

2013年度 東京経済大学大学院博士論文審査報告書

2014 年 1 月 22 日

コミュニケーション学研究科委員長殿

論文審査委員

主査 有山 輝雄

副査 川井 良介

副査 長谷川 倫子

審査の結果、下記のとおり報告します。

記

| | | |
|-------|------|---------|
| 審査請求者 | 学籍番号 | 10DC001 |
| | ふりがな | ゆきの まり |
| | 氏名 | 雪野 まり |

| 審査委員氏名(自著) | 評価 |
|------------|----|
| 有山 輝雄 | 合格 |
| 川井 良介 | |
| 長谷川 倫子 | |

*各審査委員氏名欄は自筆にて署名してください

*審査評価欄は合格または不合格と記入してください

論文題名 『暮らしの手帖』における自立的ジャーナリズムの形成

(NO. 1)

(所見欄)

本学位請求論文は、花森安治が作り出した雑誌『暮らしの手帖』を「自立的ジャーナリズム」という観点から分析したものである。言うまでもなく、雑誌『暮らしの手帖』は現在も刊行されているが、雪野が対象としたのは、花森安治が編集長を務めた1948年から1978年まで、『暮らしの手帖』独特の表記では第1世紀（第1号から第100号）から第2世紀（第201号以降）途中までの時期である。

全体は八章から構成され以下の通りである。

序章

第1章 花森安治の志と主張

- 第1節 衣装研究所の設立から『暮らしの手帖』創刊まで
- 第2節 編集長花森安治について
- 第3節 花森安治の志
- 第4節 花森安治の主張としての美学
- 第5節 花森安治における雑誌づくりの美学
- 第6節 花森安治の広告論

第2章 第1世紀『暮らしの手帖』の誌面構成とそのテーマ

- 第1節 花森安治の雑誌論
- 第2節 創刊期の紙面構成の特徴
- 第3節 確立期・完成期の紙面構成の特徴

- 第4節 第1世紀『暮らしの手帖』のテーマ —内容分析にみる
- 第5節 「きもの」記事にみる衣装研究家花森安治の「衣装の美学」
- 第6節 内容分析結果からみた『暮らしの手帖』の構成要素
- 第3章 高度経済成長期における『暮らしの手帖』の発行部数伸長の社会的要因
 - 第1節 想定された読者層
 - 第2節 戦後の婦人雑誌の発行部数の推移
 - 第3節 高度経済成長期における婦人雑誌市場の拡大とその要因
 - 第4節 高度経済成長期における生活の「実用」の意味内容とその背景
 - 第5節 高度経済成長期における生活意識の新しさ —団地族にみる
- 第4章 『暮らしの手帖』の新しさ
 - 第1節 『新しい婦人雑誌暮らしの手帖』の「新しさ」
 - 第2節 『暮らしの手帖』の編集方針の新しさ
 - 第3節 家事労働観の新しさ—「便利さ」の積極的な肯定
- 第5章 創刊期『暮らしの手帖』の課題
 - 第1節 知られる努力
 - 第2節 もう一つの販売収入源 —『暮らしの手帖』のバックナンバー
 - 第3節 高度経済成長期以前の「生活の実用」と創刊期の『暮らしの手帖』
- 第6章 高度経済成長期における生活様式の新しさと『暮らしの手帖』の実用性
 - 第1節 「きもの」記事の実用性
 - 第2節 「たべもの」記事の実用性
 - 第3節 「すまい」記事の実用性
 - 第4節 新しい生活習慣の啓蒙とその実用性
 - 第5節 『暮らしの手帖』の実用記事の実用性—その編集技術にみる
- 第7章 高度経済成長期における商品記事の実用性と「商品テスト」
 - 第1節 分類「商品」について
 - 第2節 「商品テスト」について
 - 第3節 高度経済成長期における「新しい商品」への花森安治の姿勢
 - 「たべもの」を中心として
 - 第4節 「商品テスト」にみる家電製品に対する花森安治の姿勢
 - 第5節 高度経済成長期における「商品テスト」の実用性
 - 第6節 『暮らしの手帖』における商品記事の実用性
 - 第7節 花森安治にとっての「商品テスト」—その美学の先にあったもの
- 第8章 読者調査からみた『暮らしの手帖』の実用性
- 終章 『暮らしの手帖』におけるジャーナリズムとしての自立性の形成基盤

本論文の基本的なテーマは、『暮らしの手帖』において「自立的ジャーナリズム」がいかにかに形成され、いかにかに実現されたのかを論証することにある。雪野は、「自立的ジャーナリズム」が成立するには一定の経営的条件、社会的条件が必要なことは当然としても、「自立」を支え、発展させ得たのには、独特の美学と志が花森安治にあったという仮説をたて、そこから論を起している。

まず、第1章では、花森安治の美学と志が形成されたと考えられる彼の神戸での幼少期、旧制松江高校、東京帝国大学文学部美学科での体験を分析している。特に重視されているのは、中学生まで過ごした神戸での体験である。当時の神戸は港町として海外文化が暮らしのなかに浸透しており、特に比較的恵まれた家庭であった花森家にあつて花森安治は都市的生活文化を自然に身につけていったという。それが彼の合理的で美しい生活の原体験であったと指摘している。大学では大学新聞でジャーナリズムの基礎技術を習得するとともに、美学科で西歐美学を学習し、卒業論文では衣装の美学をテーマとした。

花森にとって重要な転機となったのは、軍隊経験である。彼は二度召集されたが、病気で原隊復帰となり、苦楽をともにした多くの戦友が戦地に赴き戦死するという痛切な体験をした。その後ろめたさは、彼にとって大きな重荷になった。その後、大政翼賛会に勤務し、戦時宣伝

の業務にあたった。その時代の体験について花森自身が多くを語らないため、なかば伝説化されているが、彼は何事も手を抜かない性分もあって宣伝技術者として一生懸命勤務したとされる。そうした戦時体験を、彼は、戦後になって、騙されたと感じ、人々が二度と騙されないようになっていくことが戦後の出発点と考えたのである。そのためには、日々の暮らしから体験的に得られた自分なりの尺度によって、一人一人が自分の尺度で物事を判断し、何が正しくて、何が間違っているのかを生活体験をもとに考えていく、それが花森安治の志だったという。

そうした美学と志のもとに雑誌『暮らしの手帖』が創刊された。その創刊と大橋鎮子との出会いには偶然もあるようだが、花森安治はこの雑誌の編集に全精力を傾注することになった。彼にとって『暮らしの手帖』は自分の体験をもとに、自分の尺度で考えるということの実践であり、そのためには広告主や様々な組織から自立し、時には読者からも自立したものでなければならなかったという。それが雪野のいう「自立的ジャーナリズム」である。

花森安治の「志」と「主張」の形成を幼少期に過ごした神戸の町と旧制松江高校での体験から探ろうとする試みは、資料が乏しく、傍証に頼らざるをえないが、雪野は多くの資料を収集し、戦前期の都市中流階層の文化の描出していることは評価できる。ただ、もう少し具体性をもって西欧文化の受容と伝統的文化のからみを分析できると、そこで育った花森の「美学」と「志」の形成への考察がもう一步深まったであろう。

第2章は、そうした花森の「美学」と「志」が『暮らしの手帖』においていかに表現されているのかを、雑誌の内容分析によって論証しようとしている。記事構成の変化から第1世紀（第1号から第100号まで）を創刊期、確立期、完成期の三つの時期に区分して分析している。創刊期は第1号（1948年9月発行）から第19号（1953年3月発行）まで、確立期は第20号（1953年6月）から第38号（1957年2月）まで、完成期は現在まで継承される誌面構成が完成した第39号（1957年2月）から第100号（1969年4月）までである。

創刊期は花森安治が戦前から戦中にかけて編集にあたっていた『婦人の生活』シリーズの内容の継承という性格が強く、現在まで続く『暮らしの手帖』の誌面構成が完成したのは第39号においてであるという。この創刊期から完成期への移行過程は、経済復興期から高度経済成長期への移行に対応した「作る生活」から「商品を買って使う生活」への変化と照応している。完成期のテーマは「暮らし」・「あれこれ」・「すまい・台所」・「料理・たべもの」・「服飾」・「買い物」・「こども」・「健康」の8項目であるが、内容分析の結果からは、『暮らしの手帖』には「暮らしが少しでも楽しく、豊かな気分になる」、そういう暮らしを創り出すための知識や情報の提供と花森の主張、提案という2つの要素から構成されているということがわかった。主要な構成要素は、(A) 花森安治の「志」と「美学」による暮らしの提案と主張、(B) 都市的生活様式の普及の過程で登場してきた新しい生活習慣や技術の啓蒙、あるいは社会的サービスの利用の仕方などについての紹介、(C) 「暮らし」に必要な基礎的な知識、(D) 読者参加による「暮らしの知恵・工夫」の交換、(E) 教養娯楽の提供の五つである。

この内容分析の方法、そこから導きだされている知見は妥当である。記事を詳細に分類・分析し『暮らしの手帖』が一般に考えられているより多面的な雑誌であり、それが当時の女性の意識に対応していたことを論じている。記事を具体的に取りあげ詳細に分析しているのは評価できる。

第3章では、視野を広げて、『暮らしの手帖』だけではなく婦人雑誌市場の全体動向を観察し、高度経済成長期において『暮らしの手帖』の発行部数増大の余地がどこにあったのかということを検討している。婦人雑誌の発行部数統計は十分整備されていないため、正確な婦人雑誌発行部数や地理的・階層的分布などが分からず、間接的なデータに頼らざるをえないが、毎日新聞社『読者世論調査』などを利用して推測している。特に1970年頃に婦人雑誌の全般的発行部数減少が顕著になり、『暮らしの手帖』もその影響を受けているが、比較的減少幅が小さいことを見いだしていることは重要である。それを高度経済成長期における生活の変化、特に都市中流階層における生活の変化と結びつけようとしている。それは、換言すれば、『暮らしの手帖』が他の婦人雑誌とは異なる独自性をもったということであり、それが高度経済成長期においてどのような生活の変化と関連があったのかを次に検討している。

第4章は、前章の考察をさらに深めるため、雑誌の内容分析を進め、その結果から得られた、『暮らしの手帖』の新しさについて論じている。特に家事労働観の新しさを見だし、「便利さ」

を積極的に肯定したことを指摘していることは重要である。現在でこそ「便利さ」の肯定はあたりまえのことだが、当時の主婦観にあってはかなり抵抗感があったのだが、花森安治はそれを積極的に肯定したのである。それは、高度経済成長期の商品テストにおいて家電製品を次々と取りあげていったことにつながっている。

第5章では、高度経済成長期の『暮らしの手帖』を分析する前提として、もう一度それ以前の段階に立ち返って最初の段階を「生活実用」記事に絞って分析している。それを受けて、第6章では『暮らしの手帖』の実用記事が高度経済成長期においてどのような実用性をもっていたのかを社会的背景を踏まえて考察している。そこで明らかになったことは、高度経済成長期における『暮らしの手帖』の発行部数増大の背景にあったのは、経済成長期における都市部の雇用労働者の増大に伴う核家族世帯数の増大が、婦人雑誌市場の拡大を引き起こしたにもかかわらず、旧来の婦人雑誌はこの新しい読者層を獲得することはできなかったということである。旧来の婦人雑誌は高度経済成長期に生じた生活の新しさやそれに伴う生活意識の変容に柔軟に対応できなかったのである。

高度経済成長期における生活の新しさとは、大正期に確立・普及し、戦時体制下における衰退のち経済復興の過程で再び復活してきた近代的生活様式が社会全体に広がっていくこと、またそれに伴い生活の全面的な商品化が進行していったことであった。それは、洋風化による生活の合理化という面では戦前期の都市中産階層の生活文化と通底していた。しかし、戦前型的生活様式の基本は「作る」ことにあり、合理化を主に支えたのは「知恵と工夫」であった。『主婦の友』を始めとした旧来の婦人雑誌がその誌面で取り上げてきたのは戦前型の近代的生活様式によった暮らし方の啓蒙であった。

一方、戦後型的生活様式における生活の合理化を主に支えたのは「商品」の消費であり、とりわけ家電製品による生活の合理化は高度経済成長期の新しさであった。高度経済成長期における個人所得の上昇を背景にして、家電製品を中心とした生活の商品化は急速な勢いで進み、物質的生活の豊かさを実現していった。個人消費の上昇は若年層ほど大きかったから、婦人雑誌市場に新たに登場してきた都市部の若い核家族世帯においては戦後型的生活様式がいち早く普及していった。『暮らしの手帖』が高度経済成長期に大きくその発行部数を伸ばすことができたのは、その誌面がこの戦後型的生活様式と新しい生活意識に対応しており、新しく婦人雑誌市場に登場してきた若く教養をもった核家族世帯の主婦たちの意識と生活の必要にこたえることができたためであったという。

第7章では『暮らしの手帖』の代名詞ともなっていた「商品テスト」が高度経済成長期にもった実用性とその意義を考察した。「商品テスト」は『暮らしの手帖』の発行部数30万部になるのをメドにして開始された企画であり、発行部数と経営基盤の一定の確立を背景としていた。その上で開始された「商品テスト」について、『暮らしの手帖』の「商品」記事全般における「商品テスト」の位置づけを明らかにしたうえで、それが高度経済成長期における人々にどのような実用性をもっていたのかを考察している。

「商品テスト」の結果報告では、「どの商品を買う」というところからではなく、まず「買うか買わないか」ということを判断するための情報を提供したうえで、商品としての性能についての情報を提供していった。花森安治は高度経済成長期における生活革新の中心であった家事労働節約型の商品、あるいは化学繊維などの新しい商品の導入には積極的な姿勢を見せており、その誌面に掲載されていった多くの商品記事は生活の商品化が進行する高度経済成長期における暮らしの必要に答えていたといえる。それが『暮らしの手帖』が高度経済成長期における発行部数の増大の最も大きな要因であったということができる。だが「商品テスト」は花森安治が書いているように一概に消費者のための手引きといったものではなく、個々の実用性は多様な生活のなかで発生するものである。実際消費革命終焉期に実施された調査からも耐久消費財購入のための情報源としての利用頻度は低いことが報告されている。電気洗濯機と電気冷蔵庫の「商品テスト」の検討からわかることは、『暮らしの手帖』の「商品テスト」が消費革命と呼ばれた時代において果たした役割、つまり意義とは、買い物の手引きを与えることにあったのではなく、あくまでも自分の暮らしの必要に応じて購入あるいは買い換えを検討することを勧めることで、生活に根ざした合理的思考を啓蒙することにあつた。それは、時には大量商品を使い捨てにするという意味での消費革命の抑制力として作用したということにある。

花森安治にとって「商品」は暮らしをよくするものであり、そのための「商品テスト」であったが、それを通して花森安治が追求したものは、必要性によって構成されている「商品」世界であり、商品文化、合理的生活文化の形成にあったのだと考えることができる。

この第6章と第7章が、本論文の中心であり、叙述も具体的で厚みがある。様々な商品テストやそれらが高度経済成長期の「生活の実用」とどのように結びついていたのかを丹念に分析したところが、本論文の独自性である。『暮らしの手帖』の商品テストについて文化評論的に論じたものは、これまでもあるが、これほど詳細に調査し、社会的背景との関連において分析した研究はなかつただけに、本論文の試みは評価できる。ただ、高度経済成長期という概念がややラフで、そのなかでの時期区分などを行えば、そこでの生活文化の変化や様々な商品が女性の生活のなかにもった機能などの分析がさらに深まったはずである。

第8章は、都内女子大学卒業生に対して『暮らしの手帖』読者調査を行い、その結果からみた『暮らしの手帖』の高度経済成長期におけるその誌面の実用性について考察している。この調査からは『暮らしの手帖』が評価されたのはその誌面構成とテーマであることがわかった。実用記事主体で、小説や婦人の修養を含まないことは『暮らしの手帖』の誌面構成がもった新しさとして受けいれられていた。またよく読んだ記事のテーマとして「商品テスト」、「すまい・台所」、「たべもの」、「花森安治の評論等」が挙げられていた。「商品テスト」の結果を実際の商品の購入の参考にしたという回答者は少なく、それにもかかわらず「商品テスト」を読むことが『暮らしの手帖』購読理由の一つにあげた回答者が多かった。「商品テスト」は読者にとって「商品」そのものの意義について考え、あるいはそこに凝縮されている新しい科学技術について触れ、また身近な「もの」を「実用」を尺度に合理的に考察することの面白さを実感させる契機でもあったといえることができるであろう。

この章の調査研究は、調査対象が限定されているが、『暮らしの手帖』読者に関する調査研究として非常に貴重である。過去の読書体験を調査するのは調査技法としても難しいのだが、設問などはそれなりに工夫がなされている。回収率が低かったのが残念であるが、そこから導き出されている知見は興味深い点が多い。ただ、これを内容分析の結果などと結びつけた考察がやや弱い、調査結果を論文全体にもっと緊密に連関させると、全体の論述に深みがでたであろう。

結論として、『暮らしの手帖』第1世紀においては、花森安治の志と主張が発揮され、特に高度経済成長期においては、都市中間層の新しい生活様式と適合し、発行部数が伸長し、経営的にも安定した。彼の考えた「生活の実用」は紙面編集などにおいてもほぼ実現した。その点では、「自立的ジャーナリズム」を形成しえたといえる。しかし、高度経済成長が進行するとともに、消費者は必ずしも「実用」だけを基準に商品選択しないようになってくる。その兆候は、既に花森安治にも感じとられ、彼が「一銭五厘の旗」などで、戦時中の暮らしを取りあげたりしたのは、そうした風潮への彼なりの反論である。しかし、彼自身は彼の目指した生活に根ざした合理的消費者と時代趨勢との矛盾がより顕在化する前に、死没する。

本論文は、戦後婦人雑誌のなかで、広告を掲載せず、商品テストを売り物にするなど独特の存在であった『暮らしの手帖』を「自立的ジャーナリズム」の試みととらえ、その編集長花森安治の志と主張から分析した実証的な研究である。花森安治の人間形成、雑誌の内容など綿密に分析し、特に高度経済成長期における生活様式の変化に関係づけたことは独自性になっている。雪野は、美学、実用、教養主義などを分析概念として用いて、『暮らしの手帖』の特徴を多角的に明らかにすることができている。ただ、概念の定義、概念相互の関係などにやや甘いところがあるのが惜しまれる。

しかし、本学位請求論文は博士学位の水準は十分達成しており、上記審査員一同、本論文を博士論文審査合格と認定し、博士の学位を授与することを承認するものである。

以上