

# 「戦国」時代と現代を融合する試み

「戦国プロデューサー」田中秀樹さん

現代アートの推進と伝統工芸の復権。そんな相反するかのように見える2つ

をさりげなく、しかし大胆に結びつけたのは歴史好きの「サラリーマン」。重厚な厚みを持つ戦国時代の「変わり兜」を現代アートに昇華させる、古くも斬新な取り組みが日本の伝統工芸の大きなムーブメントを生み出そうとしている。「戦国」プロデューサー・田中秀樹さんの世界に迫る。

## PROFILE

田中秀樹 | たなかひでき

1971年2月18日生まれ。みずがめ座のB型。家紋は織田木瓜。mixiから生まれた初のブランドとして戦国武将と変わり兜のデザインブランド「もののふ (MONONOFU)」を設立。時代劇作家・平田弘史氏、絵巻作家・正子公也氏などのコラボレーションをはじめ全国各地の伝統工芸・クリエイターとの共同創作を実現。「天下『布』武プロジェクト」を推進している。

## 戦国時代と現代をつなぐ 美意識と自己主張

隆慶一郎の『一夢庵風流記』を知らなくても、前田慶次を知らなくても「花の慶次」ならわかるという人も多いかもしれない。小説や漫画、パチンコやゲームにも登場する前田慶次は隆慶一郎の創作した人物ではなく、戦国時代に実在した人物。謎な部分が多い人物だけに戦国という日本の激動期の時代背景とも相まって、魅力的なキャラクターとして多くのファンを集めている。

そんな戦国時代は前田慶次に限らず、織田信長、豊臣秀吉、徳川家康をはじめ武田信玄や上杉謙信……と多くの魅力的な人物を輩出し、最近では山本勘助や直江兼統といった戦国武将にも焦点が当てられることで、もとの戦国時代ファン以外にも裾野の広がりをみせ始めている。

戦国時代ブーム。そんなムーブメントが起りつつあるきっかけのひとつを創りだしてきたのが“戦国武将と変わり兜のデザインブランド”「もののふ」を設立した戦国ブランドのパイオニア・田中秀樹さんだ。

「戦国時代をモチーフにしたブランドが少しずつ増えてきました。また、メディアの注目も集めるようになってきた。多くの人が戦国時代に興味を持ち、戦国ブランド全体が底上げされていけばうれしく思いますね。現在はサブカルチャーというとられ方をされていますが、戦国時代という日本の豪華絢爛な

時代を背景にした長い歴史をもつメインカルチャーとしてとらえてほしい」。

ルイ・ヴィトンがデザインに日本の家紋を取り入れ、クリスチャンディオールのチーフデザイナー、ジョン・ガリアーノが2007～08年秋冬コレクションで中冑ファッションを発表するなど、日本文化には、国内よりも海外でモチーフにされることが多いという側面がある。

そんな日本文化、しかも戦国時代というピンポイントなテーマで、田中さんはなぜブランドを立ち上げようとしたのだろうか。

「子供の頃から歴史が好きで司馬遼太郎を読んだり、漫画の日本偉人伝などを読み漁っていましたが、それは趣味の範囲に過ぎませんでした。大きな転機は、国立博物館でみた変わり兜。神仏、信仰、動物、鳥、昆虫、魚、貝、梵鐘、木魚、宝塔、五輪塔、盃、巾着、頭巾、烏帽子……、さまざまな意匠から戦国時代の武将たちが高い美意識を持ち、また自己主張していたことをまざまざと見せ付けられたんです」

歴史好きを自負していた田中さんはこれまで知らなかった世界を知り、圧倒されるとともに、そのとき興味を持っていたインディーズTシャツとのコラボレーションを考えたという。

「変わり兜が戦国武将の美意識であり、自己主張なら、様々なクリエイターが素材やデザインにこだわる現代のTシャツも自己表現の一つです。それならTシャツの中に変わり兜のデザインを取り入れていくことも可能」

そこで、当時8万人の会員に過ぎなかったミクシィでブランドを立ち上げるためのブランドロゴをコンペで募集した。これを契機に100人を超えるクリエイターと知り合うことができ、戦国時代をキーワードにした大きな輪が広がっていったという。

「サムライではなく、もののふ。自由で革新的な戦国時代の雰囲気やブランド名でも表現しなかったんです」

## パイオニアではなく トップランナーを目指す

ブランド設立当初、田中さんは二足のわらじ状態だった。

「平日の昼間は建設業界でパイヤー、平日の夜と休日に作業を進めていました。そのことに限界を感じるとともに、会社勤めをずっと続けていくことがイメージできなかつた。結婚もし、一人目の子供を授かり、二人目の子供も誕生しようかというときでした。呆れ顔の妻を納得させ、独立を決意したんです」

最初は貯金を切り崩しながらの切り盛り。天下「布」武プロジェクトとして戦国時代・武将好きによる戦国文化と地域活性化プロジェクトを進め、銀座ギャラリーや表参道ヒルズでの展示会、原宿・神宮前「b6」への出店、そして代官山ヒルサイドテラスでの展示会の準備と順調に事業を発展させてきた。そんな田中さんが「何とか軌道に乗せられるかも」と感じたのは、ようやく昨年末のこと。「新聞やテレビで取り上げられてから、売り上げも倍増し



”戦国業界“をリードし、  
大きなムーブメントを  
創り出していききたいですね  
トップランナーとして

ました。これからは勝負です」と意気込む。

意外なことに、戦国ファンには女性が多いという。

「イベントによってはお客さんの9割が女性ということもあります。男性が武将や兜のデザイン、城や石垣といったものに興味を示すのに比べ、女性は武将の人間性や主従関係などへの関心が高いですね。女性に関心を持ってくれることはありがたいこと。でも僕と同じ世代の戦国好きが集まる場所を創っていききたい」

さらに、「全国各地にいる伝統工芸の職人と現代デザインをものふブランドで結びつけて地域や街おこしのネットワークも創り出していきたい」という目標がある。全国に点在する戦国好きたちの交流と伝統工芸とのコラボレーションの実現が生み出す効果は計り知れないものがある。

「現代アートというだけではなかなか美術館やギャラリーからオファーが来ませんが、戦国時代、そして変わり兜のもつ歴史の重さと伝統工芸との結びつきが生み出した作品となると、高い関心を呼びます。様々なジャンルとの結びつきを考えると一生かけてもアイデアの尽きることのない、ライフワークにすることができる大きな事業をおこなっているという手ごたえを感じますね」

今後は国内のクリエイターだけでなく、海外との結びつきも強めていきたいという田中さんの小さな野望は、ラスベガスの大きなホテルのエントランスに、現代技術の粋を結集した変わり兜を飾ることだという。

「もし現代に戦国武将たちがよみがえったら、美意識と自己主張の強い彼らは、様々な素材やデザインを取り入れていくに違いありません。そんなことを考えているとよけいに夢は大きく広がっていきます。パイオニアといわれるのではなく、いつまでも走り続けるトップランナーとして“戦国業界”をリードし、大きなムーブメントを創り出していきたいですね」

Text by : 夏沢冬樹

#### 【戦国時代】

全国各地に戦国大名と呼ばれる勢力が出現し、群雄割拠していた1467年の応仁の乱前後から、室町幕府が消滅する1573年の期間。戦国時代末期を経て安土桃山時代(1568年～1603年)へと移行していく。



#### 【もののふ】

田中さんが主催する「もののふ」ブランドによる「日本の武の美」を世界へ発信。伝統工芸と現代的デザインの融合、伝統工芸職人・クリエイターとのコラボレーション。日本各地の戦国時代・武将に関するものを活用し地域振興・日本の活性化を目指す正統派戦国ブランド。

WEB

<http://www.mononofu.net/>  
Mail : [info@mononofu.net](mailto:info@mononofu.net)  
Tel : 070-6553-0857