

戦後日本の対外的文化戦略と人形

A Study of Dolls and foreign cultural policy in Modern Japan

吉良 智子
KIRA Tomoko

要旨

近代日本の対外的文化戦略における「人形」は、人形に対するジェンダー観の変遷および「美術／芸術」の成立とともに変化してきた。前近代では男女問わず広く享受された人形は、近代国家における女性の国民化に必要とされた良妻賢母教育の媒介として使用された。一方で前近代以来の成人男性が楽しむ人形文化は、「美術／芸術」の枠組みからの疎外・吸収を経て、女兒文化としての近代的人形観と交渉を重ねながら、百貨店という近代的商業システムの中で生き残った。

戦後アメリカ占領下の日本では食糧支援の「見返り物資」として、工芸品をアメリカ向けに戦略的に制作・輸出する計画が国家主導で立てられた。しかし成人男性が享受した「美術／芸術」的人形は対象からはずされ、かわって小児向けのセルロイド製人形が採用された。アドバイザーを務めた GHQ の女性将校は、百貨店のデザイナーという経歴を背景に、西欧的ジェンダー観に基づいて商業的成功が期待できる小児用玩具を選定したためであった。

対外的文化戦略構想から排除されたこの種の人形は、戦後工芸界の再編のなかで新たに創造された「伝統」に回収される。戦前において制御の対象だった女性性を帯びた人形観は、大量生産大量消費社会の中で、人形を享受する成人男性にとっての脅威となった。

はじめに

本研究は、戦後を中心とした日本の対外的文化戦略における「人形」の位相について考察するものである。戦後まもなく人形作家らとその支援者らの間では、人形を日本国内で流通させるだけでなく、海外輸出を積極的に推進する動きが存在した。こうした動向には、戦前にも展開された人形を媒介とした国際文化交流との連続性が見られるが、彼らにとっての「成功」を収めたとはいいいがたい。その「ズレ」は何によってもたらされ、その「ズレ」は結果的にどこに着地したのかを分析する。

今日人形は女兒に属する文化とみなされているが、前近代においては必ずしもそれだけに還元されない享受のあり方が存在した。人形に対する概念が変化したのは近代であり、それはジェンダー秩序の定着と歩みをともにしている。また「人形」は「工芸」の成立とその変遷とも相関関係にある。

こうした人形に対する社会的認知のあり方の変化を追いつつ、戦前から戦後にかけて展開された人形を媒介とした対外的文化戦略を軸に、そこに寄せる人形界関係者らの期待と実態との齟齬を明らかにする。

第一章 戦前における工芸と人形

(1) 人形のジェンダー化と近代

前近代において人形は必ずしも女兒文化に特化されず、創作者や受容者には成人男性を

含めた多様な人形の享受のあり方が一般的だった¹⁾。だが近代以降、人形は今日あるような女兒を対象とした玩具的位置づけが主流となっている。このような社会および文化構造の変化は、女性の国民化と軌を一にしている。

小山静子は明治以降近代国家の建設にあたり構成員としての国民の養成が国家的課題となったが、男性が生産活動や兵役によって国民化されるのに対し、女性は家庭を軸に家事育児を担う良妻賢母として国家に統合されていったことを論じている²⁾。良妻賢母思想は近代国家に必要な新しいイデオロギーであり、前近代における舅姑夫に従属する儒教的女性像から、家庭における責任を担う女性像への移行を支えた³⁾。良妻賢母思想で重視された母役割は、すなわち子の養育・教育であり、人形を用いたままごとなどの遊戯やその表象の流布によって、女兒らに教化された⁴⁾。

「人形のジェンダー化⁵⁾」とも呼ぶべきこうしたパラダイムシフトは、どのような人形であれ人形そのものの女兒文化化を招いた。この点に関しては後述することとする。

(2) 「工芸」概念の成立

他方、「工芸」というジャンルは、西欧からもたらされた「芸術／美術」概念が、前近代までの創作物をそこに合わせる形で定着する中で、いわば外側から形作られていった。近代日本における「工芸」概念の成立に関して、北澤憲昭はそれまで存在しなかった「芸術／美術」概念が明治期において輸入・定着したことで、それに内包されるヒエラルキーの内面化へとつながり、（純粹）美術＞工芸という階層化を招いたことを論じている⁶⁾。佐藤道信は官展以前に開催された博覧会などでは工芸は絵画や彫刻とともに出品を許可されていたのに対し、明治40年の文展（官展）スタート以降、工芸は「産業品」として除外されたことを指摘した上で、大正から昭和初期にかけて工芸は「芸術」「伝統美術」「産業品」に分化された経過を考察している⁷⁾。この「芸術」としての工芸は、「美術工芸」と呼ばれ、1927（昭和2）年の第八回帝展から日本画、洋画、彫刻に続く第四部として正式に採用されるまで長く「芸術／美術」の範疇外に置かれた。

木田拓也は「工芸」ジャンルの成立について、それがナショナリズムと連動していることを指摘し、万国博覧会や戦後の文化交流などを通じてナショナル・アイデンティティとして機能してきたことを論じている⁸⁾。

つまり工芸とは極めて曖昧なカテゴリーであり、それ自体が歴史の中で形作られてきたことが分かる。

(3) 人形のカテゴライズとジェンダー

こうした工芸というジャンルの生成とジェンダー秩序の連関について、山崎明子は作り手のジェンダーに着目し、作り手が男性である場合は「工芸」となり、女性である場合は「手芸」となること、「手芸」の作り手が女性である限り指導する／される側も当然ながら女性となり、作り手も受け手も女性のための円環が創出されることを分析している⁹⁾。すなわち材料や技法、技術などの観点からの工芸と手芸の境界の線引きは不可能であり、それらを分けるものは作り手のジェンダーである点は、人形のカテゴライズに置いて大変重要な意味を持っている。

資本主義経済を軸とする近代国家を支える基盤としての近代家族は、賃金労働者として

の男性とそれを支える良妻賢母としての女性、その子らによって構成される。子の養育・教育を担うのは母であり、新しい概念であった良妻賢母を伝播するのに人形は使用されたことはすでに述べた。増淵宗一は、教科書や児童雑誌、少女雑誌などに、人形を子に見立て家事育児をシミュレーションする女兒たちの表象が大量に流布したことを取り上げ、それらを通じて女兒への良妻賢母意識の伝播がなされた点を考察している¹⁰⁾。

何をもって「工芸」とするかは歴史の中で常にゆらぎをみせているが、それが細分化されたジャンルのひとつである「美術工芸」が官展に創設された際、陶芸や漆芸などの分野は含まれたが人形は含まれなかった。その理由に関して、是澤博昭は当時の人形制作がいわゆる職人的な分業体制をとっており、近代的アーティスト像にそぐわなかった点を指摘する¹¹⁾。この事例をジェンダーの視点から再考するならば、人形そのものが女性に由来する創作物と見なされ、工芸ではなく手芸として社会的認知された可能性にも注目できるだろう¹²⁾。

一部の人形作家らと関係者らは、官展第四部への進出を目指し、1920年代末から「人形芸術運動」を展開した。日本画家・人形研究家であった西澤笛畝(1889-1965)を中心に芸術としての人形の地位獲得を目指した彼らの運動は成功し、1936(昭和11)年帝展第四部に平田郷陽、堀柳女、野口光彦、鹿児島寿蔵、野口明豊、羽仁春水らの作品が入選した。これらは今日的には「創作人形」と呼称される新しい人形だった。従来「頭師」「着付師」など工程ごとに分業化されていた人形制作を、1人の作者が全工程をすべて制作するタイプの人形である。官展という近代的芸術のトポスに適合した作家性を重視した人形は、これ以降第四部に挑戦する人形の主流となっていく。創作人形の誕生には西澤の人形作家らへの指導と若い人形作家らの動向が関係している。

同運動の展開は是澤博昭の研究が詳細に追っている。平田ら若い作家たちは第四部創設の際に搬入自体は行なっていたが、審査側に人形を芸術と認める合意がなく落選となった。相談を受けた西澤は「白沢会」(1928年創立)、「童宝美術院」(1930年創立)、「日本人形研究会」(1933年創立)など、帝展進出を視野に入れた研究会や展覧会の実現に奔走した。一方で東京美術学校校長だった和田英作、板谷波山などの工芸家、文科省関係者らに接触し、人形の芸術性を訴えた¹³⁾。人形芸術運動の作り手らは職人出身者(平田郷陽、野口光彦、野口明豊、羽仁春水)と人形制作を生業としないアマチュア出身者(鹿児島寿蔵、堀柳女)らであったが、前者の共通点は基本的技術を修得した後早い段階で師から独立した者たちである分、人形制作に対し既成観念にとらわれない下地があり、後者は自由な発想で制作をしているものの技術的な面での不安定感があった¹⁴⁾。

是澤はこうした人形芸術運動の流れを平田ら伝統的な人形師の系統に連なる者、鹿児島らのアマチュア作家たち、堀らの女性作家たちの3つに分類している¹⁵⁾。女性作家たちの勢力に関して、当時上村露子が創出した布製のフランス人形愛好者たちを取り上げられているが、堀は女性アマチュア作家ではあるもののフランス人形とは異なる創作人形を作している。人形のジャンルをめぐる堀のあいまいな立ち位置は、上村のフランス人形との相関関係から生じる。

上村の創作するフランス人形は今日「手芸」ジャンルにカウントされる。工芸から作り手のジェンダーによって分離された手芸は、経済的・芸術的価値を持たないものとして美術の価値体系のなかから排除された¹⁶⁾。手芸としてのフランス人形を手がけた上村はさ

ておき、創作人形を手がけた堀でさえも、女性であるというだけでその作品を手芸化しようとする社会的磁場から完全には自由になれない。このような磁場は実際には人形というジャンル全体にも作用する。ジェンダーの視点からみた人形芸術運動とは、近代的芸術概念に適合した創作人形だけを美術工芸として切り離し、人形全般あるいは社会が人形に抱くイメージに対するジェンダー観そのものは温存された。こうした「人形の再ジェンダー化¹⁷⁾」は、現代の人形的身体表現のアリーナにまで引き継がれている。本課題については後ほど再度論考したい。

第二章 百貨店文化と人形

(1) 百貨店と「趣味」

人形芸術運動はもっぱらそこに参加した作家や研究者の動向を中心とした人形研究史の中で語られてきた。そこで新しい商業形態である百貨店を始めとした、人形に対する社会的受容の広がりの中に人形芸術運動を置き、この運動との連関を意識してみたい。

神野由紀は、主に都市部に立地する百貨店は、三越など美術作品を取り扱った百貨店は美術部を設置し、近代資本主義が発展する中で誕生した都市部の新中間層の男性らとその顧客となったことを論じ、この百貨店と新中間層男性らの結びつきを、「趣味」というキーワードから分析している¹⁸⁾。西洋由来の *taste* が「趣味」と翻訳された際に、美的価値判断能力の重要性が説かれた結果、新中間層の男性らは自己の内面的向上をより簡単に得ることのできる手段として百貨店で販売される新しい美術作品を購入した¹⁹⁾。百貨店で売られる商品として、人形はかなり早い段階から登場している。

神野によると、近代化に対する反発として江戸文化への関心が高まり、その表出のひとつとして人形玩具愛好があり、男性好事家を中心とした団体「大供会」は発会当初は小さなサークル活動に収まっていたが、1912年の人形展「第2回人形一品会」を三越で開催したのを機に、社会に向けて発信していくようになった²⁰⁾。やがて「百貨店の商業主義の影響を受け、同時にその資本力を利用するようになっていく」²¹⁾。この動きは人形玩具を趣味とする新中間層男性たちの母数を増やしていった。人形玩具趣味は茶の湯や古美術収集など旧中間層男性たちの嗜み事と比較して財力的にも審美眼的にもハードルが低く気軽に始められるため、大衆化へとつながる一因となった²²⁾。たとえば大供会の参画によって「百貨店では一般家庭向けの雛人形商品に混じり、早い時期から大人の趣味的な人形も販売されるように」²³⁾ なり、子供向けから成人男性まで網羅した人形を手がけ、商業主義的側面も増していった。

新中間層の男性たちが受け手となり人形が享受された新しい空間として百貨店の発展は、男性好事家たちの情報発信の場ともなり、やがて作り手たちも巻き込んだ人形芸術運動へと連続していく。

(2) 「人形芸術運動」と百貨店

大供会の創立に参画した西澤仙湖(1864-1914)は、実業家でありながら人形に造詣の深いコレクターでもあった。先述した三越で開催した同会による1912年の展覧会に旧姓石川で参加していたのが、人形芸術運動を牽引した後の西澤笛畝だった。1913(大正2)

年仙湖の長女勝子と結婚した笛畝は西澤家の養子となり、1914年に急逝した仙湖の後を継いで大供会の世話人となった。

この仙湖から笛畝への世代交代が、人形を社会的受容に切り開いていく重要なターニングポイントになった可能性が高い。実際に1916年5月三越会場での「人形玩具逸品会」前後より、大供会は内向きの品評会から脱皮し、一般会員を募集するなど組織的運営に乗り出していく²⁴⁾。笛畝以降の大供会は、百貨店との結びつきを介し、成人男性の楽しむ人形が社会から受け入れられるための素地を用意したといえる。

他方で仙湖以来継続されてきた雛人形をはじめとした子ども用商品開発に関する助言は、人形が子ども——より具体的には女兒——に付属する玩具であることを強化する側面もあったと考えられる。人形という創作物に奇妙に同居するこの二面性が目に見える形で分離するきっかけとなったのが、1927（昭和2）年の帝展における第四部（美術工芸）の開設だろう。これまで工芸として同列にあるはずだった陶芸、漆芸などの工芸の一部が美術工芸としていわば「格上げ」されるなか、人形というジャンルそのものがすべからく「芸術／美術」ではないものとして留め置かれる事態は、男性たちが享受する人形も女性性を帯びた趣味として認知される危険が増す。人形芸術運動は、「芸術／美術」への参入を目指した男性性の獲得にほかならなかったのではないか。

しかしそうした芸術性の獲得は、すでに存在する立体芸術としての彫刻との緊張関係を常に覚悟しなければならない危うさを秘めていた。杳沢耕介は人形界が帝展への進出を目指すにあたり、人形が彫刻の枠組みで理解されると人形にとって不利になる可能性が高まるため、素材の持つ特性を生かすという「工芸的発想」によって自己を規定・収斂していったと分析している²⁵⁾。

百貨店を揺籃に男性性の空間の中で独自に発展を遂げた人形は、一方で子どもの文化領域にかかわることで、相反するジェンダー観が混在する創作物になった。人形芸術運動はその分離を志向した運動ととらえることができるだろう。だが結果として、美術工芸としての人形は、既存の芸術である彫刻との絶えざる緊張関係を意識せざるをえなかった。つまり女性性を帯びた女兒向けの人形と男性性を帯びた彫刻とのほざまで、対峙する対象によって言説が外側から形作られる人形が、人形芸術運動の生み出した美術工芸としての人形だった。

その後の美術工芸としての人形の展開に関しては、もう少し長い歴史的スパンや広がりから見渡す必要がある。そこで戦後までを視野に入れ、工芸の枠組みがまた変化するタイミング、つまり敗戦国としてアメリカの占領下にあった時代における工芸をめぐるパラダイムシフトとの相関から美術工芸としての人形の位相について論究したい。

第三章 戦後の対外的文化戦略における人形

(1) 戦前における国際交流と人形

戦後のアメリカ占領下における人形をめぐる諸問題について考察する前に、対外的文化戦略のひとつの形として人形をモチーフとした戦前の国際交流に関する歴史を振り返りたい。

基本的に日本で制作された人形は国内で流通していたが、戦前戦後を通じて国際交流の一手段として人形の存在がクローズアップされる機会があった。広くとらえれば国際万国

博覧会という場における生人形の展示や高等女学校の学生が出品した和製フランス人形的作品がそれにあたるだろう。その中で戦前の人形を媒介とした国際交流において最も大きなインパクトを残したのが、いわゆる「青い目の人形」と呼ばれる日米国際交流である。

戦間期、世界的不況の影響を受けた移民排斥運動による日米関係の悪化を憂えたアメリカ人宣教師シドニー・ルイス・ギューリックは、1927年、彼の賛同者とともに寄附を募り、12,000体あまりの西洋人形を日本の子どもたちに向けて送り出した。人形の来日は大きな反響を呼び、日本各地での歓迎行事が催され、そこで使用される市松人形の需要を増加させた。

その後、アメリカから送られた人形のお礼として「答礼人形」を返送しようとの機運が盛り上がり、実業家の渋沢栄一らが中心となって、同年日本の子どもたちの募金などにより人形師らが市松人形58体を制作、アメリカへ送られた。この出来事は、人形に対する世間の関心も高めたばかりでなく、前年の大正天皇崩御による祝祭行事自粛のあおりを受けて低迷していた人形界に再び活気をもたらした²⁶⁾。

こうした国際的文化接触においては、子ども、特に女兒主体の人形享受が全面に出てくることが読み取れるだろう。その理由は相手国であるアメリカでの人形が、まさに女子教育における母性育成や擬似的家事育児に使用されているからである。たとえばアメリカにおいて使用されていた英語教科書である通称『ウィルソン・リーダー』(Marcius Willson; *The Readers of the School and Family Series*. New York. Harper & Brothers. 1860) には、挿絵とともに人形と女兒をめぐる語りが頻繁に登場し、人形を子どもに見立てながらケア役割の重要性が説かれている²⁷⁾。この『ウィルソン・リーダー』はまだ自前の教科書を作成できなかった明治初期に日本語に翻訳され、『小学読本』(明治6年) というタイトルで国語教科書として刊行されている。

国際的理解として人形は女兒文化に属し、何よりもジェンダー規範に基づき女子教育に使用される有益な玩具だったのである。こうした女兒への教育機能の引力は強く、戦後日本にも踏襲されていく。

(2) 戦後工芸における「伝統工芸」の誕生

木田拓也は、戦後日本の美術動向に見えない影響力を及ぼしたアメリカの営為について論及する研究が増えていることにふれ、軍事力とは真逆の文化的影響力である「ソフト・パワー」という概念を用いて、今日の「伝統工芸」というジャンルの成立が実はアメリカ抜きには存在しえなかったことを明らかにしている²⁸⁾。

その契機は敗戦後の食糧不足に対するアメリカからの救援物資への見返りとして工芸品が選ばれたことに始まり、アメリカ人の好みに合う工芸品の模索が商工省、貿易庁、工芸指導所、社団法人日本美術及工芸会などを中心に始まった²⁹⁾。1945年11月商工省は「輸出向手工芸品生産指導会」にGHQの経済科学局輸出入課工芸品係主任マピン・バー大尉を招いて「米国市場向商品として恥ずかしくない」工芸品を選定した³⁰⁾。同会に集約された工芸品を、漆器、金属・木竹、染織、陶磁器・ガラス、雑工品の5部門にわけ、模様・色彩、用途・価格設定などに関する質疑応答がバー大尉と業者の間で交わされた³¹⁾。同会の報告書『輸出向工芸品参考資料』(商工省貿易庁・商工省工芸指導書編、1947年) には、同会選定のアメリカへの輸出品として参考となる、食器、酒器、喫煙具、文房具、小箱、

着物、玩具などが写真とともに詳細に説明されている³²⁾。バー大尉をはじめとする GHQ 関係者の意見をまとめたリポート（工芸指導所設計部「輸出向工芸品設計資料調査について」『工芸ニュース』14-1、1946 年 6 月）には見返り物資としてふさわしい工芸品についてアメリカ人のライフスタイルに適合した実用品であり、デザインは純日本的であることが記されている³³⁾。工芸品の輸出企画そのものは発展せず頓挫したが、日本の伝統の表出としての工芸という理念自体は、1955 年の重要無形文化財制度など伝統や愛国心を強く意識した新制度の誕生を経て、「日本的なるもの」の創出を担う「伝統工芸」という枠組みとして成立した³⁴⁾。

（2）見返り物資としての人形

『輸出向工芸品参考資料』の序文には東洋美術史家ラングドン・ウォーナーによる次のような言葉が差し込まれている。

日本は我々アメリカ人が作る様な種類のものを目指してはならない。構造の精粗や価格の高低にかゝらず日本の工芸品はあくまで日本的のものでなければならず従つてまたそれは常に日本の誇りであつたあの賞讃すべき技術を以て作られねばならぬ³⁵⁾

工芸品が「日本的」であることが何よりも優先される旨が、アメリカ人の専門家の口から語られ、これが本書を貫く基本的論理となっている。

『輸出向工芸品参考資料』には、人形は「雑貨其他」という項目で、置物、鼈甲のシガレットケース、刺繍小筥、アクセサリー類、扇子、アルバム、提灯、テーブルセンター、ハンドバッグなどと一緒に紹介されている。だが、列車模型や積み木、パズルゲームに混ざり「セルロイド玩具」（図 1）、「クリスマス・ギフト」（図 2）という写真の中にわずかにヒト



セルロイド玩具 東京日本セルロイド玩具統制組合

図1「セルロイド玩具」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年

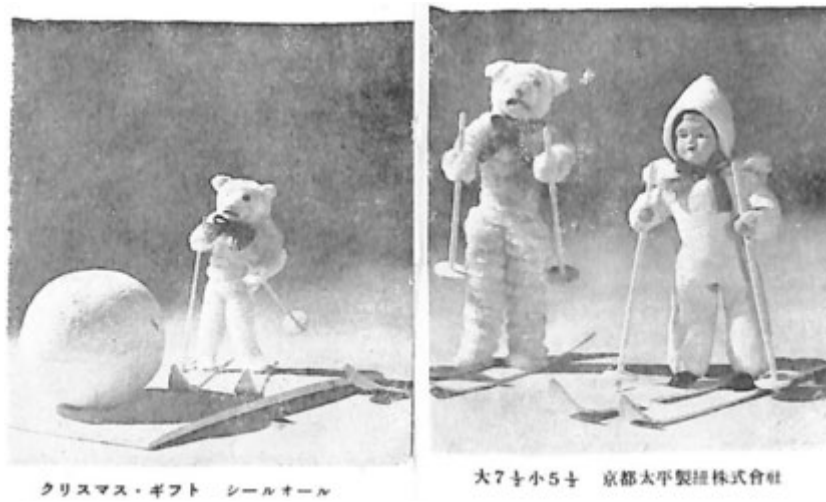


図2「クリスマス・ギフト」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年



図3「漆器」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年

ガタとしての人形が認められる。ここで推奨されているのは知育玩具や列車や自動車をモチーフとした玩具、白人の子どもを型どった抱き人形など、輸出向手工芸品生産指導会で目指された純日本的デザインとはかけ離れている。伝統を意識したデザインを採用している漆器（図3）などと比較すると、むしろ異様ですらある。

序文で示された「日本的」であることが、人形を含めた玩具においては無効化されているのはなぜだろうか。

(3) 人形をめぐる輸出戦略の「ズレ」

『輸出向工芸品参考資料』中には、商工省工芸指導所嘱託松田一雄による「輸出向手工芸品生産指導会概況記録」が掲載されている。先述のバー大尉との質疑応答が紙上再現されており、バー大尉の詳細なアドバイスのほかに履歴が次のように記述されている。

アメリカ、シカゴの有名な百貨店に於てデザイナーをされてゐたバー大尉と云ふご婦人（下線は引用者による。）の方で、手工芸品のデザイン其の他につき相当豊富なる識見を持つて居る方から、本日御出品くださつた商品が輸出向として適格なりや否やと云ふ問題について御批評願ふ事に致しました。又更に最近に於ける流行を加味して、形とか色彩とかデザインの嗜好等の御指導を受け、今後輸出する商品がアメリカに喜んで引取つて貰へる様な物を製作して戴く為此の会を催した次第であります³⁶⁾。

先行研究ではアドバイザーのバー大尉は百貨店勤務経験のあるデザイナーであることに言及されているが、この人物のジェンダーについては特に俎上には乗らなかった。だが、下線部からバー大尉が女性であることがわかる。

以下、バー大尉のジェンダーや職業的背景を念頭に彼女の発言を取り上げつつ、アメリカへの輸出品としての人形について論及してみたい。冒頭の挨拶においてバー大尉は次のように発話している。

今迄日本が輸出向に作つたものに比べると今日ではその用途もデザインも嗜好も大変違つて来て居ります。従来は安物が沢山アメリカに来て居りましたが、これからは良い品質で比較的高価な物をアメリカに紹介したいと思ひます³⁷⁾。

バー大尉は輸出する前提として日本の工芸品を高品質・高価格帯に焦点をしばったマーケティングを推奨している。バー大尉のアドバイスは日本側の質問に沿った非常に具体的なもので、松田が次のような箇条書きで書き留めている。

(1) 色彩に就て

(イ) 米国に於て一般に忌避される色

ピンク……小児及寢室等にのみ使用され、日常一般には使用されない。

国防色……戦争を想起せしめる故、すべての場合絶対にしようしてはいけない。

強烈な原色……未開野蛮地方、印度等熱帯地方に於て愛好されるも米国に於ては一般に愛好されない。

退色しやすい色……持久性のない安物の感じを与える故使用してはいけない。

(ロ) 米国に於て一般に愛好される色

現代的で洗練された色彩、例へば明るいブルー、スカーレット系統等の明色の外、我々の考へる上品な色が大体に於て好かれる。軟かく明るい感じのする中間色は無難であるが、複雑、過剰な色を組み合わせることは忌避される。漆器でいへば朱、洗朱、濃紺、黒色等が好かれ、染織品について云へば裏地の色の決定に迷つた場合、若しくは適当な色が見当たらない場合は、白、黄、又は表地と同色を使用すれば大過ない。

(2) 形状に就て

一般に丸物、角物何れが良いかは云へない。自由な考へ方で用途嗜好に応じて最も良いと思ふものが望ましい。

(3) 構図及模様就て

一般に簡単な構図で、しかも現代的に洗練されたものが無難。

日本固有の田舎風景、花鳥、能面、能姿等は米国人の興味をひく。竹のデザインはいつも喜ばれる。但し「富士山」「鳥居」「芸者ガール」等のデザインは観光土産品としては適当であらうが、輸出向商品としては感心しない。

又自然そのまゝの色彩をなるべく施すこと、能面、能姿等には日本在来の色彩によつて表現すべきであり、図案化して他の色彩を用ひることは反つて日本的な味を減殺するおそれがある。対称的の模様の場合、余り多くの色彩を用ひることは反つて図案の価値を損ふ懸念がある。すべて資材の持味を活かすことに留意すること³⁸⁾。

色彩や形状、デザインにまで細かい指示が書かれている。特に色彩とデザインに関する言及が興味深い。ピンクは子どもや寝室をイメージさせること、原色は「プリミティブ」であるから忌避されること、日本美術における「伝統的」意匠が良いこと、いわゆる日本土産をイメージさせる通俗的なデザインは輸出品としては不適格であることなどが示されている。基本的に成人の使用に耐えうる工芸品が前提となっていることが読み取れる。

続く文には、漆器之部、木竹製品之部、窯業製品之部、金属製品之部、染織製品之部、雑工品の部の六部門に分けて、それぞれの商品展開に合わせたきめ細かい指南が書かれている。

人形は最後の雑工品の部に組み込まれている。人形に関連したアドバイスは次のようなものである。

人形は趣味で蒐集する人には売れるだらうが一般には市場性が少い。玩具類はセルロイド、布帛、金属、木製品の一部等色々出ようが材質、塗装、意匠に注意し簡単で目方の軽いもの、子供の喜ぶものが欲しい。クリスマスデコレーションは非常な売行きが予想される³⁹⁾。

バー大尉の最初の一文は、成人の人形コレクターを想定しているのだろう。次の文では、



図4「雑貨其他」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年

うってかわり人形を含めた玩具一般に関する記述が続き、子どもを対象とした品物で推奨できるものが明示され、最後は商業的な視点からクリスマス用品が勧奨されている。ここで語られる玩具一般は、(図4)で忠実に再現されている。販路が期待できるクリスマス用品が中央に位置し、セルロイド製の人形は左端に追いやられている。

バー大尉が提示する人形は、近代日本の人形界が成立させた「美術／工芸」的人形ともいわゆる職人的人形とも異なる。子どもへの教育的機能を備えた人形であった。前述の通りアメリカでは人形はジェンダー規範に沿った女兒への教育目的が大きなウェイトを占めており、またコレクター需要も否定はされないが商業的観点から忌避されている。

ここで視点を变えて、近代日本の人形概念にやや近似する「置物」ジャンルの項目を見ると、次のように記されている。

日本人の姿は駄目。西洋風の女の子などはよく、動物もよい。なるべく本物の色に近く表現すること。意匠化されない写実的のものでなるべく上品に作ること⁴⁰⁾。

ここではモチーフやデザインのベースにおいて見返り物資において重視された「日本的」であることが根底から覆されている。人形や置物に関しては日本的であることを否定するのである。こうした提案を人形界は到底受容できなかっただろう。

またバー大尉の発言には、「婦人にきはれる⁴¹⁾」という表現に見られる女性を意識したものや推奨される工芸品に「ハンカチーフ」「ハンドバッグ」「スカーフ」「ネッカチーフ」「ブローチ」など明らかに女性に向けたラインナップが求められていることが分かる。言い換えれば、子どもや女性の需要を念頭にアドバイスしているのである。西欧社会において室内装飾は女性の役割⁴²⁾であり、女性であるバー大尉がそれを十分に認識した上で助言を提供したといえよう。

（3）日米の百貨店文化の相違

百貨店のデザイナーだったバー大尉は、おそらくアメリカの百貨店で販売を前提としてアドバイスをを行っていた可能性は十分にある。

アメリカの百貨店において、女性と子どもを意識したマーケティングに早くから着目したのは現在も続く大型百貨店メイシーズである。「メイシーズの急激な成功の秘密は、女性だけでなく、子どもというマーケットに注目したところにあるといわれる」⁴³⁾。

第一次世界大戦後の女性の社会進出により、女性用ファッション雑誌『ヴォーグ』が1892年に創刊され、百貨店のマーケティングにも多大な影響をもたらした⁴⁴⁾。それまでは男性バイヤーによって取扱商品が選ばれていたが、『ヴォーグ』の登場により女性客を重視したマーケティングが必要になり、女性バイヤーたちが必要とされた⁴⁵⁾。メイシーズは早くから女性バイヤーや女性幹部を登用し、女性客のニーズに答えた⁴⁶⁾。

メイシーズはクリスマス商戦戦略にも早くから乗り出していた。子どもという新しいマーケットを開拓するにあたり、ニューヨークでサンタ・クロースの出演するクリスマス・パレードを1934年に企画し、インテリア・デザイナーのトニー・サーグがパレードの山車やショー・ウィンドーに人形芝居の舞台を制作したところ成功を収めた⁴⁷⁾。

女性や子どもへの商品展開戦略を重視した百貨店の成功について、アメリカの百貨店所属デザイナーだったバー大尉もおそらく熟知していただろう。バー大尉を招聘したことで輸出向け工芸品が女性や子どもをターゲットにしたと仮定すると、そこで販売される人形は当然子どもを対象としたものになる。

だが、日本の百貨店は新中間層の成人男性を顧客として発展し、そこに人形界も参与している。しかも西欧の住宅が女性性を帯びた空間だったのに対し、日本家屋は近代になっても客間の装飾が家長の権限であり続けた「男の家」として機能していた⁴⁸⁾。西欧型の百貨店と家庭空間は女性性と不可分であり、そうしたジェンダー構造が輸出用工芸品に導入された段階で、男性性の空間から析出された美術工芸としての人形が排除されるのは当然の帰結であった。

（4）日米の人形文化交流の「ズレ」

人形をめぐる日米のジェンダー観のズレは、戦後においてますます鮮明になる。西澤笛畝は、生涯のテーマとして人形を通じた国際交流に力を注いだ⁴⁹⁾。戦後は「西澤童宝文化研究所」を創立し、外国からの客人が訪れた他、海外のコレクターとの交流、イギリスの児童博物館の日本人形コレクション収集に協力した⁵⁰⁾。

西澤が関与した戦後日米間での人形文化交流のひとつが、アメリカから贈られたソフトビール製人形「YONEKO（米子）」（図5）の授受である。YONEKOは、総高78.8センチの大型人形で栗色の頭髮に顔は白人女兒に似せている。

日本がアメリカ占領下から独立した翌年1953年、東久邇聡子（1896-1978、東久邇宮稔彦王妃、明治天皇第9皇女）と金森徳次郎（1886-1959、元吉田茂内閣憲法担当国务大臣、初代国立国会図書館館長）を仲立ちとして、GHQ 渉外局長エコラス夫人から一体の人形が西澤の研究所に寄贈された⁵¹⁾。ソフトビニール製で西欧女性の姿を模したこの人形に西澤は、「YONEKO（米子）」と名づけ、戦前と同じように答礼人形のための寄附を募った⁵²⁾。



図5「アメリカ夫人人形 YONEKO」菅原千華編『さいたま市所蔵品展
人形に捧げた生涯—西澤笛畝の足跡』パンフレット、2015年

「アメリカ人女性」を意味する日本人女性の名前をつけたこの人形は、新素材のソフトビニール製である。セルロイドは玩具としての人形に使用される近代的素材だったが、発火しやすいため、1955年にアメリカで「可燃物質規制法」成立以降、輸入が禁止された。それに替わる素材として誕生したソフトビニールは加工しやすい点、可変性が高い点、量産できる点からファッションドールや抱き人形などをはじめとした玩具としての人形に今日でも広く使用されている。

このソフトビニール製人形は、新しい素材の人形という以上に、日米両国においてこの素材が、女兒向けを中心とした玩具としての人形を大量生産大量消費される歴史を作ったことを鑑みると非常に示唆的である。戦前に美術工芸としての人形が、成人男性の趣味の一環として認められたにもかかわらず、女性性を付与された玩具としての人形のパイが拡大し、戦後は対外市場の場でも、国内市場の場でも、退場を余儀なくされる過程が読み取れる。

おわりに

YONEKO 寄贈の3年後の1956年、第4回日本伝統工芸展に出品された人形について西澤笛畝は次のように評している。

色々な行方、その中に時代のセンスと日本人形独特の風格を見せて堂々たる作品の出現を望む所である。併し全体に質実堅牢の工作は芸術的な世界に邁進する上で大きな力であり、日本人形が海外に飛躍する上に心強い点ともいえる今年入選の一つとして博多から出品された土人形があった。上乘（ママ）の作とはいえないが、一般に見られるものとは大きな相違で、今後の動向が楽しみである⁵³⁾。

1965年の死去を鑑みれば、西澤は日本の人形の海外進出に最後まで執着していたといえよう。日本伝統工芸展は文部省が無形文化財のうちで特に保護が必要なものを対象に1952年に定めた「助成等の措置を講ずべき無形文化財」に認定された技術を周知するために開催された展覧会である。作家らは当初日展と双方に出品することが可能だったが、日展系の作家らが二者択一を要求した（「第四科問題」）結果分裂を招き、工芸界は日展と日本伝統工芸展のふたつの大きな公募団体が存在することになった⁵⁴⁾。

1956年西澤は日本伝統工芸展の審査委員と受賞選考委員に就任した。戦前は日展の前身である帝展進出を先導したが、戦後は日本伝統工芸展の人形部門の先頭に立つことになった。西澤が後者を選択した理由のひとつは、「助成等の措置を講ずべき無形文化財」の選定に参加⁵⁵⁾したからだろう。もうひとつは、「日本人形独特の風格」などの言葉に見られる「伝統」への志向に手がかりがあると考えすることはできないだろうか。

日本伝統工芸展がもともとはネガティブにとらえられていた「伝統」を引き受けた要因には、伝統工芸が文字通りの伝統的な工芸という意味ではなく、アメリカとの相互的交渉から引き出された、「伝統」に対する意識の上に成立したいわば「新しい伝統」の旗手への欲望だった⁵⁶⁾。

人形に限っていえば、対外的交渉の端緒となるはずだった見返り物資リストから、西欧的ジェンダー観を背景にはずされることで、一層「伝統」を意識せざるをえなくなってしまう側面は否定できないだろう。人形界を先導した西澤の美術工芸から伝統工芸への「転換」は、人形界の伝統工芸へのシフトチェンジを意味する。せまりくる大量生産大量消費社会から生み出される西欧的ジェンダー観に裏打ちされた女性性としての人形への対峙が、「伝統」へ連なることへの渴望と重なり合ったのではないだろうか。戦後人形を媒介とした大規模な国際的交流が展開されることはほとんどなかったといつてよい。戦前には巧みに制御していたはずの人形をめぐるジェンダー秩序を、アメリカによる占領を経た後、もはや統御しきれなくなり、人形界は海外進出志向と「伝統」に連なることへの欲求が複雑に絡み合う隘路に陥ってしまったのではないだろうか。

現在人形的表現を用いた対外的交渉の場を挙げるとすれば、アニメ・キャラクターなどのフィギュアなどがある。造型師と呼ばれるフィギュアの制作者らの多くが男性であること⁵⁷⁾を鑑みると、歴史的に俯瞰すれば、人形界が作り上げた成人男性が享受する人形文化の系譜につらなると考えることもできるかもしれない。フィギュア文化を対外戦略的に自作に取り入れたのが村上隆だろう。村上は「スーパーフラット」と称したまさしく日本の「伝統」と連なる論理を提唱し、巧みに人形的身体にまつわる女性性を回避していると捕らえることは可能である。ある種の「男性的人形文化」が対外的文化接触のなかでどのように展開され受容されるのか注視していきたい。

〔附記〕本研究はJSPS 科研費 17J40216 の助成を受けたものです。

¹⁾ 吉良智子「研究ノート 人形芸術運動と女性人形作家」『千葉大学大学院社会文化科学研究科 研究プロジェクト報告書 第127集 戦争と表象』

²⁾ 小山静子『良妻賢母という規範』勁草書房、1991年

³⁾ 註2) 小山前掲書に同じ。

⁴⁾ 増淵宗一『禁断の百年王国——少女人形論』講談社、1995年

- ⁵⁾ 註1) 吉良前掲論文に同じ。
- ⁶⁾ 北澤憲昭『眼の神殿』(美術出版社、1989年、ブリュッケ、2010年)、北澤憲昭『境界の美術史——「美術」形成史ノート』ブリュッケ、2000年、北澤憲昭『美術のポリティクス——「工芸」の成り立ちを焦点として』ゆまに書房、2013年
- ⁷⁾ 佐藤道信『明治国家と近代美術——美の政治学』吉川弘文館、1999年
- ⁸⁾ 木田拓也『工芸とナショナリズムの近代「日本的なもの」の創出』吉川弘文館、2014年
- ⁹⁾ 山崎明子『近代日本の「手芸」とジェンダー』世織書房、2005年
- ¹⁰⁾ 注4) 増淵前掲書
- ¹¹⁾ 是澤博昭「平田郷陽と人形芸術運動—人形作家誕生の背景—」『日本人形玩具研究 かたち・あそび』第14号、2003年9月
- ¹²⁾ 吉良智子「近代日本における女性と人形制作——上村露子とその活動の再解釈」『日本人形玩具研究 かたち・あそび』第29号 2019年3月
- ¹³⁾ 是澤博昭「笛畝の人形人生」『人形今昔物語展』図録、笛畝人形記念美術館主催、小田急百貨店新宿店グランドギャラリー会場、1990年
- ¹⁴⁾ 注11) 是澤前掲論文
- ¹⁵⁾ 是澤博昭「人形とナショナリズム—人形芸術の誕生—」『かたち・あそび 日本人形玩具学会誌』第3号
- ¹⁶⁾ 注9) 山崎前掲書。山崎は手芸が流通価値のない無償の営みの産物として家庭内で消費されたことを論じている。
- ¹⁷⁾ 注12) 吉良前掲論文
- ¹⁸⁾ 神野由紀『百貨店で〈趣味〉を買う 大衆消費文化の近代』吉川弘文館、2015年
- ¹⁹⁾ 注18) 神野前掲書
- ²⁰⁾ 注18) 神野前掲書、28-31頁
- ²¹⁾ 注18) 神野前掲書、33頁
- ²²⁾ 注18) 神野前掲書、35-37頁
- ²³⁾ 注18) 神野前掲書、193頁
- ²⁴⁾ 注18) 神野前掲書、31-33頁
- ²⁵⁾ 杵沢耕介「池野哲仙ノート」『日本人形玩具学会誌』第14号、2003年
- ²⁶⁾ 「青い目の人形」に関しては、是澤博昭『青い目の人形と近代日本—渋沢栄一とL. ギュエリックの夢の行方』(世織書房、2010年)に詳しい。
- ²⁷⁾ 吉良智子「『小学読本』の挿絵に関する一考察——「人形」モチーフの変化を中心に——」池田忍編『未完成：企画／作品／芸術家』人文公共学府研究プロジェクト報告書第333集、2019年2月
- ²⁸⁾ 注8) 木田前掲書
- ²⁹⁾ 注8) 木田前掲書、123-124頁
- ³⁰⁾ 注8) 木田前掲書、124頁
- ³¹⁾ 注8) 木田前掲書、124頁
- ³²⁾ 注8) 木田前掲書、125頁
- ³³⁾ 注8) 木田前掲書、127頁
- ³⁴⁾ 注8) 木田前掲書、191-201頁

- ³⁵⁾ 執筆者不明「序文」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年
- ³⁶⁾ 松田一雄「輸出向手工芸品生産指導会概況記録」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年、50頁
- ³⁷⁾ 注36) 松田前掲文、51頁
- ³⁸⁾ 注36) 松田前掲文、52頁
- ³⁹⁾ 注36) 松田前掲文、56頁
- ⁴⁰⁾ 注36) 松田前掲文、55頁
- ⁴¹⁾ 注36) 松田前掲文、54頁
- ⁴²⁾ 天野知香『装飾／芸術——19-20世紀フランスにおける「芸術」の位相』ブリュッケ、2001年
- ⁴³⁾ 海野弘『百貨店の博物史』アーツアンドクラフツ、2003年、128頁
- ⁴⁴⁾ 海野前掲書、186頁
- ⁴⁵⁾ マーガレット・C・ハリマン、片岡一郎訳『百貨店王メーシー』時事新書、1959年、70-72頁
- ⁴⁶⁾ ハリマン前掲書、70-72頁
- ⁴⁷⁾ 注43) 海野前掲書、126-129頁
- ⁴⁸⁾ 西川祐子『住まいと家族をめぐる物語』集英社新書、2004年
- ⁴⁹⁾ 菅原千華編『さいたま市所蔵品展 人形に捧げた生涯—西澤笛畝の足跡』パンフレット、2015年、6頁
- ⁵⁰⁾ 注49) 菅原前掲書、6頁
- ⁵¹⁾ 注49) 菅原前掲書、6頁
- ⁵²⁾ 注49) 菅原前掲書、6頁
- ⁵³⁾ 西澤笛畝「人形—私の望む所—」『日芸会報』第4号、1956年11月
- ⁵⁴⁾ 注8) 木田前掲書、187-188頁
- ⁵⁵⁾ 大滝幹夫「文化財保護法と無形文化財」『日本伝統工芸展のあゆみ』日本工芸会、1993年、23頁
- ⁵⁶⁾ 注8) 木田前掲書、191-201頁
- ⁵⁷⁾ 檜原辰郎『海洋堂創世記』（白水社、2014年）には造型師として多くの男性が参加している様子が描写されている。また「海洋堂フィギュアミュージアム黒壁 龍遊館」にはフィギュアとともに男性造型師たちの写真と紹介文が展示されている。

図版一覧

- (図1) 「セルロイド玩具」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年
- (図2) 「クリスマス・ギフト」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年
- (図3) 「漆器」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年
- (図4) 「雑貨其他」商工省貿易庁、商工省工芸指導所編『輸出向工芸品参考資料』1947年
- (図5) 「アメリカ夫人人形 YONEKO」菅原千華編『さいたま市所蔵品展 人形に捧げた生涯—西澤笛畝の足跡』パンフレット、2015年