

今週のメニュー

[トピックス](#)

関西 / 中部ビニール卸協同組合、中日本プラスチック製品加工協同組合で講演
- 塩ビ業界の活性化と連携を目指して -

[随想](#)

古代ヤマトの遠景（46） - 【卑弥呼の墳墓】 -

信越化学工業（株） 木下 清隆

[編集後記](#)

トピックス

**関西 / 中部ビニール卸協同組合、中日本プラスチック製品加工協同組合で講演
- 塩ビ業界の活性化と連携を目指して -**

塩ビ産業は歴史が古く、1950年代に日本で本格的な塩化ビニル樹脂の製造が始まり、同時に、塩ビ製品の製造も始まっています。当初は電線被覆材や農業用フィルム等の軟質系製品が先行し、パイプや板等の硬質系製品も続いて塩ビ産業が盛んになり、裾野が広がりました。

その時期から組合活動が始まっている塩ビ関連の団体の中で、関西ビニール卸協同組合の総会後の懇談会に講演を依頼され、5月19日にホテルアウイーナ大阪で「塩ビを巡る最近の動向 - 塩ビ業界の連携を目指して」の演題で講演を行いました。また、中部ビニール卸協同組合の総会后に、中日本プラスチック製品加工協同組合との合同で開催された講演会にも招かれて、5月21日に愛知県産業労働センターで、同じ演題で講演を行いました。



昨年の10月21日に、日本ビニル工業会からお話しを伺い、東京ビニール商業協同組合を含めた3つの商業組合からなる日本ビニール商業連合会の40周年総会で、記念講演をさせて頂いたことが縁になって、今回の講演になりました。厳しい経済環境の中であって、明るい話題の提供と塩ビ業界全体の連携を願ってお話しをさせて頂きました。

今回は、その時の話題に加えて、塩ビ製品への回帰事例を交えて紹介し、日本の優れた塩ビ産業の総合力と裾野の広いネットワークを活かした新たな連携の可能性をお話ししました。幸いに、参加された会員の皆さんから「元気になった」、「久しぶりに熱くなった」、「是非、一緒にやろう」とのご意見や感想を伺い、こちらでも元気とやる気が出てきました。

具体的には、塩ビ業界の緩やかな関係を保って課題を共有化し、活性化のための方策を話す場を設定し、日本のモノづくりを支える優れた技術・技能を次世代に継承していくための「塩ビ技術者のための基礎講座」を創設し、デザイン・技能コンテストや技術者表彰制度等の塩ビ業界全体に関連する催しを立ち上げたいと考えています。

具体的な進め方では難しい場面もあると思いますが、塩ビの優れた環境特性が見直され、新たな機能が付加されることで、社会に貢献する製品として位置づけられると信じています。古くて長い歴史を持つ塩ビが新たなものに生まれ変わることを願い、「Modern in Tradition」とスローガンを掲げてみました。塩ビに関わる皆さん、是非、一緒に塩ビ業界の活性化に向けたスクラムを組みましょう。(了)

随想

古代ヤマトの遠景(46) - 【卑弥呼の墳墓】 -

信越化学工業(株) 木下 清隆

248年頃、卑弥呼が亡くなった。跡目争いのことは前にも述べたが結局台与を立てることで決着がついた。後継王問題が一段落すると、卑弥呼の墓をどうするかの問題が再燃したはずである。その死の直後、当然その問題は起きたはずであるが、後継王問題が紛糾し始めると墓の話など片隅に追いやられ、恐らく仮埋葬されて、皆の意識からこの問題は忘れ去られた可能性はある。

しかし、後継問題が一件落ち着くと、卑弥呼の墓はあんな簡単なものでいいのか、と誰かが言い出したはずである。その声を聞いて、そうだ偉大なる女王卑弥呼のためには、これまでにないような立派な墳墓を築造すべきだと主張する一族が現れた。それが吉備氏であったというのがここでの想定である。その理由は二つある。

一つは、彼らが中心となって構築した倭国連合の中で、彼らの地盤沈下が徐々に進んでいたと想定されるが、台与の誕生でその後ろ楯としての地位を、何とか保ち得たのではないかと考えられることである。このため、その立場を更に強化する必要に迫られ、何か大きな事業を起こして人身を収攬する必要が生まれていた。

二つ目は、卑弥呼の墓との説が有力になり始めている箸墓古墳は、その後、倭国全土に広がる前方後円墳のモデルとなったものであるが、その半分サイズのものが箸墓古墳と同時期に吉備国で築造されている。この古墳を浦間茶臼山古墳というが、墳長は138mとされており、箸墓古墳の280mのちょうど半分のサイズとなっている。



箸墓古墳(後円部)

最初の理由の前半、即ち「吉備国が中心となって構築した倭国連合」という部分は、専門家の間での有力な見解であるが、後半部分は筆者の想定である。卑弥呼が晩年には強大な権力を有していたことは、『魏志』倭人伝から明らかだといえるが、スタート時点で吉備国が強大な権力を持っていたとするなら、卑弥呼の晩年には彼らが地盤沈下していたとするのは、一つの論理的帰結となる。

第二の理由である箸墓古墳と吉備の古墳との密接な関係を指摘している考古学者は多いが、この場合どちらが先かの問題はある。箸墓古墳が早いとすれば、茶臼山古墳は単なるコピーに過ぎなくなるが、もし、この古墳が現代的な意味でのモデルプラント的役割を果たしたとするなら、その設計思想、工事手法等が箸墓古墳に応用されたといえることになる。従って、ここでは茶臼山古墳先行説の立場である。

このような理由から、吉備は大きな前方後円墳の築造を持ち出し、纏向の諸国代表の賛同を得たと考えられるが、その大きさについては衆議の結果とはとても考えられない。なぜなら、当時、120～130m程度の大型前方後円墳は大和地方には既に生まれていたが、200mを越すような巨大な墳墓の例は知られておらず、前代未聞の巨大さだったからである。

吉備が墳長 280mもある墳墓を造ろうと言い出したとき、諸国は仰天すると同時に、その築造方法、諸国の経済的な負担等の説明を求め、その困難さに改めて驚き、頭から反対したに違いない。しかし、吉備としては倭国連合の盟主としての命運が掛かっている。一歩も引かずに懸命に説得を続けたと考えられる。そして、遂に偉大なる女王だった卑弥呼のために倭国一の墳墓を造ることが合意された。後は突貫工事である。そのことが日本書紀には次のように記されている。

「…… この墓は昼間は人々が造り、夜は神が造った。使用する石は大阪山（二上山の近くの山）から運んだが、人が列を作り手から手へ渡して運んだ。」

書紀の内容は、神と人々が協力して箸墓古墳を造ったことを伝えているが、このことはかなり短期間に築造されたことを、書紀の編者は後世に伝えようとしているように見える。では、実際にどの程度の期間で完成されたのだろうか。漠然とではあるが、一般には十年近く掛かったのではなかろうかと考えられている。箸墓古墳の巨大さを目の当たりにすると、十年という歳月が真実味を帯びてくる。何故十年かという、実は、大林組が1985年に我国最大の仁徳天皇陵（墳長：486m）の工事見積もりを公表したことがあったからである。その中で彼らは、当時の工法で一日平均 1500 人の人手をかけて、約 16 年掛かるとはじき出した。その年数と墳墓の規模比較から、箸墓古墳では十年程度は掛かるだろう、との一般通念が生まれたということである。



箸墓古墳

したがって、ここでもそのように考えたいところであるが、そうすると『魏志』倭人伝の記述に矛盾する問題が出てくる。その記述とは以下のようなものである。

「卑弥呼、^{すて}以に死し、大いに^{つか}冢を作る。径は百余歩、徇葬する者、奴婢百余人なり。」

ここで問題となるのは、「徇葬する者、奴婢百余人なり。」という記述である。当時、魏の帯方郡から張政等が倭国へ遣わされていた。従って、彼らの情報をもとにこの『魏志』倭人伝の内容は記述されたと考えられるが、徇葬という行為は墓が出来上がってから行われるはずである。そうであれば、彼らは卑弥呼の墳墓の完成を待って帰国したことになる。もし、卑弥呼の墳墓が箸墓古墳であるとすれば、この墳墓はせいぜい2～3年の短期間で完成されなければ、張政等の滞在期間を説明できなくなる。この塚は円墳で直径が百余歩と書かれているが、当時の一步は約 1.5mとされていることから、約 150m になる。丁度箸墓古墳の後円墳の大きさと一致している。前方部は後円部への通路であり墓の本体部ではない。従って、張政等は本体である円墳部の寸法だけを伝えたことになる。

このように箸墓古墳は卑弥呼の墳墓の可能性が高いといえるが、そうであれば、この墓は想像以上のスピードで完成されたと考えなければ、『魏志』倭人伝の記述を説明できない

ことになる。書紀がこの箸墓古墳は「昼間は人々が造り、夜は神が造った。」と記したのは、このような事情を物語っているのかもしれない。

(つづく)

前回の「古代ヤマトの遠景」(45) - 【卑弥呼の権力】 - は、下記からご覧頂けます。

http://www.vec.gr.jp/mag/267/mag_267.pdf

以前の「古代ヤマトの遠景」は、下記からご覧頂けます。

http://www.vec.gr.jp/mag/list/yamato_list.pdf

編集後記

日本PTA全国協議会が調査している企画の1つ「子供に見せたくない番組」ランキングが発表されています。1位は7年連続で同じ番組だそうです。毎年、テレビで話題になるので、全国の保護者に「総すかん」を食っているのかと思っていました。この調査結果はHPで詳細に発表されており、全国の小学5年、中学2年、各2400名とその保護者が対象とのことで、保護者(回収率約75%)の約70%は「子供に見せたくない番組はない」と答えているそうです。少しイメージが変わりました。しかも、「子供に見せたくない番組」を『いつも』『たまに』を合わせれば、50%以上の人が見ているのですから、知名度という点では、むしろ良いのかも知れません。もっとも、見ていなければ「見せたくない」という判断はできないですしね。(漠)

関連リンク

[メールマガジンバックナンバー](#)

[メールマガジン登録](#)

[メールマガジン解除](#)



編集責任者 事務局長 東 幸次

東京都中央区新川 1-4-1

TEL 03-3297-5601 FAX 03-3297-5783

URL <http://www.vec.gr.jp> E-MAIL info@vec.gr.jp
