

みんなくくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

物質文化から見た現代家庭

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2010-02-16 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 栗田, 靖之 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.15021/00004592

物質文化から見た現代家庭

栗 田 靖 之*

The Modern Japanese Family as Seen through Material Culture

Yasuyuki KURITA

This paper aims to describe the way of life of contemporary urban families in Japan through an investigation of their household goods. The investigation was carried out from two different approaches; one was quantitative employing questionnaires and the other was visual using photographs. Questionnaires asking "owned or not owned", "bought, given or unknown" and "use often, use seldom or do not use", for 1957 items, were handed to the householders of 140 homes in the Tokyo and Osaka areas. The answers were analyzed according to (1) living space—4 categories: A. 2 rooms, B. 2 rooms, C. 3 rooms, D. 5 rooms. Category A included a kitchen and B to D had a dining-kitchen, (2) incomes—4 categories below 2,000,000 yen and above 2,000,000 yen increasing in intervals of 500,000 yen and (3) age (the age of the household head and the eldest child). The data were processed by computer, the programs being written by the authour.

An average of 36 pictures was taken of the same area in each of 88 houses in order to examine the interior of the residences and the placement and arrangement of household goods.

The data obtained from these approaches were combined in the overall analysis. Modern urban families, according to the results, show the following characteristics;

- 1) Modern urban families are nuclear families having 3 to 4 members.
- 2) They live in a limited space characterized by several standard lay out patterns.
- 3) They keep a great many household goods (the mode was 800 items).
- 4) Most of these goods are acquired from the beginning of the marriage with the bride making a sizeable contribution.
- 5) Among the household goods, electrical appliances are considered important to ease the burden of housekeeping.

* 国立民族学博物館第2研究部

- 6) Small items such as room ornaments and accessories are also plentiful. Most of them are female oriented.
- 7) Large sized properties are confined to limited areas.
- 8) There is a significant correlation between the number of household goods, the living space and the income. The way of life changes as the income increases.

I. 調査の仮説	V. 機能空間の分化
II. 調査の実際	VI. 家庭景観と生活財
III. 家庭にある生活財の品目数	VII. 生活財から見た現代家庭考察
IV. 生活財から見た家庭機能	

I. 調査の仮説

人間の住居を中心として、その住居空間内で営まれる暮らし方を類型化しようとする試みは、古くからの研究者の関心事であった。ひとつは、地域・民族の別による暮らし方の比較の問題として、いまひとつは、同一民族内における社会階層によって規定される暮らし方の問題としてである。とくに前者の領域は、民族学者の研究対象となっているが [石毛 1971, 泉 1971]、本研究の目的は、むしろ後者の立場である。

社会階層によって規定される暮らしは、伝統的社會においては、ごく一般的な現象であった。わが国においても、士農工商による身分階級に応じて家の造りがことなっていた。明治・大正期においては、都市生活の住居には、それぞれの社会階層が色濃くあらわれていた。

しかし、大衆化時代とよばれる今日、庶民のこのような暮らしには、社会階層が反映されているのであろうか。われわれがここで目指しているのは、この暮らし方 (way of life) をいかに実証するかについてである。家政学は、合理的、機能的暮らしについては、数多くの資料を提供してくれるが、今日の家政学の中には、ウェイ・オブ・ライフについての学問的興味はないようである。このウェイ・オブ・ライフこそは、文化人類学の研究者の手にゆだねられた、研究領域なのであろう。現在に到る研究の潮流からみると、この暮らし方の研究は、今日ではライフ・スタイル研究としてなされている。

われわれは、まずライフ・スタイル研究で用いられている、ライフ・スタイルの概念から検討することにする。堀内 [1975: 47] は、「『ライフ・スタイル』概念は、も

ともと社会学者たちの間で、必ずしも明確な定義づけのないまま、人びとの生活様式、行動様式、思考様式などの社会的・文化的差異を表すために用いられてきたものである」とのべている。

すなわち、生活を分類するための基準として、人口学的要因や社会経済的地位の有効性に対する疑問、また、分類基準としての心理学的要因のみによる有効性に対する疑問が出され、これらの結果として、単一基準から複合基準による分類へと移行した。その結果、複合概念としてのライフ・スタイルが定置されたのである。すなわち、ライフ・スタイルとは生活者の要求、期待、態度、価値観、集団帰属、生活時間の分配パターン、生活空間の利用パターン、生活財の保有パターンなどを包括する概念なのである。しかし、今日ではこのライフ・スタイルをめぐる研究は、多少、様相の違った研究領域を形づくっている。すなわち、社会成層の違いによって生ずる好みの問題を、マーケッティング戦略におけるターゲット設定のために利用しようと試みられている。今日のライフ・スタイル研究は、ほぼすべてがこの文脈でなされているものである [村田ほか 1975; HANAN 1972]。なぜ、このような傾向を持つにいたったのであろうか。吉田 [1975: 99] は、「現代のライフ・スタイルの特色の一つは、消費財のかなりの部分が、消費者自身によって供給されるのではなく、多数かつ何段階かの製造販売業者の手を介して供給されることで、文化人類学者のみならず経済学者の研究対象ともなることであろう」と述べている。

ここにおける、われわれの関心は、消費行動のターゲットとしてのライフ・スタイルを抽出することではない。しかし、過去において蓄積された、これらライフ・スタイル研究を検討批判することは有効である。

堀内が指摘するように、ライフ・スタイルは、まさに、これらの生活の諸側面を包括した概念である。しかしこのような包括的な概念であるがために、実際の調査をもとにした、実証のレベルにおいては、統一的なモデルがつくり出されているとはい難い。すなわち、研究者は、生活者が保有する生活財¹⁾と、生活者が示す関心領域とを組み合わせてライフ・スタイルを抽出しようとしているが、調査の対象となる生活財および関心の領域における調査対象項目は、統一的なインベントリーを持っているとはい難いのである。この間の事情を堀内 [1975: 86] は、「米国における『ライフ・スタイル』の諸研究には、いくつかの共通した特徴がみられる。なかでも、とく

1) 以下において、「生活財」という術語で述べられるものは、次のような概念である。すなわち、生活者が生活を営むために保有・使用している物品である。しかし、生活財の中には、土地・家屋等の不動産、有価証券等の動産はふくまれていない。同時に、家族生業のために用いられる生産財も含まれていない。家計分類上では、消費財と耐久消費財とを含むものである。

に重要な問題点と思われるは、『モデル』設定の作業をぬきにして、研究者のカンと経験を頼りに、いきなり調査にとりかかるという傾向が強いことである。さまざまなライフ・スタイル変数を、思いつくままに数多く列挙し、それを多変量解析にかけて、一気に整理・要約してしまう、というデータ主義的ないしコンピュータ依存的な姿勢が顕著である」と述べている。

堀内の指摘するように、包括的であるがために、無限に近い調査対象項目を、恣意的に組み合わせて統計的処理をほどこしたとしても、研究者の間で合意された、あるいは現実説明力の高いモデルを構成することにはならないであろう。

われわれの、この研究においては、過去の研究者がライフ・スタイル抽出に際して拠り所とした二つの要因、すなわち生活財と心理的側面のうち、その心理的側面は調査の対象から除外することにした。すなわち、生活者の態度や生活信条に関する心理的側面は、操作主義の立場にたつかぎり、ある種の仮説にもとづいて、調査項目を選定しなければならない。しかし、現在のレベルでは、生活者の態度や生活信条を規定していると思われる、心理的側面に対する合意された仮説が研究者の間で成立していない。もしかりに、ここで生活者の意識に関する仮説をたてたとしても、それは研究者の間に議論の多い意識の側面に、いまひとつの仮説を提示するにすぎないことになる。このような混乱を避け、より確かな基礎の上に立つ意味からも、われわれは、生活者の意識を直接問う調査方法はとらなかった。

それに対して、われわれは、生活財に着目したのである。この生活財を調査する場合も、調査項目をある種の仮説にもとづいて選定したとすれば、これは先に述べた意識調査と同様の問題をはらむことになる。そこで、調査対象とする生活財は、いかなる選定も行わず、現代日本の家庭にある生活財を網羅的に調査することを計画した。そこで、われわれが対象とした生活財保有に関する過去の研究を見ることにする。これらの研究は、次のような3つの考え方にもとづいてなされたものが多い。第1は、生活財保有そのものの調査である。これは、マーケッティング・リサーチのための普及率調査を目的とするものが大半であり、これについては枚挙にいとまがない。マーケッティング・リサーチを目標とする調査は、当然の結果として、今後、商品としての生活財の動向をうかがう目的的になされている。第2には、これとはやや趣を異にするものとして、総理府統計局による全国消費実態調査報告がある〔総理府統計局 1976a, 1976b〕。この調査の目的は、それぞれの生活財が、どのような居住タイプに住む生活者に保有されているか、あるいは、どのような収入階層の人々に保有されているかといった、生活財を中心として、それを保有している生活者の社会的属性に

に関する分析に主目的を置いたものである。第3には建築設計上の目的にそってなされる、生活財調査がある。これの一例として、船橋 [1966]、上林ら [1968] は生活者の保有する生活財を調査し、それによって、機能的な収納空間の設計に役立てようとしている。

しかし、ここでのわれわれの関心は、生活財を商品と見たてて、その普及率を調査する立場でもなければ、それぞれの生活財が、どのような社会的属性を持つ生活者に保有されているか、といった立場でもないし、また、効果的な収納空間をつくり出そうとするものでもない。

むしろ、問題意識は素朴で、一軒の家庭には、どれだけの生活財があるだろうかを問題として、それを悉皆的に調査しようとするものである。すなわち、物にかこまれて生活している現代の家庭における、その物をすべて洗い出してみようという立場なのである。このように、物と人間を結び合わせて考えるとき、バーカー [BARKER 1972] の考え方は、興味深い視点を提供してくれるものである。

バーカーの考えを要約すれば、人間行動は環境とかかわって成立するものである。すなわち、この行動—環境の系を、バーカーは形態素 (synomorph) と呼ぶのである。そして、これら形態素がひとつに集まって、きわだった行動が示されるならば、これを行動場面 (behavior setting) と呼ぶのである。そして、バーカーは、もし形態素と形態素が連合した行動場面を指摘することができれば、そこで行われる行動をも予測し得ると考えるのである。

それに加えて、バーカーは、いま一步議論をすすめて、じつは行動場面こそが実体であり、人間の行動は、その行動場面の期待するところに従って行動場面を維持しなければならない、メディアであるという考え方を示している [BARKER 1960]。図書館という行動場面においては、人は図書館と云う行動場面に合わせて行動することが期待されるのである。

このような行動場面の理論を構築したバーカーは、アメリカとイギリスのそれぞれ小規模な町において調査を行い、アメリカ的特質は、小人数で行動場面を支えなければならないことにより、各人の技量よりも積極的な参加を求められるアメリカ人的パーソナリティの根源を形づくっている。それに対して、イギリスにおける行動場面は、一行動場面を支える人員は多く、個人の技量が問題となり、行動場面への参加が消極的になる。これこそが、イギリス人的パーソナリティの根源的なものであると述べている [BARKER 1955]。

これらバーカーの考えは、行動場面こそが実体として機能し、あたかも人間の行動

を鋳型にはめていくような過程をえがき出す所に、この研究の主旨がある。すなわち、行動場面を、所与の要件としてそれに適応していく人間行動の調査がなされているのである。

しかし、生活者を取りまく環境は、もう一段、複雑な様相を示している。たしかに生活者を取りまく環境は、生活者の行動を規定する。しかし同時に、この行動を規定する環境をつくり出したのは、正しく生活者なのである。バーカーが行動場面を所与のものとした考え方を、われわれは、今一段と遡及して、大胆に、次のような仮説を開いた。その仮説とは、人間の行動は物理的軌跡を残すであろうというものである。

人間の行動は、意識ないしはその人の内的世界の欲求に従って発現するであろう。そして、人間の行動は、何らかの意味において、外的 world (物質的世界) とかかわるであろう。それゆえ、人間の行動は、終極的には物質的世界への働きかけをともなうものと見なすことができるであろう。すなわち、人間の行動は空間的世界に軌跡を残す、だから、ひるがえって、人間の物質的世界に対する働きかけを見ることによって、その人の内的な世界をうかがい知ることが出来ると云う立場にたったのである。

人間の観念の連合は、物の連合として表象される。すなわち、その人のかかわった物の連合を見ることによって、その人間の観念の連合を知ろうと考えたのである²⁾。

これを、われわれの調査に即して述べるならば、生活者にとって、たしかに住居形式は、建築家により規定された構造を持っている。しかし、この所与の建築的空間内部の利用形態は、それぞれの生活者の主体的な意図に従って構成され得る世界であろう。生活者は、与えられた、あるいは、それしか選べなかつた建築空間の内部に、自らの主体的意志に従って生活財を選択し配置する。そして、自らの行動に合わせて、住居空間を演出することができる。

このために、われわれは、生活者の演出した、結果としての住居空間を見ることによって、その住居空間内部における生活者の意図を読み取ることができるであろうと考えたのである。

ここに現代家庭における物質文化としての生活財を研究する意図を置いたのである。このような問題意識を持った最初の研究者として、今和次郎を挙げることができる。

1925年、生活学の草分けである今和次郎は、新家庭の品物調査を行い、「1人の人の所有に属する全品物を調べあげると、その人の性格なり傾向なりの特徴がありありとでてきます。その人の所有品はその人の生活全部の背景をなしているものですか

2) このような考え方のひとつとして、ローエンフェルト (Lowenfeld, M) によってはじめられた、精神療法のひとつである「箱庭療法」は、われわれの研究にとっても、示唆に富むものであった [河合 1969]。

ら」[今 1926: 347] という確信を持ち、さらに「各地方および各階級者の家庭にわたってこのような調査をやり、それらの比較において、物品の占有されている状況あるいは使用されている状況を窮め、そこから物品占有ないし使用に関する社会的ないし道徳的意味 というようなことについて考えてみたい」と抱負を述べている[今 1926: 345]。

この考えは、考古学に対して、考現学とよばれるものである。今和次郎の調査は、4軒の新婚家庭にとどまつたが、われわれは、正しくこの今和次郎の問題を受け継ぎ発展させたいと思ったのである。

すなわち、この研究における基本的な態度は、あくまで生活者の世界を、即物的に描き出すことであり、このような実態的な調査こそが、今までのライフ・スタイル研究等に見られた、複合的であるがために、統一的視座を得られなかったウェイ・オブ・ライフの研究に、新しい展開をもたらすであろうと期待したのである。

II. 調査の実際

調査票の作成

家庭内にある生活財を、できるだけ網羅的に調査するため、4軒の家庭で予備調査を行つた。同時に、「日本標準商品分類」[行政管理庁 1975]、「家計調査年報」[総理府統計局 1976a, 1976b] の支出項目分類などを参考とし、その結果、家庭にありそうな、1957品目を選定した。もとより、生活財の分類について、一定の規準が定まっているわけではない。生活財を分類するための確立した分類規準が存在していない現状では、種々の資料を参考として、ほぼ家庭にあると思われるものを、網羅するようにつとめた。このようにして選定されたそれぞれの品目について、保有については、1. もっていない 2. もっている、使用については、1. よく使う 2. 使うこともある 3. 全然使わない、入手については、1. 買ったり、たのんで(買って)もらった 2. たのまないのに人が(買って)くれた 3. 忘れた、のカテゴリーについて、回答を求めた。

しかし、品物によっては、その使用を問うことに意味のないもの、たとえば室内装飾品などは、その使用については回答を求めなかつた。

同時に、この調査用紙には、フェースシートにあたる部分において、年収、職業、家族構成、住居の種類、住居の部屋数、現在の住居に住んでいらいの年数、庭、浴室、物置、門、応接専用の部屋の有無、年収などについて、設問した。

調査地と調査対象家庭の選定

この調査では、できる限り客観的に指標を固定させて、そのなかでの家庭生活財の

異同を見ることを目的としたので、まず調査の第1段階として住居形態を一定にするように努めた。その結果、住居形態は、寝室として利用できる部屋を2室もつもの(2K)を空間ステージAとし、以下同様に、3K(2DK)を空間ステージB、4K(3DK)を空間ステージC、5DKを空間ステージDとした。

空間ステージAは、設備専用のアパート形式のもので、関西では通常「文化住宅」とよばれている。大阪市近郊の門真市において、調査対象家庭群を見つけることができた。関東では、山手線の外側の住宅地に、他の住宅に混じって建っており、練馬区において見つけることができた。

空間ステージBは、関東と関西では風呂の位置が異なるが、関西では、男山団地、関東では保谷市ひばりが丘でほぼ同じ間取りのものを、日本住宅公団の賃貸住宅に見つけることができた。

空間ステージCは、関西と関東では全く事情を異にしている。関西では壁を隣家と共有する2階建て長屋式の4K分譲住宅である。通常、4軒が連続して建っている場合は四戸一、3軒が連続して建っている場合は三戸一と呼ばれているものである。しかし、関東ではこのような形式の住宅を見つけることができなかつたので、広さとてほぼ等しい3DK程度の分譲マンションを当てるにした。関西では京都市右京区、関東では所沢市で見いだすことができた。

空間ステージDは、関東と関西で、全く同じ間取りの分譲住宅を見つけることができた。これは、ある民間建築会社が、同一の間取りの分譲住宅を、関西では滋賀県野州町で、関東では埼玉県鶴の宮に建築分譲していたからである。

比較を問題とするときには、つねに統制された群を対象としなければならない。この目的のために、われわれは、それぞれの家庭のライフ・サイクルのある時期を区切ることによって、ライフ・ステージの概念を導入した。すなわち、できる限り世帯主の年令、長子の年令、家族形態、住居形式を一定にすることによって、代表的な日本人の家庭のライフ・サイクルを固定することが出来ると考えたのである。

このような考え方からして、住居形態を一定にして、調査地点を選び出し、次に世帯主の年令、長子の年令、子供の人数をできるだけ一定にしたうえで、その調査地点の中で、調査対象家庭を選びだした。同時に、収入についても調査を行い、昭和49年度(昭和49年4月から昭和50年3月まで)の税込収入が、200万円以下を収入階層I、200万～249万円までを収入階層II、250～299万円までを収入階層III、300万円以上を収入階層IVと呼ぶことにした。このように、居住形態、家族構成、収入の3つの要素を一定にしたライフ・サイクルの段階を、ライフ・ステージとよぶことにした。

表1 調査対象家庭の収入構成

空間ステージ 収入階層	A	B	C	D	合計	%
I	18	4	5	1	28	20.0%
II	12	17	4	5	38	27.1%
III	1	22	8	8	39	27.9%
IV	1	11	8	15	35	25.0%
合計	32	54	25	29	140	
%	22.9%	38.6%	17.9%	20.7%		100%

 $r=0.6350^*$

表2 調査対象家庭の年令構成

空間ステージ	A	B	C	D
世帯主	24~36才 平均 29.8才	29~39才 平均 33.0才	31~44才 平均 37.9才	37~55才 平均 42.4才
妻	22~38才 平均 28.4才	25~37才 平均 30.4才	27~40才 平均 34.5才	32~49才 平均 37.5才
長子	0~8才 平均 3.2才	1~9才 平均 4.3才	2~13才 平均 8.1才	6~25才 平均 11.0才

このような手続により作製された調査用紙を配布した結果、140軒の家庭から回答を得ることができた。

調査対象家庭の収入階層と空間ステージの構成は、表1に、調査対象家庭の年令構成は、表2に示した。

写真調査

保有と使用と入手を問うた質問紙法では、生活財の研究に関して、静的な分析にならざるを得ない。そこで、この研究では、生活財が実際の家庭の中で、どのように配置されているか、生活財の配置をも分析の対象とすることを試みた。

このような考えにもとづいて、調査対象家庭の協力を得て、室内の写真撮影を行った。使用したカメラは、35mm一眼レフで、28mmの広角レンズを使用、カラー・スライド用のフィルムを用いた。そして1軒について、約36枚ずつの写真を撮影した。撮影に協力を得た家庭は、88軒であった。

調査期間は、1975年10月24日から同年12月6日までであった。

Ⅲ. 家庭にある生活財の品目数

まずははじめに、調査票の結果を整理することにする。この調査においては、一部の専門家のみが必要とする、あまり特殊な用具をのぞいて、普通の生活者がもっていると思われる品目をできる限り網羅した1957品目について調査を行った。その結果を保有生活財の総数でみると、保有総数のもっとも多い家庭は1178品目で、また、もっとも少ない家庭では460品目であった。もちろん1178品目の生活財を持つ家庭がもっとも豊かであるとも、460品目の生活財をもつ家庭が、もっとも貧しい生活をしているとも判断することはできない。けれども、全体の様子を眺めることによって、日本の家庭の平均的なありさまを知ることは十分に可能であろう。

図1は、生活財を100品目ごとに区切り、家庭軒数をタテ軸にとって分布をグラフ化したものである。このグラフから明らかなように、保有品目数が800台の家庭が最も多く44軒で、全体の31.4%である。さらに、700台から900台の品目数の生活財をもっている家庭はのべ104軒で、全体の74.3%となっている。だから、大体において、このあたりが日本の家庭が普通にそろえている生活財の品目数である。つまり平均的な日本の都市生活家庭がもっている生活財の品目数は、およそ700～900品目ぐらいであるといえよう。

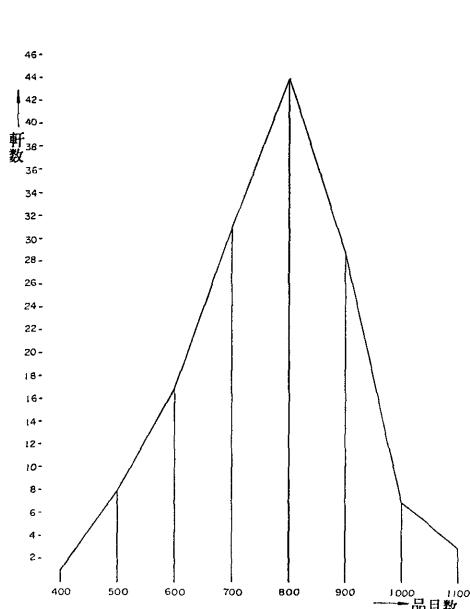


図1 保有品目数度数分布グラフ

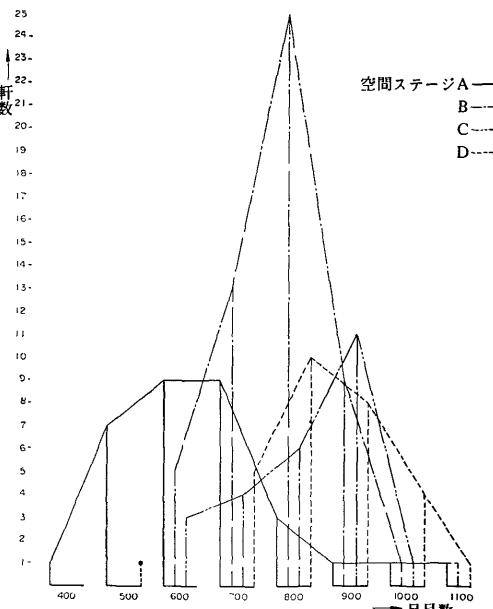


図2 空間ステージ別の保有品目数度数分布グラフ

家の広さと生活財の保有品目数

この調査では、家の広さを4つのステージに分けたが、その家の広さと、各家庭のもっている生活財の品目数とは、どのような関係にあるだろうか。図2は、100品目ごとに保有生活財の数を区切って、各ステージでの分布を示したものである。

空間ステージAでは、モード（最頻度数）を示しているのは600～700品目台で、全体に分布は広がっている。空間ステージBにおいては、800品目数がモードである。空間ステージCは900品目でモードを示しているが、空間ステージDは、空間ステージCよりも低い800品目でモードを示している。

図3において、各空間ステージにおける平均保有品目数の推移を示した。また表3では、各空間ステージにおける平均を求めて分散分析を行った結果を示している。分散分析の結果、有意差が認められた。すなわち、空間ステージが上がるにつれて、保有品目数は増える傾向にあること

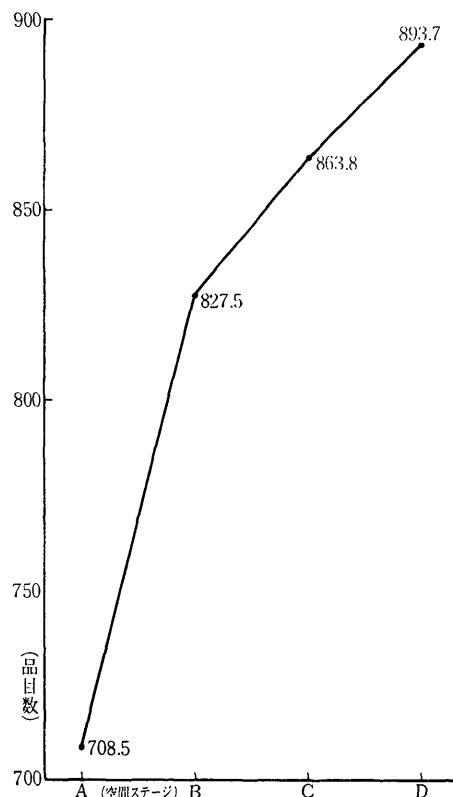


表3 空間ステージ別平均保有品目数分散分析表

空間ステージ	A	B	C	D	全 体
N =	32	54	25	29	140
\bar{X} =	708.5	827.8	863.8	893.7	820.6
S D =	149.576	102.740	101.316	115.249	134.545
変動因	平方和	自由度	平均平方	F	
級間	606602	3	202200.660	14.265**	
級内	1927739	136	14174.551		
全 体	2534341	139			

が明らかとなった。とくに、空間ステージ A と B の間においては、大きな増加がみとめられるが、空間ステージ B から D にかけては、ゆるやかな増加を示している。

これらの結果から、空間ステージ A(2K) の住居においては、生活財はあまり多くはないが、空間ステージ B に移行すると生活財はかなりの増加をみる。そして、それ以上の増え方は、ゆるやかであることを示している。

収入階層と生活財の保有品目数

つぎに収入階層と保有品目数とを見るところにする。図 4 は収入階層別の保有品目数による度数分布グラフである。この図からは、収入階層 Iにおいては、600 品目にモードがあり、II, III, IV においては、800 品目にモードが集中している。

図 5において、各収入階層における平均保有品目数の推移を図示した。また、表 4 は各収入階層における平均保有品目数を求め、分散分析を行った結果を示している。分散分析の結果から有意差が認められた。すなわち、収入階層が上がるにつれて、保有品目数は増える傾向にあることが明らかとなった。収入階層 II と III の間で急激な品目数の増加が認められる。年収が 250 万円を越えた時点で、生活財が増える傾向にあること

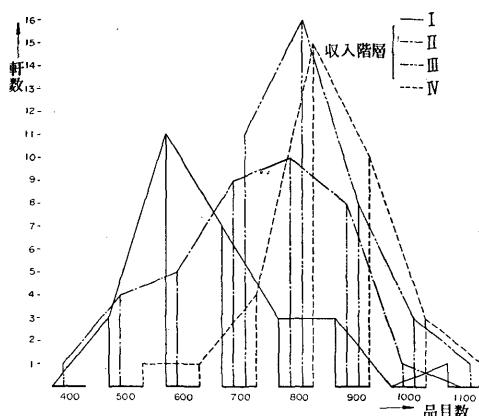


図 4 収入階層別の保有品目数度数分布グラフ

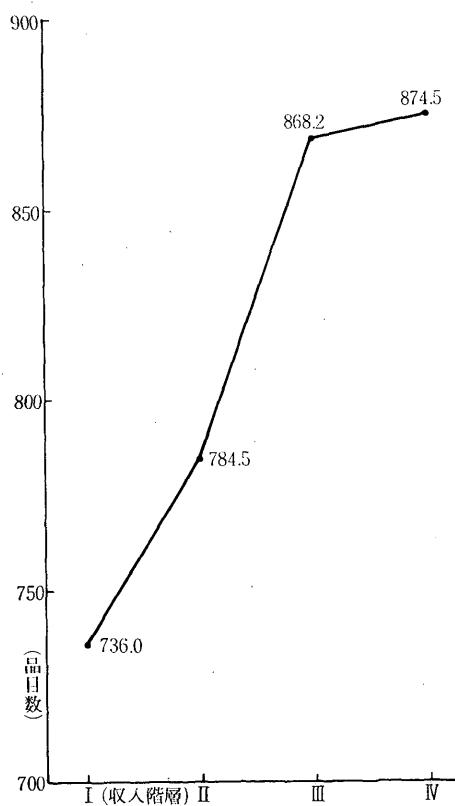


図 5 収入階層別の平均保有品目数

表4 収入階層別平均保有品目数分散分析表

収入階層	I	II	III	IV	全 体
N =	28	38	39	35	140
\bar{X} =	736.0	784.5	868.2	874.5	820.6
S D =	139.997	139.782	99.190	111.620	134.545
変 動 因		平 方 和	自 由 度	平均 平方	F
級 間	439877	3	146625.660	9.521**	
級 内	2094464	136	15400.470		
	2534341	139			

が明らかとなった。

以上二つの結果から、一般的に、居住空間が広くなり、年収が上がることによって、生活財は多くなる傾向がうかがえた。家庭内の生活財の多少は、基本的に、この二つの要因によって規定されているといえよう。

物の多いグループと物の少ないグループの特徴

平均的な家庭のもっている生活財の品目数が800品目程度であることは、先に見た。ところで、生活財を多くもっている家庭、または逆に、あまり生活財をもっていない家庭は、どのような特徴をもつ家庭であろうか。それを調べることは、一般的な家庭をうかびあがらせることにもなるだろう。

そこで、とくに生活財の多いグループと、生活財の少ないグループとに分けるために、全部の家庭を、生活財の多い順序に並べて、多方から上位4分の1をとった。その結果、上位4分の1を、物の多いグループと名づけたが、それらの家庭は1178～906品目の生活財をもつ35軒の家庭であった。一方、下位4分の1を、物の少ないグループと名づけたが、これは748～460品目を持つ37軒の家庭であった。35軒にならなかったのは、748品目を持つ3軒の家庭をも含めたからである。

第1に考えられることは、空間ステージがA, B, C, Dと上昇するにつれて、生活財の品目数は、どのように変化するであろうかということである。表5は物の多いグループに属している家庭を、空間ステージ別に分類したものである。検定を行った結果、その他のグループとの間に有意差が認められた。このことから、空間ステージが上昇すると、物の多いグループは増えることが明らかとなった。

次に、物の少ないグループについても、同じような傾向があるだろうか。表6は、物の少ないグループについて、まとめてみたものである。検定の結果有意差が認めら

表5 物の多いグループと空間ステージ

空間ステージ	A	B	C	D	合計
物の多い グループ	3(9.4%)	10(18.5%)	10(40.0%)	12(41.4%)	35
その他の	29(90.6%)	44(81.5%)	15(60.0%)	17(58.6%)	105
合計	32(100.0%)	54(100.0%)	25(100.0%)	29(100.0%)	140

 $\chi^2=12.526^*$ df=3

表6 物の少ないグループと空間ステージ

空間ステージ	A	B	C	D	合計
物の少ない グループ	20(62.5%)	11(20.4%)	4(16.0%)	2(6.9%)	37
その他の	12(37.5%)	43(79.6%)	21(84.0%)	27(93.1%)	103
合計	32(100.0%)	54(100.0%)	25(100.0%)	29(100.0%)	140

 $\chi^2=29.521^{**}$ df=3

れた。このことから、物の少ないグループは、空間ステージが上がるにつれて、減少することが明らかとなった。

つぎに、物の多いグループと収入階層との関係を見たものが表7である。検定の結果、有意差は認められなかった。このことから、物の多いグループは、収入階層が上昇するに従って増加するとは限らないことが明らかとなった。

同様の考え方にもとづいて、物の少ないグループについて整理したのが、表8であ

表7 物の多いグループと収入階層

階収入層	I	II	III	IV	合計
物の多い グループ	4(14.3%)	9(23.7%)	10(25.6%)	12(34.3%)	35
その他の	24(85.7%)	29(76.3%)	29(74.4%)	33(65.7%)	105
合計	28(100.0%)	38(100.0%)	39(100.0%)	35(100.0%)	140

 $\chi^2=3.367$ df=3 (n.s)

表8 物の少ないグループと収入階層

収入階層	I	II	III	IV	合計
物の少ない グループ	15(53.6%)	17(44.7%)	2(5.1%)	3(8.6%)	37
その他の	13(46.4%)	21(55.3%)	37(94.9%)	32(91.4%)	103
合計	28(100.0%)	38(100.0%)	39(100.0%)	35(100.0%)	140

 $\chi^2=32.000^{**}$ df=3

る。検定の結果、有意差が認められた。すなわち、物の少ないグループは、収入階層が上がることによって、少なくなることが明らかとなった。また、物の多いグループにおける世帯主の平均年令は37.2才、物の少ないグループにおける世帯主の平均年令は32.3才であった。しかし、*t*検定の結果、この年令差には有意差は認められなかった($t=2.965$ $df=70$ n.s.)。

それでは、世帯主の年令と物の多いグループ、物の少ないグループの関係はどのようにになっているだろうか。表9は、物の多いグループと世帯主の年令別を示している。検定の結果、有意差は認められなかった。世帯主の年令が増したからといって、かならずしも、物の多いグループになるとはかぎらないのである。

しかし、表10からは、物の少ないグループは、世帯主の年令が上ると、少なくなるという結果が示されている。

次に家の設備と、物の多少とは関係があるだろうか。表11は、物の多いグループを

表9 物の多いグループと世帯主の年令

世帯主の年令	~29才	30~34才	35~39才	40~44才	45才~	計
物の多い グループ	4(22.2%)	9(15.6%)	10(27.8%)	8(42.1%)	4(44.4%)	35
そ の 他	14(77.8%)	49(84.4%)	26(72.2%)	11(57.9%)	5(55.6%)	105
計	18(100.0%)	58(100.0%)	36(100.0%)	19(100.0%)	9(100.0%)	140

$\chi^2=7.784$ $df=4$ (n.s.)

表10 物の少ないグループと世帯主の年令

世帯主の年令	~29才	30~34才	35~39才	40才~	計
物の少ない グループ	10(55.6%)	18(31.0%)	7(19.4%)	2(7.1%)	37
そ の 他	8(44.4%)	40(69.0%)	29(80.6%)	26(92.9%)	103
計	18(100.0%)	58(100.0%)	36(100.0%)	28(100.0%)	140

$\chi^2=14.746^{**}$ $df=3$

注 セル内が0になるのを避けるため、40才以上のカテゴリーにまとめた

表11 物の多いグループと物置のある・なし

物 置	あ る	な し	計
物の多い グループ	22(28.2%)	13(21.0%)	35
そ の 他	56(71.8%)	49(79.0%)	105
計	78(100.0%)	62(100.0%)	140

$\chi^2=0.965$ $df=1$ (n.s.)

表12 物の少ないグループと物置のある・なし

物 置	あ る	な し	計
物の少ない グループ	13(16.7%)	24(38.7%)	37
そ の 他	65(83.3%)	38(61.3%)	103
計	78(100.0%)	62(100.0%)	140

$\chi^2=8.632^{*}$ $df=1$

物置きのある・なしで区分したものである。検定の結果、物の多いグループに物置きがあるとは限らないという結論が示された。

それでは、物の少ないグループについてはどうであろうか。表12より、検定の結果、物の少ないグループには、物置きを持っている家庭は少ないということが明らかにされた。

次に、共働きしている家庭と、物の多少とは関係があるだろうか。表13は、物の多いグループを、共働きをしているか、していないかで区分したものである。検定の結果、有意差は認められなかった。

次に表14において、物の少ないグループを、共働きをしている・していない、で分割した。検定の結果、有意差が認められた。すなわち、物の少ないグループでは、共働きをしている家庭が多いということを示している。

われわれの日常経験からも、同じ住居での居住年数が長くなればなるほど、物が多くなると思われる。表15は、物の多いグループと居住年数との関係を示している。検定の結果有意差は認められなかった。すなわち、物の多いグループは、必ずしも居住年数が長いと云うことを意味していないようである。

一方、物の少ないグループを居住年数で分割したのが、表16である。検定の結果、有意差は認められなかった。

以上の結果から、物の多いグループと物の少ないグループの特徴について述べる。

表13 物の多いグループと共働き

共働き	している	していない	計
物の多い グループ	2(13.3%)	33(26.4%)	35
その 他	13(86.7%)	92(73.6%)	105
計	15(100.0%)	125 (100.0%)	140

(yates の修正式適用)

$\chi^2=2.016$ df=1 (n.s)

表14 物の少ないグループと共働き

共働き	している	していない	計
物の少ない グループ	8(53.3%)	29(23.2%)	37
その 他	7(46.7%)	96(76.8%)	103
計	15(100.0%)	125 (100.0%)	140

$\chi^2=6.254^*$ df=1

表15 物の多いグループと居住年数

	~1年	2~3年	4年~5年	6年~	計
物の多い グループ	6(30.0%)	14(27.5%)	12(24.5%)	3(15.0%)	35
その 他	14(70.0%)	37(72.5%)	37(75.5%)	17(85.0%)	105
計	20(100.0%)	51(100.0%)	49(100.0%)	20(100.0%)	140

$\chi^2=1.504$ df=3 (n.s)

表16 物の少ないグループと居住年数

	～1年	2～3年	4年～5年	6年～	計
物の少ない グループ	5(25.0%)	9(17.6%)	15(30.6%)	8(40.0%)	37
そ の 他	15(75.0%)	42(82.4%)	34(69.4%)	12(60.0%)	103
計	20(100.0%)	51(100.0%)	49(100.0%)	20(100.0%)	140

$\chi^2=4.379$ df=3 (n.s)

物の多いグループは、収入階層、世帯主の年令、物置きのある・なし、共働き、居住年数のいずれにおいても他のグループとの間に有意差を見い出すことができなかった。すなわち、人並以上に生活財を保有するかどうかは、収入の増加などの要因によって直接的に影響を受けるものではなく、まさしくそれぞれの家庭の、広さ、すなわち、空間ステージの上昇によって影響を受けるということである。

それに対して、物の少ないグループは、空間ステージ、収入階層、世帯主の年令、物置きのある・なし、共働き、居住年数において有意差がみられた。すなわち、物の少ないグループの特徴は、居住面積が狭く、収入が低く、世帯主の年令が若く、物置きがなく、共働きしている家庭であるということができるのである。

IV. 生活財から見た家庭機能

この研究における仮説は、人間行動は物理的軌跡を残すであろうということである。すなわち、人間の行動を、即物的なレベルにおいて理解しようとするものである。

このことを、われわれの調査対象に即して述べるならば、日常生活の行動には、その行為に対応した道具類が存在しているはずだ、という考え方である。

これを逆に表現するならば、もし、われわれが、ある種の道具類の存在を認めるならば、そこで行われている行為を推測し得るであろうということである。たとえば、庖丁があり、まな板があり、鍋があれば、われわれは、それらの道具類によって調理という行為が行われるであろうと推測するのである。

とくにさまざまな家庭生活の領域を考えるとき、その道具だけでは、ただ単に手段であるばかりではなく、その行為を成り立たせているひとつの舞台装置でもあると見なすことが出来るであろう。この調査研究においては、人間の行動を直接、観察・分類して生活機能を分析するのではなく、あくまでも、行動の背景ないしは手段として存在した道具を通じて、そこで行われる生活の機能を分類しようとしたのである。

石毛 [1971: 241-246] は、家庭内における行動を、概念的に分類し、睡眠・休息、

排泄，入浴・行水，化粧・着衣，性交，育児・教育，洗濯，炊事，食事，家財管理，生業，接客，信仰，融離，知的活動，娯楽，美的活動，隠退の18のカテゴリーに分類している。そして，石毛の調査した9つの民族の住居内空間においては，睡眠・休息，育児・教育，炊事，食事，家財管理，接客，融離の7つの行動カテゴリーが，普遍的に見られたと報告している。

われわれは，この石毛の行動分類を参考としながら，それを生活財のもつ機能と云う側面から見ることにした。

ここで，われわれが基本的に設定した生活機能は，11領域である。すなわち，家庭における生活財がおりなす道具の世界を典型的な領域に分類した訳である。その機能とは，調理，食事，衛生，就寝，着衣，家事，管理，趣味，接客，外出の11領域である。この外に，家庭機能として養育機能と収納にかかる機能が指摘され得るであろう。しかし，この2つの機能については，調査技術上の難点がある。まず養育機能に関してであるが，教育と育児を内容とするこの領域は，その家庭における子供の人数・年令・性別によって，その道具だけの性格がひじょうに異なるものである。たとえば，幼児期には，ベビーベッドや，ベビーサークルといった育児用具が家庭内にあるだろう。しかし，子供が成長するにつれて，これらの用具は姿を消す。もし，子供の年令を無視して，調査を行うとすれば，ある年令に達した子供のいる家庭では，ベビーベッドやベビーサークルが存在しないことから，この家庭における養育機能は充実していない，ということになってしまう。養育機能に関しては，このような問題点があり，今回の分析からは除外した。

つぎに，収納機能についてである。たんすや食器棚などの大型生活財は，本来的にも収納の役割をはたしているものである。また，このような収納が行われているか否かが，家庭内の景観を大きく左右している。しかし，収納の機能は，このような，本来的にその目的のためにつくられた生活財以外のものをも，転用して行われることが多い。すなわち，ダンボールの空箱，紙袋など，ほとんどの容器状のものは，収納機能をもつものとして転用されている。今回の調査では，これらの品々が，収納のために用いられているか否かについて，その中味まで調査していない。そのために，この収納機能に関する分析は断念せざるを得なかった。

以上のような前提のもとに，外出に関しては140品目，団らん97品目，家事71品目，接客137品目，食事171品目，衛生150品目，趣味338品目，着衣219品目，管理62品目，就寝46品目，調理263品目を選定した。

次に，このようにして設定された生活財を，各家庭が何品目もっているか，つまり

保有品目数を、その領域における機能量を考えたのである。たしかに、生活財の中には、使われていないものも存在している。しかし、いまはたとえ使われていないとしても、それは必要なときに、使うことができるという潜在的に機能をはたし得る能力を持っていると考えられるであろう。その意味で、機能量を考える場合、使用、死蔵を問わず、保有品目数をそのメルクマールとしたのである。このようにして、より多くの品目で構成される道具だけを、その家庭機能領域が持つということはすなわち、その家庭は、その領域に対する機能量が多いと考えたのである。

たとえいうならば、ある家庭は、正月用の祝膳や祝椀を持っているとする。そして、いまでは正月になっても、それらの祝膳や祝椀を使わない。しかし、何らかの事情でそれを使って、正月を祝おうとするときには、たとえ現在は死蔵されているものであっても、取り出して、伝統的な方法で正月行事を祝うことが出来るのである。そ

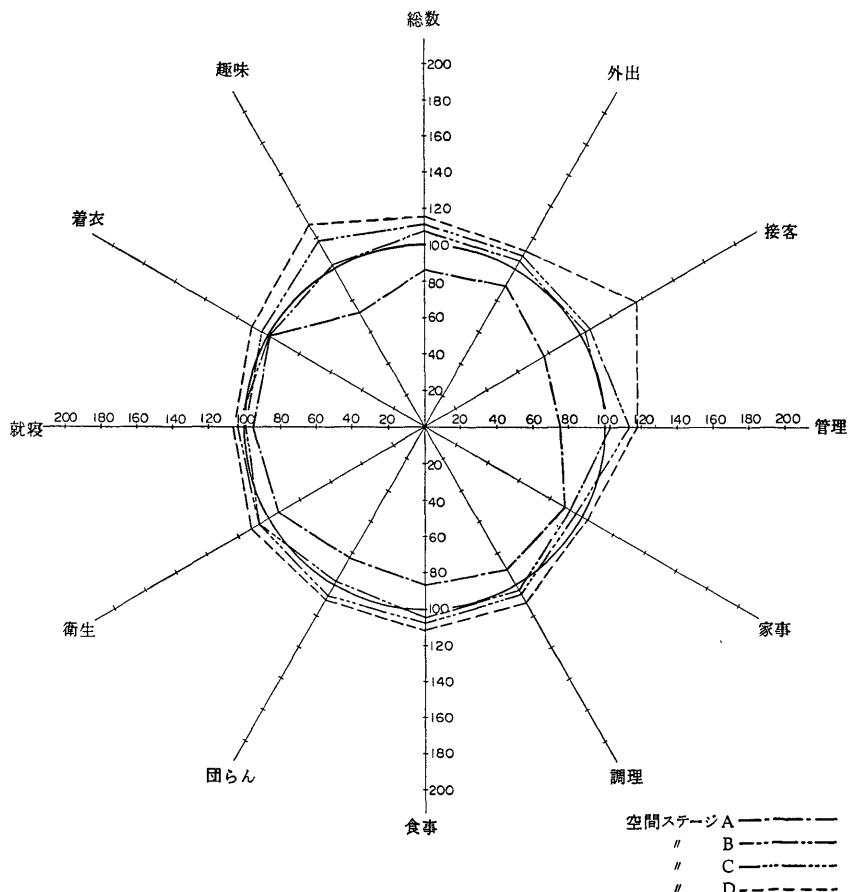


図6 機能別平均品目指數(空間ステージ別)

の意味において、この家庭は、正月の伝統的な祝い方に対して、潜在的な備えがあると見なすことができるのである。

このようにして、設定された各機能領域における品目は、その領域の性格的な違いから、選択された品目数は一定していない。すなわち、趣味機能をはたす用品は338品目を設定しており、就寝機能をはたす用品としては46品目である。このままでは、機能間の比較を行うことは不可能であるので、各機能ごとに140軒の平均品目数を算出した。そして、その平均品目数を100としたときの指數を算出したのである。

図6は、各機能について、空間ステージごとの平均指數が示されている。空間ステージAが、他の空間ステージと較べて、各領域の機能量が低いことが明らかである。その中でも、とくに趣味、接客、管理の機能が、他の空間ステージと比較して低い。

一方、外出、家事、就寝、着衣の機能は、空間ステージ間においても、それほどの差異は認められない。しかし、接客機能は、空間ステージDが、とくに高く、他の

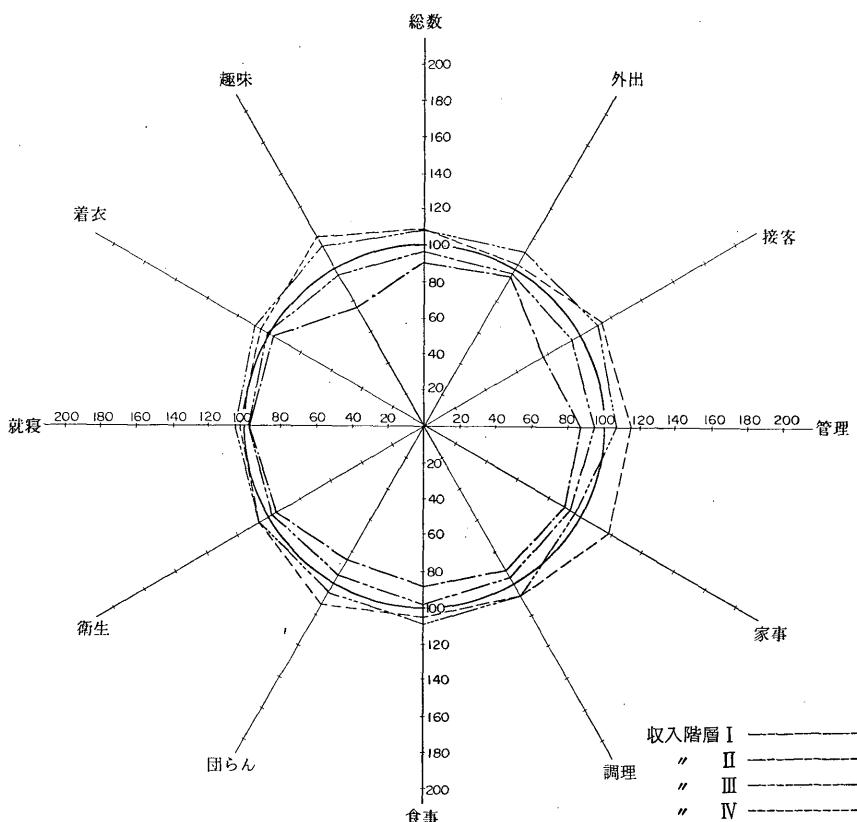


図7 機能別平均品目指數(収入階層別)

空間ステージを圧倒しているといえよう。

図7は、収入階層によって、これらの機能量を比較したものである。収入階層Ⅰは趣味、接客において低い。これは空間ステージ別の分析と、同じ傾向を示すものである。しかし、衛生、就寝、着衣の機能領域では、収入階層による差異を示さない。

これら、空間ステージと収入階層の二つの区分による分析をまとめると、まず趣味、接客機能は、家の広さと収入によって、その保有品目数に違いがあることが明らかとなる。この二つの機能が、家庭生活のゆとりを表すものであるだけに、興味深いものである。

一方、就寝、着衣、衛生の3つの機能は、空間ステージ、収入階層によっても、ほとんど差異を示していない。すなわち、家の広さや、収入の多少にかかわらず、すべての家庭で、同じような品揃えがされている生活財群であると云えよう。このことから、これら3つの機能に関しては、ほとどの家庭も同程度の機能を備えている基本的な家庭機能と結論づけることができるのである。

家庭機能の連関

機能領域と空間ステージ、収入階層との比較で用いられた、平均を100とする指標は、他の機能領域との比較に際しては、難点がある。すなわち、各機能領域を設定するときに選ばれた品目数は、趣味機能の338品目から就寝機能46品目までのバラツキがある。それゆえに、それぞれの領域で、1品目増えるということの意味が、領域ごとに違った重みを持つことになる。すなわち、ずれの大きさを、機能間で比較することができないからである。そのために、各測定値と平均との差を標準偏差で割って、z値を求め、さらにそれを5段階点にするという方法で機能量を標準化した[岩原 1958: 88-92]。

$$z \text{ 値} = \frac{\text{粗点} - \text{平均}}{\text{標準偏差}}$$

<z 値>	<段階点>
~-1.58	1点
-1.57~-0.06	2点
-0.59~0.59	3点
0.60~1.57	4点
1.58~	5点

このような統計的処理を行うことによって、粗点に生ずる差を過大視、ないしは過小視することもなく、また、機能領域間の比較を数量的に行うことが可能となったのである。

表17 家庭11機能の相関係数マトリックス

	外出	接客	管理	家事	調理	食事	団らん	衛生	就寝	着衣	趣味
外	0.6111	0.5317	0.4998	0.6166	0.6544	0.3560	0.5642	0.4584	0.7917	0.5132	
接		0.6416	0.3104	0.6723	0.7597	0.6757	0.4702	0.4485	0.6170	0.6615	
管			0.5396	0.6124	0.5642	0.5467	0.5416	0.3702	0.5752	0.7107	
家				0.4230	0.3478	0.3052	0.5416	0.4587	0.5749	0.4735	
調					0.6914	0.5656	0.5648	0.4562	0.6064	0.6302	
食						0.5975	0.5203	0.4536	0.6912	0.5801	
団							0.5524	0.3055	0.4501	0.6331	
衛								0.3983	0.5790	0.5405	
就									0.5215	0.4161	
着										0.5992	
味											

それぞれの、家庭機能領域における保有品目数が、家の広さや収入によって、どのように関係しているかが明らかになった。では、われわれが設定した11の家庭機能は、相互にどのような連関をもっているのであろうか。この機能間の連関を、機能得点を媒介にして考えてみたい。

この問題を考えるために、11機能を2つずつ組み合わせて、機能得点のピアソンの積率相関 r を求めた。表17は、そのすべての組み合わせについての相関係数である。これらの相関係数は、いずれも有意であった。

これらの相関マトリックスのうちで、とくに相関の高いものについて作図したもののが、図8である。

これらの連関図を、より客観的に処理するために、因子分析を行った。その結果は、表18に示した。第I因子は、すべての機能に対して因子負荷量が高い。すなわち一般因子と呼ばれるものであろう。この場合、第I因子のみで、全体の58.5パーセントが説明されるのである。第II因子は、家事、団らんに対して負荷量が高く、第III因子は、管理、家事に対して負荷量が高い。第III因子までで、全体の75.2パーセントが説明されるのである。

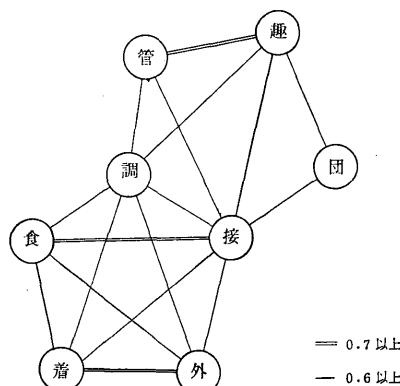


図8 機能相関の連関図

表18 11機能の因子負荷量

	第I因子	第II因子	第III因子	第IV因子	第V因子
1外 出	0.79212	0.22969	-0.31743	-0.26275	-0.22078
2接 客	0.82831	-0.35252	-0.14801	0.00999	0.01880
3管 理	0.79401	-0.07398	0.37062	-0.05207	-0.07881
4家 事	0.63985	0.53864	0.37518	0.10010	-0.19627
5調 理	0.81639	-0.14454	-0.08300	-0.02001	0.08999
6食 事	0.83107	-0.19479	-0.29058	-0.14529	0.11622
7団 らん	0.68819	-0.52293	0.18110	0.18258	-0.08301
8衛 生	0.71813	0.32847	0.15103	-0.25716	0.49944
9就 寝	0.61466	0.30270	-0.26458	0.65255	0.13168
10着 衣	0.83924	0.21743	-0.20258	-0.12114	-0.24767
11趣 味	0.80935	-0.17361	0.30703	0.06040	0.00345
寄 与 率 (%)	58.5 (58.5)	68.4 (9.9)	75.2 (6.8)	81.0 (5.8)	85.1 (4.1)

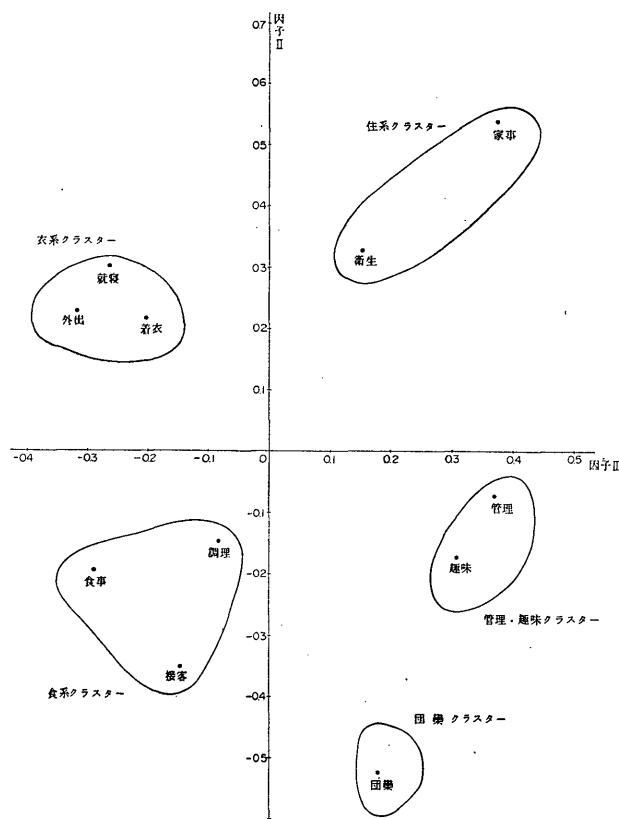


図9 第II, 第III因子負荷量による作図

いま第Ⅰ因子は、全機能に高い負荷量を示すので、第Ⅱ因子と第Ⅲ因子を用いて、作図したのが、図9である。この図から、それぞれの機能の布置を見ると、先に行った相関係数からの連関図と同様の結論を導くことができる。すなわち、就寝と外出と着衣は、ひとつの象限に位置している。すなわち、これら3つの機能は相互に強い関連があって、ひとつの生活領域を形成しているのであろう。われわれは、これを衣系クラスターとよぶことにした。以下同様に、食事、調理、接客をひとまとめとして食系クラスター、管理、趣味を管理・趣味系クラスター、家事・衛生を住系クラスター、ただひとつ、離れて布置している団らんについては、そのまま団らんクラスターと名づけることにした。

このようにして、この調査で家庭機能を知るためにその前提として設定した11の機能は、実は5つのクラスターに分類することができたのである。

ここにおいて、生活財で構成される家庭の機能を、5つのクラスターに再分類され得たことは、分析の上で、より少ないカテゴリーでそれぞれの家庭の特徴を語る、新たなインデックスを獲得したことになる。

この際、注意しなければならないのは、高い寄与率を示す第Ⅰ因子の存在である。ひとつの例として、一般に知能指数が高ければ、どの学科にも、よい成績を示すとすれば、この知能指数の高さが、一般因子であるといえる。すなわち、われわれの研究では、今までのデータで示された、家の広さと収入との複合指数というものの存在を考えるとき、この一般因子の存在も、納得のいくものであろう。

V. 機能空間の分化

これまでの分析は、それぞれの家庭が保有している生活財の品目数を中心に分析を行ってきた。しかし、われわれの研究では、この調査票のほかに、各家庭の内部を写真撮影した資料がある。以後は、これらの映像資料を中心に分析をすすめたい。

調査票からは、それぞれの家庭が、その生活財を保有しているか否かが明らかになる。それに加えて、写真資料からは、それらの生活財が、どのような組合せで、配置されているか、すなわち、生活財の動態的な様相が明らかになるのである。このような動態的な見方をするとき、生活財は単品としてではなく、ある種の単品同士の結びつきのあるセットとして見ることができるのである。そして、このセットを見ることによって、そこで行われているであろう、生活行動をうかがい知ることもできるであ

ろう。このような考え方、単品の構成するセットからみた機能空間は、次のようなものである。

流し、ガスレンジ、冷蔵庫→調理機能空間

食卓、食器棚→食事機能空間

テレビ、ソファ、こたつ→団らん機能空間

ベッド、ある程度以上の床面、押入れ→就寝機能空間

洗たく機、ミシン、ある程度の空間→家事機能空間

応接三点セット、サイドボード、飾り棚→接客機能空間

おもちゃ箱、子供用本箱、ベビーベッド→養育機能空間の萌芽形態

学習机、本箱、二段ベッド→養育機能空間

この他には、風呂、便所、洗面所などがあるが、これらの空間は建築による規定性の高い空間であり、配置されている生活財は少ない。あえて機能空間にあてはめるならば、衛生機能空間であるといえよう。

さて、これらの標徴的な生活財を、それぞれの空間ステージの写真資料の中に読み取り、機能空間を描き出したのが、図10~13である。

この図から明らかなことは、居住空間が狭い段階では、ひとつの住居空間が多機能的に利用されているということである。しかし、やがて居住空間が広がるにつれて、これらの機能は、それぞれ分化の傾向をたどる。これを理念的な模式図にまとめたのが、図14である。この模式図においては、中心に近い第1層が空間ステージA、第2層が空間ステージB、第3層が空間ステージC、一番外縁部の第4層が空間ステージDを示している。

第1層においては、調理機能空間と食事機能空間と、就寝機能で代表される空間とが、すでに独立的に利用されている。就寝機能をはたしている空間は、その他の団らんや、養育のための空間としても利用されているのである。

第2層においては、公団住宅の建築的規定のために、食事機能と調理機能は、ダイニングキッチンで、はたされている。この段階では、団らん機能をはたす空間と、就寝機能をはたす空間とが分離されるのが特徴である。

第3層においては、就寝機能空間は独立し、他の機能と重複して利用されることはない。この段階における特徴は、子供部屋とよばれる養育機能空間が、別個独立に用意されることである。

第4層においては、応接間と呼び得るような接客機能空間が、別個に用意されている点である。これは、これ以下の層において接客機能空間が存在しなかったと云う意

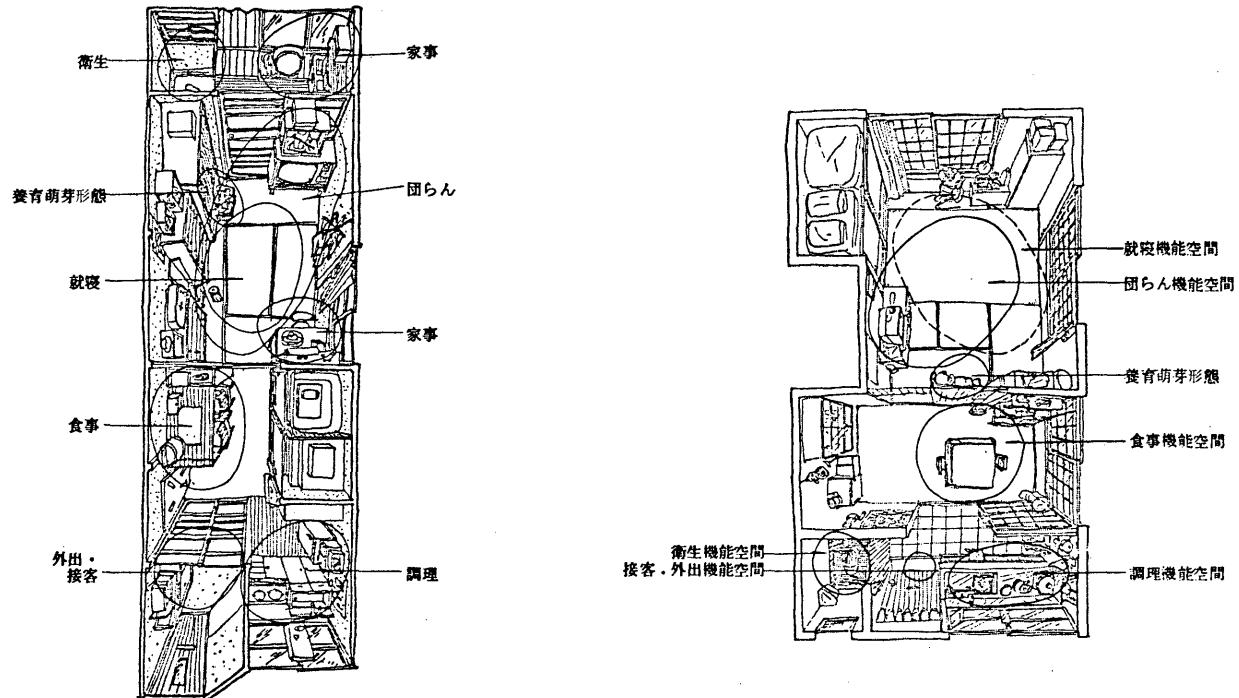


図10 空間ステージAにおける機能空間

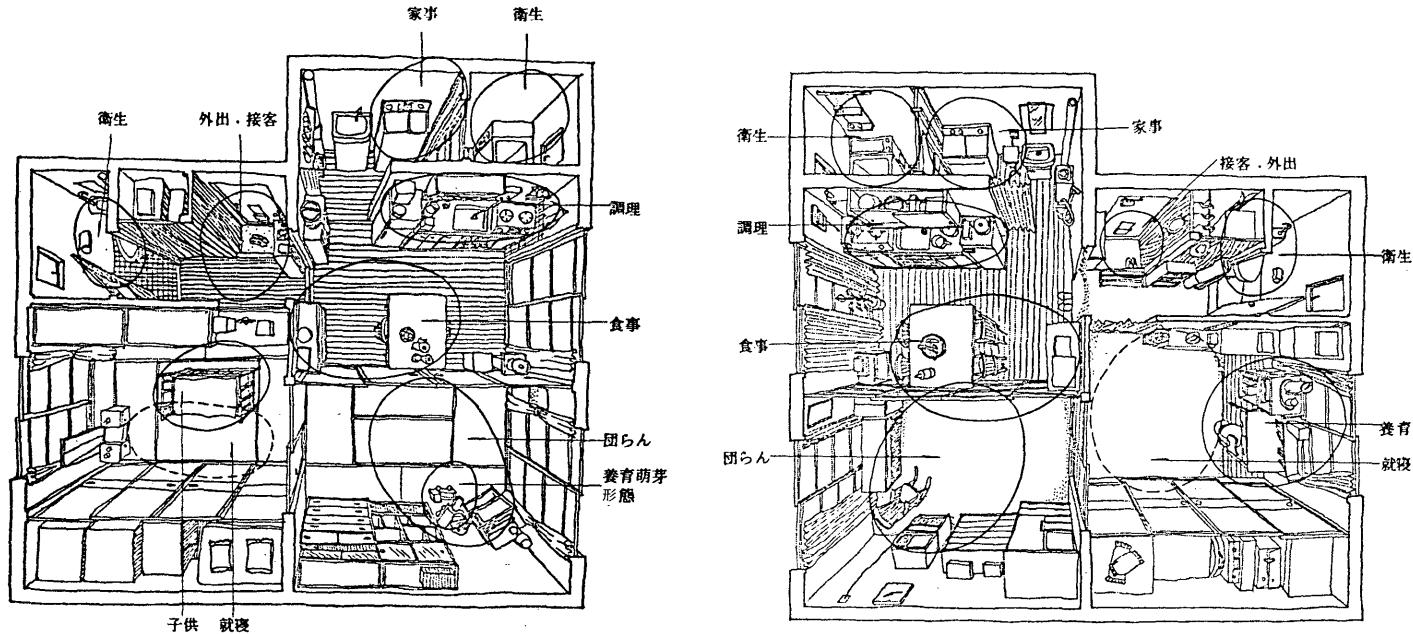


図11 空間ステージBにおける機能空間

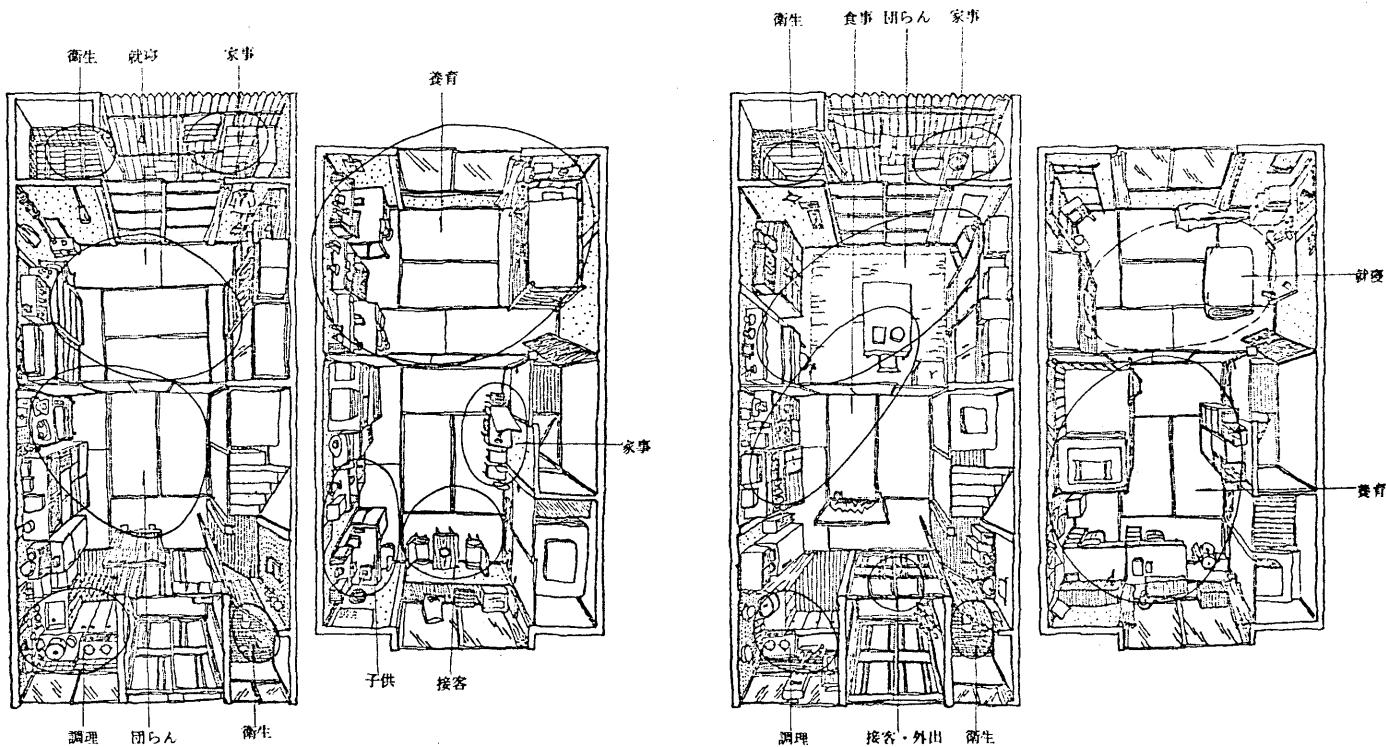


図12 空間ステージCにおける機能空間

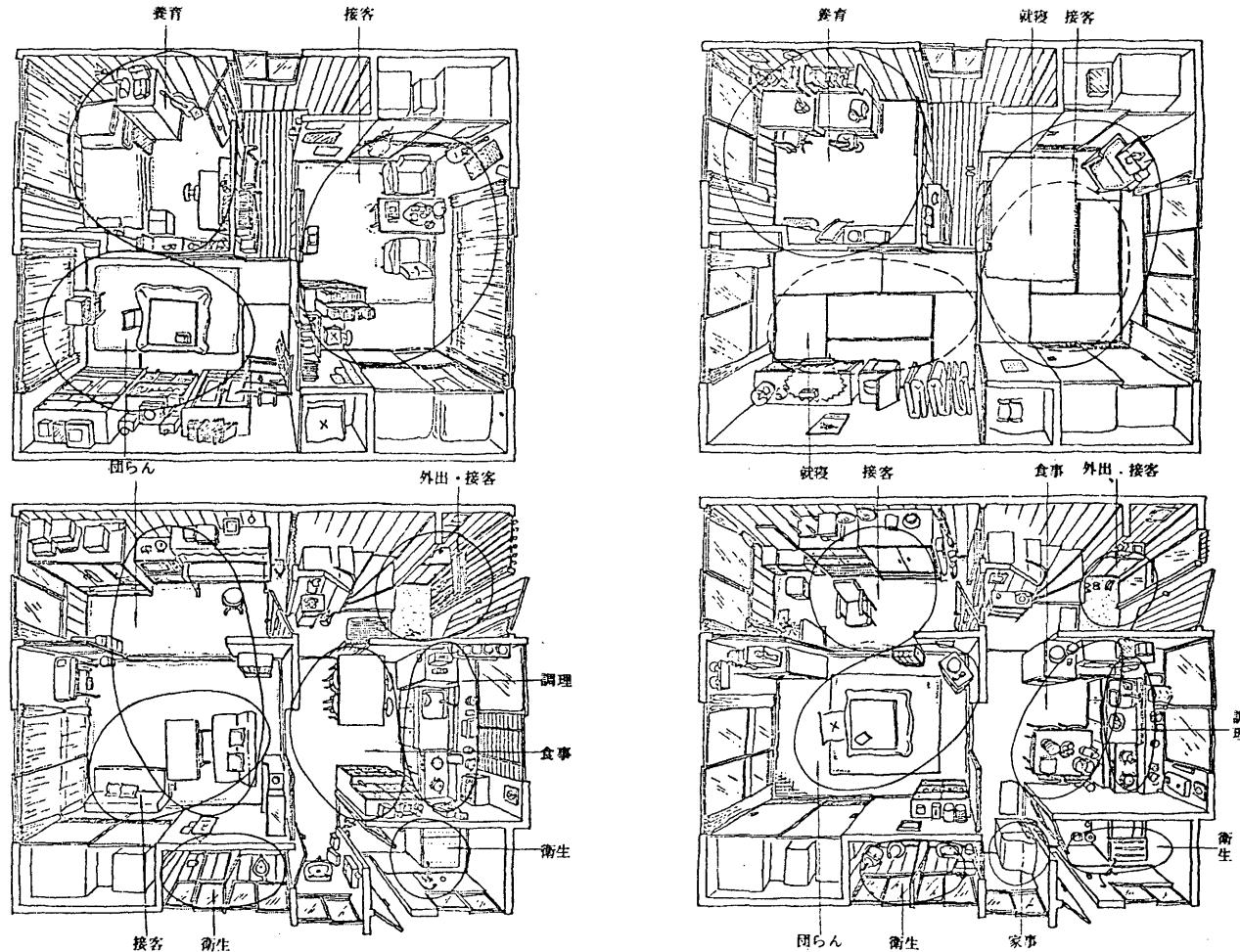


図13 空間ステージDにおける機能空間

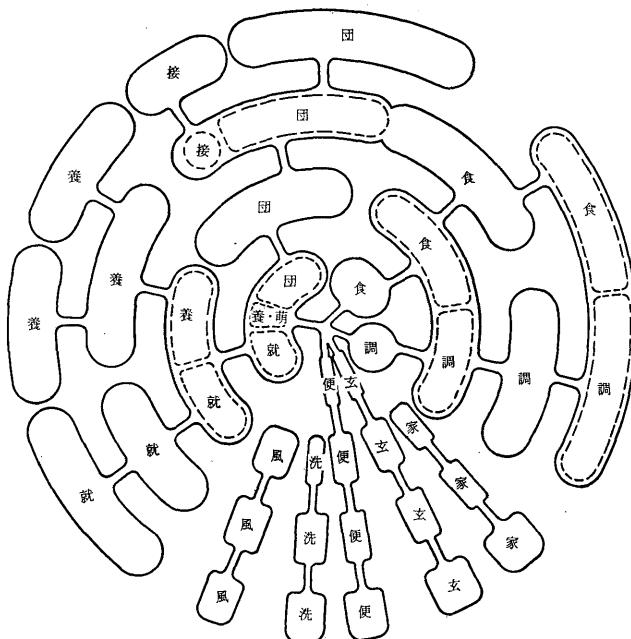


図14 機能空間と空間ステージの連関図

食	食事機能空間	接	接客機能空間
調	調理機能空間	家	家事機能空間
団	団らん機能空間	玄	玄関 (外出, 接客機能空間)
就	就寝機能空間	便	便所
養	養育機能空間	洗	洗面所 (衛生機能空間)
養・萌	養育機能空間萌芽形態	風	風呂場

味ではなく、他の機能空間と重複的に利用されていたものが、この段階にいたって、他の機能空間と重複しないような形で独立していることを意味している。

一方、全層を通じて、合併や発展のなかった機能空間がある。それは、玄関、風呂、洗面所、便所である。これらは、水道の蛇口や排水口といった建築的規定性が高く、生活者の意図による変更が不可能な機能空間であるということができよう。

建築的規定性と機能空間の演出

先に、玄関、風呂、洗面所、便所などは、建築的規定性の高い機能空間であることは述べた。それでは、他の部分においては、生活者の暮らし方もまた、このような建築的規定性に強く制約されているのであろうか。

写真1、2は、建築的には、2つに仕切られるべき空間を、生活者の意図によって、重複した機能空間につくりかえられている例である。このような例からもうかがえる

ように、生活者は大枠において建築のもつ規定性に制約されてはいるが、これは生活者の働きかけを一切否定するということではなく、ときには、この例のように建築的制約を越えようとして努力する。また、与えられた居住空間の中を、家具の配置や、照明器具の選択などによって、みずからがデザインを行う余地も十分に残されているのである。またこのことが、家具の配置や色彩にみられる選択において、その生活者の暮らしに対する美意識、しいては、ライフ・スタイルといったものを示しているのである。

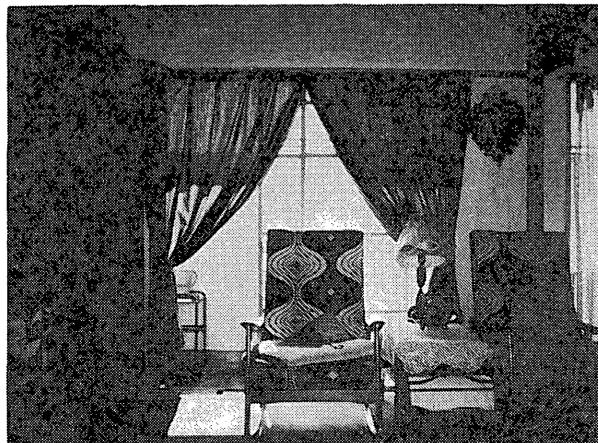


写真1 建築的仕切りを無視している例 (空間ステージB)

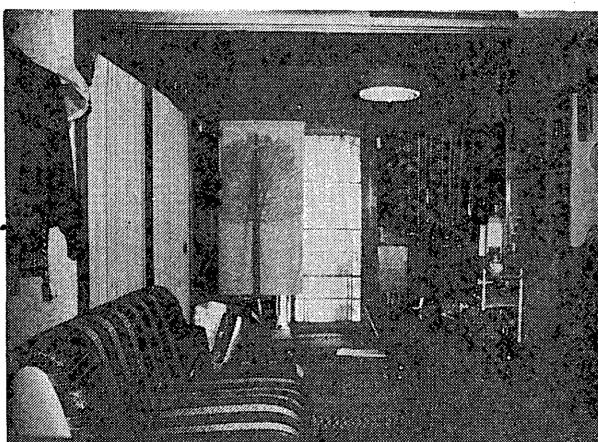


写真2 建築的仕切りを無視している例 (空間ステージC)

VII. 家庭景観³⁾と生活財

写真資料を分析する際に、家庭景観を一番きわだって特徴づけているのは、大型生活財、いわゆる家具の類である。そのために家庭景観を分析するには、大型生活財の分析から開始することがふさわしいと思われる。

まず第1に大型生活財の保有についてである。調査票の中から代表的な大型生活財を選び出し、タテ軸には普及率の高い順序に大型生活財をならべ、ヨコ軸にはそれら

3) ここで用いられている「景観」とは、「美醜の感覚をまじえず、その構成要素に注目して、分析的に観察する映像化された対象」の意味にもちいている。

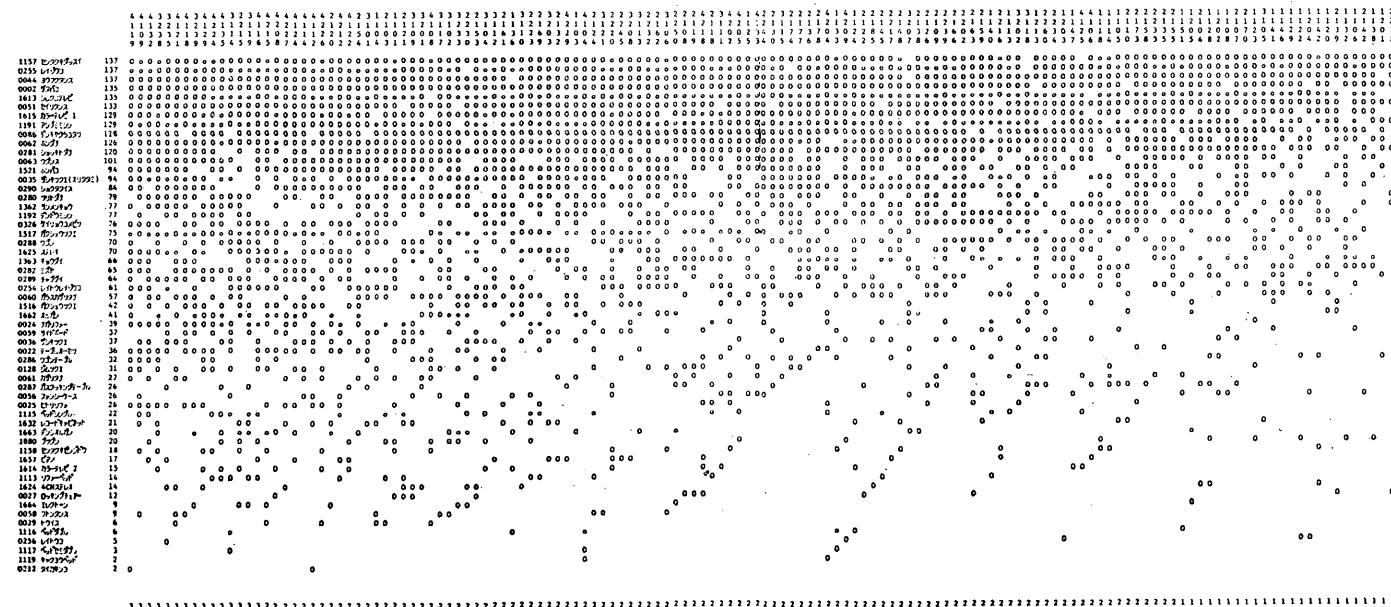


図15 大型生活財の保有

大型生活財を多く保有している家庭の順序でならべて図15に示した。図の中の○はそれを保有しているもの、○はそのものは保有していないが、それに替りうるものを保有していた場合のマークとした（たとえば、脱水機つき洗濯機を保有していないが、脱水機のつかない洗濯機を保有しているような場合）。その結果、洗濯機、冷蔵庫、洋服ダンス、下駄箱、テレビ、整理ダンス、足踏みミシン、電気こたつ、本棚は90パーセント以上の家庭に普及していることが明らかとなった。これに食器棚、和ダンス、本箱、座敷机（おりたたみ式）など、普及率64.1パーセントまでのもので、全家庭が保有している大型生活財の総数の半分を越えている。家庭別にみると、一番よく大型生活財を持っている家庭は、34品目、一番少ない家庭で10品目である。平均23.4品目の大型生活財を保有していることになる。このように、どの家庭においても、ほぼ同じような大型生活財を保有しているので、その配置に多少の変化があったとしても、家庭景観を構成している要素が似かよっているため、結果としての家庭景観は似たものとなるのである。

それでは、そのような大型生活財は、実際の家庭でどのような配置をされているのであろうか。図16から図19までは、テレビ、鏡台、洋服ダンス、食器棚が、それぞれの空間ステージの間取りの中で、どの位置に配置されていたかを示している。これを見ても、テレビに関しては、コンセントあるいはアンテナの受口部といった建築的規制のために、かなり規定をうけており、ほぼ一定の共通した配置がなされているようである。洋服ダンス、食器棚も壁面を背にするために、配置される場所は、ほぼ一定する傾向がある。大型生活財の内でも小型である鏡台は、比較的その配置は自由であるが、面白いことは、茶の間にあたる団らん機能空間に配置されることが多いことがわかった。

このように、大型生活財は、保有されている品目数も、その配置されている位置も、ほぼ一定なので、巨視的に見れば、家庭景観は、同一空間ステージの中では大変似通ったものである。それに加えて、それぞれの空間ステージは、いずれもが集合住宅であるために壁の色はほぼ同じものである。それゆえに、ますますこれらの家庭景観は似たものになっているといえよう。

空間ステージと大型生活財

前には、大型生活財は、一番多く持っている家庭で34品目、一番少ない家庭で10品目で、一家庭あたり平均23.4品目であると述べた。そして、これらの平均的な大型生活財の保有の状態を、より詳細に見るために、空間ステージごとに、大型生活財の保有状況を見てみることにする。表19はその結果をまとめたものである。分散分析の結

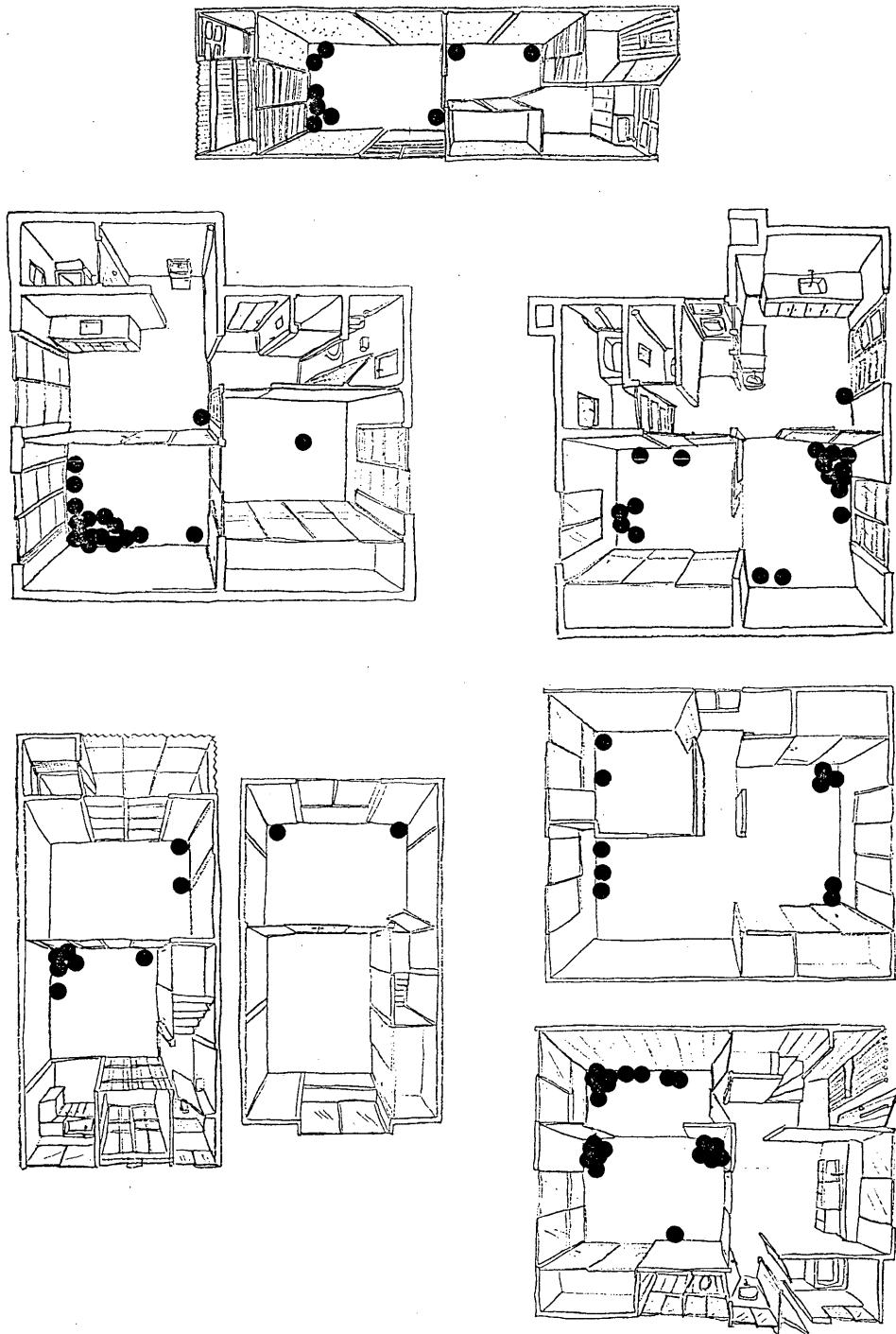


図16 テレビの配置

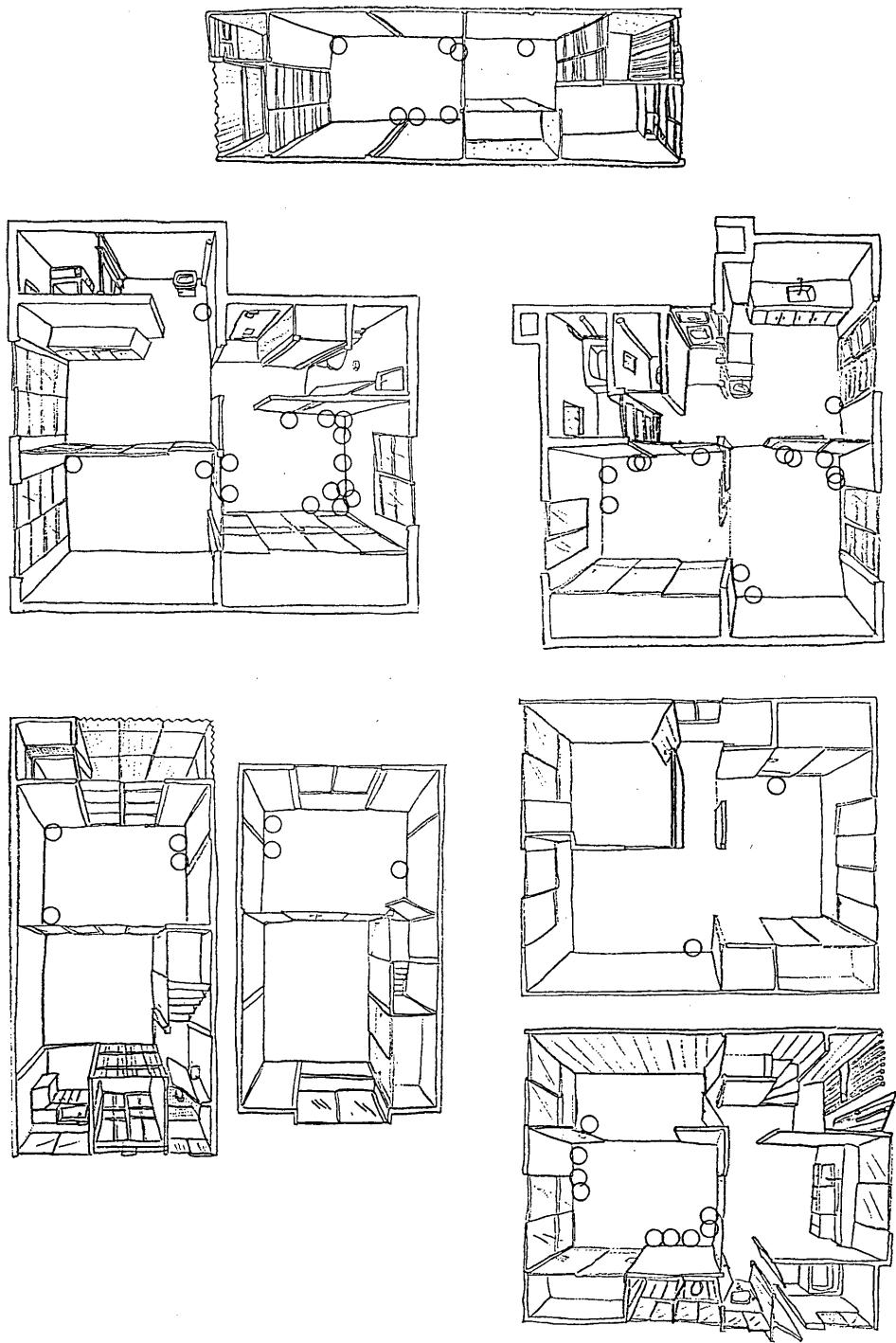


図17 鏡台の配置

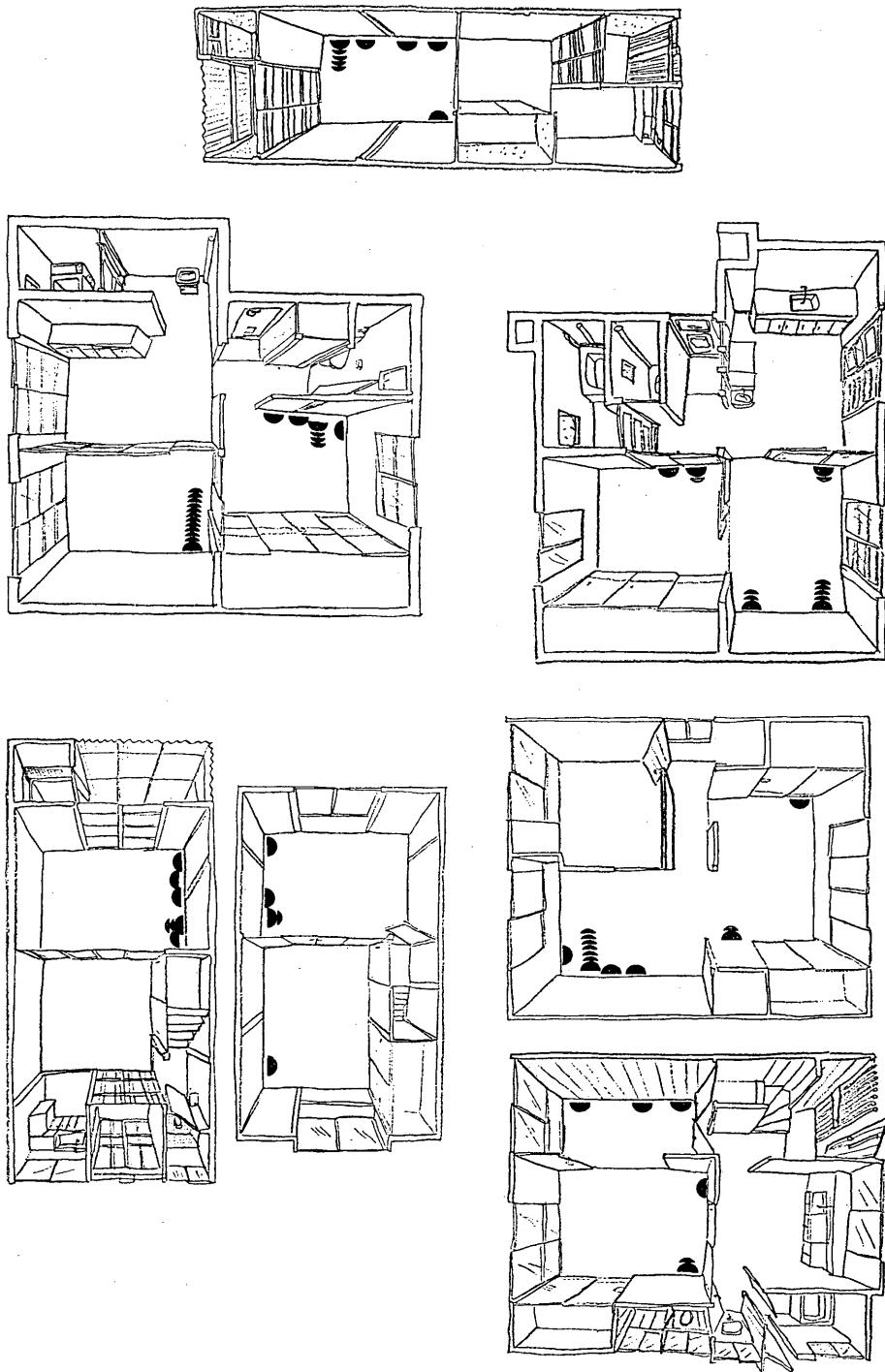


図18 洋服ダンスの配置

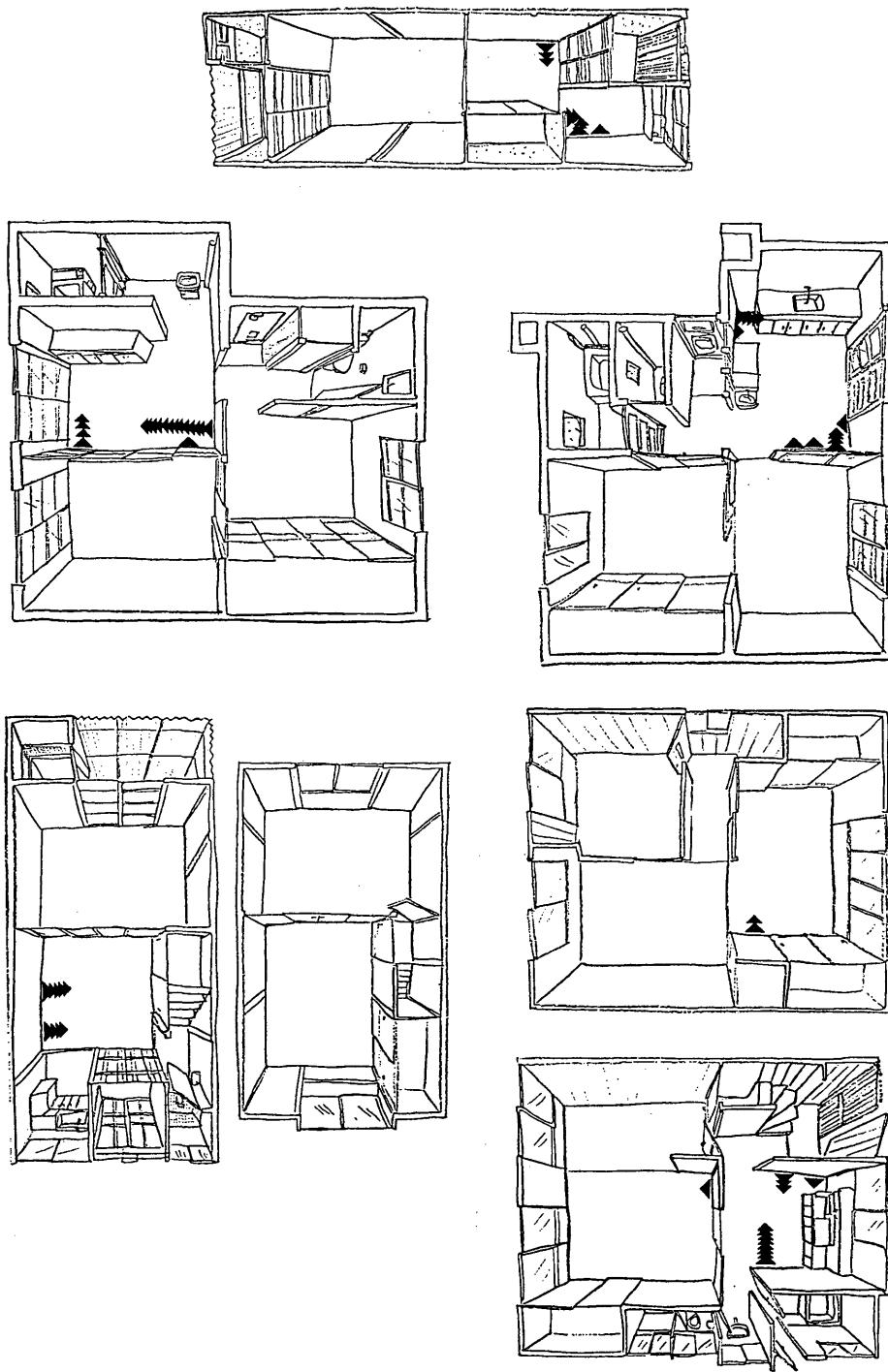


図19 食器戸棚の配置

果、空間ステージ間における大型生活財の保有品目数には、有意な差のあることが明らかになった。すなわち、空間ステージが上がるにつれて、保有される大型生活財は増える傾向にあることが明らかとなった。それでは、それはどのような生活財が増えて

表19 空間ステージ別平均大型生活財保有品目数分散分析表

空間ステージ	A	B	C	D	全 体
N =	32	54	25	29	140
\bar{X} =	19.56	22.37	25.64	27.41	23.36
S D =	3.391	3.245	3.554	4.073	4.515

変動因	平方和	自由度	平均平方	F
級 間	1120.800	3	373.627	29.317**
級 内	1733.263	136	12.745	
	2854.063	139		

A (16種)	B (21種)	C (26種)	D (27種)		
		冷凍冷蔵庫 オルガン サイドボード ガラス飾り棚			
	食卓用椅子		食卓用椅子		
水屋		水屋	水屋		
電動ミシン					
ワゴン					
洗濯機(脱水機付)	冷蔵庫	整理ダンス	白黒テレビ	洋服ダンス	
下駄箱	足ぶみミシン	電気やぐらこたつ	カラーテレビ(1台)	本棚	
食器戸棚	計量米びつ	座敷机(折りたたみ式)			
	和ダンス	本箱	三面鏡	ステレオ	つり戸棚
			學習机(木)	學習机(スチール)	
			茶ふ台		
				鏡台	
				テーブル(応接用)	
				長ソファー	
				1人用ソファー	

図20 空間ステージ別大型生活財普及状況(普及率50%以上)

いるのであろうか。図20は、それぞれの空間ステージで、普及率50パーセント以上の大型生活財を表にまとめたものである。

図の中央部の洗濯機以下13品目は、すべての空間ステージを通じて、普及率が50パーセント以上のものである。中央部以下の生活財は、その空間ステージを越えると常在する生活財の群であることをあらわしており、中央部より上の品目は、その空間ステージに特徴的に存在する生活財の群である。

このようにして、家庭景観を構成する上において、一番大きな影響力を持つ大型生活財は、全空間ステージを通じてもかなり共通的であるが、それより細かな分類規準枠すなわち空間ステージとの関係においてみると、構成要素が、より一層共通していることが明らかになるであろう。

大型生活財の色と形

われわれは、ここにいたるまでの分析を通して、家庭景観の類似性を証拠だてて論じてきた。しかし、これは、正確には、それぞれの空間ステージ内における家庭景観の構成要素は共通したものが多い、と述べるのが、より正確であろう。というのは、ダイニングキッチンという家庭景観は、その構成要素としては、流し台、冷蔵庫、ダイニングテーブルなどであり、その意味においては、何ら特徴的であるとはいえない。しかし、大型生活財には、色と形があり、たとえ景観の構成要素においては共通して

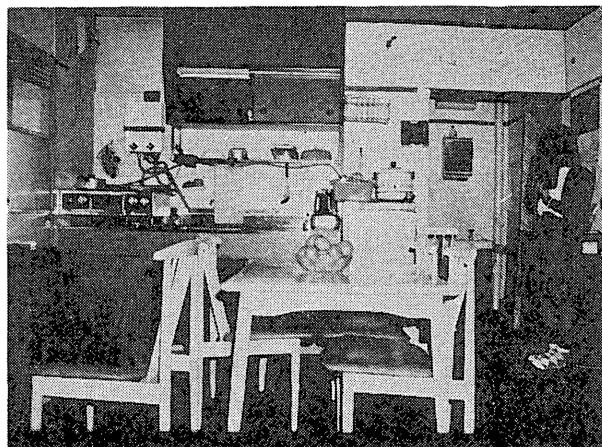


写真3 ダイニングキッチン (空間ステージB)

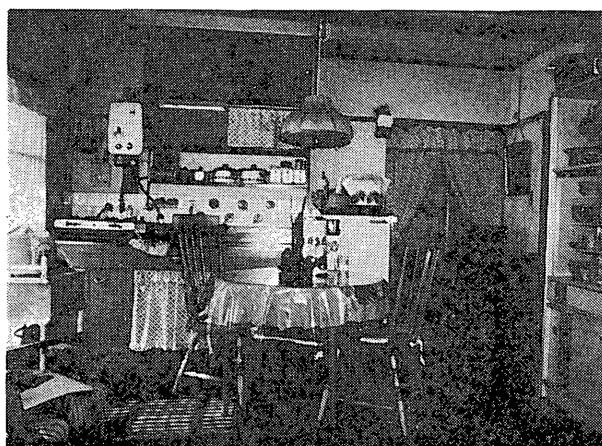


写真4 ダイニングキッチン (空間ステージB)

いても、写真から受ける印象は、違ったものである。ここに掲げた2枚の写真3と4は、空間ステージBにおける、2軒のダイニングキッチンを、ほぼ同じ角度から撮影したものである。この2軒のダイニングキッチンは、その景観の構成要素は、ほぼ共通したものであるが、受ける印象は、違ったものである。

しかし、これらの色と形とデザインの世界を、定量的に分析する手法はない。その分析に関しては定量的でないがゆえに、ときとして客観的でない危険をもおかす可能性も秘めてはいるが、記述的にせよ、あえてこれらのデザインにかかわる問題

を、論じておく必要があろう。生活財の色と形で代表されるデザインが、家庭景観から受ける印象に強く影響を与えている例は、非常に多いものである。

とくに顕著な一例として、写真5と6に示した大型洋服ダンスを見ることにする。これは、普及率100パーセントの大型生活財で、多くの場合、これらは嫁入道具としてそれぞれの家庭内に持ちこまれたものであると推定される。洋服ダンスはその物としての容積も大きく、景観から受ける印象に大きな影響力を与えている生活財である。しかし、その色はほぼすべてが黒っぽい重厚な色で仕上げられており、それが置かれている部屋全体を、重厚で重苦しい雰囲気にしている。ダイニングテーブルや鏡台のような大型生活財は、豊富な色彩のものが多く見られたのに、こと洋服ダンスに限っ

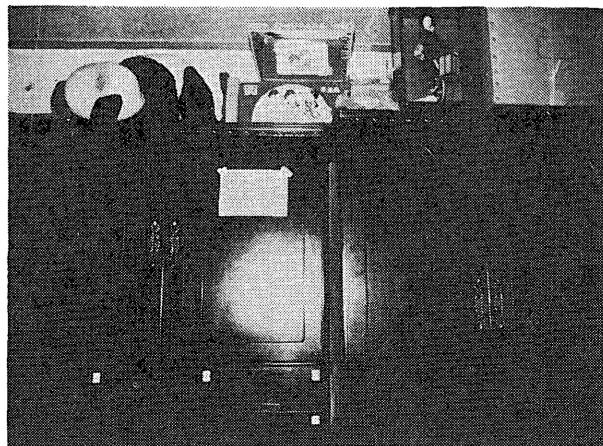


写真5 洋服ダンス (空間ステージC)

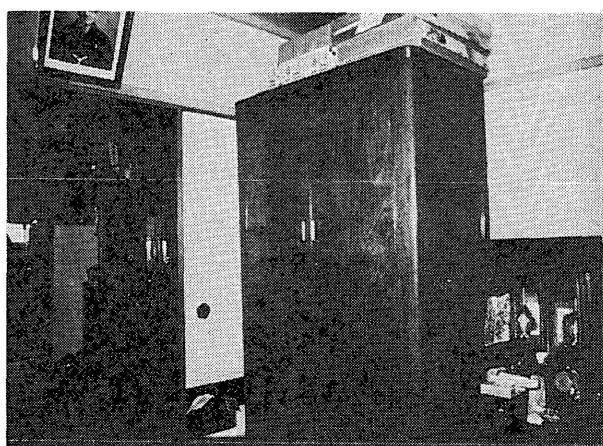


写真6 洋服ダンス (空間ステージD)

ては、その色彩はバラエティーに富んでいないのである。

小型生活財の配置

家庭景観を分析するに際して、われわれの注意を引く現象があった。そしてそれは、家庭内のデザインとも大きくかかわったものである。家庭景観をなりたたせている大半のものは、大型生活財である。しかし、大型生活財と大型生活財の間、タンスの上や部屋のコーナーなど、いたるところに、ぬいぐるみ人形、こけし人形、飾り皿、トロフィーなど、いわゆる飾り小物が見受けられるのである。そして、これらの物と物との間には、ある種の結びつきやすい関係があるらしい。一例として、テレビの上に置かれるものをたん念に見てみよう。ここに掲げた写真7から13までは、テレビの上に何がおかれているかを示したものである。とくに、写真7と8、写真9と10、写真11から13までは、同じ空間ステージの同じ間取りの部屋を、同一の方向から撮影したものであり、比較のためには絶好の資料であろう。このようにテレビの上には、圧倒的に人形、植木鉢などの飾り小物が置かれているのである。

ここで掲げたテレビのみならず、玄関の下駄箱の上には金魚鉢、人形、活花、飾り鏡が、サイドボードの上には、トロフィー、飾り皿、時計が、またピアノの上には、フランス人形かぬいぐるみが置かれている。これは、物同士の機能的結合というよりも、物同士のイメージ的結合とよばれるべきものであろう。それでは、なぜ、またいつから、このような物同士のイメージ的結合が成立したのであろうか。このことに、正面だって答えることは難しいが、日本に洋風の住まい方が紹介されたときに、これらがひとつのセットとして日本人に紹介され、そこで一旦形づくられた洋風生活に対するイメージが、抜き難く今日まで、その影響を及ぼしているものと考えられる。しかも、それら洋風生活に対するイメージは、すこぶる画一的なものなのである。このような洋風生活に対する画一的なイメージは、大正期において確立されたものであるらしいが、ここでは、これ以上の言及はおこなわない。

またこれらの飾り小物は、見るものの目には、非常に刺激の強いものである。基本的にどの家庭にもある大型生活財を差し引いて景観を見れば、景観を大きく規定しているのは、これら飾り小物であるといつても過言ではないほどである。次に、飾り小物のもつ意味を考察することにしたい。

飾り小物は、実用的な機能を持っていない。強いて機能を付与すれば、人の精神を安定させる機能、あるいは、装飾的な機能であるといえよう。そして、ともすれば、装飾過剰ともいえる家庭の中に、なぜこのような装飾品が場所を占めているのであろうか。またそれぞれの飾り小物が、すでに装飾的な機能すらはたしていないような、

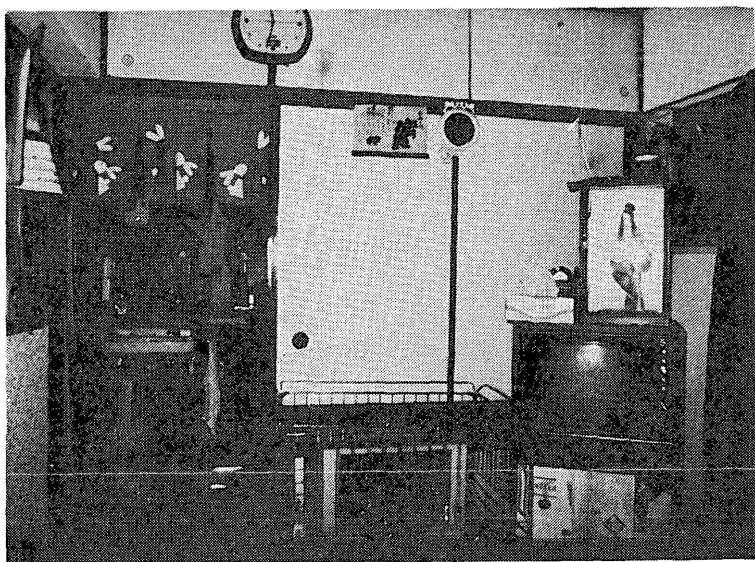


写真7 テレビの上に置かれているもの（空間ステージA）

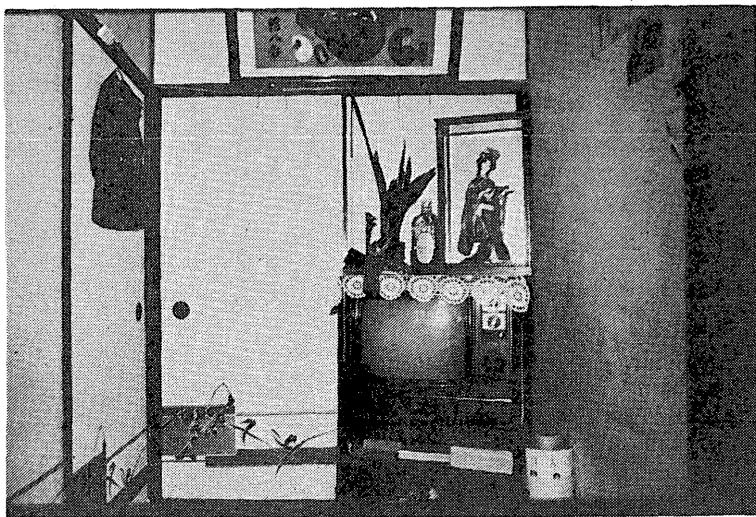


写真8 テレビの上に置かれているもの（空間ステージA）



写真9 テレビの上に置かれているもの（空間ステージB）

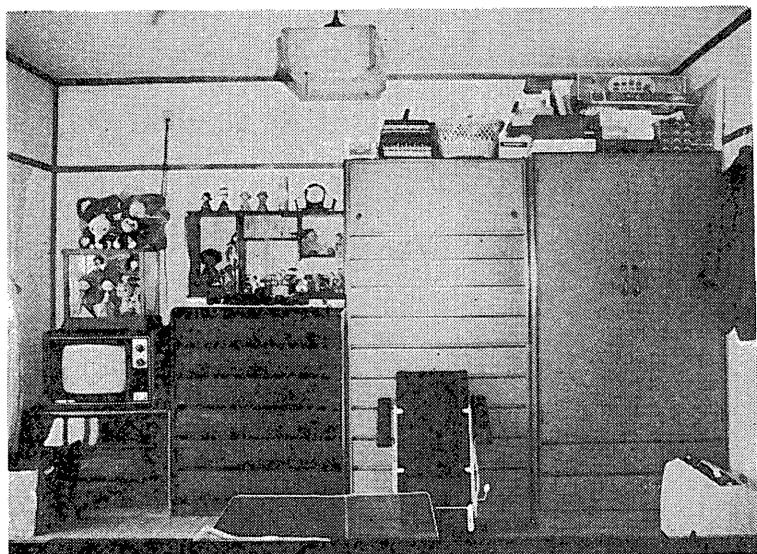


写真10 テレビの上に置かれているもの（空間ステージB）

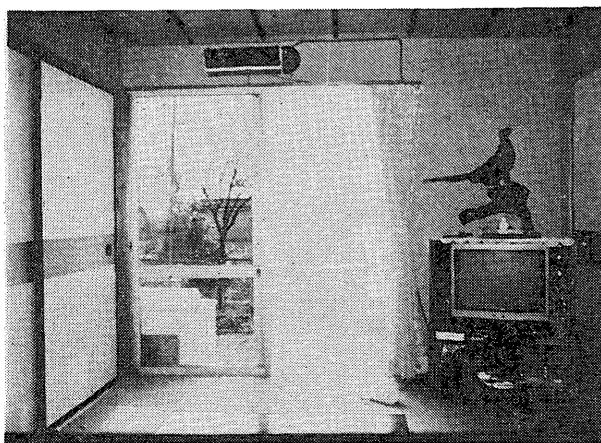


写真11 テレビの上に置かれているもの（空間ステージD）



写真12 テレビの上に置かれているもの（空間ステージD）

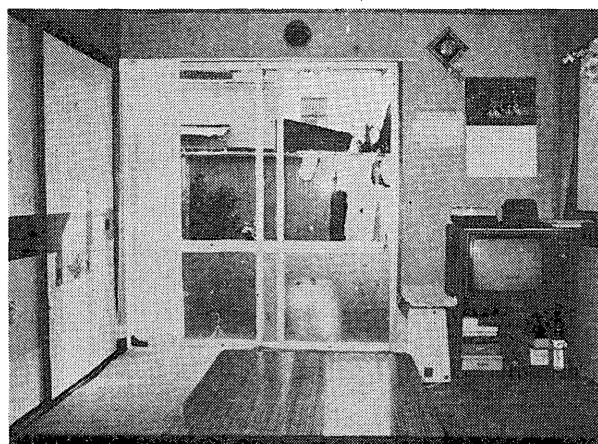


写真13 テレビの上に置かれているもの（空間ステージD）

雑然とした状態で残されている。このように、本来の装飾機能すらはたしていないような生活財について考えるとき、その分析を、ただ単に正当論的な機能主義的な分析で貫くことは、そのもののもつ正確な意味を読み取るためには、不充分であるといわなければならない。生活者が、実際的な機能をはたさない生活財をもちつづけているのは、その本来的な機能以外に、別の心理的な意味を付与しているからであろう。ここでわれわれは、物には、それが購入されたときの動機や思い出がつきまとっているものであるということを忘れてはならない。家庭の中にある物はすべて、多かれ少なかれその家族員に忘れ難い因縁話をもっている。別のいい方をすれば、物は物だけで存在するのではなくて、つねにそれがもたらされた時の思い出の即物化されたものとして存在しているのである。いうなれば、物は生活者の思い入れの容器物なのである。このように考えると、飾り小物は、本来的に実用的な機能を持っていないために、最もこの思い入れが凝集したかたちで保持される物なのである。

物には命があり、精神が宿っていると考えることは容易なことである。ホワイト [WHITE 1914: 445] は、ヒマラヤ山麓のブータンでは、職人は自分の気力が充実するまでは、決して仕事をしない。そして、職人は、同じものを二つとして造らないという。これは、自分のつくったものには魂がこもっていると考えているからである。このように、無生物の世界にも靈魂の存在を認めるアニミズム (animism) が日本人にもある。日本人の家庭も、多かれ少なかれ、このアニミズムにとらわれている。物には靈魂が宿っている。だから無暗にその命を断つようなことはいけない。だからたとえそれが古くなっても、家庭の中に留めおかれるのである。その結果として、物が過剰なまでに家にあふれ、それが家庭景観から受ける印象を大変雑然としたものとするのである。

いまひとつ興味深い事実は、われわれは、調査票において、それぞれの生活財がどのようにして入手されたか、すなわち、自己の意志で家庭内に持ちこんだものであるのか、あるいは、他人からもらったものであるのかを質問した。ちなみに、保有していると答えた者の数で、その生活財をもらったと答えた者の数を割って、パーセントを算出し、これを贈与率と呼ぶことにする。贈与率の上位40位までの内で、飾り小物の順位を示したのが、表20である。これらを見ても、家庭景観から受ける印象を大変混乱させている飾り小物の大半が、他者からの贈りものであることが明らかとなるであろう。

このように飾り小物の大半は、人から贈りものとしてもらう場合が非常に多いのである。物には靈魂が宿っている。ましてそれが他人から贈られたものであるとすると、

表20 贈与率の高いもの(40位まで)

順位	品目	普及率(%)	贈与率(%)	順位	品目	普及率(%)	贈与率(%)
5	カレンダー	100	73	28	壁掛織物	26	57
7	博多人形	43	73	29	卓上メモカレンダー	15	57
8	飾りつぼ	28	67	30	ブランデー(舶来)	13	56
14	絵皿	46	66	31	ワイン栓抜き	41	55
15	たばこ入れ	41	65	32	たばこ盆	16	55
16	貯金箱	86	63	33	掛け軸	17	54
17	金属製角盆	27	63	34	額(絵画)	69	53
20	宝石箱	35	61	37	風鈴	62	53
21	キチングミット	24	61	38	オルゴール	54	52
25	壁飾りミラー	66	58	39	京人形	35	51
26	卓上ライター	27	58	40	ウチワ	94	50
27	フランス人形	31	57				

それを捨てることは、大変勇気のいることなのである。先に述べたように、大型生活財を捨象した景観の大半は、この飾り小物で形づくられている。このように考えると、実は家庭景観を構成している大きな要素は、他人からの贈りものである。極端な表現をすれば、家庭景観は他者の好みによってつくり出されているとさえいえるのである。

家庭景観について最後に述べておかねばならないことは、収納の問題である。われわれの分析においての印象は、現代の家庭は、ものであふれているということであった。これは、当然のことであるが、空間ステージの低い段階において、より一層強くその印象を持った。また家庭景観から受ける印象についていえば、生活財が、ほどよく収納されているほど、すっきりとした景観をつくり出していたことはいうまでもない。収納スペースの少ない居住空間そのものが、現代の家庭を大変混乱に満ちたものにしている。しかも一方では、比較的新しく家庭に導入されたと思われるものほど、収納されずに露出されている傾向がある。たとえば、電気釜やポット、トースターなどは、本来のおさめる位置がなく、冷蔵庫やダイニングテーブルの上などの上に置かれているケースが多いのが現状であった。

VII. 生活財から見た現代家庭考察

本研究の目的は、家庭内にある生活財を悉皆的に調査することによって、そこで営まれている生活をうかがい知ろうという目的があった。すなわち、ここでは生活者に、直接意見を聴取することなく、生活者の営んだ生活の軌跡としての生活財を分析することによって、そこに営まれた生活を浮び上がらせるという手法を取ったのである。

このような観点にたち、先に行われた結果の整理をもとにして、現代家庭の営みについて考察したいと思う。

家庭内における生活財の品目数の分析を通じて、まずわれわれが驚かされたのは、家庭内における生活財の圧倒的な多さであった。空間ステージ A(2K)においては、すべての壁面は大型生活財におおわれ、タンスの上には、箱が積み上げられており、収

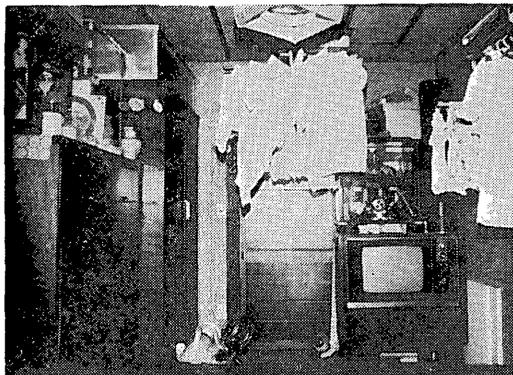


写真14 居住空間に満ちあふれている生活財
(空間ステージA)

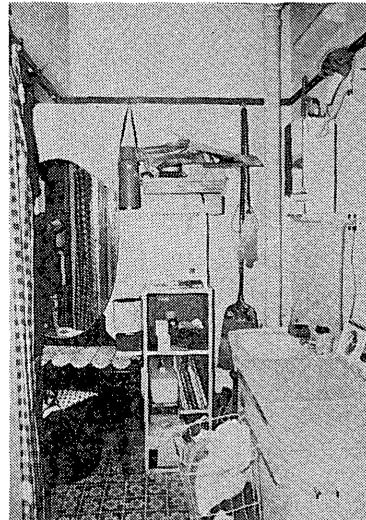


写真15 居住空間に満ちあふれている
生活財 (空間ステージB)

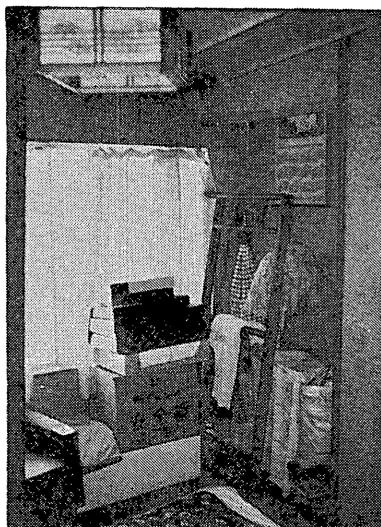


写真16 居住空間に満ちあふれている
生活財 (空間ステージC)



写真17 居住空間に満ちあふれている
生活財 (空間ステージD)

蔵庫の中であたかも暮しが行われているかの様相を呈していた。2K の広さの空間ステージAの平均保有品目数が、708.5品目であるのに対して、5DK の空間ステージDは平均保有品目数が893.7品目であり、約185品目増加することになる。これは、家の広さが2K から5DK へと、約2倍強の拡がりをみせているのに対して、生活財は、1.3倍程度の増加を示しているにすぎない。当然その結果、空間ステージDにおいては、各部屋に多少の余裕を感じさせているものの、全体に大変な物の多さである。

全空間ステージを通じての、平均保有品目数は、820.6品目であるが、これだけの生活財を保有して行われている現代家庭の生活財は、過去の時代における家庭の生活財と比較して、どの程度多くなっているのであろうか。これに対する明確な回答は、過去の実証的な調査資料がないので、直接比較検討することは不可能である。

このように、家庭内に生活財が増えた原因には、経済的な発展のほかに、家庭生活に対する社会・心理的な要因といったものも考察しなければならないであろう。

家庭内の生活財

資本主義の経済原則のもとに、企業は競争原則にのっとり、より廉価な商品を生産しはじめた。このような経済原則の当然の帰着として、規格化された大量生産・大量販売の時代が到来した。このように規格化=大量生産された生活財は、家庭にも大きな影響を与えたのである。大正時代から、西欧思想の庶民化とともにあって芽ばえた女権の伸展や市民意識の発達は、この時期に、バラ色の新しい市民生活を描き出した。いわゆる大正期の文化生活とよばれる生活様式がこれである。しかし、大正期の婦人雑誌や生活啓蒙書で描かれた文化生活は、当時としては、やはり庶民にとっては、ほど遠いものであった。大正期に理想とされた文化生活が実現されたのは、まさしく昭和に入ってからである。大正期の理想が昭和とくに第2次世界大戦後になって実現されたその理由は、工業生産物とくに生活財がマスプロダクトされたからである。昭和30年以降の爆発的なプラスチック生活財の普及、昭和40年代に入ってからは、家そのものが規格化され、プレハブ住宅が大いに普及した。規格化と大量生産・大量販売の波は住宅にまで及んだのである。今回の調査対象となった家庭も、公団住宅であれマンションであれ、また一戸建ちの住宅であれ、これらはすべて規格化されたマス・プロダクトの製品に他ならない。また生活者の側から見れば、住宅をも含めて生活財は、平均的庶民の経済力で購入され得るものは、マス・プロダクトの製品に限定されているといつても過言ではない。

いまひとつは、これらの生活財が家庭内に持ちこまれる契機の問題である。これは、日本における家庭の成立ちとかかわった問題である。今回の調査対象家庭は、いずれ

も居住歴が10年未満のものである。すなわち、ほぼ全家庭が、現在の夫婦によって設立された典型的な核家庭であった。それらの点から考えると、調査対象家庭の中にある生活財の大半は、夫婦の婚姻とともに家庭内にもたらされたものであろう。その内でも大型家具の大半は、嫁入り道具として家庭内にもたらされたものと見て間違いはあるまい。ここに、生活財の品揃えに関する日本の特徴を見ることができる。すなわち、婚姻のときに、嫁入り道具として、一通りの生活財が揃えられることである。嫁入り道具を揃えるということは、現行の民法の規定にもかかわらず、現在でもなお、女性に対する財産相続の大部分をなしているという、伝統的な考え方がある。それゆえ、大体の場合は親の存命中に、娘の取り分としての贈与が行われているのである。嫁入り道具は、新婚生活を始める時の居住空間も考慮はなされるが、それにもまして、このような財産分与の考え方があるため、ときには住居空間を越えた生活財が揃えられるという結果を生むのであろう。

このように、家庭内の生活財を見るときには、その生活財と深いかかわり合いを持つ家庭内の女性を中心に、考察をすすめることが目的を得ているであろう。

「女中」のいなくなった家庭

戦後の急速な工業化、産業化の結果、人口は都市に集中し、若年労働者にかぎらず、全般的な労働力の不足を生み出した。そして、それにともなって、教育水準も向上し、人件費は高騰した。このような人件費の高騰は、家庭生活にも大きな影響力を与えたのである。戦前までは、多くの中流家庭では、「女中」とよばれる家庭使用人を雇う余裕をもっていた。大正期の中流階級を対象とした文化住宅の間取り図の中には、かならずといってよいほど、女中部屋を確保している[西山 1976: 105-118]。しかし、大正期以降の人口増加、とりわけ都市化における人口集中の結果、地価もまた高騰した。このように高価な土地に建てた家の中に、家庭使用人のための空間を確保することは、とてもなく高くつくこととなり、高い人件費と高くつく空間利用を考えると、「女中」を置くということは、現在では、この上もなく、ぜい沢なこととなつたのである。

現代の家庭は、家庭内に家事のための使用人をおく余裕はない、ということを前提としてなりたっている。すなわち、すべての家事は主婦が行わなければならない。しかし、1人の主婦がきりまわせる家事には当然限界がある。かつては、主婦にとってわずらわしい仕事は、女中にまかせることができた。しかし、その方法がなくなったとき、主婦は女中に代る労働力を家庭の中を機械化することで補わざるを得なかつた。これらの事情が大きな動力因となって、家庭に電化器機が普及したのである。ここに

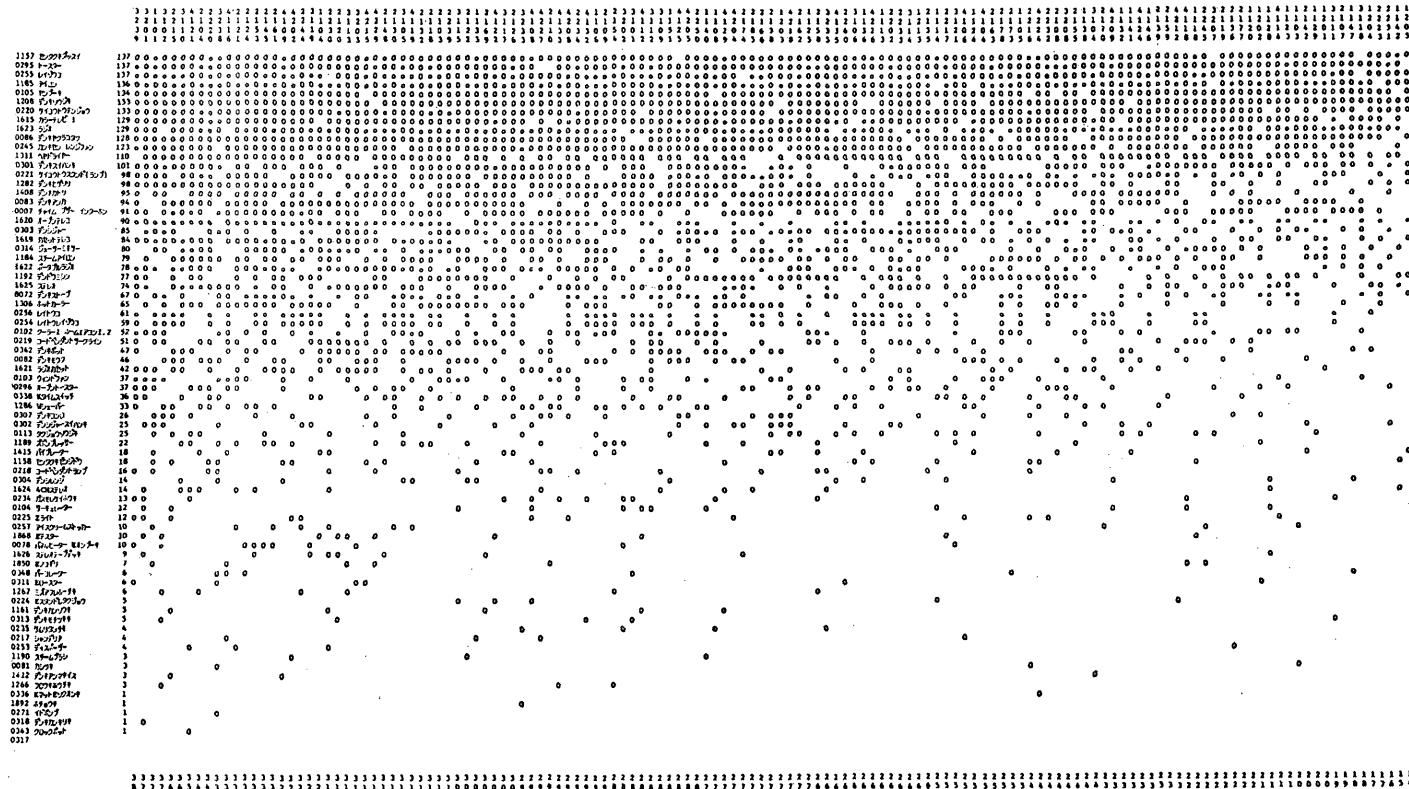


図21 電化器機の保有

興味深いデータがある。図21は、現代家庭にある電化器機の普及のありさまを示したものである。この図から明らかになることは、一種の帯状の密度で分布を示していることである。すなわち、これは調査家庭の空間ステージや収入階層にかかわりなく、ほぼ同じような電化器機が、家庭内に取り入れられているということであろう。これの意味していることを汲み取らねばならない。

いま、電化器機を多く保有しているものから順に並べ、上位4分の1にあたる35軒と、下位4分の1にあたる35軒を選びだす。つづいて、洗濯機、冷蔵庫、アイロン、掃除機、電気こたつ、電気炊飯器、スチームアイロン、電動ミシンについて、上位群と下位群に保有数に差があるかの検定を行ったところ、いずれにも、有意差は認められなかった。このことは、これらの生活財は、電化器機を多く持っている家庭においても、少ない数の電化器機しか保有していない家庭においても、保有率に差はないことを示している。すなわち、これらの器機は、すべて、家庭における主婦の労働を軽減させるような道具類なのである。すなわち、これらの女中の代償的機能をはたす器機は、どの家庭においても、ムラなく採用されていることを意味している。

以上の分析を通じて、家庭内における女中の役割を主婦がはたさねばならず、同時に主婦はこれらの家事労働を機械の手にゆだねていったことが明らかにされたであろう。

家庭機能の外在化

明治以降の近代化のもたらした影響は、ただ単に家庭内の労働力に変化を及ぼしたのみにとどまらなかった。もうひとつの側面として、家庭に対する考え方をも変化させたのである。

多くの研究者が指摘しているように、前近代の日本の家庭を特徴づけていたものは、家庭における生業経済のあり方であった。すなわち、工業化がすすむ以前の生業形態は、血縁を中核として結びついた家族成員が、家内制手工業を営んでいたのである。この家内制手工業の段階における家庭での、最も顕著な日本の特徴は、非親族の扱いである。過去の伝統的な日本の社会においては、同じ生産活動にたずさわっている限り、非親族と親族は厳格な区別を設けなかった。柳田國男【柳田 1937】が明らかにしたように、日本語の「親」と云う言葉は、起源的には、労働集団でのリーダーを意味していたのである。

しかし、明治10年以降の資本主義にもとづく工業化の伸展は、家内制手工業の場としての家庭を大きく変容させたのである。より効率のよい生産を目指して、工業設備が集中的に配置された。すなわち、工場が設立されたのである。この結果、家庭の中

で生産にたずさわってきた者たちは、より効率のよい工場生産形態へと吸収されていったのである。もはや家庭は生産の場ではなくなつたのである。

時を同じくして、江戸時代における武士階級のイデオロギーが、広くすべての階層に浸透していった。かつては戦闘集団としての武士集団を支えていたイデオロギーが、本来そのようなイデオロギーとかかわり合いを持たなかつた商人や農民にまで及ぼされ、国民教育を通じて浸透していった。このような過程を、いみじくも、日本人の武士化の過程とよぶことができるだろ。

この武士のイデオロギーの中でも、ここで問題とすべき大きな焦点は、庶民生活における男性支配の原則が確立されたことである。本来的に戦闘集団であった武士が、男性中心に組織されたことは、納得のいくことである。しかし、江戸時代の商人や農民は、その家業を維持していく上で、女性を排除していなかつた。しかし、明治時代、工業の伸展と時を同じくして浸透した武士化の過程は、家内制手工業を捨てて工場労働者となるのは男性であり、家を守るべきものは女性であるという性による分業を位置づけてしまった。まさしく、武家用語であった「奥方、奥様」という呼称が、すべての階層で用いられるようになったのである。

生産の場であると同時に消費の場であった家庭は、いまや消費に専念する場へと変化したのである。それと同時に、生産にたずさわる者は男性であり、消費にたずさわるものは女性であるという経済上の性による分業の原則がうちたてられたのである。

また同時に、一日の大半を家庭の外で過ごす男性は、子供の社会化にたいして、大きな役割をはたさなくなつた。かつては、親が子に教授した家業の生産技術も、いまでは各種の労働者となるべく可塑的で原理的な教育となり、それも家庭外の社会制度としての学校で教育されるようになった。子弟に家業を継がせるために必要であった職業教師としての役割は、もはや父親に期待されなくなつたのである。このようにして、男性にとって家庭は、もっぱら身体的休息の場であり、心理的な情緒安定の場でしかなくなつたのである。一方、女性はもっぱら家庭を守るものとして位置づけられた。そして、身体的休息や心理的な情緒の安定をはかることは、もっぱら女性の手にゆだねられたのである。

家庭機能の脆弱化

このような社会的背景のもとで、家庭はかつての家庭が持っていたような生産機能を中心とした家庭の機能の領域の多くが、家庭の外部に放出されたのである。家庭外に放出された機能は、当然家庭外で代行されなければならない。すなわち、外在化された家庭機能を受け入れるサービス業、ないしは公的扶助機関が要求されるのである。

このようなサービス業ないしは社会福祉制度の充実は、都市部において先行し、公的扶助機関の充実と家庭機能の外在化は、いずれが原因でいずれが結果であるかは別としても、都市生活者の家庭は、一層家庭機能を外在化させる道を歩んだのである。

しかし、ここでわれわれは、過去の家庭がもっていた、いろいろな領域での機能が、すべて外在化されつくすというようなことを、いおうとしているのではない。もし家庭機能の外在化をこののような意味でとらえるならば、はたして未来の家庭には、どのような機能が残るかといった議論にいたるであろう。そして、もしかりにそのような根こそぎ的な家庭機能の外在化論を想定するならば、それはまさしく、将来において家庭は崩壊するだろうかを問うことになる。しかし、この議論は不毛であろう。前近代と比較して多くの家庭機能を外在化させた現代家庭が、いまもなお存続していることが説明できなくなってしまう。そして、もっと前衛的に家庭機能を外在化させた中国の人民公社やイスラエルのキブツにおいても、家庭が存在していることも説明できないだろう。家庭は変るだろうけれども、やがては新しい家庭の姿が生れて、それが存続しつづけるであろう。

それでは家庭がその大半の機能を外在化させながらも、存続し得るメカニズムはどのように解釈されるべきであろうか。ここでもう一度、家庭機能の外在化ということは、ある生活領域において、徹底的にその機能が消滅してしまったと見るべきではないということを強調しておきたい。すなわち、家庭機能の外在化は、家庭内のそれに対応する領域での機能を、相対的に脆弱化させたということである。過去の家庭との比較で語るならば、ある種の事態が起こって、それに対応する家庭機能が発揮されなければならなくなつたとき、現代の家庭がはたし得る限界は、過去の家庭とくらべて、いちじるしく浅くなっているということなのである。

より具体的な例を掲げて説明する方が、理解を助けるだろう。大正時代の文化住宅を念頭に置いていただきたい。そのような家庭ではきちんとした客間があり、客を招くこともできたろうし、少人数の客を泊めることもできたであろう。そしてもしそのような事態がおこれば、ある程度の人数が集つてくる法事のようなことも、家庭の中で対処し得る備えがあった。まったく同じような事態を、われわれの調査対象者の家庭で考えてみよう。たとえば、空間ステージB、すなわち、2DKの団地居住者の場合を見ることにする。このステージでは、特別の客間というものは存在しない。だから客が来たときには、ダイニングキッチンまたは日頃は居間や寝室に使われている部屋がかたづけられて、そこに客をまねき入れることになるだろう。もし客を泊めようとするならば、家族の者は、かなり窮屈な思いをしなければならない。法事のような、あ

る程度の人数が集まるような事態には、もはや対応することが出来ない。この二つの家庭を考えてみると、両者共々、接客という家庭機能は共通にもっているにしても、現代の家庭が接客という機能に関して持っている機能量は、随分と底の浅いものとなっていることが分るだろう。

それでは、今日の家庭ではたせなくなった機能は、どのように処理されているだろうか。ふたたび接客機能について考えれば、客は家庭外の専門的な設備であるホテルや旅館にゆだねられることになる。すなわち、家庭の手にあまる事態が生起したときには、社会の専門家と呼ばれる人たちの助けが求められるのである⁴⁾。

女性原理にもとづく家庭の編成

日本において、近代化とりわけ工業化は、社会が男性原理で組織されているを見てきた。ここで男性原理という用語の内包をもう少し明らかにしておく必要があるだろう。すなわちそれは、効果の原則ともよばれるべきものであり、生産物の実績によって評価されるような社会である。このような社会にあっては、1人ひとりのもつ個性が問題となるのではなくて、その個人が競争の場においてなし得た成果が問われる社会である。このような原理は、人間を生産道具として、また手段として把握する見方を要求する。すなわち、人間をその成果物をもたらすものとして、機能的に見るのである。

それに対して、現代の家庭は、女性原理にもとづく編成を受けているということができるだろう。すなわち、ここでいう女性原理とは、男性原理とは表裏をなす関係であって、成果よりも関係が、結果よりも手段と過程が問題とされるような原則である。このような原理のもとでは、人間は手段として把握されるのではなく、その人の持つ個性面が問題にされる。人は集団が達成した成果に満足するのではなく、その集団に所属していることに満足をいだくのである。すなわち、女性原理のもとでの最高の徳目は愛である。

今日の家庭は、まさしくこの女性原理のもとに編成される傾向が増大している。すなわち、男性は家庭に、もっぱら身体的休息と心理的情緒的安定を求める。いっぽう女性は、家庭が男性原理に支配されている社会から隔離している存在であるという意味において、また女性自身のおもな活動の場が家庭内であるという意味において、家庭をみずからアイデンティティ (identity) の証しの場とするのである。

このようにして、家庭は女性好みに仕立てられる。すなわち、女性と、女性と生活

4) 家庭内の行動と、それを受け入れる公的施設に関する興味深い表は、石毛 [1970: 273] を参照していただきたい。

をともにする子供とが、家庭の主人公となったのである。いうならば、男性は家庭内において、みずから男らしさを誇示する機会も必要性も失ってしまった。もっぱら、そのようなことは社会で要求される徳目となってしまったのである。まさしく、このような事情のもとに、男性もまた家庭の女性原理による編成を受け入れたのであった。

このような目で、ふたたび、われわれの調査対象家庭をみてみよう。とくに空間ステージ A, B についていえることは、子供用品とよばれる生活財が、家の中のあらゆる場所に見られることである。居間にあたる空間には、おもちゃが散らばり、壁には、子供のかいた絵がはられ、風呂の中には、風呂用の子供のおもちゃが見られる。そして、空間ステージが C, D に上がるにつれて、子供の年令も上昇するが、それがやがて陽当たりのよい子供部屋とよばれる空間に收れんしていく事実は興味深いことである。概して、昔と較べて子供は大事にされており、よく面倒を見られている様子がよくわかる。

これらの現象を家庭の子供化、ないしは、子供中心主義とよぶならば、女性化の現象も見ることができる。すなわち、ほとんどの生活財には装飾がほどこされている。そして、その装飾の傾向は、女性にとって可愛らしさを強調するもの、すなわちピンクの色調と花模様が大半である。写真資料の中でも、電子ジャー、卓上ポット、テーブルクロス、そしてレースのカーテンにも、花模様が用いられている。

一方、女性化を陰画的に描き出すものとして、もっぱら男性が使用すると思われる部屋、ないしは部屋のコーナーを指摘することが難しいことである。かろうじて男性がもっぱら使用すると思われる生活財として、本箱、本棚をあげることができる。しかし、これも、子供部屋や主婦が専有している空間と較べると、比較にならないほど狭い。家庭の中で男性のものと思われる生活財を指摘することの難しさ、このことがとりもなおさず、家庭の中の女性化、子供化現象を如実にもの語っている。

主婦アマチュア論

それでは、家庭機能を外在化させ家庭を女性化させた結果、主婦の家庭における役割と意識はどのように変化しただろうか。前にも述べたように、家庭機能の外在化という言葉で示される実態は、家庭の中でのある領域の機能がまったくはたされなくなるということではない。ただそれに対応する機能量が少なくなっているのである。そのような意味において、主婦は家庭の中でのすべての領域を、完全に遂行しようとしているのではない。家庭の中でできることは、できる範囲内でやろうということなのである。この家庭の中での「できる範囲」が、時代とともに変化したのである。それだから、別の表現をすれば、主婦は自分の手で、家庭の諸領域の機能を充足させよう

としているのではない。われわれの調査に即して述べるならば、ひと通りの品揃えをしておいて、その品揃えでまかないきれない事態が起ったときには、あっさりと、専門家の援助を要請するのである。その意味では、主婦はあらゆる事態に完全に対処し得る知識と技術をもったプロフェッショナルと見るべきではなくて、ひと通りのことならばこなせるような、偉大なアマチュア精神をもった人たちなのである。

アマチュアの選ぶ生活財には、どのような傾向が見られるだろうか。まずははじめに考えられることは、アマチュアというものは、メカニズムを知ろうとしないということである。ある種の生活財を使用するとき、使用にあたって注意し判断しなければならない点、性能を維持するために気を配らなければならない点、これらすべては、ユーザーとしてのアマチュアには、わざらわしいのである。このようなユーザーのニーズに応じて、アマチュアが用いる生活財は、基本的にはやっかいな判断をしなくてもよいこと、技術を用いなくてもよいこと、維持が簡単であることなどが要求される。これはまさしく生活財の使用にあたって、ユーザーとしては、マニュアル（使用手引き書）以上の知識を持とうとは思わないということである。

それに対して、趣味の領域で見られるセミ・プロフェッショナリズムは、生活財に対して、どのようなニーズを持っているのだろうか。プロフェッショナルな意識を持つということは、起こり得る一切の事態に自分の手で対応しようという覚悟を持つことである。それと同時に、起こり得る事態を事前に予想し原理的なメカニズムまでも知ろうとする知識欲がある。それはとりもなおさず、あらゆる場合を想定しそれに対応する品揃えを完備しておくことをも意味している。

このような二つの傾向は、ほとんどの生活財の分野においてみられるが、その端的な例としてカメラがある。一方では、一切の判断を必要としないEEカメラがあり、その一方には、複雑な交換レンズ群をもった高級一眼レフ・カメラがある。この二種のカメラを受け入れる生活者のタイプについては、もはや論ずる必要はないだろう。

趣味による家庭機能の特化

このように、アマチュア精神のもとに、家庭機能を完璧に実行することが期待されなくなった主婦の側には、どのような具体的な生活態度が見られるだろうか。主婦は生活領域を見まわして、自分がやれるだろう限界を見きわめる。そして、その領域内においては、主婦は完璧なアマチュアリズムに徹して、家事を遂行する。機械化し得る領域はできる限り機械にゆだねられる。しかし、このような姿勢で行われる家事は、かつての主婦がついやしていた時間よりも、何分の一かの時間しか必要としない。このようにして、家事についてやす時間は減少するのである。

ここで、もう一度家事の見直しが行われる。すなわち、以前は自分でできる仕事とは何かという目をもって見られていた家事が、今度は、自分のやりたい家事は何かという目でもって見られるのである。この間の事情を梅棹 [1966] は、端的に述べている。すなわちそれは、主婦は家事を切り詰めることで時間の余裕を見つけだす。そしてその余裕のある時間で何をしようかと考えるにいたって、今度は趣味としての家事が浮かび上ってくるのである。この言葉は、パラドキシカルではあるが、家事についての一面を正しく云い当てている。すなわち、ここでは、趣味としての家事、家事の趣味化がおこるのである。より具体的に述べるならば、主婦は自分の趣味と一致する生活領域の問題に関しては、もはや、アマチュアリズムに踏みとどまっている。もっと積極的に、高度な技術を習得しようとするのである。たとえば、家庭でパンを焼くという行為は、その主婦が生活のほかの領域でおこなっている行動規準から考えると、理解に苦しむほど特化した行動である。そのほかにも、手間ひまをかけたレギュラー・コーヒーの流行、根気のいる刺繡、お菓子づくり、これらはそれを行っている主婦にとって、趣味なればこそ行いうるのである。

現代家庭の中で大きな役割をになう主婦に見られるこの二つのメント、すなわち、だれもがほどほどに家事を処理すればよいという水平化をうながすアマチュアリズムと、その対極としての、自分の趣味に合致する領域において示される個性化をうながすセミ・プロフェッショナルな意識とを組み合わせて考えることが重要である。

生活財から見た現代家庭

これまでの資料と分析でみるかぎり、現代日本の家庭におけるウェイ・オブ・ライフはかなり画一的なものとなりつつあるということである。とくに、同一空間ステージにおける各家庭の差異は、空間ステージを越えて示される差異と較べて、その差はわずかであるといわなければならない。家庭景観を成り立たせる上での大きな構成要素も、同一空間ステージ内においては、似通ったものであり(図20参照)、その配置も、ほぼ一定している(図16から図19まで参照)。またそれぞれの生活財の結びつきにも、画一的なイメージが働いている(写真7から13参照)。これらの資料から見る限り、すくなくとも、同一空間ステージ内において、ウェイ・オブ・ライフは類似しているといい得るであろう。もっとも、デザイン等の微視的なレベルにおいて類似か否かは、とみに主観的な印象をともなうものである。

住居の広さは年収に比例しているし(表1参照)、また生活財の品目数も、住居の広さと収入の多少に比例している(表3、4参照)。このようにみると、現代日本人のウェイ・オブ・ライフは空間ステージで規定されているといつても過言ではない。す

なわち、従来より用いられている「団地族」、「マンション族」、「郊外一戸建て族」という空間ステージを表す分類が、日本人のウェイ・オブ・ライフを示す、もっとも現実説明力の高いモデルであろう。

それと同時に、同一空間ステージにある限りは、似通った生活様式を示すということは、収入階層によって生活様式がほぼ一定であることをも示している。生活様式が収入以外の要因では変化しないということは、とりもなおさず、身分に根ざした社会成層による生活様式の差もまた存在していないことを示している。

そして、その家庭が他の家庭と異なった暮らし方を示す領域は、社会成層などの家庭外の力で規定されるものではなく、主婦の示す趣味の領域によって規定されるのである。

われわれは、この調査において、終始一貫して、生活者に直接問い合わせることなく、生活者のつくり出した物質的世界から、生活者の信条や価値観を読み取ろうとした。その結果がこれであった。たしかに、物が語りかける世界の分析は、緒についたばかりである。しかし、われわれの研究は、家庭内にある生活財の調査にとどまることなく、日本文化の実態調査へと道を開いていくことになるであろう。

謝 辞

本論文の執筆にあたって、ご協力を賜った、疋田正博氏(CDI)、岩見和彦氏(天理大学)、中川宗司氏(大阪市立汎愛高等学校)、宇治日出二郎氏(民族学振興会)の各氏に、厚くお礼を申し上げます。

文 献

- BARKER, R. G.
- 1955 *Midwest and Its Children*. Harper and Row.
 - 1960 Ecology and motivation. In M. R. Jones (ed.), *Nebraska Symposium on Motivation*, Lincoln: University of Nebraska Press.
 - 1972 *Ecological Psychology*. Stanford University Press.
- 行政管理庁
- 1975 『日本標準商品分類』行政管理庁統計主幹。
- HANAN, M.
- 1972 *Life-styled Marketing*. American Management Association.
 - 『ライフスタイル戦略——成功する市場開拓——』村田昭治ほか訳 ダイヤモンド社。
- 堀内四郎
- 1975 「ライフ・スタイル・セグメンテーションの技法と事例」村田昭治ほか編著『ライフスタイル発想法——新しいマーケティングの技法——』ダイヤモンド社, pp. 44-140.
- 船橋京子、前原匡子、北浦かほる、下河内信子、上林博雄
- 1966 「台所標準化に関する基礎研究」『大阪市立大学家政学部紀要』 13: 39-84。

- 石毛直道
1971 『住居空間の人類学』 鹿島出版会。
- 岩原信九郎
1958 『新訂版・心理と教育のための推計学』 日本文化科学社。
- 泉 靖一(編)
1971 『住まいの原型 I』 鹿島出版会。
- 上林博雄, 北浦かほる, 山下公子
1968 「収納空間の標準化に関する基礎的研究」『大阪市立大学家政学部紀要』 16: 77-130。
- 河合隼雄(編)
1969 『箱庭療法入門』 誠信書房。
- 今 和次郎
1926 「新家庭の品物調査」(『今和次郎全集第1巻』1971, ドメス出版, に再録)。
- 村田昭治, 吉田正昭, 井関利明(編著)
1975 『ライフスタイル発想法——新しいマーケティングの技法——』 ダイヤモンド社。
- 西山卯三
1976 『日本のすまい(式)』 効草書房。
- 総理府統計局
1976a 『昭和49年全国消費実態調査報告第9巻耐久消費財 全国・3大都市圏編』 総理府統計局。
1976b 『昭和49年全国消費実態調査報告 第10巻耐久消費財 都市階級, 都市類型, 地方・都道府県編』 総理府統計局。
- 梅棹忠夫
1966 「家事整理の技術について」『暮らしの設計』 22 (『家事整理学のすべて』1970, 中央公論社, に再録)。
- WHITE, J. C.
1914 Castles in the Air; Experiences and Journeys in Unknown Bhutan. *The National Geographic Magazine* 25(4): 365-455.
- 柳田国男
1937 「親方子方」(『定本 柳田国男集第15巻』1969, 筑摩書房, に再録)。
- 吉田正昭
1975 「衣・食・住などからみた日本人の生活様式の変遷」『年報社会心理学——生活様式の社会心理学——』 16。