

石見活性化キャンペーン企画

明日へつなぐ

<33>

「鬼師」と呼ばれる瓦ぶきの寺社や民家の棟を飾る「鬼瓦」作りの職人がいる。熟練の技が、和瓦の造形、装飾の美に息づく。

鬼瓦と言うが、その名から連想させる迫力ある鬼面や大蛇(おろち)ばかりではない。水を呼ぶ雲や波模様、上へと伸びるツタ模様などさまざま。施工が防火、繁栄の願いを込める家の守りだ。

「満足してもらえない限り立たない。芸術家と違う」

1942年創業の石州瓦メーカー、丸惣(江津市二宮町)の品質管理責任者で、鬼師でもある佐々木利彦さん(58)が柔軟な笑顔に職人の誇りをたたえて言う。

板状に加工した粘土を組み合わせた造形と、金べらを使った細かな装飾。「釉薬(ゆうやく)」で線が埋ま

つてしまわないように」と、彫りの大きさを意識する。

気温、湿度によって乾きの速さや固さが変わる土は「生き物」。手先の技術や経験とともに大切なのは「五感」という。

第6部 石州瓦④ 変革



鬼瓦を手掛ける「鬼師」の佐々木利彦さん。変革を受け入れながら伝統の瓦作りを受け継ぐ=江津市二宮町、丸惣

売れる商品へ挑戦続く

「伝統は大事。だけど、それだけでは廃れていく。これから伝統をつくり出す新しい発想、挑戦が必要になっている」

時代の移ろいが迫る変革は、職人の世界だけでなく、性は今も昔も変わらない

石州瓦業界全体が抱える課題だ。

村博紀さん(55)は「瓦にかわる従業員たちの職人根性は今も昔も変わらない」と、石州瓦の年間出荷枚数は1975年、初めて「1から6年連続2億枚台」と、

石州瓦工業組合による対策として国が打ち出した住宅政策も手伝い、翌92年は再編が進み、04年に25あった事業所数は09年には8事業所と、3分の1にまで減少した。

「最初のピークのとき、(業界全体で)意識を変えなければならなかった」と振り返る木村さん。02年、ドイツ入デザイナーを起用した独自開発の平板瓦で、石州瓦初のグッドデザイン賞を受賞。反転攻勢ののろしを上げた。売れる瓦作りへ、商品開発は続く。

億枚」を突破。住宅建築ブームに乗り、一気に広がった機械化で大量生産が進んだ。87年には初めて「2億枚」を達成。平成へと時代をまたいで4年間、2億枚を維持した。最初のピーク期だった。

2度目のピーク期を迎えた一方で、ひと足早く和瓦国内トップの産地・三州(愛知県)を向こうに、商品開発は遅れた。その後の全国的な住宅着工戸数の落ち込み、和瓦の需要低迷で、

クリック
石州瓦の出荷枚数、石州瓦工業組合のまとめで、1987~90年と92~97年にそれぞれ年間2億枚を突破。ピークは94年の2億2800万枚。産地別シェアは三州(愛知県)に次ぐ業

界2位を維持するが、出荷枚数は年々下降。98年から2006年までは1億枚台で推移したが、07年は33万枚に大台割れの9500万枚。08年8千万枚、09年10年各6500万枚と減少傾向が続く。

「一泥二窯三細工」と言われる瓦の世界。高温焼成で焼き締める伝統の瓦を受け継ぎながら、時代に応じた「細工」を手掛ける職人たちが、新たな歴史を積み重ねていく。

(毎週月曜日掲載)