

和紙人形をめぐる快楽消費

——和紙人形教室の参与観察に基づく消費者行動分析——

坂 田 博 美

キーワード：快楽消費，解釈アプローチ，参与観察，和紙人形

1. はじめに

1980年代に快楽消費研究が提唱され（Hirschman and Holbrook 1982, Holbrook and Hirschman 1982），快楽消費の事例研究として，映画（Hirschman 1988, Holbrook and Grayson 1986, Denzin 2001），TV番組（Hirschman 1988），音楽（Lacher 1989），ゲーム（Holbrook他 1984）などが取り上げられてきた。しかし，従来の快楽消費研究は，個別にはそれなりの成果を生み出してきたものの，まとまった知見を生み出しておらず，快楽消費に関する体系づけられた説明や包括的な理論といったものはほとんど打ち出されていない。快楽消費研究は，消費者情報処理理論批判の域を抜け出していないように見受けられ，独自のめざましい発展を遂げたとは言い難い状態にある（堀内 2001，28頁）。

快楽消費研究の体系的な整理を試みた堀内氏によると，これまでの快楽消費研究は，ある時点での快楽経験を扱い，長期的な視点に立つ研究はほとんどなかった。快楽消費を長期にわたって経験することが消費者にとってどのような意義を持っているのか，快楽消費の長期的意義を検討しなければならない。そして，本来快楽消費と見なされる現象を広く取り上げるべきだと述べている。そこで，本研究においては，この2つの指摘に基づき，快楽消費の事例として手芸を取り上げ，その長期的意義について事例研究を行いたい。

本稿¹の構成は、第2節で、本研究の枠組みとなった堀内（2001，2004）の快楽消費研究の基本的な枠組みを紹介する。第3節では、手芸の快楽消費の事例を取り上げるにあたって、本研究の方法論を述べる。第4節では、2人の女性の和紙人形をめぐる快楽消費の事例を紹介する。最後に、手芸の快楽消費の長期的意義についての考察を行いたい。

2. 堀内氏（2001，2004）の快楽消費研究の枠組み

まず、本研究の出発点となった堀内氏の快楽消費研究の基本的な枠組みと研究アプローチについて触れておきたい。

2-1. 快楽消費の長期的意義に関する検討

従来の快楽消費研究は、短期的な視点でなされることが多く、ある時点における快楽経験が検討されるのみで、快楽経験の長期的な積み重ねではなかった。長期的な視点から快楽消費の意義を検討することは重要であるにもかかわらず、その意義が問われることはほとんどなかった（堀内 2001，183頁）。

経験としての快楽消費とは、製品の獲得・使用・破棄を通じて「プラスの快楽」，「マイナスからの快楽」，「到達の快楽」のいずれかが得られたとき、その経験を快楽消費と考える。そこで、快楽欲求に関する議論から快楽価値に関する3つの先験的主題を導き出している。

- (1) 消費者行動によって得られる「プラスの快楽」は、長期的には、生きがいや幸福感の維持・増進に貢献する。
- (2) 消費者行動によって得られる「マイナスからの快楽」は、長期的には、心身の健康維持に貢献する。
- (3) 消費者行動によって得られる「到達の快楽」は、長期的には、精神的な成長に貢献する。

生きがいや幸福感の維持・増進とは、日常生活を楽しく過ごすこと、人生に対して肯定的態度を形成していること、精神的に満たされていることなどを指す。例えば、「プラスの快楽」の長期的な経験に関するデータからこれらのことを読み取ることができれば、先験的主題の妥当性を確認できたと判断する（前掲書、185-187頁）。

そこで、快楽消費を長期にわたって経験することが個々の消費者にとってどのような意義を持っているのかを検討している。さまざまな資料、文献にあたり、その中から、長期にわたる快楽消費を表している事例を選び出し、分析材料（データ）としていた。初期状態が中立状態あるいは快楽の状態であると判断できるものを「プラスの快楽」に関する事例と見なし、初期状態が不快の状態であると判断できるものを「マイナスからの快楽」に関する事例と見なす。不快を前提とせず、人生目標を達成することによって快楽が得られていることを示していると判断できるものを「到達の快楽」に関する事例と見なしている（前掲書、188頁）。

その結果、快楽消費の長期的な積み重ねは、個々の消費者が生きていく上で意義深いものであるという結論を導いている。そして、解釈アプローチを用いた長期間にわたる快楽消費の事例として新聞記事やエッセイなどを解釈し、残された課題を次のように述べている（前掲書、215-216頁）。

- (1) 分析結果を踏まえてより具体的な先験的主題を掲げて、経験的研究を行い、快楽消費の長期的な意義を明確にする必要がある。
- (2) 賃労働といった消費者行動以外の行動から得られる快楽の意義についても検討する必要がある。
- (3) 一般的傾向に関する先験的主題を検討する場合、結果を一般化するためには、さらに多くの事例にあたる必要がある。

2-2. 快楽消費研究の事例として手芸を取り上げる

堀内氏は、従来の快楽消費研究が残している以下の問題を提示している。

- (1) 快楽消費研究は、われわれが日常的な消費者行動を通じて経験する快楽のうち、ほんの一部しか扱っていない。
- (2) どのような事柄を取り上げれば「快楽消費研究」と言えるのかが定かではない。

快楽概念が不明確であることが、従来の快楽消費研究の発展を滞らせている最も大きな問題であった。そこで、快楽概念を明確化することを試みている（前掲書、34-36頁）。

ここでは堀内氏による定義に沿って、快楽消費を「消費者行動を通じて、当人にとって望ましい感情を経験すること」と定義する。快楽消費とは、商品の選択・購買、使用・利用、あるいは処分を通じて、喜びや楽しさ、心地よさ、安心感、興味などを経験することを言う（堀内 2004、40頁）。これまでの快楽消費論は、快楽概念の狭さゆえに、限られた範囲内の消費者行動、あるいは、消費者行動の中の限られた側面に焦点を当てていたのではないかと述べている（前掲書、52頁）。

写真1 手芸店に飾られた手芸品



このように、堀内氏は、あたらしい快楽消費論が扱う快楽²を掲げており、本研究では、「手芸」³を取り上げてみたいと考える。そもそも手芸を研究する出発点は、商人家族研究として手芸店の事例を取り上げたとき、手芸店にはさまざまな手芸作品が飾られており（写真1）、顧客が店主に手芸品を持ってくるという興味深い現象があったためである（拙稿 2002b, 2006）。この手芸

店では、作家の作品は置いておらず、手芸が好きな素人の作品のみを展示している。しかし、手芸をする人、それは女性が圧倒的に多いのだが、その人の心理を汲んで、技術的には未熟な手芸品であっても立派な作品として展示する。そう位置づけるからこそ、そうした作品をほめ倒す店主である。店主および顧客が行っている行為の意味を探るには、まず顧客がどのようなプロセスで手芸を行っているのかを解明することが必要であった。

この店では、手芸品について話をしたい、話を聞いてくれる店主を慕っている。作品の作り手にとっては、作った手芸品を見せて、何らかの反応が欲しいのだ。だからと言って、手芸に関心のない人には、見せたり、それについて話したりはしない。手芸に関心があって、それをほめてくれる店主は、作り手にとって、手芸品を見てもらう相手として最適なのだろう。しかし、店主は、手芸をしたことはなく、幅広い手芸の専門的な知識も多く持っていないと言う。どんな人の作品でも、批評をするのではなく、いろいろな言葉でほめてあげて、その人をいい気分にさせてあげる。何より手芸作品を作った人の思いに応えることが大事なのである。顧客の女性たちが、手芸品を見せに来たり、プレゼントしたりするのは、そうした店主を慕ってのことではないか。だから、「素人の作品を飾る意味」は顧客にとって大きい（拙稿 2006, 131頁）と結論づけた。

手芸という快楽消費は比較的長期にわたる行為である。そのため、手芸は、現代の日本社会において、快楽消費の長期的意義を検討するのに適していると考えた。

3. 本研究の方法論

では、手芸店の顧客にとって、手芸によって作品を作るということは長期的にはどのような意味を持っているのか。堀内氏の問題提起に従い、快楽消費の長期的意義を検討するにあたって、解釈アプローチにより長期間にわたる手芸

をめぐる快樂消費の事例を取り上げたい。本研究では、これまで消費者行動研究においてあまり用いられなかった参与観察に基づくフィールドワークを行うことにした。

3-1. 手芸に関するフィールドワーク

快樂消費あるいは消費経験はさまざまな研究方法で明らかにされてきた。チクセントミハイ（1996）は、人は最も楽しいときにどのように感じているか、それはなぜかを理解するために、まず数百人の「熟達者」（芸術家、競技者、チェスの名人など）を対象に、「フロー」概念に基づき最適経験の理論を作り上げた。さらに、世界各地の共同研究者によって、異なる人生を歩む数千人の人々に面接調査を行った。最適経験は文化の差を越え、老若男女を問わず、被験者によって同じように表現されることが分かった。さらに精緻化をはかるため、経験抽出法と呼ばれる方法で、被験者に1週間ポケットベルを携帯させ、ベルが鳴ったときどのような気分であるか、何を考えているかを書かせる。被験者は1週間後に、ベルが鳴った瞬間の行為や、そのときの気分についての一連の記録を提出する。こうして10万例以上の経験の標本が世界各地から集まっている（5-6頁）。

消費体験とくに高度な専門技術を伴う場合は、実際に体験しなければ表面的な理解しか得られないはずなのに、日本の消費者行動研究では、参与観察に基づくフィールドワークを用いた事例研究は少ない。日本をフィールドとしたフィールドワーク研究は民俗学・文化人類学・社会学で行われているが、佐藤（2002）によると、組織や労働現場への長期の参与観察（例えば、小笠原（1988）、鎌田（1983）など）はあまりなされていないようである。和紙人形教室においては作家の立場からすると、教える行為または制作過程は労働に含まれるかもしれないが、本研究で明らかにしたいのは労働過程よりむしろ消費過程である。そこで、本研究において、消費が行われている現場で参与観察をし

て消費者の消費経験を実際に共有しながら、快樂消費の長期的意義について検討したいと考えた。

では、社会学者の佐藤（2002）に基づき、フィールドワークによる事例研究を紹介しよう。フィールドワーク⁴とは、「調べようとしている出来事が起きているその現場（フィールド）に実際に出かけていって、その当事者である人々と何らかの関わりをもっておこなう調査の作業（ワーク）」（117頁）を指す。現実の社会生活に密着して行うフィールドワークで中心となるのは、「参与観察」と丹念な聞きとりという2つの作業になる。参与観察とは「対象者と生活をともにし、五感を通したみずからの体験を分析や記述の基礎におく調査法」（18頁）を言う。これらを狭い意味でのフィールドワークと呼ぶ。

広い意味でのフィールドワークでは、サーベイ的な聞きとり、質問票によるサーベイ、心理テストの実施、文書資料の検討、統計資料の分析、文物の収集など、さまざまな作業が含まれる。フィールドワーカーが種々雑多な調査テクニックを併用するのは、1つの技法だけでは捉えきれない事柄について別の技法を使ったり、裏を取ったり、対象者の範囲を広げて確認したりするためである（121-123頁）。本研究では、どのような思いで人形を制作するかを理解するために、作者が和紙人形制作に必要とする事柄に関してもデータ収集が必要であった。

1つは、人形の素材である和紙に関する資料収集である。最も古く、大きい和紙産地である越前和紙を始め、美濃和紙、越中和紙、黒谷和紙の産地にて、展示を見たり、紙漉をしたりして資料収集した。もう1つは、人形の時代考証に関する資料収集である⁵。和紙人形は江戸時代を中心とした風俗が中心的な題材である。そのため、江戸時代に関連する着物や髪型に関して資料収集を行った。また、作品展および作品集では源氏物語や雛人形、歌舞伎が題材になっていることが多い。歌舞伎・文楽・能を観劇したり、講演会に行ったり、美術館、展覧会にて作品鑑賞したりして、補足的な資料収集も行って裏付けを取った。

フィールドワークの強みは、対象となる人びとの生活に密着して調査を行う

ことによって、出来事が起こるまさにその現場でそれを丸ごと観察し理解できる点である。フィールドワーカーは先人の理論を鵜呑みにするのではなく、現場の状況に合わせて理論を解釈し直したり、現場での体験に基づいて理論を作ったりするのが特徴である（佐藤 2002）。

本研究では、和紙人形教室生徒Aさんと講師Bさんの2人の女性を取り上げ、2人の和紙人形に関する快樂消費体験をできるだけ体系づけて説明したい。そのため、2002年4月から2005年9月まで（2003年4月から2004年3月は月に1～2回、19回講習を受けながら）、教室、手芸店、展覧会、自宅など、あらゆる場面での参与観察によりデータ収集を行った⁶。AさんとBさん、それぞれ展覧会に同行した（詳細は、参考資料を参照されたい）。和紙人形教室の生徒5～6人（メンバーに変動あり）にも話を聞いた。

さらにBさん以外にも、美濃和紙の里会館にて岩井昌子氏と松山祐子氏による雛人形講習会を2回、紙の博物館にて高木栄子氏による「和紙でつくる干支の戌講習会」を1回受講して、和紙人形制作を実際に体験した。和紙の花・和紙ちぎり絵・折り紙・押し絵は和紙人形展と並列して陳列されることもあり、同時に資料収集を行った。

3-2. 和紙人形をめぐる概要

まず、現代社会における手芸をめぐる現状について簡単に触れておきたい。社団法人日本ホビー協会が2002年の日本ホビーショー来場者1,003人を対象に「第2回ホビイストリサーチ」を行っていた（『洋装産業新聞』2003年5月1日付）。その調査結果によると、推定されたホビー市場規模は、3,600～3,800億円だと言われる。日本手芸普及協会⁷のデータによると、手あみ、パッチワークキルト、刺しゅう、レース、レザークラフト、手織り、押し花、トールペイントの7部門がある。それ以外にも次々に新しい手芸が登場している今日である⁸。

他国と比べて、日本は人形王国で、人形に関わる行事が何世紀も継承されて

おり、日本人にとって人形は、「ひとがた」、すなわち人間の分身として扱われている（山田徳兵衛 1991）。しかし、創作人形として人形が芸術の仲間入りをしたのは昭和に入ってからで、職業としての人形師の出現は古いが、作者名が前面に出ることはなかった。昭和に入って、人形芸術運動が起こり、日本人形研究会という人形学校が設立され、帝展に人形部門が設置され、6名の作家が入選し、ようやく美術工芸の一部門として社会的に認識された。ひとがたから手遊び、手遊びから芸術へと移り変わっていった（小林すみ江 2004）。

小林一夫（1997）によると、1963年に佐久間八重女氏の紙人形が手工芸美術展に初入選し、紙人形の作り方が『朝日新聞』に紹介された。たちまち大勢の人が集まった。その後、石垣駒子氏が『産経新聞』をバックに全国に教室を普及させた。紙人形を皮切りに、ちぎり絵、押し絵等に関する出版が増え、ホビーブームが全国的に広がった。

和紙人形は、人形・玩具に関する基本文献と言われる『図説 日本の人形史』においても、姉様の記述が若干あるのみで、学術的に記載された文献は少ない。戦前には、郷土玩具の中でもとくに姉様を研究する愛好家も現れ、全国各地の姉様を調査した文献も残されているが、最近では、伊藤（1996）において、大正時代から昭和初期の姉様を中心に、全国各地を網羅した姉様コレクションが紹介されている。『日本人形玩具辞典』によると、姉様とは、「婦人の髪形をまねて縮緬紙で髷を作り、千代紙細工などの衣装を着せた紙人形」（10頁）のことである。それは、手も足もなく、顔も略したものが多い。鑑賞用の比較的高級な人形に対して、少女たちが日常のままごと遊びなどに使う遊び人形として古くから親しまれてきた。紙人形作家の石垣駒子氏（1996）は、「私の紙人形のルーツは姉様にあります」（6頁）とあるように、現代の和紙人形は姉様から発展したものである。千代紙人形、紙人形とも言われているが、ここでは「和紙人形」と呼び、姉様を元祖とする和紙を使った人形を指すことにする。

Bさんが所属している全日本紙人形協会は1991年に設立され、Bさんも発起人の1人である。2005年5月で、51名（女性47名、男性4名）の作家が所属し

ている。ほとんどの人が生徒を持って和紙人形教室を主宰している。退会した作家、この協会に属さない作家もいるが、和紙人形に関して全体的なデータを把握している組織はなく、和紙人形作家数および教室数、生徒数など変動があるため、正確な数値は把握することができない⁹。

4. 和紙人形の快樂消費の事例

手芸をする人にとって、手芸という快樂消費を長期にわたって繰り返すことは、どのような意義を持つのか。それでは、和紙人形教室を中心とした参与観察の記述から解釈してみたい。ここでは、和紙人形を作る2人の女性の事例を紹介し、和紙人形に関連するフィールドワークで収集したデータを基に分析していく¹⁰。

4-1. Aさんの事例

(1) 手芸や人形への高い関心

Aさん(60代)は、母と姉が和裁と洋裁をしている環境で育ち、手芸や人形が身近で、女の子なら誰でもしている人形遊びをしたり、布の人形や折り紙などを作ったりしていた。日頃から、気に入った人形の展示を見つけたり、人形の作品展を見て立ち寄りたりしていた。

教室でも、手芸道具を散らかさず、常に整理して使っている。習った内容は人形ごとにノートを作ってまとめているのだ。家に帰ってから、その日に習ったことを復習しているようだ。

和紙人形教室に通うようになったのは、2001年秋に、偶然H百貨店の和紙人形展でBさんの作品が気に入ったためだった。当時病気で倒れ、医者からも「好きなことがあったらやりなさい」と言われ、和紙人形を習ってみたいと思っていたことを思い出した。NHK教育テレビ「おしゃれ工房」に出演していた人形作家のファンで、TVを見て人形を作ったこともあったが、正式に習った

ことはなかった。Aさんは、早速紹介されたBさんの和紙人形教室に見学に行き、その日のうちに受講を申し込んだ。習い始めてからは、顔色も随分良くなり、見違えるようだと言われた。

（２）和紙人形制作の楽しさ

和紙人形教室（2003年4月で生徒は女性6名）で参与観察してみると（写真2）、Bさん曰く、「世間話をしに来て、ストレスを発散させて」いる。習いに来る女性たちは、和紙や和紙人形が好き、作るのが好きなのはもちろん、ここでの人間関係が煩わしいものではなく、好きなことを言い合える空間として、安心しているようだ。この教室では、世間話が中心で、話が弾むと、手を止めてしまうほどである。Aさんも、その日のストレスを思いっきり発散させるときもある。家族やペットのこと、病気のこと、ファッションのこと、社会や芸能のニュース、戦争体験など、いろいろなことが話題になる。生徒のうち誰かが教室にお菓子を持ち寄ることもあり、ときには、手芸道具の提供もある。

写真2 和紙人形教室風景



右から1人目がAさん、3人目がBさん

教室では生徒はそれぞれ違った人形制作をしていることが多く、Bさんは全員に目を配りながら教える。違う教材を作っている人の所で人形を作る様子を他の生徒が見に来ることもある。Bさんも、生徒の求めるレベルに合わせて教室では楽しく人形を教えている。

1体の和紙人形は何回か教室で習って完成させる。作品展以外は期日までに

制作しなければならないというノルマはなく、趣味で手芸をしている人は、飽くまで自己満足の世界で楽しんでいる。

（３）和紙人形が出来上がったときの喜び

Aさんに写真３の和紙人形を見せてもらった。江戸時代の女性は、年齢や身分によって髪型や着物の柄が決まっており、違いを詳しく教えてくれた。元々人形制作に欠かせない着物や歌舞伎にも詳しくあったようだが、和紙人形の知識は、調査をするうちにBさんから教わった内容だということが分かった。手芸店にはAさんが布を使って作った人形が飾ってあった。その人形にまつわるエピソードもたくさん聞くことができたが、それは、作る過程が楽しいのはもちろん、出来上がった人形を誰かに見てもらってほめてもらう、話を聞いてもらうこともうれしいようだ。

Aさんの場合、同居している長男夫婦はあまり手芸について興味がないらしく、家では手芸の話はほとんどしない。手芸をするプロセスの楽しさ、手芸作品をもらって喜んでもらえるうれしさ、そうしたことすべてが、作り手にとって、手芸をする楽しさになっている。Aさんはその手芸店には買う用事がないときもわざわざ来店して長々と話をするのだ。和紙人形には詳しくない男性店主であるにもかかわらず、教室のことまで話をしているAさんだった。

写真３ Aさんの和紙人形（撮影：松村カメラ）



4－2．Bさんの事例

（１）和紙人形作家としての作風の確立

人形制作は、独学あるいは作家に師事するかどちらかになる。コンクールに出品したり、作品展を行ったり、展示即売をしたりして、作品を発表する。作品展を開催するとなれば、一定の技術レベルと独自の作風を確立していることが必要である。

毎年大阪市の画廊にて雛人形の作品展（他の和紙人形作家と合同）を開催し、作品展示の永久保存やコンクールでの受賞経験もあり、全日本紙人形協会でも要職に就いた経歴と実力を持つ。Bさんは、70歳を過ぎても現役で、和紙人形教室を主宰して30年を超える。

Bさんの作品は、生徒さんに「品がある」と評されるように、女性らしいポーズを作るのを得意とする。そうした上品さが感じられる体つきを作るための工夫が材料選びや人形制作に表れている。生徒の中でも、研究科に所属し、10年前後のつきあいのある生徒さんの中には、Bさんの人形が好きなだけでなく、Bさん自身のファンの人たちがいる。

（２）和紙人形を作る技術の習得

Bさんは、元々、ある高等学校で家庭科の教師をしていて、和裁や洋裁の知識も豊富で、日本舞踊や華道も習ったことがある。歌舞伎役者、人形作家、日本画家に師事したことがある。古本屋で資料を探して調べた上で、時代考証を忠実に言い、すべて和紙を使って、ジオラマ作品を創作する。題材となる源氏物語、歌舞伎などの日本の伝統芸能について、幅広く知識を持つ。和紙は、ボディ、顔、着物に使い、とくに着物に使う友禅紙に関しては、和紙に関する知識を存分に発揮して使わなくてはならないため、和紙の見本帳を作っている。和紙研究家の久米康生氏によると、和紙の定義は難しいが、『和紙文化辞典』によれば、「日本で発達してきた独特の紙の総称」のことである。楮（コウゾ）、三桴（ミツマタ）、雁皮（ガンピ）を主原料として手漉きし、トロロアオイな

どの粘剤を紙料に混和して流し漉きする。手漉きと機械漉きの両方がなされている。手漉き和紙には重要無形文化財に指定された職人や保存団体がある。

和紙人形に使う和紙はおそらく機械漉きが多いと思われる。Bさんを例に使用している和紙を紹介すると、まず、着物には友禅紙を使う¹¹。千代紙とは、「和紙にいろいろな文様を木版で色刷りした紙」を指す。友禅紙とは、「明治期に江戸で売り出した千代紙の銘柄」のことを指し、千代紙には友禅雛形から採用した図柄が多いので、このように名付けられている（また、図案文様ではなく、独創的な絵を彫った型紙で染めた「型絵染紙」もある）。風合いを出すために、友禅紙を揉んで使うこともある。それには、手揉みと機械揉みがあり、手揉みの方が柔らかい風合いがある。もうひとつは、雁皮紙で、紙肌が美しく滑らかで光沢があり、顔に貼る紙に使われる。

作品展や展示のために、制作する根気や努力が必要な厳しい世界である。作品展のために、1ヶ月間、朝7時から夜10時すぎまで人形制作をしていた。完成したのが、写真4のジオラマである。娘たちを嫁がせたときの思いを込めたといい、あるコンクールで入賞した作品だ。素材や技術的なことに妥協せず、締切に間に合わせるよう制作しなければならない。それでも、毎年、和紙人形展を開催し、依頼された作品の出品を断念することは、わずか1回しかないそうだ。

写真4 Bさんの和紙人形ジオラマ作品



引用文献：『GRAPHICクラフトアート人形9』，マリア書房，2004年。

「和紙で作れない物はない」と言うくらい、いろいろな小道具（鏡台、松や杉などの木）など、ほとんど和紙で作るというこだわりを持っている。例えば、杉の木の葉っぱを作るのに、1mmの間隔で切り込みを入れなければならない。そうした非常に細かい作業を何度も繰り返し、辛く感じたこともあるそうだ。

生徒にも、人形の時代考証まで教えるようにしている。しかし、そうした制作の苦労は、教室ではあまり出さず、生徒と一緒に世間話をしながら楽しく教えている。ただし、和紙人形は布のように縫う必要がないものの、Bさんは道具の使い方を始め、制作するときの細かな手順をきちんと守ることを大事にしている。そのため、弟子であっても、展示はある一定のレベルに達していないと許されない。

（3）「お人形（を作るの）が生き甲斐」

Bさんは「（和紙）人形が生き甲斐」と言い、日常生活すべてが和紙人形制作のアイディアとなっている。着物の柄の配色や人形の小物についてアイディアを得るために、どんなことを見ても人形制作に応用できないかを考えている。

これまでも入院しなければならない大病を煩ったが、強い精神力で克服してきたBさんであった。60代でも東京に日帰りで教室に教えに行っていたし、何より和紙人形を作るのが好きなのだ。しかし、2004年に体調を崩し、歩くのが困難になった時期があった。そうしたときも2つの教室を半年間休まず続けた。ようやく体調が回復かけると、和紙人形作りを1人でこなし作品展を開いた¹²。

和紙人形作家にはさまざまな作風がある。作品へのこだわり方、人形のとらえ方など特徴を出し、職人に依頼して型染め和紙を用いたり、素材である和紙そのものの新しい技法を開発して作品に活かしたり、技術レベルを高めようとする作家もあるが、Bさんはあくまでも趣味（ホビー）という位置づけである。芸術作品として制作しようとするれば、彫刻や伝統工芸の知識や技術も必要とされ、素材である和紙さえ自分で制作し、新しい和紙工芸として素材の開発もしなければならない。そうした芸術性を追求しようとする考えに対して、Bさんは飽くまで趣味でいい、趣味で楽しくしたいと考える。

和紙人形は、布や陶器などを使った人形と違って、目（あるいは瞳）、鼻、口がない顔立ちが多い。ある特定の人物ではなく、見る人によっていろいろな表情を思い浮かべてほしいという理由で顔は描かないのだ。和紙という素材に心を和ませる作用があるのか、大きさも20～30cmくらいで小さめのせいかな、和紙人形を見ていると、首の傾け方や一瞬を捉えた体の動きから、それぞれの表情が見えてくるように感じる。

Bさんは和紙人形の魅力を次のように言っている。

和紙には独特の温かさがあり、とても造形性に富んでいます。

そして自分の気持ちをそのまま受け入れてくれる奥深さがあります。

温かみや柄の美しさ、素材のバリエーションの豊かさなど、和紙人形はほかでは味わえない魅力に満ちています。

5. 考察：和紙人形制作の長期的意義

本稿では、和紙人形をしている生徒と講師の2人を取り上げ、和紙人形制作について検討した。消費者にとって快樂消費の長期的意義について、参与観察によって収集されたデータを用いて検討を行ったところ、和紙人形を制作する人は、制作することだけが好きなわけではない。展覧会で鑑賞するだけでなく、飾られている人形を見つけて鑑賞することもある。Bさんは、日常生活すべてが和紙人形制作のアイデアとなっている。このように、和紙人形制作や鑑賞、装飾など、それぞれの生活の中で、和紙人形により「プラスの快樂」あるいは「マイナスからの快樂」を得ている様子が分かった。しかし、「到達の快樂」は、2年ほどの短い期間であったためか、明確に記述することはできなかった。

生徒にとっても、講師にとっても、和紙人形制作には、ただ楽しい経験だけあるわけではなく、和紙人形制作に当たって困難や人間関係の煩わしさにも直面することもあるようだ。例えば、Aさんにとってそうしたときのほけ口が、

手芸店店主との会話であった。和紙人形には詳しくない店主であるにもかかわらず、そうした生活上の事柄を細かく聞き出すことが重要であったのだ。手芸をする顧客とのコミュニケーションが、小売店にとっても、顧客にとっても重要であることが分かってきた。今後の課題として、さらに手芸品の快楽消費研究を進めて、顧客にとってどのような価値を提供すればいいのかが分かれば、マーケティング・インプリケーションとして望ましい手芸店経営を明らかにすることができるのではないかと考える。

また、習っている生徒は、講師に何らかの影響を受けていると思われた。Aさんは2年くらいだが、10年以上習って研究科に所属する人たちになると、大きな影響を受けているようだ。そのため、手芸の快楽消費の長期的意義を研究するには、Bさんのように、技術レベルも高く、経験が長い人を対象にするのが望ましいと思われた。そのため、他の和紙人形作家との比較をして、さらにBさんの作風を分析する必要もあるだろう。それには、今後の課題として、創作人形を広く取り上げ、和紙人形の位置づけをすることにしたい。

謝辞

本研究は、平成14年度・15年度文部科学省の科学研究費補助金若手研究（B）（14730088）の助成をいただいた。フィールドワークにおいては、たくさんの方々のご協力をいただいた。Aさん、Bさんを始め、和紙人形教室に通っている生徒さん、和紙人形作家の先生方にお世話になった。厚く感謝申し上げたい。人形研究に関して、高岡市美術館遠藤幸一館長に貴重なご示唆をいただいた。記して、感謝申し上げたい。

参考文献

- 飯塚信雄（1975）『西洋の服飾と手芸の歴史』，日本ヴォーグ社。
- （1987）『手芸の文化史』，文化出版局。
- 石垣駒子（1996）「姉様と紙人形」，伊藤陸郎『姉様』，日本郷土人形研究会。
- 伊藤陸郎（1996）『姉様』，日本郷土人形研究会。
- 鵜飼正樹（1994）『大衆演劇への旅：南條まさきの一年二ヶ月』，未來社。
- （1996）「大衆劇団の参与観察調査」，須藤健一編『フィールドワークを歩く』，嵯峨野書院。
- 小笠原祐子（1988）『OLたちの<レジスタンス>：サラリーマンとOLのパワーゲーム』，中公新書。
- 鎌田 慧（1983）『自動車絶望工場』，講談社文庫。
- 久米康生（1995）『和紙文化辞典』，わがみ堂。
- 桑原武夫・日経産業消費研究所編（1999）『ポストモダン手法による消費者心理の解説』，日本経済新聞社。
- 工芸技術編（2002）『人間国宝事典』，芸艸堂。
- 小林一夫（1985）「ホビークラフトの世界」，紙のはなし編集委員会編『紙のはなしⅡ』，技報堂出版。
- （1997）「江戸千代紙③」，『季刊 和紙』，第13号，全国手すき和紙連合会。
- 小林すみ江（2004）「近代人形芸術の歩み」，「鹿兒島寿蔵」『骨董 緑青 Vol.22 人間国宝の人形作家たち』，マリア書房。
- 斉藤良輔編（1997）『日本人形玩具辞典』，東京堂出版。
- 坂田博美（2001）「ペットをめぐる快楽消費：日記を用いた消費者行動分析」，『研究論叢』，第6号，東京都立短期大学経営情報学科，45-57頁。
- （2002a）「零細小売商におけるマーケティング活動と顧客関係：手芸店の事例に基づいて」，『東京都立短期大学研究紀要』，第6号，東京都立短期大学，71-78頁。
- （2002b）「零細小売商における顧客関係の構築」，日本消費者行動研究学会（2002年10月26日）発表資料。
- （2005）「和紙人形をめぐる快楽消費：和紙人形教室の参与観察に基づく消費者行動分析」，日本商業学会第50回全国大会（2005年5月29日）発表資料。
- （2006）「小売店を支える顧客」，『商人家族のエスノグラフィー：零細小売商における顧客関係と家族従業』，関西学院大学出版会。
- 佐藤郁哉（2002）『組織と経営について知のための実践フィールドワーク入門』，有斐閣。
- 添田静枝他（1967）『改訂 手芸』，建帛社。
- 堀内圭子（2001）『「快楽消費」の追求』，白桃書房。
- （2004）『<快楽消費>する社会』，中公新書。
- 増淵宗一（1981）『人形と情念』，勁草書房。
- 山田勇編（1996）『フィールドワーク最前線』，弘文堂。
- 山田徳兵衛編（1991）『図説 日本の人形史』，東京堂出版。
- 好井裕明・桜井厚編（2000），『フィールドワークの経験』，せりか書房。
- 好井裕明・三浦耕一郎編（2004），『社会学的フィールドワーク』，世界思想社。
- 『日本手芸普及協会』パンフレット。
- 『洋装産業新聞』2003年5月1日付。

- Crane, J. G. and M. V. Angrosino(1992) *Field Project in Anthropology*, Waveland Press Inc. (J. V. クレイン・M. V. アグロシーノ (江口信清訳) (1994)『人類学フィールドワーク入門』, 昭和堂。)
- Csikzentmihalyi, M. (1990), *Flow*. (チクセントミハイ, M. (今村浩明訳) (1996)『フロー体験喜びの現象学』, 世界思想社。)
- Denzin, Norman K. (2001) The Seventh Moment: Qualitative Inquiry and the Practices of a More Radical Consumer, *Journal of Consumer Research*, 28, pp. 324-330.
- Emerson, Robert M. , Rachel I. Fretz, and Linda L. Shaw(1995), *Writing Ethnographic Fieldnotes*, University of Chicago. (R. M. エマーソン・R. L. フレッツ・L. L. ショウ (佐藤郁哉・好井裕明・山田富秋訳) (1998)『方法としてのフィールドノート』, 新曜社。)
- Hirschman, E. C. and Holbrook, M. B. (1982) Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions, *Journal of Marketing*, 46, pp. 92-101.
- Hirschman, E. C. (1988) The Ideology of Consumption: A Structural Syntactical Analysis of “Dallas” and “Dynasty” , *Journal of Marketing*, 15, pp. 344-359.
- Holbrook, M. B. and Hirschman, E. C. (1982) The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun, *Journal of Consumer Research*, 9, pp. 132-140.
- Holbrook, M. B. and Cestnut, R. W. , Oliva, T. A. and Greenleaf, E. A. (1984) Play as a Consumption Experience: The Role of Emotions, Performance and Personality in the Enjoyment of Games, *Journal of Consumer Research*, 11, pp. 728-738.
- Holbrook, M. B. and Mark W. Grayson (1986) The Semiology of Semiotic Consumption: Symbolic Consumer Behavior in *Out of Africa*, *Journal of Consumer Research*, 13, pp. 374-381.
- Lacher, K. T. (1989) Hedonic Consumption: Music as a Product, *Advances in Consumer Research*, 16, pp. 367-373.
- <和紙人形作品集>
- 『おしゃれ工房』, 2005年2月号, 日本放送出版協会。
- 『季刊 和紙』, 第4号, 全国手すき和紙連合会, 1992年。
- 『季刊 和紙』, 第20号, 全国手すき和紙連合会, 2000年。
- 『GRAPHICクラフトアート人形1〜9』, マリア書房, 1996-2004年。
- 『創作公募展 2004・ドールファンタジア』, 彩鳳堂画廊, 2004年。
- 『和紙人形現代作家作品集』, 全日本紙人形協会, 1994年。
- 『和紙人形現代作家作品集』, 全日本紙人形協会, 1999年。
- 阿部夫美子 (2005)『阿部夫美子人形集 和紙夢幻』, 夫美の会。
- 伊藤観香 (2002)『和紙人形を創る』, MPC。
- 岩城竹男 (1994)『だれでもできる最新和紙人形教室』, 誠文堂新光社。
- (2002)『はじめて創る和紙人形』, 誠文堂新光社。
- 上田英子 (1999)『上田英子作品集 能姿和紙人形』, 東方出版。
- 内海清美監修 (2003)『和紙彫塑による内海清美●源氏物語図録』, 内海清美●源氏物語館。
- 株式会社紫紅社編 (1986)『人形 第5巻現代日本の人形作家』, 京都書院。
- 栗山祥子 (1992)『すぐに作れる和紙人形 第3巻テキスト』, 福武書店。
- 小林一夫監修 (1996)『かんたん, かわいい和紙のお人形』, 日本ヴォーグ社。

小林一夫監修（2001）『かんたん、かわいい和紙のお人形2』、日本ヴォーグ社。
主婦の友手芸センター編（1978）『全日本和紙人形展作品集』、おりがみ会館ゆしまの小林。
中西弘光監修（2003）『中西京子「夢かぶき」人形展図録』、NHKサービスセンター。
日本放送出版協会編（2003）『高木栄子紙わらべの世界展』、日本放送出版協会。
緑川和子（2005）『和紙人形』、ARTBOXインターナショナル。
森瑤子・原康子・管洋志（1993）『人形』、石英文庫。
山崎めぐみ（2002）『和紙人形たちの息づかい』、山崎めぐみ。

参考資料：和紙人形の展覧会および展示

2003年2月から2006年9月まで、和紙人形、和紙工芸（折り紙、和紙工芸、押し絵など）に関して、展覧会および展示にて資料収集。展覧会にて、作家へのインタビューを行った。（ ）内の人数は、展示している作家数（展示作品数とは一致しない）。

< Bさんに関する作品展 >

1. 「雛人形展2003年」（於：泉画廊） 和紙人形（Bさん他2名）展示。Aさんと同行、Bさん他1名にインタビュー。
2. 「雛人形展2004年」（於：泉画廊） 和紙人形（Bさん他1名）展示。Aさんと同行。
3. 「第21回 ニュークリエイティブ展（現代手工芸作家協会）」（於：東京都美術館） Bさんの和紙人形、人形（9名）展示。Bさんにインタビュー。
4. 「全日本紙人形協会作品展」（於：全国伝統的工芸品センター） 和紙人形（Bさん他38名）展示。Bさんと同行して、他2名の作家にインタビュー。
5. 「和紙でつづる賑わいの時間 祭の絵巻展」（於：北浜三越ホール） 和紙人形（Bさん他33名）展示。和紙造形、折り紙（8名）展示。Bさんと同行し、他2名の作家にインタビュー。
6. 「日本の文様の系譜展」（於：DIC COLOR SQUARE） 和紙人形（Bさん他54名）展示。
7. 「和紙人形で見る平安時代の年中行事」（於：宇治源氏物語ミュージアム） 和紙人形（Bさん他1名）展示。Bさんともう1人の作家にインタビュー。
8. 「朝鮮使節団ジオラマ折り紙展示」（於：KKRホテルOSAKA） 和紙人形（Bさん他21名）展示。Aさんと同行。
9. 「和の文化のルーツをたどる華麗な和紙人形の世界展」（於：美濃和紙の里会館） 和紙人形（Bさん他9名）展示。Bさんにインタビュー。

< Bさん以外の作品展（折り紙、和紙ちぎり絵など含む） >

1. 「老舗包装紙で作った和紙人形展」 岩井昌子氏の和紙人形 於：おりがみ会館
2. 「和紙造形作品展」第一期（2003/5/6～5/17）第二期（5/19～5/31）第三期（6/3～6/14）第四期（6/17～6/28）9名の和紙人形他 於：おりがみ会館
3. 内海清美●源氏物語館 アーティストトークを5回聴講。
4. 「今日の人形芸術」（5/30～6/29）鹿児島長寿氏他8名の人形 於：京都文化博物館
5. 平村和紙工芸研究館 杉下栄子氏他1名の和紙人形展示。
6. 越前和紙の里会館 米山隆氏の人形展示。
7. 卯立の工芸館 永野智氏の人形展示。
8. 黒谷和紙会館 中西京子氏と生田須美氏の人形展示。
9. 「中西京子 夢かぶき人形展」（8/13～9/1） 於：日本橋高島屋

10. 名古屋城深井丸展示館 武田貴澄氏と貴澄師範会会員の和紙人形展示。
11. 紙の博物館 きふじ早苗氏の和紙人形, 海部桃代氏の和紙の花展示。
12. 「高木栄子紙わらべ世界展」(10/29～11/3) 於: 松屋銀座
13. 「艶源氏 内海清美」「源氏夢幻 佐藤典子」「須倭の和紙人形」 於: 新潟県立植物園
14. 大阪国際空港クボタ・ウィンドー 中西京子氏の和紙人形展示。
15. 海峡ドラマシップ3F「海峡歴史回廊」 内海清美氏, 中西京子氏他7名の人形展示。
16. 「和紙に見る日本の文様展」(12/27～2/16) 9名の和紙人形, 6名の和紙工芸他／和紙人形教室「変わり立ち雛」受講。 於: 美濃和紙の里会館
17. 「ドールファンタジア2004」(2004/3/10～3/22) 於: 松屋銀座
18. 「四国八十八カ所へんろ文化と美術展」(3/3～3/15) 内海清美氏の人形 於: 日本橋高島屋
19. 「第21回 友の会教室作品展」(9/2～9/7) 駒子の紙人形教室展 於: 富山大和
20. 「家族4人による作品展 日本橋今は昔」(9/27～10/2) 岩井昌子氏の和紙人形, 松山祐子氏の和紙造形 於: 小津ギャラリー
21. 「新選組展」(11/8～11/30) 諏訪志津子氏と諏訪ちひろ氏の下野人形 於: 京都駅ビル2Fインフォメーション前広場
22. 「素晴らしい和紙の世界 和紙づくし和紙あそび」(12/9～12/14) 17名の和紙人形他, 他4名の折り紙 於: 日本橋高島屋
23. 「創作和紙人形展 美濃の昔ばなし」(12/26～2/21) 55名の和紙人形, 10名の折り紙, 押し絵, 和紙盆栽他／和紙人形「雛人形」教室受講。 於: 美濃和紙の里会館
24. 森田和紙倭紙の店 中西京子氏の和紙人形, 松山祐子氏の和紙造形展示。
25. 「雛の季節を待ちながら…手工芸展」(2005/1/27～2/2) 4名の和紙人形 於: 東急東横店東館
26. 作家H氏の自宅 H氏にインタビューと作品鑑賞。
27. 「素晴らしい和紙の世界 和紙づくし和紙あそび」(1/26～1/31) 6名の和紙人形 於: 柏高島屋
28. 「日本の祭: 記憶の中の原風景展」(9/14～9/22) 51名の和紙人形, 3名の押し絵, 5名の折り紙他 於: DIC COLOR SQUARE
29. 「紙わらべ展」(10/20～11/19) 高木栄子氏の和紙人形 於: 紙の博物館
30. 「中西京子の和紙人形による『源氏物語』展」(2006/2/11～3/31)「中西京子とやまと凰のひなまつり」(2/11～2/18) 於: 新宿京王プラザホテル
31. 櫻井淑氏の和紙人形展 (2006/3/23) 於: 東北公益文科大学
32. 「姉様人形 豆人形 大森純子展」(5/9～6/3) 於: おりがみ会館
33. 「第23回 友の会教室作品展」(8/31～9/5) 駒子の紙人形教室展 於: 富山大和

注

- 1 本稿の内容は、日本商業学会第50回全国大会（2005年5月29日）での発表「和紙人形をめぐる快樂消費：和紙人形教室の参与観察に基づく消費者行動分析」を基に、内容を一部修正したものである。
- 2 詳しくは、堀内（2004）、53-56頁を参照されたい。
- 3 手芸は、手を使って作り出す作品のすべてを総称している。手芸作品それ自体が芸術性を持っているというよりは、生活を取り巻くいろいろなものに美的価値を付け加えるといった役割を果たすことが多いと言われている。すなわち、手芸は、主として個人の手先の技術によって作品を作り上げ、生活環境を豊かにし、美しく、うるおいのあるものにするための造形活動という位置づけである（添田他 1967）。
- 4 フィールドワークについては、山田勇編（1996）、好井・桜井編（2000）、好井・三浦編（2004）エマーソン・フレッツ・ショウ（1998）、クレイン・アグロシーノ（1994）においても説明されている。
- 5 Bさん他の作家へのインタビューにより薦められ、人形の研究資料として活用することにした（概要については、省略）。
- 6 フィールドワークにより一次データを収集するのは、人形は写真ではなく、実物を見ないと、人形を通じてその作者の思いを理解することができないためである。つまり、和紙人形に関するデータは、二次データより一次データの方が意味を持ったものになる。それは、和紙人形や人形に限らず、手芸全般に言えることである。
- 7 『日本手芸普及協会』パンフレットによると、1969年に設立された文部科学省の認可団体として設立された公益法人。協会独自のカリキュラムにより、手芸講師・指導員の資格認定を行っている。講師資格を取得した会員数は、2002年で約14,000名。
- 8 現代では手芸のジャンルは非常に幅広く、添田他（1967）では編み物と刺繍、飯塚（1975、1987）ではレースが取り上げられている。人形について扱った学術書として増淵（1981）がある。
- 9 小林一夫（1985）によると、代表作家は世界に約90名と言われている。
- 10 本文の記述は2004年3月までにインタビューした内容に基づく。家族構成は、2人とも夫を亡くし、Aさんは長男夫婦と同居して3人家族、Bさんは2人の娘夫婦とは別居し、1人暮らしである。Bさんの長女はアートフラワーをしている。
- 11 それ以外に、楮ちりめん、強制紙、雲竜紙、民芸紙などがある。
- 12 和紙人形作品展では、生徒の名前で展示したり、生徒に手伝ってもらったりすることもある。Bさんもそうしたときもあるが、このときは1人で全部作ったようだ。

提出年月日：2006年9月15日