

6月14日(水)、筆の里工房で「筆の里と棟方志功」開催記念シンポジウム「地域文化と地場産業」が開催されました。

パネラーには熊野町及び熊野筆に所縁のある3名の方々を迎え、1時間半の間、筆や棟方志功への思いに始まり、文化・芸術とのかかわり、あるいは、産業と文化の関係などについてそれぞれ意見を述べられました。(企画課)
(敬称略)

■コーディネーター
中国新聞社論説委員
岡馬重充

2003年3月より論説委員を務め、文化部在籍中は主に、文化面を担当。文学関係を中心に連載などの原稿を執筆。



「筆の里と棟方志功」開催記念シンポジウム

地域文化と地場産業

～地域ブランドの発信について～



■パネラー
日本銀行広島支店支店長
迫田敏高
2006年1月から広島支店長として赴任し、熊野筆で写経をしたいと、実際に筆の里工房で写経教室にも参加。



■パネラー
熊野筆事業協同組合専務理事
丹羽宏
株式会社 侂堂代表取締役。地域経済団体の理事などを歴任し、2005年より熊野筆事業協同組合の専務理事に就任。



■パネラー
広島電鉄(株)代表取締役社長
筆の里工房館長
大田哲哉
1996年に代表取締役社長に就任。数々の要職を歴任し、1997年より筆の里工房館長に就任。

筆で癒しをPRしてみても

21世紀は個性化の時代であり、「ブランド」が大切。筆は既に実用品ではないが、写経などのように精神性を持っているため、筆で癒されるといった概念や、「手書き＝おしゃれ」の感覚をPRし、生活に取り込めるような方向に持っていった。

作る方は、使う人との距離を縮めること(品質の良さを強調)や、いかに地域に貢献できるかが大事。

学校教育で筆文化の底辺を広げる

これからの取り組みとしては大きく3つ。

1つ目は学校教育。書道教育を国に働きかけることで、筆文化の底辺を広げることに繋げる。

2つ目は熊野筆をどのように売り込むか。

*1 JAPANブランドや熊野筆Kマークなど。

3つ目は作り手。後継者の育成が問題。行政と業者が一体で取り組まなくてはならない。

筆を生活の中で楽しむ

筆の里工房としての役割は3つ挙げられる。

1つ目は、筆に関するあらゆる情報を収集し発信する。2つ目は工房の運営に地域住民の方々にかかわってもらう。*2 賛助会員制度も設けている。3つ目は、とにかく筆に関心をもって、筆を使ってもらおう。気軽に接してもらい、生活の中で筆を楽しむことを提案する。

※1 JAPANブランドとは、商工会が中心となって作成した、横書きに対応した絵てがみ用の筆。熊野筆Kマークについては右ページ欄外参照。
※2 趣旨に賛成して会員になること(筆の里PAL会員)