

へぎ板生産における技術伝承の課題

前川洋平（東農大院）・宮林茂幸（東農大地域環境）

要旨：へぎ板生産について、長野県木曽郡内の2人の生産者への聞き取り調査をもとに、へぎ板生産の現状と課題を明らかにした。技術を伝承していくためには、生産過程の特徴や相違点から課題を明らかにする必要がある。生産過程において、原木の入手に関して好ましい原木の入手が年々厳しくなっている中で、不適材の活用、生産環境や生産に対する姿勢、販売ルートや販売に対する意向などにおいて差異がみられた。また、個別経営による生産者は、自らが付加価値を付けることや、販路開拓を行っていること。一方、材木店の一部門に属している生産者は、大量のへぎ板を生産し、生産に特化することで、生計を担保するという点では優位性がみられた。

キーワード：伝統技術、へぎ板、木材加工、伝承

I はじめに

わが国の林業は、育林・伐出・加工とそれぞれの段階において様々な知恵や技術によって育まれてきた。それらの知恵や技術の基底には、地域資源としての木材を可能な限り有効に、そして持続的に活用しようとする考えがあった。しかし、現代においては、効率的な新生産システムによる木材生産をはじめ、加工においても集成材や合板生産、あるいは、プレカット加工などに特徴付けられるように、木材の加工技術体系の変化、消費者の嗜好の変化等が起き、伝統的な木材利用は弱体化する傾向にある。

しかしながら、森林管理の持続性や循環型の森林利用は、古くから伝えられてきた知恵や技術の中にこそ、森林管理の持続性や循環型の森林利用、木材利用などを進展させるヒントが存在すると考える。

本研究において着目するへぎ板とは、原木をみかん割りしたのちに、材を引き裂くようにして生産される野根板や網代用板の総称である。「へぐ」と呼ばれる行為、すなわち手と足を用い、小割り鉈を使って生産する行為によって生産される板のことを表す。切削加工であるため、原木には節のないもの、ねじれのないもの、年輪幅が密なものなどが好まれる。このへぎ板生産について、長野県木曽郡地域においてわずか2人となつた生産者に聞き取り調査を行い、その特徴を明確にするとともに、技術伝承の課題について考察することを本研究の目的とする。

II へぎ板生産の変遷

へぎ板生産のはじまりについて、明確な文献は見つからないものの、板生産の原点について『登呂の記録』

では、登呂において水田の畦をつくる矢板として板が使用されていたこと、板は何万枚という膨大な数量であったこと、それは一般農民が生産していたという特徴が挙げられている(1)。また、板の生産には斧や鑿、ちょうなが使用されており、人間が刃物を作った直後から生産され始めたとされている(2)。

その後、中世後期の遺跡からは鉈が発見されており、そこから日本本土の中心的な地域から各地に伝播したとされている(3)。その結果、加工に熟練を要し、多くの生産時間を要する「へぐ」技法による板生産は衰退の一途をたどることになった。その後、動力による製材が可能となるにしたがってその傾向は強まることがなった。

III へぎ板生産の現状と課題

本章においては、へぎ板生産を行う2氏の生産概要を示した上で、3つの生産過程にわけて、それぞれの比較を行う。なお、それぞれの生産者をA氏・B氏と表記している(表-1)。なお、調査は2008年10月13日、12月1日、2009年9月20日、および21日に生産者への聞き取り調査を行った。

表-1. 調査対象の概要

	A氏	B氏
所在地	長野県木曽郡上松町	長野県木曽郡大桑村
年齢(2009年4月2日現在)	63歳(1945年生まれ)	80歳(1928年生まれ)
従事開始年齢	22歳(1967年)	19歳(1947年)
従事年数	41年	61年
雇用形態	自営(K店)	歩合による賃労請負(D社)
生産に関わる人数	2名(A氏・妻)	5名(B氏・D社4名)
所属組合	木曽木材工業協同組合	木製品製造業部門
		製材業部門

Youhei MAEKAWA(Graduate School of Agricultural Science Tokyo University of Agric.,Sakuragaoka 1-1-1 Setagaya Tokyo 156-8502) and Shigeyuki MIYABAYASHI(Tokyo University of Agric.)

The case study of problem of technological legend in splint production.

1. A 氏の生産概要

A 氏は、長野県木曽郡上松町において K 店を自営し、野根板や網代天井などのへぎ板製品を生産および販売をしている。使用する原木は主にネズコとサワラであり、国有林材を木曽官材市売協同組合および、木曽木材工業協同組合を利用して購入している。一時期は木曽木材工業協同組合を脱退したことで、原木の入手経路が複雑、かつ困難になりつつあったが、2004 年に再加入し、現在に至っている。現在は脱退時ほど複雑ではないが、依然原木の入手は厳しい状況にある。

長さ 4 m × 直径 40cm の原木を長さ 1 m に玉切りし、みかん割りしたのち、野根板用または網代用板に木取りする。木取りされたものは作業場において厚みを揃えて 8 枚分の厚さまで調整する。8 枚分の厚さにした材は小割り鉈を用いて一度に 7 箇所の目を盛る。板に指が入るまで小割り鉈を用い、その後は手と足でバランスを取りながら「へぐ」ことによって 1 枚の板が生産される。

生産された板は 96 枚で半束とし、192 枚で 1 束として扱われる。一方、網代用板に木取りされた材は野根板用と同じように生産されたのち、網代天井や網代屏風、その他の家具用材として利用される。

へぎ板としての不適材は、製材所で加工し、網代天井の裏板や枠として使用される。なお、A 氏の生産過程における原木からの歩留まりは約 5 割である。

2. B 氏の生産概要

B 氏は長野県木曽郡大桑村において人工ヒノキの製材を行う D 社の中で野根板・網代天井を生産している。B 氏は主に野根板を生産しており、2009 年現在、網代天井はほとんど生産していない。

原木の入手および野根板・網代製品の出荷業務については、木曽官材市売協同組合、木曽木材工業協同組合から D 社が仕入れたものが B 氏にわたる。

へぎ板生産過程は A 氏と同様である。生産されたへぎ板は野根板として、96 枚を半束とし、192 枚で 1 束として扱われる。へぎ板としての不適材は、D 社がチップ材に加工する。なお、B 氏の生産過程における原木からの歩留まりは約 3 割である。

3. 生産過程の比較

本節では、へぎ板生産過程を、以下の 3 つの段階に分類して分析を試みた。

1 つは、生産者に原木が渡るまでの原木調達過程とし、2 つは、原木からへぎ板に加工される過程を一次加工過程とした。3 つは、生産されたへぎ板を野根板等に加工、出荷するまでの過程を二次加工過程とした

(図-1)。また、聞き取り調査の結果をまとめた(図-2)。

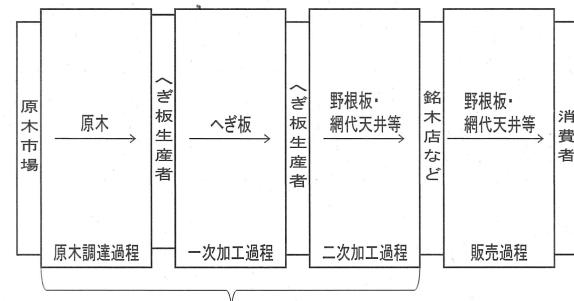
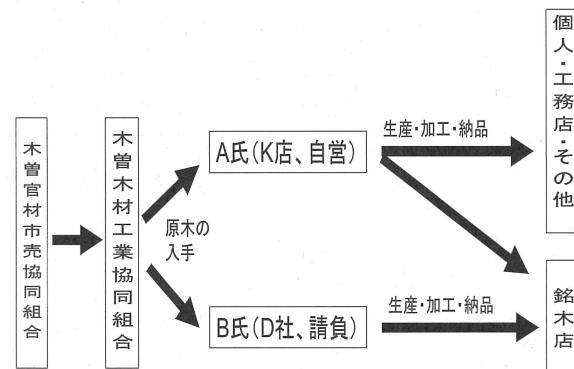


図-1. へぎ板生産の流れ



3. 1. 原木調達過程について

まず、原木調達過程の比較を行う。A 氏、B 氏とともに、木曽官材市売協同組合、および木曽木材工業協同組合から原木を利用するが、A 氏は自身が行い、B 氏のケースでは D 社が行う。A 氏と異なって、B 氏は直接原木を調達するわけではなく、好適材の選定は D 社に任せている。

近年、入手可能な原木の量と質が低下しているということが、A 氏、B 氏ともに共通する点である。林地に立木が存在する場合でも土場に搬出される量が少なく、原木の入手が困難になっている。中でもネズコ材の減少は著しく、両者を悩ませている現状にあるといえる。

3. 2. 一次加工過程について

次に、一次加工過程での比較を行う。ここでは、生産に対する生産者の考え方の相違を中心に明らかにする。

両者の共通点は、へぎ板の木目の模様の良さを知つて欲しいという思いが根底にあることである。一般に高級内装品として使われるため、神経を尖らせていている。

しかし、A 氏はその中でも、質の良い製品を生産するために、原木の選木、木の性質などを吟味している。一方、B 氏は D 社の中で生産を行っているので、野根板の注文が多い時は、納期に間に合わすことに注意し、A 氏が一日に生産する量を超えて、一日に 300 枚の野根板を生産することもある。また、B 氏はかつて、D 社を含む複数の材木店より仕事を依頼され、へぎ板生産を行っていたこと、その際、材木店を移動しつつ、仕事を行っていたことから、仕事量を優先していたと考えられる。両者ともに内装材としてのへぎ板の良さというものを活かした生産を行っているが、雇用形態の違いで異なっていることが原木の選定、生産量の違いに表れている。

3. 3. 二次加工過程について

最後に、二次加工過程における特徴は、表-2 の材料および網代天井の生産方法について明らかなように、へぎ板生産の原木に占める歩留まりに差が見られた。

表-2. 材料および網代天井について

	A氏	B氏
歩留まり	約5割	約3割
不適当木の使途	裏板や枠へ加工して使用	D社にてチップに加工
野根板の二次加工	なし	
網代用板の加工	あり	
網代の製作	注文時に作成	注文時に作成
	注文あり	ほとんど注文なし
網代の編み方	7種類	1種類
網代製作時の使用樹種	ネズコ・サワラの組み合わせ	単一樹種

A 氏は、へぎ板生産における不適材を網代天井の裏板や網代屏風の枠などに利用するほか、網代天井や網代屏風など網代を活かした製品の製作に力を入れている。網代の編み方には矢羽根、石畳、市松、親子矢羽根、斜石畳、親子市松、亀甲の 7 種類があり、A 氏の製作する網代は、ネズコとサワラを組み合わせている。

一方、B 氏の場合は、不適材を D 社が引き取り、チップ材に加工されることから B 氏は不適材処理に関わっていない。B 氏が製作する網代天井は、ネズコやサワラ、スギの単一樹種で網代を製作している。編み方は矢羽根網代の 1 種類のみである。

A 氏は、原木の質を原因として野根板幅に板が取れないことから、網代製作に力を入れている。すなわち、このことからへぎ板を有効に使用すること、また、付加価値を与える生産技術を重んじているといえる。つまり、木の本質や性質に対応した加工を行い、多様なへぎ板を生産する姿勢が伺える。また、網代の生産は、

野根板のように幅の広いものが必要ではなく、網代用として幅を満たしていれば野根板ほど長くなくても網代に使用できることが上げられる。これにより、原木をより有効に使うことが可能となる。歩留まりに関して、不適当木の処理を網代製品に活用するのか、そのままチップなどとして処理するのか、という点が結果的に、B 氏より A 氏の方が上回っている。

表-3 は受注、加工、出荷に関する流れを示したものである。生産されたへぎ板や、網代製品は、基本的に銘木店に出荷される。

表-3. 生産の受注および出荷の概要

	A氏	B氏
受注先	銘木店	銘木店
	設計士	
	施主	
出荷先	京都府 3社	京都府 3社
	大阪府 2社	滋賀県 2社
	東京都 1社	
	千葉県 1社	
主な収入源	網代天井	野根板

その他の流通経路についてみると、K 店は京都府の 3 社、大阪府の 2 社、東京都、千葉県の 1 社に出荷している。一方、D 社は京都府の 3 社、滋賀県の 2 社に出荷している。京都府の銘木店 3 社は、A 氏、B 氏とともに共通する銘木店であった。また、D 社の出荷する滋賀県の銘木店のうち 1 社については野根板ではなく、網代製品用としての網代用板を納品している。

K 店は銘木店への出荷の他にも、建築設計士や施主などからの注文にも応じている。基本的には野根板や網代製品は、工務店に出荷されるが、近場の場合や、工務店が施工するのが難しい場合、A 氏が自ら施工を行う場合もある。

IV 生産事例を比較しての考察および課題

A 氏と B 氏の生産過程において、両者に共通していることは、1 つはへぎ板生産に望ましい原木の入手が困難になっていることである。へぎ板生産において重要な原木は、特にネズコ材の入手が厳しく、へぎ板生産の今後を大きく左右するものとなっている。

原木の入手が益々困難になると、原木の見極めというものが大きな鍵となる。A 氏は原木の入手を自身で行っているが、B 氏は D 社が代行している。生産者自身が原木を見極め、直接入手することで、歩留まりも変わってくることが考えられる。実際に生産を行う者の目で見ることが重要であり、限られた資源を有効に利

用する点では極めて重要な過程である。この点において、A 氏と B 氏とでは、技術の伝承ということから大きな差が現れている。技術を伝承していく上で原木の見極めも大切な分野である。

次にへぎ板生産における経営面では、A 氏 B 氏とともに、野根板生産だけでは生計を立てることは厳しいということである。特に A 氏は野根板生産では利益率が低く、本来は A 氏の仕事ではなかった網代製品の生産も始めている。つまり、自らがへぎ板に付加価値を付け、利益率の高い商品の生産をせざるを得なかつたのである。野根板生産だけでは、需要が少なく、厳しい経営状況にある中、A 氏が行う木の性質を見極め、へぎ板を活かした製品を作成することを続ける姿勢は評価できる。しかし、野根板だけでは利益率が低いという現実があり、へぎ板製品の価格形成や消費者への PR などによって経済的に成立する生産加工流通の構築が必要といえる。一方、B 氏は野根板の生産のみで生計を立てている。これは、D 社を経由し、大量の野根板を出荷することで可能となっている。しかし、価格形成や A 氏の生産する野根板との商品としての格差など市場との関係について、今後検討する必要がある。

また、生産者が納品先業者や消費者と直接繋がることで、販売ルートや新規需要の開拓が可能となり、経営改善の可能性がある。両者ともに銘木店からの受注を受け、生産、納品を行っているが、これでは買い手市場による価格形成となり、生産者にとって不利が多い。自らが消費者と繋がる売り手市場に転換することで、今後も生産を続けられる可能性が広がるといえる。

2009 年現在、K 店は、銘木店からの注文よりも設計士や施主、その他個人からの注文が多くなっている。これは A 氏が販路開拓に積極的であるとともに、網代生産を行う姿勢が消費段階に伝わりはじめているものといえる。一方、D 社は銘木店がほとんどである。D 社も現状の銘木店との関係を維持するとともに、新たな販路について開拓していくことが課題であろう。

安定した一定の収入を得られるのは、B 氏のような請負型生産方法の方が有利である。しかし、D 社の経営状況次第では今後、生産が行えなくなる可能性もある。

一方、A 氏のような自営型生産形態では、野根板生産のみならず、原木の性質や利用にこだわることで、網代製品などへぎ板に付加価値を付けている。同時に、

販路開拓などについても加わることで、自らの商品に責任を持って販売することが可能となり、消費者の信用も得られる。しかし、価格形成については、流通のあり方、技術伝承という観点から今後の課題といえる。

生産過程については B 氏のような生産形態に優位性が見られたが、技術伝承の課題として、へぎ板生産に關係する者だけが生産や生産者の生計に関して努力や支援をするのではなく、組合など中間組織や消費者においても現状を理解し、支援をする必要があると考える。

V おわりに

本研究では、へぎ板生産について 2 つの事例から生産過程を比較し、生産、販売ルートに関する課題を整理した。その中で、1 つは自営型生産形態（A 氏）と請負型生産形態（B 氏）の 2 つの形態が明らかになった。さらに、2 つには物品流通における売り手買い手の問題、3 つにはそれぞれの経営の持続性の問題、4 つには伝統的技術が D 社や銘木店などの支援が必要になっていることなどの問題等を示すことができた。

今後の課題として、生産されたへぎ板の流通について、また、生産コストなど経済的な面からの技術伝承の課題や製品の質の面にも考慮することが必要であろう。その中でさらに、社会において認知を得るために課題について研究を深めていきたい。

引用文献

- (1) 森豊 (1969) 『登呂の記録』. 講談社. 東京. 166-168.
- (2) 田中信清 (1980) 『経木』. 法政大学出版局. 東京. 6-9.
- (3) 朝岡康二 (1998) 『野鍛冶』. 法政大学出版局. 東京. 258-259.