

安定性などの条件があり、わが国の書道関係者の間にも根強い人気がある。現在のところ、やや品質にむらが多いともいわれているが、将来わが国の筆産業に与える輸入中国筆の影響は、はかりしれないほどのものとなりつつあるといつてよいであらう。

中国筆が、今の段階で、直接わが国の筆と小売り段階で競合関係に立っているということはそれほど表面化していない。しかし、中国筆が半製品ないしは無銘筆として輸入され、有力な消費地の筆問屋がそれを自社ブランドとして販売するようになる可能性が否定できず、そのばあいには、中国筆と熊野筆との競合関係は、きわめて厳しいものとなるのではないかと懸念されている。とくに熊野筆には、大衆向け商品のしめているウエイトが全国的に高く、筆問屋のレベルでの輸入中国筆を口実とした、熊野筆の厳しい選別や買いたたきの可能性が強まるからである。

筆の筆記用具としての実用性は、筆ペン等の代替品の手軽さによって、ますます乏しいものとなってしまった。国民の毛筆習字はなれ現象も著しい。このような状況のなかでの、熊野筆が生き残るためには、これまで以上の営々とした模索の旅が続けられなければならないであらう。

最後に、熊野筆の販売代金の決済の方法について、述べておく。飯塚ゼミ調査によると、代金の決済方法は、毛筆関係では、現金二四・七%、小切手六・一%、手形六七・二%、その他二・〇%である。手形が圧倒的に多く、次いで現金決済がこれにつづいている。化粧刷毛・工業用刷毛、画筆等では、現金一五・七%、小切手二・八%、手形八一・五%であった。毛筆のそれと比較して、後者では手形のしめる割合がやや高くなっている。

手形決済の期間については、一二〇日のもの五四・四%、一八〇日のもの一五・六%、九〇日のもの一六・七%、となつており、いわゆる四か月手形の占める割合がもっとも高い。いうまでもなく、手形決済の期間が長くなればなるほど、生産業者の資金繰りは厳しくならざるをえない。

表7-2-24 熊野筆の主要原材料の仕入先

過 去 現 在		昭和30年代後半の仕入先						計
		産地内の屋	産地外の屋	産地内のメーカー	産地外のメーカー	産地組合	その他	
現在 (昭和四十九年ごろ) の仕入先	産地内の問屋	37	1					38
	産地外の問屋	2	7					9
	産地内のメーカー			2	1			3
	産地外のメーカー			1	3			4
	産地外の組合					4		4
	計	39	9	3	4	4		59

広島通産モデル調査

熊野筆のおよそ四割は、ブランド品として販売されているといわれる。筆事業協同組合の資料によればその代表的なものには、久保田号、一休園、尚美堂、立道文魁堂、長栄堂、仿古堂、ひらや筆本舗、五大州老舗、まつや筆本舗、古城園、古孟堂、文宏堂などがあげられよう。

3 原材料の仕入れ

原材料の輸入 筆づくりの主要な原材料は、筆毛と筆軸である。筆毛用の原毛は、ごく一部、鹿などの一定

部分を除いて、すべて海外から輸入されているのが実情である。

輸入は、筆毛の種類によって若干相違するが、中国、韓国を中心に東南アジアの国々からもなされている。馬毛は北、南米からのものもある。筆軸は、国内で調達されているが、岡山、島根方面や豊橋方面からのものが多い。

筆毛の輸入先が体制の異なる社会主義国(中国)であるという点と、そこでは原毛だけでなく付加価値を加えた製品の輸出に力を入れる傾向がみられることなどのために、現地熊野町では、原毛

表 7—2—25 熊野筆の販売、取引状況

過 去 現 在	昭和 30 年代後半の取引先									
	産地問屋・商社	産地外問屋・商社	産地内メーカー	産地外メーカー	産地組合	大型小売店	その他小売店	直接輸出	その他	計
現在の取引先(昭和四十九年当時)	産地問屋・商社	12	1							13
	産地外問屋・商社	1	22							23
	産地内メーカー									
	産地外メーカー		1	4			1			6
	産地組合店					2				2
	大型小売店						9			9
	その他小売店					1			1	2
	直接輸出									
	その他									
	計	13	24		4	3	10		1	55

広島通産モデル調査

の安定的確保にたいする不安感が強い。原毛に替わる原材料がまだ開発されていない。そのため、現地の業者は、何年分かの原材料を在庫しようとする者も多く、先行投資資金の大きな負担材料ともなっている。また、原毛も、良質なものの輸入がしだいに困難化しつつあり、輸入の際に高級な原毛とそうでないものとの「だき合せ」を要求されるケースもあるといわれている。

熊野筆の生産業者たちが、その主要な原材料をどこから仕入れているかについての広島通産モデル調査によれば、産地内の問屋からとするものが圧倒的に多い(表7—2—24)。これに、産地外の問屋からとするものが続いている。このように、産地内外の問屋からの原材料の供給の割合が高いということは、現地の生産者たちが、この面からも、内外の筆問屋への依存の体制をひきつづき強めざるをえないということであろう。



図7—2—66

現地の関係者の原毛価格についての感想は、飯塚ゼミ調査によれば、悪い方向に向かっている六五・四％、良い方向にある一・三％と、暗い見通しをもつものが圧倒的に多い。

筆製造業者の直接的取引先

最後に、原材料の仕入先を含む熊野筆製造業者の直接的

な販売、取引先の状況を紹介しておく(表7—2—25)。産地内外の間屋・商社との関係が強い。現地の零細な筆づくり業者が、単に原材料の入手のみならず彼らの製品販売の面においても、流通面で広く間屋や商社に依存せざるをえないということ、このところに、この業界での間屋制的支配の根強い体質が温存されている大きな理由があるように思われる。

四 熊野筆の職場

筆と住生活

図(7—2—66)は熊野地方の農家の平均的な間取りである。玄関を入れて左の方へ行



図7-2-67 筆司の家(玄関の右が作業をする部屋)

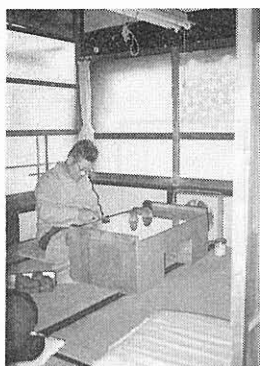


図7-2-68 作業部屋

くほど「上」になる。下の間、上の間、居間などはふすまをはずすとひとつの大きな部屋となる。玄関右手の三の間の下から前にかけて、こえだめ(汚水だまり)があるが、今では利用せず、ふたをしている。納屋(半屋)は、物置き(農機具や藁等のくら)や牛あるいは馬の厩舎に、使われていた。その下の一部は半屋おとしといって牛馬の糞尿や敷わらが落とせるしくみになっている。しかし、牛や馬が飼われていない今日、これらは居住用や物置きに使われている。

このような間取りであれば、筆の仕事をする場合、三の間を作業場にすることが多い。広さは三畳あるいは四・五畳である。部屋は南向きで、自然光が手もとにくるように台机(作業机)の高さから八〇〜九〇センチメートルの高さの窓がつけられている。毛もみ箱や台机も南側に寄せられている。窓に直角に接して置かれた台机にひとりであるいは向かい合って坐り、昔は電球が今は蛍光灯が、手もとを充分照らせるように低くぶらさげられている。

上物の年生という筆の穂首を四〇五〇〇作る場合、毛もみ(下の仕事とよばれる)は灰を寄せたり、先をそろえるのに三日間、寸木に合わせて格好をつけ、束にするのが三日間かかる。すくも(もみぐら)灰を使い、鹿皮でもむ。風に吹き飛ばされるので窓は開放できない。しかし仕事がつむと換気をする。今は換気扇をとりつけている。そしてきれいに掃除をして次の台仕事(穂首づくりなど)にかかる。これ

が八日から九日かかり、穂首だけでも合わせて一四、五日かかるのである。風呂場は作業場のうしろにあり、汚れた体をきれいにすることができる。

穂首を自然乾燥させる場所は、庭や縁側が使われる。しかし毛の種類によって、例えば馬の尾や狸などは日陰を求めて陰干しされる。三の間を作業場にするのを避けて、納屋の南側にする家もある。また、毛もみをする作業場を納屋の北側あるいは土蔵、母屋の北側に建て増しすることもある。毛もみは汚れがひどいので、上の間や玄関から遠ざけるためである。

経済生活

筆職人のなかには自分で毛を買って筆づくりを始める者も多い。毛の代金や穂首の代金の受取り期日は、かつては盆と節季で、一年に二回であった。節季に支払いができないときは、居留守を使ったり、「一番あとに來なさんかあー」といってよそに回ってもらったり、高額紙幣を見せて「釣銭がきたら来んさい」といったり、その間に除夜の鐘が鳴り、次の盆まで延ばすということがあったといわれている。支払い期日が盆、節季であると、生活用品の支払いもこれに合わせて行われる。一方、百貨店（雑貨屋）などでは、夜明かしで金庫を守っていたといわれている。金庫を背にして酒を汲みながら、掛取りが集めてくる金を待っていたのである。戦後は四月三日の節句、五月の春祭り（おと九日）、盆、十月の秋祭り（おと九日）そして節季の五回になった。

昭和三十五、六年ごろから偶数月の月末（年六回）が支払い期日と、毛筆事業協同組合の席で申し合わされている。約束手形が使われることも多い。しかし、現在では、社会の動きに合わせて、毎月請求をするところもある。原料を買って作った穂首の代金や手間だけの工賃は出来あがったその都度の決済である。銀行や郵便局での預貯金の活用が少なかった時代は、盆や節季まで工賃を預けておく人もいた。それは、問屋を信用してのことで

ある。問屋が倒産したときには工賃がもらえず、泣かされたところもあった。

筆と四季

「麦の穂が出れば筆の穂が引っこむ」ということわざがある。筆の穂が引っ込むとは、筆の生産（需要）が落ちこむことである。麦の穂が出るといえばもうすぐ農繁期である。そして梅雨どきになる。梅雨どきは筆に使うフノリも乾燥にくい。しかし、この時期は、「学童もの」が完了して筆の需要が最も少ないからでもある。

田植えが終わったあとは「牛が逃げたら捕まえるの手がおらん」ということばがある。農家の男手の中に筆の行商やその他の出稼ぎに出る人が多いためである。牛は麦や青草を食べて元気がよい。牛舎のかんぬきをかけてにはずして自由を楽しむのもいた。残るのは女子供や年寄りだけである。ある迫（地区）では四〇軒中二〇軒が行商に出ていたという。

「オオコ（天びん）が折れる」ということばもある。オオコで行商をしていたのである。筆を売り歩いて稼いだ金を使い果たすことをいう。簡単にはもうからない、無駄使いをすることになるといいますしめのことばである。行商もオオコの時代から大八車を経て自転車の時代（鉄道で行き、駅に置いていた自転車で回る）、そして今日では自動車である。

問屋の間で言われていることに「盆までにしつかり筆を入れさせておけ」がある。資金力や販売力のある問屋にとって、仕事のないこの時期は、工賃をたたいて職人に仕事をさせるのに好都合だったのである。

夏になると画筆の生産が増え、十月ごろになるとさらに多忙になる。秋の展覧会、正月の書初めに備えての出荷が増えるからである。冬もまた忙しいシーズンである。春の新学期のための需要がある。今では少なくなったが、かつては一時、二時までの夜なべの作業も多かった。冬は小さな火鉢をまたにはさんで、「どうぶく」とい

う、袖のないせな当てを着て仕事をした。火鉢には網をかぶせて筆が落ちないようにしていた。今では石油ストーブで部屋全体を暖めている。三月にもまだ需要があり、熊野にも春がやって来て手の動きが楽になる。農閑期のこの月にも筆の仕事があり、忙しかった。

技術の伝承

筆の注文は上物司のところには「仕事以上にある」と信じられている。景気が悪くても上物司のところには注文がある。筆作りの技術は主に親子（父子、母娘）、兄弟姉妹の関係で伝えられ、習得された。簡単な仕事も多く、みようみまねで習い覚えていった。

大正十年前後に生まれ、高等小学校を卒業した男子生徒のなかに、大阪、京都、名古屋方面に筆作りの修業に行った者がいた。そこでは三、四年の年季があり、給金は小遣い程度であった。さらに一年のお礼奉公のあったところもある。当時の熊野は筆の生産も増えつつあり、修業して帰り上物司になれば工賃も多かった。熊野には他の仕事も少ないことから若者たちは筆作りに入っていたが、一方には都会へのあこがれもあったのである。

熊野に残っており、親や兄姉に教えられたとはいえ、もう一歩先の技術を習得したいというときには、上物司として名をはせている筆司のところに弟子入りをした。ほかに、初めから弟子入りした子飼いいもいる。弟子たちにとって師匠はいつまでも先生であり、先生の家族もお兄さん、お姉さんなどと呼んで親類に近い縁を結び、独立後も出入りする。有名な上物司のところには自然に一〇人から二〇人の弟子が集まっていた。

筆司はその仕事に自信と誇りをもっており自分の作った筆を売り歩いたり、筆司から問屋になろうとする人はいなかったという。現在、筆作りに活躍し、指導的立場の人は、このようにして戦前技術を習得した人である。

今日では、筆ペンの出現や他産地（中国や日本の）との競合があり、後継者が育ちにくくなった。問屋が会社組

織にして自前の作業所を持ち、月給制で職人に仕事をさせているところも昭和五十年ごろから二、三でている。このような場合は技術の交流や伝承が比較的行われやすい。筆を作りながら筆問屋を兼ねたり、問屋に移行する筆司も、今では増加してきた。

筆と娘

筆作りは「姉も妹も筆造る」と歌にもうたわれるように、女の仕事といってもよかった。近隣の町村では「熊野に嫁に行かすな」という。熊野に行けば筆作りにたずさわり、苦労があるのではないか、という親心である。また「熊野はハデなけえ嫁に行かすな」といわれる。熊野は筆作りで小金を持っていて、派手な面もあった。逆に「嫁にもらうなら熊野の嫁を」ともいわれる。親の働く姿を見て育った娘は働き者だったのである。女の仕事が多いせいもあり、男は夜なべで仕事することは少ない。熊野では「夜遊び」といって娘を見に歩くことが昭和二十年代まで一部であった。仕事場に灯りがついているのを目当てに、筆作りに精を出す娘を若い男が三―四人、誘い合って訪ねるのである。適当な家をさがして何軒か回ることもある。そして仕事場が上がって、男女のうわさ話、仕事の話などを楽しむのである。娘はそれで手を休めるでもなく、仕事を夜おそくまで続けていた。親(母)も一諸に仕事をしている場合が多かったが、最終的には一対一になることもあった。熊野で村(町)内同志の結婚が多いのはこうしたことが一因でもある。今はそうしたこともなくなり、夫婦して語らうか、ラジオに耳を傾けることが多くなった。テレビも置いてある家があるが、そこでもニュースなど作業のじゃまにならない番組をみるだけのことが多いという。

筆の仕事と病氣

毛もみは灰をまぶして毛をもみこむ仕事である。また金櫛をかけて綿毛を抜きとる作業もある。灰と綿毛は呼吸器系の病気を起こしやすい。

「一般に気管支喘息の発生率は一%前後と報告されているので我々の調査した熊野町の毛筆製造作業者三三七

人における気管支喘息の発生率二・七％は、やや高率であると言える」広島医学 vol.34 No.3 一九八一「熊野町における毛筆製造作業者の喘息調査について」とある。今ではどこでも作業場の面積を広くとり、一層換気に務めている。

筆をまく仕事のなかでは、毛をなめて揃えることが多かった。そのため、毛を通じて動物の病気の感染があった。その中でもこわいのは炭疽病（炭疽）（脾脱疽（脾脱疽））であり、伝染して半数は死亡するものであった。筆に生活がかかっていたともいえるが、「脾脱疽にかかって死ねば本望だ」と筆職人の心意気を示す人もいた。昭和四年、猊毛消毒場ができて脾脱疽は大幅に減った。しかしその後も、密輸され検疫や消毒場を経ない毛によって、昭和二十年代までこの病気は残っていた。また、製造工程のなかには、糸締めなどで歯を使う場合がある。他地域に比べ、歯（特に奥歯）を損じる人が多いといわれている。

筆作りは毎日坐ってする仕事なので、膝や腰を痛める人が多い。また足の衰えを訴える人も多い。熊野でテニスなど足を使うスポーツが盛んになってきたのは、運動不足を解消させようとする願いと無関係ではない。

熊野ではよそよりも糖尿病が多い。これもまた主な原因は運動不足であろう。飲食との関係も深い。冬の仕事場の石油ストーブの上にはヤカンがかけてあり、お茶には甘いものということになる。また冠婚葬祭は親類一族、講中、地域、問屋・筆職人、先生・弟子の関係と広範囲になりがちである。それだけ飲食の機会も頻繁になってくる。

との労働条件、内職（同調査では、内職とパート・タイマーとの区別ははっきりしていないように見える）、福利厚生等の実態が紹介されている。女性労働者は、穂首づくりから仕上げの段階までの一定の工程を分担し、主として居室の一角などで作業をする。賃金は、おおむね出来高払いで、一〇年〜二〇年とこの仕事を続けている人が多い。一家の主婦は、こうして、家事・育児のあい間に、パート・タイマーや内職といった形で、生活費の一部や小遣いかせぎのためにす

労働条件

飯塚セミ調査によると、熊野筆づくりに従事している人び



図7-2-54 会社での筆造り
『わたしたちの熊野町』より

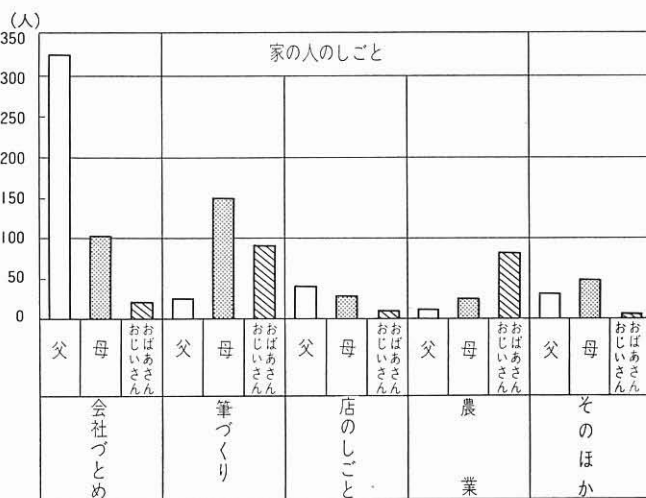


図7-2-55 家の人のしごと
(1984年熊野町内の小学校3年全員調べ)
『わたしたちの熊野町』より

第七章 熊野の筆

る、いわゆる家計補助的就労といった像が浮びあがってくるのではないであろうか。

熊野筆づくりに従事する人びとの労働条件

労働条件

・労働日数(週)

〈常用従業員〉 五日以下…九・二% 六日以下…八

三・一% 七日…七・七%

〈内職者〉 五日以下…四二・九% 六日以下…五

七・一%

・労働時間(一日平均、時間)

〈常用従業員〉 六…一四・一% 七…一二・七%

八…六〇・六% 九…四・二%

九以上…七・〇%

〈内職者〉 四…七・一% 六…二二・四%

六以上七一・四%

常用従業員の方が内職者よりわずかながら日数・時間とも多いが、一般の企業と比べても大差ない

・給与

〈常用〉 月給…四二・〇% 日給…三一・九%

時間給…一五・九%

〈内職〉 月給…七・一% 日給四二・九%

・退職金

時間給…四二・九%

〈常用〉 ある…四六・三% ない…五三・七%

パートの問題

(内職を行っている家庭の主婦を対象に聞きとり調査)

・工程別分業は主に女性のパートの労働力によって成り立っている

選毛から芯立てまで…二六・〇%

衣毛巻きから糸締めまで…一八・〇%

管込みからのり固めまで…八・〇%

銘彫刻…一・三%

仕上げ…一二・五%

・パートの作業場所 自宅…八五・六%

・工賃の支払い方法

出来高払い…七八・六% 時間給…九・六%

月給・歩合制…各三・八% 日給…二・〇%

・工賃の支給日 月一回…六五・八% 納品の都度…三

四・二%

・工賃額について 適当…二九・三% 高い…二・九%

安い：四七・八%

・ 一か月の平均収入 三〇、一一二円（三、〇〇〇～二五万円）

所得の差は経験年数の差による

二七七軒のうち一一六軒が二万円から五万円まで
使いみち 生活費の一部：四二% 自分の小遣い：二

〇・五%

・ 労働条件 適當：六〇・五% つらい：一九・五%

（生産労働は必ずしも厳しくはなく、家内手工業として成立できる条件を備えている）

・ パートの経験年数

半年以上：八・四% 一年以内：一一・五% 二年以内：一一・八% 三年以内：六・八% 三年以上（平均一年）：六一・二%

（パートによる地域内分業の強さ）

・ パートを行うようになった動機

知人から：三二・四%

熊野の毛筆を知っていたので：一九・五%

製造問屋から：一〇・八%

近くの世話役に勧められて：六・四%

第二節 熊野筆の生産と流通

家でやっていたため両親から技術を受けついで、中学校の先生が卒業時に筆作りをすることを勧めたなど：二〇・七%

町全体が筆の町という環境の中で生活しているため、内職を当然のこととして受け止める雰囲気が残っている

・ 工資に対して不満をもちながらも現在のパートを続けると答えた人：八五・〇%

・ 他の業種のパートとの比較

収入：良い：一〇・五% 良くない：三三・五%

労働条件：楽：八・二% きつい：五・五%

他に仕事がないので比較できない：三三・五%

（この町には筆産業の他にめばしい産業がないために、現在の地域内分業による地場産業の成立が可能になっている）

もしも労働条件のより有利な他産業の進出があればその存立基盤を支えることが困難になる危険性が潜在

・ パートの人々が受けている技術指導の方法

筆作りの講習会：〇・六% パートの先輩：一七・七%

知人：二〇・四% 世話役：五・〇%

第七章 熊野の筆

仲間同志の教え合いによって家庭の中に技術の持ちこまれる場合が四割近く…この地場産業の地域的特質

福利厚生

・定休日 なし：七・七%

うち、週休制実施の可能性：ある：四三・五%

ない、考えていない：四三・五%

(経営形態の前近代性)

・食堂あり：一九・四% 休憩室：四〇・五%

レクリエーションの実施：六〇・〇%

労働報酬などの物的な条件よりも従業員同志の間関係や親睦を大切にしようとする地場の雰囲気
の現われ

熊野筆産業のもつローカル色

・定期健康診断の実施：四五・二%

(飯塚ゼミ調査より抜書)

6 経営状態

経営状態 筆づくりは、その製造の工程そのものが手作業的な指先の微妙な感触と経験を、もつとも重要な要素としている。手作業による微妙な仕上りがその命となっている。それゆえ、筆づくりのための道具や設備は、比較的簡単なものでまにあう。

熊野町における製筆業者の設備の近代化、合理化も、筆軸加工のごく一部門や画筆の生産等に見られる程度である。むしろ、大勢としては、設備の近代化はほとんど進展せず、外注や下請の活発な利用によって、設備近代化を回避する傾向があるようである。筆づくりは、これまでもみてきたように、きわめて零細な業者が多く、資本金、資本調達力そのものは乏しいといわざるをえない。

飯塚ゼミ調査によると、調査対象一一事業所について、現代の主人の代で設備投資をしたものが四八・四％で、その内容は、工場の拡張、機械の購入であった。機械を購入した事業所でも、大体、二、三種類、台数にして一、二台であった。機械を使用していない事業所が三四・六％であった。設備投資のための資金の調達先は、国・県・町、銀行等であり、いずれの機関も三〇％以上の比率で利用されているところはない。ほとんどのケースが、縁故関係からの借入れや自己資金によっていた。熊野町における筆づくりの経営内容については、支出額にしめる人件費と原材料費の割合は、いずれも、五〇％以下のところに集中している。

各事業所の支出額全体に対する

。人件費の比率

五〇・〇％未満：八四・七％ 五五・〇％未満：六・八％

六五・〇％未満：五・一％ 六五・〇％以上：三・四％

。原材料費の比率

五〇・〇％未満：六二・九％ 五五・〇％未満：五・七％ 六〇・〇％未満：一四・三％

六五・〇％〃：五・七％ 六五・〇％以上：八・六％ その他 ……二・八％

原材料の入手の方法については、原毛を買い入れているもの九一・八％に対して、支給されているものが八・二％であった。筆軸については、買い入れ九三・七％、支給六・三であった。なお、原材料の入手の見通しについては、六〇％以上の事業所が暗く、悪い方向にあると回答している。その事態について、六割～七割以上の事業者は、特別の対応策がないと答えている。

従業者数の推移（熊野町）

民		営										国公共団体	
		1～4人		5～9人		10～19人		20～29人		30人以上		地方 "	
事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数	事業所数	従業者数
457	2,230	345	827	69	431	29	412	7	167	7	393	21	285
135	909	89	232	26	160	12	181	5	122	3	214	—	—
198	1,084	157	375	25	154	8	120	1	21	7	414	—	—

『総理府統計局事業所統計報告』

大きく上回っているのは、統計のとりかたによる。

7 地域における分業構造

産業構造

筆といえば熊野、熊野といえば筆といってよいほど、熊野の町は、その地域全体が筆づくりとのかかわりを強くもった町であって、全国的にもこのような例はみられない。熊野町は、実際、文字どおり、〃筆の都〃であり、地域の産業は筆産業を基軸としてなりたつ特異な構造をもっている。

昭和五十年の事業所統計によると、同町の事業所総数四七八のうち、製造業が一三五、その圧倒的多数なんと一三〇事業者までが毛筆関係であった（表7—2—17）。

昭和五十五年の同町の全製造業出荷額は一二九億円であったが、製筆業の生産額はおよそ八三億円でその約六四％を占めている（工業統計表）。

就業構造

地域の就業構造を昭和五十五年国調によって検討してみれば、同町の常住就業者のうち町内に就業するものとは他市町から働きに来ているもの合わせて五八四五人、うち製筆関連に従事するもの（パート・タイマーも含む）がおよそ四一〇〇人（全就業者の

表 7—2—17 事業所数と

		総 数					
		事業 所数	従 業 者 数				
			総 数	個人業主	家族従業者	雇 用 者	うち常雇
事業所総数 (50/5月)		478	2,515	359	379	1,628	1,503
製 造 業	(50/5月)	135	909	104	137	599	583
	(47/9月)	198	1,084	178	224	632	616
うち 毛 筆 業	(50/5月)	130	5,000	101	456	4,443	652
	(47/9月)	129	5,113	102	478	4,533	694

注 毛筆業は熊野筆事業協同組合調、毛筆業の家族従業者、雇用者が製造業のそれを

約七〇％である。また、非労働力人口のうち家事その他が四八三五人、このうち内職に従事するものが約二〇〇〇人（四一・四％）である。産業構造上からも、就業構造上からも、熊野町は、いわば筆づく

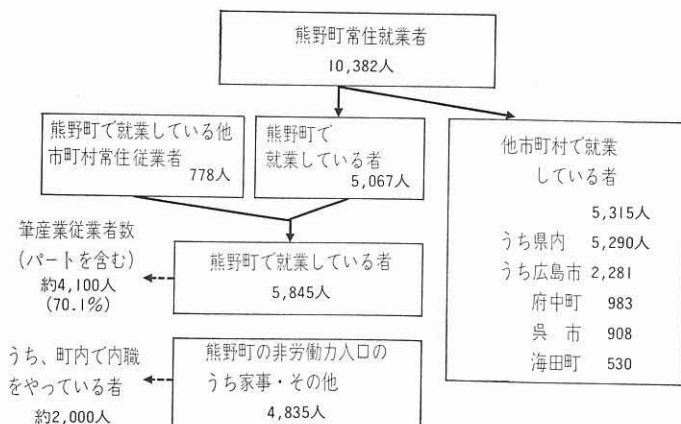


図 7—2—56 熊野町の就業構造

総理府『昭和55年国勢調査』

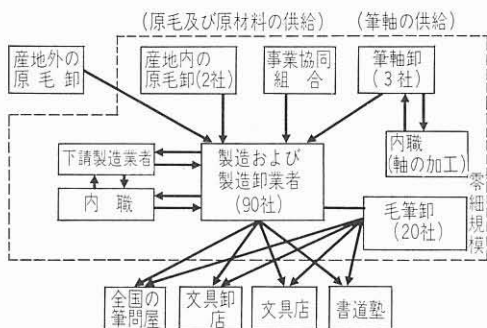


図7-2-57 熊野筆生産をめぐる社会的分業構造 (熊野町内)
(数値は昭和50年代後半ごろのもの)

りの中に町が存立しているといってもよいほどである。広島市のベッ
ド・タウンとしての団地住民人口が急速に増加する昭和四十年代半ば
以降においても、町内で筆づくりにたずさわる人口の比率は、決して
低いとはいえない。

地域的な筆づくりの結びつき、筆づくりを中心とした社会的分業
は、こうして、地域全体を有機的につつみこむような構造をそなえて
いる。その中核に立って、地域における産業活動の主導性を發揮して
いるのが、筆製造業者および同製造卸業者である。

8 創業

創業の時期

熊野筆の創業の時期を知ることが、今日、なかなかむづかしい。おそらく江戸時代の末ごろから
であろうということは、いくつかの資料からもうかがえる。現存している筆づくりの六〇業者の
創業の時期についての広島通産モデル調査の結果によれば、江戸時代の創業三、明治時代の創業一七、大正時代
の創業六で、以上大正期までの創業が全体の四三％であった。昭和二十年以前が一三、太平洋戦争前までに三九

表7-2-18 熊野筆事業者の創業期

創業期 従業員規模	江戸時代又はそれ以前	明治時代	大正時代	昭和20年以前	昭和21～30年	昭和31～35年	昭和36～40年	昭和41～45年	昭和46年以降	計
計	3	17	6	13	14	2	2	2	1	60
5人以下	1	6	1	3	7	1		1		20
6～20人	1	4	4	10	6	1	2	1	1	30
21～50人		3	1		1					5
51～100人	1	3								4
101～300人		1								1
301人以上										

広島通産モデル調査

業者、全体の六五％が創業したことになっている。現在、比較的規模の大きい（従業員二〇人以上）事業者は、大部分この時期までに創業している。

戦後の創業は二一業者で、そのうち一四業者が昭和の二十年代であった。しかし、圧倒的部分が零細な家内工業である製筆業は、その少くない部分が、農業その他の副業や兼業として、細々と経営されていたものと思われる。一世代のある時期において、また世代のかわるときに、いくたびか筆事業の中断がみられたり、復活・再開も繰り返えされてきたとみるほうが至当であろう。

ともあれ、熊野における筆づくりが、遠く江戸時代の末から明治時代ごろ始められており、地域としてもその古い歴史と伝統を誇りつつあるものであること、また、代々、筆づくりの技法や販路の拡張のためのたゆまぬ努力が続けられ、今日の熊野筆の存在があるのだということは、容易に想像しうるところである。

三 熊野筆の流通

1 流通経路

流通経路

熊野筆の流通は、筆の生産の古い歴史を反映して、さまざまな形でなされている。各問屋、仲卸、小売店、書道塾などに向けて、直接・間接に販売する複雑なシステムをもっている。その代表的な姿を図7-2-58にかかげておこう。

現地の製造問屋によって調整された熊野筆は、全国の筆問屋を経由して出荷されるものが過半をしめており（五五％）、全国の文具卸商を経由するものが三〇％、両者あわせて八五％をしめる。全国の文具店や書道塾へ直接出荷販売されるものは、わずかに一五％くらいである。また、「熊野筆」として銘をつけて販売される筆は、

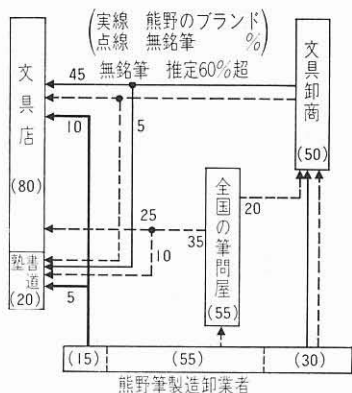


図7-2-58 熊野筆の流通経路（昭和53年12月現在）
熊野筆組合の資料より作成



図7-2-59 熊野筆センター（道場もあり全国から合宿生が集まってくる）



図7-2-60 熊野筆のテレビ放映とビデオテープ

(左) NHK TV「行商シリーズ熊野筆繁盛記」(昭和54年12月14日放映)

(右) 熊野町教育委員会「伝統的工芸品熊野筆」

全生産量の大体四〇％ならずで、それ以外は全国の筆問屋や文具商でそれぞれの銘を添付されたブランド品として販売される、いわゆる「無銘筆」である。こうした流通経路は、豊橋筆のばあいも同じことで、約七〇％が無銘筆で出荷されているともいわれている。

熊野筆に無銘筆のウエイトが大きいということは、この地が筆の産地としては、東京、京阪奈等の大消費地から距離的に遠くはなれて位置していること、奈良や有馬等の筆づくりと比較して古くからの伝統や名声にめぐまれることがなかったことなどによる。また、筆づくりの始まった時点から、それらの大消費地からの注文によって、はじめて生産の拡大が可能となるという長い間の慣習があったことなどのために、熊野筆は、全国的な販売ルートや名声、産地のイメージ(知名度)に依存せざるをえないという事情が生じてきた。さらには、全国で大量に消費される学童用の筆の生産が多くは熊野で生産されており、その全国的な頒布のためには、独自の販売ルートをもうけるよりも既存のルートを利用するほうが、便利でもあり、割安ともなるからであろう。

当初は、熊野ブランドの毛筆はまったくなかったらしい。現在の熊野ブランドの占めるウエイトにまで至るについては、産地の業界の努

表7-2-19 熊野筆の販売先

企業形態別	現 (昭和49年 当時)	在 昭和30年代 半
集 散 地 間 屋	1.5%	0.0%
地方問屋（産地外）	60.2	59.5
産 地 間 屋	10.0	6.9
大 型 小 売 店	3.1	6.9
そ の 他 小 売 店	10.8	13.9
メーカ	6.6	6.6
輸 出	6.3	5.5
そ の 他	1.5	0.7
計	100.0	100.0

広島通産モデル調査

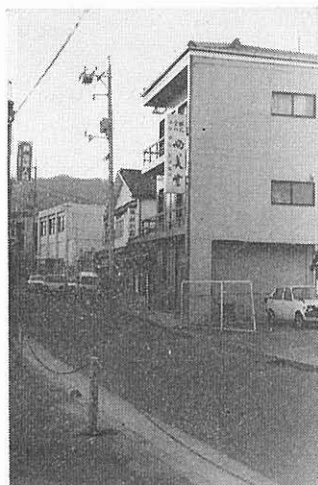


図7-2-61 筆製造問屋

製品の販売先

広島通産モデル調査による実態では、熊野筆業者の製品販売先は、昭和三十年代後半と昭和四十九年当時とで、ほとんど変化した様子が見られない。そのおよそ六割が産地外の地方問屋を通じてきばかれ、その他の小売店と産地問屋を通ずるものがそれぞれ一割程度となっている。

熊野筆の受注ならびに納入先は、飯塚ゼミ調査によれば、

あり方からすれば、さまざまな問題を残す点も否定できないであろう。



図7-2-62 筆の製造問屋

力の長年にわたる積みかさねがあった。現在でも、画筆、化粧筆にはブランド品はない。

このような流通経路は、主要な消費地から遠く隔たった地方で作られている熊野筆の販路を拡大し、販売を容易にできた側面があることは否定できない。しかし同時に、今後、日本一の筆づくりの町としての

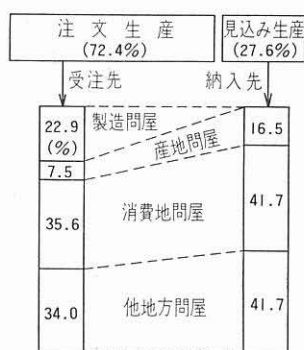


図7-2-63 熊野筆業者の受注・納入先
飯塚ゼミ調査より作図

図7-2-63のようである。熊野町における製筆業者のおよそ四分の三が注文生産を行っている。注文生産のばあいの受注先は、産地の製造問屋や産地問屋から三分の一（製造問屋からのものが多い）、その他は消費地問屋と他地方問屋からのものがそれぞれおよそ三分の一ずつの割合となっている。見込生産を行っているものは、産地問屋へ納入されるものがわずかに二割にも満たず、現地の製造問屋へ納入されるものは皆無であった。見込生産者の八割以上が消費地問屋と他地方問屋へ納入している。

こうしてみると、熊野筆の直接的生産者は、大部分が問屋からの注文によって仕事をしていること、取引は、全部あわせてみても、およそ生産者の四分の一が地元の間屋と、その他のそれぞれおよそ三分の一のものが消費地や他地方の間屋と行なっていることになる。また、熊野における下請的生産の受け入れは、現地の問屋からの依頼によるものよりも、消費地問屋および他地方問屋からのものの方が、むしろ多いということになる。これらの下請が、さらに現地では、二次・三次の下請へとつながっていくとみることができるのではあるまいか。

特定の販売ルートを持っているかどうかについては、持っている四七・〇％、持っていない五三・〇％となっている。熊野筆づくりに直接たずさわっている業者のおよそ半分が、何らかの特定の販売先を持っていることになる。

熊野筆のこのような独特な流通機構についての現地の生産者たちの考え方は、飯塚ゼミ調査によれば、つぎのようなものである。

熊野筆の流通構造を知っている六五・七％、知らないし、興味もない二八・三％、納入先を拡張する対策を考えていない六〇・〇％。長年の商習慣の中で、生産者たちの考え方にも大きな変化を期

待する気持はなくなっているということであらうか。

無銘筆については、現地の生産者はこう回答している。委託生産を受け、無銘のままで出荷している事業者五九・四％、受注先は東京、京都、大阪などの大消費地の問屋である。熊野筆の過半が無銘のままで出荷されている様子が、ここにもよく示されている。このような形での筆の出荷形態について、良いと思う二〇・〇％、手段としては思わしくない二二・四％、仕方がない五〇・〇％となっている。必ずしも良いとはいえないにしても、やむをえないと考えている人びとが多い。

熊野筆を自主ブランド品として販売するばあいと比較して、無銘筆は、利潤が多い二一・六％、変わらない二一・六％、少ない五六・八％で、あまり割りがよくないとする者が多い。無銘筆の生産出荷のこのような体制は、長年にわたってつちかわれてきた熊野筆のおかれたさけることのできない運命のようなものであらう。この状態を今後どのような打開の方向に切り開いてゆくかが、熊野筆にかせられたひとつの歴史的課題であるといえるのではないであらうか。

2 価格と市況の見通し

販売価格

熊野筆の販売(納入)価格は、どのような方法で決定されているのであらうか。いわゆる下請業者八件の場合についての広島通産の調査によれば、その製品の納入価格決定の方法は、取引先との協議によるものが一番多くて五、独自に決めているもの二、取引先からの指示によるもの一、であった。

飯塚ゼミ調査の結果によると、卸売価格は、自主的に決定するものが五〇・〇％、先方との話し合いによるもの二七・七％、先方の意向で定めるもの一四・九％であった。また、決定した価格が適正であるかどうかについ

表7-2-20 熊野筆の納入価格の決定方法

項 目 企業形態別	独自で決める	取引協 引議先 による	取引指 示先 による	そ の 他	計
産地内メーカーの一次下請		2			2
産地外メーカーの一次下請					
産地内商社・問屋の一次下請					
産地外商社・問屋の一次下請	1	2			3
二 次 以 下 の 下 請	1	1	1		3
計	2	5	1		8

広島通産モデル調査

ては、毛筆については六七・一%までが適正であると答え、化粧刷毛・工業用刷毛、画筆等では五九・四%までが適正であるとしている。決定された価格が不満なばあい注文を断られるかどうかについては、毛筆で七二・五%、化粧刷毛・工業用刷毛、画筆等で八七・五%までが、断られるとしている。

筆の価格の決定の方法については、このように多くのばあい一応産地側の自主性がつらぬかれているようであるが、もともと零細な家内工業で、しかもそれぞれが分散状態におかれている生産者の立場には、さまざまな制約が伴わざるをえないであろう。産地側の価格決定における主導性を高めるためにも、生産者どうしの横の結束を強化してゆくための協同理解が求められているといえよう。

平均単価

熊野筆の生産高の実績から、毛筆および画筆の平均単価を算出してみると、表7-2-21のような推移がみられる。昭和四十年から昭和六十年までの二十年間に、平均単価は毛筆がちょうど十倍、画筆が七倍となっている。もちろん、これらは、単純な平均価格であって、学童用の安価なものから、書道家・専門家用の最高級品まで、筆の種類や価格はさまざまである。まさに、ピンからキリまでのその多様さは、単純平均による一律な比較

表7-2-21 熊野筆の生産高と平均単価の推移

	大正4年 (1915)	大正15年 (1926)	昭和12年 (1937)	30年 (1955)	40年 (1965)	45年 (1970)	50年 (1975)	55年 (1980)	60年 (1980)
毛筆 A 筆本数 B 金額 (万円) 平均単価 B/A(円)	4,200 115 0.027	4,330 152 0.035	6,400 1,250 0.195	2,730 34,400 12.60	3,000 54,000 18.00	4,020 261,300 65.00	3,515 386,650 110.00	3,440 521,940 151.72	3,600 650,000 180.55
画筆 A 筆本体 B 金額 B/A	— — —	— — —	— — —	3,150 22,900 7.27	3,735 37,350 10.00	5,040 90,720 18.00	4,380 140,160 32.00	4,970 213,710 43.00	4,000 280,000 70.00
合計 A 筆本体 B 金額 B/A	4,200 115 —	4,330 152 —	6,400 1,250 —	5,880 57,300 9.74	6,735 91,350 13.56	9,060 352,020 38.85	7,895 526,810 66.73	8,410 735,650 87.47	7,600 830,000 109.21

熊野筆事業協同組合調より算出

をほとんど許さないといっても過言ではない。また、その種類の多様さこそが、熊野町の筆産地としての全国的な特色である。

各種の筆の平均価格については、すでに、熊野筆の「生産額と生産内訳」のところで述べている。また、他産地の筆の価格との比較については、「他産地における筆づくり」の項を参照されたい。

熊野筆の平均単価が、一般的に低いからといって、熊野筆はすべて「安もの」と決めつけるのは早計であろう。裾野の広い各種のバラエティに富んだ筆づくりの有機的地域構造の存在、その頂点にたつ伝統的工芸士クラスの筆司のたんせいをこめた指先からは、全国に誇る数々の逸品が続々と生産されている。むしろ、どのような製品でも、どのような顧客からの注文にも、即座に対応しうる生産の体制が組織的に形成されているというのが、この産地の特色であり、熊野以外にはこのような産地は認められないということこそ忘れられてはならない重要な事実である。

	原材料費	外注費	人件費	その他	利益
昭和47年	42.5	20.7	13.8	10.8	12.2
48	45.0	19.9	13.2	9.8	12.1
49	45.3	20.7	14.3	9.7	10.0

表7-2-22 販売価格に上乗せする経費と利益の割合
広島通産モデル調査

価格構成

筆事業の主要な製品の価格構成や経営構造について、つぎに、検討してみよう。広島通産モデル調査によって筆製品の価格構成をみると、六〇事業所の昭和四十七～四十九年当時では、平均的にみて大体、原材料費四五％、外注費二〇％、人件費一三～一四％、その他一〇％程度で、利益率は一〇～一二％といった状況にある。今日においても、大体同じような傾向にあるものと思われる。

各種経費と利益の割合を従業者規模別に比較してみると、およそ次のような傾向が明らかになる。原材料費、人件費はともに規模が大きくなるにつれて割合になるものにつれて、外注費、利益率は相対的に低くなる。事業規模が大きくなるにつれて、いわゆる薄利多売の傾向がみられるようである。このことは、安価な筆の大量生産との関連があるためとみてよいのではあるまいか（表7-2-23）。

明治期の経営状況

なお、参考までに、明治期における筆づくりの経営状況の一端を知ることのできる史料が残されているので、紹介しておこう。

明治四十一年（一九〇八）および同四十二年について報告がなされている横山製筆合名会社の営業報告書によると、売上代金がそれぞれ一四六〇円余、九七八円余、純利益金それぞれ八〇〇円余、五七円余とある。明治四十二年の売上高にしめる諸経費の内訳を算出してみると、職工賃金が

総益金978円251厘
(100.0%)

当期純益金 (5.9)	総損金 (94.1)
営業諸入金 (7.0)	
職工賃金 (50.0)	
材料仕入高 (37.2)	

(明治42年)

図7-2-64 熊野筆にみる明治期の価格構成

模別の主要製品の価格構成

従業者規模	年				47年	48年	49年
	項 目						
21人 ～ 50人	経 費	A	原 材 料 費		43.1	58.2	57.2
		B	外 注 費		16.9	14.9	14.2
		C	人 件 費		13.6	13.6	16.2
		D	そ の 他		20.4	6.6	7.7
	E 利 益				6.0	6.7	4.7
	販売価格（A～Eの合計）				100.0	100.0	100.0
51人 ～ 100人	経 費	A	原 材 料 費		54.5	56.0	56.0
		B	外 注 費		12.3	11.8	11.8
		C	人 件 費		14.3	13.5	15.3
		D	そ の 他		13.4	12.2	13.9
	E 利 益				5.5	6.5	3.0
	販売価格（A～Eの合計）				100.0	100.0	100.0
101人 ～ 300人	経 費	A	原 材 料 費		55	53	54
		B	外 注 費		6	7	7
		C	人 件 費		22	22	24
		D	そ の 他		11	9	9
	E 利 益				6	9	6
	販売価格（A～Eの合計）				100.0	100.0	100.0

広島通産モデル調査

五割、材料仕入高が四割弱で、それに営業諸掛を差引くと、純益率は五・九％となる。当時の筆作りの経営の状況が、ここから大体類推できるようである。

筆市場をとりまく状況

今後の毛筆市場の見通について、関係者たちはどう考えているのであろうか。飯塚ゼミ調査によれば、注文の状況は、現在、増加している一・三％、減少している五・一％であり、将来にわたっては、見通しがよくなる一・三％、悪くなる四・一％、となっている。

表7-2-23 熊野筆事業規

従業者規模	年		47年	48年	49年
	項目				
計	経費	A 原材料費	42.5	45.0	45.3
		B 外注費	20.7	19.9	20.7
		C 人件費	13.8	13.2	14.3
		D その他	10.8	9.8	9.7
	E 利益		12.2	12.1	10.0
	販売価格 (A～Eの合計)		100.0	100.0	100.0
5人以下	経費	A 原材料費	43.0	46.8	48.4
		B 外注費	21.0	18.3	19.5
		C 人件費	12.5	10.6	11.4
		D その他	10.8	9.8	7.7
	E 利益		12.7	14.5	13.0
	販売価格 (A～Eの合計)		100.0	100.0	100.0
6人～20人	経費	A 原材料費	40.0	39.9	39.6
		B 外注費	22.7	23.3	24.3
		C 人件費	14.4	14.5	15.4
		D その他	8.9	10.0	10.7
	E 利益		14.0	12.3	10.0
	販売価格 (A～Eの合計)		100.0	100.0	100.0

筆関係の市場は、内外ともに、厳しさを加えている。国内の他産地との競合に加えて、中国などの筆の輸入がふえつつある。熊野の関係者が意識している競合産地としては、豊橋三八・三〇%、川尻三六・七%、東京一五・〇%、奈良八・三%、その他一一・七% (一・七%か) であった。また、競合する条件はどのような点にあるかについては、技術面四四・二%、価格二六・九%、流通機構五・八%、意匠三・八%、その他一九・二%であった。このように熊野の筆関係者のもっとも、も気にしている点は、豊橋筆

熊野村における毛筆製造業者の営業報告書

(明治42年)

第2回営業報告

＜貸借対照表＞

・負債の部

1 資本金	1,000円
1 借入金	1,800円
合 計	2,800円

・資産の部

1 売場代金	1,460円	18銭	7厘
1 商品手許に売残並半製品	515円	55銭	
1 現金預け金	24円	21銭	3厘
1 当期利益金	八百 000	五銭	〔 800円 5 銭〕
合 計	2,800円		

・損益の部

金	八百 000	五銭	当期純利益金
		〔 800円 5 銭〕	

＜損益勘定＞

・利益の部

商品

1 売場高	1,460円	8銭 7厘
1 商品手許に売残 半製品	514円	^[18?] 6銭 5厘
合 計	1,974円	15銭 2厘
仕入高	493円	^[25?] 98銭 2厘
差引純利益金	1,480円	27銭

・損失の部

1 営業諸入費	48,396	〔48円39銭 6厘〕
1 職工賃金	631円	82銭 4厘
合 計	680円	22銭
差引純利益金	八百 000	五銭

右之通候也

明治42年 1月14日

広島県安芸郡熊野村6206番地
横山製筆合名会社

伝統の熊野筆ピンチ

昨秋から11業者が倒産

【熊の国】どじ全国に知られてゐる熊野筆で、昨秋から今年にかけて製造業者十一社が相次いで倒産、町あげて熊野筆を育て来た行に不安が表面化している。同町筆造業同組合（会長沢利幸、百三十七名）は「経営のあり方問題がある」と、業界全に影響するものではないと説明している。しかし保護にふくむといふだけでは補填できないと、原材料の共同仕入れと経体質の改善を求め動き出している。

熊野筆は、弘化二年（一八四六年）ごろ、当時の熊野村の若者が、沼野筆の御用筆司から製筆法を学び、村民に伝えたのが始まりとされている。最初の年間生産量は約四千本（全産額五十七億）

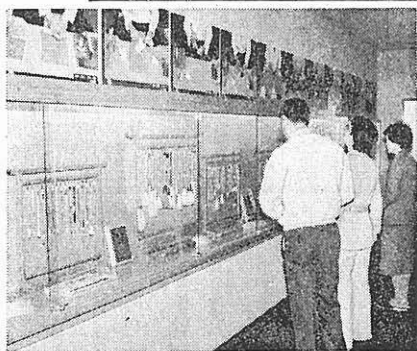
巴、熊筆六千本（同一千五）に、婦人の化粧用や工芸用のほかに四千本（同八億巴）。特筆筆の生産量は、全国の八〇％を占め、五十年に満洲省から伝統的工芸品に指定された。一本の毛筆が完成するまでには七三の細かい工程があり、家内工業的な態様が濃い。各種筆の製造関係に、いる人は約六千人で、熊野町の人口約一万四千人のうちの約四分の一を占める。

こうした熊野で、原料卸業一社、筆製造六社、化粧・圖書製造四社が倒産。同町の筆業界に大きなショックを与えた。高本理事は「筆業界として熊野が大きなダメージを受けた。しかし倒産したのはグループで融通手形を取り出していた関係業者で、筆造の構造面を衰退が原因ではない」と見ている。

とほいつても、最近では筆を手に入る人減り、筆造業者への出回りで出荷額が伸び悩んでいる。筆の産官に、熊野の原料料や毛、タヌキ、イナズナなど、年商から年間約十二億円の完成品が中国に輸入されるようになり、熊野筆を圧迫している。

これは熊野筆の最大のピンチは、熊野町内、マカサー連合筆造同士の資金で、筆造、筆造、筆造と、どの付くものか、大和魂、をうつしては法度だった。その後、何度か不況の足踏わつてたが、今度のものは倒産が相次いだのが大きなダメージ。

特徴、熊野筆の展示場。業界の体質改善を求める声も出てくる。（熊野町筆造会）



熊野筆は、日本の手になった。筆造業者と、熊野筆化を目指す。

ざしている。同組合は十二年、技術が衰えた入信機士（現在十六人に減り、品質の一層の向上に努力。四年から製造業者を育成するための講習会も入会者トさせた。

今度の通商貿易をきっかけに、若い経営者から、業界体質の刷新を求め声も出て来、高本理事は「組合員はそれぞれ原材料の仕入れ、販売のルートを持つて互いに競争し合っている。すべてを一括仕入れ、一括販売するとは難しいが、原料を安く入手するための共同仕入れなど体質改善を図る時間に入らなくてはならない」と話している。

図7-2-65 熊野筆製造業者の倒産（『中国新聞』昭和56年2月12日）

や川尻筆との、とくに高級品市場における技術面での競合関係にあるように思われる。

原毛の輸入相手国として重要な中国をはじめ、韓国、台湾などから、最近安価な筆の輸入が増加する傾向にある。とくに、その中心が中国筆であることは、だれしも認めるところである。中国は、もともと筆の発生の地ともみなされており、古い筆の歴史、豊富な原材料、安価な労働力、生産体制の社会的