

研究テーマ『輪島林業・漆産業と山村の活性化方策の研究』

指導教員 石川県立大学 生物資源環境学部 教授 辻井 博

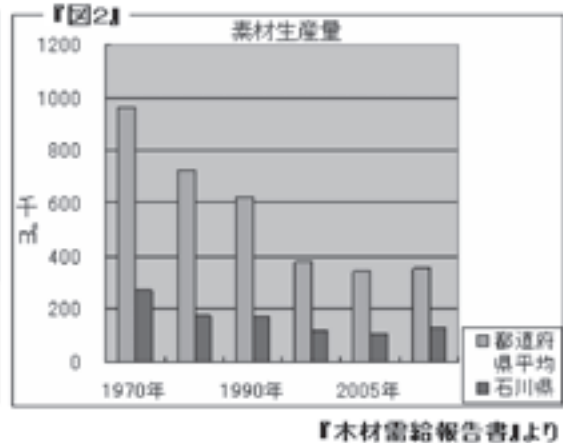
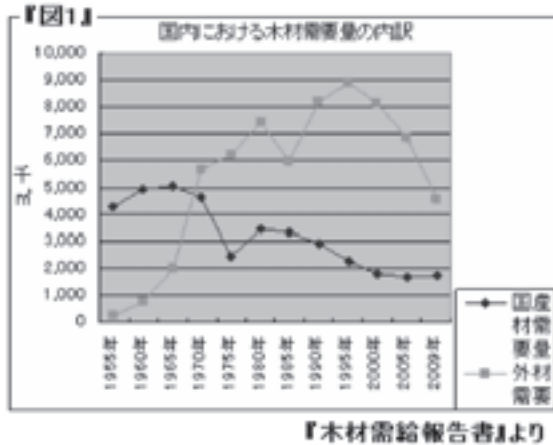
参加学生 松野隼也・加藤麻衣

1 日本と輪島林業の衰退と復興方策の研究

国内の伐採適期森林が増加したにもかかわらず国内及び奥能登の素材生産量が低下し、日本及び奥能登林業が衰退してきた。この問題を克服し、日本及び輪島林業の復興方策を究明する。研究方法は、現地調査や著者の林業実習の他、統計分析や経済分析による。

2 日本及び奥能登林業の衰退

過去 55 年の外材需要量の急増に対し、国内需要量は図 1 のように低下してきた。図 2 では石川県では素材生産量の低下が全国に比べかなり少なかった。これは石川県の林業及び奥能登における林業が自給的、伝統的性格があるかではないかと考える。

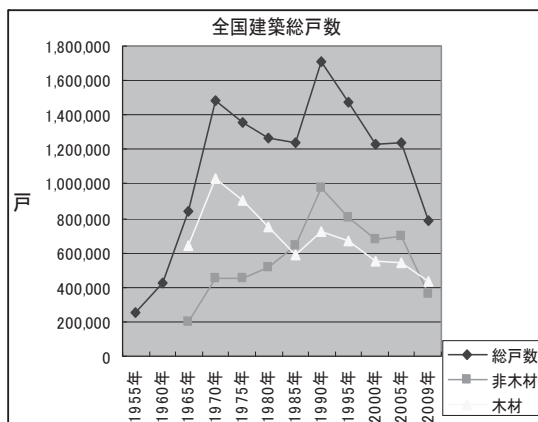


3 日本林業衰退の原因

3-1 林政の失敗と木材需要構造の変化

国産材資源が枯渇したため実施された木材輸入自由化による外材輸入の急増と継続が主な原因である。1950 年からの拡大造林により、伐採適期の森林が増加しているにもかかわらず外材輸入を続け国産材が伐採できない状況を作った林政の失敗である。

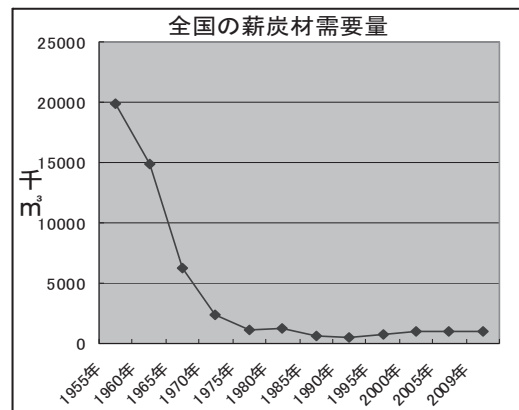
3-2 建築工法が非木材化したための木材需要量の減少



1955～75 年までは総戸数の内、木造建築が非木造の 3 倍くらいを占め、木造住宅には国産材が使われていた。しかし 1970 年頃から木造建築は減少を続け、日本の木材需要は減少し、さらに図 1 に示した木材需要の外材化が国産材の需要を一層減少させた。

3-3 エネルギー革命による薪炭需要の低下

林家にとって薪炭はかつて重要な林産物であったが、右図のように薪炭需要が急激に減ったことで、林家の山離れが進み林業衰退の一因になった。

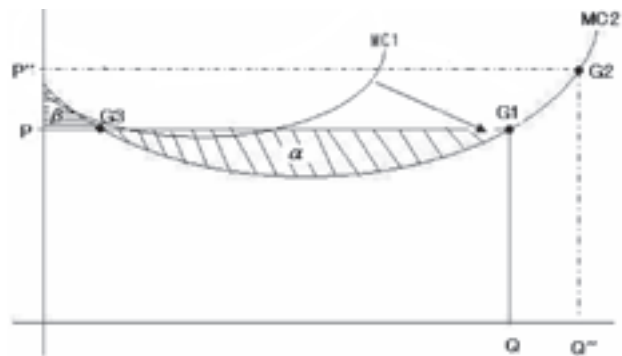


4 日本林業復興策

最近日本の木材自給率の上昇、外材輸入の減少、林家の伐採活動の上昇と、日本林業復活の兆しが見える。この兆しを促進し、日本林政の失敗である過小な輸入関税、過大な外材輸入、過小な国産材の利用を改めることが、日本林業及び、奥能登林業復興の基本戦略である。それを支える政策として、路網整備や施業集約化等の投資的政策や、資格や技術制度などの制度的政策がある。

4-1 公正な関税による国内林業の復興の経済分析

木材価格は 1975 年と 2010 年とほぼ同じであり、P とする。1975 年の木材供給の限界費用曲線を MC1 とする。戦後の拡大造林により伐採適期森林が増えたため、2010 年の限界費用曲線は右下へシフトし MC2 となる。MC1 は P を下回る部分が少いため、赤字状態である。2010 年の国内材生産量は点 G1 で決まり、利潤は $\alpha - \beta$ とかなりおおくなる。右図で理論的に示した変化が、75



年から 2010 年に期間に日本で起こったと考えられる。これは 2010 年に、日本林業がかなりの利潤を上げながら生産していることを示しており、これが日本林業復活の『兆し』といえる。しかしこの利潤はまだ小さいと考えられるから、日本林政は公正な関税をかけるべきである。関税によって木材価格を P' にまで上げれば、利潤は P'G2G1G3 の総和となる。さらに国産材生産が Q から Q' に増え、伐採適期の国産材を適正に伐採できることになる。これが過去のの本林政の失敗を修正し、日本林業を復興させる基本提案である。

4-2 路網整備、施業集約化、法整備と人材育成制度

現代における路網新設はグランドデザインを考えることが少ない。また日本において皆伐の面積制度や再生林の義務はあるものの、これを監視するシステムが十分に機能していない。林業技術における資格制度も法整備の一部であり、これらを修正していくことが大切である。

5 輪島林業の復興策

図 2 で石川県及び奥能登林業は自給的、伝統的性格が強いとされた。それは、輪島の漆、杉、能登ヒバなど伝統的樹種に現れている。輪島林業の不幸にはこれら樹種を重視することが大切である。

5-1 合板の自給率の向上

国内における合板の自給率が 64% と高いが、県内では 2 割と低い。このため県内における合板産業を活性化することが県及び輪島林業の活性化につながる。

5-2 能登ヒバ復興策

能登ヒバは、昭和 41 年に石川県の県木として指定され、別名「アテ」という名で親しまれ、能登地方特産の樹種である。能登ヒバから抽出される精油に 9A は抗菌性成分を非常に多く含み、カビや細菌の他シロアリやダニに対しても忌避効果や殺虫効果があり、芳香性も持つ。そして木材としてもヒノキやズギと比べ強度が高い。また乾燥にかけても材質を劣化させない乾燥方法等も考案されている。このような特性を活かし、能登ヒバの利用を促進していくことが大切である。下の二つの写真のは、能登ひばの純粋水と能登ヒバによる外壁リフォームをした民家である。輪島では、こうした能登ヒバ利用の商品開発を促進すべきである。

5-3 能登杉に関して

石川県内の杉は九州等の暖かい気候と比較して生長速度が遅い。しかしそれ故に年輪が細かく断面が美しく、また強度が高いといった意見もある。これらの情報は口頭によるものなので、他県の杉と比較し、能登杉の特徴を立証し、ブランド化する必要がある。



5-4 漆に関して

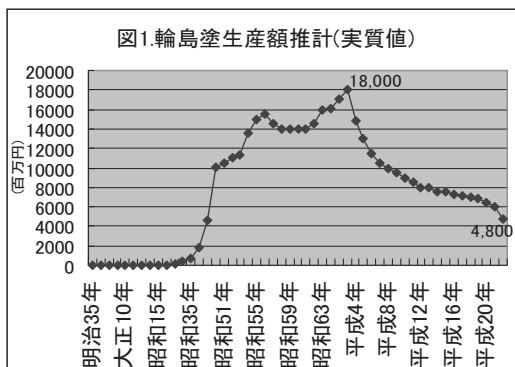
輪島漆器は有名であるが、現在では国産漆は全漆の 1 割しか利用されていない。

1971 年から 1987 年にかけて輪島市による漆の植栽が市内山地で行われた。10 万 5300 本の植栽が実施され 3 万本が無料配布されたが、放置や天災等によりほとんどが倒木や枯渇で漆の生産ができたのは全体の 1.4%で、1500 本である。樹種としての漆の性質を研究し適切な植栽方法を研究していく必要がある。

6 輪島漆器産業の衰退と復興策の研究

6-1 研究課題と研究目的

石川県の奥能登地方の輪島では、伝統美術工芸品として輪島塗が有名である。輪島漆器産業は年間生産額が図 1 が示すように平成 3 年のピークから実質で 1/3 までに減少してきた。また、技術者の高齢化や後継者不足が深刻化している。本研究は、輪島塗の衰退要因とその



復興方策を研究する。

6-2 研究方法

漆器産業調査を、輪島にて12軒の工房での調査票による聞き取り調査、工房・店舗見学、及び1軒の郵送調査を行った。消費者調査では20代～80代の男女50人に漆器に関するアンケートに答えてもらった。その他、文献研究、現地視察、統計・経済分析などを行った。

6-3 輪島塗漆器産業の衰退の諸側面

(1) 輪島塗漆器の実質生産額の図1のような、最近の急減。

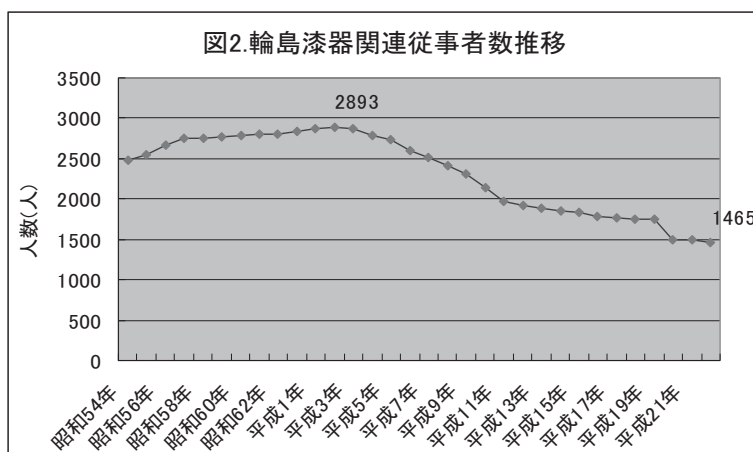
(2) 国内産漆の生産量と漆かき職人の減少

国産漆の生産は、価格の伸び悩み、掻取技術者の減少、さらに生産コストの上昇等により減少した。輪島での漆樹の植林や採漆も衰退した。また、戦後に安価な中国産漆が大量に輸入されたこともこの大きな要因である。輪島塗においても、使う漆の9割以上を中国産に頼っている。

石川県輪島市では、昭和46年から漆の苗木を合計135,300本植栽した。しかし日照不足や管理の不十分により、現在は2000本ほどしか残っていない。また、現在輪島市内には漆掻き職人は1人しかいない。それは、漆の木の管理が大変なこと、漆掻き専業では生計を維持できないこと、顔や手がかぶれるなど作業環境が厳しいことが要因だと考えられる。

(3) 輪島塗漆器産業における事業所数、従事者数の減少

輪島塗漆器関連事業所は全盛期の1990年頃に比べ、1/3は廃業した。従事者数は図2が示すように1/2となった。顔や手がかぶれるなど作業環境が厳しいことや、経営難であることから、若者の後継者がなかなか育たず、今後技術の伝承が厳しい状況にある。現在、輪島塗職人の内、30代以下は10%以下であり、また50歳以上は6割を占める。また、輪島漆器商工業協同組合が平成21年2～3月に行った輪島塗従事者実態調査では、後継者が「有り」と回答した事業主は20.4%しかいなかった。



6-4 輪島塗漆器衰退の要因

(1)生活様式の変化による消費者の漆器離れ

日本の食生活においては、昔は若い世代でも膳を使い、ご飯を主食とする食事をとっていた。しかし、日本人の食事が大きく洋風化し、ライフスタイルの変化に伴って、国民は手間をかけずに食べられるものを好むようになった。和食には漆器が合っていたが、食事の洋風化により漆器は使われなくなった。

また、現代は大量消費社会で、生活用品に対する国民の意識がより安価な食器を求め、それらを”使い捨てる”傾向にある。漆器製品は生活用品としては価格が非常に高く、使い捨てはできない。

特別な儀式である、冠婚葬祭の場においても変化が起こっている。昔は自宅や公民館で行っていたため、家に保蔵してある漆器を使うべき時に使っていたが、今は専門業者を通して結婚式場や葬儀場などで儀式を行っている。これにより、家に漆器を持っていても使う機会がなくなると考えられる。

(2) 『固定的な輪島塗の観念』

これは漆器産業の聞き取り調査から感じられたものである。この固定的観念は良い輪島塗を作るのに貢献する。しかし、これは輪島碗を平均 1.5～2.5 万円と高くする。岩手県地元産漆を使用した浄法寺塗は 5 千円～8 千円程とかなり安く、日本で数々の賞を受賞している。浄法寺塗のような安いものも、輪島塗の良さを残しながら作り、販売額を増やすことが大切であろう。

6-5 輪島塗復興策の提案

(1) 消費者アンケート調査によると、価格が高いことが輪島塗の使用を強く減らしていた。したがって輪島塗の固定的観念を脱却し、価格を抑えた新しい輪島塗をブランド化、差別化し、新しい販売チャネルを創出すべきである。もちろん、この新しい輪島塗は、伝統的輪島塗のブランドがあって始めて売れるものであろう。伝統的輪島塗は継承しなければならない。

岩手県では、地元でとれた漆を使い、しかし比較的安い浄法寺塗を PR し、一時衰退していたのを復興させた。輪島市では漆の木の植栽管理を強化しようとする動きが進んでいる。近い将来、輪島産の漆を使い、従来の伝統技法を施した『本物の輪島塗』と、低価格で提供可能な新しい生産工程の構築による『誰にでも手の届きやすい輪島塗』という 2 種類の輪島塗を開発する必要がある。

(2) 輪島漆器の使い方をはじめとした提案型の宣伝方法、

漆器は「高級品」であり、「扱いづらい、傷がつきそう」という意見が消費者には圧倒的に多い。そのため、実際に漆器を使った場面を消費者に見せ、また実際使ってもらうことが効果的だと考えられる。漆器は外見も美しいが、その良さは触れてみて初めて実感できる。その特徴は口当たりや手触りの良さや、耐熱性により熱いものでも持つことができ、また冷めにくいという利点がある。漆器は使い込むほど色つやが良くなり、長持ちすることを消費者に知ってもらうことが大切である。長期に使えば、時間当たりの価格は安いということになる。消費者に漆器を使ってもらうような体験会を開き、“漆のある暮らし”を提案する宣伝を行うことが大切である。



図 3.漆器を使ったおもてなしの例

(3) 海外への展開

漆器は japan と言われるほど、美しさが海外で高く評価されている。海外向け商品販売サイトの運営を手がけている企業との連携を図り、海外へ強く日本の伝統工芸品として PR していく必要がある。輪島漆器はこの作戦にぴったりである。海外にはまだ、巨大な japan 需要がある。