

# 文化財 デジタルデータ化

## レプリカに本格参入

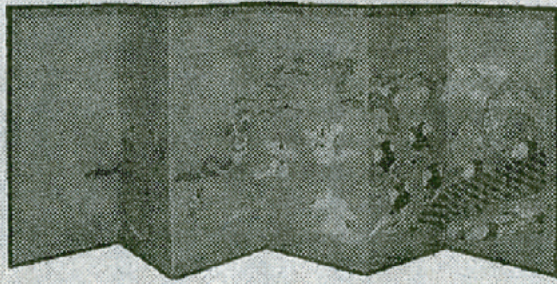
ホテル向け金屏風(びょうぶ)制作最大の山路内装表具(広島県福山市、山路宜嗣社長)は、ふすま・屏風・掛け軸など文化財のデジタルデータ化によるレプリカ製品の制作・販売事

### 山路内装表具

業に本格参入する。全国の寺社、博物館などに新たな収益源として提案する一方、年内に海外向け販売も始める。売り上げ低迷が続く屏風と並ぶ主力事業に育成する。

## 海外向け販売も

事業はソフト受託開発のコンテンツ(岡山市、小野博社長)などと取り



デジタル技術を使った文化財のレプリカ(狩野探信作「舞楽図屏風」)

組む。寺社や博物館、美術館などに所蔵している文化財のデジタルデータ化を働き掛け、山路内装表具の高級屏風制作技術を用いてレプリカ品を作る。その後、同社が窓口となり企業や研究機関、富裕層に販売したり、劣化を防ぐためオリジナル品の代わりに展示するのに役立ててもらったりする。観光客向けにミニレプリカの販売も目指す。製品の海外販売はまず、年内にスペインの商社と組んで始める予定。さらに食器輸入会社を通

じ、コレクター向けに和風インテリアとして売り込みを本格化する。文化財のデジタルデータ化は大手写真フィルム会社などが一部で始めているが、商品化も含めた取り組みは珍しい。

ふすまを絵師によって模写した場合、制作コストは一枚数百万円かかるが、デジタルデータを用いれば五分の程度で済む。精密カメラで撮影することで大型の絵柄にも対応する一方、紙卸と共同開発したインクジェット用の特殊和紙を使って仕上がりが美しくした。山路内装表具は一九九

九年設立で、ホテル向け金屏風販売では全国シェアの六〇%を占める。新事業で二〇〇六年十一月期に三千五百万円を売り上げ、屏風販売も含めた全売上高を五〇%以上増やす計画。