



Title	木目と空にみる素材観の変容に関する考察：化粧シートと銘木を対象とした調査から
Author(s)	岡田, 涼子
Citation	デザイン理論. 2022, 80, p. 23-37
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/89272
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

木目と杳にみる素材観の変容に関する考察 化粧シートと銘木を対象とした調査から

岡田（泊里）涼子

キーワード

銘木 木目, 杳, 素材, 価値観

Meiboku, wood grain, Moku, material, values

はじめに

1. 「木目」と「杳」
 - 1-1. 「杳」の語源
 - 1-2. 銘木市場における「杳」
 - 1-3. 「木目」と「杳」を用いた造形
2. 現代の「銘木」——先行調査より
 - 2-1. 住宅メーカーの「銘木」
 - 2-2. 住宅メーカーが示す「木目」と「杳」
3. 現代の住宅環境における「木目」と「杳」
 - フィールドワークより
 - 3-1. プリントされる木目
 - 3-2. 優先する空間の変化
 - 3-3. 木材市場に伴った流行
 - 3-4. 消費者の素材観の変化
4. 「木目」と「杳」にみる現代の素材観
 - 4-1. 調査方法
 - 4-2. 調査結果
 - 4-3. 回答の傾向・分析
5. 考察

はじめに

本研究は「銘木」を通し、木材の価値や素材としての意義に関する理解を深めることを目的とする。一般材とは違う価値判断において選別される銘木は、数寄屋建築や茶室を源流とした意匠性を示す。銘木使用は、時代ごとの造形様式に伴い、内容を変化させながらも、一貫して伝統的な和風空間、特に床の間周辺の非日常的で装飾性の高い場所に用いられる素材と認識されてきた¹。戦後昭和期には、一般住宅への普及がすすみ、床の間周辺に限らず玄関や客間といった対外的あるいは社会的な空間における銘木使用も定着した。売買の形態や規格の面でも一般材と区別されており、銘木市場は銘木商と呼ばれる専門業者が構成してい

本稿は、第63回大会（2021年9月11日、オンライン）での発表にもとづく。

る。図1は全国の銘木商が所属する「全国銘木連合会」が、昭和31年(1956年)より開催している「全国銘木連合会展」の売上高を示す²。このグラフの推移は、銘木市場は昭和40年代に急成長を遂げているが、オイルショックやマイナス成長等の影響により、年ごとの上昇下降の波が激しい。昭和後期から平成期初期にかけ最盛期をむかえた後は、平成25年頃まで、上昇下降の波がありながらも総体的に下降している。平成25年以降は、ほぼ横ばい状況にあるが、全国銘木連合会事務局提供の情報³によると、これまでの市場とは商品の内容が変化しており(樹種の変化, 加工材の取扱い等)、一概に市場の安定とは捉えることはできない。

近年、工業技術の発展により、合板や集成材等、新しいかたちの「木材」が生産され、自然環境問題や木材の短所の補填など、様々な意図が考えられる。なかでも化粧シートは、木材の視覚的特徴である「木目」に重点が置かれている。本研究では、これまでの調査において、繊維が入り組み、複雑な模様を示す木目は「柰」と呼ばれ、銘木の価値判断要素の一つとして重要視されていることを確認している⁴。また同様に、現在の大手住宅メーカーの商品の中に、「銘木」と表記のあるものがしばしば見受けられるが、それらの大半が、合板や集成材、化粧シート等の加工材で構成されていることも確認した⁵。本論稿では、このような加工材を中心とした「現代の銘木」において、「木目」と「柰」がどのように捉えられているのか、化粧シートに着眼点を置き、調査・考察を行った。

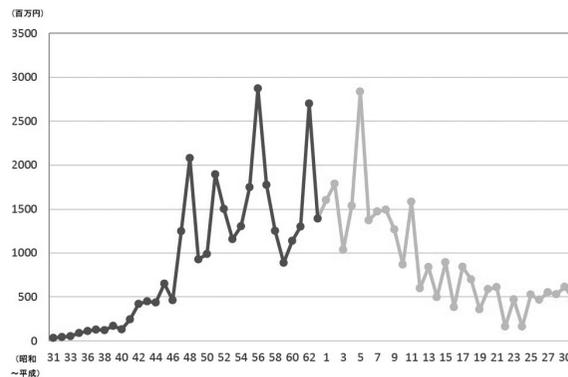


図1 全国銘木連合会展 売上高の推移(昭和31年~令和元年(平成31年))
(銘木史編集委員会『銘木史』1986 p390 グラフと全国銘木連合会提供資料をもとに筆者作成 2021.5)

1. 「木目」と「柰」

1-1. 「柰」の語源

「木目」とは、木材表面にあらわれた年輪を指すが、なかでも装飾性や稀少性の高いものを「柰」と表現する。この「柰」とは本来、「木で家や器物をつくる人、大工」を意味し⁶、「木工品の表面にあらわれた木目の紋様」の意味を併せ持つと示す文献もある⁷。なぜ「柰」という言語が使われるようになったのか、その経緯は不明である。しかし、明治45年(1912

年)発行の『木材ノ工藝的利用』⁸, 第一節「木材ノ外觀」第四項「紋理(杻目)」において, 樹木の成長過程で起きた外部刺激の影響で生じる, 不規則で特殊な木目が「杻目」であると述べられている。また, 「普通材」つまり「木目」は造形物の骨格を構成するが, 「杻」は装飾的な部位に用いるものと定められている。少なくとも明治期には, 一般的な「木目」に比べて不規則, あるいは奇なるものを「杻」という表現で区別しており, 現在の銘木使用における「杻」の認識に繋がっている。

1-2. 銘木市場における「杻」

昭和23年(1948年)5月, 「大阪府告示第三一六号」によって銘木の識別基準が制定された。そのなかで「杻」に関して「その優美な色彩光沢, 其他木質に於て優雅な特質性を備え, 美麗な杻目(木材工芸的特名例, 笹杻, ウズラ杻, 中杻, 蟹杻, 如輪杻^{じょりん}, 葡萄杻など) 杻目(木材工芸的名例, 糸杻, 荒杻など)の雅致ある趣味的建築用材」とする記述がみられる。この識別基準は制定以降, 現在の銘木市場においても使用されているという⁹。また, 昭和52年(1977年)に発足した日本住宅・木材技術センターの銘木標本館が掲げる定義では, 第一項目に「材面の鑑賞価値がきわめて高いもの(例…杻板, 糸まさの板)」との記載があるが, これも同様に, 現在の銘木の定義と認識されている¹⁰。この基準と定義から, 銘木市場において, 「杻」が一般的な木目とは区別され, 木材の付加価値のひとつとして重要視されていることが認められる。

図2は丸太から製材をおこなう際に, 「中杻」に着目した木取り図である。「中杻」とは画像1のように, 材の中心に山のような模様の重なりが見られるものを指す。丸太の個体差はあるが, 一般的に, 丸太の中心にいくほど木目が細やかで明瞭となるため, 図2左図ではAの部位が最も美しい中杻があらわれる。そして, 丸太の外側にいくほど年輪の幅が大きくなり, 一般的な板目となる。しかし, 図2左図のような木取りが可能な丸太は稀で, 多くは図2右図のように芯部に割れ等が入るため, 除外して木取りが行われる。

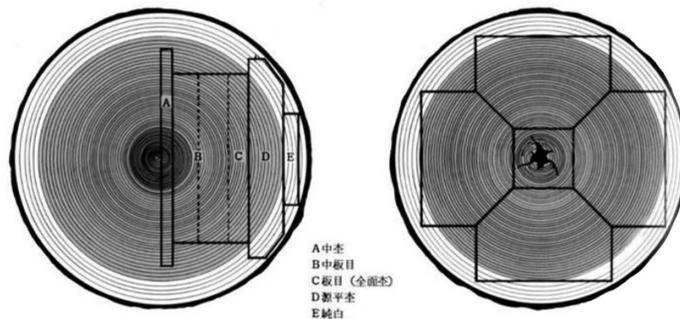
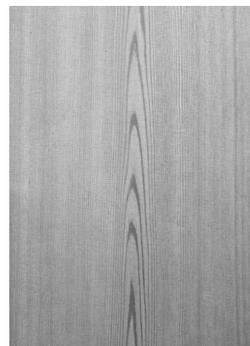


図2 中杻木取り図 (出典: 全国銘木青年連合会『銘木資料集』1986, p44)

木材の生産過程では、樹木の見立てから伐採、製材や乾燥、保管等の工程ごとに専門家による知識と技術が必要となる。なかでも木取りの判断は「目^めき」といわれる経験に基づく知識や勘によって各丸太の性質を見分け、個々に適した「木^こ挽^びき」を行う。「木挽き」とは「墨掛けをし、半製品をより高価なものに仕上げて挽く」ことであり¹¹、単なる「製材」とは異なる。質の良い丸太と確かな「目^めき」の知識、「木^こ挽^びき」の技術が合わさり、はじめて質の良い「柰」を得ることができる。従って、「柰」の稀少価値が高まることが、必然となる。



画像1 杉の中柰（出典：銘木史編集委員会『銘木史』1986）

1-3. 「木目」と「柰」を用いた造形

どのような性質の造形物であっても木目の影響は必ず考慮すべき事項である。製作者は用途やデザイン性と、木目の相性を見極めなければならない。「木目」では、無垢材、突板、いずれの場合も一本の丸太から木取りされたように同様の模様が並列、2枚剥ぎでは左右対称に並べられることが多い。作為的な印象を極力回避するため、通常、樹木の立ち姿に合わせ造形物の長尺に繊維方向を合わせるが、近年は、意図的に、繊維方向を横に配置した造形もしばしばみられる。画像2は、「木目」の例として、木工所において、一般住宅の寝室用ドアを制作する過程



画像2 一般住宅用ドアの木目の様子（2021.12 筆者撮影）

で撮影したものである。フラッシュ構造になっており、表面はタモの突板が4枚接ぎ合わせられている。接ぎ合わされた木目は、面積の大きな建築物やテーブルの天板等にみられることが多いが、木材の特徴を強強調すると共に、連続紋様のようなデザイン性も感じられる。

伝統的な床の間の床板や地板には「柰」板が使用される。画像3はケヤキの一枚板が用いられた床の間である。床板の間口は約1間（1,800mm）あるが奥行は600mm程度であり、地板との組み合わせからも、素材を優先させた意匠性を強く感じさせる。所々に玉柰がみられ、漆塗装によってそれらを強調している。伝統的な木工芸では「柰」の意匠性が際立つ作品が多くみられる。画像4では、トチの縮み柰が箱の繋ぎ目を境にシンメトリーに配置されている。作家は水面に映る光をイメージし「柰」を利用していることが伺える。美術工芸の分野では、「柰」が作品の質や美の方向性を決定づける重要な要素であるといえる。

以上は一例に過ぎないが、造形物の趣旨や用途、あるいは作品の価値によって「木目」と「柰」は使い分けられている。双方ともに木材の特徴をいかし、視覚的に自然を感じる要素と

して、製作者の意識が感じられる。「杳」は「木目」と比較し装飾性が高く、美的価値が高いことは言うまでもない。また自然物としての稀少性と、それらを見出す知識や知恵、技術や時間等がさらなる付加価値となり、木目と区別した「杳」が生み出されている。



画像3 床の間に用いられるケヤキ玉杳
(2016.11 筆者撮影)



画像4 須田賢司「【枳拭嵌装子箆筒】水光接天」(出典：
『木工藝 清雅を標に』2015, p6)

2. 現代の「銘木」—— 先行調査より

2-1. 住宅メーカーの「銘木」

近年は建築物の洋風化が進み、和風建築材として認識される銘木は、使用場所を失いつつある。一方で近年の住宅環境の変化として、大手住宅メーカーの躍進や量産型に向けた新しい建材の開発がみられるが、そのなかで銘木使用をうたう商品展開がしばしばみられる。

本稿の先行調査として、住宅建材メーカーの「銘木」表現から現代の銘木の実情調査を行った⁵。2021年5月にweb検索やカタログ、サンプルの取り寄せ等によって、商品名やコンセプトに「銘木」の表現がみられるメーカーを15社選定し、傾向や性質を項目ごとに比較した。企業選定の際は、木材および「銘木」使用に対する理念が明確に示されている企業に限定し、使用素材に関する説明が十分であることにも着目した。15社全てのホームページやカタログ内の宣伝内容、キャッチコピーなども調査の対象とした。

調査の結果、主にリビングなどのフローリング材に「銘木」の表現がみられ、「自然」「天然」「癒し」といったキーワードが共に用いられており、木のぬくもりや居心地の良さを強調する傾向が認められた。現代の住宅環境において、木材の自然物としての特性が、居住者の日常生活に安らぎを与えるものとして捉えられ、「銘木」は「自然」をあらわすキーワードとしての役割を担っている。これらは、床の間や木工芸作品にみられる従来の銘木使用と対局の意味を示していると分析した。

2-2. 住宅メーカーが示す「木目」と「杳」

住宅メーカーが使用する木材の大半は、木目が均一的で単調である。繊維方向が一定で乱れがなく、文様を呈するものはほとんど見られない。樹種ではチェリーやウォールナットな

ど外国産の散孔材が多く、線状の木目の印象よりも、色味の特徴が目立つ。チェリー材の赤褐色、ウォールナットの濃い茶褐色、あるいは紫がかった茶色等といった色味の違いをセールスポイントにしている。どのメーカーも、空間の雰囲気や価格帯ごとに商品をシリーズ化し、その中で樹種による色のバリエーションを展開する。消費者は好みや空間の雰囲気に合わせ、カタログの中から選択を行う。

各メーカーで「銘木」と表現されたシリーズは、高等級、高価格に設定されている。木目が均一的で単調なベーシックなものと比較すると、木目が明瞭で、木目に沿った色むら等が見られるものもあるが、大差がなく、「銘木」と「非銘木」の商品を視覚的な特徴から判別することは困難である。メーカーのなかには、節や白太、バークポケットといった、銘木市場では欠点とされる木材の特性を「キャラクター」と称し、「銘木」の証しとして商品展開を行っている。「キャラクター」は自然の象徴であり、「銘木」は個性や唯一性を示すキーワードと捉えることができる。しかし、これまでの本研究で得た「空」に関する知見で判断すると、「キャラクター」を備え「銘木」と表現される木材であっても、「空」と呼ぶまでのものはわずかであり、あくまでも「木目」の範疇に留まっている。

3. 現代の住宅環境における「木目」と「空」——フィールドワークより

3-1. プリントされる木目

住宅メーカーが使用する建材は、木材特有の反りや割れ等のデメリットを軽減し、生産性や機能性を重視する傾向があり、その大半が合板の表面に突板や挽板を貼り合わせた加工材である。さらに紙やプラスチック、樹脂に木目を印刷した化粧シートを貼り合わせた建材は、プリント合板、化粧合板等と呼ばれている。建材メーカーでは、化粧シートを耐水性や耐汚性に優れた商品として宣伝している。また理論上は、木材をとりまく環境問題等の影響を受けることなく、稀少で美的価値の高い木材を複製することが可能であり、「銘木調」と表記された化粧シートも流通している。

本研究では、2020年2月18日、T印刷株式会社の建材部門を訪問し、化粧シートの原稿の選択方法や、「木目」や「空」の捉え方に関する調査を行った。実施内容は、建材開発に関するプレゼンテーションの聴講、建材デザイン部門部長と主任へのインタビュー及びショールーム見学で、開発の実情から購買者の動向まで広く情報を得ることができた。T印刷株式会社では、産学連携による研究において、木材の視覚的な評価および木材への心理的応答をSD法を用いて数量化している¹²。プレゼンテーションの内容および調査に対する回答はそれらの研究と、企業としての実績に基づくものである。調査の成果を以下にまとめる。

3-2. 優先する空間の変化

現代の住宅環境では、居住者が日常的に使用する空間の居心地の良さや、利便性を優先する傾向が強いことを改めて確認した。このような傾向は、化粧シートなどの新しい建材の開発の基盤となっている。前章で述べた先行調査では、優先する空間が、和室や床の間、客間等の非日常的空間からリビングルーム等の日常的空間へ変化している現状が明らかであったが、フィールドワークでの聞き取りからは、更にキッチンやバスルーム等、水周り空間へのこだわりの強化も示された。また、共働き世帯の増加等によって、清掃や手入れの簡略化も重視されている。そして、化粧シートの開発目的の一つには、住宅メーカーのクレーム回避があることや、消費者の多くに、本物の木材に対する価格面や実用面等での妥協性があることも示された。一方で、化粧シートの「木目」をあらゆる空間に用いる傾向は、たとえ視覚的特徴だけであっても、木材の要素を住環境に取り入れようとする意志のあらわれと捉えることもできる。

3-3. 木材市場に伴った流行

建材開発に関するプレゼンテーションでは、住宅環境の変化が時系列で示された。プレゼンテーションの年代表記に基づくと、化粧シートの開発は1950年代中頃から始まり1980年代から大手住宅メーカーの主要建材のひとつとなった。1980年代の木材市場では、オーク(ナラ)材の流通が多く、家具や住宅の内装に使われ流行していたが、1990年代に入り、オーク材の流通の減退と共に他の樹種を取り入れるようになり、2000年代以降は樹種によるカラーバリエーションの展開が主流となった。また2010年頃より、塗装によるグレー、ブラック、ホワイトといったモノトーン調の素材も流行している。このような建材の流行の移り変わりは、実際の木材流通と住宅様式の流行に合わせ、建材メーカーが意図的に作り出している側面を持つという。化粧シートはいかに本物に寄せていくかという点を重視しているため、現実の環境との調和が求められる。従って、現在では入手困難な樹種や柰板もプリント原稿として保管はされているが、「銘木」と表現された商品であっても、「柰」と呼ばれるような複雑な紋様を呈する強い特徴のある木目が用いられる機会は、少ないことが明らかになった。

3-4. 消費者の素材観の変化

図3は、化粧シートのなかで「銘木」と表現された商品と、ベーシックな商品を比較している。ここでは、先行調査と同様に、両者に大差はないものの、銘木調では色むらや節等の「キャラクター」が若干目立つ。T印刷株式会社が産学連携で行った感性研究では、繊維が複雑に入り組み、様々な模様を呈する「柰」に対する違和感や、生理的な拒否感をあらわす消

費者の増加傾向が示された¹²。そうした傾向に基づき、化粧シートの開発では、「心地よい素材」の表現が追究されているという。また、「心地よい」木目は、「見慣れた木目」の中から選択しており、「銘木調」と表記した商品であっても、その範疇は変わらない。

増田稔らは、木目の標準を「年輪の輪郭がまさ目面と板目面に描く図柄」とし、それらは樹木の生育状況、幹の部位によって変化するが、装飾価値のある木目を「杢」とすると示している¹³。そのうえで、木目が与えるイメージを、柾目は「すっきりした、落ち着いた」、板目は「動きのある、飽きない」、節は「自然な、ワイルドな」、そして模様模様（杢）は「豪華な、派手な、味わいのある」とまとめている。さらには、柾目と板目には「1/fゆらぎ」が認められ、木目の「非交差性」や「均一性」が、「心地よさ」や「感じの良い」イメージを与えることも示している。この分析を近代の量産型の住宅メーカーの商品開発の傾向に当てはめてみると、感覚的な要因と共に、和室空間や床の間等の建築様式や伝統工芸等の「杢」が用いられる空間の減退が重なり、「杢」が「見慣れない木目」となり、商品に取り入れることが敬遠されてきた状況が把握できる。

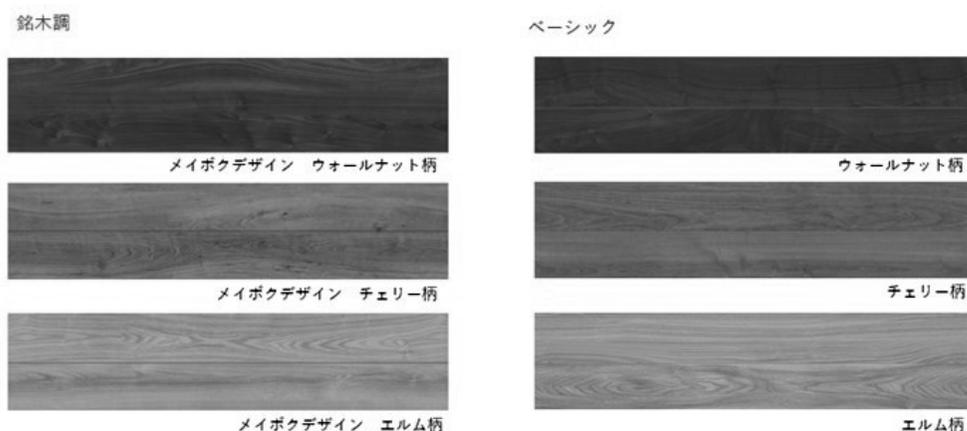


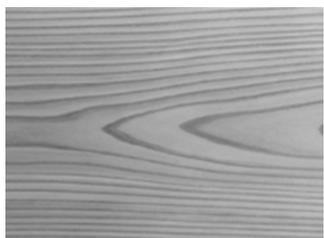
図3 化粧シートにおける木目の比較（建材メーカー（注参照）の資料をもとに筆者作成2021）

4. 「木目」と「杢」にみる現代の素材観

これまでの調査によって、木目に対する「見慣れた」という感覚を重視する住宅建材メーカーの商品が、現代の住宅環境における「杢」の利用空間の減退状況を進めてきた可能性が考えられる。このような住宅環境においては、どのような素材観を育むのか。本研究では、住宅様式の洋風化がすすみ、従来の銘木使用の認知が低いと推測される若年層に対し、「木目」と「杢」、さらに「銘木」に関するアンケート調査を行った。

4-1. 調査方法

アンケート調査は、2021年7月、大学生を中心とした18歳から28歳の年齢層の218名（男性59名、女性159名）を対象とした。一般材の「木目」と銘木の「柁」の画像を計12種（画像5～16）、A4サイズ用紙に6種ずつ（1枚あたりの画像のサイズは約9×6cm）ランダムに並べたものから、質問に適したものを選択する形式とした。各画像は、アンケートの主旨に沿うと判断したものから選択している。回答者には筆者の管理の下、回答時間制限



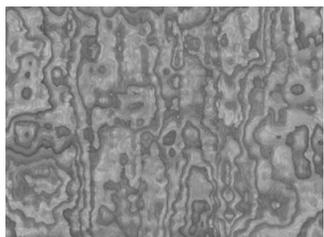
画像5 針葉樹（ヒノキ）板目



画像6 チェリー



画像7 スギ雑柁



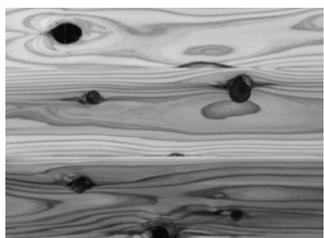
画像8 ケヤキ玉柁



画像9 メープル鳥眼柁（パズアイ）



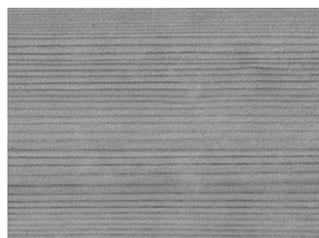
画像10 古木



画像11 スギ節有材



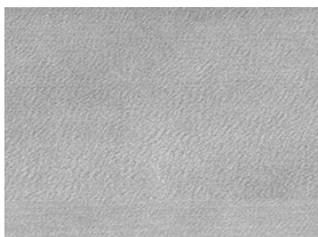
画像12 ブナ



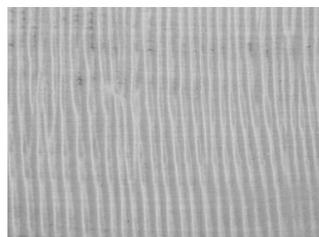
画像13 針葉樹（スギ）柁目



画像14 ナラ



画像15 スプルス



画像16 トチ縮み柁

画像5-16 web検索により筆者が抽出した（2021.7）各出典：注参照

※アンケートでは画像のみ提示，樹種や柁の名称は無記載

を10分とし、なるべく直感的な回答を促した。具体的な質問を以下に示す。

- 問1. 印象的な木目はどれですか？
- 問2. 印象の薄い木目はどれですか？
- 問3. 「自然」「天然」らしさを感じる木目はどれですか？
- 問4. 美しいと感じる木目はどれですか？
- 問5. 美しくないと感じる木目はどれですか？
- 問6. 生活のなかで見慣れている木目はどれですか？
- 問7. 価値が高いと感じさせる木目はどれですか？
- 問8. 価値が低いと感じさせる木目はどれですか？
- 問9. リビングルームの床材などに使用したい木目はどれですか？
- 問10. 寝室（自室）の床材などに使用したい木目はどれですか？
- 問11. 和室（和風の空間）に適していると感じる木目はどれですか？
- 問12. カフェなどオシャレだと感じる空間に合う木目はどれですか？
- 問13. 伝統工芸の素材に適していると感じる木目はどれですか？
- 問14. お寺や神社などに適していると感じる木目はどれですか？
- 問15. 客室（人を招く空間）に適していると感じる木目はどれですか？
- 問16. 保育所、幼稚園など乳幼児が触れる場所に適していると感じる木目はどれですか？
- 問17. a. あなたが一番好きな木目はどれですか？
b. また、その木目を使いたい場所（もの）は？ ※自由記述
- 問18. a. 「床の間」に適していると感じる木目はどれですか？
b. 自宅（実家）に和室（畳の部屋）はありますか？
c. 和室に「床の間」はありますか？
- 問19. a. 「銘木」の木目だと思えるものはどれですか？ ※複数回答可
b. 「銘木」とはどのようなものだと考えますか？ ※イメージ等を自由記述
- 問20. 木目がプリントされた商品（例：スマホケースなど）を持っていますか？
- 問21. a. 木目がプリントされた商品は好きですか？
b. aの回答の理由を下の空欄に自由に記述してください。

4-2. 調査結果

アンケートの回答の集計結果を、内容ごとにまとめ以下に示す。

1) 審美性に関する回答

- 「最も美しいと感じる木目」：①〈ヒノキ・板目〉…130票/60%，②〈チェリー〉〈スギ・雉空〉…16票/7%
- 「最も美しくないと感じる木目」：①〈ケヤキ・玉空〉…66票/30%，②〈メープル・鳥眼空（バーズアイ）〉…52票/24%

2) 「自然」「天然」らしさに関する回答

- 「自然らしさ」や「天然らしさを感じる木目」：①〈古木〉…67票/30%，②〈スギ・節有〉…53票/24%，③〈ヒノキ・板目〉…52票/24%

3) 価値に関する回答

- 「最も価値が高いと感じさせる木目」：①〈スギ・雉空〉…61票/28%，②〈スギ・節有〉…35票/16%，③〈ヒノキ・板目〉…33票/15%
- 「最も価値が低いと感じさせる木目」：①〈古木〉…70票/32%，②〈ブナ〉，〈メープル〉

ル・鳥眼杓（バーズアイ）…32票/15%

4) 生活環境に関する回答

- 「日常生活のなかで見慣れている」「親しみを感じる木目」：①〈ヒノキ・板目〉…88票/40%，②〈チェリー〉…31票/14%，③〈スギ・柾目〉…24票/11%，④〈スギ・節有〉…20票/9%

5) 嗜好に関する回答

- 回答者が「一番好きな木目」：①〈ヒノキ・板目〉…91票/42%，②〈スギ・節有〉，〈オーク〉…24票/11%，③〈チェリー〉…22票/10%，④〈古木〉…14票/6%

ここでは、選択した材を使用したいと思う場所や物を自由記述によって回答を求めたところ、様々な用途が挙げられた。家具類や自室の壁、フローリング等が大半を占めたが、マウスやパソコンのデスクトップ画面といった、化粧シートや画像を想定した回答も出た。

6) 使用空間に関する回答

- リビングルーム（居間）に適していると感じる木目：①〈ヒノキ・板目〉…51票/23%，②〈スプルース〉…34票/16%，③〈チェリー〉…33票/15%，④〈ブナ〉…31票/14%
- 寝室（自室）に適していると感じる木目：①〈ヒノキ・板目〉…50票/23%，②〈スプルース〉…34票/17%，③〈ブナ〉…30票/14%
- 和室あるいは和風空間に適していると感じる木目：①〈スギ・雫杓〉…43票/20%，②〈スギ・節有〉…39票/18%，③〈ヒノキ・板目〉…34票/16%，④〈スギ・柾目〉…33票/15%
- カフェやスイーツショップなどに適していると感じる木目：①〈古木〉…60票/28%，②〈オーク〉…33票/15%，③〈スギ・節有〉…31票/14%
- 伝統木工芸の素材に適していると感じる木目：①〈スギ・雫杓〉…69票/32%，②〈スギ・節有〉…29票/13%，③〈ヒノキ・板目〉…20票/9%
- 寺や神社などの素材として適していると感じる木目：①〈スギ・雫杓〉，〈ヒノキ・板目〉…54票/25%，②〈古木〉…41票/19%，③〈スギ・節有〉…38票/17%
- 客間など、主に人を招くための空間に適していると感じる木目：①〈ヒノキ・板目〉…45票/21%，②〈チェリー〉…38票/17%，③〈スプルース〉…23票/11%
- 保育園や幼稚園等、乳幼児のための空間に適していると感じる木目：①〈ブナ〉…74票/34%，②〈ヒノキ・板目〉…46票/21%

7) 和室・床の間に関する回答

- 床の間の用材としてふさわしいと感じる木目：①「わからない」…41票/19%，②〈スギ・雫杓〉…35票/16%，③〈チェリー〉…31票/14%，④〈スプルース〉…29票/13%

回答者の約78%にあたる169名は和室有りの住宅環境で育っているが、そのうち79票(47%)は床の間有り、85票(50%)が床の間無しの和室であることがわかった。また、「銘木」への認識では、約80%にあたる173名が「わからない」「知らない」と回答した。少数ではあるが、「銘木」にあたる木目を、〈スギ・雉杓〉(9票/4%)、〈ケヤキ・玉杓〉(8票/3.7%)、〈スギ・節有〉(6票/2.8%)とする回答があった。

8) 疑似材に関する回答

T印刷株式会社への訪問・インタビュー調査によると、化粧シートの開発が始まった1950年代半ば以降、木目調のテレビやエアコン、自動車等が流行したというが、近年はインテリア全般やパソコンとその周辺機器にもその傾向がみられ、生活の中で木目が多用されている。

木目がプリントされた商品を「持っている」のは48名で、166名が「持っていない」と回答した(4名は無回答)。また木目のプリントされた商品を「好ましく思う」と答えたのは150名、「好ましくない」は62名となった(6名は無回答)。好ましく思う理由の多くは、「あたたかみを感じる」「落ち着く」「自然を感じる」などで、「かわいい」「おしゃれ」とする意見もあった。また、「木目自体を美しいと感じる」「水周りなど(場所を選ばず)使いやすい」という少数意見もあった。これに対して「好ましくない」とする回答の理由では、主に「人工的で自然を感じない」「安っぽく感じる」とする意見があったが、本物の木材に対しては好ましく感じており、疑似材への違和感を示している。

4-3. 回答の傾向・分析

アンケート調査の回答では、どの質問においても回答の偏りがみられた。特に、「最も美しい」と感じる木目の問いに対し、全体の60%にあたる回答者が、針葉樹(ヒノキ)板目(画像5)を選択していた。同木目は回答者が「生活のなかで見慣れている」「最も好きな」木目としても最多であり、「自然、天然らしさを感じる」木目としても多数の票があった。

古木(画像10)やスギ節有(画像11)のように、木材特有の節や割れ等の特徴があらわれているもののほうが、より強く自然を感じる傾向がみられるが、価値の観点では評価が低く、「自然らしさ」と高級感は直接的に繋がっていない。住宅メーカーが「銘木」を「高級感」と共に「自然」を表すキーワードに利用する点から鑑みると、「自然」の捉え方の多様性を示している。また、好きな木目を価値が低いと評価する等、個人の嗜好性に価値評価が反映されていない回答が多く、固定概念や様式に捕らわれない価値観が認められる。

和室への関わりはある程度継続しており、若年層においても「和風」を好む意見もみられたが、和室の様式や素材の使用意図が変化している。現代では、和室が客間等の非日常性ではなく、プライベート空間に含まれており、「安らぎ」や「居心地のよさ」が求められている。

スギ雫杓（画像7）等のいわゆる「杓」に価値をみいだす風潮は残っているものの、ケヤキ玉杓（画像8）やメープル鳥眼杓（バーズアイ）（画像9）等、従来の銘木市場で尊重されていた印象が強く稀少性の高い「杓」に対しては、審美的にも価値的にも評価が低い。

5. 考察

従来の銘木使用の様式のなかで、「杓」は銘木の価値判断の重要な要素のひとつであったが、現代の住環境や消費者の感性によると、「杓」が必ずしも素材の価値を高めるとはいえず、むしろ受け入れ難い異質なものと捉える傾向が伺える。従来の銘木は稀少的価値を重視し、他との差異を強調するような主張性が求められた為、「杓」によって自然の雄大さや畏敬の念を示すことが使用目的のひとつであった。また、「杓」の装飾性の高さは、華やかで豪快な印象を与え、豊かさの象徴と捉えられる一面もあった。一方現代では、ある程度の生活水準が保たれ、対外的に豊かさを示すよりも、日常生活の質の向上に重点が置かれている。

化粧シートの開発では、「見慣れた木目」によって、「居心地の良さ」を感じさせる商品展開が行われている。「見慣れた木目」とは、柾目や板目で表される、比較的均一で、規則性のある木目を指す。若年層へのアンケート調査でも、木目の間隔が均等で、左右対称に近いものが好まれ、リビングルームや寝室に適しているとする回答が多かった。一方で、和室自体は存続しているが、和室の用途や用材、様式に変化が見られ、従来の「銘木」を象徴する「杓」を「見慣れない木目」とする傾向も現れていた。

化粧シート等の新しい加工材は、木材特有の反りや割れ等の欠点や、自然環境の影響に左右されることなく、生活の中に「木材」を用いることを可能にした。「銘木」が日常空間のフローリング材等に用いられ、場所や用途を選ばず手軽に木目を施すことが可能になり、現代人はそれらを「自然」と捉えている。若年層のアンケートからも、総体的に木材を好み、木目から「安らぎ」や「ぬくもり」を感じる傾向が読み取れる。しかし、従来「杓」は、材の個性であり、自然の象徴として捉えられてきた。木材使用の造形では、木材の個性と向き合い、それぞれに適した技術や意匠を生み出してきた背景を持つ。現代の加工材は、そのような背景を取り除いた、表面的な「自然」の複製ともいえる。

時代や住宅様式に伴い、「銘木」は素材としての意義や価値を変化させている。従来「銘木」は、自然の美を優先させた意匠によって築かれた概念であった。現代の「銘木」は、人間の営みを優先させた造形の在り方を表しており、それらは「銘木」の史的経緯に、新たな分岐点を形成している。本研究では、「杓」は、「銘木」の概念を象徴していると捉えた。そして、「杓」や「木目」を用いた造形は、自然観や素材観をはかることの出来る指標であると結論付ける。

注釈・参考文献

- 1 銘木史編集委員会編『銘木史』1986, 全国銘木連合会
- 2 ①昭和31年から63年までの売上高は参考文献1p.390のデータを参照, ②平成元年から31年(令和元年)までの売上高は, 全国銘木連合会事務所よりデータの提供を受けた(2021年5月)。図1は①②を合わせて作成。
- 3 全国銘木連合会事務局S氏への電話による聞き取り調査(2021年5月24日実施)
- 4 岡田(泊里)涼子「現代における銘木の存在とその意義の模索——定義の明確化の試みと銘木商・製作者への聞き取り調査から——」2017, 武庫川女子大学生生活環境学部生活環境学科教育研究誌
- 5 岡田(泊里)涼子「住宅建材の「銘木」表現にみる素材観の変容——戦後昭和期から現在まで——」2022, 日本生活学会「生活学論叢」40号
- 6 松村明, 山口明穂, 和田利政編『古語辞典【第八版】』1994, 旺文社
- 7 新村出編『広辞苑【第七版】』2018, 岩波書店
- 8 農商務省山林局編『木材ノ工藝的利用』1912, 大日本山林会
- 9 参考文献1 p.63
- 10 参考文献1 p.75
- 11 全国銘木青年連合会『銘木その美と心——銘木資料集成』1986, 和風建築社 p.25
- 12 齊藤真大, 寺村和真, 長谷隆, 小林洋平, 池ノ谷真司, 竹村研治郎「木材の視覚的評価における階層的感性予測モデル」2020 閲覧, 非公開
- 13 岡野健編『木材居住環境ハンドブック』1995, 朝倉書店 pp.114-183
岡野健, 佐伯浩, 増田稔(編集責任者), 松浦邦男, 安田明「光環境・視覚編」

画像出典(最終閲覧2021.12)

- 図3 株式会社ノダ(NODA CORPORATION) HP <http://www.noda-co.jp/products/>
- 画像5 西城建設株式会社 HP
<https://saijoukensetsu.com/wp-content/uploads/2019/04/1-2.jpeg>
- 画像6 株式会社山岸製作所 HP
<https://www.yamagishi-p.co.jp/interiorblog/furniture-material/605/>
- 画像7 岡崎製材株式会社 HP <https://www.okazaki-seizai.co.jp/yakushima>
- 画像8,9 北三株式会社 HP <https://www.hoxan.co.jp/species/img/finetec/>
- 画像10 ウェブサイト BestHQwallpapers.com(画像ダウンロードサイト)
<https://besthqwallpapers.com/ja>
- 画像11 プレイリーホームズ株式会社 HP
<https://www.prairie.co.jp/phweb/wp/wpcontent/uploads/47d55d9698e1d8b7c417a4ab8fb9c769.jpg>
- 画像12,13,15 木材博物館 <https://wood-museum.net/>
- 画像14 藤井産業株式会社 木材加工.com
https://www.mokuzaikako.com/images/woodtype29_3_bb.jpg
- 画像16 野原工芸 blog <http://blog.nohara.jp>

Transformation of the view of materials:
A survey of wood grain and *Moku*

OKADA(TOMARI), Ryoko

The purpose of this study is to understand the value and significance of Specially selected wood material *Meiboku*. *Meiboku* is selected based on a value judgment different from that of general materials, and following the aesthetics in concordance with the *Sukiya* architecture and *Chashitsu*.

In this study, *Moku* is reconsidered as a symbol and important criteria of *Meiboku* use, clarifying the difference in wood grain will lead to understanding the meaning of *Meiboku*. Therefore, I conducted an interview with a printing company, one of the leading suppliers of printed sheets for wall paneling, in order to investigate the decorative wall paneling sheets which is a product using wood grain print designs. I also conducted an awareness survey on wood grain and *Moku* for young people (218 individuals, aged 18–28) in July 2021.

As a result of the survey, I concluded that the perception of material use *Meiboku* accompanied the change of living environment. Wood is used in modern life as a symbol of nature and as a familiar material that provides comfort and healing. However, the demand for *Meiboku* use, *Moku* and the thought that values *Moku* are being lost., a tendency that I believe is linked to the deterioration of modern natural environment.