

<研究ノート>

震災支援としての婦人雑誌のメディア・イベント

石 田 あ ゆ う

0. はじめに

雑誌は単に読まれるだけでない。なぜなら読者投稿欄という読者が参加できる空間が備えられており、読者交流のためのコミュニケーション・メディアとしても機能するからである。とくに、大正から昭和にかけて、本来ならば直接対面してコミュニケーションをとることは物理的に不可能な場所にいる読者同士であっても、読者投稿欄をきっかけとして親密な関係を築くことを雑誌が可能としていた⁽¹⁾。

そうした雑誌がもつ読者同士のヨコのつながりを作り出すはたらきが、近代日本における主婦役割への女性たちの合意を育んだとみるのが木村涼子である。大正から昭和にかけて生じた雑誌の大衆化は、雑誌メディアと受け手との相互作用を生み出した。なかでも、昭和初期に百万部を達成した『主婦之友』は、婦人雑誌メディアとして、圧倒的多数の女性読者がその空間に参加することを可能とする。そうしたコミュニケーションの回路が受け手である女性大衆読者層に主婦役割を受容させる機能を果たしたことを、木村は『主婦之友』の「読者欄」を分析することで明らかにしている⁽²⁾。

たしかに『主婦之友』は読者による投稿や身の上相談を誌上に掲載し、雑誌を媒介とした擬似的なコミュニケーションの空間をもっていた。だがそれだけではなく読者同士が実際に交流する場を企画するようになっていく。それが、主婦の友社の文化事業部が企画した一連の手芸展覧会であった。

この展覧会は主婦の友社によるメディア・イベントとして位置づけることができる。近

⁽¹⁾ 川村邦光、一九九三年『オトメの祈り——近代女性イメージの誕生』紀伊国屋書店、二二九頁。

⁽²⁾ 木村涼子、一九九二年「婦人雑誌情報空間と女性大衆読者層の成立」『思想』第八一二号。

代日本のメディア・イベントについては新聞社の文化事業が取り上げられるのが一般的であった⁽³⁾。本稿ではこれまであまり指摘されてこなかった、婦人雑誌の出版社が企画したメディア・イベントが、どのような社会的インパクトを読者にもたらしたのかを探り、それが誌面に反映されていった様子を明らかにする。

大正末年あたりから行なわれるようになった『主婦之友』のメディア・イベントは、その工芸・美術にまつわる多くの業績を残しながら現在にはあまり知られていない芸術家、藤井達吉との縁から発展した。藤井達吉は工芸を芸術として発展させる活動に従事しながらその一方で、芸術は衣食住のなかから生まれる文化であるとして、家庭の趣味の向上を目指した人物である。その活動に、当時の文化生活運動との類似性を見出すこともできるだろう。しかし、そうした芸術家が、当時の実用的婦人雑誌の代表ともいえる『主婦之友』において、自らの考案した作品を誌面に掲げ、その製作方法を指導していたことはどこか想像しにくい。なぜなら、女性たちの家庭内の活動としての実用と、文化的至高を目指す芸術とは相容れないものと一般的には見なされているからである。そうした矛盾を解消し、単なる実用情報ではなく、藤井の芸術的活動の魅力で読者を巻き込んだのが、主婦の友社のメディア・イベントとしての展覧会であった。

藤井の協力を得て第一回の手芸展を成功させた主婦の友社は、読者の動員／参加をうながし、読者の共感を誘い、雑誌の知名度をあげるとともに、大正から昭和にかけての時代に婦人雑誌として誌面の内容を刷新していくこととなる。同時期に主婦の友社は関東大震災によって社屋焼失という大きな打撃を被ったが、結果的には、震災がその誌面変革の流れを加速することとなった。

以下において、主婦之友社が主催した一連の手芸展覧会の経緯をたどり、このメディア・イベントがもたらした読者動員のメカニズムを明らかにし、そして、婦人雑誌の誌面にもたらされた変化について詳述する。

1. 藤井達吉と「家庭手芸品展覧会」

一九二二（大正一一）年、『主婦之友』は雑誌の発展を目指して一日と一五日の月二回発行を試みた。しかし予想された以上の売上げが見込めなかったため、結局この年の一月と二月にそれぞれ月二回の発行を行なった後に中止となった。

⁽³⁾ 新聞社主催によるメディア・イベントに関しては、津金澤聡廣編、一九九六年『近代日本のメディア・イベント』同文館出版、および津金澤聡廣、有山輝雄編、一九九八年『戦間期日本のメディア・イベント』世界思想社を参照。

この月二回発行の試みにかわる新しい企画として登場したのが文化事業部の創設であった。これは国内各地に講師を派遣して、講演会や音楽会を開催するというものであった。第一回はこの年の三月七日に横浜で開かれ、次いで甲府、京都、大阪で開催された。講師は、婦人矯風会の守屋東、三宅やす子、賀川豊彦、それに主婦之友の記者、アメリカ滞在経験のある小橋三四子であった⁽⁴⁾。

しかしなんといっても最も好評を博し、長年にわたって続けられた文化事業が手芸展覧会であろう。それは一九二三（大正一二）年、工芸家・手芸家である藤井達吉とその姉妹による作品を集めた「家庭手芸品展覧会」をもって始められた。この展覧会の成功が契機となって、『主婦之友』はこの展覧会を読者の作品を一般公募する手芸展へと発展させ、恒例の文化事業として開催するようになる。

まず、第一回「家庭手芸品展覧会」の様子をみていこう。この展覧会は、小規模ながらすでにはじまっていた主婦の友社の裁縫講習会を兼ねたものであった。告知は一九二三年の二月号の『主婦之友』誌上で行われた。そして、三月二二日から二六日までの五日間、東京日本橋の白木屋において開催された。

『主婦之友』はこの時代の代表的実用雑誌である。その主婦の友社による手芸品展覧会という名称から想像すれば、初期の段階から主婦の友社は読者の手による手芸作品の展覧会が開催されたかのように思われるが、そうではなかった。逆に、この展覧会によって「手芸」ということばは普及したのであり、藤井も当初は「家庭工芸」の名称を使用していたという⁽⁵⁾。第一回の手芸品展覧会は、工芸・手芸の専門家、後に陶芸家・画家・工芸家として知られた藤井達吉と、その姉妹の手による作品の三三七点を展示する一種の芸術展であった。

藤井達吉は、一八八一（明治一四）年愛知県碧海郡棚尾村（現碧南市棚尾地区）生まれ、彼は六人兄弟の四人目で、姉のすず、妹のくわ・ふさとともに長く工芸・手芸の道を歩んだ。藤井達吉はもともと美術家志望であったが、家庭の経済事情から美術学校へは進めなかった。しかし一九〇四（明治三七）年、勤めていた服部七宝店の作品を持ってアメリカのセントルイスで開かれた万国博に参加し、その旅の合間に立ち寄ったボストン美術館で東西美術に接する機会をもったことで、工芸家への道を歩むことを決心する。帰国後、七宝店を退社し上京する。しばらくは困窮の生活が続くが、バーナード・リーチ、高村光太郎ら多くの芸術家と交流をへて、フユウザン会や国民美術協会に参加した⁽⁶⁾。大正から昭

⁽⁴⁾ 主婦の友社編、一九六七年『主婦の友社の五十年』九一―九五頁。

⁽⁵⁾ 山田光春、一九七四年『藤井達吉の生涯』風媒社、八一頁。

⁽⁶⁾ 山田光春、一九七九年「悲愴「工芸の曠野」を拓く——藤井達吉小伝」『目の眼』五月号。

和にかけて、藤井達吉は家庭工芸（手芸）の普及や工芸の地位向上のために奔走していた。その活動のひとつに家庭での手芸、工芸活動の啓蒙があった。

達吉は、一九二一年（大正一〇）から『主婦之友』誌上に、手提げ袋や、刺繍の方法、ショールの作り方といった手芸作品とその製作方法を発表している。執筆した約六〇編は『家庭手芸品の製作法』（一九二三年）、『素人のための図案の描き方』（一九二六年）、『家庭で出来る手芸品製作法全集』（一九二七年）の三冊の著書としてまとめられ、主婦の友社から出版された。独学で作品をつくりあげてきた藤井達吉は自らを工芸の専門家とは見なしていなかった。『家庭手芸品の製作法』の「家庭工芸の意義とその進むべき道」において藤井は次のように語っている。

「素人でよい。勝手な物を勝手に作ってゐれば、そのうちには自分の趣味とぴたり合ふやうなものゝできる時がくるであらうと考へてゐました。今もさうした心持を続けてをります。私から見ました専門家は、要するに、伝習的な技法を心得てゐる人といふに過ぎません。私は専門家にならうとは思はない。私は私でやりたいだけをやればそれでよいのであります。」⁽⁷⁾

藤井は受け継がれる技法にのみ執着する専門家を批判した。師を持たない藤井は、図案＝デザインの独創性によって自らの作品を芸術とみなし、また周囲からの賞賛を得てきたからである。藤井はその図案家としての手腕を買われ、百貨店白木屋の図案家をも勤めた人物である。自らの作品を基本的には販売することはしないものの、百貨店がその図案を商品化することには協力しており、一般の購買者のためには活動をおこなう芸術家であった。その藤井の独自の図案製作は、自然を愛し、寺院等の古代作品を観察し、そして何より藤井の母がかつて子どものために作り上げた人形や着物の記憶によるものであった。そのため、彼の作品は家庭の中から生まれたものであった。そこに藤井と『主婦之友』との接点があったといえる。

「近来は大分趣味生活といふことが唱道され、農商務省あたりでも、美術工芸品の製作を盛んに奨励してゐるやうですが、まだまだ一般の趣味は低級で、家庭の芸術化などは思ひもよらぬことのやうに考へられます。（中略）せめてフランスあたりのやうに、どれが流行の中心なのか判らないほどに、各自の個性が発揮される時代が生

⁽⁷⁾ 藤井達吉、一九二三年『家庭手芸品の製作法』主婦之友社、二頁。

れたならば、お互いの幸福はどれほどか知れないと思ひます。それは大した難しいこと、は私には思はれません。各自の持つてゐる趣味を、自由にはたかせさへすればよいのだと思ひます。呉服店にゆくとよく見ることでありますが、その番頭に、この柄は私に似合ひますかと聴いてゐる人がありますけれど、あれ位自己のない人はないと思ひます。ともあれ自己の個性と趣味をほんたうに自覚し養うことが第一で、そこから家庭の趣味生活も生まれてくるのであります。そしてやはり日常の實際生活と最も交渉の多い、衣服とか住居とかに、美術工芸品を取り入れてゆくのが一番手近な方法でありませう。私は、家庭の中心である主婦が、もっと趣味の教養につとめ、芸術の見地を広くして、美に対するよき感覚を養はれんことを祈つてやみません。』⁽⁸⁾

家庭に自らの好みを取り入れ、十人十色の流行を作り出すことに美的生活を見いだす藤井は、自らの作品の数々を『主婦之友』読者に直接見てもらうことで、「家庭に芸術を取り入れ、それを潤ひあらしめる」ことが可能となるだろうと考えていた⁽⁹⁾。それが第一回主婦の友社による「家庭手芸品展覧会」の目的だった。展覧会には、丸帯、小袖、ショール、クッションから、革細工、油絵、ペン皿、灰皿、手鞠等が出品された。これらは「何処の家庭でも容易に出来るやうなものばかり」を集めた作品であつた。作り方さえわかれば誰にでも制作可能な作品が展示されたのである。

展覧会の様子をみてみると、この藤井達吉とその姉妹の作品展であつた「手芸品展覧会」には、連日五〇〇〇人以上の入場者があつたと、同年の『主婦之友』五月号は報告している。この展覧会は、「今まで誌上のみ説明してゐたことを實際証拠立てたばかりでなく、ひいては一般家庭によき芸術的刺激を与へたことも非常だらう」と『主婦之友』は評していた。そして、家庭の趣味を、ひとつの文化事業として立ち上げたことを、「深い喜びの一つ」としてその成功をうたっている。また、この展覧会は人数を限って裁縫講習会を兼ねていた。

こうした内容からうかがえるように、「家庭手芸品展覧会」は、単に芸術家である藤井達吉とその姉妹の作品展というだけでなく、誌上では不可能な直接指導の製作案内企画でもあり、家庭の女性への実習という実目的と、家庭において実現できる工芸作品の展示という芸術鑑賞的目的とを兼ね備えていたことがわかる。

藤井達吉の展覧会はその後同年五月二日から九日にかけては名古屋において開催され、

⁽⁸⁾ 同上、七 - 八頁。

⁽⁹⁾ 一九二三年「藤井達吉氏一家の家庭手芸展覧会の記」『主婦之友』五月号、二三 - 二三三頁。

そして秋には大阪での開催が予定されていた。だがその直前の九月に関東大震災がおり、主婦之友社も罹災し社屋を焼失する。そのため大阪での開催は危ぶまれた。だが、大阪での「家庭手芸品展覧会」は、『主婦之友』一〇月号において「予定通り開催」と告知され、実際に、一〇月一九日から二三日には大阪の白木屋にて、同じく一〇月二五日から二七日には大阪女子青年会館で開催されたのであった。

2. 手芸作品の一般公募展への発展

震災による中止もなく、藤井達吉らの作品による展示会は人気を博し終了した。だがこの手芸家の作品による展覧会は主婦之友社によってもう一步押し進められることになった。『主婦之友』の読者の手による作品を一般から広く募集し、展示する「家庭手芸会」の開催へとつながっていったのである。一九二四（大正一三）年には、「皆様が製作された手芸品を出品する絶好機会」として一般公募の告知が行われ、読者の手による作品を集めた第一回「家庭手芸展覧会」の開催が決まった。出展された作品と、来場者の様子は同年六月号の『主婦之友』の巻頭の「グラフ・セクション」に掲載された（図1）。

第一回「家庭手芸展覧会」は、この年の四月二〇日から二六日まで上野池之端の松坂屋別館にて、主婦之友社・国民新聞社共同開催によって行われた。ここで、国民新聞社との共同開催となっていたのは、その副社長を主婦の友社社長の石川武美が務めていたからである。

国民新聞社は関東大震災で大きな打撃を受けていた。その社長の徳富蘇峰に請われ、石川武美は、同新聞社に関与していたのである。そのため、この展覧会は主婦の友社の主導で行われたものであったと考えられる。実際、『国民新聞』でも記事として取り上げられているものの、それほど大きなメディア・イベントとして意識されていたわけではなかったことがうかがえる。

一方で『主婦之友』誌上で出品をうながす案内がなされると、全国の熱心な読者から作品が続々と寄せられたという。毛糸編物、レース編、染色、各種人形などで、中には専門家も驚くようなすぐれた作品も多かった⁽¹⁰⁾。出品された内容は、編み物類、染色類、刺繍物、木工類、細工類に細別され、創作的にすぐれたもの、および芸術的にすぐれたもののなかから手芸賞、佳作が決定され、それぞれに百円と二十円が贈られた。

この展覧会は東京を皮切りに、静岡、北海道各地、京都、大阪などでも開催された。北海道と関西各地ではこれと並行して毛糸編物の講習会、講演、音楽会なども開催されてい

⁽¹⁰⁾ 前掲書、『主婦の友社の五十年』一一〇——一頁。

る。また一九二五（大正一四）年には、浴衣地の図案募集を行い、展覧会を開いて、実際に入選図案を即売した。

こうした展覧会の成功を支えていたのが、読者同士の結びつきのなかから生まれていた、各地域でのネットワークであろう。第一回の手芸賞の五作品のうち三作品は読者グループの作成によるものであったこともそのことを示しているといえる。手芸を通じた催物が自主的に開催されていたことがたびたび『主婦之友』では報告がなされている。

大阪婦人会が主婦之友社主催の講演音楽会をきっかけとして誕生したことを知らせる投書がある。「大阪婦人会の会員達は（中略）美しく、立派な婦人の会合として、真をつくして、成長させてゆきたいと願ってをります。どうぞ、至らぬ私達を、これからもよろしくご指導くださいますやうに、お願いいたします」⁽¹¹⁾。身近な読書サークルから、女性読者の社会参加を促す組織が生まれていた。

同様に、新潟中央処女会からの投書では、「会員中には『主婦之友』の読者が多数ございますので、近く愛読者の会も別につくっていただきたく、準備してをります」との報告がなされている。これについて、記者が「『主婦之友』読者を中心とした婦人会は全国到るところに創立されつゝあります」とコメントしており、この時期の『主婦之友』が、ただ「家庭」の女性読者の慰安や娯楽として読まれるだけではなく、読者会をはじめとする読者同士の組織が形成されるきっかけともなっていた。

読者の作品を募集して行われるようになった「手芸展覧会」は好評を博し、『主婦之友』はその後も手芸展覧会を開催した。投書欄には、読者がそうした催しに積極的に参加しようとする姿が映し出されている。

「記者様、私はずっと以前から『主婦之友』が大好きで、愛読してゐる者でございます。今度御社は新社屋の方へお移り遊ばし、そのお祝いとして、種々の催物があり、中にも編物展覧会がある由でございますが、私も壮健な体ですと、早速編んで、ぜひとも出品しますのに、誠に残念に存じます。今子供が着てゐるのをを送りいたそうかとも思ひましたが、何しろ随分汚れてをりますので、それもできません。（中略）何卒記者様二度目の展覧会をあそばしてくださいませ。その時には、必ず健康な体となって、お仲間に入れて頂きます。（京都 とみ子）」⁽¹²⁾ といった声が掲載されている。その後、展覧会は第二回、第三回と続き、いずれも盛況をもたらしただという。この主婦の友社によるメディア・イベントへの参加意識は、読者の作品製作の意欲となって、各地で高まっていたと考えられるであろう。

⁽¹¹⁾ 一九二五年「誌上倶楽部」『主婦之友』一月号。

⁽¹²⁾ 一九二六年「誌上倶楽部」『主婦之友』一月号。

「この間は編物好きの連中が集まりまして、期日をきめて編物展覧会を開かうといって、みんな一生懸命こしらへて持ち寄りましたら、まあ驚くではございませんか。それもこれも『主婦之友』で教へて頂いたものばかり。同じものを二人も三人も拵へたりして大笑いいたしました。そしてお互が愛読者であることを知って、一層話が賑ひ、いろいろ、先生方のお噂までいたして愉快でございました。(茨城の愛読者)」⁽¹³⁾ といった投稿などは、各地での手芸熱、またそうした物を批評する会としての小さな「展覧会」が開かれていたことを示す証左であろう。

もちろんこうした投書は、主婦の友社が展覧会を各地で開催するなかで掲載されていることを考慮すれば、投書という名の展覧会案内と見ることもできる。その宣伝効果はどのようなものであったのか。一九二五年の『主婦之友』の六月号によれば、東京の銀座松屋で開催された主婦之友社主催の第二回全国家庭手芸展には、七日間で十万あまりの来場者をむかえたという。

この手芸展を主婦之友社の手芸部記者、山内神斧は「東洋における唯一の家庭美術の発表機関」と呼び、「絵画の帝展とひとしく、皆様や私共の持つてゐる、家庭芸術の大展覧会となった」と報告している⁽¹⁴⁾。

この報告からは、展覧会が絵画の芸術展と同等のものとなされていたことがうかがえる。読者製作作品による手芸展覧会が開催されるきっかけとなったのが、『主婦之友』で手芸の手ほどきをする藤井達吉の作品展であったこと、また、読者の手芸作品がひとつの「芸術」として募集されていたことは、次のように考えることができるのではないか。

この時代の女性にとって手芸といえば、家庭で日常的なされる裁縫、つまり家事の一環であったことは想像に難くない。そうした日常の家事として裁縫をこなす一般読者の参加を呼びかけながら、その内容は手芸作品を芸術品として誌上で発表することであった。この展覧会は、家庭において女性がおこなう裁縫を芸術として昇華させ、生活趣味の充実、女性読者の才能の開化を目指していたように見受けられる。

そしてそれらの応募作品は同時に商品ともなり、販売されることもあった。よってこの展覧会は、家庭内の生産者、つまり裁縫する女性の作品展でありながら、自らの家庭以外の人々、つまり社会の消費者の需要に応える即売会でもあった。その意味でこの手芸展覧会は、家庭における女性役割をただ称揚するだけのメディア・イベントではなかったと言えるであろう。自らの作品を他の読者と共有することを、自らの存在を社会に提示する

⁽¹³⁾ 一九二六年「誌上倶楽部」『主婦之友』一二月号。

⁽¹⁴⁾ 山内神斧「東京で開いた手芸展の記——七日間に十余万の観覧者を迎へた盛況」一九二五年『主婦之友』六月号、二六七—二七〇頁。

こと、それが読者にとっての社会参加ともなったのである。

3. 関東大震災後にすすむ誌面のビジュアル化

一九二三年に藤井達吉らによる「家庭展覧会」の開催をへて、震災によって社屋を焼失するも、読者主体の第一回「家庭手芸展覧会」へと発展したこの催しは、読者参加をより積極的にうながす方向で拡大していった。そしてこのイベントが、関東大震災以後の『主婦之友』の誌面に次のような変化をもたらすことになった。それは、『主婦之友』読者の満足度をより高めたであろうと考えられるものである。こうした展覧会が『主婦之友』の雑誌の誌面に与えた変化とは何であったのか、その影響についてみていきたい。

誌面に表れた変化とは、具体的にいえば、流行衣装案内としての体裁をもった口絵の登場である。つまり、手芸作品がただ活字やイラストによって説明されるのではなく、見ればわかるグラビアやよりリアルな口絵として提示されるようになったのである。ビジュアルを重視した誌面が登場したのであった。

さらにその衣装をモデルが着て登場し、衣服を着た時のイメージを重視する傾向が見られること、また、手芸作品の完成品というだけではなく、それが幾らで入手できるのかという値段が情報として提示され、販売することを目的とした内容が登場したことに注目したい。流行衣装、モデル、そして値段によって構成される誌面があらわれたのである。

先にみたように、手芸品は衣服に限られるものではなく、工芸品、絵画、人形等多岐にわたる。その作品がカラーやグラビアで巻頭において紹介されたこと、それが読者の眼をひいたであろうことが、『主婦之友』の誌面に現れた展覧会の様子を報告するグラビアに見ることができる。これらの手作りの作品を紹介するグラビアは、実際に販売されたこと報告しており、会場の女性たちの購買意欲をかき立てた商品だった。

だが、主催の主婦の友社が作品展を芸術鑑賞の文化事業として位置づけていたことからわかるように、商品販売が第一の目的ではなかった。もともとは文化的装いをもっていたのであり、芸術鑑賞という装置によって読者にたいし参加をうながしたメディア・イベントであった。実際に会場に来ることができなくても手芸展覧会に出品された作品を読者は平等に鑑賞することができる、また作品を主婦の友社に送ることができなくても、次回は自分もそうした企画に参加してみたい、というイベントへの参加意欲を称揚する装置としての写真であった。そうした写真が、自らもこうした作品をつくって、先生にみてもらいたい、審査してもらいたいとの参加意欲を刺激したと考えられる。つまり、展覧会での作品が『主婦之友』巻頭の写真や口絵において掲載されていたのは、主婦の友社のメディ

ア・イベントについての「記事」だったからである。

しかし、その巻頭の誌面はしだいに流行案内や商品販売を目的とする「広告」として読者に提示されるようになる。芸術として鑑賞される手芸作品として誌面に掲載されていたものがしだいにショーウィンドーの商品としてまなざされるようになるのはなぜか。そうした物を自らも製作してみたいという欲望から、展示されている物そのものを手に入れたと思わせるように見せられるようになるのはなぜか。その契機は関東大震災にあった。

震災で社屋を失ったにもかかわらず、大阪での展覧会を実現し、その後も一般公募の手芸展覧会へと発展させ、この文化事業を主婦の友社は定期的に続けた。その開催の強い動機づけを探てみると、こうしたイベントが主婦の友社にとっての関東大震災からの復興文化事業として大きな意味を持つようになっていたことにいきつく。

一九二三（大正一二）年、罹災しながら大阪での開催を実現させたことは、主婦の友社が健在であることと、また読者の支援意識に訴えることによって大きな宣伝効果を持ち得た。一九二四（大正一三）年三月号には、展覧会の開催を告げる誌面において、「復興する東京の春を飾る美しい展覧会の開催」とあり、震災からの復興を印象づけようとする文面をみることができる。五月号には「記念品引換券」を付し、出品する読者だけの交流会ではなく、より多くの人々の足を展覧会へと運ばせる工夫がなされた。

一九二四（大正一三）年、十一月二二日から二八日にかけて開催された「家庭製作・子供洋服毛糸編物展覧会」は、罹災した社屋を建て直した新築の主婦之友社内において行なわれた。まさに主婦の友社の復興を記念するイベントとなった。

一連の「手芸展覧会」は、関東大震災の復興事業をかねた文化事業となったことで、『主婦之友』の誌面には次のような変化がもたらされた。最初のきっかけは、一九二三（大正一二）年一二月一八日から二〇日までの三日間、東京の青山基督教会堂で開催された「毛糸編み物展覧会」であった。これは罹災した浅草府立第一高等女学校の女学生たちに編み物の内職を与えるという学業の援助を目的とした展覧会であった。つまり罹災した女学生たちが学業を続ける上での収入の道を、主婦の友社が読者との仲介を率先して果たすことで実現しようとしたのである。とはいえ府立第一高等女学校との提携は、手編みの上等な防寒着を廉価で読者に提供したいと考えていた『主婦之友』にとっても願ってもない企画であった。女学生による作品の数々は展覧会においても販売されたが、『主婦之友』誌上において読者に商品の紹介がなされ、通信販売された。通信販売するうえで誌面上でおこなわれた「宣伝」文を見てみよう。次のように商品案内がなされている。

「糸は舶来のごく上等で、染色も確かですから、褪色などの心配は絶対にありません

ん。勉強したいという単純な希望のほかに、何一つくらいかげをもたぬ純真な若い人の仕事ですから、どこまでも正直に編んであるのはいふまでもありません」

だがなんといっても、これらの作品が誌面上で販売されるにあたり、商品の見本を写真によって提示していることが大きな特徴としてあげられる。「若い姉妹が学業の傍らいそしみ編んだ品々の見本」として、商品が写真つきで案内されているのである。

主婦の友社が販売を請け負っているとはいえ、その商品は一般の女学生の作品であり、市場に出回っている商品と比べた場合、粗悪品なのではないかとの不安感を購入者は払拭できないのではないかと考えられた。さらに通信販売であるため、実際に手にとって商品を確認することは不可能である。これでは販売しても注文が来ないのではないか。

購入者の抱く不安に対して、商品に対する信用をどうやって高めるか。『主婦之友』は子供のセーターから女性のためのショールまで誌面に値段を提示し、と同時に商品については、実際にその作品を身につけたモデルの写真を掲示し、並べたのである。写真による商品案内を行うことで、購入者にその商品のイメージを喚起し、購入をうながそうとしたのである（図2）。購入希望者は実際にその商品を手に取ることはできないが、目で見て、その商品のイメージを具体化できるように工夫されたのである。

女学生たちの作品を商品として販売するうえでその信用をどのように高めるか、この問題は主婦の友社にとって大きな課題であったにちがいない。かつて『主婦之友』は、大正一〇年に創刊四年目にして「東洋一の発行部数」となったことを記念して、一年間の予約購読を申し込んだ読者に「紹錦紗の手縫刺繍つき半襟」を無料進展することを公表した。ところが、一年分の前金を払った読者全員に、「紹錦紗の手縫刺繍つき半襟」などという高価な品を全員に贈呈できるわけがない、その品はインチキであるとの非難をあげたのである。しかしこれは目黒にあった私立九頭竜繡学校の生徒に実習をかねて刺繍してもらった半襟だった。主婦の友社としては本物の半襟を安価で読者に贈呈することは不可能ではなかったのである。

だが以前に商品に対し「インチキではないか」という声があがったということが、震災支援活動の一貫として女学生たちの作品を販売するうえでの課題となった。購入者となる読者の信用の確保のための工夫が『主婦之友』の側には求められたのである。その課題を主婦の友社は販売する商品を誌面において次のように提示することで乗り越えようとした。つまり、女学生たちの作品を実際にモデルに身につけさせ、それを写真として提示し、そして同時にその商品の値段を掲載することで、通信販売するうえで商品の信用を高めようとしたのである。

主婦の友社は、この震災で社屋が全焼し、大きな被害を被ったが、社員は全員無事であったことで、雑誌の発行が滞ることはなかった。そして、いち早く復興支援に乗り出し、震災で焼け残った家庭職業普及会の倉庫に、子供服や下着類が、二千七百着ほど在庫してあることを知ると、社長の石川武美はすべて買い取り、罹災者に無料で配布した。

無料配布は一時的なものであったが、衣料を届けるという支援活動は、震災直後の一九二三（大正一二）年一二月号の『主婦之友』において、「罹災児童のため」の子供服廉価販売を通信販売することで続けられた。これも、実際に商品の衣服を着せた子供の写真によって案内し、巻頭に掲載された（図3）。

このように関東大震災以後の支援活動としての子供服や手芸作品の廉価販売が『主婦之友』誌上で行われたことによって、商品案内を伝える誌面のビジュアル化がすすんだのである。それは今日、当たり前に見られる、実際に商品を着たモデルによる衣装案内であった。こうして誌面にもたらされた変化は、震災の支援活動がおわっても、流行の商品の案内として登場するようになっていった。

4. 作品紹介から流行案内へ

手芸展覧会での入賞作品は先に見たように、『主婦之友』の巻頭にカラー頁で紹介されるようになっていた。これらの手作りの物の数々が出品者の紹介とともに誌面を彩っていた。これらが商品として販売されたことを考えれば、『主婦之友』を媒介として展開された被災者支援活動は、メディア・イベントとして読者に記事として読まれると同時に、商品案内の広告として認知されたといえる。

誌面に変化をもたらしただけでなく、この展覧会はその『主婦之友』を支える人材を発掘することにもなった。全国から寄せられる手芸作品の審査のために、多くの手芸家たちが審査員として呼集された。そこには、大妻女子大学の大妻コタカ、ドレスメーカー学院を創設したばかりの杉野芳子、また、第一回の手芸展覧会の受賞者である柴田たけ子らの姿があった。

こうした手芸展覧会がきっかけとなって形成された手芸家たちの人間関係が、そのままその後の『主婦之友』の手芸記事や付録の執筆者や考案者となっていくのである。東京女子高等師範学校の成田順も、編み物記事や展覧会の審査員としてながく活躍したひとりであった。

こうした展覧会は手芸品の展覧であるとともに、即売会も兼ねていた。販売されていたのは、手編みのセーターや、子供服、裁縫関係の書籍に、豆人形といった細工物である。

展覧会の盛況とともに、これらの商品もつぎつぎと完売をみた。こうした優秀作品は、実際に制作した読者によって作品が誌面で紹介されたのであり、その製作方法の解説記事も掲載された。そのため、展覧会へに作品を出品した読者が、実際に誌面の制作に関与することにもなっていたのである。その意味で、読者は、展覧会に参加しただけではなく、雑誌の記事の情報提供者としてその編集に間接的にたずさわっていたのである。

そうした女性たちは、編物についての展覧会、講習会で主婦の友社に見いだされていった。震災後の開かれた編み物展で優秀な成績を残した佐伯周子は、佐伯は大正一四年の第一回「毛糸編物展覧会」で一等を取るというこの展覧会が縁となり、『主婦之友』との関係を深めていったという。彼女は妹の河合茂子とともに、編み物記事や展覧会でも長い間活躍した⁽¹⁵⁾。

その後、一九三一（昭和六）年の毛糸編物展覧会からは、江藤春代（九州の編物研究家、門下生多数）、図案家の杉浦非水、教育者の大妻コタカ、成田順、そして第一回手芸展覧会の受賞者の柴田たけ子らとともに審査員として招聘されている。

『主婦之友』のメディア・イベントであった手芸品展覧会は、こうした読者の手作り作品の発表の場を提供する雑誌となったことで、読者のあいだのコミュニケーションをうながすメディアとして機能した。『主婦之友』読者たちはこうした企画に参加することで、展覧会の場における交流のみならず、友人同士から見知らぬ女性にいたるまで、『主婦之友』を共通の話題とし、お互いの親近感を高める可能性を手に入れたからである。

手芸展覧会は、家庭の女性にとって必要とされた裁縫を家族のために行う、もしくは向上するという私的領域への関心からよりも、女性の友人同士、または『主婦之友』の読者のあいだで評価しあう作品批評の場に参加することを目的とする女性読者に支えられていた。関東大震災の罹災者支援としてはじまった「毛糸編物展」は、結局戦時中に中断されたものの、その後毎年にもわたって続けられ、その後一八回の開催をみた。新社屋ではじまった展覧会も、やがて日本橋高島屋に会場を求めるようになり、さらに東京だけでなく、全国各地を巡回開催したという。

手芸をつうじて、婦人雑誌と読者との一体感を提供する空間を誕生させたことは、その後の『主婦之友』の成功を支えることになったと考えられる。展覧会に作品を出品することをつうじて、さらに実際に展示場となっている会場に出かけることで、他の作品への関心が高まることは予想されるからである。

だがそれと同時に、魅力的な展示物を手に入れたという消費者としての欲求を高めた

⁽¹⁵⁾ 前掲書『主婦の友社五十年』一九一・一九四頁。

メディア・イベントとして機能したことにも注目できる。こうした手芸の作品が誌面において公開されることで、読者やその仲間の目によって批評されることになる。また、掲載された作品を見て製作方法を学んだ読者が、自ら新しく作品製作に参加する可能性をもつ。そうした読者の手作りの作品が誌面に掲載されることで、誌面は「もの」で彩られることになる。それは作品の展示であるとともに、読者の欲望をくすぐる魅力的な商品でもあった。そうしたものが、「デパート」と評された婦人雑誌の一角を彩るようになった。

大正末年から、『主婦之友』は、「想像の共同体」を可視化する「展覧会」というメディア・イベントを立ち上げていった。このイベントは読者参加をうながすとともに、雑誌への愛着を育んだ。またそれは、読者の消費者の意識を高める役割を果たすことにもなった。展覧会に出品された作品がグラビアで誌面に紹介され、またときに販売することによって、読者の参加意識は消費者としての購買意欲にもささえられていたからである。

5. おわりに

主婦の友社による手芸や編み物についての展覧会が実際に開催されることで、これらが雑誌の誌面にどのような変化をもたらしたのかを考察してきた。これらの展覧会は、当初、手芸家である専門家の作品展としてスタートしたが、読者の関心が高かったこと、また関東大震災により、手芸作品への需要が生じたことなどから、読者の作品を一般公募する、参加型の文化事業へと発展した。そして、この展覧会が、『主婦之友』の流行雑誌としてビジュアル重視の誌面へと変化するきっかけのひとつとなった。そしてそれは、雑誌の情報を通じて手芸作品を創りあげ、展覧会に参加し、その作品をお互いに批評しあう女性読者の参加があって、よりすすめられたのであった。

雑誌と読者の関係のなかから、女性を中心とした流行雑誌としての特徴をしだいに『主婦之友』の巻頭の口絵は形成していった。一九二〇年代に入るまで、こうした写真や、色刷りの巻頭頁のグラフ欄といえば、テーマを持った季節写真や人物画が多かった。だが、手芸展覧会や関東大震災による支援活動のための写真や口絵のページを『主婦之友』では掲載するようになることで、やがて一九三〇年代にかけて女性の衣装案内や、流行の子供服を紹介記事として見られるようになる誌面の先駆となった。

読者の手による手芸や手作りに関する作品の展示は、誌面に掲載されることはなくなっていくが、かわってデパートやデザイナーによって制作された衣装案内として、女優をモデルとして起用し誌面を彩るようになる。つまり『主婦之友』において、モデルを起用した流行衣装案内グラビアによって充実した誌面になっていく先駆となったのが手芸展覧会

での読者の製作作品の紹介であったといえる。つまり変化のきっかけは、読者がどのようなものを製作し、出展しているかという作品の紹介だったのであり、それがしだいに流行案内としての体裁を用意したといえるであろう。こうした巻頭頁の存在が、読者の意識を動員するシステムとして機能しはじめた『主婦之友』では、その後読者の眼を、衣服を中心とする流行に視覚的に引きつけることに成功したのである。

婦人雑誌において流行衣装案内の頁が充実したものとなっていくのは一九三〇年代に入ってからのことである。しかし主婦の実用雑誌と呼ばれた『主婦之友』は、手芸についての実用的情報を読者に提供し、展覧会というメディア・イベントの開催を通じて読者の参加意識を涵養した。そしてそのことをきっかけとして、昭和をむかえるころには、視覚的に優れた流行雑誌としての特徴を獲得し始めていたのである。

言い換えればそれは、女性が家族のため、生活のためにおこなってきた裁縫を、自らのため、そして『主婦之友』の読者との共感を得るための手芸の展覧会への参加の手段として昇華されたことによって、『主婦之友』という婦人雑誌は流行雑誌としての体裁の第一歩を踏み出したといえるであろう。

その後、そうした読者の作品紹介として彩られた巻頭の口絵やグラビアは、しだいに各デパートやこの時審査員であったデザイナーや手芸家たちの手による商品案内へと姿を変えていく。つまり、巻頭口絵は、鑑賞を目的とする展覧会の様子を伝えるものから、実際に販売を目的とする流行案内へと発展していくのである。

関東大震災以後、その救済を兼ねた手作りの販売のために掲載された子供服や衣料品のグラビアにかわって、一九三〇年代の『主婦之友』では流行への関心が高まっており、その衣装案内の華やかさはみる者をひきつける⁽¹⁶⁾。誌面はさまざまな商品案内によっていっそう華やかさを増し、そうした商品の写真や、流行の衣装を身につけたモデルが微笑むグラビアが数多く掲載される「絵画化」を特徴する婦人雑誌となっていったのである。

(本稿は、京都大学大学院文学研究科に提出した博士課程学位論文の第三章を加筆修正したものである。)

<参考文献>

石田あゆ、二〇〇三年「広告メディアとしての婦人雑誌——戦時期『主婦之友』の衣装案内を中心に——」津金澤聡廣、佐藤卓己編『叢書 現代のメディアとジャーナリズム 第六巻』ミネルヴァ書房

⁽¹⁶⁾ 拙稿、二〇〇三年「広告メディアとしての婦人雑誌——戦時期『主婦之友』の衣装案内を中心に——」津金澤聡廣、佐藤卓己編『叢書 現代のメディアとジャーナリズム 第六巻』ミネルヴァ書房参照。

川村邦光、一九九三年『オトメの祈り——近代女性イメージの誕生』紀伊国屋書店

本村涼子、一九九二年『婦人雑誌情報空間と女性大衆読者層の成立』『思想』第八一二号

主婦の友社編、一九六七七年『主婦の友社の五十年』

津金澤聡廣編、一九九六年『近代日本のメディア・イベント』同文館出版

津金澤聡廣、有山輝雄編、一九九八年『戦間期日本のメディア・イベント』世界思想社

藤井達吉、一九二三年『家庭手芸品の製作法』主婦之友社

松尾信資編、一九六五年『孤高の芸術家・藤井達吉翁』丸善

山田光春、一九七四年『藤井達吉の生涯』風媒社

——、一九七九年『悲愴「工芸の曠野」を拓く——藤井達吉小伝』『目の眼』五月号

(いしだ あゆう・龍谷大学非常勤講師)



図1：一九二四（大正一三）年『主婦之友』六月号掲載。

「全国家庭手芸品展覧会画報」。東京上野池之端
松阪屋で開催された第一回目の時の様子。



図2：一九二四（大正一三）年『主婦之友』一月号掲載。

「手編の毛糸防寒着の廉売」。罹災女学生支援のための編み物販売
が誌上で行われた。



図3：一九二三（大正一二）年『主婦之友』一二月号掲載。

「本社の子供洋服廉売」。罹災児童のための活動として子供冬服五
百着を写真で案内し、廉価販売した。下段に値段が書かれている。

The Change of Contents of Women's Magazines after the Kanto Earthquake of 1923

Ayuu ISHIDA

This study researches how the contents of media events held by women's magazines changed in Taisho and early Showa era in Japan. The first media event was an exhibition of handicrafts, that was started by SHUFU NO TOMO publisher in 1923.

The first exhibition was held in May 1923. It featured the artist, Fujii Tatsukichi, where his sisters' handicrafts such as obi, dolls and cotton bags were also displayed. This event aimed to promote sewing from women's daily routine to an interesting hobby, and it successfully drew the readers of Shufu no Tomo. Before the second exhibition, that was planned to be held in Osaka in October, however, the great earthquake happened. It directly hit Tokyo and its neighboring areas, and Shufu no Tomo office was also burned down. It is said that the exhibition was somehow held at somewhere else according as the schedule.

The effect of this natural disaster set up a new goal for this exhibition; reconstruction support of the urban areas. For example Shufu no Tomo ordered female students of "Asakusa Furitsu Daiichi Koutou Jogakko", the first girls' high school in Asakusa, clothing and handmade goods, and sold them on the magazine. Sales of their work was used to support the students in trouble with earthquake.

In addition, this reconstruction support developed into women's handicrafts exhibition open to all readers. Female readers participated in the event, and at same time committed more strongly to the magazine's imaginary community.

Moreover, this event brought more photographs to this magazine, with the result that visual information pages increased in the women's magazine Shufu no Tomo.