

建築用竹材産地の形成と確立

—京都を例として—

岩井吉弥

Study on the formation process of bamboo producing
center for building materials, in the case of Kyoto

Yoshiya IWAI

要 旨

京都での建築用竹材産地の形成・確立は、戦後実現した。それは単に、茶室や数寄屋建築あるいは庭園といった、伝統的なものの存在や、竹林の豊富な存在等といった条件が、京都に備わっていたということによるのではない。それよりもむしろ、次のようなメカニズムに注目すべきである。

戦後、わが国の住宅建築需要が増大する中で、人工銘竹を中心とした建築用竹材の需要も増加した。その過程で、京都には、銘竹生産業者・銘竹問屋をはじめとして製品加工業者が成立してくるが、京都の産地は、次の3つの段階を経てはじめて形成・確立されたといえることができる。

第1段階…産地の形成：銘竹問屋と銘竹生産業者の協調段階

第2段階…産地の再編：銘竹問屋による製品加工業者の育成段階

第3段階…産地の確立：三者の確立段階

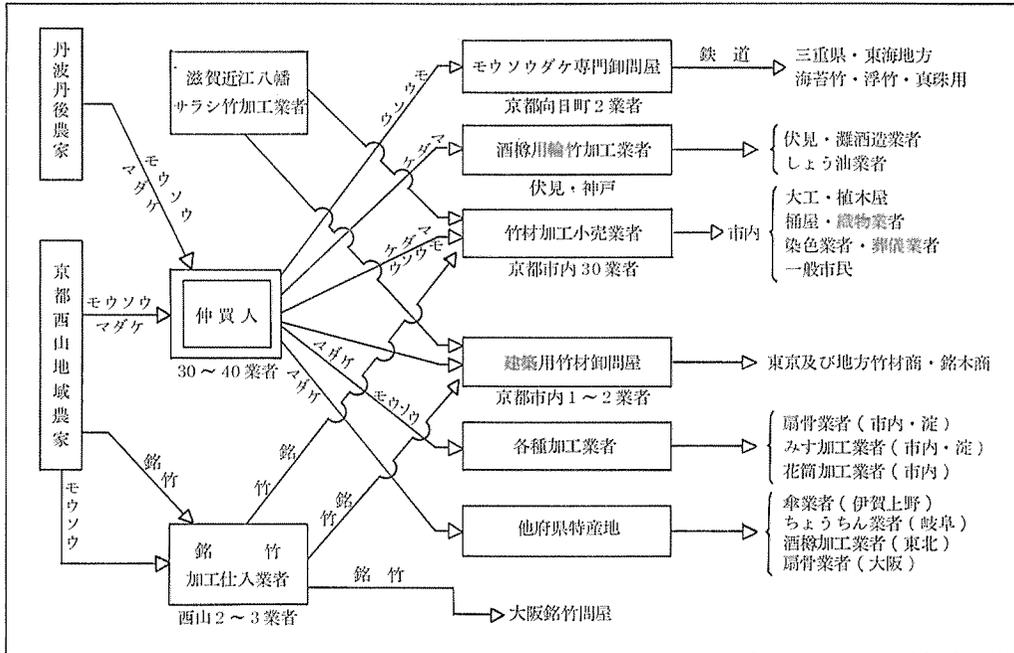
そして、銘竹生産業者・銘竹問屋・製品加工業者の3者が、それぞれの機能を積極的意欲的に発揮することによって、生産・販売体制が完成されたところに京都の大きな特徴がある。

1. はじめに

京都は、タケノコや伝統的な竹細工の産地であるが、しかし同時に、建築用竹材の全国レベルでの産地でもある。本論では、こうした産地の形成・確立が、いかなる条件の下に、また、どのような仕組みの下に実現されたのかの分析を試みた。既存の資料がほとんどないので、昭和55年から56年にかけて、京都の竹材加工業者・流通業者10数名からの取り調査を実施してとりまとめた。御協力いただいた方々に心から御礼を申し上げたい。

2. 戦前における竹材生産と流通

明治から大正期にかけての状況のみてみると次のとおりである。京都の西山地域、つまり現在の京都市の西部及び西南部（西京区・向日市・長岡京市）には、大面積の竹林が存在していた。そこから生産される竹材の大部分はマダケであった。現在、竹材生産の中心をなすモウソウダケ



図一 昭和戦前期の竹材流通

は、当時は主として、食用タケノコ用に栽培されていたのである。マダケは割竹に適し、当時の主な需要は、伏見・灘の酒樽用輪竹で、次いで壁下地用の小舞竹であった。その他に、庭園用材・梱包用材・日用品・建築用材・染色用材など、京都の地場消費向けのものが多かった。なお、竹林所有農家→仲買人という生産・流通構造がすでに形成されており、次にみる戦前期と基本的には変わらなかったと思われる。

次に、昭和戦前期の生産・流通構造をみると図一のようなものである。その特徴をあげると次のとおりである。

①京都近郊、丹波・丹後の竹林所有農家から立竹を買入れ、伐竹して販売したのが仲買人であった。数名の雇用労働者を用いて、年間1～2万束取扱う大手仲買人が10数名、農業と兼業の小規模仲買人が20～30名程度存在した。この期には、次にみるように、モウソウダケの生産が増加してくるが、これら仲買人は、マダケ・モウソウダケの両方を扱い、品種・寸法・品質に応じて仕訳を行ない、各種用途向けに販売した。

②マダケ需要の中心は、いぜんとして酒樽用輪竹であり、伏見や神戸に輪竹加工業者が多数存在した。

③戦前期の大きな特徴は、モウソウダケ生産量の増加であり、年間生産量は10万束でいどに達していた。それは一方では、モウソウダケ専門問屋を成立させると共に、他方では建築用竹材の問屋を一部発生させたという点に大きな意味があった。

まず、モウソウダケはマダケに比して肉厚であり、耐久性に富む点で、昭和期に入ると、海苔・真珠養殖用・定置網用などの漁業用資材としての需要が急増した。漁業用資材は、1回当りの消費単位ひいては取引単位が大きいので、大量の供給が要求された。京都近郊には、すでにタケノコ用のモウソウ竹林がかなりの面積で存在していたし、又、間伐竹の形で連年生産が可能であった。西山地域（現在の向日市）に、主として漁業用モウソウダケを大量に取扱う大手問屋が

2店成立し、仲買人から集荷して、国鉄貨車を利用した大量出荷が行なわれた。三重県をはじめとして、伊勢湾沿岸地方が主な販売先であった。

次に注目すべきことは、この頃から、モウソウダケを利用した人工銘竹類³⁾が生産され始めたということである。とくに角竹²⁾は、大正末から昭和初期にかけて、西山地域（現在の西京区）で考案・試作され、しだいに商品として販売されるようになる。生産・仕入専門業者2～3名が発生するのもこの頃である。

これに対応した銘竹間屋発生の過程は次のとおりである。明治・大正期のところでも見たように、京都で地場消費される竹材には、庭園用や建築用など各種のものがあり、これを供給したのが市内の加工小売業者であった。通称「竹屋」と呼ばれ、仲買人から長尺ものそのまま仕入れた原竹を、用途に合わせて加工（玉切・割・さらし・曲り修正・編加工など）し、完成品に近い形で小売販売した。昭和初期になると、これら「竹屋」の中から、建築用竹材商を看板にして、東京をはじめとした全国各地の竹材商・銘木商に卸売を行なう間屋が1～2店発生する。ただ当時は、いぜんとして、竹材の加工部門を持ち、何名かの加工職人をかかえていた。そして、西山地域で生産されはじめた角竹を取り扱い、これを1つの販売戦略商品として、全国を販売先とする銘竹卸間屋へと展開しえたのだと思われる。現在、サラシ竹³⁾産地として知られる滋賀県近江八幡市も、この頃から生産をはじめたようで、京都銘竹間屋は、このサラシ竹もかなり取扱ったようである。

④京都産の竹材は、以上の他に、扇骨・花筒・みず・すだれ用の原材料として地元で加工されたし、また、他府県の各特産地へ原材料として供給された。当時は、用途からみても、また地域からみても、京都の竹材は広範な需要に対応していたのである。従って、全体からみれば、建築用竹材の比重はなお低く、これが京都における竹材の中心的な位置を占めるようになるには、戦後まで待たねばならなかった。

3. 竹材需要の変化とそれへの対応

戦後、竹材需要が激しく変化していく中で、生産・流通構造もしだいに変化を余儀なくされるが、しかしそれは、京都の建築用竹材産地が本格的に形成されていく過程でもあった。

1) 酒樽用・漁業用竹材需要の減少と対応

酒樽に代わってガラスびんが使用されるようになるのは、戦後間もなくのことであった。それに伴い、当然のことながら、酒樽用輪竹の需要は減少から消滅へと向かう一方、昭和30年頃よりマダケの開花に伴う立竹の枯死によって、京都近郊のマダケ竹林は全滅に近い大きな打撃を受けた。

次に、漁業用資材として大量に需要されてきたモウソウダケにも、昭和30年頃より変化がはじまる。その第1は、漁業用資材の分野にしだいにガラスやプラスチックが進出しはじめたこと。第2は、多少推測も交えていうなら、この頃から九州・四国・中国地方より、漁業用資材としてのモウソウダケが、大量かつ安価に供給されはじめたということである。こうした代替材及び他産地材に対して、京都産モウソウダケは価格的に対応しえなかった。というのは、この頃から、花筒・角竹・図面竹・ゴマ竹といった付加価値の高い商品の生産が増加するのであるが、これらはいずれもモウソウダケを原竹とするものであった。従ってモウソウダケの立竹価格は当然のことながら上昇し、大量かつ安価な供給が要求される漁業用資材の供給からは撤退せざるを得なくなったと思われる。

以上のようなマダケ及びモウソウダケの需給の変化に対して、今までこれらを中心に取扱ってきた仲買人や流通担当業者は、どのように対応したであろうか。戦前からマダケ・モウソウダケ

を取扱ってきた仲買人M氏は、各種用途向のマダケを求めて、近畿・四国・山陰地方へ立竹買付に進出したが、いずれも全く一時的なものに終わった。それよりもむしろ、単なる立竹の買付け、伐竹販売を行う仲買人から、銘竹生産に乗り出したことが、より重要であろう。昭和25年に角図面竹を、30年にはゴマ竹の生産を開始した。販売面では、30年に大阪へ、35年には東京への販路を開始した。こうしてM氏は、建築用竹材とりわけ銘竹類の生産・販売へと転換したのである。このような例は他の仲買人にも多くみられた。その中には、後にもみるように、銘竹生産業者に純化するものの他に、銘竹類を原材料として貼加工を行う製品加工業へも進出するものがあらわれる。戦前からの仲買人は、戦後の銘竹生産業者や製品加工業者の大きな母胎となったのである。

次に、モウソウダケ専門問屋のうちの一店は、昭和30年頃には京都近郊だけでなく、山陰・九州地方へもモウソウダケの立竹買付に進出し、漁業用、農業用資材として、買付先から直接に消費地へ出荷した。しかし、すでに述べたような各種の要因によって、こうした産業用資材の取扱からは撤退し、しだいに建築用竹材の比重を高めていった。漁業用資材の取扱は45年に中止した。他の1店は、30年には早くも銘竹生産業者へと全面転換した。

このように、漁業用を中心に大量に需要された京都のモウソウダケは、以後、主に建築用の銘竹生産へ急速に傾斜していくのである。

2) 建築用竹材需要の増加（数寄屋建築の近代化との関係）

昭和30年以降、とくに高度経済成長期以降において、わが国の住宅建設戸数は大巾な増加を示した。それも一方では、国民所得の着実な増加によって、以前よりもはるかに住環境の質的側面に重点を置いた住宅が求められたのである。その質的な要求が建築用竹材需要につながった背景は何であったのかを、わが国の昭和住宅建築史とかかわらせて、少しみてみることにする。

わが国の伝統的な建築、つまり数寄屋・茶室といった建築の手法を伝え、維持してきたものに、数寄屋大工という技能的な大工や棟梁がいた。こういった人達は、現在もお活動を続けており、そこで用いられる伝統的な素材の一つに竹材がある。しかしこうした古典的・技能的な大工や棟梁の系列ではなしに、近代的な建築家や設計者によって、数寄屋建築の近代化が試みられたのが、昭和のはじめであった⁴⁾。ここにはじめて、数寄屋建築が従来の因襲から離脱して、近代建築家の近代精神によって再生することになったのである。そして本論との関連で注目しておくべきことは、その過程で、建築素材そのものが持つあじわいを生かすことにも充分な配慮がなされ、そういった材料が求められたのであり、竹材もその一つであったということである⁵⁾。

そして、「とりわけ戦後において堀口捨己・谷口吉郎らも含めて現代数寄屋の伝統が明確な形を結ぶに至るのである。」⁶⁾それはまず、有名人の大邸宅⁷⁾をはじめとして、料亭⁸⁾・ホテル⁹⁾などに舞台を見出した。しかしそれが、大邸宅や旅館・ホテルといった規模の大きい高級建築の範囲に止っていたとしたら、わが国戦後住宅史においては、さほどの意味は持たなかったはずである。ただ、昭和30年代には、そういった現代数寄屋の手法が、一般住宅にまで拡大採用されたところに大きな意味があるのである。それが、一般住宅に採用されることになった要因をあげると次の2点になる。

第1点……住宅環境の悪化と数寄屋手法との結合

第2点……現代数寄屋のディティール（詳細図）と意匠の一般化・客観化

第1点についてみると、「数寄屋の問題は全体をつらぬくプリンシプルを持たぬことである。いってみればそれは部分の上に立つ美学であり、部分の構成原理ではあっても全体を律する構成原理ではない。そのフレキシビリティがあればこそまた数寄屋は細部にも、建具や棚の意匠にも、あるいはささやかな玄関脇のあしらいにもたやすく廻ることができ、近代の新しい生を獲得

することができたといえる……。』¹⁰⁹ つまり、数寄屋建築は元来、必ずしもトータルとして存在しななければならないというのではなく、部分に分割しても十分に意味をもつものなのである。そこでその手法は、「1960年代の後半以降、都市の小住宅が外に向かって閉ざされた『箱』として意識されるなかで、あらためて住宅の空間構成の主要な手段として甦るのである。』¹¹⁰ こうして、都市住宅そのものの環境悪化と急激な洋風化という状況の中で、現代数寄屋の手法が、部分化されて縦横に駆使されることになる。

第2点について。伝統的数寄屋建築が、近代建築家によって現代数寄屋という形で再生されたということは、数寄屋の手法が特殊技能をもつ大工や棟梁の独占物ではもはやなく、一般の建築家や設計者にとっても、はるかに身近なものになったということである。それは、一般化・客観化されたディティールと意匠が、近代建築家によって用意されることによって実現された。

こうして昭和30年代以降、数寄屋の手法が一般住宅にも採り入れられ、小さな床の間をはじめ、棚や建具や玄関脇のささやかな部分にも用いられた。伝統的な数寄屋の重要な素材であった竹材は、ここで一挙に需要が増大することとなる。竹材の中でも、とくに角竹や図面竹・ゴマ竹といった、人工的に成型・加工したものが、床の間材として需要されはじめた。それは、その頃から同じく数寄屋の素材であった磨丸太が、人工的な加工を施した人工絞丸太として大量に使われはじめたことと、全く軌を一にするものであった。その意味で、これら銘竹はすでに本来の銘竹ではなく、人工的に作り出した括弧つきの「銘竹」になってしまった。しかしそれは、「銘木や奇木のあしらいを押し、ディティールを純粋の形態の問題に還元することによって実現した¹²¹」現代数寄屋であったからこそである。一般住宅への手法の拡大が、本来の銘竹よりもはるかに安価な素材を求めたからこそ、人工的な「銘竹」であっても何ら問題とはなりえなかった。それどころか、本来の銘竹に比べてはるかに量産が可能な人工銘竹であったからこそ、はじめて需要の拡大に対応しえたのである。そして後にみるように、人工銘竹から更に、新建材に近いよしボード¹³・貼加工品¹⁴や銘竹合板¹⁵などへとつながっていく過程が、ここで準備されたのである。

4. 建築用竹材産地の形成と確立

京都において、戦後、建築用竹材産地が形成・確立されていくのであるが、その過程を次の3段階に分けて見ていくことにする。

第1段階（戦後～昭和30年代後半まで）

産地の形成：銘竹問屋¹⁶と銘竹生産業者の協調段階

第2段階（昭和30年代後半～40年代末まで）

産地の再編：銘竹問屋による製品加工業者¹⁷の育成段階

第3段階（昭和40年代末以降）

産地の確立：三者の確立段階

1) 第1段階（戦後～昭和30年代後半まで）

産地の形成：銘竹問屋と銘竹生産業者の協調段階

現在、京都市内には建築用竹材を取り扱う卸売問屋が6～7店存在する。このうち1～2店は、すでに述べたように戦前段階で発生したものであるが、あとのものはすべて戦後主として昭和30年頃に成立したものである。その成立過程を具体的にみてみよう。

問屋Aの例：戦前は原竹を仕入れ、市内向けの各種用途向きに自家加工をして小売販売する、いわゆる「竹屋」であった。昭和25年頃からはだいに建築用竹材の比重が高まるが、いぜんとし

て市内向けの小売りであった。30年代前半からしだいに他府県向け販売が増加すると共に、京都西山地域で生産された角竹や図面竹といった銘竹類の取扱いが中心となっていく。30年頃までは、銘竹類のサラシ加工（漂白仕上げ）を自店で行っていたが、それ以降はしだいに加工部門を縮小し、流通業者へと純化していった。当店は30年代に急速に経営規模を拡大したようであるが、それもこれら銘竹類の取扱いによるところが大きい。

問屋Bの例：西山地域の仲買人の系譜をひく業者であり、市内で竹材小売商をはじめたのは昭和20年代の前半であった。当初は主として、京呉服業者向けの用材を小売していたのであるが、30年代前半からは、しだいに建築用材の比重が高まると共に、販売先は全国に及ぶようになる。とくに角竹や図面竹といった銘竹の取扱いが増加した。80年代には、西山地域の銘竹生産業者や生産農家に対して、角竹生産のための木杣代金や、図面竹生産のための薬品代を負担してまで銘竹類の仕入れ確保に努めた。とにかく「仕入れればいくらでも売れる。」といった状態であった。ただし問屋自らがタケノコや立竹を買って角竹生産や図面竹生産を行うことはなかった。これらの生産のためにはタケノコや立竹段階での集約的な労働と管理が必要とされたので、流通を担当する問屋には到底なし得ないことであった。

問屋Cの例：すでに昭和初期から存在していた、京都でも最も古い問屋である。大正期には、市内向けの竹材小売業を営んでいたが、昭和5年を境として、しだいにこのころから生産がはじまった銘竹（角竹）を取扱いはじめた。販路も東京を中心とした。戦後30年代前半になると、角竹及び図面竹の取扱いが本格化した。なお、20年代には、当店自らが立竹買いをしてゴマ竹生産を行ない、これを原材料として建築用の貼加工製品（裱縁など）を市内の業者に下請加工させているが、量的にはそれほど多くはなかった。しかし40年頃になると、このゴマ竹生産からは撤退した。すでに35年に、自家サラシ加工部門も閉鎖したことと合わせると、当店もこの頃には、流通業者としての純化の方向をたどっていたことになる。

以上のように、昭和30年代というのは、京都西山地域で生産される角竹や図面竹といった人工銘竹を中心に取扱うことによって、全国各地に卸売を行なう、純粹の流通業者としての銘竹問屋が成立する時期であった。とりわけ、A店B店といった新興問屋は、銘竹の取扱い量を不断に増大させて、急速に成長をとげた。そしてこの段階で実現された資本蓄積は、やがて次の第2段階における問屋の積極的な行動を支えることにもなった。

京都西山地域では、すでに大正期末に角竹生産が試みられ、昭和初期には商品として販売された。ゴマ竹は昭和20年代に、更に図面竹や角図面竹の生産は30年代に入ってから本格化したようである。角竹生産のためには、それに適したタケノコの選択と木杣入れ技術、そしてタケノコの成長に応じた木杣の集約的な管理技術が必要である。又、ゴマ竹生産には、その適竹の選択と伐竹のタイミング、更に図面竹類の生産には、図面入れ技術と図面入れの時期の選び方、それに伐竹後の漂白技術といった、数々の高度な技術が要求される。しかし京都西山地域では角竹の生産以来、生産業者や生産農家の絶えざる試作と改良によって、こうした銘竹生産の為の技術はすでに確立していったといつてよい。

30年以降、モウソウダケを原竹とした角竹・図面竹の生産が本格化するに伴い、戦前からの仲買人やモウソウダケ問屋が、この銘竹生産に競って参入したことは、すでにみたとおりである。銘竹問屋が仕入れ確保のために、生産資金の前貸や一部負担を行なったことは、竹林所有者が新たに生産業者に移行する契機を与えた。こうして、京都西山地域には、規模の比較的小さい生産業者が多数形成されたのである。そして30年代中葉頃までは、生産された銘竹類のほとんどすべてが、京都の竹材商とりわけ銘竹問屋を経由して全国に販売されていったのである。まさに、西山の銘竹生産業者と銘竹問屋とは一体となって密月期の中にあつた。この両者の協調関係が、京都

という建築用竹材産地を形成せしめた大きな要因である。

しかしこうした銘竹生産ブームの中には、すでに次期への転換が準備されつつあった。数多くの西山銘竹生産業者の中から、販売価格の有利さによって、京都銘竹問屋を経由せずに、直接大阪銘竹問屋¹⁶⁾や東京の銘木市場へ販売する者があらわれた。その具体例をあげると次のようである。

- 昭和35年、生産業者aは主要販売先を京都問屋から大阪問屋に変更
- 昭和36年、8名の生産業者が京都銘竹生産協同組合を設立し、年2回東京銘木市場に共同出荷。これ以外にもこの頃から各個人が市場へ出荷しはじめる。
- 昭和40年、生産業者bは、主要販売先を京都問屋から大阪問屋に変更。

こうして、京都問屋と銘竹生産業者とが一体となった協調体制に乱れが生じはじめる。京都産モウソウダケ以外では銘竹生産はむずかしいといわれた独占的な商品の中軸として、京都問屋はその地位を築いてきたのであったが、ここに、京都銘竹問屋は何らかの対応を迫られることになった。

2) 第2段階（昭和30年代後半～40年代末まで）

産地の再編：銘竹問屋による製品加工業者の育成段階

30年代後半からの京都銘竹問屋の独占的な地位の動揺は、彼等に様々な対応をとらせることになった。その基本的な方向は、角竹、図面竹に片寄りすぎた商品構成から、より多様な商品構成へ転換し、建築用竹材の総合問屋として展開することであり、その中でもとくに、加工製品（竹材を原材料として加工して付加価値を高めたもの）の拡充に力点をおくことであった。第1段階では、すでに西山地域に生産技術が確立しており、そこから生産されてくる銘竹類を販売するだけでよかった京都問屋であったが、しかし、総合問屋への展開に当っては、問屋自らがそのための基盤づくりを行なう必要があった。

問屋Aの場合：

- ① 昭和30年代後半以降、滋賀県近江八幡業者から新たにサラシ竹を仕入れる。
- ② 40年頃から、同じく近江八幡業者から垣根を仕入れる。これは①の業者自身のサラシ竹売上が不振となったため、A店が技術指導をして垣根生産技術を修得させたものであり、以後現在まで取引は続いている。
- ③ 40年頃からよしボードや貼加工品の取扱いが増加してきた。45年には、京都市内の2名の製品加工業者をA店専属のような形で系列化し、この両者によしボードや貼加工品を生産させた。以後、毎月一定量を仕入れることになった。これによって、A店のよしボードと貼加工品の取扱量が増加すると共に安定した仕入れを確保できるようになった。
- ④ 45年頃から、建売住宅用の台湾産小舞竹を、大阪業者を通じて仕入れ、高級品だけではなく、並品竹材の取扱いにも進出した。
- ⑤ 30年代後半から、東京銘木市場へも積極的に出荷して、東京進出の足がかりとした。そして45年には、関東方面への販売拡大拠点として、東京木場の銘木卸売センターに出店進出した。なお東京方面へは、とくによしボードの販売が著増し、この期のA店の主力商品となった。

問屋Bの場合：

- ① 昭和40年、滋賀県近江八幡業者に、ゴマ竹縁付窓を専門に生産させ始めた。B店はもともと、倉吉市から窓類を仕入れていたのであるが、窓類の需要増加によって、B店が技術指導をして近江八幡業者に新たに生産させはじめたのである。
- ② 同じく40年頃。これはB店だけでなく、京都銘竹問屋のかなりの部分にあてはまることであ

るが、よしボードの加工について各種の指導・アドバイスを行なって、やはり近江八幡業者に生産を始めさせた。これは後、しだいにヒット商品になり、生産量も大巾に増加して、40年代の京都問屋の主力商品にのし上がった。そして同時に、近江八幡市は、よしボードの一大生産地となった。

- ③40年代前半、後に述べるところの西山の加工業者B店が開発した竹欄間が一時ブームとなり、B店もこれをかなり取扱った。そのブームは、5～6年で早くも下降をたどったのであるが、これが一時期ではあれ、40年代中葉のB店の主力商品になりえたという点では、大きな意味をもつものであった。
- ④すでに20年代から、西山地域では一部、ゴマ竹を原材料とした貼加工製品が作られてはいたが、これが本格的に生産されはじめるのが、30年代後半から40年代はじめにかけてのことであった。それまで角竹・図面竹・ゴマ竹などを生産していた銘竹生産業者が、この貼加工へ進出した例が多かったし、又その後、貼加工業者から分離独立していく例もみられた。前者の場合は、概して銘竹生産業者であった段階から、京都銘竹問屋と固定的な取引をしていた者が多かったようである。彼等は、貼加工への進出過程では、京都問屋の技術指導や取引上の優遇を受け、京都問屋との関係を一層強化した。この頃にB店は3名、A店は2名の貼加工業者を系列下においた。

以上みてきたように、A店及びB店は、商品構成の多様化をはかるといふ基本的な方向の下に、各種の加工技術の特産地から移植し定着させると共に、貼加工業者を積極的に育成してこれを系列化した。それと同時に他方では、東京を中心とした販路の拡大と販売量の増加をはかった。よしボード・窓類・垣根については、主として近江八幡業者に技術移植をしてその加工生産を分担させた。しかし、貼加工品については専ら京都において製品加工業者を育成し系列化したのである。

貼加工には、原材料として銘竹類を使用するものの、その加工生産には銘竹生産とは全く異った技術が必要である。すでに京都には戦後間もなくから、この貼加工技術が開発されていたことが、その技術的基盤となった。その後、需要の増大に支えられて、貼加工業者の従業員が分離独立して、新たな貼加工業者を形成していくという仕組みによって、京都における加工技術の拡大再生産が行なわれ、加工製品の量産体制が形成されるのである。

さて、京都問屋が積極的に品揃えを試みた商品の中から、いくつかのヒット商品が生まれたのであるが、まず、40年代中葉頃には窓類の売上げが頭打ちとなる。続いて46年頃からは、台湾産の安価な木彫欄間が大量に輸入されはじめて、それまで順調に販売されていた京都産の竹欄間は大きな打撃を受け、以後急速に生産が減少していった。更に40年代後半になると、近江八幡のよしボード加工業者の中から、京都問屋を経由せずに直接東京問屋へ販売する「頭越し販売」があらわれはじめ、京都問屋の売上げに影響を及ぼし始めた。30年代末に、銘竹生産業者が角竹・図面竹の頭越し販売を行ったと同様の現象が、当時の京都問屋の主力商品であったよしボードにも生じたのである。こうしてここで再び、京都問屋は何らかの対応を迫られることになった。

3) 第3段階（昭和40年代末以降）

産地の確立：三者の確立段階

京都における、昭和40年代末から50年にかけての最大の特徴は、銘竹合板という新製品の開発であった。銘竹合板というのは、図面竹・ゴマ竹・サラン竹の表面をスライスしたものを合板の上に張りつけたもので、いわば竹の特殊合板である。従って、天井材、壁材としてはもちろんのこと、床材としても用いられる。とくに天井材、壁材として用いられる場合には、化粧材として

の用途であるので、張りつけられる表面材が良質な竹材であることが要求される。この加工には、貼付加工の技術が必要であるが、すでに京都にはゴマ竹の貼加工品を生産してきた実績があり、そういった技術の蓄積の上に立って、この銘竹合板が生まれたのである。技術的にみれば、この銘竹合板加工は、京都問屋の系列下にあった貼加工業者が開発したものであるが、その試作・改良については、京都問屋の開発資金援助があったことを忘れてはならない。この銘竹合板開発の意味は、銘竹類の端材が合理的に利用できるようになったことにも見い出せるが、それよりもむしろ次のことがより重要である。

京都の竹材産地から全国に対して販売されてきた建築用竹材は、銘竹類に典型的に規られるように、床柱・床框・落し掛け・棹縁・垂木といった内装材の中でも線としての部材に限られていたといつてよい。それが京都問屋の主導に基づくよしボードの開発によって、天井材を中心とした面材としての用途を見い出した。しかしその名にもあらわれているように、これはあくまで滋賀県産のよしを原材料としたものであって、京都の銘竹類とは直接に関連を持たない商品であった。これに対して、銘竹合板は、銘竹類を原材料として天井材はもちろんのこと、壁材や更には床材としての用途をも対象として、面材としての用途を一挙に拡大したのである。その意味で銘竹合板は、面材としてのよしボードの延長上にあると同時に、他方では京都の銘竹生産技術と貼加工技術の統一されたところにはじめて出現したものである。これを人格的にみるならば、銘竹生産業者・製品加工業者（貼加工業者）と、とくに後者を積極的に育成し、しかも新建材に近い面材としての用途を開拓してきた京都銘竹問屋という、三者による結晶作であったといつてよい。

よしボードをはじめとする商品の売上げが軒並み頭打ちとなる中で、この銘竹合板はいぜんとして売上げを伸ばしているのである。

ではここで、京都銘竹問屋の現状と、その中で銘竹合板の位置についてみてみることにする。

問屋Aの場合：現在の売上構成は、銘竹合板とよしボードを合わせて27%とトップであり、以下貼加工品が17%、角竹・図面竹類11%、内装用竹材（造作材）11%と続いている。銘竹合板・よしボード・貼加工品といった、40年代以降に伸びてきた商品が50%近くを占めていることがわかる。年商数億円で、京都銘竹問屋の中でも屈指の規模である。主な商品の仕入先と販売先は表一1のとおりであるが、その特徴をあげると次のようになる。

- ①よしボード・銘竹合板の仕入先である市内の製品加工業者は、昭和45年に本店が系列化した業者であり、現在も固定的・安定的な取引を行なっている。
- ②垣根類の仕入先の近江八幡の加工業者も、40年頃に技術指導をして育成した業者であり、現在まで取引が続いている。
- ③台湾産の並品の小舞竹を取扱っている一方、京都市内向けの建築用竹材として、かなりの高級品を取扱っている。市内向けのほとんどが、有名茶室大工ないしは数寄屋大工であり、そこで用いられる竹材は、厳選された高級竹材に限られるからである。こうしてA店では、高級品から並品までの各種の建築用竹材を巾広く取り揃えて、関東・東海方面を中心に販売している。

問屋Bの場合：現在の売上構成は、銘竹合板とよしボードを合わせて30%、貼加工品12%、角竹・図面竹類10%、窓類10%、ゴマ竹類10%と続き、3位までの上位を占めるのは、やはり、銘竹合板・よしボード・貼加工品の類である。B店も年商数億円の大手問屋である。主な商品の仕入・販売先については表一2のとおりであるが、その特徴をあげてみると次のようになる。

- ①よしボードの仕入先は、いずれもB店がアドバイスをして生産をはじめさせた近江八幡業者である。

表一1 A店の仕入先及び販売先
(1) A店の商品別仕入先

商品種類	仕入先(地域)	仕入先の形態
角竹・平竹 図面竹	年間 仕入 1万本 京都西山70% 銘竹市売30%	加工業者・農家計20名
ゴマ竹	京都西山地域	加工業者 10店
サラシ竹	滋賀県近江八幡市	加工業者 5店
よしボード・銘竹合板 貼加工品類	京都市内	加工業者 2店
小舞竹	台湾(大阪経由)70% 大分府 20% 亀岡市 10%	用途 建売住宅用 一般建築用 高級住宅用(坪100万円以上)
垣根	京都市内 近江八幡市	加工業者 1店 加工業者 1店

(2) A店の商品別販売先

商品種類	販売先(地域)	販売先の形態
角竹・平竹 図面竹 ゴマ竹 サラシ竹 よしボード 銘竹合板 貼加工品	東京 40% 東海 25% 関西・中国・九州 15% 北海道 10% 京都市内 10%	銘木問屋 小売業者
小舞竹		小舞竹業者 4店
垣根	京都市内 50% 関東・東海 50%	造園業者(高級品) 銘木商

②銘竹合板・貼加工品の仕入先は、いずれも京都の製品加工業者であり、貼加工品の新商品や銘竹合板の加工に当っては、B店が強力な資金援助をした。現在でも固定的な取引を展開しており、その中の一業者と共同で、銘竹と磨丸太とを組み合わせた新製品の、玄関格子セットを開発し、販売を始めている。今なお、問屋のアイデアと製品加工業者の技術は健在である。

③窓類の売上構成が比較的高いが、近江八幡業者からは専らゴマ竹縁付窓のみを仕入れている。これはB店が技術移植を行って育成した業者である。そして、高級品はいぜんとして倉吉から、別注品は京都市内の加工業者からというように、同じ窓類でも製品種類によって仕入先が異なる。

④建築用の竹材については、とにかく揃えていないものはない、というように全国から仕入れを行い、品揃えは完璧である。販売先は関東、北陸地方が中心である。

問屋Cの場合：現在の売上構成をみると、角竹・図面竹類が27%で首位を占め、以下、よしボードと銘竹合板を合わせたものが20%貼加工品が13%と続いている。先のA店B店と比べると、角竹・図面竹類の割合が際立って高いことが大きな特徴である。戦前からの老舗銘竹問屋である

表一 2 B店の仕入先及び販売先

(1) B店の商品別仕入先

商品種類	仕入先(地域)	仕入先の業態	備考
角竹・平竹 図面竹	京都西山地域	農業兼業加工業者5名 加工業者5店	年間仕入量 合計5000本
よしボード	滋賀県近江八幡市	加工業者5店	
銘竹合板 貼加工品	京都西山地域 京都市内	加工業者3店	
クロチク	京都西山地域 和歌山県日高町		加工業者 取扱業者
サラシ竹	近江八幡市 京都市内	加工業者 取扱業者	京都市内からの仕入材は大分県産で二等品以下の材
女竹	京都市内 京都市内	?	千葉県産 大分県産
天然ススダケ	近江八幡市	サラシ竹加工業者	
ゴマ竹	京都西山地域 近江八幡市	加工業者	京都一モウソウゴマ竹 八幡一ハチクゴマ竹
窓類	近江八幡市 京都市内 倉吉市		加工業者 加工業者 加工業者

(2) B店の販売先

販売先	割合
東京	30%
北陸	25%
関西・中国・九州	25%
東海	10%
京都市内	10%

販売先軒数 100店

銘木商・建材業者中心

が、年商約1億円で、A店B店と比べるとかなり規模は小さい。従業員は、戦前は5人いたのであるが、戦後から48年までは3~4人となり、それ以降は1人となった。又、保管倉庫も昭和26年以降ほとんど増築していない。戦後C店も加工部門をしだいに切離してきたために、その分だけ従業員の数が減少したことは確かである。しかしA店B店が昭和30年代以降、とくに40年以降倉庫の増築を繰返し、売上高を著しく伸ばしてきたのと比べて、このC店はその伸長がほとんどみられないのである。

その差は主に次のような要因によるのではないかと思われる。つまり、C店は40年代以降、取扱い商品の中軸をあくまで角竹・図面竹の類に置き、よしボードや銘竹合板の取扱いには余り積極的ではなかったということである。それは現在の売上構成にもはっきりとあらわれている。これを裏返していうならば、40年代以降、規模拡大を実現したのは、A店やB店といった、よしボードや銘竹合板を積極的に取扱った間屋であったのであり、彼らは戦後型の間屋であったといえ

表一 3 C店の仕入先及び販売先

(1) C店の商品別仕入先

商品種類	仕入先(地域)	仕入先の業態
角竹・平竹 図面竹	京都市西京区 年間仕入5000本	農家(5戸) 70% 加工業者(2店) 30%
サラシ竹	滋賀県近江八幡市	
女竹	千葉県館山市	産地問屋 1店
クロチク	和歌山県日高町	?
ゴマ竹 太物 細物	京都市西京区 近江八幡市	農家・加工業者 加工業者
垣根	京都府亀岡市	加工業者
窓類	倉吉市	加工業者
銘竹合板	京都市右京区 岡崎市	80% 加工業者 20% 問屋
ゴマ竹等の 貼加工品	京都市西京区 右京区	加工業者
よしボード	滋賀県能登川町	
人工スダケ	京都府向日市	加工業者

(2) C店の建築用竹材販売先

販売地域	販売額割合
北海道・東北地方	20%
北陸地方	20%
中国地方	
東海地方	15%
京都市内	15%
その他	30%

(3) C店の業種別販売先数

販売先業種	販売先数
材木・銘木商・建材商	135店
工務店	50店
地方の竹材商	15店

よう。

なおC店の仕入・販売状況は表一3のとおりであるが、ここでの特徴をあげると次のようになる。

- ①建築用竹材については、全国から広く仕入れており、問屋としての品揃えを行なっている。中でも人工スダケは近年、京都の加工業者が開発した商品である。これについては後述する。
- ②販売先は北海道・東北・北陸地方が中心であり、東京方面への比重は小さい。

4) 小括

以上、戦後から現在に至るまで、3段階に区分して、京都における建築用竹材産地の形成・確立の過程をみてきた。

まず第1段階では、銘竹問屋が成立すると共に、銘竹の生産と販売が本格化する。京都の独占

商品ともいえた角竹・図面竹の銘竹類を中軸にして、全国レベルでの銘竹問屋が成立してくる段階であったが、これこそ、まさに産地の形成期であった。しかし、銘竹問屋は未だ主導的な立場にあったわけではなく、産地形成の最大の基盤となったのは、銘竹生産技術であったといつてよい。

次に第2段階になると、銘竹問屋の様々な対応がみられた。一方では、商品構成の拡充と販路の拡大を、他方では製品加工業者の積極的な育成をはかった。その中から、やがて新建材ともいふべき近代的な建築竹材がいくつか誕生した。それは又、製品加工業者の技術蓄積期でもあった。要するに、第1段階の銘竹中軸産地から、加工製品を中軸にすべく問屋主導による産地の再編が行なわれたのがこの第2段階であった。

最後の3段階は、いわば産地の確立期である。第2段階では蓄積された加工技術が銘竹合板という形で結晶した。それは、原材料の生産者たる銘竹生産業者、これを受けて加工を行なう製品加工業者、それに主導者たる銘竹問屋という三者が、それぞれの技術や機能を十分に発揮し、それぞれが有機的につながることによってはじめて誕生し、京都の主力商品になったことに大きな意味がある。

この銘竹合板を戦略商品として、銘竹問屋は全国への販売をより拡大し、同時に、銘竹問屋、銘竹生産業者・製品加工業者がより安定的な地位を確保したことをもって、この第3段階を産地の確立期と規定するのである。

5. 今後の可能性と問題点

1) 今後の可能性

これまで見てきたように、京都という建築用竹材産地の形成・確立には、銘竹生産技術と製品加工技術の水準の高さが大きな要因として働いた。今後もそれらの技術はいっそう改良されて品質の向上を実現し、更に新しい商品を生み出していくであろう。

そして更に京都の西山地域には、今までみてきたような銘竹生産者や製品加工業者の他に、どちらかといえば建築用竹材よりもむしろ、それ以外の各種の竹製品を生産加工する業者がいくつか存在している。(この業者を竹製品加工業者と呼ぶこととする。)ここでこれら竹製品業者に注目するのは、彼等のもつ商品開発の企画力と加工技術の水準の高さゆえであり、そこから今後、建築用竹材としての新製品が誕生する可能性が大いにあると思われるからである。その可能性は、次にみる、彼等の今までの展開過程から十分に窺うことができよう。

竹製品加工業者Eの例：戦前のモウソウダケ専門問屋の系譜をひくものであるが、戦後は主として、建築用材以外の竹製品の加工業者として展開してきた。E店の主な取扱商品の推移をみると、表一4のとおりである。輸出用の竹製品からはじまり、建築材としての竹欄間もすべて本店が開発し加工を行なってきた。オイルショック以後は竹細工製品の仕入れ販売を中心にしたが、現在は再び本店での加工を復活させている。現在年間2～3億円の売上をする大手の竹製品業者である。この展開の中で、とくに特徴的であるのは、もともと建築用竹材以外の竹製品加工業者であったE店が、40年頃には建築用材としての竹欄間を独自に開発し、これを京都銘竹問屋を通じて全国に販売したこと、そして数年間にわたって、京都銘竹問屋の主力商品になったということである。又現在、きわめて多種類にのぼる竹細工製品を仕入れ販売する一方、しだいに自社加工比率を上昇させる中で、新しい独自の商品を開発し販売を始めている。その1つに、照明器具メーカーとタイアップした竹製照明器具があり、売上げは順調である。更に、竹製書道用具の改良と開発に取り組んでいる。

表一4 E店の主力商品の推移

年 度	主 力 商 品	仕入先又は原材料	販 売 先	そ の 他
昭34年 ～40年	貿易用スクリーン マット・テーブルセンター	京都産サラシ竹 近江八幡産サラシ竹	神戸・大阪・東京 の輸出業者	すべて当店加工して販売 欧米向け商品
昭40年 ～48年	竹 欄 間	三重県伊勢市及び大分 県中津市の加工業者よ り半製品仕入れ	当初京都銘竹間屋 45年以降 東京銘木間屋>京都	当社開発商品 当店で組立加工
昭49年 ～50年	竹細工製品 (中・高級品)	大分県 70% 松山市 20% その他 10%	全国各地間屋及び みやげ店	自家加工製品30%あり
昭51年 以降	竹細工製品 60% 当店加工品 40%	花 器 照明器具 各種製品	池坊出入業者・陶芸 チェーン 照明器具メーカー	

竹製品加工業者Fの例：戦前の竹材仲買人の系譜をひくものであるが、現在に至るまでには、実にめざましい動きと変遷があった。その過程と現在の売上商品構成をみると表一5のとおりである。戦後しばらくは仲買人であったが、80年代前半には銘竹生産業者に転換した。つづいて40年代に入ると庭園用袖垣の新製品「西山垣」を独自のデザイン加工して売り出し、これがかかなりの売上を実現した。また45年には、長野県業者に技術と資金を提供して、人工スダケの開発を開始し、48年に成功した。この人工スダケは現在、主に京都銘竹間屋を通じて全国に販売されている。F店が独自に開発した袖垣と人工スダケ¹⁹⁾とで、F店の売上げの50%を占めている。

更に技術的な面でいうと、昭和30年以降、当店からすでに7名の従業員（加工技術者）が独立し、京都における製品加工業者の中堅となっていること、また、現在、特殊な垣根をはじめ、竹製品の特殊な注文生産のあらゆるものに応じていることをみれば、当F店の加工技術のレベルの高さを十分に知ることができよう。そうした多産目にわたる製品加工技術を駆使して、目下、うるし塗り茶道具の試作をはじめている。

以上みてきたように、E店F店の特徴をあげると次のとおりである。

- ① 独自で開発した商品を基盤として経営を展開し拡大してきた。
- ② 多種目の竹製品を加工し取扱う中から、建築用竹材としての全く新しい製品を生産するアイデアと技術力をもっている。
- ③ これらの新しい商品は、京都銘竹間屋の展開にも大きな意味をもった。
そして現在、恐らく京都にはこうした竹製品加工業者が他にも多数存在し、積極的な生産活動を行っていると思われる。彼等のこうした高度な技術と卓抜したアイデアは、京都建築用竹材産地での新商品開発の層の厚さを示すという点で、京都のひとつの特徴であると同時に、今後の京都産地展開の大きな可能性をも意味するものである。

2) 問題点

では最後に、京都建築用竹材産地のもつ様々な問題点の中から、特徴的なものについて述べておこう。

角竹・図面竹・ゴマ竹・サラシ竹といった銘竹類のほとんどすべてが、京都西山地域産のモウソウダケであるが、ここから生じる問題が2つある。

第1は、銘竹の生産地である西山地域が、京都の市街地域と隣接しているところから生じる問題である。最近数年の間に、西山地域に人口数万人を収容するニュータウンが建設され、膨大な

表一五 F店の展開過程と現在の商品構成
 (1) F店の展開過程

年 度	事 項
昭和25年	花筒生産開始
26年	角竹・図面竹生産開始
30年代 前半	角竹・図面竹生産本格化（京都銘竹問屋へ販売） 袖垣生産開始 ゴマ竹生産本格化 {ハシ・ゲタ用 大阪・奈良業者へ {建築用 京都業者へ
36年	東京銘竹市場へ共同出荷（銘竹類）
41年	袖垣の新製品「西山垣」開発
48年	人工スダケ開発
55年	うるし塗り煎茶道具試作

(2) F店の商品構成と販売先

商品種類	売上額 構成比	商品 の 明 細	販 売 先
袖 垣	30%	西山垣及び特殊垣の注文 生産品	中京・四国・中国地方の竹材商 ・造園資材商
花 筒	15%	自家加工品中心	京都池坊出入り業者 未生流家元納入
人工スダケ	20%	下請加工生産品	京都・大阪銘竹問屋 東京銘木市場
角竹・図面竹 ゴマ竹	20%		京都・大阪・東京の銘木・銘竹 問屋、ゴマ竹貼加工者(京都)一 部フランス輸出業者
注文生産品	8%	色紙かけ・門・しょうぎ かけひ・とびら	京都市内業者
既製品仕入れ	7%	カゴ類（大分産） 網 代（台湾産）	京都みやげ物業者 網代加工業者

竹林が消滅したし、現在もなお、宅地化がコンスタントに進行している。こうして京都銘竹の生産基盤であるモウソウ竹林が絶対的に減少しつつある。

また、竹林所有農家の通勤兼業化によって、モウソウ竹林の手入れ不足や放置される事態が進行している。銘竹生産には、集約的に管理された竹林が必要なのであるが、銘竹生産のための前提条件が悪化しつつある。

第2は、銘竹の中の角竹や平竹を生産するに当たっての問題点である。角竹・平竹の生産には、生産業者が竹林農家からモウソウダケのタケノコを買付けて、それに木杵をはめて成型加工をする。タケノコの買付先が、とくに専業農家ないしはそれに近い場合は、同じ竹林で食用タケノコを同時に栽培している。京都西山の食用タケノコ生産には、とりわけ集約的な管理が行なわれ、そのタケノコは生鮮食料品として高値で販売されている。このように、銘竹生産竹林とタケノコ生産竹林とは重なり合うので、従って、銘竹生産用タケノコと食用タケノコとは价格的に競合し合うことになる。つまり、食用タケノコの価格動向が、常に銘竹生産用タケノコ価格を規定することになるのである。西山産タケノコが貴重品化して、ますます価格が上昇することによって、

銘竹生産コストもしいに上昇傾向をたどらざるをえない。これは、竹林の絶対的減少によってますます拍車がかげられることになる。

京都という建築用竹材産地は、今なお銘竹類の生産に1つの基盤を置いているのであるが、しかしその銘竹の生産自体に、近年とくに不安定な要因が増加しているのである。

引用文献及び注釈

- 1) 銘竹というのは、単価の高い竹材をさす。本来の銘竹は、自然に稈が四角いシノウチク、自然に材表面がまだら紋様になっている紋竹、稈がデコボコした亀甲竹など、自然界にあって稀少価値のある竹材をいう。そしてしいに、農家建築に永年使用されている間に煤煙のために茶褐色になったスダケなどもこの中に含まれるようになった。このように、天然に存するものや長い時間のかかる銘竹に対して、人工的に加工を施して作り出したものが人工銘竹である。その中の主なものとしては、角竹・平竹・図面竹・角図面竹・ゴマ竹・サラシ竹などがあり、更に人工スダケなどもこれに含まれる。現在、単に銘竹といえは、広義の銘竹をさし、本来の銘竹に加えて人工銘竹もこの範疇に含まれる。
 - 角竹・平竹：自然に稈が四角ばったシノウチクを人工的に作ったものが角竹であり、稈を長方形にしたものが平竹である。共に、モウソウダケのタケノコに木杵をはめて、四角や長方形をした竹材に成型加工する。木杵を入れる期間は約1ヶ月であり、その間三方からロープで引張り張っておく。まっすぐに立てるべく管理を怠ることができない。竹林0.1ha 当り50~70本のタケノコに杵を入れるが、ほぼ毎年同数程度の生産が可能である。なお、杵入れをしても四角や長方形にならず、失敗することも多い。
 - 図面竹、角図面竹：上記の角竹の表面に、まだら紋様を発生させたのが角図面竹であり、丸竹に発生させたのが図面竹（丸図面竹ともいう）である。立竹の表面に粘土に硫酸を混合したものを塗布して焼付ける。7月末から8月中旬の間に行なわれ、焼付け後2日間の間に雨で濡れると、うまくまだら紋様が発生しない。なお角図面竹の単価（間屋仕入値）は3000~5000円/本である。なお、上記の角竹・平竹・図面竹・角図面竹はいずれも仕上げ過程で漂白が行なわれ、生地は白色に近いクリーム色となる。図面竹は白生地に茶ないしは赤カッ色のまだら紋様がつく。漂白は青竹に熱を加えることによって行なわれ、現在はガスバーナーが用いられる。

いずれも床柱を中心とした床廻り材として用いられることが多く、最近では玄関脇などに使用される。現在年間生産量はあわせて約15万本であり、そのほとんどが京都産であるが、ただしこの中には、後にみる銘竹合板用に用いられる図面竹の生産本数は含まれていない。
 - ゴマ竹：別名サビ竹ともいう。比較的樹令の高い（5~6年生）モウソウ立竹の表面に黒いカビを発生させたもので、このカビが黒ゴマのようなのでゴマ竹の名がある。冬の間に立竹の先端を切落して、梅雨時にカビを自然発生させるのである。ゴマ竹も丸竹のまま床廻り材などに用いられることが多いが、近年はこれを割って角芯材に貼付けて、棹縁や回り縁をはじめとする貼加工品や銘竹合板に加工されることが多い。
 - サラシ竹：竹材表面の緑色を漂白して白くした竹材をいう。伝統的な漂白方法は炭火による方法であるが、大量生産の場合は熱湯処理される。太いサラシ竹は主に京都で生産されるが、細サラシ竹は滋賀県近江八幡市で生産される。なお並品のサラシ竹産地としては大分県があげられる。用途は建築内装用をはじめとして、銘竹合板にも用いられる。
- 2) 注 1)の角竹・平竹の項参照
 - 3) 注 1)のサラシ竹の項参照
 - 4) その先駆が藤井厚二であった。明治21年福山市生まれ、東大建築学科卒業後、竹中工務店に入社。ビル設計に手腕をふるうが、大正10年京大建築学科助教授となる。建築設備の講座を担当する中で、先駆的な工学研究や住宅研究へと入っていく。その後茶室を含む住宅建築の設計のみに終始した。京都市の南部乙訓郡大山崎村に実験住宅を次々と建て、自ら居住した。その1つが「聴竹居」であり、そこでは椅子席の茶室が設けられ、和風と洋風の統一が試みられた。またその茶室での重要な素材として竹材が用いられた。
 - 5) 注 4)参照
 - 6) 横山正：住宅の50年
新建築 昭和住宅史11月号臨時増刊23ページ（1976）
 - 7) 昭和30年 志賀直哉邸 設計谷口吉郎
昭和33年 梅原龍三郎邸 設計 吉田五十八
昭和35年 水谷八重子邸 設計 吉田五十八
 - 8) 昭和39年 京都岡崎つる家 設計 吉田五十八

- 9) 昭和34年 京都都ホテル佳水園 設計 村野藤吾
- 10) 11) 横山正：前掲書24ページ (1976)
- 12) 新建築 昭和住宅史11月号臨時増刊 140ページ (1976)
- 13) びわ湖岸に生えるよしを合板に張りつけて天井材や壁材としたもの。竹製品ではないが、竹網代や竹のくき張りと同類のものなので、これらを一括してボード類ともいう。
- 14) 注 1)のゴマ竹の項参照
- 15) 図面竹・サラシ竹・ゴマ竹などの表面をスライスして、合板に張りつけたもので、壁材、天井材、床材などと用途は広い。いわば、天然ツキ板の特殊合板と同類のもので、業界では竹ボードないしは竹貼ボードともいう。
- 16) ここで銘竹間屋というのは、角竹・図面竹・角図面竹・ゴマ竹・サラシ竹をはじめ各種の銘竹を取扱う間屋をさす。
また、銘竹生産とは、角竹・図面竹・角図面竹・ゴマ竹・サラシ竹を生産することをさす。生産地域としては京都西山地域である。
- 17) 製品加工とは、銘竹を中心とした竹材を原材料として、更に付加価値の高い製品を生産することをいう。ここでは、貼加工品や銘竹合板などをさし、広義にはよしボードや垣根・窓類もこれに入る。
- 18) 現在大阪には2～3店の銘竹間屋がある。
- 19) 本来のスダケに対して、これを人工的加工したものが人工スダケである。一週間でいど煤煙で燻して作られるが、原竹は京都産のモウソウダケが適しており、日当りの悪い竹林の3～4年生のものの中から更に適竹が選ばれる。この選竹方法がむづかしい。製品はそのままで内装用に使われるのが最も多い。なお価格は本来のスダケの1/2である。
またごく最近、京都の加工業者が、薬品処理によるスダケ生産を開始した。

Résumé

The bamboo producing center for building materials was formed in Kyoto after the World War II. The main factor of the formation did not only depend on the existence of Japanese traditional things in which bamboo had been used very often (such as tea-ceremony room, Sukiya architecture and classical garden), or the rich resource of bamboo in Kyoto.

According as the demands of bamboo for building materials increased, many bamboo-wholesalers, bamboo-primary producers and bamboo-manufacturers were gradually born in Kyoto.

And the bamboo producing center for building materials in Kyoto was formed and has been completed by the relation between the three parties through three steps.

1st step : The cooperation between the wholesalers and the primary producers formed the producing center.

2nd step : The producing center was reorganized by the wholesalers supporting the manufacturers.

3rd step : The producing center has been completed by the wholesalers, the primary producers and the manufacturers who brought into full play their function actually.