

「木目」と「杳」にみる素材観の変容 化粧シートと銘木を対象として

岡田（泊里）涼子 武庫川女子大学大学院在学

はじめに

銘木使用には数寄屋建築や茶室を源流とする意匠性がみられ、特に流行が高まった戦後昭和期には、一般住宅への普及が定着し、床の間周辺や客間といった非日常性や装飾性の高い空間に用いられる素材として認識されていた（銘木史編集委員会 1986）。売買の形態や規格面でも一般材と区別され、銘木は単なる木材とは異なる性質をもった、ひとつの文化を確立した状況にあったと考える。

銘木文化のなかでは、造形の素材としてだけでなく、木材そのものを美術品のように捉え、鑑賞や収集の対象とする風潮があった。希少な木目を「杳」とし、形状によって「玉杳」や「縮み杳」などの名称がつけられた。「杳」は見た目にもわかりやすく、植物や動物に見立てた名称は遊興性に富み、一般材との判断が困難な傾向があるなかで、視覚的に明確な価値を示す要素として際立っている。本研究では「杳」に着目した調査によって、戦後昭和期以降、現代に至る銘木文化の状況と銘木を通じた素材観の理解に繋がる知見を得られるものと考えた。

先行調査の結果から

本発表の先行調査として、住宅建材メーカーの「銘木」表現から現代の銘木の実情の把握を試みた。商品名やコンセプトに「銘木」の表現がみられる企業や店舗を15社選定し、傾向や性質を項目ごとに比較した。その結果、15社全てにおいて、主にリビングなどのフローリング材に「銘木」の表現がみられ、「自然」「天然」「癒し」といったキー

ワードが共に用いられていた。また、木のぬくもりや居心地の良さが強調され、従来の銘木の非日常性とは対局の意味を示した。

銘木と表現される化粧シートの木目

住宅建材メーカーの示す銘木はチェリーやウォールナットなど単調でシンプルな木目のものが多く、従来の銘木とは視覚的な印象がずいぶんと異なる。また、無垢材ではなく、合板に突板や挽板を貼り合わせた構造が主流となっており、化粧シートと呼ばれる印刷物を貼り合わせた合板にも、「銘木」の表現がみられる例もあった。

そこで本発表では、「銘木」と表現される化粧シートの原稿の選択に関する調査をおこなった。調査方法は大手印刷会社の建材部門を訪問しデザイン部長、主任の2名から、化粧シートの商品展開の概要や歴史について説明を受けた後、「木目」「杳」の捉え方についてインタビューをおこなった。

化粧シートでは、希少価値の高い杳板を原稿にした商品展開が可能であると考えるが、実際には限られており、単調でシンプルな木目が多用されていた。その理由として、現代の住環境のなかに床の間や客間といった非日常の空間がなくなっていることがあげられた。またダイニングなどの日常的空間では、杳はそぐわないものと捉えられ、更には生理的に受容できないと感じる消費者も少なくないことがメーカーの商品開発における研究結果によって示されていた。

メーカーは様々な樹種の木目や色味のパターンを保管しており、時代や市場に合わせ流行の操作

をする傾向も多少はあるようだが、消費者が生活のなかで見慣れ、親しみを持った素材に近づけることが重要視されていた。「銘木」の表現を用いた商品であっても、「杳」のような視覚的に明らかな個性に乏しく、一般材との区別においても、わずかな個体差を示す程度で困難といえる。

「木目」と「杳」に関するアンケート調査

自然環境の変化や住宅の洋風化が進む現代における、木材への意識や感覚の立証のため、大学生を中心とした若年層への「木目」と「杳」に関するアンケート調査を実施した。

18歳から28歳の年齢層の207名（男性53名、女性154名）を対象とし、一般材の「木目」と銘木の「杳」の画像、計12種をランダムに並べ、21問の質問に最も合致すると感じるものを選択する形式とした。

質問の内容は、「最も美しいと感じるもの・美しくないと感じるもの」「価値が高いと感じるもの・価値が低いと感じるもの」などの感性や嗜好性を問うものと、実家の和室や床の間の有無など、幼少期からの住環境に関する問いを設定した。

回答の結果は、「最も美しい」「最も慣れ親しんでいる」「最も好きな」木目にヒノキの板目材が選ばれた（得票率60%、41%、50%）。また、「価値が高い」と感じる木目には杉の雫杳が最高票を得たが（27%）、ヒノキの板目材も高い票数を得た（15%）。また「価値が高い」「最も好きな」木目において、一般材のなかでも低等級にあたるスギの節有材が高票数を得たことは着目すべき点と捉えた（16%、15%）。対して「美しくない」木目にはケヤキの玉杳やメープルの鳥眼杳が上位を占め（29%、23%）、「価値の低い」木目にも杳板の得票が目立ち、木材を否定的に捉える回答に「杳」の割合が多い結果となった。

回答者の85%が和室のある住環境で育っているが、その内半数が和室に床の間が設置されていないと回答した。また「銘木」を知らない、わから

ないという回答も全体の85%にのぼり、アンケートの結果から、若年層における「杳」の受容と認知度の低下が明らかとなった。

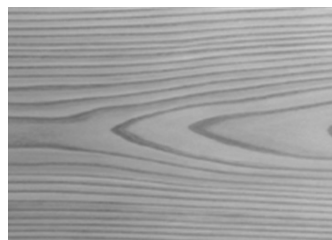


図1 ヒノキ板目
（出典：<https://saijoukensetsu.com/>）

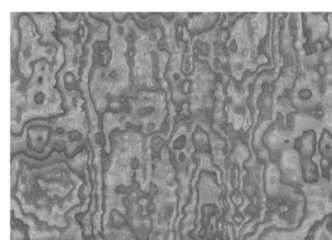


図2 ケヤキ玉杳
（出典：<https://www.hoxan.co.jp/>）

素材観の変容

従来の銘木文化のなかで、「杳」は銘木の価値判断の重要な要素のひとつであったが、現代の住環境や消費者の感性によると、「杳」が必ずしも素材の価値を高めるとはいえず、むしろ受け入れ難い異質なものと捉える傾向が伺える。従来の銘木は希少的価値を重視し、他との差異を強調するような主張性が求められた為、「杳」によって自然の雄大さや畏敬の念を示すことが目的のひとつであったと考える。また、「杳」の装飾性の高さは華やかで豪快な印象を与え、豊かさの象徴と捉えられることも多く、戦後復興期に銘木が文化の域に達する要因になったと推察する。

一方現代では、ある程度の生活水準が保たれた状況となり、対外的な豊かさよりも内向的な生活の質の向上に重点をおいた価値観の変容が感じられる。また、幼少期からの生活環境は自然観に影響を与えていると推測する。現代の住環境では、自然らしさを感じさせる一般的な「木目」をもつ材が「銘木」として求められていると結論づける。

記念用プリント・テキスタイルにみられる国民国家の視覚化

1953年エリザベス二世戴冠式から新生アフリカ国家イメージまで

門田 園子 お茶の水女子大学グローバルリーダーシップ研究所

問題の所在

英国君主エリザベス二世の戴冠式（1953年）前後の肖像イメージをもとにしたファクトリー・プリント、横浜で製造されていた捺染スカーフは、1950年代後半、英領西アフリカ植民地を中心に輸出されていた。エリザベス二世のような宗主国君主の肖像イメージを使った commemorative print= 記念用プリント・テキスタイルがなぜ反植民地主義ナショナリズム運動、パン=アフリカニズムに沸いていた英領西アフリカ植民地に向けて製造、輸出されていたのか。本発表では宗主国の君主イメージが独立前夜のアフリカに拡散した背景を、国民を想像の共同体と表現した政治学者ベネディクト・アンダーソン、民族をナショナリズムの産物とした歴史家アーネスト・ゲルナーの理論、そのほかアフリカの国民国家制度の確立とその視覚化にまつわる論考を踏まえ、独立直前と独立後にもたらされた記念用プリント・テキスタイルとの類似点、相違点の分析から捉え直した。

国民国家の視覚化

近代においては、本来多様であるはずの個人を、国家を形作る国民と一律に見なし、まとめるための手段が考えられてきた。その一つに国民国家を視覚化し、国民が共有する共通のイメージを培っていく方法がある。アンダーソンは、国民国家の視覚化には、伝統的な王朝の原理と革新的な国民の原理を統合する傾向があると示している。たとえそれが歴史家エリック・ホブズボームのいう「創られた」伝統であるにせよ、君主の肖像は

とりわけ、歴史や伝統らしきものと近代的国民国家を結びつけたシンボルとして、国民国家の視覚化に多用されてきた。

英国君主がプリントされた記念用プリント・テキスタイルの最初期の例は、19世紀初頭のジョージ三世柄である。産業革命が本格化した時期とも重なるため、ジョージ三世柄は広く普及し、その後続く国王・女王の肖像プリントも量産されるようになった。プリントされている人物が君主であることを示すため、王冠、紋章、国旗、国土、国花、戴冠式に用いる宝珠、笏杖の意匠が多用されている。20世紀に入ると、肖像写真をもとにしたプリントが使われるようになった。

こうした元首やリーダーの肖像がプリントされた記念用プリント・テキスタイルならではの特徴は、アフリカに広く普及したことにある。その理由に、テキスタイルにメッセージ性を込めるアフリカの文化と、記念用プリント・テキスタイルとの相性がよかったことがまず挙げられるが、本発表では英国からアフリカに渡った英国君主柄は、英国と植民地との結束を高める際に利用する媒体となっていたと仮説を立て、論証を試みた。

エリザベス二世の肖像柄プリント・テキスタイル

第二次世界大戦後、英国にとって英領西アフリカ植民地は最重要地域と成り代わったが、英国の関心は United Africa Company (UAC) の活動からも明らかのように、商業的なものであったので、間接的な統治から緩やかな独立という道筋が想定されていた。英国君主に対する崇拝は、間接統治

に欠かせない道具とみなされるようになる。近代以前の君主制は、近代国民国家とは本来矛盾するものであったが、出版物が流通することで、君主のイメージも水平的、世俗的、時空間横断的に普及し、同質的な国民国家にあまねく行き渡ることが可能となった。エリザベス二世の時代には、戴冠式が初めてテレビ中継され、英国から遠く離れた場所にも同時性をもって、女王イメージが拡散することとなる。ゲルナーはメディアが君主制と国民国家を矛盾しない形で結びつけていたことを指摘している。さらに、英国は王族の植民地訪問によって英連邦との結束を固めようとした。エリザベス二世の訪問の軌跡は、ユーサフ・カーシュが1951年に撮影した女王の写真をもとにした記念用プリント・テキスタイルに辿ることができる。

独立前後の記念用プリント・テキスタイル

英国王室柄が主流であった記念用プリント・テキスタイルに変化がみられるのが、1957年のガーナを皮切りとした英領西アフリカ植民地の独立直前の頃からである。英国を表す王冠や国旗とアフリカの国家シンボルである雄鶏、黄、赤、黒、緑のパン＝アフリカニズムの旗が並置され、宗主国と植民地の関係の対等性が示されるようになった。

独立後は英国王室柄に代わって、ガーナ初代首相エンクルマなど新たな為政者の肖像柄が登場する。一方で、国旗、元首の肖像、花など使用される意匠は、英国王室柄に準じていることから、国民国家の視覚化も規格化されていたと考察できる。横浜ではコピーが繰り返される途上で肖像、意匠がやや乖離したものになっていった。当時の日本（横浜）がアフリカに対して持っていたステレオタイプイメージが投影されていたと考えられるが、実証は今後の課題としたい。

さらに、英連邦西アフリカ向けの横浜スカーフのヴァリエーションから、国民国家制度を支える構造そのものも独立後にスライドしていったことがわかる。ゲルナーのいう高文化の確立に欠かせ

なかった教育が、アルファベット文字板、本、コンパス、定規、小学校柄のスカーフに表されたが、これらは、アフリカでの西欧型教育の普及を促進する役割を果たしていた。キリスト教伝道団柄からも現地の人びとへの西欧型教育の導入と帝國的統治を読み取ることができる。統一的国民国家の形成を支える経済、社会的紐帯は、横浜スカーフにプリントされたモダニズム様式の国立銀行、国会議事堂、地方議員会館柄などに表された。

結論

本発表で取り上げた国民国家を視覚化した記念用プリント・テキスタイルが英領西アフリカ植民地で受け入れられたのは、植民地時代に英国の君主制と国民国家制度を組み合わせた公定ナショナリズムが浸透していたこと、アフリカ諸国のほとんどが複数の民族からなる部族的多様性が特徴であったが、独立当初は諸民族を同質化させていく方向が求められたため、英国式の国民国家制度が踏襲されたこと、英国式教育を受けたエリート層が支配者となり、ヨーロッパの高文化とつながりを持ったこと、植民地時代に引かれた国境をそのまま受け継いだことが諸要因にあげられる。

エリザベス二世柄から新生アフリカ国家の表象に至る記念用プリント・テキスタイルは、旧宗主国である英国が用いていた教育や政治、経済などの西欧型近代国家システムを、旧植民地に浸透させる手段となっていた。プリント・テキスタイルのデザインから、近代化、欧米化が進めばアフリカの伝統的部族が解体・消滅し、国民国家という同質的な共同体ができあがるというアフリカ諸国が独立当初信奉したイデオロギーを捉えることができる。1966年以降、英国でデザインされたアフリカ向け横浜スカーフの輸出が途絶えたのが、英連邦西アフリカで相次いだクーデタと軌を一にしているのは、西欧型国民国家制度を視覚化した記念用プリント・テキスタイルがその役割を終えたことの証左である。