

工芸品消費の文化的諸相と百貨店

民芸運動とその周辺から

Cultural Changes in the Consumption of Crafts and
Their Relationships with Department Stores:
A Case Study of the Folk Crafts Movement and Related Matters

濱田琢司

HAMADA Takuji

はじめに

①民芸運動と展示

②「民衆的なもの」と「近世的なもの」の時代

③個人作家たちと百貨店における展覧会

④民芸運動の1920-30年代と百貨店

おわりに

【論文要旨】

明治時代から大正初期にかけて、百貨店は、多くの新たな流行を作り出す、「尖端的」な場であった。百貨店は、高い文化的価値を持つ空間だったのである。そうした価値の生成・維持のために、百貨店が活用したことの1つに、美術があった。日本に美術館が定着するよりも早く、いくつもの美術展覧会が百貨店で開催された。このことは、百貨店の文化的価値を高める要因の1つとなったのである。一方、大正時代中期から昭和初期になると、美術に関するいくつかの新興の団体が、展覧会の会場として百貨店を活用することを通して、団体の知名度と権威を高めていった。本論では、民芸運動という、大正末期に発生した工芸についての新興の文化運動を事例に、この運動のメンバーが百貨店をどのように活用していたのかを検討することで、近代日本における工芸（とくに手工芸）の文化的消費と百貨店との関係を考察する。その際に民芸運動が持つ2つの側面と百貨店との関わりをそれぞれ検討する。2つの側面とは、民芸運動メンバーの芸術家としての活動と民芸運動の啓蒙活動としての側面とである。前者については、明治後半に百貨店に設置された美術部との関わりを、美術部の草創期から重要な役割を担った1人である富本憲吉や、濱田庄司ら運動同人の個人作家らを事例に検討する。また後者については、民芸運動を推進する団体である民芸協会が主催した、1920年代の後半から30年代にかけての展覧会を取り上げて、百貨店との関わり等について検討する。それによって、1つには、新興の文化運動の一事例としての民芸運動が、どのように百貨店を捉え、活用しようとしていったのか、もう1つには、工芸という付加価値商品の百貨店を通しての（広い意味での）文化的消費の有り様がどうであったのかということの一端とを明らかにする。

【キーワード】 民芸運動, 展覧会, 百貨店美術部, 文化的消費, 手工芸

はじめに

2014年1月、渋谷ヒカリエ8階のイベントスペースにて、「東北・仙台の出張手仕事展」という企画が開催された。こけしや和紙、焼き物など、東北・仙台の手工芸を紹介するイベントで、連日、なかなかのにぎわいを見せていたようである。とりわけ、セレクトショップのビームスのディレクションによる青色のこけしが大きく注目され、早々に品切れの状態となっていた[手とてとテ2014]。ヒカリエのイベントスペースでは、これ以外にも時折、手工芸の類に関するイベントが行われるし、同じフロアには、47都道府県の地域文化を「デザイン」という視点から紹介するD & DEPARTMENT PROJECTのd47 museum、同じく、47都道府県を基軸として、各地の名物を定食等として提供するd47食堂というコンセプトな空間が並んでいる。これらとともに、アート・ギャラリーやフリースペースの「COURT」、あるいは、「異文化・異分野の人たちが出会い、お互いのアイデアやリソースを交換しながら新しいムーブメントをつくっていく場所」と紹介される「クリエイティブ・ラウンジ」などもある[渋谷ヒカリエ2014]。

この渋谷ヒカリエの事例は、2つの点で興味深い。1つは、ここが、現代におけるある種「尖端的な場」の1つとなっているということである。それは、近代期から戦後のある時期までは、おそらく百貨店という空間がその重要な部分を担っていたものでもあったろう。上記の事例は、そうした「尖端的な場」の移行を示すものの1つとして捉えることができる。もう1つは、近年、こうした場において、伝統的な手工芸やその関連の品々が、しばしば扱われているという状況である。いわゆる「伝統工芸」は、少し前までは、おそらく「尖端」でもなく、「オシャレ」でもなかった。それが、このところ、新たな消費の形を示しつつあるのである[濱田2014a]。翻って、近代期はどうであったかという点、それらは、一定程度、「尖端」であったふうにも見える。あるいはむしろ、「尖端」であろうとした、という方が正確なのかもしれない。それが、後に、「定番」化していく過程で、その先鋭さを消失していくという流れがあったのであろう。ここでは、その流れを子細に追うことを目指しているわけではないが、とりあえずは、この「尖端」と「定番」という点を頭におきながら、百貨店という場と工芸消費との変遷を重ね合わせて考えることにしたい。

まずは、この「尖端」ということと百貨店を中心とする都市的な文化について、簡単に認しておきたい。2009年に愛知県の岡崎市美術博物館において開催された企画展「「あら、尖端的ね。」—大正末・昭和初期の都市文化と商業主義—」の図録において、同館の当時の館長であった芳賀徹は、洋画家・小出櫛重の随筆の1つ「尖端の埃」を引きながら、この言葉を紹介している。小出によると「「尖端的」とは、事物からいっさいの埃、汚れ、さび、古色を洗い落とし、アルコールで消毒した上に、つねにピカピカに光ってとんがっていること」であるという[芳賀2009, 6]。この小出の言葉でいくならば、「新しい芸術、尖端的都会人、尖端人、あらゆる近代には垢は禁物である」[小出1987, 226]⁽¹⁾ということになる。「尖端」とは文字通り、「垢」の抜けた新文化であるといえようか。

1927年の『文藝春秋』に掲載された「東京・アレグロ」なる記事には、次のような記述がある。

去年の秋のこと、岡山の女学校から修学旅行に上京した。或る日学生は希望によって二組に

分れ、一つは帝展へ、他の一組はデパートメント・ストアへ行くといふ日程だった。ところが百名近い女学生のうち、帝展行きを希望するもの僅かに六名。他は悉く百貨店へ赴いた。

芸術は既に女学生に対して魅力ではなくなった。彼女らが触れたいと熱望するのは、生活だ。現代都会生活の尖端を反映し凝晶してゐる百貨店の刺激だ。[横光・片岡ほか 1927, 134]

ここで、「女学生」の消費欲を刺激する場としてあったことが示されているように、百貨店は、尖端的な消費と流行とを「凝晶」しているような場であった。こうした「尖端」が享受される場は、もちろん、百貨店のみであったわけではない。例えば、和田 [2011] が示すように、「ギャラリー」も含めた「資生堂」は、近代期の日本において「尖端」を生み出す「文化装置」だった [富山監 1995 も参照]。百貨店は、むしろ、後述もするように、空間としては一般的消費により近くあったために、ある面においては世俗的な場所でもあったといえるかもしれない。しかし、それがゆえに、新たな流行を生み出し、新たな消費を喚起する [神野 1994] 「尖端」の場としての役割を担っていたともいえよう。

ところで、この引用では、「芸術」が「女学生に対して魅力ではなくなった」ともある。それが「魅力」であったことがあるのかは不明だが、他面において、美術・芸術の分野もまた、百貨店に深く関わり、ときにその尖端性を創り出す役割の一端を担ったり、あるいは、ときにそれを利用したりしてきた。その際に少し注意したいのが、上で触れたような百貨店の持つ（持っていた）尖端性と消費空間としての位置づけの変容である。例えば、明治の後半から始まり、1915（大正4）年に三越百貨店で開催された尾形光琳展（「光琳二百年忌記念 光琳遺品展覧会」）をピークとする光琳にまつわる様々な企画は [玉蟲 2004, 2014]、「光琳模様」の着物類など三越における商品開発に絡んでいたものの、美術館施設が必ずしも多くはなかった当時の日本において、美術史上においても極めて重要なイベントであったろう。それは、大規模な展覧会を実施可能な場としての近代期の百貨店の地位と尖端性を示すには十分なものであった。

一方、先年（2013年）に没した堤清二の取り組みを振り返った新聞記事において、次のような記述があった。

デパートと美術館は、いずれも不特定多数の人々の集まる施設だという点では共通しているが、その役割は、まったく異なる。デパートは、商品、それも多くは高級商品販売という経済活動の舞台であり、美術館は優れた芸術作品を提示する文化活動の場である。それだけに、1961年、東京・池袋の西武百貨店ホールで販売目的でない「クレー展」が開催されたことは、人々を大いに驚かせた。[高階 2014]

これをそのままに受け取れば、1960年代当時、百貨店において、販売を前提としない美術展が開催されることは異例と認識されていたことになる。記事では、その後のセゾン美術館などにも触れ、堤清二の先見性を指摘していた。高階のこの記事の主意は、ここがこの後からしばらくの間、日本における現代美術の重要な拠点の1つとなることを示すことにあり、例えば、近代期に行われた光琳展のことは、あえて忘却されているようにもみえる。そうした記事の性格はあるものの、ここか

ら、1つには、戦後に至っても、百貨店と美術が、ある種の先端性を、協働のもとに見せる場であるということ、またもう1つには、三越や高島屋など、いわゆる老舗の百貨店に対する、高度成長期以降の西武・セゾングループの興隆を、それぞれ読み取ることもできるだろう。

百貨店の「先端」と「定番」という二面を考える上で、この点は興味深いポイントである。かつて、吉見俊哉は、浅草から銀座、銀座から新宿そして渋谷へと、東京の盛り場の変遷を示したが〔吉見1987〕、そうした盛り場の盛衰に、消費の場として百貨店も大きく関わっている。それは、明確ではないにせよ、日本橋を拠点とする三越や高島屋から、1970年代から80年代にかけて池袋や渋谷などを舞台に展開されたパルコおよびセゾングループの様々な文化戦略〔難波2000, 145-177〕へと、百貨店同士の重点の変遷とも重なるのである。有楽町マリオンが誕生し、ここに西武百貨店と阪急百貨店が並んで入ったおりの新聞記事において、この2店は、「ハデな西武と地味な阪急」あるいは「百貨店のイメージ新を狙う有楽町西武」と「『正統派路線』を歩む有楽町阪急」といった対比的な関係として報じられている〔『華やかに西武・重厚に阪急 銀座百貨店戦争2店が前夜行事』朝日新聞, 1984.10.6〕。あるいはまた、この際の有楽町西武のテーマの1つとして「脱・百貨店」という言葉を紹介しつつ、日本橋の老舗百貨店の動きを紹介するものもある〔『デパート戦争幕開け、低迷する銀座にカツ 周辺巻き込み魅力競う』朝日新聞1984.10.6(夕刊)〕。

こうした状況を踏まえて、堤清二についての先の文章を読めば、そこからは、近代期における先端としての老舗百貨店と、戦後における先端としての西武・セゾングループ、また同時に、先端ではなくなったものとしての（あるいは、定番としての）老舗百貨店という位置取りを透かしみることもできるかもしれない。さらに、冒頭のヒカリエや、あるいは、目黒のクラスカなどという、近年に誕生した消費空間は、1980年代のパルコなどから引き継がれた、より新しい先端の場と言うこともできるだろう。

本論においては、そうした消費の場としての「先端性」の変遷を念頭に置きつつ、「民芸」という対象と百貨店の関わりについてその概観を示していきたい。

①……………民芸運動と展示

(1) 民芸の発生と「ゲテなるもの」

「民芸」とは、大正末期にスタートした民芸運動という文化運動によって造られた言葉・概念である。通常、「民衆的工芸」の略語として説明されるように、「民衆」の日用使いの諸雑器を指すものとして造られた。運動の中心となったのは、白樺派に属していた思想家・柳宗悦と、河井寛次郎、濱田庄司、バーナード・リーチらの陶芸家、式場隆三郎、吉田璋也、外村吉之介といった啓蒙の一翼を担った同人たちで、初期には、陶芸家の富本憲吉や批評家・装丁家の青山二郎なども重要な役割を担っており、また、版画家の棟方志功、工芸家の芹沢銈介や黒田辰秋もそのメンバーであった。

この運動の創始には、いくつかの契機、あるいは時代的状况があるとされるが、その1つは、当時の工芸家たちの芸術志向だったという。「美術」という概念の日本への導入過程については、佐藤道信らの一連の研究に詳しいが〔佐藤1996, 1999, 北澤2010など〕、その過程で、不本意な対応を迫ら

れたのが工芸の分野だったとされる。とりわけ、影響が大きかったのが、1907（明治40）年に、日本初の官展としてスタートした文部省美術展覧会（「文展」）が、「日本画」「洋画」「彫刻」と、「工芸」を除外した形の3分野で構成されたことであった。工芸は、農商務省が管轄する農商務省主催図案及応用作品展覧会（「農展」）にまわされることとなった。このことは工芸が「用」という機能性と不可分に結びついていたことと関連しており、それが、鑑賞美術に純化していこうとする全体的な方針にそぐわなかったため、文展から除外されることとなっていた。

美術としての工芸を目指していた工芸家らは、このような状況のなかで、作品の有用性を低減させるため、意図して「用」を手放すような方向を模索することになる。そうした取り組みは、ある程度は奏功し、1929（昭和4）年には、文展の後継となる官展であった帝国美術院展覧会（「帝展」）の「第4部 美術工芸」の設置へと結実していった。この時期、すなわち、文展の創始から帝展第4部設置までの、大正期をまるまる含む時期において、（美術）工芸の主流は、少なくとも一面においては、「用」よりも「鑑賞」という流れにあったとみることができる。民芸運動創始のモチベーションの1つは、おそらくは、こうした工芸界へのアンチテーゼにあった[土田2007, 247-253]⁽²⁾。

柳は、そのようにしてつくられたものを「美芸」と呼び、それに「民芸」を対置して、自身の論理を展開しようとする。例えば、少し後の文章となるが、1942年の柳の著書『工芸文化』には、次のようにある。

手工芸といっても一様に見るわけにゆかぬ。大体三つの方向に分かれて進んだ。一つは「貴族的工芸」で王侯富貴の人々の為に作られるものである。人間の階級は品物にも階級を求めた。之が豪華な品であるのは言ふを俟たない。技術的に見て驚く可きものが出来た。次ぎには「個人的工芸」と呼ぶものであって、日本で云ふ「工芸美術」は此の部門に当る。之は明らかに美術の影響を受け、個人的作者が美の表現を目的として自由に制作するものである。こゝで初めて工芸品に於ける銘の歴史が始まり、天才の作として尊敬を受ける。こゝに注意すべきことは貴族的工芸も個人的工芸も、品物の姿を有つから等しく工芸品ではあるが、何れも用ゐる為よりも、見る為の要素が勝ってくる。それ故是等の二つを「鑑賞的工芸」と呼んでいゝ。此の意味で半美術的性質を受ける。共に高価であり少量であるから、一般民衆の生活とは縁を有たない。

だが是等とは別に、実用を主眼とし、民衆の生活に役立つ為に作られる多くの品物がある。之を「民衆的工芸」と名づけて総括しよう。或は、短くつめて之を「民芸」と呼びたい。工芸が実用性を本性とする限り、此の民芸が重要な位置を占めるのは明らかであらう。色々な工芸の中で人間の生活に一番直接に関係するのは此の種のものであるから、之を指して「生活工芸」と呼ぶのは至当であらう。貴族的なものや個人的なものに比べ、生産の量も価格も亦安い。[柳1942, 357]⁽³⁾

ここでは、「美芸」が、「貴族的工芸」と「個人的工芸」、およびそれらをまとめた「鑑賞的工芸」として説明されている。「個人的工芸」が、先述の「帝展派」になるが、こうした「個人的工芸」との関係筆頭に、柳は、「鑑賞」と「用」という対比を用いつつ、当時の工芸界における「民芸」なるも

のを位置づけていく。

このようなスタンスは、民芸運動において柳の記述のなかだけにみられるわけではない。そもそも、運動の創始に集った面々の多くが、何らかの形で帝展派とは異なる、独自の方向性を模索しようとしていた。例えば、運動初期のメンバーであった富本憲吉は日本陶芸界における個人作家のパイオニアとしても位置づけられる人物であるが、彼は、帝展派とは異なった形で芸術としての工芸を目指そうとしていた〔辻本1999〕⁽⁴⁾。また、バーナード・リーチや河井寛次郎、濱田庄司らも、いずれも帝展派とは違うスタンスを取っていた〔金子2001, 15〕。彼らは、もともと工芸を専門とした出自を持っていないこと、有用性を持った工芸を目指していたことの2点において、およそ共通していた。工芸を生業としていた家から出た多くの工芸家たちが、「美術」を目指し「用」を手放そうとしていたのと同じ時期に、彼らは、それとはまったく逆に、外から工芸の世界に入り、「用」を目指して制作するという動きをみせたわけである⁽⁵⁾。またそれは、帝展派とは異なった形で、美術としての工芸を目指す、もう一方の尖端的な実践でもあった。また、そうした動きのなかで、富本を除く作家たちが、それまでの価値観のなかでは卑下されてきた「ゲテなもの」を自分達の芸術作品のモチーフとして組み込んでいたという点も、彼らの新しさの1つであった。

いずれにしても、民芸は、少なくとも柳らの主張においては、美術工芸に対置されるものとして、あるいは、帝展派に対置されるものとして、それぞれ、独特のニュアンスを含みつつも「用」をベースとしつつ、1920年代の日本において立ち上がっていった。

(2) 運動の展開と展示空間

その「民芸」を発生させた運動の展開について、ここで改めて、簡単に確認しておく。先述の通り、運動は、思想家の柳宗悦を中心として、大正時代の最末期にスタートした。「民芸」という用語が彼らによってつくられたのは1925（大正14）年の末、運動のマニフェストとなる「日本民芸美術館設立趣意書」〔柳1926〕が発表されたのが翌年の1月のことだった。複数の前走はあったが、運動体として明確な方向性を創始されるのは、およそ、この「趣意書」からであった。

この段階では、個人的なネットワークの域を出ていないような状態であった運動は、のちに単行本ともなる柳宗悦の「工芸の道」が連載されるようになった、1927年頃からその思想に賛同する参加者が多く現れ、徐々に拡大していった。同年には、工政会出版部から日本民芸美術館編の民芸叢書として『雑器の美』〔日本民芸美術館編1927〕が刊行され、翌年には、上野公園で開催された国内博覧会・大礼記念国産振興東京博覧会にパビリオンとして「民芸館」が出展される。また、下記で詳述する展覧会などもしばしば開催されるようになり、1931年には、機関誌『工芸』が創刊される。運動の拠点となる日本民藝館も1936年に開館し、「民芸」という造語は、戦前の段階で一定程度の普及をみることとなる。

それに伴って、具体的な商品としての民芸も普及していく。1932年には、鳥取に、民芸品を専門に扱う店、すなわち民芸店として「たくみ」が開店し、翌年には銀座にも出店する。同時期、ほかにもいくつかの民芸店が開店している。こうした店舗では、各地の現行品の手工芸や運動同人の指導のもと、新たに作られた地方の諸工芸などが民芸（品）として販売されていた。民芸店は、民芸の一般化への普及という点ではその役割は小さくなく、本稿で注目する百貨店とともに、商品

としての民芸の流通において、重要な意味を持った。

ところで、先の「日本民芸美術館設立趣意書」には、その後の計画について次のようにある。

私達は最初の一ケ年に於て、日本全土に互て作品の蒐集に努力するつもりである。そうして次の一ケ年東京に於て、継続的に数回の展覧会を開き、世に問ふつもりである。そうして第三年目に於て本館の建立及び蒐集品の常置を計る予定である。[柳 1926, 8]

「趣意書」の発表から3年で、「本館の建立及び蒐集品の常置を計る」とあるように、蒐集品の常設の施設を、短期間で設置することがめざされている。しかし、「本館」たる日本民藝館が実際に開館したのは、先に示したように1936年のことなので、「趣意書」の予定よりも10年ほど遅れての実現だった。民芸運動は、創始から民藝館開館までの間、「蒐集品の常置」を行う場所をもっていなかったことになる。しかし、その間も、常設施設での展示の代わりとして、いくつかの展示や企画が行われていた。それらは、ギャラリー・公共の会館、先述の大礼博における「民芸館」など短期間の特定の施設、そして百貨店、というおよそ3つのタイプの空間において実施されていた。日本民藝館開館以前には、柳たちは、こうした場において、自分たちの活動のすべてを提示しようとしており、なかには、かなり大規模な展示が実現したものもあった。その一方で、民藝館開館後は、それら、とくに百貨店は、その役割を少し転換し、収集された古作ではなく、現行品の販売を前提とするような展示を中心とすることで、民芸館と棲み分けされていくこととなった。

次章以下、こうした点も含めながら、民芸運動とその周辺という事例に沿いながら、1つには、運動に属した新しいタイプの個人作家らにとってという視点から、もう1つには、近代に発生した新興の文化運動にとってという視点から、それぞれ百貨店という空間が、工芸の文化的消費において、どのようなものであったのか、あるいは、どのような意味を持ったのかの一端を考察していきたい。

②……………「民衆的なもの」と「近世的なもの」の時代

(1) 「民衆的なもの」の価値付け

先述した「用」とともに、民芸運動が対象としたもの（あるいは、しようとしたもの）を特徴付けるキーワードを大雑把に示すとすると、それは、「伝統」と「民衆」となるだろうか。民芸運動の場合は、前者は、「近世」と読みかえても良い。また、途中からは、ここに「地方」や「郷土」という概念が重要なものとして付加されてもいった。

なかでも、「民芸」が「民衆的工芸」や「民衆の工芸」の略語であるとされるように、「民衆」に対する意識は強い（それは、「民衆が日常的に用いる」という意味で、「用」にも密接に結び付けられている）。柳は、民芸を含む器物に関心を示す以前の、1910（明治43）年に、柳田国男の『遠野物語』の書評を書き、それを「純なる民が自然に対して宛らに味識し経験した其感想は、よし classical な処があるにせよ常に fresh なものに満ちている」[柳 1910, 79] と評している。初版の刊行当初、好意的な評価は多くはなかったという同書について、柳の積極的な評価はそれ自体が興味深い、同

時にここからは、柳がこの時点ですでに「民衆的なもの」への関心を高めていることを感じる事ができる。そして、1920年代になると、朝鮮の陶磁器や木喰上人による微笑仏への関心と実践を通して、先に示したように「貴族的」ではない工芸の「美」について強く意識するようになっていく。

また、柳以外の同人たちも同様に、例えば、富本とリーチは、1912（大正元）年に上野公園で開催された明治記念拓殖博覧会において、台湾の首飾りやアイヌの工芸品に強く惹かれるなど、柳とは別な形で、ある種民衆的な対象に関心を示していた〔富本1981, 473-477⁽⁷⁾〕。1920（大正9）年にリーチとともに渡英し、3年半ほどをイギリスで生活した濱田は、イギリスの古軟陶や伝統を活かした生活に注目しており、河井も中国陶磁の雑器に早くから関心を示していたという〔濱田2005a〕。民芸運動は、このように、（多少のベクトルの違いはあれど）類似した関心を有した面々が集い、柳を理論的支柱としつつ、スタートしたものでもあった。

他方、明治末期から昭和初期にかけては、そもそも、こうした「民衆的なもの」への関心が拡大していった時代でもあった。後の日本民俗学に繋がっていくような柳田の諸活動が活発化することはもちろん、渋沢敬三のアチック・ミュージアムや、柳田も関わっている白茅会の活動など民具や民家への関心が高まるのも同時期である〔丸山2013〕。

あるいは、民芸運動と類似の動きの1つとしてしばしば言及される、山本鼎による農民美術運動なども類似の系譜にあるといえる。山本は、画一的になされていた子供の美術教育に異を唱え、より「子供らしい」絵を描くことを推奨する児童自由画運動などを実践した版画家・画家であるが、それと平行して、1919（大正8）年に「農民美術建業之趣意」〔山本1919〕を発表し、金井正らと農民美術運動を立ち上げる〔上田市山本鼎記念館2006〕。農民美術運動は、山本が、信州上田地方の農民たちに対して、農閑期の副業として、工芸品の生産をさせることを目的としたもので、山本がロシアで見たペザントアートをヒントとしていた。「趣意」の発表と同年、上田の神川小学校に日本農民美術練習所を開設し、制作の指導を始め、数年で一定の成果をみるに至っている。1920年代の後半には、農林省の農村副業対策としての助成を受け、1930年には3府12県に49の「農美生産組合」が組織されるほど拡大・普及していったが、そうした山本の実践の背景には、「民衆によって民衆のためにつくられる芸術」への強い志向があったという〔山口・三橋・宮崎1995, 58-59〕。

ほかにも、モノに関わる対象としては、郷土玩具趣味などもあげることができるだろうか。明治後半に見られた江戸玩具趣味から、大正期になると地方に残る伝統玩具が、郷土玩具として注目され、創作玩具なども盛んとなった〔加藤2011〕。特定地域における新たな創作を基本とする農民美術運動に比して、創作を含みつつも、全国的な収集と、それによる新たな価値付けを行っていったという点を踏まえるならば、こちらの方が民芸運動により近いところがあるともいえよう。いずれにしても、この時期、民衆とモノの周辺には、様々な形で一定程度の関心が注がれていたといえる。

こうした状況が発生することについては、様々な解釈がありうるであろうと思うが、民芸運動における「民衆的なもの」の価値付けの展開を考えるならば、それは、権力に近いところからはじまった近代以降の「日本的なもの」の再評価が、徐々に周辺部を対象化していった過程として位置づけることができるかもしれない。すなわち、急速な近代化に対するカウンターのような側面も持ちつつ、例えば、明治維新後10年弱ほどでみられる城への文化的価値の付与〔木下2005〕や明治30年代からの茶の湯の復興〔熊倉1997〕など、江戸期の権力とその周辺の事象から再評価が始まり、最

終的に、価値付けされずに残っていた「民衆的なもの」へ、その流れが移ってきた過程として、である。実際に、柳が、「貴族」と「民衆」という対比で示そうとする「民芸」の価値は、一時代前に価値が定着した、「権力に近いもの」への対抗という側面も持っていた。

(2) 「江戸的なもの」の近代的発見

また、そこで価値づけられる「民衆的なもの」は、それに先んじる「城」や「茶の湯」がそうであったように、前近代的なもの、すなわち、「西洋化されていない」伝統的なもの（あるいは、そうであると思われているもの）である場合が多かった。例えば、郷土玩具の収集と研究を推進した有坂與太郎によれば、郷土玩具とは、「民謡や童謡と共に滅亡を急ぎつゝある原始的郷土芸術であって、諸外国には絶対に類例を見ない慢るべき民族芸術なのである。そうしてその郷土玩具に現はれて来る物語の総ては、我々祖先の生活が伝承された民衆の偽らない歴史でなければならない」[有坂1928, 44]という。多くの創作もあるが、その基本的な性質としては、「我々祖先の生活が伝承された民衆の偽らない歴史」が想定されていたといえる。他方、そうした価値付けそれ自体は、当然ながらしごく近代的な営為であり、対象の「近世性（あるいは江戸性）」が強調される一方で、それを価値付けていくための行為は、近代的な（広義の）メディアにおいて実践された。例えば、しばしば郷土玩具を特集した『旅と伝説』における、最初の「郷土玩具号」[『旅と伝説』1-6, 1928]に付記された「諸国郷土玩具調べ」は、都道府県別ではなく、「武蔵」「相模」「陸奥」など旧国別の一覧となっている。これは、郷土玩具という対象が近世由来のものであることを暗に示そうとしているのだろうが、その一方で、この一覧が掲載されたのは『旅と伝説』という雑誌、すなわち近代的なメディアであった。

図1 「日本民芸地図屏風」(芹沢銈介作, 1941年頃)
[筆者撮影 於:倉敷民藝館]

この点は、民芸の発見においても同様であった。それを明確に見て取れる一例が、「日本民芸地図屏風」である。この屏風は、1941年頃の作。運動同人の染色家・芹沢銈介によるもので、3隻16曲、縦が170cm、横の総計は1,332cmにもなる大作である。青森から沖縄までの日本全国の「民芸」を、芹沢が図案化した製品ごとのアイコンを地図上にプロットする形で示したもので、全国で539件⁽⁸⁾の民芸（産地）が示されている（図1）。ポイントは、その表現上の特色にある。図では、府県界が白色の実線で示されるが、より目立つのは、朱・浅緑・象牙・小豆・灰の5色で塗り分けられた旧国の方である。近代以降の行政区分ではなく、近世以前の旧国を重視する背景には、民芸と近世期の地域区分との関係を密なものとして示したいという意図があったろう。

その一方で、屏風という形上の制約から縦横比率の大きくゆがんだ日本図において、産地のおよその場所を明示しているのは、黒色の実線で描かれた鉄道網と白丸で示された主要駅（と駅名）である。こちらは、民芸運動の産地調査が、鉄道という近代的なインフラの発展と不可分であったことを類推させる。このように考えると、「日本民芸地図屏風」は、近世的なものの近代における発見という営為を、極めて明示的に見せているものであるといえる〔小畠2001、濱田2005b〕。

もちろん、重要なのは、発見のためのインフラだけではない。それを普及・啓蒙するためのそれも重要であり、その1つは、先の『旅と伝説』のような雑誌や写真・映画といった諸メディアであった。

(3) 新興の場としての百貨店

他方、近世的なものの近代における発見について、先述のようなメディア・インフラとともに、その普及・価値付けにおいて重要な役割を担ったものとして、百貨店という場もあった。

先述の通り、百貨店は、日本において美術館施設が確立する以前の段階において、重要な美術展示の空間であった。同時に、そうした展示空間をつくること、あるいは、そこにおいて大規模な展覧会を行うことは、百貨店の文化消費の先進性を創り出すことにも寄与していただろう。冒頭でも示した三越での光琳展は、美術史上において重要なイベントであったことはもちろんであるが、百貨店の側が、その文化的価値の高さを獲得するための戦略の1つとしても理解できる。と同時に、農民美術運動や民芸運動のような新興の運動体にとっては、百貨店での展覧会・イベントが、それぞれの運動を価値付けるという意味合いも持っていた。明確に位置づけることはできないが、後者の動きは、百貨店が文化的価値の獲得を目指して、様々な取り組みをなし、地位を一定程度確立させてから、その地位を活用するような動きとして確認できよう。

もちろん、百貨店という場が、文化的な価値をもつ最高位の場であったわけではない。そこは、一方では、かなり直接的に消費の場であり、瀬崎〔2008〕が分析してみせたように消費を喚起しようとする場、すなわち世俗的な場でもあった。例えば先にふれた文展についての近世期の批評に次のような記述がある。

徹頭徹尾個性の表現という貴族性に足場する芸術が、公衆の、従って又衆愚の批判を予想することは、芸術に取りては致命的の屈辱である。況や審査ということに多数決といふ芸術と両立すべからざる矛盾あるに於てをやである。かゝる屈辱を認めかかる矛盾を許しておきながら、

事後に至りて文展の描は類型化したとか装飾化したとか、三越呉服店の看板化したとか言ふのは、子供のダダ捏と少しも■ぶところがない。[「文展の意義」, 朝日新聞 1917.11.1], (■は判読不能な部分)

1907(明治40)年に上野公園を会場として始まった文展は、先んじる東京勸業博覧会から含めて、日本における美術の「観衆」を作り出すうえできわめて大きな役割を演じた[五十殿 2008]。この記事は、大正期の文展を批評的に扱ったもので、そもそも公募展とした段階で、世俗的なものとなっているのであるから、それに対して「類型化」や「装飾化」などという批判はあたらぬという旨のものであるが、興味深いのは、そうした世俗化の一例として「三越呉服店の看板化した」という声があったらしいという点である。この実際については、不勉強にして詳細を把握していないが、「徹頭徹尾個性の表現という貴族性」を持つべき「芸術」が、「公衆」や「愚衆」の面前において「致命的屈辱」を受ける、そうしたことに百貨店との関わりが指摘される。このことは、百貨店が、尖端的な場であると同時に、世俗的な場であると認識されていたことも示している。

しかしながら、尖端的な場でありながら、世俗的な消費の場でもあるという百貨店の特色は、新興の文化運動にとって重要な意味を持つ場合もあった。仮に新興の芸術運動であったとしても、そこで扱われるものが、なんらかの文化的な付加価値の付いた商品であった場合、その付加価値をさらに拡大させ強固なものにしていくために、尖端性と世俗性とを合わせ持つ百貨店はやはり理想的な場の1つであったといえるからである。同時に、冒頭で示したように、百貨店は、徐々に、尖端さよりも、先の記事でも批評されていたような「世俗さ」の割合が高まった空間ともなっていく。

ここでは、百貨店それ自体の文化的位置づけの変化も念頭におきつつ、民芸運動とその周辺を取り上げ、新興の存在であった運動同人たちが、自分達の活動を保障するものとして百貨店の尖端性を活用するような動きから、俗化し定番化した販売の場として百貨店を捉えるような状況までを、紹介・検討していきたい。

③……………個人作家たちと百貨店における展覧会

(1) 百貨店における美術部

民芸運動と百貨店との関わりは、運動体としての諸活動とともに、運動の同人となった工芸家らの芸術活動の場としてのそれとの2つの局面があったといえる。より直接的な関係を結んでいたという意味では、おそらく後者の方がそうであった。工芸家(を含む大半の美術作家)が生前に個展を行う場合、そのほとんどは展示即売の会として実施される。すなわち、作家たちにとっての展覧会は、新作品を発表・展示すると同時に、それらを販売する場でもある。欧米では、いわゆるギャラリー、美術画廊が、そうした場として一般的であるが、日本においては、それらに加えて、現在でも、百貨店が重要なものとして機能し続けている。

百貨店における美術は、明治期から様々にみることができる。冒頭で言及した、明治・大正期の三越百貨店での光琳展(と戦後の西武百貨店でのクレール展)は、販売を目的としない形で実施され

たもので、それが、百貨店の尖端性を高めたものであったであろうことを述べたが、一方で、百貨店における美術の場自体は、もともと現役作家らを扱うことを主として誕生した。日本で最初に美術部が設置されたのは、1907（明治40）年9月、三越の大阪本店においてであったが、その際、「新作の美術品のみを扱うということ」を信条として、「新美術部」と名付けられたという〔草薙2009, 2〕。美術部は、同年12月には、日本橋本店にも設置された。朝日新聞には、「同店にては今回美術部を店内一室に開きたり列品は新美術品のみにして未だ狭隘の為多数の陳列をなす能はざるも和洋絵画彫刻漆器等数十点あり作者は皆当代第一流を限り〔中略〕少量ながら現代美術の粋を蒐めたるの観あり」〔「三越呉服店の美術部」, 朝日新聞, 1907年12月2日〕と紹介され、やはり現役の作家らの新作を扱う場として紹介されている。美術部は、絵画を中心に始まるが、1910（明治43）年10月には、「第1回諸大家新作美術及び美術工芸品展覧会」が日本橋本店で開催され、宮川香山、板谷波山ら36名の工芸家の新作が陳列され、それは、「或意味に於ては明治年代の名作博覧会」とも言えるようなものであったという〔『三越タイムス』第8巻11号, 1910, 8-9〕。これは、その後も回を重ね、定例化していった。

その後、1911（明治44）年には、高島屋大阪店にも類似のスペースが設置され、それぞれに新進の作家らを集めたグループを組織し、そのグループ展を頻繁に開催するようになる。そのようにして、大正期には、「現在、日本の百貨店で現役作家の美術品を取り扱うこと」の基盤が整備されていった。そして「百貨店がさまざまな美術展、社会の耳目を集める多種多様な催事を開催するという、極めて日本的な事業形態の土台」も、同時期に確立されていった〔橋本2013, 15〕。

先述の通り、当時の日本においては、近代美術を主に扱う一定規模の美術館施設は存在していなかった。三越美術部の開設と同時期の1909（明治42）年に、皇室博物館内に表慶館が開設されたが、ここは博物館の附属施設で、美術展の会場としては十分なものではなかった。また、先述の文展などには、上野公園の竹之台陳列館が使われていたが、これは、1907（明治40）年の東京府東京勧業博覧会第二号館を再利用したものであり、「仮設的な性格を免れないもの」であったという〔五十殿2008, 117〕。不十分ながらも近現代美術の展示空間として、東京府美術館が開館するのは、1926（大正15）年のことであり、百貨店が美術の展示空間の1つとして、現在以上に大きな意味を持っていたであろうことは想像に難くない。

さて、民芸運動の周辺の作家たちも、もちろん、百貨店の美術空間に関わってくる。もっとも早いのは、富本憲吉であろうか。富本は、東京美術学校図案科に在学中の1908（明治41）年にイギリスに留学し、ウィリアム・モリスの思想などを最も早く日本に紹介した人物の1人である。イギリスからの帰国の船で同乗したイギリス人画家レジナルド・ターヴィーの紹介で、明治末年ころから、日本滞在中のバーナード・リーチと交流を持つようになる。他方、リーチは、1909年より日本に滞在しており、エッチングの講師などをして、生計を立てていた。彼は、1911年、とあるパーティにて楽焼を体験したことから陶芸に関心をもち、六世尾形乾山へ弟子入りする。その際に、通訳をしたのが富本で、通訳の過程で、富本も陶芸に親しむようになり、自分でも窯を築くまでになる。1913（大正2）年、三越日本橋本店で開催された「現代大家小芸術品陳列会」には、リーチとともに富本も楽焼の作品を出展している。さらに続けて、同年5月の「第1回十五日会美術工芸品展覧会」（大阪）および同時開催の「富本憲吉・津田清楓工芸作品展」（大阪）、11月には「第2回十五日会美術

工芸品展覧会」(大阪) および「第2回小芸術品陳列会」(日本橋), 翌1914年5月「第3回小芸術品陳列会」(日本橋), 6月「富本憲吉工芸試作品展覧会」(大阪)と, 立て続けに複数の展覧会に関わっていく [三越本社編 2009, 24-26]。

またここで一部の会のタイトルにも示されている「小芸術」という言葉には少し注目して良い。三越美術部における工芸関連展についてまとめた金子 [2009, 12-13] によれば, 草創期の三越美術部は, 先の「新作美術及び美術工芸品展覧会」にみられる「美術工芸」と「小芸術品展覧会」の「小芸術」を2つの軸として展開されていたという。「小芸術」とは, ウィリアム・モリスが絵画や彫刻などを「greater art」とし, 対して, 生活造形に関わる諸々を「lesser art」と呼んだものの翻訳であり, 富本もその日本への紹介者の1人であった。「現代大家小芸術品陳列会」を紹介した『三越タイムス』では, この展示について, 次のように説明されている。

其出品の種類は焼絵, 楽焼, 革細工, 薄鉄細工などいろいろございまして, それ等の技巧が, 手箱, 硯箱, 花入, 巻煙草入れなど, 日常の装飾的家具に応用されるのでございます。近来はかういふ装飾的美術品の流行の熱度が非常に高まってまゐりましたから, 意外に需要が多からうと存じます。[『三越タイムス』第11巻2号, 1913, 4]

再び金子 [2009] によれば, 三越美術部では, 「美術工芸」をいわゆる「大家」の工芸家達の作品として, 「小芸術」を新進の新しい雰囲気をもった芸術家らのそれとして, 用いていたという。この「小芸術」とは, 当時, 「新しい概念, 雰囲気, 感覚を持った言葉として受け入れられつつあった。



図2 「第2回小芸術品陳列会」の様子 [出展:『三越』(第3巻12号, 1913. 3)]

新しいスタイルを持った実用品というようなイメージに最適の言葉の1つであったのであろう。三越美術部はそれをいち早く取り上げたのである」[金子2009, 12]。実際に、第2回の「小芸術品展覧会」は、「風流は西洋にもあり、風雅は若い芸術家の中にも匂ひ出します。当店が11月20日から開催致しました小芸術品陳列会は、即ちハイカラ趣味の風流品、洋臭を帯びた風雅の極髓でございます」[『三越タイムス』第11巻15号, 1913, 5]と紹介されている(図2)。「十五日会」もそうした流れにあるグループであり、それらは、尖端の場としての百貨店を補強するものでもあったろう。そして民芸運動創始前夜において、富本、およびリーチは、ともにこの流れの中心人物でもあった(「小芸術」については、入江[2012]も参照のこと)。

(2) 鳩居堂から三越へ―事例としての濱田庄司―

また、河井寛次郎も運動同人のなかでは、比較的早くから百貨店で活動をしていた。東京高等工業学校窯業科を卒業し、京都市の陶磁器試験場に勤めていた河井は、1921(大正10)年に後に高島屋の支配人(当時は、東京高島屋宣伝部長)となる川勝堅一との知遇を得、この縁から同年5月に自身の作家としてのデビューとなる「第1回創作陶磁展」を東京高島屋で開催する。同じ年の11月には、大阪の高島屋でも「第1回創作陶磁展」を開いており、以後、晩年に至るまで高島屋(東京・大阪)が、河井の新作発表の第1の場となっていく[長谷川編2009]。川勝は、その後も河井を支援し続け、結果、川勝のコレクションは、河井の作品を初期から晩年に至るまで系統的に集寄せさせた良質のものとして形成された(現在は、京都国立近代美術館蔵となっている)。河井は、その作陶生活の大半を、高島屋と関わりながら展開させていったと言っても良いのかもしれない。

ただし、このようにデビューから百貨店が作品発表の場であった工芸家は、むしろ少数派であったのではないだろうか。先述の富本やリーチも、三越美術部において重要な意味を持つ美術展に関わりつつも、その一方で、自身の個展は、銀座の三笠画廊や神田流逸荘といった私設・個人ギャラリーにおいて開催する場合が多かった。その後、例えば、富本は、松坂屋や高島屋を主な作品発表の場としていく。それをステップアップと捉えて良いかどうかはおいておくとして、個人ギャラリーから百貨店へという展開は、現在の個人作家にもみられる流れでもある。

表1は、運動同人の陶芸家濱田庄司の戦前期の主な個展をまとめたものである。濱田は、東京高等工業学校で河井の直接の後輩にあたり、卒業後も河井の後を追うように、京都市陶磁器試験場に入所している。リーチや富本は、アマチュアでありながら、強い芸術意識を持ちつつ作陶を行うという、それまでにはないタイプの工芸家であり、その芸術意識の高さゆえ、近代的個人作家のパイオニアともされる。他方、河井と濱田は、近代的学校教育機関および研究機関で、その技術を身につけるといって、これもまた、徒弟的な教育によって技術を修得してきたそれまでの陶家出身の人々とは異なった、新しいタイプの工芸家らであった。

その濱田の陶芸家としてのデビューは、日本ではなく、イギリスでのことであった。1920(大正9)年、10年強におよぶ日本滞在を切り上げて陶芸家として帰英するリーチの誘いに応じて、濱田は、リーチの助手としてともにイギリスに渡り、コーンウォール半島西端のセント・アイヴスで、リーチとともに工房と窯を築き、リーチ・ポタリーの立ち上げに尽力する。そして1923年4月にロンドンのパターソンズ・ギャラリーにて自身の最初の個展を開催し、作家としてデビューするのである。

表1 濱田庄司の主な個展（戦前期）

年月日	企画名・会場	会場	備考
1923.4.28-	Pottery made and designed by Mr.Shoji Hamada	パターソンズ・ギャラリー、ロンドン	初回展，11月に第2回展
1925.12.5-10	「濱田庄司氏作 陶器展覧会」	銀座鳩居堂	日本での初回展
1926.5	(小個展)	東京・井関双山邸	
1926.11.22-16	「濱田庄司氏陶器展覧会」	銀座鳩居堂	第2回展，以後，1942年まで定例
1927(春)	(小個展)	東京・井関双山邸	
1927.1	(個展)	大阪・土佐堀青年会館	
1928.11	(個展)	東京・石丸重治邸	
1929.5	Exhibition of Pottery by Shoji Hamada	パターソンズ・ギャラリー、ロンドン	
1930.10.1-5	「濱田庄司氏陶器展覧会」	大阪三越	三越での初回展，以後，晩年まで定例
1931.5	「濱田庄司陶器頒布会」	京都大毎会館	
1931.5	(小個展)	東京・倉橋藤治郎邸	
1939.9.6-13	「濱田庄司作陶展覧会」	東京三越	東京(日本橋)三越での初回展，以後，晩年まで定例

資料)公益財団法人濱田庄司記念益子参考館所蔵の展覧会DM等より著者作成。

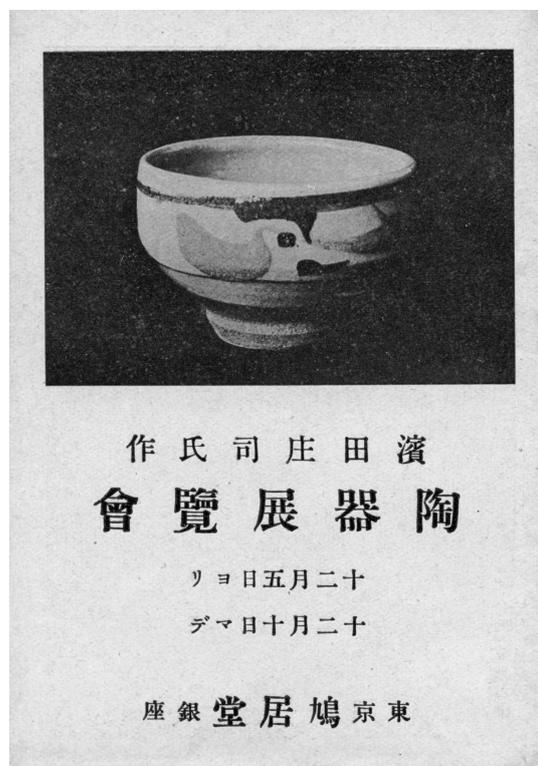


図3 「濱田庄司氏作 陶器展覧會」DM
(1925, 鳩居堂)

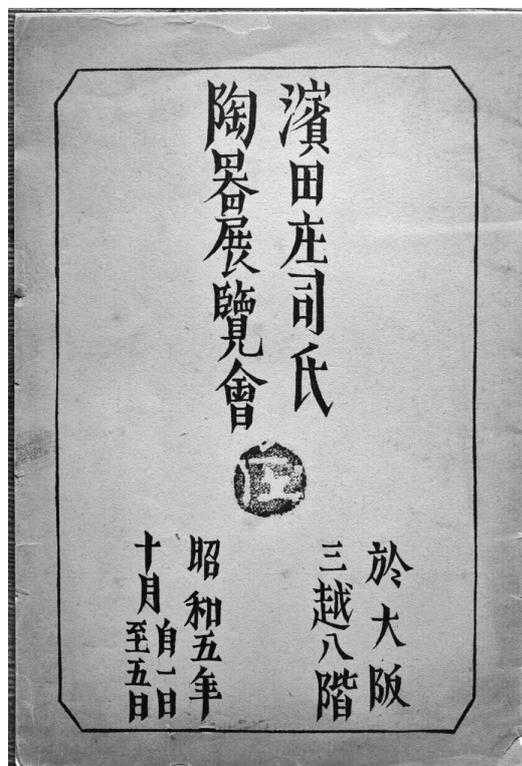


図4 「濱田庄司氏 陶器展覧會」カタログ
(1930, 大阪三越)

その後、関東大震災の知らせをきっかけの1つとして帰国するとほどなく、栃木県の益子、京都の河井窯、沖縄県の壺屋の3箇所を中心に新たな作品の創作にあたった。そして日本でのデビューとなる個展が、1925年12月に銀座の鳩居堂において開催された(図3)。鳩居堂での個展は、翌年から定例化され、開催時期などの変動はあるものの、1942年まで継続して開催されていたことが分かっている[濱田2014b]。対して、百貨店との関係が出来るのは、少し遅れて1930年の大阪三越でのことである(図4)。また、鳩居堂との関係からか、日本橋本店の個展は、1939年が最初となっている。しかしその後は、河井の高島屋と同様に、三越(日本橋・大阪)が、新作を公開する主な場となっていく。

濱田が、三越で個展をするようになる経緯については詳細を把握していないが、1930年の大阪三越での最初の個展に際しては、山口吉郎兵衛・片岡安・山本為三郎の3人の連名による推薦文が付されており、美術に造詣の深い関西の財界人の支援を一定程度受けてのことであったことが推測される。濱田の作風は、いわゆる「民芸的なもの」を自作のモチーフとして、「使うことができる」作品をつくるというものであったが、それは、鳩居堂での初回展について、「そこには壺がある土瓶がある火鉢がある蓋物が花瓶が……そしてそれらは近時輩出する小才子流の写し物作家、型にはまった置物作家の群をヘイゲイしで立っているだけでも痛快を叫ばしめる◇而し一見うす汚い中に本質的な光と美しさをハダカの儘で語るこれらの作品がどう展開して進むのか、それが待たれる」[「濱田庄司氏の作陶処女個展」読売新聞、1925.12.6]という評があったように、「土瓶」や「火鉢」など、一見すると文字通り雑器と思えそうなものを、芸術作品としてアウトプットするというものでもあった。その意図をより積極的に伝えるためには、百貨店という尖端の場での個展の開催は、作陶に対するより強固な後ろ盾とより広い消費者との接点の獲得という意味で、濱田にとってのある種のステップアップでもあったろう。

他方、三越での個展がルーティン化して以降、とくに戦後になると今度は、濱田庄司という存在が、百貨店にとって重要な商品ともなっていたろう。1955年に無形文化財保持者としての認定を受け、1968年に文化勲章を受章した濱田は、戦後の日本陶芸界における人気作家の1人でもあり、1960年代後半以降の個展では、初日に大勢の人がつめかけたという。ここで詳細を検討するゆとりはないが、そこは、比較をすれば相対的に、より「世俗さ」の高まった「定番の」場としてあったのではないだろうか。

先にも述べたように、美術部をはじめとする百貨店における幅広い美術支援は、光琳展も含めて、百貨店それ自体の尖端性や文化的価値の向上に大きな役割を果たしたであろう。そこには、前節でみた富本らの「小芸術」も関わっていたはずである。これらは、百貨店の展開としてだけでなく、美術史・工芸史の展開を考えるうえでも興味深い出来事を多数示してくれる。同時に、大正期以降、濱田も含めた新しいタイプの作家らにとって、そこは、大衆性と尖端性を同時に得ることができ得る場であり、また展示即売と新興の美術が結びつく場として、独特の価値と意味を有したものであった。近年、それは変化しつつあるのかもしれないが、この点において、百貨店が、戦後も含めて重要な意味を持ち続けたのは間違いなく、民芸運動の同人たちも、それぞれの活動のなかでその場と様々に結びつきながら、その活動を展開させていったわけである。

一方、こうした尖端性は、新しい価値観を広く流布させようとする文化運動にとっては、より重

要となってくる可能性もある。次に、民芸運動という運動体との関わりからこの点を考えてみよう。

④……………民芸運動の1920-30年代と百貨店

(1) 百貨店以前の展示から

表2は、民芸運動の胎動期から日本民藝館が開館する1936年までの、組織としての民芸運動が主催⁽¹⁰⁾となって開催された主な企画展の一覧である（一部、関連の展覧会も含まれる）。柳を中心とする運動同人は、大正後半から様々な形で、後に日本民藝館に収蔵されるような品々を収集しはじめていたが、同館の開館まで常設の展示施設を持たなかった。その結果、そのコレクションの展示は、期間限定の企画・イベントのなかで公開されることとなっており、その意味において、表2に示したような企画展は、運動にとってきわめて重要なものであった。

その点からいって、最初期において大きな意味を持ったのは、東京・上野で開催された大礼記念国産振興東京博覧会に出展されたパビリオン「民芸館」と、京都大毎会館で開催された「日本民芸品展覧会」の2つであろう。大礼博の「民芸館」は、以前からの運動の支援者の1人であり、同博覧会の事務総長を務めた倉橋藤治郎の声かけにより実現したものであった。出展に際しては、やはり運動の初期からの支援者であった高林兵衛の協力のもと、建物の設計も含めて、パビリオンの構成全体を柳ら自身が手がけている。建物は、「純日本式古風」あるいは「古風の日本式」を目指し

表2 民芸運動関連の主要な企画展(~1935)

年月日	企画名・会場	会場
1921.5.7-15	「朝鮮民族美術展覧会」(白樺主催)	神田流逸荘
1922.10.5-7	「李朝陶磁器展覧会」	朝鮮貴族会館
1925.4.28-5.2	「木喰五行上人木彫仏展覧会」	帝大仏教青年会館
1925.6.16-17	「木喰五行上人木彫仏展覧会」	丸の内華族会館
1927.6.22-26	「日本民芸品展覧会」	銀座鳩居堂
1928.3.24-5.22	「民芸館」(パビリオン)	大礼記念国産振興東京博覧会
1929.3.15-17	「日本民芸品展覧会(下手物工芸展覧会)」	京都大毎会館
1929.12.9-13	「西欧工芸品展覧会」	銀座鳩居堂
1931.7.3-7	「英国陶工作品展覧会」	大阪丸善
1931.10.17-19	「山陰新民芸展」	京都大毎会館
1931.11	「日本民芸品展覧会」	愛知県商品陳列所
1932.5.6-11	「山陰民芸品展覧会」	大阪高島屋
1932.5.14-	「全国民芸品展覧会」	日本橋白木屋
1932.10.9-11	「山陰新民芸品展覧会」	京都高島屋
1932.10.8-12	「朝鮮陶磁器展覧会」(雑誌工芸主催)	野島康三郎(東京小石川)
1932.10.15-19	「第2回民芸品展覧会」(雑誌工芸主催)	野島康三郎(東京小石川)
1932.10.26-30	「第2回山陰新民芸展」	大阪高島屋
1933.4.1-7	「新工芸総合展覧会」	東京高島屋
1933.10.20-25	「総合民芸展覧会」	大阪高島屋
1934.3.5-3.10	「現代日本民窯展覧会」	上野松坂屋
1934.11.16-23	「現代日本民芸展覧会」	東京高島屋
1935.4.23-28	「現代日本民芸展覧会」	大阪南海高島屋

注) 海外で開催されたものおよび単独~数人の個人を対象としたものは含まない。
資料) 『柳宗悦全集 第22巻下』筑摩書房, 1992ほか。

て建てられた35坪の木造平屋建であり、室内に、運動のそれまでの収集品および河井や濱田らの作家作品および、柳によって組織されていた京都の上加茂民芸協団の成果となる諸作品が展示され、運動が示す「民芸的」な生活スタイルをモデルルーム的に広く公開するというものであった〔大礼博の「民芸館」については、藤田・川島ほか2010、濱田2010を参照〕。それは、柳らにとっては、「日本にもこんな民芸がある、其れを日常生活にいかん利用し得るかこんなことを知らせるのによい機会」〔柳1928b, 157〕であったという。博覧会という不特定の層に開かれた場における活動の公開は、この少し後に百貨店での展示が担う役割に近いところがある。

大礼博の「民芸館」は、住宅を模したパビリオンという展示空間ゆえに展示できるものや量の制限も大きいものでもあった。対して、京都大毎会館で開催された「日本民芸品展覧会」(図5)は、それまでのコレクションを網羅的に示した最初の大規模な企画であったと言って良い。大毎京都会館が会場として提供されたのには、大阪毎日新聞社京都支局長・岩井武俊の強力な支援があった。展覧会の目録には、「陶器」「木、竹、漆、金工類」「民画」「染織類」と分類された展示品が、計339点が示されている〔日本民芸美術館1929〕。展覧会を紹介した当時の新聞記事によると「同人の柳、河井、青田、濱田の諸氏から東京、静岡、浜松、岐阜、大阪、神戸、京都各地の蒐集家が方々を廻って探し求めた日本の民芸品約五百点に上り会場の都合で一時に展観が出来ぬから三日各日大部分は陳列替をすることになって」いたという〔大毎会館で催す^{げてもの}下手物工芸展覧会 工芸認識は直観によって開ける事を説明される, 大阪毎日新聞(京都版), 1929.3.13〕。

さて、柳は、この『目録』において、展覧会の目的を「一つには美への見方の修正であり、又閑却されたものへの弁明」であり、「一つの明確な美の規範を提出しようとするものである」とする〔柳1929a〕。では、この「美への見方の修正」とは、具体的には、次のようなものとして提示される。少し長くなるが、この時点において柳らが、何に対するアンチとして自分達の運動を位置づけ

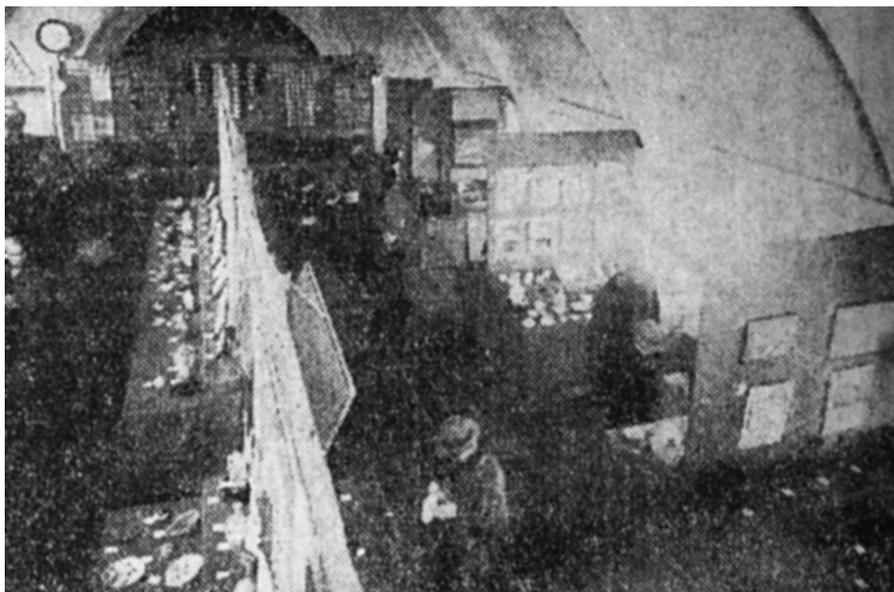


図5 「日本民芸品展覧会」(京都大毎会館)の様子
〔出展: 京都毎日新聞, 1929.3.16〕

ているのかを示すものでもあるので、以下に引用したい。

此「下手物」への驚きは、私達自らの心境に革命を齎たらすだけの力があつたのです。私達には見得なかつた視野が開かれてきました。そうして其展望は、在来の光景を一変して了つたのです。それは一つの価値転倒でした。なぜなら在銘のものより無銘なものがより深い美を示したからです。主我の念に立つものより無心に生まれたものが更に高い美を語つたからです。そうして稀により出来ない高価なものより、沢山出来た安いものに一層の美が見出されてゐるからです。あの美を旨とし技巧に腐心したものより、日々の実用に適ふ様にと作られたものが、尚豊かな美を現してゐるからです。感興に頼る作よりも、単調な反復に汗ばむ労力の作が、いや美しき姿を示したからです。そうして錯雑な丹念なものより、簡素な単純なものに勝味が常にあるからです。そうして一個人の作為よりも、伝統の継承が、一層驚くべき創造を産むからです。そうして自由よりも秩序が、単独よりも協力が、個人よりも社会が、美の生みの母である事を知るに至つたからです。そうして人間の智慧よりも、自然の叡智が如何に卓越するかを目前に見せられたからです。かくて平凡と蔑まれる世界に、真に非凡な力を見出さないわけにゆきませんでした。否、凡庸と云はれる民衆からこそ、かゝる高い美が生まれるのであるのを理解するに至つたのです。[柳 1929a]

少なくとも初期の民芸運動にとって、その実践を示すことは、多分に啓蒙的な要素を含んでいた。上記の文章からは、例えば、「主我」に対して「無心」を、「稀により出来ない高価なもの」に対して「沢山できた安いもの」を、それぞれ対比的に示すことで、既存の美意識に対して、自分達の新たな価値観を強く示そうとする意図が伝わってくる。また『目録』巻末に収録された「蒐集余録」には、「私達は最初何度馬鹿にされたか知れません。つまらないものゝ買手だと云つて。併し馬鹿にされる程、有り難かつたわけです。幸にも馬鹿になり乍ら、安く沢山手に入れてゆけました」[柳 1929b]と、自分達の価値観が既存のそれとは異なることを別な形で改めて強調している。

実際、こうした意図は、一定程度受容されたようで、京都毎日新聞における展覧会評では、「芸術意識の上に芸術を組み立てようと企まないこと、デコラティブでないこと、費されたる貨幣の量に比例しようと心掛けないこと、今や新しい芸術はかゝる準備のものに出発しようとしてゐる」[牧 1929]と好意的に評価されている。会初日には500人の人出があつたことを含め、会全体が盛況であつたことも記録されている。「名工も及ばぬ巧さと健康さ 立派な姿を並べた下手物工芸展」京都毎日新聞 1929.3.16、「下手物工芸展 人の目をひく陶画の鉢や皿 陳列替の物も多く第二日も上景気」京都毎日新聞 1926.3.17。他に、後に民芸運動にも関わり、国際基督教大学の学長などを務めた湯浅八郎や著名な人類学者となる金関丈夫らは、この展覧会に大きな衝撃を受け、ほどなく京都民芸同好会という組織を立ち上げるというようなこともあつた[京都民芸同好会 1933,1935]。このように、一定程度好評を博した展覧会であつたが、一方で、連日の展示替など、ここでも会場は手狭であつたこともうかがえる。順調に拡大していかんとする運動にとって、より大規模な展示の空間も必要となつていったらう。

(2) 日本民藝館設置以前の展示と百貨店

日本民藝館という常設の展示施設が整備される以前において、そうした希望を満たす空間の1つはやはり百貨店であった。また、先述の通り、そうした新しい価値観・思想を広めるのにあたって、百貨店はとても有用なメディアでもある。例えば、農民美術運動では、百貨店での展覧会の開催がよりダイレクトに目指されていた。山本鼎らの農民美術は、1920（大正9）年に日本橋の三越で最初の展示即売会を行っている。即売会は好評で、とりわけ翌年の第2回展では、出品作は完売になったという〔『三越』第11巻7号、1921、28-29〕。農民美術運動のような、新たな「商品」の開発を目的としていた動きにとって、中央の百貨店で成果を残すということは様々な点において重要な意味を持ったろう。先の「蒐集余録」〔柳1929b〕に自分たちが、どのように収集してきたかを詳述するように、モノを買う（あるいは、売る）こと、すなわち消費することに関わる民芸運動にとってもそれは同様であった。

実際に、民芸運動は、その活動の進展にともなって、百貨店という空間を積極的に活用していくようになる。表2からも、その会場が、ギャラリーや公共の会館および博覧会のような短期間の特定の施設から、百貨店へと移行していくことが分かるだろう。こうした展開は、前章でみた濱田庄司の流れと類似したものであり、強固な後ろ盾とより広い消費者との接点の獲得というその意味合いもほぼ同様であると言えよう。

その最初は、1932年に大阪高島屋で開催された「山陰民芸品展覧会」であったろうか。「機械工業品の冷かさと不健全さに飽き初めた人々の心の中へしつくり食い入つて、「都会人を喜ばせた」という〔『輝く・ニツの民芸展』、大阪毎日新聞（京都版）1932.11.9〕。そして、これを皮切りに、ほどなくいくつかの重要な企画展が百貨店において催されていく。特に、1934年と翌35年とに東京と大阪の高島屋で開催された「現代日本民芸展覧会」は、日本民藝館設置前夜における重要な展覧会

であった。前者は、およそ2万点の、後者は数千点の出品があったという〔『年譜』、『柳宗悦全集22巻下』筑摩書房、1992、261-262〕。彼らは、これに先だって、上野松坂屋において「現代日本民窯展覧会」という陶磁器のみを対象とした企画を実施しているが、それに続いて実施された高島屋での展覧会は、柳たち民芸同人が、この会のために「日本の主要な地方の殆ど凡てを廻り、準備したもので、「民芸の凡ての部門に亘るので種目が広く、吾々が今まで試みた会では最大のものとなる」とされるものであった〔柳1934、111〕。また、東京展については、機関誌『工芸』の記念号（第47号）が発行された。これは、同誌スタート以来最大の図版数（47枚）を持ち、5編の論考とともに、72頁にわたる図版解説および「加工材料ニ依ル産地別民芸品索引」等複数の索引を加えたもので、上記「現代日本民窯展覧会」の特集号〔『工芸』第39号、1934〕を姉妹編に、全国

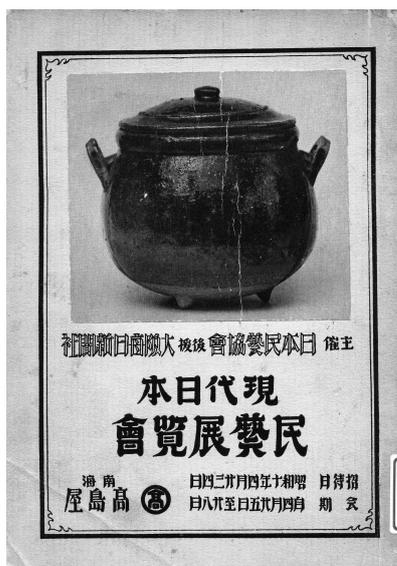


図6 「現代日本民芸展覧会」カタログ
(1935、南海高島屋)

いという念願による。併し広める道筋を得ずば理想が充たされる日が遠い。然るに今度阪急百貨店が、進んで各地の民芸品の常設売場を三階に設けられるやうになったことは、極めて社会的意義が大きいと思ふ。其の売場は著しい特色を發揮することと思ふ。地方の工人達も此のことを知って益々品物をよくすることに努力するに違ひない。日本の各地にはまだいいものが匿れて沢山ある。買手はそれ等のものに一つの場所で逢へるのであるからこんな便宜なことはない。作り手と売り手と買い手とのよい協力で、此の新しい企画が榮へゆくことを希って止まない。[柳 1937, 745]

ここでは、百貨店に設けられた民芸品の常設の売場を「作り手と売り手と買い手とのよい協力」の場であるとし、「極めて社会的意義が大きい」と評価している。これは、あくまで常設の「売場」についてのものであって、先述のような企画展と直接に関わるものではないが、少なくとも一面において、こうした「社会的意義」を、百貨店での企画展にも意識していたであろう。

(3) 商品としての民芸と百貨店—貴族／民衆から中央／地方へ—

ところで、こうした「作り手と売り手と買い手とのよい協力」は、運動の草創期からあったわけではない。柳らの初期の収集品は、京都大毎会館での『日本民芸品展覧会目録』からの引用にもみられたように、「貴族／民衆」「上手／下手」という階層的な二項の対比から、後者を称揚する視点をその基礎としており、すべてではないが、地方特有の工芸品というよりも、かつての都市生活や都市での生業に使われていたもの、あるいは、日本でかつて広く使われていたものなどがピックアップされている。すなわち、この段階においては、それは現行品というよりも、過去の生産物であって、少なくともそこには現役の「作り手」は存在しなかった。それが、1930年の前後になると、「中央／地方」という空間的な相違に力点が移行し、地方の現行の手工芸を主軸する方向へと、ある種の転換がみられるのである[濱田 2013, 42-45]。

この転換は、本章の第1節および2節で紹介した企画展（すなわち、1929年の「日本民芸品展覧会」と1934-35年の「現代日本民芸展覧会」）のちょうど間に起こっている。例えば先に引用した「日本民芸品展覧会」の『目録』の文章には、地方性や郷土性への強調はあまりみられない。また、展示品の多くも古作であったはずである。実際に、その展示は、「モダンな大毎会館が昨朝はまるで骨董商の店のやうな姿に変わる」「[名工も及ばぬ巧さと健康さ 立派な姿を並べた下手工芸展]、京都毎日新聞 1929.3.16」と、それが「モダン」に対比されつつ「骨董商」という言葉で表現されている。また、先述の京都民芸同好会も、会が組織されるに至る契機について、この展覧会からうけた大きな衝撃をあげた上で、次のように述べている。

けれどもまた同時に、吾々は非常に力強く感じたのでした。それは、そこに陳列してあったもの三百三十九点の悉くが、何れも吾人に見覚えのあるもの見馴れたものである事でした。將に忘れかけんとしつゝある夢を、はっきり想ひ浮かべ様な気が致しました。我々の生活から今一步で脱落しようとしてゐるものばかりでした。うちの納屋か、蔵の縁の下かに、まだあると思はれるもののみでした。[京都民芸同好会 1935, 4]

ここに展示されていたものは、「納屋か、蔵の縁の下かに、まだあると思はれる」ようなもの、すなわち、少し以前に使われ、当時の生活からは、徐々に消えつつあるようなものであったわけである。それは、1931年に愛知県商品陳列所で開催された展覧会でも同様で、その展示品は、「明治初年前後に使用されてゐた民器の中ですでに全く忘れられてしまつた珍しいもの」であったという〔「忘れられた珍しい作品 明治初年ごろの民器民画を出陳」, 大阪毎日新聞(名古屋版), 1931年10月31日〕。

その一方で、同じ1931年の「山陰新民芸展」は、鳥取拠点として活動を推進した吉田璋也らの指導によってつくられた現行品(新作)であった(鳥取での展開については、入江[2010], 木谷編[2015]参照)。すなわち、1931年にみられた2つの展覧会の近辺を境に、運動のなかに、現行品が、より具体的には、地方の現行の手工芸品が多く入り込んでくることとなるのである。それは、同時期に続けて開店するいくつかの民芸店の動きとも連動したものであるといえるかもしれない。例えば、先述の「たくみ」の他にも、1931年には東京京橋に諸国民芸店「水澤」が、1932年には銀座に「港屋」が出店する。このうち、「水澤」は、同店が小店であったこともあり、銀座資生堂3階ホールにて開店披露展として「諸国民芸品展」を開催しているが[富山監1995, 112], この民芸展について、柳は、「買手の側」から見て良いと思うものは作家の品にはあるが、それは普段使いとしては高価であり、また「今時都の店頭に列んでゐる殆ど総てのもの」は質が良くないとした上で、次のように述べる。

だがこの間に立つて独りいゝのは、地方に埋もれてゐる工芸品である。特に雑用品の方は伝統がよく残つて、値も安く然も美しさが保たれてゐる。私達の要求を一番よく満たしてくれるのは、かゝる地方の工芸品である。だが惜しい事には地方的であつて普遍的ではない。土地を離れた遠くの人の目には触れつこない。[中略]銀座の資生堂でこの四日から五日間開かれる一つの会がある。正に長い間私の渴望してゐた会なのである。色々な意味で近來にない出色の工芸展と云つていゝ。選ばれた品を見ると、こんなものが日本にまだあるのかと思ふ人があるであろう。こゝでは生活に結ばる工芸品に逢へる。[中略]私はこの会を計画した水澤君に感謝してゐる。そうして色々な家庭にこれ等の工芸品が入つて家の人に来る客によるこぼれることを想像している。[柳1931, 202]

ここでは、文字通り、日常的に使用するための商品としての「民芸」の存在が求められている。そしてそれは、「こんなものが日本にまだあるのか」とあるように、基本的に現行品であった。

こうした方向性は、百貨店における展覧会にも引き継がれており、運動の最初の百貨店での展覧会であろう1932年の「山陰民芸品展覧会」でも、柳は、「織物、陶器、木竹工、漆器、紙類等々、買手はその中から容易に美しいものを引き出す事が出来る。何か正しい作物を家庭に取り入れたいと志される方々には類のない会であろう」[柳1932, 740]と、この展覧会を紹介している。もっとも、ここで取り上げられたものには、吉田璋也の指導による「〈民芸〉の事後的な創造」[入江2010, 30]としての「新作民芸」も多く含まれていた。その意味では、1934-35年の高島屋での「現代日本民芸展覧会」の方が、地方の現行品の発掘というイメージに近いだろうか。例えば、東京高島屋での「現代日本民芸展覧会」の記念号となる『工芸』第47号では、「此の号は現存する日本民芸の重要なも

の、目録たる役割を勤める。其の大部分は伝統的な品物である。新作で拾へるものは非常に少ない」とあるが、同時に、「各地を廻ってみて、如何にまだいゝ職人が多いからに気付かない訳にゆかない」[柳 1934, 111-112] とされるように、ここでの対象が、伝統的ではあるが、当ても生産が（細々とであっても）継続されていたものを中心としていたことがうかがえる。さらに、ここではそれらの「正しい美しさ」を「病的な都会生活を蘇生させる」ために、「都会人」へ知らしめたいとの意図もあった [「埋もれた民芸の正しい美しさこれを都会へ取返したい」, 大阪毎日新聞 1935.8.25]。

民芸運動における百貨店での企画展覧会が、こうした運動の転換と、まさに重なってスタートしているのは、偶然ではないだろう。モノにかかわる新しい文化運動であった民芸運動が、近過去の古作から、地方の現行品へと転換していこうとするなかで、新しい志向についての啓蒙と商品の流通という2点を広く充たす場として百貨店は最適であったからである。そして、啓蒙と消費という2つの側面は、1936年に大原孫三郎の支援を受けて、東京駒場に日本民藝館が開館すると、民芸館と百貨店という役割分担であるかのように展開していくこととなった。[金谷 1996.73]

例えば、1934年と1935年の高島屋における「現代日本民芸展覧会」は、(未確認であるが)即売をともなったものではなかったはずである。しかし、民芸館開館後は、百貨店で開催される民芸運動関連の企画展は、多くの場合、展示即売を主とするものとなっていった。金谷 [1996, 77] は、民芸運動の展示には「美術展示」「モデルルーム展示」「物産展的展示」の3種があるとするが、最後の「物産展的展示」は、現行品としての「民芸品」を扱う場合に主に用いられ、より広い購買層の開拓を目的して行われた展示方法であると指摘する。この展示手法は、民芸館においても時折用いられたというが、より明確に展開されたのは、百貨店においてであった。金谷は、その事例の1つとして、1940年に日本橋三越で開催された「東北民芸品展覧会」(雪国協会・日本民芸協会主催, 1940年6月23～29日)をあげているが、その新聞広告(図9)には、「東北六県より募集せる郷土色豊かな民芸品を陳列併せて即売いたします」と、文字通り、「物産展的」紹介が示されている。



図9 「東北民芸品展覧会」新聞広告
[出典:朝日新聞, 1940.6.23]

一方、日本民藝館では、戦後、1951年に現在も継続している公募展であり即売展でもある「日本民藝館展」⁽¹¹⁾を開催する。当初、類似の展覧会が三越でも開催されており、1955年に日本民藝館で開催された「日本民藝館新作展」の審査員長をした柳悦孝が、同年に日本橋三越で開催された「日本民芸協会展」との主旨の違いについて、「日本民藝館新作展は、個人的な仕事や協力の仕事、伝統の仕事でも今年新しく計画し研究製作した新作品を展望し、それを検討し合い、来年までに完成させ、商品として適するものとし、次の年の（日本民芸）協会展に出品するように考えています」[『民藝』28, 1955]と述べているように、試作・コンセプトの深化の場としての民芸館と商品化されたものの販売の場としての百貨店と、2つの会の意味を区別して捉えていたという[『民藝』編集委員会 2014, 19]。ここに象徴的に示されているように、特に戦後においては、日本民藝館と百貨店との目的の峻別が明確になり、百貨店は商品としての「民芸」の場としての役割を強めていった。

おわりに —「尖端」から「定番」へ?—

ここまで、同人作家らも含めて、民芸運動という文化運動と百貨店との関わりについて、大雑把に確認してきた。大正末期にスタートする民芸運動にとっては、百貨店は、自分たちの新しい価値観の後ろ盾となりつつ、それをより広く人口に膾炙させるために、きわめて有用であった。とりわけ、運動が、現行の地方手工芸へとそのままの軸足を移していった1930年代以降は、「消費」の場としての百貨店の意味はより大きなものとなっていったといえる。

他方、本稿では別立てのような扱いになってしまったが、運動に参加した同人作家達にとっても百貨店は重要な活動の場であった。ここでは、濱田庄司を事例として確認したように、個人ギャラリーから百貨店へ、そしてその定例化という流れは、現在の工芸作家たちにもみられる流れであり、現役作家活動の場としての百貨店のあり方は、幾人かの運動同人にも等しく当てはまる場所であった。

そうした過程とも部分的に軌を一にしながら、民芸という対象もまた、着々と一般し、ときに世俗化と捉えられるような状況をも見せていく。先に示した図9では、「東北民芸品」としてこけしと三春駒（であろうか）がイラスト化されているが、こうした図像のあり方などに、その前兆をみることができるだろうか。そして、戦後、とくに高度成長期を迎えたころから、「民芸ブーム」という民芸の一大消費ブームが起こる。以下は、そのころに上野松坂屋で開催された民芸品の物産展について紹介した新聞記事である。

ダム建設のため、やがて湖底に沈む山形県米沢市の水窟、前ヶ沢、中荒井の三地区には、雪どけを待って東京をはじめ広島、九州、大阪の骨とう業者が繰込み、さまざまな買集め合戦を繰り広げていた。[中略] 農家たちは「もうイロリも使わない。電気ゴタツだから」と、ほこりをかぶった自在カギを取出して「ハイ五百円だネ」。むかしの人形が一つ五十円から三百円、そば口茶碗五個で百円。

東京・上野の松坂屋ではさきごろ、これら古民具類を集めて「ゲテモノ大バーゲン」を開いた。ススを払った自在カギが一万五千元。人形には千五百円の正札がさがったが、年寄りから

若い人まですごい人気で、またたく間に売りつくした。[中略] 業者の一人は「終戦直後には、古い家柄の家から、どっと骨とう品が流れ出た。しかし美術品には限りがある。いまは、どうしても民芸品で、ひとヤマ当てなければならぬ。水没農家は絶好のアナ場」という。[[「民芸品ブーム 山村へどっと骨とう業者 古道具何でもOK 高値に農家もびっくり」朝日新聞, 1970.6.1]

消費の場としての側面が進展していく過程で、あるいは、民芸にまつわる文化消費が進展していく過程で、それらは、民芸運動から切り離された一般名詞として使用され消費されていくようになっていく。と同時に、例えば、三越においては、「陶芸の世界的巨匠、濱田庄司先生恒例の年次作品発表展を開催致します」などとして濱田庄司の個展が恒例のものとして開催される〔濱田庄司作陶展〕DM, 日本橋三越, 1970.12.15-20〕。結果、「民芸」とは、かたや「ゲテモノ大バーゲン」にて提示されるような、またかたや「巨匠」の芸術作品として示されるような、2極化したものとして、展開していったようにもみえる。

はじめににおいて、高度成長期以後のセゾングループの台頭について触れたが、例えば、1970～80年代に、「〇〇民芸展」といった企画がパルコのような消費空間において、実施されたことはおそらくない。また、同人作家の個展も同様であろう。パルコをある時代の先端の場であるとするならば、民芸的な対象は、この時代において、そのような場で消費されるものではなかったということであろう。それが、冒頭のヒカリエの事例でみたように、近年変化してきている。筆者が関わった事柄から、2つ紹介しよう。2005年、雑誌『ブルータス』[573号, マガジンハウス]において、「濱田庄司を知っていますか?」という特集が組まれた。筆者も特集名と同名の一文を寄せたものであるが〔濱田2005c〕、ここで特集のタイトルが、「知っていますか?」とされているのは、同誌の主な読者層(20代後半から30代にかけての世代であろうか)が、濱田庄司を「知らない」ことを前提にしていることの現れであろう。同時に、それを当該の読者層に知ってもらいたいというメッセージでもあるはずである。すなわち、この時期、濱田庄司という民芸運動の同人作家が、(先端かどうかは分からないが)比較的若年層をターゲットとする媒体における対象の1つとして位置づけられるようになったのである。

また、哲学者の鞍田崇は、近年の民芸受容を扱った近著において、この数年の間に、これまでとは違うかたちで民芸に対する「共感」を示す人々が登場してきたことを指摘している〔鞍田2015, 30-42〕。そのなかで筆者が関わった『あたらしい教科書11 民芸』〔濱田ほか監2007〕が、その「共感」を有している層をターゲットしたものの先駆けをなしたものとして位置づけられた〔鞍田2015, 39〕⁽¹²⁾。こうした動きは、鞍田も示すように、民芸や手仕事をめぐる新たな動向を示していると同時に、少し以前まで民芸や手仕事(濱田庄司を「知らない」ように)そのような注目の対象でなかったことも物語っている。

実際に、やはり、民芸への新たな「共感」を示す1人で、インテリアデザイン等を手がけるランドスケーププロダクツ代表の中原慎一郎は、2003年に京都のアサヒビール大山崎山荘美術館にて行った企画展「MINGEI × LANDSCAPE PRODUCTS」の図録において、その近年まで、民芸を「地方の土産物というような見方」で捉えていたと述べている〔中原2003, 5〕。それは、いわば、「ゲテモノ大バーゲン」的な理解のあり方であり、戦前期において、ある種の「先端」であった民芸が、

百貨店という場ともに、世俗化・定番化したことを語るものでもあろう。

本稿においては、戦前期の状況を中心に確認してきたため、この「定番化」の過程については、十分に論じることができていないが、地方物産展と個人作家の個展とが錯綜する形で定着していく百貨店の美術・工芸消費と、「先端」の場の変遷とを、さらに広い視点において検討することは、戦後日本の文化消費を考える上でも重要であろう。今後の課題としたいところである。

〔付記〕

本稿の調査や資料の使用に際して、公益財団法人日本民藝館の主任学芸員である杉山享司氏には、格別の配慮をいただきました。末筆ながら、感謝申し上げます。

註

(1)——「尖端の埃」は、小出の没（1931年）後に出版された随筆集『大切な雰囲気』（1936）に所収された文章で、昭和初期に書かれたものであるという〔芳賀2009, 6〕

(2)——もっとも、同時代の工芸家らも、実際は、「用」を捨てたのではなく、同時代における有用性などを様々に検討していたことが指摘されている〔柏木1996, 43-45〕。また、入江〔2015〕は、1920～30年代の工芸界を、「用」を捨てた美術工芸家と「用」の復権者としての柳とに二分して語ることの問題点を指摘した上で、柳による「用即美」の意味を再検討している。なお、民芸運動における、「用」については、不十分ながら、筆者も検討しているので参照されたい〔濱田2015〕。

(3)——『柳宗悦全集』〔筑摩書房, 1980-1992〕からの引用および参照については、煩雑さをさけるため、本文中においては文献の初出年を示し、文献一覧のなかで、適宜、全集の刊行年を明示するかたちとした。また、柳や民芸運動を扱った論においては、旧字体の「藝」が用いられることが多いが、本論では、施設名、書名、論文名等について、現代において、あえて旧字を用いているものについてのみ「藝」とし、柳全集も含め、新字体が一般化する1950年代以前の記述については、「芸」に改めている。

(4)——ただし、富本は、民芸運動を自らの芸術活動の足場としたわけではなく、「民芸」を自身の芸術作品のモチーフとして捉えていた河井や濱田ほかの運動同人作家とは、その解釈も異にしていた。この点については、また別に論じる機会を持ちたい。

(5)——ここでの「用」は、必ずしも現代的な使いやすさを意図したものではなかった。形態としての「用の器」は重視されたが、いわゆる機能的な重視されたわけではない。

(6)——「工芸の道」は、1927年から翌年にかけて武者小路実篤が編集人となる雑誌『大調和』に連載され、1928

年末に単行本化された〔柳1928a〕。

(7)——もっともここでの注目は、「民衆」というよりも、よりプリミティブなものへと向かっている。ただし、その視線は、形を多少変えつつ、「民芸」の発見にも受け継がれているのも事実である。富本は、この時のリーチとのやりとりを、「野蛮人」という言葉を使って、「どういうわけで野蛮人はコウ美しいものを造る力をシッカリと持っているのだらうとか、自分等より確実にいい工芸品を造りうる土人の作品に蛮の字を加えないことにしようといえ、[サベージという字の意味を自分等は普通の人と違って考えているのだからかまわない]とリーチが前で買ってきたものをならべておいていう。〔中略〕「今日は一日野蛮人のために大変な利益を得た」「そうだギリヤークの夢でも見給え」といかわして寝室に入った」〔富本1981, 477〕と綴っている。こうした記述の外面を捉えて、これを批判するわけにはいかないが、一方で、民芸を見出す柳らの視線の背後に、同時代のものとして、こうした見方が含まれているであろうことについては、丁寧な検証がなされてもよいであろう（このことについては、松田2014も参照）。

(8)——ちなみに、ここには北海道が含まれていない。それは、柳の『手仕事の日本』でも同様である。柳によれば、その理由は、北海道は歴史が浅いからという。この点を指摘し、批判的に検討したものとして、岩竹（1999a-c）があるので、参照のこと。

(9)——当時、文展の審査が、美術家の党派争いなどが絡む不平等なものとしてされていたというので〔西原2013, 554-555〕、この記事もそうした声を受けてのものであったのかもしれない。

(10)——初期は、「日本民芸美術館」として主催されたものが多い。日本民芸協会設立後は、同協会が中心となる。ほか、地方の諸団体が主催となったものも複数存在する

が、ここでは対象としなかった。

(11)——当初は、「日本民藝協会展」でスタートし、「日本民藝館新作展」を経て、1958年から現在の名称となる『民藝』編集委員会(2014, 18-20)。

(12)——この2つの企画は、ともに、編集部から出て、筆者に執筆等の依頼があったもので、「濱田庄司を知っていますか?」というタイトルなども、編集部が提案したものである。

参考文献

- 有坂與太郎 (1928) 「郷土玩具概説」, 旅と伝説 1-6, 44-48 頁.
- 入江繁樹 (2010) 「〈民藝〉の創造—1930年代における鳥取新民藝の実践をめぐって」, 『デザイン理論』57, 29-43 頁.
- 入江繁樹 (2012) 「〈小藝術〉のゆくえ:1910年代における〈美術-工藝〉間の関係性をめぐって」, 大正イマジユリイ 8,82-102 頁.
- 入江繁樹 (2015) 「〈用〉とは何か—柳宗悦の民藝美学における〈用即美〉の構造をめぐって—」, デザイン理論 66, 17-30 頁.
- 岩竹美加子 (1999a) 「統合と排除の民俗学・上—柳宗悦『手仕事の日本』を読む—」, 『未来』388, 9-16 頁.
- 岩竹美加子 (1999b) 「統合と排除の民俗学・中—柳宗悦『手仕事の日本』を読む—」, 『未来』389, 20-27 頁.
- 岩竹美加子 (1999c) 「統合と排除の民俗学・下—柳宗悦『手仕事の日本』を読む—」, 『未来』390, 1-4 頁.
- 上田市山本鼎記念館 (2006) 『美術的社会運動家としての山本鼎—鼎と上田の青年が描いた夢—』上田市山本鼎記念館.
- 五十殿利治 (2008) 『観衆の成立 美術展・美術雑誌・美術史』東京大学出版会.
- 加藤幸治 (2011) 『郷土玩具の新解釈 無意識の“郷愁”はなぜ生まれたか』社会評論社.
- 柏木博 (1996) 『岩波近代日本の美術 9 芸術の複製技術時代 日常のデザイン』岩波書店.
- 金子賢治 (2001) 『現代陶芸の造形思想』阿部出版.
- 金子賢治 (2009) 「近代工芸の歴史と三越美術部」(三越本社編『三越美術部 100 年史』株式会社三越), 12-18 頁.
- 金谷美和 (1996) 「文化の消費—日本民芸運動の展示をめぐって—」, 『人文学報』77, 63-97 頁.
- 北澤憲昭 (2010) 『眼の神殿 「美術」受容史ノート [定本]』ブリュッケ.
- 木谷清人編 [プロデューサー:白岡彪] (2015) 『吉田璋也の世界—Shoya Yoshida Design Collection—』公益財団法人 鳥取民藝美術館.
- 木下直之 (2005) 「明治維新と名古屋城」(木下直之編『講座日本美術史 6 美術を支えるもの』東大出版会), 13-44 頁.
- 京都民芸同好会 (1933) 『民芸品展覧会目録』京都民芸同好会.
- 京都民芸同好会 (1935) 『民芸品展覧会目録』京都民芸同好会.
- 草薙奈津子 (2009) 「近代日本画と三越美術部の寄与」(三越本社編『三越美術部 100 年史』株式会社三越), 2-6 頁.
- 熊倉功夫 (1997) 『近代数寄者の茶の湯』河原書店.
- 鞍田崇 (2015) 『民芸のインティマシー』明治大学出版会.
- 小出栖重 (1987 [1936]) 「尖端の埃」(芳賀徹編『小出栖重随筆集』岩波書店), 225-229 頁.
- 小島邦江 (2001) 「柳宗悦の足跡と産地の地図化—「日本民藝地図屏風」の成立を中心に—」, 人文地理 53, pp.230-247.
- 佐藤道信 (1996) 「〈日本美術〉誕生—近代日本の「ことば」と戦略—」講談社.
- 佐藤道信 (1999) 『明治国家と近代美術—美の政治学—』吉川弘文館.
- 神野由紀 (1994) 『趣味の誕生 百貨店がつくったテイスト』勁草書房.
- 瀬崎圭二 (2008) 『流行と虚栄の生成 消費文化を映す日本近代文学』世界思想社.
- 渋谷ヒカリエ (2014) 「渋谷ヒカリエ」(公式ホームページ), <http://www.hikarie.jp>. (2014年9月20日閲覧)
- 高階秀爾 (2014) 「目は語る 堤清二／辻井喬が残したもの 収蔵品に表れた批評精神」, 毎日新聞 2014年8月13日(夕刊).
- 玉蟲敏子 (2004) 『生きつづける光琳 イメージと言説をはこぶ《乗り物》とその軌跡』吉川弘文館.
- 玉蟲敏子 (2014) 「三越における光琳戦略の意味—美術史の文脈から—」(国立歴史民俗博物館+岩淵令治編『江戸』の発見と商品化 大正期における三越の流行創出と消費文化』岩田書院), 79-107 頁.
- 辻本 勇 (1999) 『近代の陶工・富本憲吉』双葉社 (ふたばらいふ新書).
- 土田真紀 (2007) 『さまよえる工藝 柳宗悦と近代』草風館.
- 手とてとて (2014) 「仙台・東北の出張手しごと展」
<http://tetotetet-sendai.jp/topics/teshigototen.html> (2014年9月20日閲覧)
- 富本憲吉 (1981 [1912]) 「拓殖博覧会の一日」(『富本憲吉著作集』五月書房), 471-477 頁.
- 富山秀男監修, 株式会社資生堂企業文化部企画・編集 (1995) 『資生堂ギャラリー 75 年史 1919 ~ 1994』資生堂.
- 中原慎一郎 (2003) 「民芸との出会い」(『MINGEI × LANDSCAPE PRODUCTS』アサヒビール大山崎山荘美術館), 5 頁.
- 西原大輔 (2013) 「美術館と画廊」(西原大輔編『コレクション・モダン都市文化 86 美術館と画廊』ゆまに書房), 551-562 頁.

- 難波功士 (2000) 『「広告」への社会学』世界思想社。
- 日本民芸美術館編 (1927) 『民芸叢書第一篇 雑器の美』工政会出版部。
- 日本民芸美術館 (1929) 『日本民芸品展覧会目録』日本民芸美術館。
- 芳賀 徹 (2009) 「小出栖重の「尖端」文化論」(千葉真智子編『「あら、尖端的ね。」一大正末・昭和初期の都市文化と商業美術』岡崎市美術博物館), 6 頁。
- 橋本善八 (2013) 「展覧会のためのノート」(橋本善八・村上由美編『暮らしと美術と高島屋』世田谷美術館), 12-18 頁。
- 長谷川由美子編 (2009) 「河井寛次郎年譜」(『河井寛次郎生誕 120 年にむけて 河井の真実』益子町文化のまちづくり実行委員会), 84-105 頁。
- 濱田琢司 (2005a) 「濱田庄司の沖縄—「ゲテ」の中に自己を生かす—」(『沖縄と濱田庄司展』益子町文化のまちづくり実行委員会), 10-31 頁。
- 濱田琢司 (2005b) 「伝統文化の発見と表象—「日本民芸地図屏風」—」(長谷川孝治編『地図の思想』朝倉書店), 84-85 頁。
- 濱田琢司 (2005c) 「濱田庄司を知っていますか?」, 『ブルータス』573, 42-49 頁。
- 濱田琢司ほか監 (2007) 『あたらしい教科書 11 民芸』プチグラフィック。
- 濱田琢司 (2010) 「大日本窯業協会・工政会の倉橋藤治郎と胎動期の民芸運動—美術と産業の間への視線—」, 『アカデミア 人文・社会科学編』91 (南山学会), 249-302 頁。
- 濱田琢司 (2013) 「創造／想像される「伝統」—本質主義的民芸理解と柳宗理「民芸の行方」との相克から—」(明治大学博物館・南山大学人類学博物館編『博物館資料の再生 自明性への問いとコレクションの文化資源化』岩田書店), 36-57 頁。
- 濱田琢司 (2014a) 「民芸クロニクル—「用の美」から「カワイイ」まで—」, 『チルチンぴと』79, 24-27 頁。
- 濱田琢司 (2014b) 「下手と上手が握手する—鳩居堂の濱田庄司—」, 『民芸』783, 14-21 頁。
- 濱田琢司 (2015) 「民具と民芸とモノの機能」, 『人類学研究所研究論集』(南山大学) 2, 56-68 頁。
- 藤田治彦・川島智生ほか (2010) 『民芸運動と建築』淡交社。
- 牧 壽雄 (1929) 「日本民芸品展の新しい意義 (下)」, 京都毎日新聞 (其二) 1929 年 3 月 20 日。
- 松田京子 (2014) 『帝国の思想 日本「帝国」と台湾原住民』有志舎。
- 丸山泰明 (2013) 『渋沢敬三と今和次郎』青弓社。
- 三越本社編 (2009) 『三越美術部 100 年史』株式会社三越。
- 『民藝』編集委員会 (2014) 「日本民藝館展のあゆみ—審査委員の変遷を中心に—」, 『民藝』735, 18-31 頁。
- 山口真理・三橋俊雄・宮崎清 (1995) 「山本鼎の日本農民美術運動—大正・昭和前期における農村工芸新興の内発性に関する研究」, 『デザイン学研究』111, 57-64 頁。
- 山本鼎 (1919) 「農民美術建業之趣意」, 上田市山本鼎記念館 <http://museum.umic.jp/kanae/noubi/noubi.html>. (2014 年 9 月 20 日閲覧)
- 柳宗悦 (1910) 「遠野物語 柳田国男氏編」, 『白樺』1-9, 78-79 頁。
- 柳宗悦 (1926) 「日本民芸美術館設立趣意書」(『柳宗悦全集 第 16 卷』筑摩書房, 1981), 3-12 頁。
- 柳宗悦 (1928a) 『工芸の道』ぐろりあそさえて。
- 柳宗悦 (1928b) 「生活の芸術化をみせた民芸館について」, 西島染之助編『国産振興東京博覧会出品大観』, 157 頁。
- 柳宗悦 (1929a) 「此展覧会の特色に就て」(日本民芸美術館『日本民芸品展覧会目録』日本民芸美術館)。
- 柳宗悦 (1929b) 「蒐集余録」(日本民芸美術館『日本民芸品展覧会目録』日本民芸美術館)。
- 柳宗悦 (1931) 「近来出色の地方工芸の会」(『柳宗悦全集 第 11 卷』筑摩書房, 1981), 201-202 頁。
- 柳宗悦 (1932) 「山陰の新民芸品に就て」(『柳宗悦全集 第 11 卷』筑摩書房, 1981), 740 頁。
- 柳宗悦 (1934) 「同人雑録」, 『工芸』47, 111-113 頁。
- 柳宗悦 (1937) 「阪急と民芸」(『柳宗悦全集 第 11 卷』筑摩書房, 1981), 745 頁。
- 柳宗悦 (1942) 「工芸文化」(『柳宗悦全集 第 9 卷』筑摩書房, 1980), 343-542 頁。
- 横光利一・片岡鉄兵ほか (1927) 「東京・アレグロ」, 文藝春秋第 5 年 12 号, 132-139 頁。(和田敦彦編『コレクション・モダン都市文化 8 デパート』ゆまに書房, 486-493 頁。)
- 吉見俊哉 (1987) 『都市のドラマトゥルギー 東京・盛り場の社会史』弘文堂。
- 和田博文 (2011) 『資生堂という文化装置 1872-1945』岩波書店。

(南山大学人文学部, 国立歴史民俗博物館共同研究員)

(2014年12月1日受付, 2015年5月25日審査終了)

Cultural Changes in the Consumption of Crafts and Their Relationships with Department Stores: A Case Study of the Folk Crafts Movement and Related Matters

HAMADA Takuji

From the Meiji period to the early Taishō period (from the late 19th to the early 20th century), department stores were extremely fashion-forward, creating new trends one after another. These stores were a place of high cultural values. They utilized art as a means to keep their status. A number of art exhibitions were organized by department stores before museums were established in Japan. This was one of the factors to boost the cultural value of department stores. From the mid-Taishō to the early Shōwa period (from the early to mid-20th century), some emerging art-related organizations used department stores as venues for exhibitions to raise their recognition and reputation. This paper presents case studies of the Folk Crafts Movements that emerged as one of cultural movements at the end of the Taishō period. In particular, this paper examines how the members of these movements used department stores in order to reveal the relationships between department stores and the cultural consumption of crafts (especially handicrafts) in modern Japan. The analysis of the relationships especially focuses on the following two aspects of folk handicraft movements: (i) the activities of artists as members of the movements and (ii) the enlightenment activities of the movements. The former aspect is analyzed through a case study of the connections between the artists and the art sections established at department stores around the 1900s. The case study takes a close look at Kenkichi Tomimoto, an artist who played an important role in the art sections from their beginning, and individual artists who joined the movements, such as Shōji Hamada. Meanwhile, the latter aspect is analyzed through a case study of exhibitions held by Mingei Kyōkai, a folk craft association involved in the movement, and its relationships with department stores in the late 1920s to the 1930s. Through these analyses, this paper reveals the following two points: (i) how the Folk Crafts Movement, as one of emerging cultural movements, saw and used department stores; and (ii) how crafts (value-added products) were consumed through department stores (patterns of “cultural” consumption in a wider sense).

Key words: The folk crafts movement, exhibition, the art sections of department stores, cultural consumption, handicrafts
