

銭湯ペンキ絵師

つれづれ日記

第19回

田中みずき (銭湯ペンキ絵師)

忘れられていた「変わったペンキ絵」

銭湯のペンキ絵に描かれるものと言えば、富士山でしょう。しかし、この連載の第11回(2017年3月号)でも書いたように実は70年代には広告としてハワイの風景やレコードジャケットを描いたペンキ絵がありました。こういったペンキ絵を手掛けていた会社は既に無くなり、多くの人は忘れていたかも知れません。

けれども、過去の作例を知るとペンキ絵が変化し得ることがわかります。自分は近年、過去の例を参考にして期間限定で銭湯に広告のペンキ絵を描く仕事を受けてきました。株式会社エイチ・アイ・エス、アウディジャパン、映画シン・ゴジラの撮影地の大田区、日本たばこ産業株式会社などのペンキ絵を描いています。実はこの数年、ここまで変わった絵ではなくとも、ペンキ絵への小さなニーズの変化が起きています。

近年のペンキ絵の変化

ここ数年、富士山というモチーフは残しながらも、絵のイメージを変えてほしいというご依頼をいただくことが増えてきました。通常のペンキ絵では、青空に白雲と富士山、前景に山並みと水辺の風景を描き、ペンキ絵らしい勢いのあるタッチなどが特徴的です。しかし、近年では葛飾北斎の《神奈川沖浪裏》や日本画風・琳派風のイメージの富士山を描いてほしいというご依頼をいただくのです。

こういったモチーフになるのは、改築して新しいデザインの建物になった銭湯です。和の要素を残しながらも現代的なインテリアの「和モダン」な銭湯で、「日本らしさ」は保ちつつデザイン性に重きを求める風潮があるようです。この流れは恐らくしばらく続きそうですが、各銭湯のブランディングに合わせての制作となるため、どの銭湯でも観られるように定型化することはないかと考えられます。

興味深いのは、2020年の東京オリンピックを前にインバウンドを意識して建設中のホテルや旅館の浴室に描く絵です。特に今年はこういったお仕事が増えているのですが、実はほぼスタンダードなペンキ絵らしい絵を求められています。日本らしく富士山が見える風



景ということで、一番シンプルな「風景画」を求められているのかも知れません。外国の方にもアピールしていきたいという銭湯は、2020年まではこの姿勢を参考にすべきでしょう。ここまでが、現状の変化と、オリンピックまでの今後3年間でのペンキ絵の動向かと思われま

将来のペンキ絵

今後は絵ではなくプロジェクションマッピングなどによって壁面の映像化が定着する可能性も想定しています。現時点で既にプロジェクションマッピングを使っている銭湯もあるのですが、普及するか否かは飽きられないものを提供していく努力とコストパフォーマンス、お風呂場という湿度の高い空間でどのように機械のメンテナンスを行っていくかといったいくつかの点で問われていると思われま

動きがある映像はストーリーやパターンを鑑賞者に把握されやすく、見飽きてしまうのが難点でしょう。絵は、鑑賞者が自由なテンポで好きなように鑑賞できる点で、永遠に観ていられるという強みがあります。しかし、各銭湯の個性化によって壁面装飾に変化が生じていく可能性は否めず、ペンキ絵を観ることの面白さを伝えていく努力がなお必要となっていくでしょう。ペンキ絵自体のブランド確立として絵の定型化も必要となるはず

また、スマートフォンが普及して情報過多になりつつある現代において、むしろリラックスするための銭湯という空間では情報を遮断する要望が出てくる可能性も高くなるかと思われま

プロフィール ● 1983年大阪生まれ。幼少時から東京在住。筑波大学付属高等学校進学後、明治学院大学在学中に銭湯ペンキ絵師・中島盛夫氏に弟子入り。現在は独立し、銭湯のペンキ絵のほか、老人ホームの浴室や店舗など制作の場を広げている。現代美術展覧会・レビュー情報サイト「カロンズネット」元編集長。ペンキ絵制作に関する活動は、ブログ「銭湯ペンキ絵師見習い日記」(<http://mizu111.blog40.fc2.com/>)にて随時掲載。