

第24回 住総研シンポジウム

二〇〇四年七月九日に開催

会場 建築会館ホール

和風の誕生

視覚化された日本



講演1

「和風」の成立

近代皇族邸宅を通して見た近世との連続と断絶



講演2

「内外」「公私」のなかの「和」と「日本」

佐藤 道信



パネルディスカッション

司会

波多野 純



講演3

戦後日本の住空間と家庭電化製品における「和風」の文化政治

吉見 俊哉



テーマ趣旨

「和風」あるいは「和」と聞いて何を思い出すだろうか。和風住宅、和食、和服、いずれも日本の伝統を継承したかみえるが、近世の直写ではない。「和」は「日本」と置き換えられそうだが、日本風住宅、日本食、日本服、では伝わるイメージは大きく異なってしまう。「和風」が「(西)洋風」と対をなす言葉であれば、明治以降に対比的な概念として登場したことになる。

天皇や皇族は、伝統の体現者であるはずだが、明治以降一貫して洋服を正装とし、住まいも「洋風」を中心にしたといわれる。しかし、建築史の小沢朝江さんによると、皇族は、公的な場では一貫して「洋風」の生活様式を守りながら、それを包む建築様式は「洋風」から「和風」へと回帰し、和館を前面に出したという。皇族が自らを表現する様式として「和風」を選んだのは、欧風化一辺倒ではない、「日本」独自の権威や国力を示す必要からだろうか。

美術史の佐藤道信さんによると、「日本美術」なる概念は、その芸術性が西欧列強と比べて遜色のないものであることを示すために、岡倉天心らによってつくりあげられたという。ところが、今でも、ヨーロッパやアメリカで「日本美術」を見るには、美術(fine arts)館ではなく、民族学(ethnology)博物館へ行かなければならない。エスニック(ethnic)に扱われることに、怒りを感じ、突然ナショナルリストになる人もいる。それは正当だろうか。アジアやアフリカ、南米の美術の扱いに対して、同様の怒りを感じていだろうか。

社会学の吉見俊哉さんによると、戦後のある時期、テレビなど家庭電化製品に「飛鳥」など日本の伝統を想起させる名前が付き、木質系の「和風」意匠が採用された。機能と意匠の乖離に隠された、時代の意志は何か。

建築の世界でも「和風」は、揺れ動いた。モダニズムの時代、「和風」は惰性や保守性の権化として差別され、隅へと追いやられた。ところが、ポストモダニズムの到来とともに、マイナスイメージは消えた。そういえば、近頃、太い柱梁を黒く塗り、壁を珪藻土とした、飲み屋や焼肉屋がはやっていて、単なるデザインのひとつかと思っていたら、若い世代は、あれを「和風」と捉えているらしい。

「日本」の伝統や「和」の意匠を、安易なナショナルリズムに陥らず、あえて問い直すために「和風の誕生」をテーマとした。

〈目次〉

テーマ趣旨 ……1

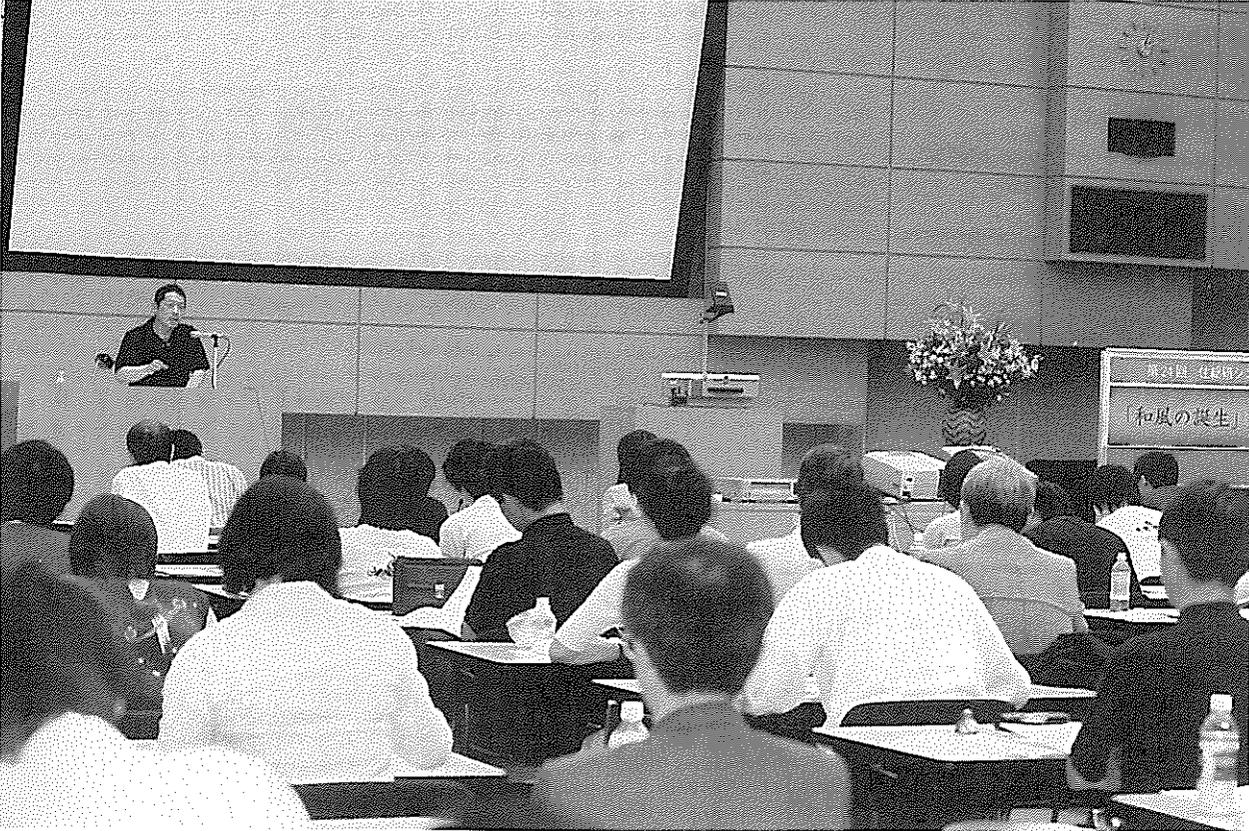
はじめに 波多野純 ……4

講演1 「和風」の成立―近代皇族邸宅を通してみた近世との連続と断絶 ……5
小沢朝江

講演2 「内外」公私のなかの「和」と「日本」 ……12
佐藤道信

講演3 戦後日本の住空間と家庭電化製品における「和風」の文化政治 ……16
吉見俊哉

パネルディスカッション ……23



各講演は、このシンポジウムのために書き下ろされた論文をテキストにしています。シンポジウム参加者には事前に配布しましたが、これら論文をご覧になりたい方は、財団へお問い合わせ下さい。二〇〇五年三月末発行予定の『住総研 研究年報No.31』にも収録いたします。

司会 II

波多野 純／はたの・じゅん

日本工業大学工学部建築学科教授
波多野純建築設計室代表

一九七〇年、東京工業大学卒業。九一年より現職。工学博士。
九八年、『江戸城II 〈侍屋敷〉』で建築史学会賞、『ネパールにおける仏教僧院の研究と保存修復』で日本建築学会賞を受賞。主な著書・論文に、『復原・江戸の町』（筑摩書房）、『江戸名〈城郭・侍屋敷〉古図集成』（至文堂）、『江戸名所図屏風の世界』（共著、岩波書店）、『都市と共同体・下』（共著、名著出版）、『The Royal Buildings and Buddhism Monastries of Nepal(ネパールの王宮と仏教僧院)』（共著、日本工業大学 中央公論美術出版）、『歴史・文化・景観の保全と再生のあり方報告書』（土査、日本建築学会編）、『国指定史跡へ出島和蘭商館跡〉西側五棟建造物復元工事報告書』（編著、長崎市）などがある。

講演者 II

小沢 朝江／おざわ・あさえ

東海大学工学部建築学科助教授

一九八六年、東京理科大学工学部建築学科卒業。八八年、神奈川大学大学院工学研究科建築学専攻修士課程修了。湖北短期大学生活科学科助教などを経て、二〇〇二年より現職。工学博士。一九九九年度日本建築学会奨励賞受賞。二〇〇三年、住宅総合研究財団優秀助成研究選奨。主な著書・論文に、『二条城』（共著、学習研究社）、『日本美術史』（共著、昭和堂）、『建築史の回り舞台』（共著、彰国社）、『南禅寺大方丈前身建物の復原考察—建築と障壁画の総合的検討』（日本建築学会計画系論文集492号、一九九七年）、近代における皇族別荘の立地・沿革及び建築・使用に関する研究（住宅総合研究財団研究年報27号、二〇〇一年）、『近世における内裏外郭門と築地之内について』（日本建築学会計画系論文集554号、二〇〇二年）、『明治期における巡幸施設の見の建築様式と使い方に関する研究—皇室に關する洋風から和風への回帰とその背景』（住宅総合研究財団研究年報29号、二〇〇三年）などがある。

佐藤 道信／さとう・どうしん

東京藝術大学美術学部助教授

一九七九年、東北大学文学部卒業。八一年、同大学院修士課程修了。板橋区立美術館、東京国立文化財研究所勤務を経て、九四年より東京藝術大学勤務、現職に至る。八五―八六年、文部省在外研究員としてアメリカ合衆国で近代日本美術作品の調査を行なう。
主な著書・論文に、『明治国家と近代美術—美術の政治学』（吉川弘文館）、『日本美術の誕生—近代日本の「ことば」と戦略』（講談社）、『河鍋曉斎と菊池容斎』（『日本の美術』325、至文堂）、『岡倉天心と五浦』（共著、森田義之・小泉晋弥編、中央公論美術出版）、『人のへかたち』人のへからだ』（共著、東京国立文化財研究所編、平凡社）、『近代史学としての美術史学の成立と展開』（『日本美術史の水脈』所収、ベリカン社）、『ジャポニスムの経済学』（近代画説4、明治美術学会誌）所収 などがある。

吉見 俊哉／よしみ・しゅんや

東京大学大学院情報学環教授

一九八一年、東京大学教養学部（相関社会科学文化コース）卒業。八七年、同大学院社会学研究科博士課程単位取得退学。東京大学新聞研究所助手、同大学社会情報研究所助教授を経て、二〇〇〇年、同教授。二〇〇四年、組織統合により現職に至る。
主な著書に、『カルチュラル・ターン、文化の政治学へ』（人文書院）、『二〇世紀日本の思想』（共編、作品社）、『拡大するモダニティ』（共編著、『講座近代日本の文化史6』岩波書店）、『冷戦体制と資本の文化』（共編著、『講座近代日本の文化史9』岩波書店）、『一九三〇年代のメディアと身体』（編著、書弓社）、『都市のドラマトウルギー』（弘文堂）、『博覧会の政治学』（中公新書）、『メディア時代の文化社会学』（新曜社）、『声』の資本主義』（講談社選書メチエ）、『リアリテイ・トラジック』（紀伊国屋書店）、『メディアとしての電話』（共著、弘文堂）、『都市の空間都市の身体』（編著、勁草書房）、『デザイン・テクノロジー・市場』（共編著、『情報社会の文化』3、東京大学出版会、ほか多数がある。

近ごろいろいろな形で、「和風」という語が重要なキーワードとなつていきます。「和風住宅」「和食」「和服」……、それぞれに共通したイメージをもつています。しかし、そのいずれもが本当に「日本の伝統」を引き継いでいるのかというと、必ずしもそうではないようです。

そのへんを少し考え直してみたいと思います。たとえば、天皇は日本の文化的伝統の体現者だとされながら、明治天皇以来、天皇の和服姿はほとんど誰もみたことがありません。小沢朝江さんは、天皇や皇族の住まいを研究されていくなかで、明治時代以降の洋風化とその後の和風回帰、すなわち連続と断絶が複雑な形で表出されることを発見されました。講演の、一番手として、天皇、皇族の住まいを通して和風とは何なのかをお話させていただきます。

講演の二番目は、『日本美術誕生』という本の中で、「日本美術という概念は、西欧列強に対抗する概念として生まれた」と書いておられる佐藤道信さん。内外、公私という対立概念のなかの「和」と「日本」というお話をしていただきます。

講演の三番目、吉見俊哉さんには、戦後の住まいをめぐる大衆的想像力のなかで、かつての「いろり」や「ちゃぶ台」にも似た共同性のイメージを担う象徴的な作用を果たしてきたものは、家電製品をはじめとする近代的なモ

ノの集合だったのではないか、という観点から、テレビ、家具、住宅に埋め込まれたイメージの世界を紐解いていただきます。

佐藤さんの論文の中にドキッとする指摘がありました。たとえば「和風スナック」と「洋風居酒屋」。どちらもとても乱暴な表現なのですが、イメージは定着しています。和風スナックというのは、カウンターバーでありながら、和風の女性がいる店、洋風居酒屋というのは、若干「和風」だけれどもエスニック料理を出す居酒屋のことかなと考えると、「和風」とは何か、もうほとんどわからなくなってくるわけです。

また、焼き肉屋さんで、太い木の柱・梁に黒っぽい色を付けて、珪藻土を壁に塗っていると、それを若い世代は「和風」の室内意匠だと思ってしまうらしい。日本建築の伝統とは無縁の商業意匠に「和風」が埋め込まれている。とても危ういのではないでしょうか。

そのへんまで含めて、自分たちは何を刷り込まれているのかをきちんと考えなければいけない、いま「和風」をちゃんとやっておかなければいけないと考えるようになりました。「どうあるべきか」という議論にはしたくないし、ならないのは最初からわかっているわけですが、たいへんいいテーマのシンポジウムが実現したと思っています。では、よろしくお願いします。



「和風」の成立

——近代皇族邸宅を通して見た近世との連続と断絶

小沢 朝江

私は、もともと近世以前の建築史が専門で、特に江戸時代の天皇や公家の住まいを研究してきました。少しずつ時代を下げて、近代の天皇や皇族の住まいを、関東学院大学の水沼淑子先生と一緒に調査を始めて、ちょうど五年ぐらいになります。

天皇や皇族ですから、近世から近代へ、住んでいる人は連続している。でも、近世と近代で住まいの形は異なっている。すぐに思い浮かべるその違いは、近代には「洋風」という建築様式が存在することです。特に天皇や皇族は、明治になって日本が洋風化を進めていくうえで、お手本になる存在としていち早く洋風の住宅を導入し、そして洋風の生活を積極的に導入したといわれています。ところが、私が近世と近代を比べていちばん違うと思ったのは、その洋風の部分ではなく、実は和風の部分だったのです。これが、私が「和風」に興味を持ったきっかけです。

きょうの話の結論を先に申し上げてしまいますと、「和風」とは、近世から連続したものではなく、近代に新しく創出されたもの。「和風とは近代の産物である」と私は考えています。

和風・洋風概念

ところで、何をみて和風といい、何をみて洋風というのか、その区別はどこにあるのか。二つ大きな要素を挙げる事ができると思います。

一つは、そもそもの見た目、建築様式としての和風と洋風です。和風とは、まず柱がみえている真壁という構造である。柱などにペンキを塗ったりしない、素木を基本としている。そして、建具は障子や襖のような引違戸である。屋根には和瓦とか檜皮という材料を使う。室内には長押なげしが回っているかもしれない。おそらくそういうものを見たときに人は「和風」と呼ぶと思います。では、洋風はといえば、同じ木造であっても、大壁という柱が出ない形式であって、ペンキが塗ってあるかもしれない。木造でなく、組積造もあるかもしれないかもしれません、建具は上げ下げ窓であったり、開きのドアであったりする。そういうものが和風と洋風を区別する何かということになります。

そうした建築様式とは別に、もう一つの要素に、生活様式を挙げることができます。生活様式でみたときに、和風と洋風はどこが違うのか。「畳が敷いてある」こと、つまり靴を脱いで床の上でじかに生活をする「床座」が和風の生活様式です。一方、洋風は、靴のまま上がり、椅子、テーブルといった家具を使って生活をする「椅子座」という生活様式です。

生活様式としての和風と洋風、建築様式としての和風と洋風は、本来なら洋は洋、和は和で組み合わせるものだと思うのですが、外観は洋風であっても、中に畳が敷いてある部屋があるかもしれない。逆に、外観は和風であっても、テーブルと椅子を使って生活しているかもしれない。

そこであらためて考えてみると、この生活様式と建築様式は、同じ和風、洋風といっても、それはまったく違うことを表現しているということに気づ



きます。生活様式としての和風と洋風は、「どう暮らしたいのか」を、一方、建築様式としての和風と洋風は、「周りに対してどうみせたいのか」を表現しているといえるのです。

皇族邸宅にみる和風回帰

建築様式は洋風から一転和風へ回帰

近代の皇族というごく限られた人たちは、建築様式として、また生活様式として、和風と洋風のどちらを、どんな理由で選んだのか。

近代の皇族というと、「洋風化の标本」というキャッチフレーズでよく表現されます。その根拠にされるものの一つ、明治一七年にJ・コンドルが設計した有栖川宮邸は、二つ洋館が並ぶ構成になっています。普通この時代の住宅は、和館と洋館が並ぶ形式が多いのですが、この場合は、和館には宮家に仕える女官たちの生活空間があるだけで、宮家の人びとは洋館の中でほぼ生活が完結していたといわれています(写真一)。

同じ年にできた北白川宮邸は、門のある正面側に洋館があり、奥側に和館がある(写真二)。また、片山東熊設計の伏見宮邸は、和館のほうに先んできて、そのあとに洋館が明治二四年に完成しています。これを洋館がガードして後ろ側の和館は門からみえないという構成になっています。明治一四年に皇族で初めて洋館をつくった小松宮の住宅も同じような構成をとっています。

これらを通してみると、洋風を強調して、和風は隠していたことが配置からおわかりいただけると思います。

ところが、これら四つの家は、屋敷替えにあつてほかの場所に移転させられたり、災害に遭つたりして、明治時代の末期にもう一度新しく本邸を建て直しています。

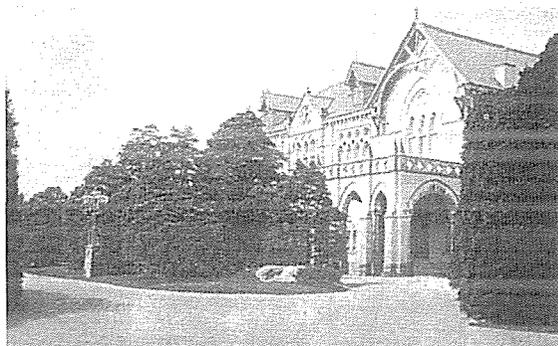
最初に洋館をつくった小松宮の二度目の住宅は、こんどは全部が和館でできている住宅です(写真四)。



写真一 最初の有栖川宮邸
(明治17年、小野木重勝『明治洋風宮廷建築』より)



写真三 2度目の有栖川宮邸
(明治36年、『有栖川宮総記』より)



写真二 最初の北白川宮邸
(明治17年、小野木重勝『明治洋風宮廷建築』より)



写真四 2度目の小松宮邸
(明治28年、『婦人画報』vol.2 No.6より)

コンドルの洋館に住んでいた有栖川宮家の二度目の住宅もまた、巨大な和館があり、門を入ると和館と洋館が左右にみえるという構成(写真13)。

伏見宮の二度目の住宅は、八〇〇坪という巨大な住宅ですが、その役所向きの部分だけが洋館で、他は巨大な和館です。

北白川宮の二度目の住宅も、洋館と和風の住宅の大きさの比率が全く変わって和館が大きくなっています(図1)。

最初に率先して洋館を建てた人たちが、明治の末期になりますと、一転して和風に転向している。これは明治の終わりに初めて住宅をつくった皇族にも共通している特徴です。梨本宮邸は役所向きの部分だけが洋風である以外すべて和風です(写真5)、久邇宮邸は和館の後ろに洋館が隠れています。

したがって、建築様式だけを見れば、皇族は洋風を指向していたのに、ある時期から完全に逆転して和風を選択した。あらためて和風に回帰したということができる。

生活様式は、公は洋風、暮らし向きは和風

これを今度は生活様式の部分だけに着目してみたいと思います。最初のコンドルの有栖川宮邸にもどってみましょう。平面や外観だけを見ても、生活様式が洋風か和風か、にはわかには判断できません。もしかしたらこの中に畳の部屋があるかもしれない。この中で床座の生活をしているかもしれない。

少なくとも有栖川宮邸の場合、内部写真が残っている部屋は全部寄木張りであったり、絨毯であったりという、明らかに椅子座に対応する室内になっています。

一方、最初の北白川宮邸は、これも洋館だから中はみんな洋風かというところ、二階平面図にはほとんどの部屋に「和室」と書いてあります。この洋館の中に畳敷きの部屋がある。つまりそこでは床座であった。残りの部分は椅子座であったと判断できると思います。つまり、接客など公的部分は椅子座で、私的な部分は畳だったといえます。



写真15 2度目の梨本宮邸
(明治43年、「建築工芸叢誌」vol.1 No.5より)

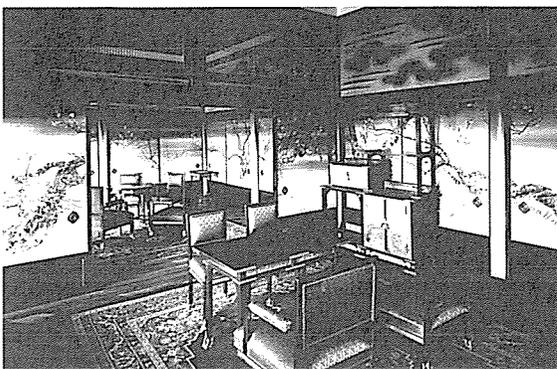


写真16 北白川宮邸 謁見所
(明治45年、東京都立中央図書館木子文庫所蔵)



写真17 北白川宮邸 奥御座所
(明治45年、東京都立中央図書館木子文庫所蔵)

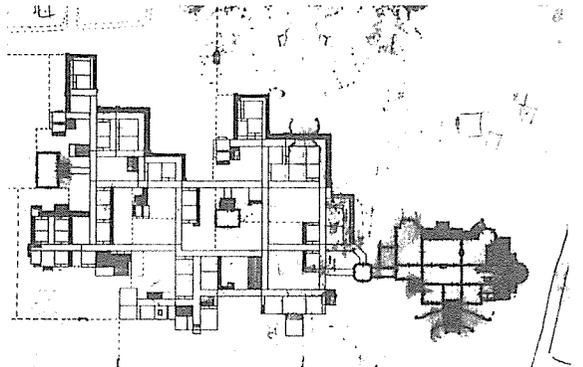


図1 2度目の北白川宮邸平面図 右下の部分洋館で残りは和館
(明治45年、東京都立中央図書館木子文庫所蔵)

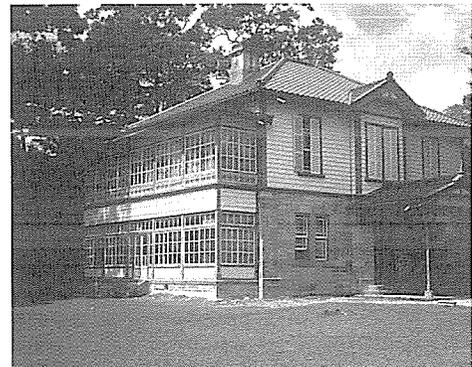
明治の後半に建った二度目の北白川宮邸は、大きい和館と小さい洋館が並んでいる(図一)。大きい和館の中の「謁見所」と書いてある部屋は公的な空間といえますが、襖を入れたり、長押を打っている。和風の内部にもかかわらず、椅子とテーブルが置いてある。つまり、生活様式としては、洋風で営んでいたことになりました(写真一六)。しかし、一方、ごく私的な生活空間は畳のままである(写真一七)。ということは、一回目の住宅と同じように、公的な部分は椅子座、私的な部分は床座という区分けがなされていたことがわかります。

この区分けは、梨本宮邸も久邇宮邸もみんな同じです、建築様式は明らかに洋風から和風に回帰した。ところが、生活様式だけをみれば、公的な部分は洋風、私的な部分は和風という姿をそのまま踏襲していたということになります。ということは、言い換えるならば、生活様式はそのまま、周りだけ「着替えた」という言い方がいちばん近いと思います。

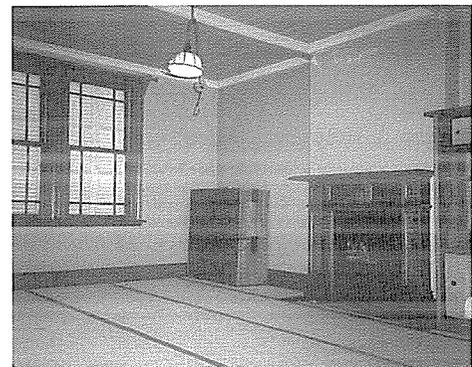
私たち建築を専門とする人間は、建築とは構造があつて、中身があつて、そしてデザインがあつて、それが一体となつて成立しているものだと考えます。モダニズム教育を受けた人は特にそういう意識が強いです。でも、皇族の住まいをみる限り、それらは全部別々のものであつて、中はそのままで周りだけをこうして変えることができる。和風とか洋風という建築様式は、実は皮一枚、中身を包むラッピングのようなものだと考えるようになったわけです。

逆の例もみてみましょう。那須にある松方正義の別荘です(写真一八)。一般に「日本の近代住宅はだんだん洋風化した」といわれています。最初は和風と洋風の二つの建物を並べていたものが、洋館の中に和風がだんだん吸収されていって、全身洋館の住宅ができる。この住宅も一階は椅子やテーブルが置いてある椅子座の生活ですが、二階は全室床は畳。皮は完全に洋風で、でも畳で寝たいという状態だということがわかります。これは皇族とは逆に「洋風」の建築様式で包んだ姿といえます(写真一九)。

意匠と生活様式と構造がバラバラになって、意匠としての和風と洋風とい



写真一八 旧松方正義那須別邸



写真一九 旧松方正義那須別邸 畳敷きの間

うのが独立したとき、それが「和風」という建築様式が成立したときではないかと私は考えています。だからこそ、和風は近代に生まれたと考えるたいというのがきょうのお話の一つ目の結論です。

行在所⇨格を示すコードとしての和

では、なぜ皇族は最初は洋風を選んだにもかかわらず、そのあとに和風を選び直したのか、いったい皇族にとって和風とは何だったのか。それを見てみたいと思います。

天皇や皇太子が地方に行ったとき宿泊するための「行在所」という建物があります。明治天皇が明治の初めに六大巡幸というのを行なっていますが、泊まる以外に、「御昼行在所」、休憩される「御小休所」を合わせ、延べ六〇か所ぐらい各地で行在所が用意されています。

札幌の豊平館、山形県天童の元東村山郡役所などの洋館が有名ですが、実際には圧倒的に和風の建物が多かったのです。明治天皇は早くに断髪をし、洋装をし、本人が洋風化の象徴として扱われてきた。しかも、巡幸の際は椅子、テーブル、テールクロスといった身の回りの調度一式をすべて持参して、行った先の行在所がどんな様式であろうと、椅子座を通しました。とす

ると、その周りを囲う建築も洋風という三段論法でいままで洋風の建物だけがクローズアップされてきたわけです。

では、それらの洋館を明治天皇が来たときどのように使ったのか。

天童の東村山郡役所（写真—10）は御小休所ですが、その洋風の建物の中に四本柱を立て、二畳分の構えをつくって、幕を張って、御簾を垂らし、なおかつ白いカーテンのようなものでちよつと隠すという構成になっています。わざわざこのセットをつくって、なおかつ畳も敷いて、その上に絨毯を敷いて、椅子・テーブルを置いて明治天皇が座るといふ大変まどろっこしいことをしているわけです（写真—11）。

同じ山形にあった東置賜郡役所も、やはり擬洋風の建物です（写真—12）。

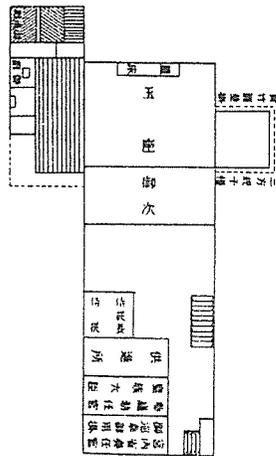
図—2の「玉座」と書いてある部屋に「置床」と書いてあるのが注目されます。洋風の建物で、行在所になったときだけ床の間をつくっている。なおかつ、この玉座の部分には畳を二〇畳分敷いたという記録が残っています。上段にして畳を敷いて、さらに絨毯を敷いて、床の間があるというのがセットになっている。そして、椅子・テーブルを置く。

行幸のときだけ、こうした畳、床の間、幕、御簾といったような和風の要素を加えてしつらえているのです。

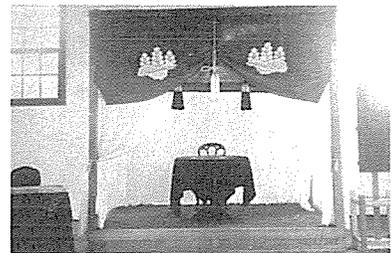
本来なら、椅子・テーブルを置くのに最もふさわしいはずの洋風の建物で、なぜこんなことをしたのか。ここで、近世の住宅の姿、書院造りを考えてみると、畳が敷いてある場所のほうが格が高いというのがルールです。とすると、畳を敷いたのは、明治天皇がこの畳に座るわけではなくて、畳を敷いたことでこの空間の格を高める操作をしていることがわかります。つまり、洋風の行在所に加えられた和風の要素は、「天皇の座所」という格を表現するために加えられたということができません。

これは、和風の行在所の例でみると、より明確です。宮城県名取市の行在所は、「宮居造り」と呼んでいて、御所を模したようです。しかも、調度として「中に鏡を置く」という記録があって、まるで御神体のような鏡を床の間に飾っています。

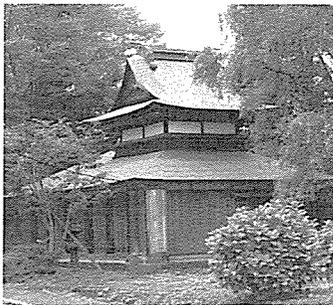
図—2 東置賜郡役所 玉座
（『東置賜郡史』より）



写真—10 旧東村山郡役所



写真—11 旧東村山郡役所 玉座
（天童市立東村山郡役所資料館蔵）



写真—13 旧北野行在所



写真—14 旧北野行在所 玉座



写真—12 東置賜郡役所
（『東置賜郡史』より）

福島県郡山の行在所の例では、まるで二階かと思うほど高さが強調されていたり、あるいは山形県北野の行在所では、天皇が使う部屋の上だけ屋根を高くしている(写真13)。しかも、中を見ると、四畳半なのに格天井で、ここに床の間、上段、金襴、銀張りの天井という要素をちりばめています。これは書院造りのルールそのままです(写真14)。明治天皇は、この中に絨毯を敷いて、椅子とテーブルを置いて、座ったわけです。こういうものを使って明治天皇の座る場所の格を高めるといふ操作をしている。つまり、ここでみる和風は、格を示す指標として使われているのです。

近世とは連続しないデザインモチーフ

洋風のなかに埋め込まれた和風のモチーフ

現在迎賓館として使われている旧東宮御所「赤坂離宮」(写真15)をみて和風という人は誰もいないでしょう。ただ、確かに洋風なのですが、部分分に日本にしかない文物を題材にした意匠をみることができます。つまり、和風の意匠がたくさんある。

たとえば正面のファサードの左右と真ん中のペディメントの部分には、和風の武具、鎧兜のセットが入っています(写真16、17)、反対側の南側のファサードには洋風の甲冑が入っている。つまり、正面が和風、裏側が洋風という対比になっています。

内部でも幾つかこういう意匠を発見することができます。「朝日の間」「彩鷲の間」にも鎧兜のモチーフが何度も繰り返されています(写真18)。また、マントルピースの細部に日本刀が隠れています(写真19)。

これはいったいどういうルールで付けられているのか。どうも表向きに近いところほど和風の装飾が多い、なおかつ、儀式空間、対面の儀礼空間に近いほど、こうしたものの面積が大きくて強調されている傾向をみることができます。

たとえば「羽衣の間」という舞踏室にも確かに和風の装飾はあるのですが、



写真15 旧東宮御所(現迎賓館赤坂離宮) 北側外観



写真17 北側中央ペディメント

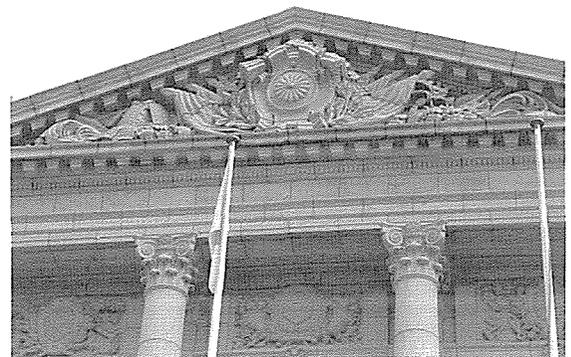


写真16 北側面中央武装具飾

写真16~20すべて=旧東宮御所(現迎賓館赤坂離宮)



写真18 朝日の間天井蛇腹絵画

一瞬で和風と見破れる人はなかなかいないでしょう。ラップ、シンバル、ウエイオリンといろいろな楽器をモチーフにしたトロフィーの中に、鼓とかでんでん太鼓のような日本の楽器が入っています(写真120)。

つまりここでみる和風の意匠は、楽器のモチーフの中に巧みに隠されているということがわかります。表向きに近いところほど和風は表面に出るよう強調され、儀礼的な色彩が弱まるほど隠されるという傾向にある。

リバイバルモチーフが明かす、「和風は近代につくられた」といふこと

そのなかで繰り返し用いられてきた武士像のモチーフ、これはいったい何なのかが気になります。こうした意匠が近世に存在したのかといえますと、実は障壁画にも、建築装飾のなかにも、武士をあからさまに描いたものはほとんどみつかることができません、最も近いモチーフは「鷹狩り」ぐらいでしょう。そうしますと、実はこうした題材は近代に新しくつくられたデザインモチーフということができません。

皇族邸宅の場合、いったんたどった洋風化路線を捨てて、あらためて和風を選び直した。ということは、近世と、近代に新しく選んだ和風との間には「断絶」があるはずで、あらためて和風をつくろうとしたとき、直前の時代である近世に戻る必要はまったくなく、もつと古い時代のモチーフを使うことも、いや、自分たちに合う別のモチーフを新しく選択することもできます。

そのデザインモチーフとして選ばれた一つが、こうした武士像ということができます。こうした武士像は、明治宮殿の中の杉戸絵に楠木正成が描かれ、赤坂離宮の「狩の間」のタペストリーには三人の武士が描かれているように、皇族ではしばしば用いられていました。

もう一つ、明治宮殿の内部に描かれた天井絵などは、いったい何を典拠にしてデザインを決めたのかということを見ていきますと、正倉院御物からとった文様、厳島神社宝物からとった文様といったような、古代の文様を典拠にしたものを見ることが出来ます。つまり、「古代」というのもリバイバルモチーフの一つとして挙げられます。



写真19 彩鸞の間マントルピース装飾

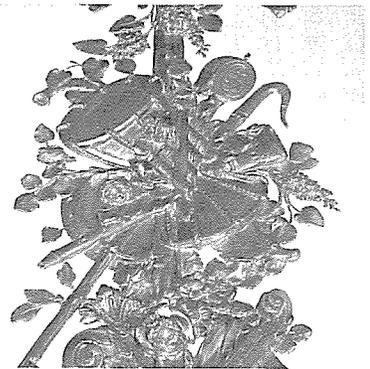


写真20 羽衣の間壁面トロフィー

武士そして古代。まったく違う時代、そしてまったく違う用途、まったく違う性格の文様を、それぞれに必要として集めてつくった、それが近代の和風ということができると思います。

*

「和風」とは、近世から連続しているものではない。いったん確かに洋風化路線をたどった皇族は、ある時点で和風へと転帰します。ということは、江戸時代の様式をそのまま使い続けたものが和風ではなく、あらためて和風というデザインを選択したといえると思います。

そして、その選択したときに、近世のデザインを典拠にしたのかといえますと、もちろん近世を継いでいるところもありますけれども、こうした細部の装飾をみていくと、違う時代、違うデザインをモチーフとして選択して、新しい和風をその時代につくったといえます。

たとえば赤坂離宮のような洋風のデザインでさえ、ある部分に「和風」を張りつけることができます。そして、皇族邸宅の場合、内部の生活様式は変わらないままに周りの様式だけを変えることもできます。つまり、「和風」とか「洋風」という建築様式は、まるで皮一枚のように独立したものである。

「和風とは、近代の産物である」という最初にお話しした結論は、この二つの事実から考えたことなのです。

「内外」「公私」のなかの「和」と「日本」

佐藤 道信

「和風」とは何か

「和風」と「日本的」がどう違うか。ほぼ同じ意味ではあるわけですが、実は美術のほうには「大和絵やまとゑ」などがありますが、「和風〇〇」というものはない。とすれば、なぜそういう違いがあるのか。美術のほうでも九〇年代に「日本画とは何か」という議論が営々と行なわれました。

「日本画とは何か」というときに、「日本」が問題なのか、「画」が問題なのかということがありました。たとえば岩絵具を使うからか、掛け軸か、屏風か、あるいは主題の問題かということ、いろいろ定義が試みられたのですが、結局くわい埒が明かなかつた、それは日本だけのものではなく、東アジア共通だからです。もしかすると物そのものではなくて、言葉の問題ではないのかという話になりました。言葉がそのものを意味づけ、価値づける一方の側のものである。それで私たちもかなり言葉の検証をしました。

ただし、「日本とは何か」というイメージ自体、絶対基準がない。相対的なものでしかない。時間が経てば、当時の日本的といまの日本的はまったく違います。そうしますと、何に対しての日本のかという縦軸、横軸上で考えたほうがむしろ早いかもしれない、つまり、外側から境界線を確定するという作業です。

「和」は基本的には「漢」に対しての対置用語であり、一方の「日本」は「西洋」に対しています。「和」「漢」から、近代以降「日本」「西洋」へ変わ

つていき、それで「日本画」「西洋画」もできていくわけですが、その一方で「和」「洋」も使われた。そうすると、「日本的」「西洋的」という場合と、「和風」「洋風」という場合はどういう違いがあるのか。「和風」は「日本的」と同じようではありますが、「西洋」とも対峙し、「洋風」とも対峙しますが、では「日本」「西洋」と「和」「洋」がどういうふうに使われているのか、あるいは使い分けられているのか、ということなのです。

「和風」「洋風」の相対構図の成立

美術と建築での「風」

戦前の『大字典』を調べますと、「和風」という言葉には「やわらかい風」という風の意味しか出てきません。いまの「和風」の意味が出てこないのです。建築、美術ではなくて、一般用語レベルで見ますと、いまいう「日本的」という意味での「和風」はほぼ戦後のようです。

「和風」「洋風」という状況自体は近代にできて、「和風」「洋風」という概念的な対置構図はむしろ現代に一般化したらしい様子があるが、また、建築での「和風」「洋風」は「日本建築」のなかでのことですが、美術で「西洋画」といった場合には、「西洋絵画」とともに「日本洋画」も含まれます。ですから、枠組みが違っているわけで、それが図一に示したものです。建築の場合には、西洋建築を絶対基準にして、それからの距離で洋風建築、擬洋風建築となり、和風建築がいちばん遠い形になる。



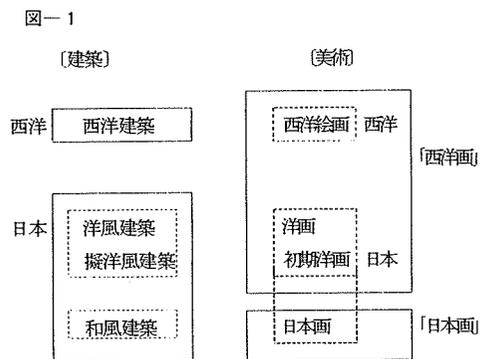
過去との断絶としての「和風」

「風」にはもともと二つの、ほぼ反対みたいなニュアンスがある。①「擬似的、まがいもの」：疑念 ○○風だが、実は違う」。「洋風」の場合には、この意味が強いかもしれない。②「特徴的、エッセンス」：強調 いかにも○○風、らしき」。「和風」の場合には、②のニュアンスのほうが強いのではないかと思います。

そう考えた場合に、「洋風」「和風」として対比されたのは、「洋風」が①で、「和風」が②の意味の組み合わせか。あるいは単に「風」をやり方、流儀、いまでいう「○○流」みたいな形で解釈するか。しかし、結局、「『創出された伝統』としての『日本のイメージ』」。

前の時代から引いているものもあるが、切れているものもある。結局は明治に新たにつくられたイメージ、つまり解釈です。「日本画」も伝統系の日本画は昔からあったわけですが、「日本画」という言葉、概念自体は近代にできた。

それと同じように、「和風」とか、広義での日本イメージも、近代にいわば過去との連続と断絶の上に構築された新たな認識、つまり解釈だったのではないか。そう考えれば、「とても日本的」という擬制」という図式が成り立ちます。とても日本的は②の意味で、「擬制」は①のほうです。つまり、リアルかどうか——西洋としてリアルか、日本としてリアルか——よりも、解釈された、あるいはこうであろうという認識としての「和風」と「洋風」ではなかつたかと思えます。ただし、戦後の現代には、いわば近代からの離脱として、新たな解釈の「和風」が生まれます。ここで茶室とか、数寄屋風とか、その実践としての和風住宅といったものが出てくるのだと思えます。



「内外」のなかの「和」と「日本」

「倭」「和」と「日本」

いまのは近代以降の話だったわけですが、もっと長い時間のスパンで考えるとどうなるか。「倭」「和」と「日本」。この「日本」という名称は「ひのもと」という用語から派生したもので、七世紀に成立した対外的な自称です。「倭」は中国からみた日本のことで、日本にとっては他称でしたが、それが内在化したのが「和」と「大和」です。つまり「日本」の語も昔から言葉はあったわけですが、「日本」の方は対外自称として使われる傾向が強くて、「和」や「大和」の方が国内自称として使われる傾向が強かったことです。一方で、日本が中国に対して使ってきた「唐」とか「漢」は、いわば日本からの呼称であって、中国にとっては他称でした。「中華」「中夏」というのが、漢民族がその国土を称した自称です。

こうした自称、他称の組み合わせから考えますと、中国では漢字は「字」、漢画も「画」としかいわないですから、「和漢」という相対構図は、基本的には日本国内で成立して、流通した相対構図だったということです。中心に対する周縁の、相対的ですが、じつは閉じた認識であって、中国にとってはあずかり知らないことだったということです。

これは近代以降の「西洋画」に対する「日本画」も同じでありまして、「日本絵画」であれば、総称なので問題ないのですが、「日本絵画」と似て非なる「日本画」の場合、外国にはわかってもらえないというのは、実はこうした相対認識が、閉じた日本国内での流通概念だから、ということだと思います。

「和漢」の相対構図——「和」と「唐」「漢」

「和漢」の相対構図は、平安時代の一〇〜一二世紀の国風文化の形成のなかで成立します。「唐絵」の語の初出は八九四年。一〇一〇年代には「和漢朗詠集」もできますので、タイトル化されるレベルで「和漢」という構図もはつきり言語化されます。

千野香織さんは、『和』は旧来のものを温存し、『漢』は新来のものを受け

入れる器として機能してきた。近代は『漢』が『西洋』に変わったただけだ」ということをおっしゃっています。

また、「日本の」という意味では、似たような言葉として「国」「邦」も類義的に使われています。いわゆる「国風文化」という、当時でいう「くにぶり（国風）」、あるいは「本邦」という言い方、近世の「国学」という言い方。これは一人称ですから、自分のところのというだけで、実は日本を特定しているわけではないですが、この使い方が、近代の「国語」「国史」「国文学」、あるいは「邦楽」や外国にいる日本人を指すときの「邦人」という言い方になっていく。それが外国向けに言うときには、「日本語」「日本史」「日本文学」「日本音楽」となるわけです。

「和様」「唐様」をめぐる「様」と「式」

「様式論」というのは、美術史でも建築史でも研究上非常に大きな意味をもってきたわけですが、「様式」というのも「様」と「式」の結合語で、「様」は「テホン」とか「カタ」の意味だった。「式」は、日本ではほぼ儀式の意味で使われてきたのですが、「ノリ」という属性がありました。特に「式」の字には「工」という字が入っていて、「方程式」とか、「方式」とか、いわば理工学的な属性がかなり入っている字のようです。

近代の「様式」というのは、その「様」と「式」をくっつけて、西洋に対するマックスの用語としてつくったのだと思いますが、当初は「mode」「style」の訳語として成立しています。『哲学字彙』では、「様式」は「modality」の訳語とされています。

「ノリ」という規範性としてみますと、「式」がいちばん規範性が強く、「様」がその次で、「風」はいわゆる「趣」なので、その間には一線があると思いますが、「風」はその分緩くなります。「コリント式」とか「ドーリア式」とか、なぜ西洋建築に「様」を使わずに「式」を使ったのかということも、この言葉のニュアンスが関係しているのではないかと思えます。「風」の場合には、たとえば和風建築でも洋風建築でも、工法を言うときには、「洋式構造」「和式構造」など「式」のほうを使うらしいので、「風」は外観、内観を含めたみ

える部分に使われる傾向が強かったのではないかと気がします。

このほか、「形（僧形、裸形など）」、「体（草書体、楷書体など）」というのも似た意味として使われていまして、それはそれで「形体」という言葉になっていく。いろいろ似たような言葉が使われていたようです。

「和漢」から「日本」「西洋」へ

ここで不思議なのは、近代以前の「和漢」というのは、相對構図としては、美術でも、音楽でも、文学でも、建築でも、ほぼあらゆるところで言葉として使われています。たとえば絵でいえば「唐絵」「大和絵」、音楽であれば「唐楽」「和楽」、文学でも「漢詩」「和歌」、建築でも「唐様」「和様」……。

ところが、近代以降は、芸術といわれるジャンルのなかで、「日本音楽」「日本建築」「日本美術」といった、総称としての「日本」はどこでもありうるのですが、特定ジャンルとして「日本」の語が使われているのは、「日本画」以外にどうも思い浮かばない。「日本舞踊」と「日本刀」は、それが総称なのか、特定の分野のことをいっているのかよくわからない。そうしますと、「日本画」は「日本」を冠している唯一の特定ジャンル（非総称の）なのではないか。

「公私」のなかの『和』と『日本』

公の「日本」、私の「和」

近代以降、基本的に「日本」は公的な部分、対外的な性格の強い言葉、総称、あるいは公的機関名に、「和」のほうはどちらかというと私的なところ、衣・食・住にまつわる個別名称に多用されているように思われます。

明治一〇年代から、「日本銀行」「日本鉄道会社」とか、「日本」を冠した言葉が始め、二〇年代以降は続出してきます。「日本美術院」もその流れです。「JR」「JA」など、いま「J」が付くのはみんな「Japan」が付いているからで、これは一八八〇年代からの延長上にある。

一方、「和」のほうは、たとえば「和服」「洋服」「和裁」「洋裁」「和傘」「洋傘」「和食」「洋食」「和菓子」「洋菓子」「和室」「洋室（洋間）」「和風住宅」「洋風住宅」など、衣・食・住のところのかなり個別なものに付いている。

補完と接続——柔構造としての「公私」

だとすれば、なぜそういうことが起こっているか。こうした使い分けは、じつは異文化と日本、過去と現在を、使い分けることで同時につなぎ合わせる、柔構造を生むものとして機能しているのではないか。とくに明治の初めは中国系の文化に加えて西洋系の文化という、とんでもない異質なものを日本につなぎ合わせる作業でしたから、これが最大限に機能したのではないか。いまは靴を脱いで仕事をする職場で働く人はほとんどいない。一方で、靴を履いたまま自宅に住んでいる人もほとんどいない。つまり公的な部分は西洋式を目指してきて、ピフォーファイブまでは洋式、アフターファイブの私生活は和式という、五時を境にした文化的スタイルの転換が行なわれてきた。そうすることで、社会全体、あるいは個人の一日のなかで、文化を使い分けながらつなぎとめてきた。全否定しないということです。そういうことが起こってきたのではなかったかという気がします。

「和」という「伝統」

「和」というのは近代以前からずっとありますから、まさに「伝統」といわれる部分に「和」が使われています。ところが『明治のことは辞典』によると、「伝統」という言葉は、もともと「血統」の意味で、一九一〇年代ぐらゐから「有形・無形のしきたり」の意味になって、一九三〇年代から「国の伝統」「民俗の伝統」というような言い方に変わる。辻成史先生の研究によると、「伝統」の語が急に使われだすのは、むしろ戦時中からで、とくに戦後に一気にふえたらしい。「伝統」と「創造」というのも、実は戦後になりに使われる言い方です。

そうすると、「和風」という語と「伝統」という語は、ほとんど背中合わせに戦後になって広まったものだったらしいと、どうもそういう状況のようです。

美術史と建築史

美術は、明治期にジャポニスムに向けた対外示威の中心に置かれた。つま

り、日本は一等国であることを軍事、経済、政治、文化、あらゆる面で示さなければいけなかった。そこに予想外のジャポニスムというラッキーな状況が国外にあったので、日本はそれを最大限に利用します。一つには富国論——外貨獲得のための美術・工芸品の輸出。二つには絵画・彫刻を中心にした文化戦略としての日本の提示。輸出のほうは農商務省、産業政策が扱い、片方は文教政策として文部省が扱うわけですが、この二つの領域を使い分けながら、経済的にも、イデオロギー的にも美術を最大限に利用します。

たとえば後者については、岡倉天心が、明治二二年に『国華』発刊の辞で書いた「美術は国の精華なり」という一文。まさに『国華』という雑誌名もここからくるわけですが、美術がイデオロギー表象の中心に置かれた。近代美術は、いわば日本美術の「現在」をつくる作業で、日本美術史は、日本美術の「歴史」をつくる作業だったといえます。

こうして、万博で産業館に飾られていた日本美術品は、「美術」として美術館に飾られ、西洋に示されることになったわけです。だから「和」ではなくて「日本」が重用された。だから「和風美術」がないという状況になっている。

また「日本画」「西洋画」というのは、日本国内での閉じた対自己認識です。で、外国で「日本画」といっても伝わらない。少し前まで、日本絵画の場合は「Japanese painting」、日本画の場合は「Japanese style painting」と訳していましたが、「Japanese style」とは何だ、といわれると、よけいややしくなるので、最近では「Nihonga」とされることも多くなりました。説明拒否の状況になりつつあるのですが、これはこれでナショナルリズムではないのかという気もします。いわば外を向きながら閉じてしまっている、常に気にしながらなかなか国際化できないというのか、それがずっと絡まり合ひながらきている気がします。

*

「和風」と「日本的」の違いは、そういうふうな「公私」と「内外」の絡み合いでできた、ということをお話しさせていただきました。

戦後日本の住空間と家庭電化製品における「和風」の文化政治



吉見 俊哉

きょうの三人のパネリストの共通の認識として、次の三つが挙げられると思います。

① 「和風」あるいは「和」が近代の発明品であること。何か過去からの連続性を考えてその本質的な要素を挙げようとしているわけではないこと。

② この「和風」とか「和」というものは、「和」と「洋」あるいは「和」と「唐」といった二項対立的な項の一方として創出されていること。ただし、一般に二項対立というときと自己と他者ということになるが、「洋」が他者で「和」が自己かというときと必ずしもそうではなく、この二項関係そのものが重層的に絶えずつくられてきた。

③ 「和」とか「日本」ということになってくると、建築とか美術とかエリート知識にかかわるようなレベルと、大衆的な生活スタイルに近いレベルの関係の問題が、もう一つの軸としてからんでいること。

以上のことを共通認識として、お話しさせていただきます。

*

私は、戦後日本の大衆文化におけるアメリカ化について研究をまとめようとしておりまして、きょうの話もその一環で考えていることです。

戦後の住まいのイメージを構築してきたのはいったい何だったのか。戦後のモダンリビングのイメージはいかにして人びとに受容されてきたのか。テレビ、家電製品、そしてそれを囲んでいた家具といった、住まいの中に置かれたモノをめぐるイメージの歴史、コマースシャルなレベルで家具とか家電と

かテレビといった戦後の住まいに置かれていたものが、どういうモノとして、たとえば広告のなかで、企業の販売戦略のなかでどういうイメージをもったものとして構築されてきたのかということとをたどり、この和風・洋風といった問題とからめて考えてみたいと考えています。

テレビ、家庭電化製品のイメージはどうつくられたか

日本人が二〇〇〇年になっても平均三時間以上毎日テレビをみているという統計があつて、日本人がテレビを嗜好する度合いが、ずば抜けて大きいということが、いくつかの調査で出ています。そうしたテレビの特権性は、戦後の日本人の住まい方と非常にかかわりをもつて出てきたのではないかと思いますが、まずはそのテレビをめぐるイメージが、五〇年代から六〇年代にかけてどうつくられていったのかということを考えてみたい。

街頭テレビから家庭のテレビへ

一九五三年にテレビ放送が始まったときから数年間は、テレビのイメージ、あるいはテレビというものの存在の仕方は、いまわれわれがごく当たり前に思っているテレビとはかなり違うものとして意識されていたと思います。

一般の人びとがテレビに接する最初の場となったのは、広場、公園、神社などに置かれた街頭テレビ、町の電気屋さんの店頭のテレビであった。

この街頭テレビのあり方と、その後、家庭の中に入ってくるテレビのあり

方はかなり違います。街頭テレビは、いうまでもなくプロレス、野球といったスポーツ中継をいちばん中心的に流していた。そして街頭テレビは山の手ではなく、下町や都心の盛り場を中心に置かれていました。観衆は圧倒的に男性です。

このようなテレビが、五〇年代の終わりから六〇年代にかけて家庭の中に入っていくときに、いくつかわ容していきます。

テレビ番組の中心がプロレスではなく、ホームドラマ、ニュースなど、いまあるテレビの番組形態に変わっていきます。もう一つは、家庭の中の視聴ということになると観客が少し変わってくる。

家庭の中にテレビを最初に買ってくるのは中産階級以上ですから、街頭テレビから家庭の中に入っていく過程で、視聴者の階層的な変化、ジェンダーの変化があります。家庭の中に入ってくると、女性とテレビ、子どもたちとテレビ、という結びつきが非常に強く出てくる。

そういうものが入ってくることによって家庭の中で何が成立するか。五〇〜六〇年代にかけて、テレビと洗濯機と冷蔵庫という三種の神器の中核としてテレビというものが家庭の中で位置付けられていきます。

当時、おもしろいのは、テレビを買うことを、しばしば「テレビが家にくる」とか「テレビが家にやってきた」という言い方をしたわけです。電気屋さんが届けたとは書かない。まるで天皇とか偉い人が家や村にやってくるのと同じような語られ方をします。そしてそのテレビを中心に、家庭の中で「三種の神器」という電気製品が構成されているということ、これはいったい何なのかという問題が一つあります。

初めて「家電」とか「家庭電化」という言葉がメディアの中に登場するのは、一九五〇年代前半だと思います。この「家電」というものがテレビを中核にまとまりをもって一つのカテゴリをもつてくると、それ自身がイメージの世界をつくる。このイメージの世界で、家庭の中の主婦とか、日本という主体とか、そういうものが、ある位置付けを与えられてくることになりました。

広告に見るイメージの変容

テレビのイメージの変化は、広告の中にも出ています。一九五〇年代半ばくらいまでのテレビの広告では、テレビを買ってプロレスをみよう、ただプロレスラーがテレビの画面から飛び出している(写真1)。飛び出しちゃうということは、実際のリングにいて、あるいは街頭テレビでプロレスをみるといっしょうが臨場感があつて、その疑似体験として家でテレビをみようということなんです。五〇年代半ば頃のテレビの広告は力道山が主役でした。

ところが、だんだん家庭に入ってくると、家庭の中で椅子に座ってテレビをみる人が出てくるわけです。だけど椅子に誰が座るかというのが問題で、五七年の広告では、椅子の上はまだ誰も座っていない(写真2)。それが、その後の広告になると、お母さんと子どもがテレビをみている(写真3)。お母さんと子どもがテレビをみるといっしょうが広告のイメージとして定着してくると、プロレスをみるのはなんか変ですね。そこで力道山は和服を着て、テレビの外に出て挨拶をするという構図になっ

面白さ！

て見た方が
アンの似ら
いスリルを
くりと味つ

今一番人気のある
14吋カラー画面
TV-100 (22型附付) 現金価格 **99,500円**

TV-100 (19吋カラー) ¥113,500
TV-80 (14吋カラー) ¥169,000

写真1 飛び出すプロレスラー
1955年、シャープ(部分)

シャープのテレビ

現金価格 **74,000円**

写真2 椅子は用意されたが……
1957年、シャープ

写真3

現金価格 **77,000円**

写真3 椅子に座る母と子
1957年、東芝(部分)

たり、街頭テレビの人氣がかげり始めるころになると、力道山はプロレスをしていない。リビングに座って観客の一人になっている形に変わっています（写真―4）。

五〇年代末から六〇年代にかけて家電産業がほとんど均一的に、家庭電化製品のイメージをつくっていきます。「電化で楽しい生活、美しい生活」「楽しく豊かな生活設計」……もうほとんどどれがどの企業かわからないですが、この画一性というのは驚くばかりです。

家電が開いたアメリカンライフ

では、家庭電化製品というイメージが戦後の住まいのなかに成立してくる過程で、それをめぐって人びとの想像力がどのように構造化されていったのか。主として松下電器（ナショナル）の広告の歴史に焦点を当てながら、ジエンダーや、あるいはそれ以外の主体をめぐるイメージが、この家電製品のイメージを軸にどう構築されてきたかをごらんください。

一九三〇年代、ラジオや電気製品の広告の基本パターンはきわめてはつきりしていて、ラジオは都会的なモダン生活のシンボルでしたから、都会的なモダンガールがラジオを聴くというスタイルが一般的です（写真―5）。この手の広告が無数にあります。ラジオだけではなく、懐中電灯でもなんでも、モダンな電気製品はモダンガールと一緒にしておけばいいという感じでした。

これは戦後になっても変わりません。一九四七年の広告で、モダンガール（原節子）がラジオを聴くというパターンです（写真―6）。

四〇年代後半にはアメリカ的なライフスタイルが広告の中にはつきり出てきます。アメリカではこんなに電化が進んでいるのにわれわれはこんなに遅れているというイメージが前面に出ています（写真―7）。

五七年か五八年ころから、いままでのモダンガールとは違うイメージが電気製品の広告の中にあられれます。それは主婦のイメージです。そしてこの主婦のイメージと一体をなしながら、家電というカテゴリーが成立してくるわけです。サンヨーの木暮実千代、ナショナルは高峰秀子が真ん中にいて、「一品ずつ揃えて奥様の笑顔」となって、家電製品が主婦の笑顔の周りにズ

ラツと並ぶという、このタイプの広告に変わってくるわけです（写真―9）。

その場合の主婦は、単に電気製品を消費する存在というふうには語られていたわけではありませんでした。

日本国憲法二五条には「国民は健康で文化的な生活をする権利がある」とあり、この「健康で文化的な生活、すなわち民主化を可能にするのが家庭電化なのです」とあり、そして「その家庭電化を推進する主体が、奥様、あなたなのですよ」といっています（写真―8）。つまり、家庭の中でのいわば能動的な主体として女性、主婦が名指されていくということになります。みずから考えてみずから家庭を経営する主婦です。アメリカの同時期の広告と比較すると、アメリカは夫婦で出ていたり、洗濯機であるにもかかわらず家族で出ていたりして（写真―10）、それに対して日本の場合は主婦に焦点が当てられていく傾向が強いということです。



写真―6 原節子のラジオ広告
1947年、ナショナル



写真―5 戦前の広告例
1930年代、ナショナル



写真―4 観客になった若ノ花やスターたち
ナショナル（部分）

写真一 7 アメリカはこんなに
に進んでいるのに……
1951年、ナショナル



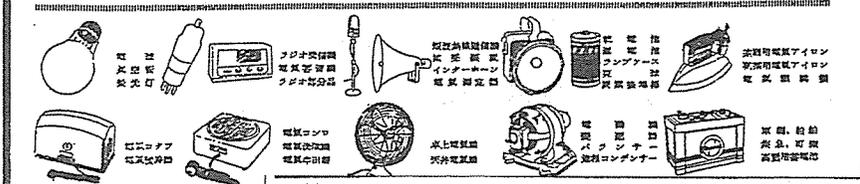
**お洗濯、食器洗いもすべて
電気のアメリカ生活**

**我々の生活は
これでよいのか？！**

台所 洗濯、掃除、すべて電化されたアメリカ生活にくらべ、我國はラジオでさえ人口に對しわずか一割で、電化生活などはるかに遠く、弊社では過去三十年來深くこの点に着眼、ナショナル電器器具の製造を通じ、家庭電化による文化生活の向上を目指して進んでまいりました。

幸い 現在では生産品目も三〇数部門、生産は全國第一位。また重要産業部門にも幾多の電気機器を提供し、特に品質は世界最高水準を目標として日夜、研究努力を傾注しております。

我々 品を、さらに簡便に求め、より良生産し電源開放による電力増強と相まって「電化による社会生活の向上」を一日もはやく具現すべく邁進しております。何卒かわらぬ御愛顧をお願い申し上げます。



松下電
本社一六区・支店一東京

第二十五條

国民は健康で文化的な生活を営む権利がある

日本の進歩、第二十五條には、国民は健康で文化的な生活を営む権利がある。この権利を保障するために、国家は法律その他の法規を制定し、これを執行する義務を負う。この権利を保障するために、国家は法律その他の法規を制定し、これを執行する義務を負う。

お洗濯、食器洗いもすべて電気のアメリカ生活

家庭電化製品

電化製品は ナショナル

写真一 8 国民は健康で文化的な生活を営む権利がある
1959年、ナショナル

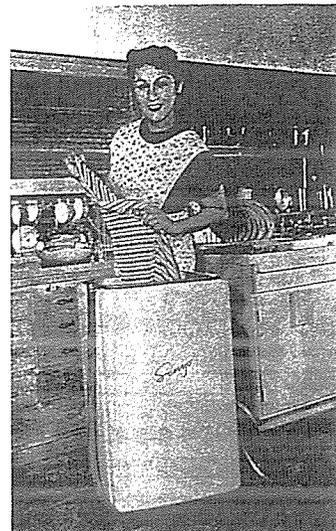
Only you'll just love flameless electric clothes drying (almost this much)

電化製品は ナショナル

写真一 10 同時期のアメリカの広告
一家揃って登場している

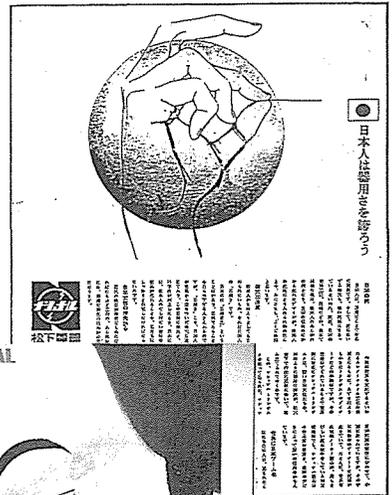
電化製品は ナショナル

写真一 9 主婦のイメージの登場
左/高峰秀子(1957年、ナショナル)、右/木暮実千代(1955年、サンヨー)





写真—12

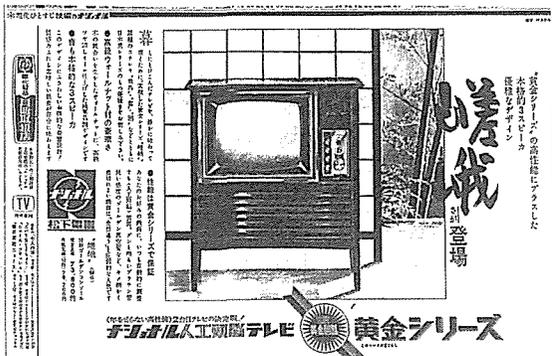


写真—11

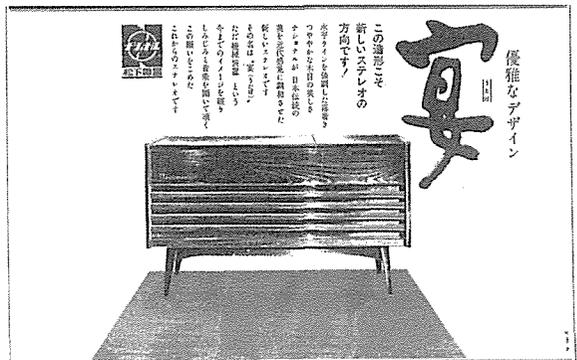


写真—13

写真—11~13 日本の技術力を誇示する広告の登場 ナショナル



写真—15 テレビも家具調となり和風ネーミング登場 1965年、ナショナル



写真—14 家具調家電のはしり 1965年、ナショナル



写真—16 60年代後半、各社横ならびで和風ネーミングの製品を登場させる



日本の技術力と結びついた「和風」デザインの登場

六〇年ごろから、これと対をなしてテクノナシヨナリズムというか、日本の技術力は優れている、それは国際的に評価されているという広告がたくさん出てきます、

「ニッポンの誇りがまた一つ!」(ソニー)。「世界の音をその技術でリードする」(ビクター)。「厳しく真剣な全世界の目がこの技術を認めている」(松下)。「この小さな金属体は世界に認められている」(サンヨー)。「世界から勲章を受けている」(松下)。「日本人はその器用さを誇ろう」。極め付きが六二年の「誇り高きメイド・イン・ジャパン」(松下)というものです(写真11、12)。

ただ、これはイメージがかなり先行していて、実際、同じところにナシヨナルのアメリカで打っていた広告は、「安いですよ」というタイプの広告です。国際的に日本のテクノロジが認められるのは七〇年代の半ば以降だと思いますが、それよりはるかに前に、日本国内に向けて日本のテクノロジは世界から認められていますよという広告が打たれていたわけです。

そしてそれを受ける形で、一九六〇年代後半から七〇年代にかけて、日本のテクノロジに日本風の味付けデザインやネーミングなど、もろもろのいわゆる和風のスタイルをかぶせていこうということになってきます。

「日本人の能力と情緒をこのテレビに結晶化させよう」「日本の正月、日本の色」(写真13)。

その延長線上で、松下が六五年の初めに「宴」「飛鳥」というステレオを出します(写真14)。テレビより早くにステレオを家具として位置付ける。そしてテレビの「嵯峨」が出てくる(写真15)。

家電メーカーは六五年くらいから六〇年代の終わりにかけて、このタイプの家電製品を、横並びでザッと出してきました。サンヨー「日本」。三菱

「高雄」。東芝「名門」「王座」。サンヨー掃除機「太郎」。(写真16) 注意しておきたいのは、日本というのは一つの項であって、東芝は「パリ」

というステレオ、「パレス」「キング」「ハynes」というテレビも同時代に出しています。

家電をめぐるどういいうイメージがつけられてきたかを見ると、一方では家電というカテゴリーそのものが、家庭の中に囲い込まれた形での能動的な主体としての主婦というイメージと対をなして誕生してきた。そして、それとほぼ同時に、その家電のつくり手としての日本のテクノロジ——これは技術者のイメージ、あるいは技術立国としての日本のイメージ——というものが、日本国内の人びとに向けてかなり意識的につくりだされていく。この両方が強調されて、広告戦略としてもろもろのものが打たれて、人びとのイメージがつけられていきました。

家具・住宅にも同じ動きが

この話と同じようなことが、家具、住まいのイメージをめぐるでもみられたのではないかとということが、最後の話になります。

モノの側からみていくと、家電製品、家具という全体がひとつながりになって、そういうモノたちに囲い込まれていくプロセスが、戦後の住まいをめぐるイメージの構築過程であったとみることもできるからです。

戦後最初に、家具において「日本風」ということを、あるいは日本的なデザインを強調したのは、いうまでもなく、五〇年代半ば、剣持勇たちが「ジャパニーズ・モダン」ということを言い出したときです。これは、主としてデザイナーのレベルで日本的なデザインということがいわれていた時期だったと思います。

暮らしあるいは家具、住まいに関する雑誌をざっといくつか見直してみると、『モダンリビング』誌で、五〇年代後半に和風住宅が特集されています。

ところが、それはその後、そのまま続いているようにはみえない。つまり、五〇年代半ばのそうしたジャパニーズ・モダンであったり和風住宅特集であったりというものは、ジャポニスムと非常に関連しますけれども、海外で日

本のデザインが話題になったことを契機として、日本でもそれを売り出して
いこう、評価していこうという、知識人レベルの動きがあったような気がし
ます。

大衆的な広告とか、暮らしあるいは住まいに関する雑誌のレベルでも、和
風住宅とか和風モダンといった言い方が一気に広がっていきのは、七〇年代
に入ってから動きです。

で、そのプロセスをざっとみておくと、六〇年代、北欧家具がまず大衆化
する。ただ、朝日、読売、毎日新聞、あるいは普通の週刊誌レベルの広告を
ずっとみていくと、家電の広告は五〇年代の半ばごろからものすごい勢いで
ふえ、そのなかであるイメージ形成がされていくわけですが、家具とか住宅
に関しては、一九六五、六年以降初めて、新聞や雑誌の一般的な広告の中
大衆的なレベルで語られ始めるということだと思います。

そのときに、家具に関していうと、このきわめてコマースライズされた
大衆的なレベルでの家具をめぐる言説で最初かなりメジャーになって出
てくるのが北欧家具です。

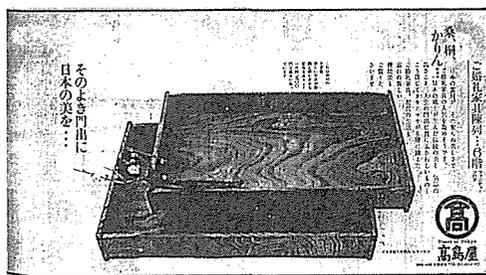
デンマークインテリアという松屋の展覧会（六四年）。伊勢丹のデンマ
ク家具の展覧会（六五年）。三越のフィンランド家具の展覧会。白木屋のフ
ィンランド家具の展覧会などなど。

六〇年代の半ばにはほとんどあらゆるデパートで北欧家具の展覧会をやっ
ていたのではないかと思われませんが、それにやや遅れる形で、和風の家具の広
告が登場し始める。「日本の美」ということを出している高島屋の広告が出
てきます（写真一七）。

七〇年代に入ると、プレハブ住宅でもダイワハウスのように、明確に家電
製品のネーミングとかスタイルにならって、「白鳳」「春日」「若草」「大和」
といった和風のネーミングをつけた住宅を売り始めます（写真一八）。

七〇年代初頭の住まいの広告に、たとえば「伝統の味と……」みたいなこ
とで、和室というものをテーマにしたり、「床の間はぜひいたく空間か」と
いうふうにいってみたりするというような流れが出てきます（写真一九）。

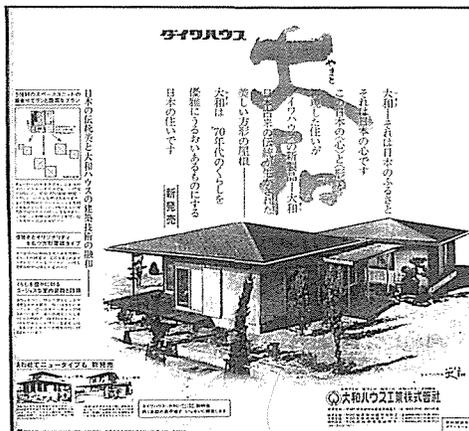
そういうふうになると、六〇年代後半から七〇年代、家電製品のなか
で、和風のスタイルとかイメージというものがつくられてくるプロセスとほ
ぼ同じか、やや遅れる形で、家具や住宅のコマーシャルなイメージのなかで
も、そうしたイメージがつくられてくるというプロセスをみる事ができる。
こうしたものが、全体として単に自己発展的に発展してきたというより、
絶えず、アメリカからのイメージとか、世界に認められる日本のテクノロジ
ーとか、そういう他者からのまなざしを受ける形でイメージ形成されてきた
ということが、その背後にはあるのではないかと気がしています。



写真一七 和風家具の広告
1964年、高島屋



写真一九 日本人の心を語る広告
1973年、大京観光



写真一八 和風の名前のプレハブ住宅が登場
1971年、大和ハウス



波多野（司会） モダニズムの建築教育を受けた世代は、「和風」という言葉にまがいものというイメージを感じつつしてしまいます。しかし若い世代には、そういう抵抗感はないのかもしれませんが。

吉見さんが先ほど「日本と西洋という二項対立的な概念のなかで和風が成立してくる」と整理してくださったんですが、その二項対立の自分のほうに関して、では正確に把握できているのだろうか。

私自身も体験したことで、ニューヨークの自然史博物館に行ったときに、日本美術のコーナーの隣にポリネシア美術があつて、「日本というのはアメリカではエスニックな文化としてとらえられている」ということを再認識しました。「なんとということだ。日本の美術はファインアートとしてきちんと扱われていない。日本はエスニックアートなのか」と怒る人がいる。日本を西欧と対置して考えることが自分の身についてしまったおかげで、「対等に扱われていない」という意識をもってしまう。しかしよく考えてみたら、同じ目で自分たちが南米やアフリカの美術を、特殊な地域におけるおくれた文化がつくりあげた面白い美術というふうにしかみていないのではないか。だとしたら、その僕たちの目には、同じ批判の目が向けられなければなりません。もう一つ例を挙げると、僕は二五年間ネパールに通つて文化財の保存・修復の仕事をしていますが、「もしも日本の文化財を外国人が修理をしたいといつてきたら、あなたは受け入れることができるか」という質問をされたことがあります。これを考えることで、ネパールへ行って文化侵略に近い行為をしているのではないか、という反省の機会を得ました。

ところが、最近では、日本の文化財修理の現場でも、外国人の土工さんは

何人もいるし、その人たちがちゃんと仕事をしている。何にも問題がないと感じています。でも、そう思えるようになるまでにはずいぶん時間がかかったという気がします。そういうことまで含めて、日本あるいは和風というものを自分たちはどうとらえているのか、しかもそれがどうとらえることによつて成立したのかという部分が大事だと思います。

まず、会場から寄せられた質問票にお答えをさせていただくことから、討論へと入っていきたいと思います。

さまざまな相が入り交じつた近代和風を整理して、それぞれに呼び名を



小沢 会場からの質問のなかに、「近世にはいろいろな名前の付いた様式があつた。書院造り、数寄屋、あるいは民家、町家、庶民住宅、武家住宅と、いろいろな階層の住宅があつた。近代をみるときに、和風と一つの名前になつてしまっている。では残りのものはいったどこにいったんですか」という趣旨のものを幾つかいただいています。残りのものといったときの「残り」とはいったい何なのか、問題になると思うんですね。

私は、「皇族の邸宅」という限られたある階層の話だけをしたのですが、それは一握りの人たちだけの動きです。

講演のなかで何回も「リバイバル」という言葉を使いました。それは和風という様式を新たに選んで、何かのモチーフを使って回帰をさせた。新しい様式をつくつたということを言いたかつたのですが、近代になつても江戸時代の建物がそのまま建っている例もたくさんあるはずですし、同じ技術で民家や町家がつくり続けられていたはずなんです。和館と洋館が並立する形の住宅

であっても、私的な部分に和風を建てる時に、特に内向きであるから江戸時代からのそのままの技術、形がそのまま使い続けられたということも当然あった。新しい様式をつくったことがリバイバルだとすれば、この近世から連続しているもの、そのまま残っているものは「サバイバル」と呼べるでしょう。近代の和風にはまずこの二種類が存在しているといえると思うんです。たとえばいま近代和風というのは一つのジャンルとして確立していますが、かなり最近まで、近代和風の研究対象のなかに民家は入っていなかった。民家は近世から続いてきたものとして、いわゆる民家の研究者、近世住宅史の研究者が、明治になってから建ったものも扱ってきた。町家も同じことがいえると思います。そうすると、近代のものとして町家や民家をとらえたときに、はじめてある意味で和風と呼べるのかもしれないですね。

皇族の場合には和風のモチーフを先ほどの話のように選んできましたけれども、武士、特に大名は、近代に「華族」に身分が変わって、みんな東京に屋敷をつくって住まなければいけなくなるのですが、明治時代の末になると、地元には和風の巨大な本邸を建てたりする。そのときに選ぶ和風というのは、皇族とは違うまた新しいリバイバルソースを何か選んで、違う和風を建てる。ということは、和風にはリバイバルとサバイバルという二つがあり、さらにリバイバルをしようと思ったときに何をモチーフにするかは、つくる人たちの立場によって全く違うことだと思っただけです。

和風というのは非常に便利な言葉で、ずっといまままで使い続けられています。それだけに、私がいまお話ししたよりも後の時代に、また新しい要素をどんどん取りこんで、いま「和風」の中にはいろいろいろいろ入っているかわからないほど、さまざま相が入り混じっているのではないかと思っただけです。

先ほどの質問に戻りますと、いま和風といっているもののなかには、近世からあったもの、残ってしまったものも当然入っている。それから、まったく別のつくり方をした和風というのものももちろん入っていると思います。一つ提案したいのは、「和風」という言葉を学術用語として使うとき、あ

まりにいろいろなものが入りすぎて定義がないという気がするんです。近代和風は建築史のなかで扱われるようになってからそれほど長いわけはありませんが、だんだん研究が進んできたいま、研究の用語としてはそろそろ「和風」というものをもっと整理をして、その一つひとつに別の名前をつけてあげる時期がきているという気が、私はしています。

「今後はどうなっていくか」という質問も幾つかいただきました。今後というのは私もなかなか答えにくいのですが、先ほどの佐藤先生のお話にあつたように、和風の「風」という言葉は、いかにも日本らしい擬制、擬態である。いかにも日本らしい、でも嘘つき、ということだと思っただけです。

でも、「いかにも」と感じるためには何か既知のものが必要である。その「いかにも」と思うときに、皇室が選んだのが、古代の意匠であつたり武士像であつたりしたわけです。立場の違いによってその選び方はもちろんいろいろだと思っただけです。今後いつたいどんな既知のモチーフが必要とされるのか、それが意味で何かとの対比で選択するモチーフというのが決まってくるような気がするんです。

企業の発信するイメージを人びとはどう受け取ったのか



吉見 法政大学の綱島さんから、「家電を利用する身体の側からどのようにとらえ返されていったのかという、めぐりめぐる問題もまたあるのではないか。そこをどう考えるか」という質問をいただいています。まさにそこが問題なわけで、広告というのは企業や産業が人びとにこれを注ぎ込もうとか、人びとの間に構築しようとか、産業や企業の側が狙ったイメージでしかないわけで、実際の人びとがそうしたイメージをどのように経験していたのか、生きていたのかということ、広告だけでは絶対にわからないわけです。

ではどうすればわかるのか。これは実際に生きられた日常生活の経験ですから、形には残っていないわけです。細かい雑誌の記事とか、マンガとか、

いろいろな素材をみていかなければならないけれども、どれが平均値かというのはいかならない。さらに同時に社会学的な調査資料がある場合には、それを使ってみていかなければならないのですが、実際に使う人びとがどう経験されていったのかというのをみていくという、もうちょっと深い段階の問題になってくると、一気に難しくなるんですね、

ですから私ができるやろうとした作業は、とりあえず産業とか企業の側がつくろうとしたイメージに準拠しながら、そこからのズレとして実際に生きられた過程をみていくというやり方しかとりあえずないのかなと思って、こういうことをしています。

千葉大学の池田忍さんからの質問は、「内向き、国内に伝統を強調するさまざまな言説やイメージはどのように受容されたのでしょうか。どのような階層の人びとの生活様式や意識に具体的な影響を与えたのか。また、たとえば住宅に和室、和風のディテールやアイテムを求めたり、実際に購入する家具のデザインを選んだりしたのは誰なのか、という問題について教えていただきたい」という質問です。

そこなんです。イメージは企業の側がつくろうとしている。けれども、そんなに企業が考えたような予定調和的な形で経験されたわけではないと思うんです。そこを掘り起こす必要があるんです。私自身の仮説としてはどういふふうに考えているかというところ、きょうご紹介したような和風あるいは技術日本的なイメージについては、実際の経験のされ方ではもうちょっと、とりわけジェンダーをめぐるせめぎ合いがおそらくあったのではないかと思っています。

五〇年代、新しい住まいのイメージというのは、和風ということよりもまずアメリカンなんだと思います。アメリカ的な生活様式というのが戦後の暮らしのイメージとしてはまずあったのだと思います。そして、その主役として位置付けられていったのが、先ほどお話ししたような主婦、女性たちであった。ところが、この女性が非常に問題で、最近、『思想』という雑誌に、カリフォルニア大学の米山リサさんが面白い論文を出されています。要

するに、戦前の女性は封建的な家庭の中にいて、戦後はそれを民主化するんだというイメージが占領期に強調される。そして、いったん民主化していった主体化していくというイメージをつくった女性を、もう一度、占領後期になって、「家庭の中の主婦」というイメージに囲い込んでいく、という話を書かれていたのですけれども、民主化し、つまり主体化し、囲い込むというセットで、戦後の女性のイメージがつけられ、そしてそれが家庭空間というものとの構築と関係している。でも、この段階ではまだ和風というのは出てこない。きょう私が講演でお話しした話はこのあとに続く話で、いったん半ば消え去った男たち、なかば去勢された男たちのアイデンティティというもの、オリンピックとか高度成長が始まることを契機に、もう一度テクノロジとか経済というものを依代に再構築されていくような過程が六〇年代。そのときに和風というのが出てくる。

一方で、その日本的なテクノロジというイメージの延長線上に、たとえば家電製品や家具の和風というイメージがつけられてきた。他方で、家庭で女性たちを中心に、家電製品のイメージや家庭の空間のイメージがつけられてきた。しかし、この和風のイメージとジェンダーの結びつきは単純ではない。たぶん主婦をベースにつけられた家庭生活のイメージは、アメリカ的ライフスタイルなんです。そっちのほうがむしろベースにあるんだと思います。それとの関係において和風があるというので、和風と男性のある種の主体というイメージはむしろサブであるというふうに思って、メインはむしろ戦後の主婦のイメージの構築と、それからアメリカ的なライフスタイルの普及ということのほうがベースであると基本的には思っているのです。

田中厚子さんから、「一九〇〇年代からのアメリカの雑誌における日本の建築のイメージ——正直、質素など——はモダニズムの文脈に吸収され、それが戦後の和風につながったと考えることはできないでしょうか」という質問です。

確かにそういうふうには考えられる文脈もあると思うんですが、五〇年代の、たとえば剣持勇をはじめとするデザイナー、建築家、国際的な情勢やトレン

ドを知っている人たちが和風という場合には、確実にそういうことがあったと思います。けれども、六〇年代後半からの、むしろ大衆消費社会的なレベルで、ちまたの雑誌やちまたのメディアのなかに和風というイメージが跋扈していくようなときの和風というのは、アメリカのダイレクトな影響とかではなくて、高度成長していく日本社会そのものの中の自己意識において和風というイメージが構築されていくという過程、これを考える必要があるのではないかと私は思っています。

田中厚子（アクセス住環境研究所） 日米の住宅史を研究しています。和風は近代の産物だということ、そしてアメリカのまなざしはもちろんそれに大きくかわって、そして和風という言葉自体が戦後のものであるということから、やはりアメリカでのモダンイズムと日本建築との関連とすることを避けて通れないのではないかと、質問させていただきました。



アメリカで日本建築が雑誌にどのように現れたかを研究したことがあるのです。ピークが三回ありまして、一つはシカゴ博以降の一九三三年から一九〇〇年代の初めくらいまで。次が一九三〇年代。次が一九五〇年代の後半から六〇年代です。

最初の時期はジャポニスムと関連して、日本建築の「正直である(Honest)」とか「Simple」という言葉が強調されて、それはモダンイズムのなかで共通項として使われていたと私は思うんです。一九三〇年代にはもう建築においてはモダンイズムができあがりつつあった、そのなかでグロピウスとかノイトラという大建築家たちが日本建築を賞賛する、モダンイズムと日本建築との共通項が強調されて、それが日本に戻ってきて、日本の建築家たちは、「こんなにたくさん共通項がある」「自分たちがめざす方向は、日本を踏まえたモダンである」ということで、戦後の住宅ができてきたのではないかと思う。生活様式はまた別の話ですけれども、モダンリビングのなかで、本当にモダンイズムというのは和風と関係ないのだろうか。すごく関係あるのじゃないかというの、きょう私が強く感じたことです。

波多野 数寄屋というのがありがたくもシンプルであること、それがモダンストにとって非常に便利なデザインのポキャプラーリーであったということは間違いないという気がします。

池田忍（千葉大学） 美術史を研究しています。建築はまったく専門外ですが、先ほど吉見さんが見せてくださったビデオの中で、「日本人」という呼びかけが何度も行なわれていることにとても驚きました。同時に、日本的なイメージが、



繰り返して家電商品のデザインと広告空間の中で提示されているわけですが、受容者を考えれば、実はかなり立場の違う人たちが一緒に呼びかけられるわけですね。

私は、戦前のモダンガールとラジオやカメラなどの結びつき、それから当時最先端の機器が女性と共に広告や絵画などの視覚イメージの中に提示されていることに関心をもってきました。女性と機器の結びつきは、それを取り囲む室内空間のイメージを含め、戦前から「洋」と「和」の間で揺れています。戦後の家電商品の購買層とは、階級やジェンダーが異なるとは思いますが、イメージ、表象の問題として捉えれば、私たちの生活スタイルを「和」「洋」の枠組みで把握し、提案しようとする力が働いてきたのではないかと。

しかも、そのような力の働きはなかなか検証しにくいという問題があるのです。美術史のほうでいえば、たとえば日本画と洋画のどちらを好んで展示会へ見に行くのかとか、どんな部屋にどのような美術作品、あるいは複製を飾るのかといった類いの判断を、私たちが日常的に行なっているということにかかわります。近代、現代に生きる私たちは、「日本」を改めて意識する機会がそれほど多くないにもかかわらず、さまざまな表象が「和」「洋」の枠組みで提示され続けるために、それを受容し、選んでいるうちに、非歴史的な平板な「和」を立ち上げる力に、知らぬ間に巻き込まれ、荷担しているのではないかと思ったのです。

建築空間にかかわる消費財、商品の視覚的イメージを、社会的な視点から分析された吉見さんのお話を伺ううちに、「和」「洋」の枠組みの中で展開

した日本美術や、近代の視覚文化の問題が、くつきり見えてきたような気がしています。

吉見 いまの田中さんのお話と池田さんのお話がつながっているような気がします。建築家や建築雑誌や、美術のほうもそうなのかもしれないのですけれども、専門的な、言説のレベルでは、先ほどまさに田中さんがおっしゃった五〇年代後半から六〇年代の海外での三番目の日本デザインブームと、日本の側のそうした雑誌や言説のなかでの和風の言説の浮上というのはほぼ同時代的に重なっているんです。

ところが、それがすぐに大衆的な言説への流布につながっていないように僕には思っていて、その間に一〇年弱ぐらいのタイムラグがあって、大衆的な言説のなかで和風というのがポーツと出てくるのは六〇年代の末だと思えます。そうするとその一〇年というのはどう考えればいいのか。いつも考えながらどうしてもわからないのは、受け手の問題なのです。その言説がどう受容され、どう社会の中であるサイクルに入ってくるかというプロセスを考えないと、この六〇年代の一〇年間の問題というのはみえてこないのではないかという気がしています。

波多野 池田さんのお話を踏まえて、佐藤さんに、「日本」というのがどうやってつくられてきたか、あるいは二項対立といながら実は自分のほうはあまりみつめないまま、対立だけをつくることよって「日本」をつくりあげていくという雑な操作なのかということろをぜひ伺いたいと思います、

床の間のナシヨナリズム



佐藤 先ほど「和・漢から日本・西洋へ」というお話をしたので、「中国はどうなんだ」という質問がいくつもありました。なるほどこもつともで、これは近代以降日本は東洋に対してどのようなスタンスをとってきたのかという、まさにその問題だろうと思います。

明治二〇年ぐらいに西洋画に対して日本画という概念ができるときには、

水墨画など、それまで大和絵に対して漢画といわれていたものはいったん全部日本画に編入されます。その上で、次のターニングポイントはやはり日清・日露戦争の勝利でした。脱亜入欧、日本がアジアの二〇世紀新時代のリーダーだという意識が出てきた時点で、東洋美術史も日本が編もうとする。つまり日本のナシヨナリズムをアジアに投影してしまうわけですね。

では東洋美術は日本の近代美術のなかではどうなっていたか。実は中国趣味というのは入れ替わり立ち替わり出てまいりまして、支配下の文化として取り扱いたくないな形が見え隠れすると思うんですけれども、これはまさにアジアに対する日本の東洋観の反映でした。戦後は、日本が侵略地から撤退しますので、意識も撤退して、アジア趣味もいったん切れるみたいなところがあり、戦後日本では、中国趣味みたいなものは美術からかなり後退します。

戦時中、大東亜共栄を唱えるときには、実は水墨画がいったん復活します。これはかつてのアジアの共通様式としての意味をもつわけですね。大東亜共栄、日本と東洋の一体化といいながら、共通性を強調するときには水墨画、宗教であれば仏教を持ち出してきて、そのなかでの日本の固有性をいうときには大和絵や神道を出すという、こういう使い分けをしたわけです。

戦前までは、われわれの学問領域の出自はこんなだったのかと思うくらい、日本美術史には「国威を発揚し……」という、もう軍艦マーチが鳴っているような条項ばかりだったのが、戦後全部そぎ落とされて、ソフト転換して、いわば思想の産物から美の遺産へと非常にきれいに転換されたわけです。近代を過去に追いやることで現代を新出発したい。そこで、近代の過去化によって近代日本美術史ができてくるのですけれども、その現代化では、「日本」をアピールするには、戦前までイデオロギーの象徴だった政治・軍事を前面に出せなくなる。だから経済でひたすら突っ走ってきたわけで、工業化と二〇世紀大量生産の時代という、政治・軍事に替わる経済立国、産業立国をめざしてきた。それが生活を豊かにしたし、生活の中に自信を見出すしかなかった。そこでさつき吉見さんのテレビの話で僕も面白いなと思ったのは、商品名

にだいたい京都イメージが多いですよ。『嵯峨』とか『高雄』とか。『日本』イメージの中でも、やっぱり京都が高級イメージになっているのかなと思います。やはりこれは高度経済成長がある種日本人の自信を回復させたのだなと。小さい床の間のナシヨナリズム。外に向かって、『日本、日本』と言えないところを、テレビに向かって『日本!』と手を叩いたのかなという気持ちでさつきみていました。

「日本」が公的で外向けだとすれば、それを前面に出せない以上、『和風』は伝統イメージを負っていますから、戦後、近代や『日本』を前面に出すかわりに、非近代としての伝統イメージを逆に生活の中の和風にかぶせたのかなと。日本的というよりも和風ということで。生活を言う分にはべつにナシヨナリズムとして批判されることもありませんか。戦後の『和風』と『日本』の使い分けの場合は、それも関係していたかなという感じがちよつといたしました。

もう一つ、民芸についての質問が大西さんからきています。明治が、西洋化の制度化を進めたのに対して、大正期に、柳宗悦や和辻哲郎たちによって固有美が発見（というか創出）されていきます。いわば官の日本に対しての民の中、生活の中の日本の発見ではなかったかと思えます。

そういうことでいえば、『生活』私と民芸」というようなつながりはあったかもしれないと思います。

波多野 日本の伝統みたいなものとして近世以来のものが引き継いだのはなぜかと考えたときに、日本はなぜこんなにも独立住宅つまり郊外住宅が多いのか。プレハブ住宅等で提供される和風というイメージは、常に武家住宅から何かを引き継いでいるという印象があります。これに対して町家の住み方が、京都を除いてはほとんどなくなってしまうのではないかとこの感覚を私はもっています。

京都大学の高田さんからのご質問、「京都では和風という概念は、景観行政上のキーワードの一つになっています。和風という概念で建築をコントロールすることの妥当性、可能性や限界についてご意見をいただけないでしょ

うか」と、すごくむずかしいことを書かれておられるので、ぜひお話しただきたいと思えます。

京都では「和風」が行政上のコードになっている

高田光雄（京都大学） 京都では、和風というのは、いまここで議論されているような文化的な話だけではなく、もつと実務的に建築設計上の判断を迫られる概念なのです。景観行政上、たとえば美観地区のいくつかで、和風でないと建てられないところがあるわけですから、そこで建築行為をしようと思つたら、つくるほうは、和風であるということをお得させないといけない。行政のほうは、和風であるかどうかを判断しなければいけない。

町家はまだ話がわかりやすい。周辺の郊外住宅はもつと問題です。デザイン

の規範をどこに求めるか、和風という概念をどう解釈するか。景観行政上求められる和風の解釈は、一〇〇人いれば少なくとも九〇人ぐらいの人が和風であると感じるということでしょう。要するにコンセンサスが得られるかどうかの問題です。たとえば瓦棒はだめで、瓦ならいい。みえるところにトップライトがあるとだめ。のっぺりしたRCの壁はだめで、リブをつけると何と通つたとか、メタリックな外壁をつくろうとするとだめで、限りなく聚楽にもつていかされる。黒いサッシはだめで、茶色にしなさい。ダークブラウンだったらぎりぎりいけたと。建築家としてはどういう材料でそこで折り合いをつけるか、京都で住宅を設計されている方はせめぎ合いのなかで和風の解釈をやっている。

コンセンサスを得る対象として和風という概念が成り立つものなのかどうか。しかし、瓦でないといけないとは書けないわけです。和風というのはそういう概念だと思うんですね。和風というある種のイメージを共有して、それをみんなでルールとして守りましょうというのが、京都の景観行政の非常に重要な考え方です。

波多野 京都の都市景観を構成しているなかで、近代洋風建築はすごく重要



な要素ですよ。あれはどうなるんですか。

高田 京都の景観がすべて和風で仕切られているわけではありません。美観地区でも五種類ありますが、そのなかには当然洋風の町並みを守り、再生していこうというところもあります。また、三条通りなどは、界わい景観整備地区に指定され、洋風の町並みが保全されています。

とはいえ、やはり問題は和風建築です。現実の場でこれが和風かどうかという議論になると、これは大変難しい問題で、和風という概念そのものについては、よほど深い考えがないとこうだと言い切れない。しかもそういう価値観を共有していくということが本当にできるのかどうか、そういう問題意識を私はもっています。

波多野 すごく面白い。小沢さん、これについてご意見はありませんか。

小沢 いまはもう、ただひたすら「和風」という言葉を口にするのが怖いという感じですね(笑)。要するに、何を和風と呼び、何を和風と叫ばないのか。先ほどから「かつこつきの和風」という言い方も出ていますが、結局そうやって限定をしていかないと、像が統一されてこないということがまず問題だと思えます。

たとえば和瓦が載っていれば和風とか、さつき真壁は和風といたしましたけれど、では真壁でなければ和風じゃないのか。といって項目をより詳しくしていけばいくほど分類できなくなる、曖昧になる。それは決して現代の話ではなくて、すでに近代から始まっていることだという気がするんです。

波多野 難しいですね。困っちゃいましたね。

「和風」もカジュアルに考えようという意見も

高山登(ポラス株) 当社は分譲住宅を含め、年間二〇〇〇戸ほど供給している会社です。和のテイストを取り込んだ住宅ということですとやっておりまして、きょう参加させていただきました



頂上に数寄屋を置いて、一番下にデザインナズ戸建てといわれるモダン系

を置き、「和風度」という指標をつくって和風住宅をもつとカジュアルに考えようよということをやっています

町並み・外観といえ、たとえば瓦屋根で漆喰でと、その地域地域の伝統的な家から、下はもうとことんカジュアルで、ただ色だけでも、あるいは格子が一つ入っただけでも京都らしいなというのはあります。そういう意味で、和風テイストでもすごく長く引き継いでいるものもあれば、新しくつくられてなんとなくそれっぽいというのもあります。私はそのようにとらえて取り組んで、マンションも含めて実践のほうでいろいろいまやっております。

品確法ができて、日本も五〇年、一〇〇年もつ住宅をめざすよう、数字は独り歩きしています。これから五〇年、一〇〇年もつような住宅のスタイルということでは、どんな方向にいくのでしょうか。吉見先生のお話にあったような、家電製品と同じようなイメージづくりが続くのでしょうか。これは商品ですから、つくる側も顧客に受けるものをつくらなければいけないわけですが。

低い視線でものをみる和風はどこへ行ってしまったのか

深尾精一(東京都立大学) パネリストの方々のお話をうかがって感じたのは、やっぱりみんな大人の目でみているんですね。僕は一〇歳まで続き間の和室で育ったんです。僕が和風とか和を考えると、そのときの印象でとらえている。どう感じていたのかというと、非常に低い視線でものをみている。



外国の赤ちゃんはたぶん家具の脚をみて育ってきたんだらう。僕たちの子どもの世代もたぶん家具の脚をみて育っている。で、僕はそれをみていないです。これはもの見え方が全然違う。

さつき吉見先生がみせてくださったテレビは、脚がなくて下までグリルがついているのが和風のテレビ、その前までのテレビには脚があつて、その上に載っかっていたんですね。下まで格子になったのが和風なのか。すごく勝手な解釈ですけども。

和を考えるとときに、格子があるとか瓦が載っかっているという話は建築全体の見方だけれども、その住まい方、やはり視線の高さとか、そういうようなことをもう少し考えたほうがいいと思います。

いま世界が、CS（顧客満足度）を最大に求めるということで物事が動いている。いいことか悪いことかはわかりませんが、そういうことからすると、日本の住宅は顧客満足度を上げるということを目的に、ここ三〇年、四〇年、動いてきて、日本のハウスメーカー、住宅産業を担っている方々は世界に対して誇っていると思っただけですね。

さっきみたテレビは「エーッ？和風ってこうなの」という感じだけれども、いまの日本のメーカーがつくっているテレビはたぶん世界に誇れるデザインをしている。住宅もたぶんいま過渡期であって、いまのCSを大切にすることという方がすばらしい住宅を将来つくるのは間違いないと思います。

ところが、いちばん残念なのは、つくっていらつしやる方々がすごく自信なく疑問をもちながらつくっている。いまの高山さんの発言も僕にはそういうふうに関心を持って聞きました。結局つくるのは注文主だったりカスタマーですから、それが方向を決めていく。ただ、僕がすごく心配しているのは、僕は和風が好きだし、先ほど申し上げたように、すごく低い視線でみる和風というもの僕自身はわかっているつもりだけれども、いま育っている人たちにはたぶん僕よりは感覚としてわからない。それは、家具の脚をみて育ちちゃったからだ、僕は思っているんです。そうすると、将来の和風というのはいまのテレビのデザインみたいになってしまいかもしれない。それはやっぱり時代がつくるものだからしょうがないかなというふうに思います。

波多野 ありがとうございます。実はこのシンポジウムを始めるにあたってパネリストの皆さんに「どんな家に住みたいですか、と聞いてみたい」というお願いをしておきました。迷惑だらうな。だから僕は「冗談」とわざわざ書いてそういうお願いをしたんです。

冗談は冗談として軽く受け止めていただいて、まさに住むということと和、あるいは和風ということをどうとらえているか、まとめのつもりでお話しし

ただけたらと思います。

数寄屋が和風の王様に位置づけられること自体、近代につくられたイメージ

小沢 先ほどの「和風度」の話をうかがって、和風度の頂点、要するにいちばん和風っぽいところに挙げられたのが数寄屋だということがとてもすごく印象に残っているんですね。私は近世の研究者ですが、私がついている数寄屋のイメージと、この会場にいらつしやる方たちの何人かがもっている数寄屋のイメージにかなりギャップがあるのではないかと気がします。つまり現代の数寄屋のイメージそのものが近代につくられたということを示していると思うんです。

最近、茶室の「写し」を調べていて、特に「残月」（京都上京区の表千家内にある茶室）のような広い座敷は、明治以後に写しが多くなりました。関係な実業家だったり豪農だったりする。いかにも日本らしく、しかも教養が高いということを示すときに、数寄屋のイメージが利用されて、近世には遊びの空間だったり内向きの空間だったりした数寄屋というのが、和風の王様に位置付けられるようになった。現代に建つ数寄屋の住宅になんとなく成金っぽいイメージがあるのはこのためだと思います。

写しですから形そのものはあんまり変わっていないにもかかわらず、それを享受する側のイメージがまったく変わってしまった気がして、先ほどの和風度という話はものすごく面白かったですね。

やっぱり数寄屋はきれいだとか、桂離宮がいいなとか、それは思いますが、いまの和風度のお話を聞いたら、これは私は数寄屋には住めないなという気がしました。それほど、近世で思っていたイメージと近代とのズレ、ギャップが大きいということが、私がきょう感じたことです。

主題と素材と技法との組み合わせで何を強調するかは時代のセンス

佐藤 美術の世界では、明治の初めに日本画が西洋絵画を入れながら、なお

かつ日本画として着地しなくてははいけないときに、どういうことをやったかといえますと、主題と素材と技法を全部ばらばらにして、日本・西洋の要因をどれにふり分けるかという、組み合わせ替え実験をやったんです。ばらばらにする理由は、素材とか主題とかそれぞれが歴史的なアイデンティティを担っているからなんです。具体的にいいますと、西洋との最初の出会い頭の時点では、まず主題に日本を背負わせました。歴史画だとか神話画ですね。そこで技法のほうで西洋を取り入れるんです。

たとえば狩野芳崖ですと、西洋画紙に水墨で日本の山水を描いたり、あるいは絹に西洋風の風景を水墨と毛筆で描いたり、色の部分はたとえば西洋顔料を使って仁王捉鬼を描いたりとか、みんなばらばらにして組み合わせ実験をやるんです。

そういう形で西洋と日本を接続していった。ところが、いま「日本画とは何か」を論じると、日本画の定義の最後の一線になっているのは、もう素材だけなんです。つまり、素材は素材でやっぱりアイデンティティを担っているわけです、明治からいままでの間をみると、主題、素材、技法の組み合わせが、それぞれの段階でいちばん比重を負っているものがそれぞれ違っているという格好できている。

ですから僕は、建築の和風にもポイントがあるのだろうと思うんです。「日本の近代化」というのは、実際には「近代化Ⅱ西洋化Ⅲ日本化」という両方の作業でした。そうすると、建築の話のなかで、たとえば工業と結びついた鉄、コンクリートといった素材がモダニズムを象徴し、ポストモダンのところでまた紙とか木が出てきたとすれば、そのターニングポイントで、素材の問題が重要な意味と比重を担ったということではないかと思うんです。建築での主題が見えの外観の問題にあたるのであれば、おそらく建築のほうの和風や洋風でも、そういう素材や技術と、見えの外観や内観との組み合わせになっただけではないか。美術の場合は少なくともそうやってきた。そしてどの要素を、その時点でどういうふうに強調するかは、おそらく周りの状況との関係であって、美術の日本的でも建築の和風でも絶対基準はない。け

れども、各要素が実際にそういう一定のアイデンティティを担わされていて、それがそれぞれの時点でどれかがピックアップされ、強調されているという形になっている。だからそれを何の要素に見いだすかは、まさにその時代のアンテナによることであって、センスであってという、たぶんそういうことになるのかなという気がしました。

「どんな家に住みたいか」については、私は小さいころから「おまえは背も小さいし足も短いし」といわれて、高級なところについて椅子が高いと足がつかないという、あの情けない思いがずっとありまして（笑）、特に身体と合わない住生活は苦痛ですし、体型はこれ以上変わらないので、畳に座っているのがいいかなという気がしております。

私と公が一直線にナシヨナリズムとつながって和がコードになっている

吉見 先ほど、高田さんから京都の話で大変重要な指摘があったと思うんです。そこに可能な限りお答えするのが、きょうのシンポジウムの私なりの一つのまとめになるのではないかと思います。

京都では、和風というのが、制度的に建築行為が認められるコードになってしまっていることへの問題提起があったわけです。その京都の事例をこのパネルの議論とどうつなぐかということですね。

九〇年代以降、あるいはもうちょっと前からそれは起こっていたのだと思うのですけれども、和というのが公的なコードになっていくというプロセスがあったのではないか。きょうの小沢さんの最初のお話、つまり着替える装いととしての建築様式では、最初、表が洋で裏が和だった。だけれど時代がたつと、表も和になったり、いろいろ着せ替え人形みたいに着替えることができるようになっていくものである。同時に生活様式のほうをみると、椅子座のほうがやや公で、床座のほうがやや私であるということは一貫している。ということ、やや和はプライベートというか私に近いところ。

ところが九〇年代以降でみると、私たちの生活規範やオフィシャルなコード、行政の規制とか、コマースライズされた住宅の分譲とか、そのすべて

の制度的なプロセスのなかで和がコードになってしまっている。私も公も一直線につながってしまっていて、それを制度化するコードとして和が出てきてしまっているということがあるのではないか。

佐藤さんの「床の間のナシヨナリズム」というのに、ああそうかとすごく納得したんです。和というのは日本・西洋という対比と同時に、公・私のほうだったらやや私的だとか、制度的なものよりも生活のものに近い。でも、これがナシヨナルなものにダイレクトにつながっていくプロセスが戦後の高度成長以降あったんです。

だから、「日本的」という言葉よりも「和風」という言葉が使われるというよりは、それはより衣食住に近い部分と、さつき佐藤さんはうまい言い方をされたんですけれども、連続しているわけですね。

和風がナシヨナルなものをまさに表象し、しかも行政のコードにもなっていく。たとえば最近商店街の看板建築の看板がどんどん取り外されていまずよね。それで元の、和風の建物を表に出そうというのが全国的にいろいろな形で起こっている。看板建築というのはやっぱりモダンキッチュだと思っただすけれども、建物の前に看板をつくってしまうことのほうがかっこいいんだと思っていたのが、それを取って元に戻そうと。それ自体は悪いことでは全然ないんですが、それがコードになり、和が公になっていく。公というより生活とかプライベート、私につながっていた和が公になっていくという、いまのナシヨナリズムはこういうナシヨナリズムなんです。

国家が上から押しつけてくるようなナシヨナリズムではなくて、まさに日常生活の非常にソフトな感覚、カジュアルでいこうよ、という自体のなかからわき出してくるようなナシヨナルなもの。ここにいまの和風という問題性が集約されているような気がします。しかも一つ付け加えておくと、そこにはある種のノスタルジーが入っているんですね。だから、日本とか和というときは、未来という非常にプライベートでありかつノスタルジックな意識とナシヨナルなものがつながってくる回路が、特に九〇年代以降強まっているような気がします。そうか、波多野さんが「和風」とつけられた問いは思

想的にもかなり重要な問題を含んでいる設定なんだということが、いまようやくわかりかけてきたような気がしました。

*

波多野 ありがとうございます。きょう吉見さんの講演でOHPやビデオをみて、ある世代だけが共有する感覚なのかもしれないけれど、なにかすごく恥ずかしかった部分があるんですね。いま「日本を生きる」なんていわれれば冗談じゃねえやと思うし、「日本の色」といわれて「なんだい？」と聞きたくなっちゃう。だけど当時はまじめにテレビをみて、まじめに受け止めて、あれがいまこれからめざす生活だと思っていた自分がいたんだという、ただそれを当時は恥ずかしいと思わなかったのは、まさにあれがそのときの時代性をよくあらわしていたからなんです。

結論があるわけではありません。いままやっぱりどこかで常に醒めてみていないと、これは危ないな、という気がしました。「和風」をもう一回ちゃんと考え直す機会になれば、このシンポジウムはよかったと思っています。少なくとも僕にとっては楽しいシンポジウムができました。皆さんに感謝しております。どうもありがとうございました。

(文責 編集部)



会場風景



すまいろん
2004年秋号 別刷

第24回住研シンポジウム

和風の誕生——視覚化された日本

二〇〇四年一〇月二〇日発行

発行 財団法人 住宅総合研究財団 ©

発行人 峰政克義

〒156 東京都世田谷区船橋四丁目29-8

TEL (03) 3484-5381

FAX (03) 3484-5794

E-mail : jusoken@mxj.mesh.ne.jp

URL : <http://www.jusoken.or.jp/>

● 制作 建築思潮研究所(山本直人)
印刷・製本 慶昌堂印刷株式会社