

共通善としての地域の木と家具産地の再構成

横田 宏 樹

- | | |
|---|-------------------------|
| I はじめに | IV 地域の社会的関係性のなかで地域の木の価値 |
| II 地域の木はすでに共通善なのか | を作る |
| III 家具産地・静岡における地域の木の価値づけ—産地としての過去と将来をつなげるために— | V おわりに |

摘 要

本稿は、産地が段々と生産をする場になっていくなかで、産地とは自然（森林）、地場産業（作り手）、市民（消費者）、文化・伝統などから構成された産地社会であるべきという問題意識から出発する。そして、家具産地を事例に、地域の木の価値づけという社会的な仕掛けを通して、地域のさまざまなアクターたちが関係性をつくりながら、自然と人、人と人、人と地域が再構成されるそのプロセスについて考察する。その一つの視点として、本稿は共通善という概念に注目する。しかし、共通善は所与のものではなく、集団において社会的に作られていくものとして、地域の木が共通善へと形成されるプロセスを、具体的な事例を取り上げながら考察する。そして、地域の木の価値は自然と人間、作り手と作り手、そして作り手と使い手という地域の社会的な関係性のなかで作られるということを主張する。

I はじめに

アルフレッド・マーシャルは『経済学原理』において、産業の地域化を導くものとして自然的条件、需要を作り出す宮廷の庇護、そして統治者による熟練した職人の計画的な招致を主な原因として挙げる（Marshall 1920）。しかし、地域産業の起源の一つであったはずの地域の自然資源との関係は、材料の市場的流通が発達し、コスト面においてより効率的に入手できるようになると、地場産業の製品の価値においてますますその重要性を低下させている。

本稿は、家具産地を事例に、地域の身近な木との関係性を再構成するその意味について産地社会という視点から考えていきたい。ここで、「産地」ではなくあえて「産地社会」と表現する理由は、以下のような産地をめぐる状況の変化が見られるからである。そもそも地場産業は、自然資源、人、行政、産業、文化などが絡み合っただけでなく地域の歴史的歩みのなかで発展してきた産業であり、地域社会のなかに埋め込まれた存在であった。しかしながら、国内外から材料を調達することができるようになり、規模の経済をより発揮できる他の産業が発達し、後継者が不足し、産業が縮小あるいは衰退するようになると、そこに暮らす市民の認知度や関与度も低下していった。その結果、地場産業は地域社会とのつながりを薄くして行きながら、産地は生産活動の場とその様相を変えていった。こうした様子は、家具産地にも見られるものであり、筆者は日本の5大家具産地のうちの2つである旭川家具の旭川市（2014年から2018年まで）と静岡家具の静岡市（2018年から）で生活および研究を通して、観察したり直接的に関わる機会を得た。家具産業をはじめとした地場産業は、「地域の根っこ」（除本・佐無田 2020）である土地・自然、人のつながり、文化、伝統、景観などが関わり合っただけでなく長い年月をかけて構成（構築）されてきた産業であり、また商品にその地域名を冠する地場産業そのものもまた地域の根っこであるとも言える。

今日、このような地域の根っこから構成されることで誕生・発展し、そしてそれ自体もまた地域の根っこになった地場産業が縮小し、地域の産業という定義や意味が揺らぎ始めている。産地は、産地としての集团的なあり方やものづくり、そして地場産業製品としての価値について根本的に再構成する時期にいる。しかしながら、集合体としての地場産業であった多数のつくり手たちの間では目的、考え方、規模、関わり度の違いが多様化しており、また行政からの政策的サポートの優先度の低下や、市民の関心も離れている。そのなかで、地場産業としての家具産業そして産地社会を構成する森林から消費までのものづくりプロセスに関わるこれら多様なアクターあるいはプレーヤーが問題意識や関心を共有して地場産業としての家具産業に目を向け、またその根っこにある地域の自然、人、伝統、文化、景観などを自分事として考える「共通善」が必要とされている。本稿は、私たちの暮らしの内にある地域の木を核に置き、その価値づけの社会的プロセスづくりを通して、共通善という視点から産地社会の再構成について考えていきたい。

II 地域の木はすでに共通善なのか

1 共通善はどこから来るのか

産地社会は、その地域に住んでいるとしても、地場産業に直接に関わる者からまったく興味・関心を持たず、その存在すら知らない者まで、地場産業への関わり方が多様な個人の集まりである。このような地域社会において、再び地場産業が市民にとって身近なものとなり、地域に根付いた、市民の暮らしに埋め込まれた存在となるためには、何が必要なのか。その

手段として、例えば行政による産業振興政策であったり、学校教育への導入であったり、業界によるイベントであったり、市民のまちづくり活動であったりと多様な方法が考えられる。実際に、社会においてある価値や目的を様々なプレイヤーの間で共有し、個々人が意識的に関心を持ち、その達成に向けて行動するように合意形成を構築するためには、制度や仕組みと言われる構造化された環境を形成することが重要である。このような個人、制度（環境）、共有された価値・目的の関係性について、フランスの制度派経済学の一つであるコンヴァンション経済学の指導的研究者であったエイマール＝デュヴェルネは、企業の例を挙げながら次のように述べる。「個人はもはや企業の基礎ではなく、企業によって形成される。（中略）知識のような諸価値は、環境によってもたらされるのであり、（効用関数によって形式されるような）個人にもともと備えられているものではない。この前進によって、制度について話すことが可能になる。つまり、私たちは共有された目的、共有された価値、共通善によって構造化された環境を設計するのである」（Eymard-Duvernay 2004: 71）と。

しかし、かつては基幹産業であった地場産業は地域の産業構造の変化のなかでその経済的重要性を低下させていき、雇用や消費あるいは教育などを通して日常の暮らしのなかでの関わりが少なくなっている。その結果、地場産業は市民の関心から少しずつ遠くなり、地域におけるその認知度が低下するにつれて、地域との関わりが薄くなった産業となりつつある。本来であれば、地場産業は地域の根っこであり、地域の産業だからという理由により地域に暮らす人々の関係性をつなぐための共有された価値や共通善の源泉になりうるものである。しかしながら、地場産業そのものが地域社会に暮らす多くの人々の行動を起こす共通の目的になりえなくなった今、産地社会は何を共通善にして、地場産業に関わる産地社会全体の構築を進めていくことができるのであろうか。

そもそも共通善は、英語ではコモンズ commons、フランス語ではビヤン・コマン bien(s) commun(s) と表現されるものである。2014 年度にノーベル経済学賞を受賞したフランスの経済学者ジョン・ティロールは『良き社会のための経済学』（Economie du bien commun）において、共通善とは個人の利益と全体の利益がうまく調和された社会全体にとって良いこと、として定義する（Tirole 2016）。しかしティロールの定義が共通善を追求して実現された社会や仕組みの状態のことを指していると言えるのに対して、同じフランスの経済学者であるバンジャマン・コリアは、共通善とは大多数の人々に対してポジティブ（正）とネガティブ（負）な外部性を持つものとして定義する（Coriat 2021）。結局、Bessy（2021）が共通善＝コモンズの定義は学問区分に応じて、また同一の学問区分の中におけるアプローチごとに異なると指摘するように、共通善には確たる定義があるわけではなく、森や海や川などの対象そのものやそれらを管理する制度や仕組みというように、考察対象も幅広い。

本稿は、先のエイマール＝デュヴェルネの議論、そして本研究の目的である産地社会の再構築という視点から、仕組みや制度を作るために諸個人によって共有された善（あるいは価値）である共通善について議論を進めていくが、そもそも共通善はどこから来るのかという

疑問が湧いてくる。初めから与えられた、所与のものであるのか。また命令のように誰でもが同意して共有しなければならないものとして与えられるものであるのか。また、唯一無二の共通善は存在するのか。この点に関して、北川・黒澤（2022）は、共通善の形成や再構成という観点から、著者たちが実際にその内部の者として関わった体験的事例を通して、共通善とはどこからか与えられるものではなく、その現場や集団を構成している人々のなかで歴史的・制度的につくられるものとして強調する。より具体的には、その集団の構成員によって共有されている過去の遺産（物、記憶、慣習など）を発掘・再解釈し、また一方で将来像を共有することで、それらが創造的かつ集合的につくられたり、つくりなおされたりする、と言う。つまり、なぜある価値や善が集団を構成する人々によって共有されるのか、共通善の集合的な形成プロセスが問題であるのだ。

2 社会のなかで地域の木の価値をつくる

さてそれでは、本稿の論点である「地域の木」をいかにして産地社会の共通善として集合的に形成していくことができるのか。共通善あるいはコモنزの議論においては、地域の森林はそこに住む人々の共有財産であり、共同で管理することが必要であるというように、地域の木ということだけで共通善として考えられてきた。しかしながら、建築や家具などにおける材料は市場取引を通じて海外から多く調達されるようになり、また人間の暮らしにおいて森林との関係性はますます遠くなった。そのなかで、地域の木を使いましょう、守りましょう、という取り組みでは、そこに直接的に関わる者だけを包含するような取り組みとなり、市民が主体的に地域の木のことに関心を持ち、意識的に行動へと移すことは難しい社会になってしまった。そこでは、地場産業に直接に関わる者だけでなく、市民全体をも利害関係者あるいは当事者として主体的に関わる意識を作り出す社会的な仕掛けが必要である。本稿は、その一つの仕掛けとして、地域の木を使うそして保全する意味、つまり地域の木の価値そのものを地域社会全体において作り出す、あるいは作り直すという問題意識から出発して、家具産地において地域の木を共有された善にするための形成プロセスについて考えてみたい。

そこで、家具の価値とは何か。一般的にその製品の価格が頭に思い浮かぶであろう。しかし、その他にも生活道具として使う際の機能性、インテリアや作品としてのデザイン性や芸術性、強度や素材などの品質性や安全性など多様な価値基準があり、買い手だけでなく作り手もまたそれぞれの視点から家具を評価する。そうしたなかで、家具の素材である木、なかでもそれが国産材なのか、さらに地域産材なのかということを経済的価値あるいは付加価値として高くあるいは優先的に評価する人（消費者）がどれだけいるだろうか。経済成長を目指した戦後資本主義経済のなかで、自然は商品化経済に取り込まれ、価格という経済的価値に還元された。家具の場合、森林資源の一つである木は森から伐採・搬出され、板など木材に加工され、家具という最終製品が出来上がるなかで、木は経済的価値を獲得する。木材流

通においても、顔が見えるローカルな互酬的取引から匿名的なグローバルな市場取引へと木材流通が拡大されるにしたがって（大倉 2017）、経済的価値を創出するための木の利用が加速した。しかし一方で、そのプロセスにおいて木は家具という製品の原材料として利用され、外国の木も、日本の木も、地域の木も、材料としての質や価格という視点から価値が評価される傾向が強くなった。結果として、質的にも価格的にも競争力のある外国産材が多く流通するようになり、必然的に日本の木材利用は外国産材に依存するようになった（三俣・齋藤 2022）。

しかし、価値は所与ではなく、価値はアクター（主体）たちが積極的に関与することで創出されあるいは常に再創出されるものである（Heinich 2000; 立見・山本 2022）。日本の木材利用は、歴史的に国内自給率が低く外国産材に依存してきた。とりわけ家具等に利用される広葉樹は日本では雑木として扱われることが多く、広葉樹の林業化も進んでいない。したがって、国内および各地域における広葉樹の活用のための環境が作られておらず、広葉樹産地の一部の地域を除いて、家具づくりにとって地域の木は、良質な材として評価されていない場合が多い。家具産地における地域の木の利用に関する問題は、その活用に向けて構造化された仕組みがないことは確かに大きな問題である。しかし、そもそも地域の木を使うことが産地にとってなぜ意味があるのか、その本質的な部分が地域社会のなかで共有されておらず、地域の木を価値を社会のなかで作り上げていくことが目的として共有されていないこともまた大きな課題である。つまり、地域の木の利用において地域の木そのものが共有された価値あるいは共通善へと、社会を構成する様々なアクターたちが関わり、集合的に作り上げていくという社会的な仕掛けを作ることから始めなければならない。

III 家具産地・静岡における地域の木の価値づけ —産地としての過去と将来をつなげるために—

本稿ではある善あるいは価値が、いかに集団のなかで共通善へと作り上げられるのかという共通善の形成プロセスを問題意識として取り上げ、産地が地場産業に関わる者だけでなく、その地域に暮らす市民の人々をも包摂した産地社会へと変容していくための一つの善として地域の木という自然資源に注目する。特に、本稿では家具産地を事例として取り上げ、産地社会を構成する人々にとって地域の木への関わりが共通善となるための社会的仕掛けとして、価値づけの問題に注目する。

そこで本章では、実際に筆者自身も関わる家具産地・静岡での活動を事例に、地域の木を共通善へと作り上げようとするプロセスについて考察する。それは、北川・黒澤（2022）が言うように、まさしく家具産地としての過去の遺産を発掘・再解釈するとともに、これからの家具産地の将来像を共有していくなかで、まずは小さな集団から出発し、それを産地社会全体へと共有していこうとする集合的な共通善の形成の実践である。

1 家具産地としての歴史的発展とその継承

静岡市を中心とする静岡県中部地域は、日本の5大家具産地の一つとして位置付けられてきた¹⁾。静岡の家具産地のイメージとして、鏡台の産地であったことが強い。静岡県家具工業組合の調べや伊東（2008）によると、家具産地・静岡のはじまりは、江戸時代初期の1634年（寛永11年）、静岡浅間神社を徳川家光が造営する際に漆工、大工、指物師、彫刻師などの職人が全国から集められ、それらの職人たちが完成後も静岡に定住したことに端を発する（伊東2008）。その後、静岡の気候が漆芸に適していたこともあり漆器づくりが盛んになり、宮大工や指物師の生産技術と結びついていったことで、静岡では鏡台づくりが始められた。明治になり西洋諸国から洋家具が輸入されるようになり、洋家具を参考にそれまでの静岡の独自の技術を活用して西洋鏡台が作られ始め、鏡台の産地として発展していくことになった。

今日、静岡は箱物から脚物まで幅広い商品を生産できる総合家具産地であることが強みと言われる。そこには、伊東（2008）や業界関係者へのヒアリングによると、家具産地・静岡の構造的な特徴があり、多様な木工技術者や部品・機械メーカーが集まっており、川上から川下までの製造工程において分業制という社会的生産の地盤が築かれたからである。結果として、静岡に仕事を頼めば、何でも対応できる、対応してくれるという総合家具産地としてのポジティブなイメージを作ることに成功した。しかし、こうした分業制の下で築かれた産地における社会的関係性は、産地をめぐる状況が時代とともに変化するなかで、一つの集合体としての産地のあり方に関する課題にもなっている。例えば、数社の国内外の量産工場をもつメーカーに対して、多数の小規模メーカーという産業構造が二極化している。また分業制のもとで下職と呼ばれてきた加工業者が一貫生産メーカーへと転換していき（伊東2008）、親請けとしての家具メーカーと下請けとしての加工業者のバランスが崩れ始めてきた。さらに近年では、技術者の高齢化も進み、メーカーだけでなくそれらを支える加工業者の後継者問題も顕在化し、分業制を支えてきた土台が揺らぎ始めている。

総合家具産地という特徴は、取引先など顧客にとってはメリットとして働き、静岡という地理的要因も味方をし、家具市場が成長していた局面においては静岡に仕事を呼び込み、その下で分業制は有利に機能していた。しかしながら、木製家具の市場は縮小し続け、国内外の低価格な大量生産・大量販売のメーカーが進出してくるに伴い、木製家具製造品出荷額は1990年代から大幅に減少し、近年も停滞気味である。分業制にもとづく総合家具産地という体質は、家具産地として静岡で家具づくりが盛んに行われてこその強みであるが、このような状況において分業制を支えている製作メーカーだけではなく多様なプレイヤーが活躍するためには、外に向けては産地としてその魅力や強みを発信することが必要である。そのためにも、産地全体の色やイメージやブランドを創っていくためには、企業規模の違い、メーカーや下職という立場の違いを超えて、産地という集団を構成する一個人として、面としての協働的な社会的関係を構築することが求められている（伊東2008）。

このように、日本有数の木製家具産地として歴史的に発展した家具産地・静岡であるが、今日、家具関連業界だけでなく、私たち市民もまた、この地場産業をどう引き継ぎ、未来の世代へと繋いでいくか問われている。その一つの活動として、本稿はヨキカグ・プロジェクトについて取り上げたい。それは、静岡の身近な木の活用を一つの共通した目的として、木材の流通プロセスや家具業界内においてヨコの社会的関係性を築き、木材流通の川上から川下までを文字どおり森林から市民の暮らしまでを川の流れるように流域的な関係性のなかで身近な木の家具づくりに取り組もうとするプロジェクトである。

2 ヨキカグ・プロジェクトと身近な木の家具：ものづくりからの価値づけ

ヨキカグ・プロジェクトが本格的にスタートしたのは2020年秋であり、筆者自身も立ち上げから関わっている。ヨキカグという名前には、次の二つの意味が込められている。第1に、古から木こりは自然への感謝と謝意を表するために地水火風の「四つの気」である4本線を斧に刻み、斧はヨキと呼ばれてきた。このプロジェクトは、静岡という地域のなかで育った一本一本の木に対して愛着と敬意を込めて家具づくりに取り組むことである。第2に、身近な木を活かして、使う人にも愛着を持って長く使ってもらえるような良い家具を作っていくという思いが込められている。

その実現において静岡という地域が抱える大きな課題が、県産広葉樹の流通である。家具には主に広葉樹が利用されるが、静岡県は日本の三大人工美林の天竜スギが有名なように、林業が盛んな地域である。日本の林業は、戦争や自然災害などに対応するために大量の木材の安定供給が求められ、戦後の高度経済成長においてさらに拍車がかかり、成長の早いスギ、ヒノキ、カラマツなどの針葉樹を中心とする人工林林業が発展してきた（関岡 2016）。実際に、農林水産省「木材統計」（令和4年度）によると、静岡県の樹種別素材生産量の99%がスギやヒノキを中心とした針葉樹であり、広葉樹は1%（2,000m³）を下回っている。そして、その広葉樹のほとんどは木材チップ用として使われている。したがって、ヨキカグ・プロジェクトの何よりもの挑戦は、家具産地としての静岡において地域の広葉樹の流通を作ることである。そのためにも、家具づくりの上流である山（森）側との関係性づくりが要であり、木こりを生業とするメンバーがヨキカグ・プロジェクトのディレクター的役割を担う。木こりが持つ情報網を核にして、ヨキカグ・プロジェクトで活かされる木は、森で育った木だけでなく、街路樹や支障木など街で育った木もある。そして、家具づくりの源流である森や林業を出発点に、製材所、デザイナー、家具メーカー、プランナー、大学研究者、行政関係者という、身近な木をモノとして活かし、家具というモノを通してつくり手とつくり手、つくり手とつかい手、さらには人間と自然をつなげることで、家具産地であることの優位性や意味、身近な木を使った家具の価値を創り出そうと取り組んでいる。

しかし、ヨキカグは、ただ単に森・山からストーリーを作って、消費者に家具を売るというような地域の木の活用が目的ではない。広葉樹産地ではない静岡県では、地域の広葉樹の

木は安定的に調達できるものでもないし、街路樹、支障木、そして林業現場において針葉樹の皆伐などに混じって少量出てくる程度である。さらには、曲がっていたり、短かったり、名前も聞いたことのない木だってある。だからこそ、ヨキカグではこれらの木をこれまで利用されていた樹種の代替材として扱うのではなく、また良質ではない材としてただの地産地消における社会的貢献として利用するのではなく、一本一本の木の状態や個性を見極めながら、山での伐採・造材、板にする製材、そして製品にするデザインおよび家具製作までの人と人が一本の木を最大限に活かすために協働するものづくりを作り上げようとする。そして、ものづくりにおける作り手と作り手の間の関係性だけでなく、製品を通して消費者との間で地域とのつながり、自然とのつながり、人とのつながりを作り、使い手も身近な木で作られた家具の価値を生み出すための重要なアクターとして価値づけの環に参加できるような仕組みを築くことを目指している。

しかし、上記のような生産と消費という関係性の外にいる人々はどのようにこの価値づけの環に加わることができるのか。ここで作られる家具は、一点物であり、その木だからこそその作り方やデザインが施され、当然、価格も高くなる。したがって、地域の一部の人が消費者になるだけであって、多くの人は消費の環の外に置かれている。そこで、ヨキカグが地域の木のこと、家具のこと、山のことをより知ってもらうために取り組んでいるのが、ヨキカグのコンセプト・アイテムでもある「木々スツール」である。プロジェクトメンバーであるデザイナーが設計をし、そのデザイン案に基づいて、静岡の森や街から届いたそれぞれの木の強度や個性を踏まえながら家具の作り手がカタチにしたモノが、木々スツールである(写真1)。デザインは同じでも、木に応じて、座面の厚み、脚の太さなどが異なり、木との会話のなかで作りに上げていく家具である。これらの家具は、ヨキカグ・プロジェクトの理念や活動表現するモノであり、静岡の各地での展示イベントなどにおいて、森林業に関する業界関係者だけでなく、その地域に住む市民の人々にも静岡の自然、木そして家具産地である



写真1 ヨキカグ木々スツールの展示の様子 (著者撮影, 2023年9月8日, 静岡県浜松総合庁舎)

ことを知ってもらうために、展示するだけでなく、実際に座ったり、触ったり、見たりしてもらえるような工夫をしている。現在、この木々スツールは、サワラ・アカガシ・ヤマザクラ・ユリノキ・タブノキ・イタヤカエデ・カヤ・スダジイ・ネムノキ・オガタマ・ケヤキの11種類の樹種で作られている。

こうして、少しずつプロジェクトの目的やコンセプトや活動が明確になりつつあるヨキカグ・プロジェクトであるが、プロジェクト内においても最初から共通の認識が出来ていたわけではない。各メンバーはそれぞれ独立して活動しており、ヨキカグはそれらメンバーが寄り集まったプロジェクトであり、一つの企業という組織ではない。さらに、地域の身近な木を活用するというある程度抽象的な目的のもとでプレイヤーたちが集まり、針葉樹なのか、広葉樹なのか、モノを作ることが目的なのか売ることが目的なのかあるいは啓発的な活動が目的なのか、地域の木の入口である森からの木の流通を作るのか、出口の部分の地域の木で作られた家具の販路を作るのか、等々、メンバーの間で当然、考え方や方向性の違いが存在したし、今でも存在している。しかしながら、実際に活動を始め、地域の木が森から出始め、それが家具というモノになっていくなかで、定期的なミーティング、展示会のようなイベント、地域の木を調達したり、家具づくりを企画したりするなどの活動を進めていく中で、個々のメンバーがこのプロジェクト的取り組みに参加する目的、ヨキカグとしてのプロジェクトだから出来ること、周囲の反応などを感じ、そしてそれらを解釈していきながら、家具産地としての静岡においてヨキカグがどんな役割を果たし、何をすべきなのか、というイメージが徐々に具体化している。そうしたプロセスを経ながら、ヨキカグとしての共通善も徐々に形成されていき、それをより多くの人々と共有し、産地における一つの共通善とするために地域社会に発信をしている。

以上のように、ヨキカグ・プロジェクトは、分業制を強みとして構成されてきた家具産地という家具の作り手や木のスペシャリストが集まっている静岡のこれまでの遺産を、家具における地域の木の利用とその価値づけという視点から、これからの産地社会としての静岡の将来像を描くなかで再解釈して、ものづくりを通して静岡という家具産地に暮らす人々とともに、共通善の社会的な形成に取り組んでいる。

3 地域に自生する先駆種を活用した生態系の再生－森づくりからの価値づけ－

太平洋に面し、日本一の標高を誇る富士山がある静岡県は、暖温帯から亜高山帯まで環境が多様であるために、高い種の多様性が期待できる地域である。しかしながら、静岡県は林業が盛んで人工林率が高く、天竜スギやオクシズ材としてスギやヒノキの利用促進が進む一方で、家具産地であっても多様と言われる広葉樹資源の活用は、いくつかの家具メーカーでは独自に取り組まれていたものの、産地全体としては進んでいなかった。そうしたなか、先述したようにヨキカグ・プロジェクトは身近な地域の木を家具づくりに活用することで、利用を通して地域の木の価値をつくり、地域のより多くの人々にその価値を伝えようとする。

しかし一方で、利用の促進はこれまでの森林資源の乱獲や枯渇を招いた悪循環を引き起こしかねず、結果として森林の生態系に再び悪影響を及ぼしかねない。実際に、2020年から全世界を襲った新型コロナウイルス感染症のパンデミックによって、針葉樹から始まり広葉樹にも広がっていった木材の流通危機、いわゆるウッドショックのなかで、家具産地だけでなく日本の各地域において成長の早い早成樹の植林という動きも見られるようになった。

こうしたなか、ヨキカグと静岡大学農学部附属フィールド科学教育研究センター森林生態系部門天竜ブランチ（以下、天竜演習林）との間において、静岡大学の教員であり、ヨキカグ・プロジェクトのメンバーでもある筆者がつなぎ役の役割を担うかたちで、地域の木の利用を通して森林の生態系における多様性や複雑性の再生へと繋げるための実践的研究が始まった。より具体的には、静岡の高い種の多様性をものづくりという資源利用だけでなく森づくりという自然環境の保全あるいは持続性にも活かすべく、地域に在来する先駆種と呼ばれる樹種の活用を試みることである。

そもそも、先駆種とは、森林の植生の時間的変化を表す植生遷移において、遷移初期段階に出現する種であり、パイオニアツリーとも呼ばれ（日本生態学会 2011）、成長が早い木が多い。先駆種の資源としての活用は家具づくりにとって利用可能な広葉樹種の幅を広げるだけでなく、森づくりにとっても自然の植生遷移により忠実であり、さらに様々な樹種および成長段階の異なる樹種からなる多様性の高い森づくりにとって鍵となる。こうした背景のもとで、今回の取り組みでは、天竜演習林に自生するカラスザンショウ、アカメガシワ、ネムノキをはじめとする未利用あるいは低利用の先駆種を選木し、ヨキカグ・プロジェクトに参加する家具メーカーによって、イス、デスク、ペンダントライト、フォトフレームなどが試作された。

この取り組みはまだ始まったばかりである。実際にこれらの樹種がどのような家具に適しているのか、材としての強度、特性など研究も同時に進められなければならない。しかし重要であることは、これらの未利用樹としての先駆種が家具づくりに使えるかどうかだけではない。広葉樹に限って言えば、現状において日本の森林のポテンシャルは低く、外国からの調達も年々厳しくなっている。そのなかで、先述したように国内外からの移入種である早生樹を植林しようとする短期ローテーションの林業を促進する動きも出てきた。しかし、本取り組みは、静岡に自生する在来の成長が早く寿命が比較的短い先駆種を活用することで、遷移初期種と遷移後期種を混交させた自然プロセスを生かした種多様性の高い森づくりを進めることでことである。生方（2021）は、森林は自然のみがつくりだすものではなく、生活を自然に依拠する人間もまた自然とともに自然をつくりだす時代に入っていると指摘した上で、森林を自然と人間がつくりだすハイブリッドな存在として捉える。したがって、今日そしてこれからにおける自然としての森林との関係性を考えるとき、利用か保全かというような人間と自然の二元論的思考ではなく、利用することで生物的多様性や自然の保全を促すような利用のあり方が問われている。つまり、「森林生態系を管理するプロセスのなかに、

利害関係者が適切に関与して、生態系の持続性と変化する人間社会の需要とのバランスを調整するような管理の仕方」(三俣・斎藤 2022: 79-80)を作り上げる必要がある。こうした地域に在来の先駆種に着目した森づくりのためのものづくりは、地域の森林の生態系というそこに暮らす誰でもが利害関係者として包摂されるものであり、環境的視点から地域の木の価値を作ろうとする取り組みである。

IV 地域の社会的関係性のなかで地域の木の価値をつくる

本稿ではこれまで、共通善という概念を軸に、産地社会の構築において地域の木を活用することが地域に暮らし活動するアクターたち(人々)の共有された善として一つの旗印になるためのプロセスについて考えてきた。一般的なコモンズ論では、自然環境は共通善として既定され、その管理の仕方が主な問題として扱われてきた。しかし、森林をはじめとした自然への関心の距離が遠くなっている今日、産地社会にとって自然資源、ここでは森や木のことを地域に暮らす人々にとっての共通善とするためには、それを社会的に作り出す、つまり市民一人ひとりが当事者として関与する意識や行動を促す仕掛けあるいは装置が必要である。Bessy (2021)は、共通善を意味をもつ何らかのものとして考察されるべきとし、私たちがそれに集合的にコミットする、そして目標を設定するからこそ、この何らかのものが参照されると述べる。そこで本稿では、地域の木の価値づけという観点から、筆者も当事者として関わる家具づくりと森づくりの取り組みの事例を通して、地域の木を活用する意味を社会のあらゆるアクターたちと共有して、市民がその活動の環に関わりながら、地域の木の価値を集合的に作り出そうとする、共通善の形成プロセスについて論じた。

地域の木の価値を作り出し、それを高めていくためには、作り手側だけでなく、そこに暮らし、日常を送る使い手としての市民も含めて、地域の人々がその近くにある自然としての森林を社会の内部の存在として認識し、社会のなかで森林と人間の関係性を築いてくることが重要である。除本・佐無田(2020)が指摘するように、地域の木で作られた家具は、地域の自然、文化、暮らしなどの地域の根っこが盛り込まれたモノであり、その地域においてしか作れない「本物のモノ」である。しかし、家具産地に限らず多くの地場産業の産地においては、市民における認知度も低下し、地場産業製品は地域の日常の暮らしとは離れた存在になっている場合が多い。そこには、デザイン性、芸術性、美しさといった作品としての奢侈品・嗜好品としての性格を強めていったことも一つの理由として考えられる。しかし、地場産業製品はそもそも芸術作品としてではなく、日常の生活道具で使われてきたことで評価され、価値が高められた。そしてまた、地域の自然も社会のなかで人間との関わりを持ちながら利用と保全の共存ができていたはずである。したがって、地域の素材を利用して、地域の作り手によって作られたモノを、地域の人々が暮らしにおいて利用し、市民の暮らしがよりゆたかな生活になってこそ、地域の自然資源を活用されて作られたモノは、単なる商品とし

てではなく、地域性や自然性といった非物質的な社会的価値が付与される。

地域の木の価値は、材としての物質的な評価によって良い材だとか良い材ではないとかというように単に物質的に評価すべきものではなく、また作り手だけの関係性のなかで作られるものでもない。地域の木の価値は、共通善の形成からそれに基づいて構築された仕組みや制度の下で繋げられていった森林と人、作り手と作り手、作り手と使い手というような地域の社会的関係性のなかで作られるものである。

IV おわりに

日本には産地と呼ばれる地域がたくさん存在する。その多くが、基幹産業であった地場産業の縮小や衰退とともに地域社会の衰退に直面しているように、産地は生産する地域であった。しかしながら、産地には産業（ものづくり）を通して、市民と市民、市民と産業、市民と自然、市民と文化、といった多様な社会的つながりが形成されていたはずである。地域の木が生み出す家具のように、地域の自然資源から生み出された製品やその地場産業は、市民が地域について学び、理解し、地域における多様な社会的つながりを生み出すモノやコトである。今、産地に求められているのは、ただ生産を続けていくことだけではなく、ものづくりを通して形成される様々な社会的関係性が交差した産地社会の形成である。こうした産地社会の（再）形成には、地域のあらゆるアクターたちが当事者として意識や関心を向け、一人一人が賭ける存在主体として参加 take part in し（内田 1981）、思いを共有する旗印のようなものが需要である。それこそが共通善であり、本稿は地域の木の価値を作り出し、作り直す活動について論じてきた。

戦後以降の資本主義経済の成長のなかで私たちは暮らしを物質的に豊かにするために、森林資源を経済的に過剰に利用した。しかしながら、自然と人間の社会的関係の変容が求められている今（Brand and Görg 2008; Görg 2004）、地理的に近くにある地域の木は、その価値を十分に解釈した上で利用することによって、私たちの日常における自然とのつながりを再び作り出してくれるものであり、その結果として「人間のゆたかな生（ウェルビーイング）」（山田 2022）の実現や拡充にとって、一つのきっかけを与えてくれるものであろう。

（静岡大学人文社会科学部）

付 記

本稿は、横田（2024）をもとに、大幅に加筆・修正したものである。

注

- 1) 日本の5大家具産地として、静岡の他に、大川（福岡）、府中（広島）、飛騨高山（岐阜）、旭川（北海道）の地域がある。

文 献

- 伊東暁人, 2008, 「地方地場産業のブランド化：静岡の家具産産を事例に」『経済研究』（静岡大学）12(4)：201-218.
- 内田義彦, 1981, 『作品としての社会科学』岩波書店
- 生方史数, 2021, 「森のつくられかた：ハイブリッドとしての森林」生方史数編『森のつくられかた：移りゆく人間と自然のハイブリッド』共立出版, 1-20.
- 大倉季久, 2017, 『森のサステイナブル・エコノミー：現代日本の森林問題と経済社会学』晃洋書房.
- 川嶋康男, 2002, 『椅子職人：旭川家具を世界ブランドにした少年の夢』大日本図書
- 北川亘太・黒澤悠, 2022, 「コンヴァンションナリストの構成的研究と倫理的役割」『季刊経済研究』（大阪市大）40(1-4)：22-47.
- 関岡東生監修, 2016, 『図解知識ゼロからの林業入門』家の光協会.
- 立見淳哉・山本泰三, 2022, 「価値と価値づけの理論的検討：コンヴァンション経済学における展開」『季刊経済研究』（大阪市大）40(1-4)：48-66.
- 日本生態学会編, 2011, 『森林生態学』共立出版.
- 三俣学・齋藤暖生, 2022, 『森の経済学：森が森らしく、人が人らしくある経済』日本評論社.
- 山田鋭夫, 2022, 『ウェルビーイングの経済』藤原書店.
- 除本理史・佐無田光, 2020, 『きみのまちに未来はあるか?：「根っこ」から地域をつくる』岩波ジュニア新書.
- 横田宏樹, 2024, 「産地社会形成のための地域の木の利用とかちづけ：家具産地の事例から」『経済研究』（静岡大学）28(3)：15-27.
- Bessy, C., 2021, 'Introduction. Histoire et actualité des biens communs', in Bessy, C., (ed.), *Les biens communs en perspective*, Paris: Editions de la Sorbonne, 5-17. (中原隆幸・須田文明訳, 2021, 「コモンズ＝共通善の歴史とアクチュアリティ」『阪南論集 社会科学編』57(1)：179-193).
- Brand, U., and C. Görg, 2008, 'Post-Fordist Governance of Nature: The Internationalization of the State and the Case of Genetic Resources- A Neo-Poulantzian Perspective', *Review of International Political Economy* 15(4): 567-89.
- Coriat, B., 2021, 'Ce n'est pas le climat qui doit entrer dans l'économie mais l'économie qui doit entrer dans le climat', *La Tribune* (Retrieved February 15, <https://www.latribune.fr/economie/france/ce-n-est-pas-le-climat-qui-doit-entrer-dans-l-economie-mais-l-economie-qui-doit-entrer-dans-le-climat-benjamin-coriat-894106.html>).
- Eymard-Duvernay, F., 2004, *Economie politique de l'entreprise*, collection «Repère», Paris: Editions La Découverte. (海老塚明・片岡浩二・須田文明・立見淳哉・横田宏樹訳, 2006, 『企業の政治経済学：コンヴァンション理論からの展望』ナカニシヤ出版).
- Görg, C., 2004, 'The Construction of Societal Relationships with Nature', *Poiesis Prax*, 3: 22-36.
- Heinich, N., 2020, 'A Pragmatic Redefinition of Value(s): Toward a General Model of Valuation', *Theory, Culture and Society* 37(5): 75-94.
- Marshall, A., 1920, *Principles of Economics*, eighth edition, London: Macmillan and Co.. (永澤越郎訳, 1985, 『経済学原理』岩波ブックサービスセンター.)
- Tirole, J., 2016, *Economie du bien commun*, Paris: Press Universitaires de France. (村井章子訳, 2018, 『良き社会のための経済学』日本経済新聞出版社.)