

「作家さん」の労働的行為：主婦のハンドメイドと 公共／家内領域の境界をめぐって

里村，和歌子
九州大学大学院比較社会文化研究院

<https://hdl.handle.net/2324/7172274>

出版情報：Japanese Sociological Review. 70 (4), pp.325-342, 2020. The Japan Sociological Society

バージョン：

権利関係：© 2020 The Japan Sociological Society



「作家さん」の労働的行為

——主婦のハンドメイドと公共／家内領域の境界をめぐる——

里村和歌子*

本稿は、「作家さん」というハンドメイド作品を自ら売る主婦たちの労働的行為に焦点を当てながら、なぜ、どのようにハンドメイド作品を売ることができるのかについて考察する。具体的には、先行研究で論じられた、美術、家父長制、資本主義という三つ巴のイデオロギーによって無償労働の「穴」に追いやられてきた「手芸」が、なぜ、現代の「作家さん」たちにとっては稼得源となるのかについて、フィールドワークをとおして考察した。その結果わかったことは以下の3つである。1) 「作家さん」は家内領域でたまたま発見したハンドメイドという技能を資源として市場で売ることによって経済的対価を得ているが、それらは総じて低価格である。2) 低価格の理由は、「作家さん」という存在が作家である以上に、無償労働の担い手として期待される主婦を前提としているからである。しかし3) 完全に無償にならないのは、「作家さん」の雇用されない、自律的な協働が商品の交換価値を生んでいるためである。労働者とも主婦とも定義しきれない中途半端な存在である「作家さん」は、家内領域を足場にしたつくり売るという行為によって、ジェンダーにより不均衡に配分された公共／家内領域の境界を知らず知らずのうちにはみ出している。

キーワード：主婦、無償労働、フィールドワーク

1 問題設定

近代以降の社会科学において、近代とともに女性は男性中心の公的領域から排除され私的領域に追いやられたという理解が共有される一方、「公共／家内領域の分離」という前提こそが男性中心主義的な境界の固定化を招き、分析の可能性をも閉ざしてきたのではないかとの重要な指摘もなされてきた（永田 2000；大和 2002；姫岡 2008；岡野 2012）。

大和礼子は、「公共／家内領域の分離」を「公共領域＝生産・労働＝男性、家内領域＝非生産・非労働＝女性」という有償／無償、生産／再生産という労働概念を含む横断的な社会認識として再設定した。そしてそのような社会認識は自然・自明

* 九州大学大学院比較社会文化研究院・特別研究者 w.satamura@gmail.com

なものではなく、実態とかけ離れて社会的に構成・再生産され続けているものだとし、その社会認識を脱構築するとともに、それを支持しているのはどのような層か、異なる社会イメージをもつ層はいるか、いればどんな内容かについて明らかにする必要性を説いている（大和 2002: 126）。

一方、明治期の「手芸」に注目し、イデオロギーによって構成された国家的なシステムによってジェンダー編成が階級を超えて再生産されてきたと論じるのは山崎明子である（山崎 2005）。山崎は代表作『近代日本の「手芸」とジェンダー』において、「手芸品はあくまで家庭において家族のために制作するものであり、経済的価値を生み出さないものと考えられてきた。この仕組みは現在も続いている」（山崎 2005: 374）とし、「手芸」をめぐるジェンダー編成は100年以上経った今も変わらないと指摘している。山崎はマルクス主義フェミニズムの家父長制的資本主義概念を用いながら、「手芸」は再生産労働（家内領域で行われる無償の非生産労働）を偽装した生産労働であり、なぜ偽装する必要があるのかといえ、女性たちに国家に不可欠なジェンダー規範を守らせ、かつ、女性労働力の確保のためにその技能を維持させるためであり、中産階級の女性たちはこの「手芸」というシステムをとおし下層階級の女性たちを「感化」し、ジェンダー規範が階級を超えて再生産されるのだとその仕組みを説明する（山崎 2005: 280-4）。

そして「手芸」をめぐる問題を以下の3つに整理する（山崎 2005: 375）。

- 1) 「手芸」は美術の価値づけの外におかれている
- 2) 女性は熱心に手芸してきた
- 3) 「ものづくり」でありながら経済的価値を生み出さない

つまり「手芸」は、美術、家父長制、資本主義というイデオロギーの「穴」、すなわち「誰もが容認し、誰もが無視するトポス」に位置しており、この究極の形が、消費としての手芸行為の集積である現代の「手芸のイベント」であり、この構造は明治以来着々と形成されてきた。すなわち、山崎は公的な美術、資本主義、家父長制という三つ巴のイデオロギーが「手芸」を無償労働に追いやることによって公的な領域を保つ一方で、「手芸」は「穴」（＝家内領域）に追いやられ無効化されており、その究極の形こそが、売買のない展示のみで開催される現代の「手芸」イベントであると指摘している。

ここでのポイントは、「公共／家内領域の分離」という社会認識の枠組みについて、大和は無償労働に回収されない曖昧で多様な実態があるという余地を残しているのに対し、山崎の議論では、上意下達式に枠組みが規定され例外を許さない点だ。いふならば山崎の論理では女性たちの実態がみえてこない。女性たちは常に国家的な教育や宣伝によって、あたかも『自らの意思で行なう』かのように「刷り込まれ」ているとされる（山崎 2005: 290）。そのため、大和のいうように、異なる社会イメージをもつ層はいるか、いればどんな内容かについて具体的に明らかにする必要があるだろう。

そこで本稿では、ハンドメイド作品を自ら販売する現代の主婦たちの労働的行為

にひかりを当てる¹⁾。リサーチクエスチョンとして、「作家さん」とよばれる女性たちは、なぜ、どのように山崎のいう経済的価値を生み出さないはずのハンドメイド作品を売ることができるのかについてみていく。そして、その問いをつうじ、従来の「公共／家内領域」という二分法のあり方、そして労働のあり方について展望したい。

2 「作家さん」とは誰か

「作家さん」とは、ハンドメイド作品を制作しそれを販売する人をさす自称であり他称である。主にショッピングモールのオープンスペースやイベント会場などで開催される雑貨イベントにおいて、区切られた小さなブースやテントで自らのハンドメイド作品を展示販売している。そこでは売り手も買い手も中年女性がほとんどを占め、販売種目は布小物、アクセサリ、革小物、洋服、植栽、木工製品など生活雑貨が中心である。

そして、ハンドメイドブームは今や世界的なブームだといわれている (Matchar 2013; Mitroff 2013)²⁾。日本でののはじまりは2000年代の初頭である。2002年に『ku: nel (クウネル)』、2003年に『Lingkaran (リンカラン)』と『天然生活』が創刊され、当時注目されていたスローライフという環境意識の高い生活様式と親和性の高いテーマを扱いながら、絞りを開放した淡い色彩の写真の多用や、文字と写真が整然と並ぶシンプルな誌面デザインの編集スタイルを導入し、女性向けに提案した。スローライフは、IT化、グローバル化によって進行する弱肉強食型の市場原理へのアンチテーゼとして登場したものであったが (筑紫 2006)、それらの雑誌が提唱するのは、むしろファッションとしての新しい生活様式であった。これらの様式は2008年に創刊した『リンネル』によってのちにナチュラル系と名づけられ、衣服やインテリア雑貨を中心としたファッションの系統の1つとして現在も幅広く認知されている (長瀧 2013)。

なかでもハンドメイドは、ナチュラル系が重視する自然派の生活様式を象徴する行為の1つである。2000年代に入り菊池しほ、小幡小織、伊藤まさこなどの子育て世代の手づくり作家たちが雑誌や書籍に次々と登場し、リネンやコットンなど自然素材を用いた温かみのある作品づくりを発表した (菊池 2003; 小幡 2004; 石川 2005)。それらは急速に女性たち、特に子育て世代の女性たちに受け入れられていった。

ここで確認しなければならないのは、ハンドメイドと同義である「手芸」は決して新しいものではないということだ。「手芸」は近代以降ジェンダー化された象徴的行為であり、「婦徳の涵養」という名のもとに無償労働 (ときには低賃金労働) の1つとして既婚女性に不当に配分されてきたものである (山崎 2005)。

では、近年のハンドメイドと「手芸」とを区分しうるものは何か、それは1つの行為に明白に現れている。彼女たちは、自分でそれを売っている。

3 方 法

3.1 調査時期・調査対象

本調査の対象となったのは A 県内の「作家さん」たちだ³⁾。調査方法はおもにフィールドワークを行った。イベントオーガナイザーであり皮革小物作家の L さん (38 歳) に、調査の目的や公表方法など説明し、ホストパーソンとなってもらう承諾を得た。第 1 期は 2012 年 9 月から 11 月、第 2 期は 2013 年 10 月から 2014 年 3 月まで、A 県内のショッピングモール、神社、総合複合施設、観光スポットなどで開催される雑貨イベントの会場で調査を実施した。

まず第 1 期には客の呼び込み、レジ管理、荷出し、荷入れなどを手伝いながら「作家さん」の参与観察をした。また、参与観察中接客の切れ目を縫って「作家さん」19 人 (うち男性 3 人) への半構造化インタビューを実施した。1 日当たり 1~5 人まで聞き、その日ごとにまず最初の対象者の選定はホストパーソンである L さんをお願いし、その後は近辺で手が空いていそうな人を見つけてはブースの内側に入り、1 人 15 分から 30 分程度のインタビューを調査ノートに書き取りながら数日に分けて行った。さらに客 10 人に簡単なアンケートを行った。

第 2 期ではライフヒストリーインタビューを 6 人に行った。第 1 期と同様最初の対象者の選定は L さんをお願いした。1 人当たり 1 時間から 2 時間程度のインタビューを IC レコーダーに録音した⁴⁾。

3.2 調査内容

参与観察は、イベント会場などの販売の場面に絞った。主に観察したことは、会場の設営方法や販売方法などイベントの運営に関すること、「作家さん」同士やその家族たち、客や管理者などさまざまなアクター間の相互作用に関することである。

インタビューにおける調査項目は、第 1 期は年齢、出身地、家族構成の基本属性のほか、「作家さん」になった経緯と作家業の現状とヴィジョン、L さんのイベントに参加したきっかけなど作家業に関するものである。さらに第 2 期では第 1 期の調査項目にくわえて、学歴や年収、配偶者の職業や年収、結婚の契機や出産の時期など踏み込んだライフストーリーインタビューを行った (表 1)。客に対してのアンケートでは、年齢、職業、ハンドメイド作品の魅力、自身の手づくり経験について聞いた。なお、作家名についてはすべて匿名とした。年齢はすべて調査時のものである⁵⁾。

4 「作家さん」の世界

本節ではフィールドデータを中心に、リサーチクエスションである、「作家さん」とよばれる女性たちは、なぜ、どのように山崎のいう経済的価値を生み出さないは

表1 「作家さん」の属性・第2期(2013年10月～2014年3月)

作家名	年齢	家族構成	作家カテゴリ	作家開始時期	習得方法	学歴	年収(配偶者)	年収(自分)	ライフヒストリー
1 T	39	夫、11歳(女)、 9歳(男)、5歳(女)	木工家具	4年前	独学	高卒	600万	120万	大学時にホステスのアルバイトで欧州に行き、雑貨等インテリアの雰囲気魅了される。中退後化粧品販売の営業職に就き、多忙のなか登壇した出会い系サイトで知り合った夫(製造業)と結婚。出産後中古住宅を購入し、その下駄箱を制作。褒められた友人にリクエストを受け、黒板を作り500円で販売したのがきっかけ。
2 U	30	夫、10歳(男)、 8歳(女)、5歳(女)、1歳(女)	木工家具	4年前	独学	高卒	500万	200万未満	高卒後アパレルショップの販売員として勤めていた19歳の頃、店に來た配達業者の夫と出会い結婚。120歳までに結婚する」という夢が叶った。出産後自宅のインテリアを自作してみたところ上手くなったので、たまに発見つけた雑貨イベントに応募して「作家さん」の道へ入る。
3 V	33	7歳(女)	アクセサリー	7年前	独学	中卒		110万	中学3年の頃病を患い利き手が使えない。高校中退後ホステスのアルバイトをしていた頃に客と来た夫と出会い結婚。出産後自宅で作るアクセサリーを自作。自信作だったのでフリーマーケットに出して見たら売れた。そこで高校の同級生に再会。同級生の勤めるアパレルショップのグループに郵送することになった。長女が2歳のとき離婚。イベントに出店しながら美家に雑貨店を構える。
4 W	41	夫、13歳(男)、 9歳(男)	革製品、バッグ	8年前	独学	高卒	800万	500万	高卒後地方銀行に勤務。社内結婚し退職。小学生の頃から手作りが好きだった。長男が幼稚園に入った頃に、自分が欲しかった布バッグを作り友人にプレゼントしたところ「これは売れるよ!」と喜ばれ、友人の友人から雑貨イベントを紹介され、試しに10点持っていったら完売し「作家さん」となる。テレビの取材を受けるなどの「売れっ子作家」でもある。
5 X	43	夫、11歳(男)、 9歳(女)、6歳(男)	バッグ、布小物	10年前	前職(スポーツ用品メーカー)	高卒	200万以上 400万未満	200万未満	高卒後東京のスポーツ店に就職し、バッグを製造していた。7年で退職後美家に戻りカスネーをはじめた際、夫(清掃業)と知り合い結婚。出産後スポーツ用品店から注文を受けてバッグ製作の仕事をしていったが、またまた子連れで参加した雑貨イベントでも売れることを知り「作家さん」になった。「注文とは違っていて自分の好きに作れるからいい」と語る。
6 Y	40	夫、13歳(女)、 10歳(男)	革製品、アクセサリー	12年前	独学	高卒	400万	160万	高卒後メイクの専門学校に通うもアルバイトではじめてのアパレル店員が本業になる。10年以上勤めて店長にもなるが、米兵目当てで行ったクレープで7つ下の大学生だった夫(日本人)と出会い結婚先行型結婚。出産後店員に戻るが激務で退職。またまた出かけたハンドメイドイベントで、自分でも作れるかと思い、試作。小さな雑貨店に作品をおいてもらい「作家さん」になった。「ダンナの給料の2倍ぐらい稼いだ時期もあった」とも。

(データは調査時のもの)

ずのハンドメイド作品を売ることができるのかという問いについて①資源の発見、②つながりの展開、③性的分業のとらえ直しという3つの分析軸でみていく。

4.1 資源の発見

まずは「作家さん」がどのようにハンドメイドという資源を発見したかという点をみていきたい。

アクセサリー作家であるVさん(33歳)がはじめて作品をつくったのは、結婚後新居となった市営住宅の一室だった。釣り糸にビーズやスワロフスキーをつけて試作すると、思いのほか満足できる出来栄であったため、それらをフリーマーケットに出品してみることにした。すぐに買い手がつき、その後も出品を続けた。ある日フリーマーケットの会場で退学した高校の友人と偶然に再会。その友人はアパレルショップに勤めており、店におくための穴なしイヤリングをVさんにオーダーした。すぐに制作して納品すると、イヤリングは評判を呼び、友人の勤務先が展開するA県下の7店舗で販売されることになった。

それまでは自宅で子どもをみながら制作していたのだが、前夫が転職して収入が減ったことも重なり、2歳の娘を保育園に預け、「パートはもう探さなくて、アクセサリーだけでやってみよう」と心に決めた。ほどなくして離婚。Vさんはますます経済的に逼迫したが、右手の障害を理由に「仕事はみつからないのはわかった」ため、祖父と実父の協力のもと以前祖母が営んでいたお好み焼き店を改装し、6年前、実家のすぐ近くで小さな雑貨店を構えることになった。

まず、Vさんの事例で注目すべきは、結婚後試作したビーズ作品がフリーマーケットで売れ、友人のつながりをとおして流通に乗り、パート労働と同程度の収入を得ることができるようになったという点である。つまり、生活のなかでみつけたハンドメイドは、市場で資源になりうるという発見があった。

一見すると、山崎が「『手芸』とは再生産を偽装した生産労働」と指摘したように(山崎 2005: 281)、趣味的制作(非生産労働)から販売行為(生産労働)まではかなりの距離があるように思われるのだが、「作家さん」となる経緯は共通している。家で制作したものを試しにネットオークションやフリーマーケットで売ってみたら買い手がつき、その途端、作品は商品となり、彼女たちは家内領域における1つの技術が公共領域における資源となることに気づいたという経緯である。

「まるでお店やさんごっこみたいだった」「子どもも自分もお客さんも楽しめて、しかもお金が稼げるから楽しい!ってなった」⁽⁶⁾(Mさん [45歳])との語りのように、「売れる」というその衝撃的な出来事をきっかけにして、中古品を扱うネットオークションやフリーマーケットから飛び出し、ハンドメイドイベント、縁あれば実店舗という市場へ繰り出して行く。市場には需要があり、そこで得た利益を原価や設備に再投資することで生産を拡大していく。そこには再生産を「偽装」した生産労働という認識における操作はみられないし、むしろあっけらかんと生産労働を受け入れている。しかし生産の限界を超える直前でどういうわけか生産自体を減ら

してしまう傾向にある（Mさん、Jさん〔39歳〕の事例）。この点については第5節で考察する。

このように「作家さん」となるためにはイベントのブース代（5,000～5万円程度）を払い、作品を展示した時点でなれるほどにその敷居は低いが、作家活動の継続にあたっては、1) つながりの維持、2) クオリティの維持、という2つの面での努力が必要である。まず1) つながりの維持については、イベント主催者であるLさんのような人と親しくなり、つながりを構築・維持していく必要がある。そして2) クオリティの維持については、木工同士、植栽同士、革製品同士など、同カテゴリーの作家は1つのイベントから排除される傾向にあるため、作品のクオリティはもちろん、陳列や販売に工夫をこらし売上を伸ばすことは次回のイベントに出店するための必須条件でもある。オーガナイザーとしてイベント全体の質の低下を防ぐため、Lさんは毎回出店者に売上と顧客数を報告させてもいる。

そして、自らも作家活動を継続する動機についてLさんは、

自分ががんばったものがすぐその場で現金化できるのは美味しいことだね。自分がやればやるだけ入るんだから、やりがいがあるし、今日も来てくれたねって思える常連さんもあるし。自分が社長になって、自分ががんばるだけでいいんだから⁷⁾。

と述べるように、「自分が社長」となって生産工程や生産量を自律的に管理しすみやかにキャッシュを手にする点は大きな魅力の1つとなっている。既婚女性にとって「資源の保有は経験や機会とならんで個人のコントロール感と密接にかかわっている」（西村 2009: 171）との指摘どおり、「作家さん」にとってハンドメイドという資源が貨幣という経済資本に交換され、それを保有・活用することによって自らの人生を自分で決めるという「コントロール感」を高めていることがわかる。

さらにこの「コントロール感」という自己決定による自己肯定感については、農村女性起業のケースを取り扱った鶴理恵子による「自己イメージの肯定的修正」（鶴 2007: 36）という概念でも表現できる。農村女性が自分の財布を持つことによって手にするものは、「①労働における主体性（テマから自分が船頭への変化）、②『自分』という存在の発見と思考の広がり（自分の欲求、考え、生き方を問う、他者との関係や社会との関係を見つめる）、③お金の自由→行動の自由→世界の広がり」であると鶴は述べているとおり、主婦が「自己イメージの肯定的修正」を行うために「自分の財布を持つこと」の重要性が示唆されている。

4.2 つながりの展開

本項では、前項で見た「つながりの維持」をどのような工夫をとおして展開していくのかについて具体的にみていく。そこで2つの傾向に焦点を当てる。まず1つはインターネットの活用レベルの高さであり、もう1つは委託販売というシステム

である。

まずインターネットについては、筆者がインフォーマルに接触した「作家さん」のほとんどが SNS を駆使して作家同士や常連客と交流しており、スマートフォンも所持していた⁸⁾。さらにイベントの告知もホームページではなくブログで行われている。なかでも L さんのように多くのイベントをオーガナイズする場合、各イベントでブログを立ち上げ、参加作家やその作品写真、ブースの配置図を投稿するといった応用をしている。ブログや SNS は作成が容易であるとはいえ、コンピューターについて公的教育でふれる機会がほぼなかった同世代の主婦たちとは対照的に、「作家さん」はインターネットメディアを駆使しながら作家間や客とのつながりを展開している。

つぎにシステムとしての委託販売にも注目したい。彼女たちのいう委託販売とは、自分の作品を他の「作家さん」に 20~30% 程度の委託費を払い販売を代行してもらう仕組みである。具体的には、作家業をはじめたばかりで 1 店舗のブースを自分の商品で満たせない初心者や、都合が悪くイベントに参加できないときなど、付き合いのある出店予定者をお願いして作品を置かせてもらい、その作品が売れたときに、売上のなかからお礼として 20~30% の委託費を払う仕組みだ。ほかにも人気作家の作品をおくと集客につながりやすいため、委託させてほしいと出店側から頼まれることもあるなどさまざまなパターンが存在する。しかし共通しているのは、そもそも雑貨店を構えていたり定期的にイベントに参加していたりとか何かしら売る手段をもつ「作家さん」とのつながりがなければ、委託自体成立しないということである。このように「作家さん」は委託販売をとおして持ちつ持たれつの互利的なネットワークを形成し、信頼関係を醸成、それらが次の委託販売を生んでいることがわかる。

4.3 どのような世界か

以上、フィールドデータを中心に、①資源の発見、②つながりの展開という分析軸でみてきた。それらの結果は、「『作家さん』とよばれる女性たちは、なぜ、どのように経済的価値を生み出さないはずのハンドメイド作品を売ることができるのか」というリサーチクエスションにどう答えられるだろうか。結果からは、既婚女性が家内領域でたまたまはじめたハンドメイドという生産行為が販売行為を契機に資源として発見され、それをもとにインターネットや委託販売というシステムをとおして作家間のつながりを展開し、クオリティ維持のために努力をしながらより幅広い市場（『マルシェ』という仏語が雑貨イベントの代名詞として好んで使われる）に繰り出すというダイナミックな姿を確認することができた。しかし、以上では「どのように」売っているのかについては答えているが、「なぜ」売ることができるのかについては答えられていない。これまで家族や友人のための「手芸」として「無償労働」の穴に回収されていたはずの作品を売するための意識に何か変化があったのだろうか。たとえば、4.1 の M さんの発言では、売ることに後ろめたさを感じ

ていないどころか「楽しい」と表現され、生産労働としてポジティブな意味付けがなされていた。そこでは再生産労働の「偽装」はなされていない。さらに、買い手側の認識についても、客へのアンケートではハンドメイド作品の魅力について「一点もの」(4人)に続いて「温かみ」(3人)という回答が主だったが、これまで無償での制作が前提だった手芸作品について、買い手側が「温かみ」と「唯一性」に対価を支払うようになった点も考えなくてはならない。

山崎は「手芸」が無償労働の「穴」に回収されていく仕組みは「手芸」をめぐる問題にあるとして、美術、家父長制、資本主義という3つのイデオロギーによる公私領域の序列化に起因するとした(山崎 2005: 375)。この論理を本節でみてきた「作家さん」の世界に当てはめると、経済的価値を生み出しているから「穴」に回収されていないと説明することもできるが、それではただの循環論法となってしまう。そうではなく、ここで考えるべきは、従来イデオロギーの「穴」に回収されていたはずの「手芸」作品が、なぜ「作家さん」の事例では経済的価値を生んでいるのかという点だ。

この問いをもとに、次節では、「作家さん」という呼称に注目しつつ、「作家さん」のジェンダー的位相を考察していく。

5 「作家さん」の呼称とジェンダー

本節では「作家さん」の呼称に注目し、なぜ「作家」で、なぜ「さん」という敬称がつくのかについて考えることで「作家さん」のおかれたジェンダー的位相を明らかにし、「手芸」作品が経済的価値を生む理由について考えていく。

5.1 作家であること

「作家さん」の1つの行為は、決定的に謎に満ちている。それは生産量の限界がきてもなぜ生産力や生産手段を拡大しないのかという謎である。市場からの需要があるなら労働者を雇い入れて生産力を強化したり、外注という生産手段を増やしたりと利潤を追求することも可能なはずなのに、生産量それ自体を減らしてしまうのはどういうわけか。

その答えは、作家としてのプライドを守るためだ。そう、彼女たちは「作家」なのである。これは非常に重要なポイントだと考えられる。大辞林(第2版)によれば作家という言葉には、小説家という意味のほかに「美術・工芸など、個人の表現としての芸術作品の制作者」という意味があるが、「作家さん」が自らの制作物を商品とはいわず「作品」とよぶのもこの意識の現れだろう。たとえば現場でよく耳にした「値切りをしてくる人がいる。ありえんやろ」という発言もまた同じである。「作家さん」はたとえ売れ残ったとしても定価を押しとおすのだが、そこには固有名詞としての作家のプライドと作品への自負心が表れている。また、ハンドメイドイベントにもさまざまな序列化が内々にはなされているのだが、幼稚園のバザーで

出品したりLさん主催のイベントよりも出店のハードルが低いイベントに出している初心者について、「裏地が付いてなくてうわって思ったりするよ。うちのイベントだったらありえない」(Lさん)と評すなど、布小物のあしらいに表れる技術の差異に作り手の矜持を見出していることがわかる。そのような作家としての自意識は他の「作家さん」への敬意にもつながり、そのネットワーク上にはお互いを尊重し合う豊かな土壌が育まれている。

いくなれば「作家さん」の自意識は売上の多寡として単純に計上することができない。たとえば固定的なファンの存在も忘れてはならないだろう。主催のLさんはイベントの前日まで出店予定の「作家さん」の新作をブログで紹介するのだが、それが新聞の折込チラシのような役割を果たしており、イベント開始前からショッピングモールのエントランスに並び、開店と同時に目当ての「作家さん」の新作を求めて駆け込む固定客がいる。鼠員の「作家さん」を囲みおしゃべりに興じる取り巻きがいる。このような客とのつながりや評価は、「作家さん」にとっての承認欲求を満たすものであり、制作の原動力になっている。たとえばJさんは筆者の目の前で繰り出されたショッピングモールの営業部長からの実店舗への出品依頼に「今でもストレスなのに、これ以上増やしたら楽しくなくなる」としてにべもなく断っていた⁹⁾。この言葉からわかるように「作家さん」にとって制作を「楽しむ」ことが重要なのであり、「楽しむ」とは、自律的な活動のなかで満足のいく作品をつくり、それを直接顔の見える関係の顧客に喜んでもらったり、作家同士のつながりをつうじ意識を高め合ったりすることなのだ。

一方で「楽しむ」を追求することは、稼得を放棄することを意味しない。矛盾するようだが、「作家さん」にとって作家業はあくまでも現実的な収入手段の1つであり、パート労働の代替手段ともとらえられている。たとえばJさんは、長男との密室育児から逃れる道筋をつくるためにドーナツチェーン店でパートをはじめることになった。しかし「働いてたら、家事と疲労だけで1日が終わってしまう。その頃が一番キツかったかもしれないですね。子育てしながら外で働きに行くのは大変だったから、下の子が生まれたらすぐに辞めようと思った」と話すように、ケア労働との両立の難しさからパート労働を諦めることになった。さらに木工作家のTさん(39歳)は、子どもの幼稚園費用を稼ぐために作家業と平行してサンドイッチ製造ラインのパートをしたことがあるが、「1日中立ちっぱなしで働いて、8,000円程度でしょ。そのときちょうど夏休みの前で、学童保育もいっぱい入れないっていうし、幼稚園の預かり保育も1日1,800円もするっていうし、働き続けるのは無理だと思って結局3カ月で辞めました。ここだったら5万とか、大きいイベントだったら15万とか稼げるから」¹⁰⁾とパートと比較した作家業の優位性について語った。さらに冒頭のVさんの事例からは、利き手に障害をもったシングルマザーの彼女にとって労働市場に参入する機会のごく限られていることがわかる。以上の話を総合すると、家内領域で遂行できる「作家さん」の自律的な活動と比較して、公共領域におけるパート労働の画一性、時間拘束性などの家事労働との両立の難しさ

は、子育てというケア労働の担い手であったり不利な条件を持った女性たちにとって大きな足かせになっている。

収入面ではどうか。先の T さんの事例でも示されたが、イベントを主催する L さんによれば、参加する「作家さん」の 1 日当たりの平均売上は 5~10 万、利益率は 50~60% とのことである。パート労働の収入が月 10 万円弱だとすると、1 カ月に 2,3 回イベントに出店すればパートと同程度の収入が得られるという計算になる¹¹⁾。作家業は自ら時間を調整し、参加イベントの性格や回数も自分で選択することができる。パート労働の圧倒的な受動性と比して、自律的な能動性が残される作家業は、「自己イメージの肯定的修正」(齋 2007: 36) を可能にし、大量生産を追求する資本主義経済システムに単純労働者として加わるよりも優る価値をもつことを、「作家さん」は知らず知らずのうちに嗅ぎとっている。いうなれば彼女たちの自律的な労働的行為は、「公共／家内領域の分離」という画一的な区分、さらにはそこで区切られた労働のあり方自体に疑問をつきつけている。

5.2 「作家さん」であること

つぎに「作家さん」の呼称に注目していきたい。なぜ作家ではなくて「作家さん」として区別されているのか。山崎は、「『手芸』は日常性や実用性を備えた『手仕事』という意味において「工芸」と明確な区別をすることができない。その差を決定付けるものは、作り手のジェンダーなのである」(山崎, 2005: 7) と述べ、近代以降「工芸」が「美術」と「工業」のはざまに多様化した一方、「手芸」は「工芸」から切り離され、伝統的技能を意味する「技芸」に包含されつつ、「伝統的に「女性」が行ってきた手仕事として位置づけられてきたと説明する(山崎 2005: 375)。山崎の論理に従えば、近代国家のジェンダー編成により劣位に制度化された「手芸」だからこそ、その担い手たちには「作家」とは区別された呼称が使われていると考えることができる。

それを示すかのように「作家さん」の価格設定は驚くほどリーズナブルだ。L さんとイベントを主催する Q さん(40 歳)は、個展で人気を博す絵本作家が雑貨イベントに出品した際、個展の価格設定のままでは「全然売れなかった」というエピソードを話してくれた。

絵本作家は高島屋とかで展示して、お話して売る感じ？ 売るためには場所を選ばないといけないんですよ。芸術家にはモチベーションが高くて、『ハンドメイドイベントなんかに出ない』っていう人もいる。そういう芸術家はわかってくれる人だけに出せばいい。でも、「作家さん」の場合、どこにでもある、隣にもあるというのが特徴。花柄が流行ってれば皆花柄を作り、ファスナー付きのポーチが流行ってればそれを作る¹²⁾。

価格をいくらに設定するかは作家のプライドや意地が現れる局面の 1 つだが、総

じて「作家さん」の価格設定が低いということは、前項と矛盾するようだが、「作家さん」が作品の質にかんしてそれほど執着していないことを示している。こだわり抜いた品質の高いものを少量、高額で売るといふよりむしろ、「どこにでもある」ものを度を超えない程度に生産し、薄利多売の販売戦略を採ってコンスタントな稼得がめざされている。

この「作家さん」作品の低価格性についてどう考えたらいいのだろうか。農村女性起業について論じた渡辺めぐみは都市の消費者が抱く農村女性の「おかあさん」というイメージこそが、農村女性の感情労働の搾取を隠蔽していると指摘する（渡辺 2011: 156）。渡辺の議論は「作家さん」にも適用可能だ。消費者による、「作家さん」にまつわる「主婦＝おかあさん」というイメージこそが、「作家さん」作品の価格を低くする1つの要因となっている。さらに「作家さん」当事者の中にも作家業は仕事とは思っていないと言い切る者もいる。Iさんは高校を卒業してから水泳のコーチや事務職に就き、出産を期に専業主婦になり、「作家さん」になった。

仕事のようなものだけど、仕事じゃないですね。本当はパートの方がお給料はいいけど、こっちの方が精神的に充実している。好きなことなので、すごく楽しいですね。12年間主婦をやってきたので、パートに出るのがこわいというのも正直なところかな。自分のお店ですか？ いまはお小遣い程度しか稼がないから、技術を磨いて、どうにかならないかなとは思いますが、ビジネスとしてじゃなくて、仲間と一緒に立ち上げられたらいいですよ¹³⁾。

この語りからIさんは、フルタイムのパートで得る「お給料」や1人で作家としてビジネスで成功することよりも、仲間との関係性や好きなことをすることによる精神的な充実におきかたを置いていることがわかる。

このように、「作家さん」の呼称は、主婦というジェンダー的位相を端的に表している。市場労働よりも劣位におかれた家事労働を担う主婦だからこそ、商品に費やした労働量は安くみなされ価値が低いのだと、そして本人たちもそれを織り込み済みである。とはいえ、昨今のナチュラル系ブームに押され、市場に需要がある今のところは生産量を増やせばパート程度には稼ぐことができるが、「作家さん」の存在自体が主婦という前提にある以上、つくってもつくっても薄利という構造からは逃れられない。

5.3 なぜ経済的価値をもつのか

以上「作家さん」が作家という自律的な創造的労働者としての自己認識をもちながらも、一方で、主婦という構造的なジェンダー的周縁性や消費者のイメージによって低価格となる理由についてみてきた。では、リサーチクエスションである、なぜ、低価格といえども経済的価値をもつのかについてみていきたい。

まず、売り手、買い手双方の認識や社会的背景について考えなければならないだ

ろう。売り手側をみれば、女性の労働者化、そして、流通経路の多様化が挙げられる。1990年代後半からジェンダー平等政策や少子化対策、働く母親対策が進められているが、一方で待機児童問題や非正規労働者化、女性の貧困化など、女性たちをとりまく貧弱な雇用環境下で、キャリアのない既婚の中年女性が選び取ることのできる自律的な労働は極めて少ない。一方で、自らの生産物に値がつき、週1回のペースでイベントに出店をすればフルタイムのパート程度の収入を得られる「作家さん」の仕事は、JさんとTさんの事例からもわかるように魅力的だととらえられている。くわえて、1990年代後半からネットオークションやフリーマーケット、コミックマーケットや農家の産直市場など市場を介さない売買のあり方と流通経路が生活空間に浸透しはじめ、「作家さん」作品の販路ができた。

それは買い手側にも共通していて、市場を介さない売買のあり方に慣れたこと、そして、スローライフ、ナチュラル系ブームにみられるように、大量生産される商品から生産者の顔のみえる「一点もの」へと消費のあり方が多様化することによって「作家さん」作品へのニーズが生まれたのだ。そして、「一点もの」という個性はファンを生む。5.1で述べたように、「作家さん」とファンとの関係性、そして「作家さん」同士のリスペクトし合える関係性は、次回作のアイデアを生む。それらは作家それぞれの感性にもとづいてアレンジされ個性をもった商品となり、その付加価値に共鳴した消費者によって買われる。

ここでリサーチクエスションに答えるならば、売り手と買い手双方の意識の変化と社会認識の変遷、流通経路の多様化、そして、作品をめぐる支配や命令のない自律的な協働がハンドメイド作品に交換価値を与え、オリジナルのマーケットを形成、「作家さん」は売ることができている。

6 主婦か、それとも労働者か

本稿は、「作家さん」というハンドメイド作品を自ら売る主婦たちに焦点を当てながら、なぜ、どのように「作家さん」はハンドメイド作品を売ることができるのかについて考察してきた。具体的には、先行研究で論じられた、美術、家父長制、資本主義という三つ巴のイデオロギーによって無償労働の「穴」に追いやられてきた「手芸」が、なぜ、現代の「作家さん」たちにとって稼得源となるのかについてフィールドデータを用いながらみてきた。

最後に、「作家さん」は主婦なのか労働者なのかについて考えてみたい。まず労働者かという点については「作家さん」は主婦として無償の家事労働をしながら、つくり売るという行為だけ取り上げれば生産労働をしているようにみえる。意識としても、一連の活動は低収入であるが無償ではなくパート程度には稼ぐことができるため生産労働の1つとして自覚されている。しかし、「作家さん」は生産手段を自己所有しており、労働力商品として売買されているわけでもない。くわえて内職・家内労働者とは異なり業者からの委託請負契約関係にはないため、あくまでも

自律的に生産し、販売している。このような「作家さん」の労働についての言及困難性は、一連の活動が従来の市場労働の概念をはみ出してしまっていることを意味している。

では、「作家さん」は主婦なのか。ここでふたたび言及困難性に突き当たる。「作家さん」の大多数は主婦であり、主婦を前提とした存在であるのは上述したとおりだが、従来語られてきた主婦とは「大企業に勤務する男性労働者である夫-その扶養下の妻」がモデルとされており、女性労働研究においても、主婦研究においても、注目されるのは高学歴の女性ばかりで、主婦の複雑な階層状況を取り出す試みは最近になるまでなされてこなかった（原・盛山 1999; 盛山 2000; 岩間 2011; 橋本 2018; 周 2019）。

階層についての視角は筆者にとって今後の大きな課題であるが、結果的に今回調査した「作家さん」のほとんどは中高卒であり、1990年代に学卒就職時期を迎えた彼女たちは、特に女性には不利な就職状況（三隅 2008）におかれていた。大学を中退後、水商売や化粧品店の代理店営業を経て結婚に至ったTさんが、「ちゃんと大学出てるわけでないし、自信みたいなものもない。仕事はすごいストレスで、食べれない、眠れないだったから、結婚してすごくホッとした」と語るように、中高卒の女性たちがバブル崩壊後の社会を生き延びるための防波堤として結婚が機能していたことは否定できない。

このように、主婦としても労働者としても「作家さん」に言及する上での困難性は、山崎をはじめとする従来の議論の限界を明らかにする。「作家さん」たちにとって、学卒後社会の荒波に放り出され、結婚という小舟に乗り、何とかつかみとった資源こそが主婦的生活のなかに転がっていたハンドメイドという技能だった。いくなれば彼女たちは「公私の領域分離」イデオロギーで分けられた家内領域に立脚しつつ、「異なる社会イメージ」をもつのもなく「偽装」するわけでもなく生産労働をあっけらかんに行っている。その実践の結果として、彼女たちの実態はイデオロギーの二分法からはみ出してしまっているのである。

江原由美子は、ジェンダーによって不均衡に配分された「家事労働の強制」（江原 1991: 121）こそが問題なのだとことわりを入れつつも、積極的に家事労働を選び取っている女性たちの戦略を否定することはできないし、彼女たちの家事は楽しいという感覚は、近代の個人主義的な「労働」という概念のおかしさを止揚するために必要であると指摘している（江原・小倉 1991: 107）。近代以前の労働の概念が本来、遊戯的なものとしたら（今村 1988; 大沢 [1975]1994）、つくろい、改善し、創造し、仲間と体験を分かち合うことは「楽しみ」であり、ひょっとしたら遊戯的な行為ともいえるかもしれない。おまけに「作家さん」はそれでお金を稼いでいる。自分でつくった作品を売って楽しく対価を得ることは、働くことに価値がかけられる現代社会において大きな自己承認の契機になるだけでなく、疎外されない、労働のオルタナティブなモデルをも示している。

繰り返しになるが、なぜ「作家さん」は売ることができるのかという問いに戻れ

ば、「作家さん」の労働が、雇用されない、自律的な協働としてのオルタナティブな労働のあり方を提示しているからである。オルタナティブな労働とはすなわち、商品を生産し販売する過程で家族や仲間と協力し、信頼をつちかひながら、他者からの支配や命令なしに労働する実践である。そしてそこから生まれる商品群は、ジェンダー的周縁性によって劣位におかれながらも、生産者とその協力者たちの顔のみえる商品としての個性を帯び、だからこそ付加価値をもつ。もちろん「作家さん」のほとんどが主婦であり、夫やパートナーの経済的サポートがあるからこそ好きなことができるのであるが、シングルマザーのVさんや離婚経験のあるLさんのように、配偶者の経済的サポートがなくともかろうじて勝負できる土壌がそこにはある。しかし当然のことではあるが、ブームはいつかは去りうるだろう。そのときに「作家さん」たちがどのように次なる生存戦略をとりうるのか、見届けていきたいと思う。

【注】

- 1) 本稿では主婦を「夫の扶養下にある既婚女性」と定義している。
- 2) ハンドメイドイベントの市場規模を大まかに把握するために、たとえば「手づくり市ガイド」というポータルサイトを見ると、2020年2月に登録されているイベント数は112で平均すると全国で1日約4回の割合で開催されている（プレマガジン2020）。1つのイベントで30人の「作家さん」が参加するとしたら、月に累積3,500人程度、年間でのべ4万2,000人程度の「作家さん」が活動をしていることになる。Lさんによれば1人1日当たりの売上高は5~10万円とのことなので、平均7万5,000円とすると、本サイトに掲載されているイベントだけでも、全国の市場規模は約31億円と推計できる。
- 3) 大宅壮一文庫雑誌記事索引検索 web 版によると、ハンドメイドの作品を販売する市場である「手作り市」や「ハンドメイドイベント」が雑誌記事に登場するのは2004年の『Lingkaran』からである。A市ではおおよそ2005年頃からスーパーの駐車場や公民館を借りて少数の「作家さん」の手でイベントが開催されはじめた。
- 4) 記録方法は、第1期は参与観察を平行したために手書き、第2期はインタビューを中心に据えた調査であったために録音を選択した。
- 5) 本稿を公開するにあたり、掲載したすべての調査対象者には承諾を得ている。
- 6) 聞き取りは2013年11月14日に行った。（）内は筆者の註釈である。
- 7) 聞き取りは2012年10月30日に行った。
- 8) 調査時スマートフォンの普及率は18%（日経BPコンサルティング2012：第4段落）。
- 9) 観察は2014年3月21日に行った。
- 10) 聞き取りは2012年10月23日に行った。
- 11) 聞き取りは2019年1月9日に行った。
- 12) 聞き取りは2012年10月8日に行った。
- 13) 聞き取りは2013年11月30日に行った。

【文献】

筑紫哲也, 2006, 『スローライフ——緩急自在のすすめ』岩波書店。

- Dalla Costa, Mariarosa, (伊田久美子・伊藤公雄訳, 1986, 『家事労働に賃金を——フェミニズムの新たな展望』インパクト出版会.)
- 江原由美子, 1991, 「家事労働を『強制』するメカニズム」小倉利丸・大橋由香子編『働く／働かない／フェミニズム——家事労働と賃労働の呪縛?!』青弓社, 115-22.
- 江原由美子・小倉利丸, 1991, 「女性と労働のねじれた関係——フェミニズムと身体搾取論はどこで交差するか」小倉利丸・大橋由香子編『働く／働かない／フェミニズム——家事労働と賃労働の呪縛?!』青弓社, 66-107.
- 藤井和佐, 2007, 「女性の社会参加と地域社会」落合恵美子・山根真理・宮坂靖子編『アジアの家族とジェンダー』勁草書房, 207-25.
- 原純輔・盛山和夫, 1999, 『社会階層——豊かさの中の不平等』東京大学出版会.
- 橋本健二, 2018, 『新・日本の階級社会』講談社.
- 姫岡とし子, 2008, 「シンポジウム『公私二元論の再考』に参加して」『立命館言語文化研究』19(4): 237-41.
- 今村仁司, 1988, 『仕事』弘文堂.
- 石川ゆみ, 2005, 『リネンで雑貨——手づくりの愉しみ』文化出版局.
- 岩間暁子, 2011, 「ジェンダーと社会参加」斎藤友里子・三隅一人編『現代の階層社会3 流動化のなかの社会意識』東京大学出版会, 325-40.
- 菊池しほ, 2003, 『布こものにニットを少し——handmade ZAKKA』文化出版局.
- Matchar, Emily, 2013, *Homeward Bound: Why Women are Embracing the New Domesticity*, New York: Simon & Schuster. (森嶋マリ訳, 2014, 『ハウスワイフ2.0』文藝春秋.)
- Mitroff, Sarah, 2013, 「手づくり品を売る『Etsy』, 世界に拡大」, WIRED ウェブサイト, (2014年2月18日取得, <http://wired.jp/2013/01/30/etsy-gets-big-in-2012/>).
- 三隅一人, 2008, 「社会関係資本としての学校——若年層の職業機会を中心に」太郎丸博編『2005年SSM調査シリーズ11 若年層の社会移動と階層化』2005年SSM調査研究会, 37-55.
- 永田えり子, 2000, 「公私の分離は必要か?——フェミニズムと公共性」『社会学評論』50(4): 603-16.
- 長瀧菜摘, 2013, 「“非モテ”雑誌『リンネル』がバカ売れの理由——ナチュラル系という, 巨大勢力」, 東洋経済オンライン, (2014年2月19日取得, <http://toyokeizai.net/articles/-/25921>).
- 中道仁美, 2011, 「農村を元気にするカギは女性の社会的起業」『AFCフォーラム』59(9): 7-10.
- 仁平典宏, 2011, 「揺らぐ『労働』の輪郭——賃労働・アンペイドワーク・ケア労働の再編」仁平典宏・山下順子編『労働再審5 ケア・協働・アンペイドワーク——揺らぐ労働の輪郭』大月書店, 11-44.
- 日経BPコンサルティング, 2012, 「ニュースリリース」, (2019年2月4日取得, <https://consult.nikkeibp.co.jp/info/news/2012/0726sp/>).
- 西村純子, 2009, 『ポスト育児期の女性と働き方——ワーク・ファミリー・バランスとストレス』慶應義塾大学出版会.
- 小幡小織, 2004, 『わたしらしく, 暮らしたい. ——小幡小織さんのソーイングレシピ』日本ヴォーグ社.
- 落合恵美子, [1994]2004, 『21世紀家族へ——家族の戦後体制の見かた・超えかた』(第3版)有斐閣.
- 岡野八代, 2012, 『フェミニズムの政治学——ケアの倫理をグローバル社会へ』みすず書房.
- 大沢正道, [1975]1994, 『遊戯と労働の弁証法』紀伊國屋書店.

- 澤野久美, 2012, 『社会的企業をめざす農村女性たち——地域の担い手としての農村女性起業』筑波書房.
- 盛山和夫編, 2000, 『日本の階層システム4 ジェンダー・市場・家族』東京大学出版会.
- 周燕飛, 2019, 『貧困専業主婦』新潮社.
- 高野剛, 2005, 「内職・家内労働研究の課題と分析視角——在宅ワーク研究の進展のために」『大原社会問題研究所雑誌』564: 47-60.
- 手づくり市ガイド, 2020, 「イベント」プレマガジン, (2020年2月7日取得, <http://art.fmfm.jp/?date=20200201#calendar>).
- 鶴理恵子, 2007, 『農家女性の社会学——農の元気は女から』コモンズ.
- 上野千鶴子, 1990, 『家長制と資本制——マルクス主義フェミニズムの地平』岩波書店.
- 渡辺めぐみ, 2011, 「『消費される農村』と女性労働」藤原千沙・山田和代編『労働再審3 女性と労働』大月書店, 135-59.
- 大和礼子, 2002, 「『家事』はどのようにとらえられてきたか? ——『公共/家内領域の分離』という社会認識との関連から」『関西大学社会学部紀要』33(3): 75-135.
- 山崎朋子, 2005, 『近代日本の「手芸」とジェンダー』世織書房.

(原稿受付 2017.6.17 掲載決定 2019.12.16)

**The Act of Labor of Handmade-Housewives:
About the Housewife's Handmade Products and the Boundary of the Spheres
between the Public and the Private**

SATOMURA, Wakako

Kyushu University

w.satomura@gmail.com

This report aims to clarify the fluctuation of separate spheres between the public and the private that social science after modern premised. Specifically, this paper examines it through fieldwork to housewives of the handmade group “Sakka-san” through the research question why they can sell their handmade craft. This paper presents how they discover their resources in the private sphere and how they stand in the market and maintain relations within the group and between companions. Accordingly, this paper highlights how “Sakka-san” protrudes without realizing the boundary of the separate spheres.

Furthermore, I focus on not only their name “Sakka-san” but also on the low price of their work. Their name alludes to their motto that is “less than professional but more than amateur”.

Although “Sakka-san” is comprised of housewives, they sell their work. For that reason, the framework of the separation between the public and private spheres cannot capture them. On the other hand, it cannot be said that they are free from the both of spheres. They are placed in subordination because of gender. No matter how creative and autonomous society they are, they intend to indicate the alternative to overturn the conventional labor model.

Key words: housewives, fieldwork, unpaid work

(Received Jun. 17, 2017 / Accepted Dec. 16, 2019)