

アンドルー・ゴードン（著） 大島かおり（訳）

『ミシンと日本の近代：消費者の創出』

2013年（原著出版年次2012年）みすず書房 A5判 432頁 定価（本体3400円＋税）

高濱 裕子*

筆者は本書の存在を、『婦人之友』誌（2013年11月号）に掲載された座談会の記事によって知った。座談会の出席者は、著者であるアンドルー・ゴードン氏（ハーバード大学教授：日本近現代史専攻）、井上雅人氏（武庫川女子大学講師：デザイン・ファッション史専攻）、田部小枝子氏（婦人之友読者：昭和34年の結婚時に購入したミシンを現在も使用中）の3人であった。ゴードン氏の著作を軸に、明治から戦後へと日本の女性たちが歩んだ近代化の過程をミシンの歴史を通して読み解こうとした内容であった。

書評とは、単に本の内容を紹介することではないはずだ。ある読者が本との邂逅によって得られた印象や鼓舞された感覚を、自分の関心のフィルターを通して記述し整理することに他ならない。その観点からいえば、本書によって筆者が強烈に印象づけられたことは、膨大な資料を読み解きつつ湧きあがった疑問を追求する姿勢と、歴史研究の醍醐味とであった。筆者にとってはほとんど初めての経験であるが、「歴史研究とは何と面白いものだろう！」と率直に感じた。

さて、本書の原題は *Fabricating Consumers: The Sewing Machine in Modern Japan* (University of California Press, 2012) である。このタイトルについて、訳者の大島かおり氏は次のように解説している。「わずか2語なのに大変巧妙なひねりの利いた表現で、二重の意味がある。」つまりひとつには「20世紀初頭から経済のグローバルな趨勢に組み込まれていった日本で、資本主義的生産と販売の新しい諸条件が近代的な消費者をつくりだしていった歴史的過程」であり、もうひとつは「消費財であるとともに家庭での生産財でもあるミシンを活用して、文字通り fabric（織物）を加工するモノづくりに取り組み、日本の近代的生活文化の形成に積極的に寄与してきた消費者」という、この両方を著者はテーマとして掲げているというのである。

著者のゴードン氏が本書を構想するに至った契機はふたつあった。第一は、1950年代の日本の既婚女性が、毎日2時間を縫い物に費やしていたというデータへの発見と驚きであった。著者は10年以上も前に、戦後日本の労働運動について本を書くために資料を検索していた時、たまたま日常生活のひとつの意外な事実に出くわして、それが頭にこびりついていたという。その資料は『川崎労働史』であった。ミシンの歴史を覗いてみようと思ひ立ち、この本を書く決心をするに至ったのは、この時に見たデータの意味を理解しようとしたことから始まった。

第二は1930年代には洋服を着る女性がまだ少数派だったにもかかわらず、戦後なぜ和服に戻らずに洋服を着るようになったのかという疑問であった。多くの歴史家がシンガーを世界初の成功した多国籍企業とみなし、そのミシンを大量生産と大量消費のパラダイムを設定した製品と呼んだ。しかし、著者の関心は因果関係の連鎖の原動力としてのミシンよりも、近代性の経験の多種多様な相を究明するためのレンズとしてのミシンにあった。日本でのシンガー販売システムの興亡と適応の物語、とりわけ購入者である女性がこの商品を利用し理解していった実に多様な方法は、グローバル化がローカル化過程として進行してゆくさま（下線筆者）の、きめ細かな画像を提供してくれるという。

本書は二部構成になっており、第一部は「日本におけるシンガー」で、第二部は「近代性を縫う 戦時と平和時」である。その中から、女性がいかに家庭生活の中で主導的役割を果たすようになっていったかを示そうと思う。

* お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科

19世紀の終わりまで、日本におけるミシンの実際の利用者は、そのほとんどが3つのグループと居場所に限定されていた。まず、片手の指の数ほどの条約港にいる紳士服仕立屋と婦人服仕立屋、次いで西洋式の制服の縫製工場（軍服、近代産業特に鉄道で働く少数の男子のための制服）、そして最後に日本の貴紳・淑女からなる東京のエリートの世界である。日本ではヨーロッパやアメリカとは異なり、徳川時代の終焉後もほとんどの衣服は家庭で作られていた。近代化の途上にあった日本での裁縫が占めていた場所は、男にとっては家庭の外、女にとっては家庭の中という風にジェンダー別ではあったものの、裁縫の実践形態にはそういう区別はなかった。テーラーの店にとってそうだったように、この後、ミシンと新しい様式の裁縫と衣服生産は、職業的訓練や家庭経済という新しい科学や市場志向の機械化された衣料生産といった形で、近代的生活をじかに家庭の中に持ち込んできた。それはまた、近代的家庭の消費者の長としての女の役割を創り出す一助ともなったのである。

使用者にとっても販売促進者にとっても、ミシンは儉約と投資という価値と密接に結びついていた。1900年の夏には、日本初のシンガー店が東京に開店した。そして、ミシンの普及に貢献したのが、割賦販売方式であった。分割払いによる買い物は、家族に支出予算を立てさせることで経済的安全性をもたらすばかりでなく、生活の向上をもたらすものだと強調された。ちなみに、当時のミシンの価格は月給の2倍以上であり、ミシン購入者の6~7割は月賦で購入していたという。またミシンは、ほかの場合には買い物を楽しむ消費生活のための時間などをほとんど残してくれないような国家への責務という戦時の理論的根拠と手を組まされてもいる。蛇の目は広告スローガンで愛国的な陣太鼓を打ち鳴らした。例えば、きれいにジェンダー区分された「あなたには銃剣を、わたしにはミシンを」から、国家の呼びかけをもじった「踏めよ 殖やせよ ミシンで貯金」という言葉遊びに至るまでであった。割賦販売方式は、浪費を招くのではないかと一部識者の懸念を払拭し、近代的な節約計画によって国民を増強し国家を支えるという方便に利用されたのである。

ミシンを購入し使用した女性たちの意識を、型紙に関する記述から読み取ることができる。アメリカの裁縫用型紙の出版社（シンプリシティとマッコールの2社）は、1960年代初めに大いなる期待を抱いて日本市場に参入した。しかしアメリカでは4億枚も売れた型紙が、毎年60万人もの女性が洋裁学校を卒業していた日本ではそれほど売れなかった。なぜなら、シンプリシティとマッコールの論理と希望は、日本の洋裁をする主婦やその嫁入り前の娘たちの技量とプロ意識を計算に入れていなかったからである。例えば洋裁学校の学生たちはこれらの型紙を、自分たちの訓練と技量によって培われた品位にふさわしくない軽便法とみなしていた。彼女たちは型紙を全く使わなかったわけではなく、出来合いの型紙を使う必要がなかった。計算能力と、自分自身のものであれ、子どもや顧客のものであれ、寸法を採る能力を用いて、縮小図をもとに図面を描きおこせば、彼女たちは自分で型紙を作れたのである。こういう能力の所有者が広汎にいたこと、このことは、大新聞が毎週何日も貴重な紙面を割いて縮小図を掲載した理由を説明してくれる。実際、洋裁学校のカリキュラムの核心部をなすのは、自分で型紙を作る技量を教えたことだという。

本書は、ミシンという窓口を通して、日本の近代の歴史のさまざまな問題や現象に触れさせてくれる。そして戦前から、女性の自活ということを見ている文化のありようを理解させてくれた。次に、戦争という暗い時代の只中であっても、人々は少しでも自分の楽しみをファッションを通じて見つけ出していたということを教えてくれた。ゴードン氏によれば、1920年代の日本で最初の生活時間調査では、裁縫はレジャーの枠の中に入れられていたという。先述の座談会では、ゴードン氏は「この位置づけは面白い」と語っている。同じ座談会の中で、田部氏は「裁縫は単にものを作り出すことではなく、縫って着る、縫って着せるという女性のささやかな喜びを満たすひとつの手段だったのではないかと補足している。

女性たちのいわばアイデンティティを支え、家族のために貢献する喜びと自らの歓びとを止揚するというそのプロセスこそが、ミシンを通して浮きあがってきた近代の日本の女性たちの姿であった。