

飛驒産の木製ヘッドホンで 森の中にいるような臨場感を

塩谷英雄 岐阜／木工職人

都会の生活で疲れた人の癒しに



軽くて、見た目もオシャレで木のぬくもりが感じられる

「LEXUS NEW TAKUMI PROJECT」(主催
レクサスは、日本各地で地域の独自性や伝統技術
を生かし、新しいモノづくりに挑む「匠」を応援する。

本プロジェクトは20

16年、放送作家として
「料理の鉄人」などの多
くのヒット番組を手がけ、
またくまモンの生みの親
でもある小山薫堂氏を
プロジェクトのスーパーバ
イザーに迎え、隈研吾氏
(建築家・東京大学教授、
生駒芳子氏(ファッション・
ジャーナリスト)／アート・
プロデューサー)、下川一哉
氏(意匠研究所)らを
サポートメンバーに発足。
昨年度は、52名の匠に

よるプロダクトが誕生。若
き匠の挑戦が刻まれたプ
ロダクトは、ふるさと納税
の返礼品への採用や、ロッ
クフェラー家主催のチャリ
ティイベントへ出品される
など注目を集め、匠自身
も「TV&webメディアへの
掲載など目覚ましい活躍
を見せている。

2年目となった今年は、
全国47都道府県から計
51名の若き匠が選出。昨
年夏、レクサスギヤラー
高輪で行われたキックオフ
セッションを皮切りに、サ
ポートメンバーが実際に



作品をプレゼンテーションする塩谷さん

レクサスが日本全国の「匠」のモノづくりを応援



1月17日、プレゼンテーションにて

工房を訪ね、途中経過の
プロダクトをうけて行う
エリア・コンサルティン
を経て、匠は自身のアイ
デアを磨き、プロダクトの
試作に取り組んだ。1月17
日に都内で行われた商談
会では、百貨店・セレクト
ショップバイヤー・メ
ディア・デザイナー関
係者などに向けて半年間
をかけて製作した自身の
プロダクトをプレゼンテ
ーション。世界へ羽ばた
く足がかり、ビジネス
拡大のきっかけとなる
大きなチャンスを手に
した。また、商談会の終
盤ではビームスジャパン
とのコラボレーション企
画「LEXUS NEW TAKUMI」
with NEW TAKUMI「
新しい匠、新しい暮らし」
が発表されるなど、プロ
ジェクトも進化している。

「伝統を守りながら「新
しい」感覚やテクノロジー
性を深めながら、その魅
力を「世界」へ広く発信
する。LEXUSが掲げる「二
律双生」を、地方創生×モ
ノづくりの視点で実現す
るプロジェクト。岐阜県選
出の匠、木工職人の塩谷
英雄さんのモノづくりへか
ける思いと完成した作品
を紹介する。

塩谷さんは木工の盛んな
飛驒高山に工房を構え、家
具職人として活動。そのか
たわら地元産の木材を使っ
てネクタイやスマートフォン
を製作するなど、日ごろか
ら木工製品の新たな価値の
創出にチャレンジしている。
また、同じ飛驒高山の伝統
工芸である「一位一刀彫」
や「飛驒春慶」の職人らと
ともにチームをつくり、伝
統の技を活かしながら現代
のライフスタイルに合った
木工製品の開発も進めてい
る。

今回のプロジェクトに応募
するにあたり、最初に考案
したのは「木製の眼鏡ケース」
だった。木のぬくもりや木
目の美しさはそのままだに、
繊細かつダイナミックな一
位一刀彫や、紅や黄色の色
彩豊かな春慶塗りを施した
製品もそろえ、使い続ける
ほどに味わいが生まれる自
信作であった。ところが、サ
ポートメンバーの川又俊明
氏から「ワクワク

感がない」と率直な意見が
出され再考することに。眼
鏡ケースは性別も年齢も問
わず、だん使いができる実
用的なもの。「売ることば
かりに気を取られ、自分自
身が楽しむことを忘れてい
た」と、塩谷さんはハッと
させられたという。それか
ら、「もつとハードルを上げ
て新しいものにチャレンジし
ていこう」と奮起し、たど
り着いたアイデアが木製の
ヘッドホンだった。



川又氏とのエリア・コンサルティン

木製ヘッドホンを製作して
いるメーカーは全国にいく
つかある。しかし、その多
くが一般的なヘッドホン同
様にドライバーユニットや
イヤークリップなどを使い、
しかも高価だった。塩谷さ
んは「木製というからには
デジタル機器や異素材は使
わず、木の風合いをダイレ
クトに感じてもらいたい」と、
木工職人の意地と誇りをか
けて徹底して木にこだわ
った。川又氏からも「機能
性で勝負するよりも、木の
素材を生かしてほしい」と
助言を受け、細部までだ
わり抜いて完成したのが「
ヒーリングヘッドフォン
ヒダノオト」である。

「ヒダノオト」は飛驒産の
ヒノキとカエデのみでつく
られ、ヘッドバンドには飛
驒春慶の曲げ木の技法を活
かした。市販のイヤホン
を本体に装着して耳にあ
けると、内部の空洞に音
が響く仕組みになっている。
できるだけパーツを減ら
してシンプルにすることで
価格を抑えた。

ヘッドホンの形状は主に
耳をふさぐタイプと、耳の
穴に差し込むタイプに分
かれるが、「ヒダノオト」は
耳にあてたときに木のしな
やかな素材感が直に感じ
られるよう前者に決めた。
そして、まずは耳の形状に
あわせて本体をくりぬき、
音の密閉性を考慮して厚み
やサイズを整えた。中でも
最も時間を費やしたのは、
音を反響させる部分の樹
種や構造だ。例えば、ヒ
ノキは香り高く手触りの
良い樹種だが、軟らかい材
質なので音が響きにくい。
ヒノキ



完成プロダクト「ヒーリングヘッドフォン ヒダノオト」

の持ち味と音質を兼ね備
えた製品をつくるには、ど
の樹種を組み合わせるのが
最適なのか、ブナやウォ
ールナットなどさまざまな
樹種を使って試作を繰り返
し、カエデに装着したとい
う。カエデは楽器にも使
われる樹種で、硬くて音が
伸びやかに響くうえ、優
しい色味でヒノキと見た
目もマッチする。構造につ
いても、音の通り道をど
うつくと心地よく音が届
くのか改良を重ね、最終
的にトンネル状の長いスリ
ットと短いスリットを入
れ、立体的に音が届くよ
うに工夫した。

特に「ヒダノオト」は、鳥
さえずりや川のせせらぎ、
滝の中でも最も時間を費
やしたのは、音を反響させ
る部分の樹種や構造だ。例
えば、ヒノキは香り高く手
触りの良い樹種だが、軟
らかい材質なので音が響
きにくい。ヒノキ



品質を求めて、何度も試作を繰り返す



バイヤーに商品説明をする塩谷さん

プロジェクトを振り返
ると、塩谷さんは「サポ
ートメンバーの方々から
のアドバイスは、大きな
成果となった」と語る。
そして、「全国のものづく
りの産地のさまざまな匠
と出会い、産地工場の一
生懸命取り組む姿に、ま
た創作意欲をかき立てら
れた」とも。すでに新
しい製品づくりに着手
している塩谷さん、飛
驒高山の木工文化をさら
なる新境地へと導いてい
る。

広告

企画・制作 LEXUS NEW TAKUMI PROJECT 実行委員会

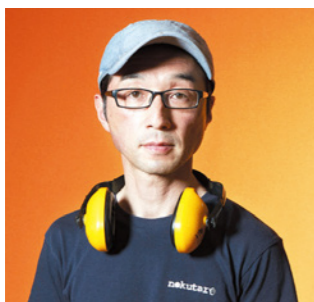


スーパーバイザー
小山 薫堂氏

1964年6月23日 熊本県天草市生まれ。
日本大学芸術学部放送学科に通う。
伝説の深夜番組「カノッサの屈辱」
でその名を世間に広め、「進め電波
少年」や「料理の鉄人」など、数多
くのヒット番組の企画・構成に携
わる。「くまモン」の生みの親でも
ある。



研磨機で肌触りや匂い、木目など木の魅力を最大限に引き出す



塩谷 英雄
岐阜／木工職人

23歳で家業の木工に従事した後、
2008年地元家具メーカーの下請け
をしながら、「飛驒の匠」と呼ば
れる伝統工芸の技と魂を新しい
スタイルで提案する自社ブランド
「nokutare(ノクターレ)」を
立ち上げ創作活動をスタート。
2012年に自社商品販売店舗
「ファクトリーショップ
nokutare」を工房内に
オープンし、「飛驒の匠」の文
化を次代に繋ぐために活動
している。

ホームページ <http://www.nokutare.jp>

