めて死を考え、葬儀用品問屋を天職と捉えるようになったと考えられる。

［付記］

天野勲・邦子ご夫妻には、大学の学部時代よりさまざまな機会をとおして、ご教示いただきました。本稿はその一部でありご教示いただいたことはまだまだたくさんあります。この場を借りて心より御礼申し上げます。

註

（1）一九六九年、タブロイド形式の『祭典新聞』が刊行されたが、二〇〇六年廃刊となった。また雑誌は、一九九一年に『SOGI』、一九九八年に『フューネラルビジネス』が創刊され、現在に至る。

（2）近代化による変容を中心とした葬制研究の展開については、〔山田　二〇〇六〕を参照にされたい。

（3）民俗研究映像は、一九八八年より国立歴史民俗博物館が民俗研究の一環として映像制作を行ってきたものである。①現在の民俗の記録であること、②民俗誌的な映像記録であること、③研究資料としての映像記録であること、④研究成果の発表の手段としての映像による論文であることという基本方針の下に、研究者自身が積極的に制作を担当したものである〔山田編　二〇〇七　二〇〕

（4）このインタビュー時間はわずか一日であるが、天野さんご夫妻とは一九九二年以来おつきあいいただいており、さまざまな折にこれに関する話を聞いている。本稿をまとめるに当たっては、こうした長年の蓄積に支えられているものであることを指摘しておきたい。

（5）丸喜株式会社会社概要（http://www.marukico.jp/kaisha_gaiyo.html）二〇〇七年八月一〇日

（6）聞き取り調査による。

（7）東京公営社所蔵のもの。

（8）筆者の調査による。

（9）源氏の旗は赤であり、これは天野さんの勘違いであった。

（10）「Sobunken News」Vol. 1　一九八五

（11）葬送文化学会ホームページの学会について（http://sobunken.jp/）二〇〇七年八月一〇日

参考文献

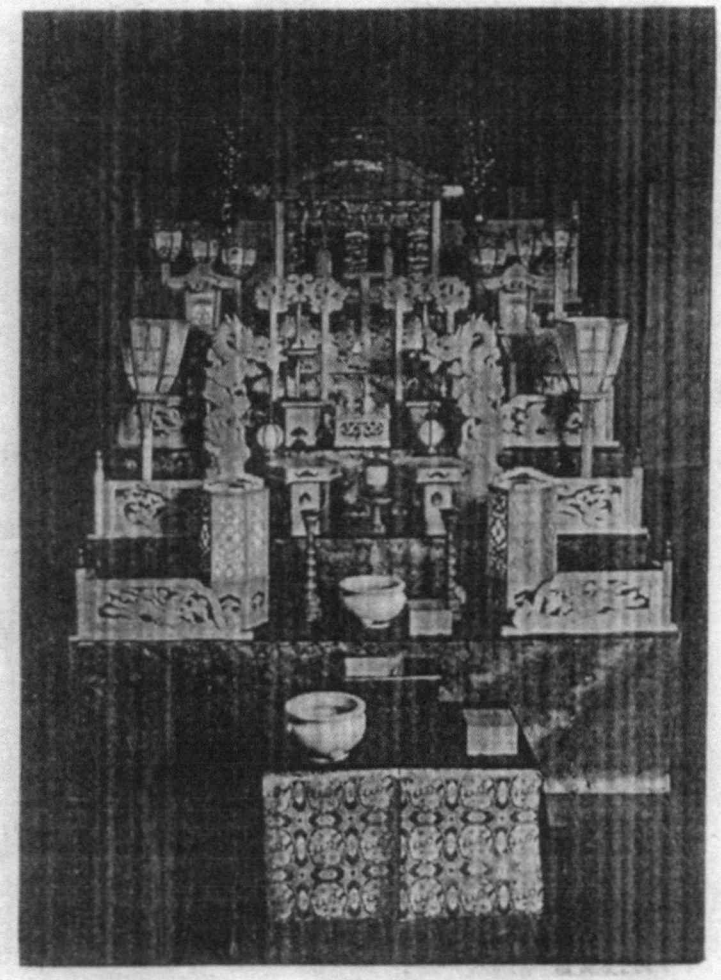
浅香勝輔・八木澤壯一　一九八三　『火葬場』大明堂
天野勲　一九九三　「祭壇」『葬送文化論』葬送文化研究会編　古今書院
伊丹十三　一九八五　『お葬式日記』文藝春秋社
井上章一　一九八四　『霊柩車の誕生』朝日新聞社
五来重　一九九二　『葬と供養』東方出版
佐藤健二　一九九五　「ライフヒストリー研究の諸相」『ライフヒストリーの社会学』
中野　卓・桜井厚編、弘文堂
全総連二十五年史編纂委員会編　一九八二　『全葬連二十五史』全日本葬祭業協同組合連合会
中野紀和　二〇〇七　『小倉祇園太鼓の都市人類学』古今書院
中野卓　一九九五　「歴史的現実の再構成」『ライフヒストリーの社会学』中野卓・桜井厚編、弘文堂
橋本鉄男　一九七六　『ろくろ』法政大学出版局
平峯隆　一九四三　「我国における繊維統制の研究」『司法研究』23（15）
丸喜　一九九三　『荘厳』丸喜株式会社
村上興匡　一九九〇　「大正期東京における葬送儀礼の変化と近代化」『宗教研究』64（1）
山田慎也　一九九四　「葬制・墓制」『宮古市史』民俗編上　宮古市教育委員会、岩手県宮古市
同　一九九五　「葬制の変化と地域社会」『日本民俗学』203
同　一九九六　「死を受容させるもの―奥から祭壇へ」『日本民俗学』206
同　二〇〇一　「死をどう位置づけるか―葬儀祭壇の変化に関する一考察」『国立歴史民俗博物館研究報告』91
同　二〇〇六　「日本における葬制研究の展開―近代化による変容を中心に」『社会人類学年報』32
山田慎也編　二〇〇七　『現代の葬送儀礼』歴博映像フォーラム1　国立歴史民俗博物館
横山潔監修　一九八九　『あわてないための葬儀の手帳』小学館

（国立歴史民俗博物館研究部民俗研究系）

（二〇〇七年三月三〇日受理、二〇〇七年九月一四日審査終了）

葬儀用品

44年　初秋号



天野　勲商店

東京都文京区本駒込

電話東京03

資料1　『葬儀用品』44年　初秋号

五段祭壇一式（表紙写真参照）

棺かくし（飾興）普通品	1台	¥	25,000
位牌台箱式	〃		2,000
春日灯呂 2尺高サ	1対		6,500
六灯立 雪洞付	〃		13,500
行洞唐草付 ケイコー灯付	〃		7,500
竜灯2尺高サ 金メッキ灯呂付	〃		14,000
三灯立彫	1台		2,300
化足 7号（六角盛物台）	1対		2,500
二段盛物台	〃		5,000
高欄彫	4段		24,000
七号雪洞 2尺高サ	1対		6,000
写真台 板 彫飾付	1台		3,700
天目（茶碗付）	1対		1,200

四ケ花 びん台付	1対	¥	1,500
六寸セト香呂鉢	1ケ		400
桐香入箱	〃		250
ヌリ廻し香呂 8号	〃		1,200
クリ物ローソク立 10号	1対		800
祭壇机 縦6分板5段	5段		23,000
焼香机 〃	1台		3,000
祭壇掛 金らん 5段用	1枚		7,500
前机掛 〃	1枚		1,000
棺掛 〃	〃		7,500
鯨幕木綿 2×6尺下り	2枚		4,800

合計 ¥ 164,150

◉一品づつにても御注文承ります。

――祭壇各種――（下記の外種々ございます）

飾興（中）ケイコー灯付	¥	47,000
位牌堂（並）		6,500
六丁立（〃）		6,700
竜彫燭台 尺五		12,000
角行洞（ケイコー灯付）		8,500

高欄引板	¥	4,000
〃 雪洞付		7,800
七寸丸雪洞		6,500
竜灯 2.5尺		20,000
写真台 三灯付		4,800

前机デコラ引抜飾付	¥	6,500
真鍮ローソク立8号		1,700
天人幕 後2間×7.5尺下り		4,000
2間×3尺下り		2,800

参考 祭壇机 寸法 前面 長サ 5尺5寸～6尺 板巾 1尺
最下段 高サ 1尺5寸 各1段 7寸～8寸間隔

※祭壇道具発送について荷造代実費頂きます。

＊

白木位牌・納棺用品

猫丸位牌 大（8寸札板）		¥	100
小（6寸札板）			90
特大（尺寸札板）			430
中上位牌	（札板8寸）		250
大中上位牌	（札板1尺）		780
上位牌	（札板8寸）		500
上上位牌	（札板9寸）		780
三重位牌	（〃 8寸）		125
〃	（〃 6寸）		115
三角野位牌（縦材製）			60
神式御玉代 1段			330
2段			380
位牌袋 紙製 8寸			20
6寸			15
並 金らん製 8寸			45
中 〃 8寸			60

仏衣	人絹モス	寒冷紗	紙
4尺丈	250	120	
3尺丈	150	80	50
2尺丈		50	25
神式浄衣	650	450	
足袋	50		

防水紙 100尺巻き（15体分）			
（油紙） 2尺巾		¥	250
3尺巾			380
ご ざ 6尺×1.5尺巾（別寸あり）			75
ぞーり・わらじ・杖			35
棺対面窓枠 ベニヤ製			120
〃 飾金具付			145
〃 彫飾房付			300
珠数 白木 小（一ツ）			30
〃 大（二ツ）			40
〃 プラスチック 黒 小			20
〃 大			30
〃 黒梅・紅梅 ヒモ房付			60
〃 白石・黒石 〃			60
わげさ各宗向（極楽成仏印付）			50
棺内張（人絹）16尺長			320
棺用フトン敷 キルティング 6尺			320
スフモス無地（裏付）			350
絞タフタ （〃）			430
掛 ネズミ枠1枚もの			200
上綿入り（敷・掛・枕共）			1100
枕のみ（モス無地）			50

◉内張・フトンは指定寸法に製作します。

――― 印　刷　物 ―――

		上質ロール	上質和紙（銀水引縞り）
香奠帖	中　八枚（160名書）	¥ 30	¥ 60
会葬者芳名帖	中　〃（　〃　）	30	60
諸入費控帖	〃（　〃　）	30	60
買物帖	3枚（　〃　）	25	40

◉ 和紙帖面（追加分用）1枚　¥ 5

忌中紙	告別式日時入　100枚	¥ 250
〃	日時なし	250
受付紙		250
休憩所紙		250
けいたい品預り所紙		250
町内訃報ケイ示紙		250
黒枠無地紙		250
故柩紙		150

通夜・告別式通知紙	100枚	¥ 250
駐車場紙		250
指差紙右左		200
自動車（お供車）NO紙		150
六字・七字紙（赤紙）		150
戒名紙	50枚一冊	85
仏前目録紙（上質和紙）		18
法事用席札（一束100枚）		140

◉葬儀記録入袋（御店名入）150枚　¥ 180（葬儀印刷物入れ）

御香・線香

沈壇香	1斤（600g）箱入	¥ 200
天授香	〃	280
薫栄香	〃	400
祥雲香	〃	500
洗心香	〃	800
羅漢香	〃	1,200
小箱入	ボール箱入	50
丸箱入香		25
丸箱香入	空箱	15
香袋	（美麗印刷）	5
線香中日香	10把箱入	160
〃　〃	5把 〃	100
〃 菊月	10把 〃	100
〃 北門香	10把 〃	160
〃 御贈答用桐箱入	10把入	200
〃　〃　〃	5把入	150
〃 徳用バラ	二把一束	20
〃 2本箱入絵ローソク30号（長さ25cm）		130
10号（〃 20cm）		80

雑品

腕章紗	1箱（25枚入り）	¥ 330
上	（　〃　）	380
紙モ章	ビラ付（100ケ）	800
布 〃	（　〃　）	400

代用金具（型押紙製品）

卍	寸六	¥ 700
〃	寸〇	500
出花	1寸巾	800
入花	〃	800

梅型金色釘かくし		
5分	1,000ケ	¥1,000
6分	〃	1,200
7分	〃	1,300
8分	〃	1,500

◉墓地用道具に御利用下さい。

白張提灯（一梱の入数）

丸型	9寸（100ケ）	¥ 90
丸長型	9寸（100ケ）	90
堂島型	尺寸（80ケ）	140
ギフ型	尺二寸（60ケ）	130

（注）名古屋職人より直送
荷造代1梱当り ¥200

金襴各種・紗（白・緑・浅黄・等）

広金襴	1尺に付	¥ 120
神代錦	〃	120
茶洞	〃	200

三丁洞入	1尺に付	¥ 250
菱文字	（白水色・緑）1 25m	3,000
寒冷沙	（　〃　）〃 20m	1,200

花環用品

祝用赤枠名札	無地	字入
大 4.8 × 3.50	¥ 190	¥ 225
中 4.3 × 3.00	160	185
小 3.3 × 2.6	125	145

花環カバー（丸型ゴム輪入）ポリ製

5.0尺	¥ 125	7尺	¥ 175
6.0尺	145	8尺	190
6.5尺	160	9尺	240

◉ビニール製もあり

骨がめ

2 号		150ケ入	¥ 50
3 号		60	90
4 号		25	120
5 号		16	170
6 号		12	300
7 号		6	580
6 号	B品	12	265

（1梱包の入数）

桐骨箱

5 号（4号カメ用）	24ケ	200
6 号（5号 〃 ）	16ケ	280
7 号（6号 〃 ）	12ケ	330
8 号（7号 〃 ）	6ケ	550

（一梱の入数）

註 1. 骨がめ・骨箱共 1ケ売致します
2. 骨がめ・骨箱共・荷造代一梱 170

※ベーク製2号分骨容器 ¥ 25 あります。

骨箱覆

	大きさ	白人絹柄物	広金襴	並金襴	上金襴
5 号 箱 用	5.3号	¥ 90	¥ 200	¥	¥
6 号	6.3	120	260	200	800
7 号	7.3	140	350	400	1,000
8 号	8.3	180	450	500	1,200

六角骨覆（折タヽミ式骨箱不用）

		人絹柄物	広金襴
2号カメ用	分骨袋	¥ 40	¥ 55
3号 〃	〃	80	150
4号 〃	底板付	100	200
5号 〃	〃	130	250
6号 〃	〃	170	330
7号 〃	〃	230	400

風呂敷

	人絹金刷ハス入	
大	8・7号箱用	¥ 85
中	6・5 〃	75
小		70

☆

仏前丸型灯呂

	アンチモニー ブロンズメッキ	アンチモニー 金メッキ	ベークライト 黒色	ベークライト 金色
5 号	¥ 870	¥ 900	¥ 550	¥ 860
6 〃	1,100	1,150	690	1,100
8 〃	1,800	1,900	1,400	2,500
10 〃	2,650	2,800	1,900	
15 〃			3,500	

⊙その他仏壇用品（鑰・地火灯・香呂・花立等）在庫あります。

御取引について

1 御取引は ①代金引換便 ②前金御送金にて
2 ①の場合 ¥ 20,000以上は代引手数量当方負担 ②の場合は御送金料御差引下さい。
3 御送品は御指定ある場合除き自動車便・日通便共運賃は到着払・客車便・小包便共運賃は実費にて発送申し上げます。
4 御送金は 現金送会
取引銀行 三菱銀行駒込支店・富士銀行駒込支店
振替口座 東京 [redacted]

店主敬白

Bulletin of the National Museum of Japanese History
Vol.141 March 2008

Wholesalers of Funeral Accessories and the Industrialization of Funerals : As Seen through the Life Story of a Wholesaler

YAMADA Shinya

The aim of this paper is to examine the process of the gradual industrialization of the funeral business following the formation of the wholesale business by studying the life story of a wholesaler of funeral accessories. As a wholesaler, this figure played a role in the formation of the funeral industry after the Second World War, and even today remains active in various related arenas. Thus, the life of this person is closely linked to post-war developments in the funeral industry. Culture was appropriated, a required body of specialist knowledge amassed, and a new pattern of distribution created in the process of the industrialization of funerals. Having an understanding of these phenomena is also necessary in order to understand contemporary funeral practices. A biographical approach has been adopted for the purpose of this study. This approach was chosen because although the wholesaler lived in an urban environment, his activities transcended his local area, and as a wholesaler he had a strong influence on the nature of funeral practices. Consequently, this is an effective approach for gaining an understanding of the dynamics of a highly subjective independent existence that was not necessarily bound to one locality.