

商品資料館便り

明治大学における 商品資料収集と博物館運営

明治大学博物館学芸員
外山 徹

昨年の六月、貴学の商品資料館を訪問した折、陶磁器、漆器、金工品といった工芸品の数々や繊維製品の見本類に茶葉・コーヒー豆の瓶詰標本などを目の当たりにし、各々の収集時期は異なれども、小職が担当している部門の収蔵資料との相似性にあらためて感慨を深くした。

当館「商品」部門のルーツをたどると、一九五〇年代前半に始まった商学部教員による天然素材から石油化学製品に至る原材料標本、穀類・コーヒー豆・鉱物など貿易商品の収集に行き着く。一九五七年に商品陳列館（後、商品博物館）が設置され、その頃から収集品は地方物産品、すなわち陶磁器、漆器、染織品など今日で言う伝統的工芸品が目立つようになった。一九六〇年代後半の大学紛争による閉鎖の後、一九七三年にあらためて商学部の付属施設として再興された。その頃、花形商品であった自動車や新型家電については映画フィルムやカタログなど二次資料を収集・活用することとし、実物は地方物産品収集以来の伝統的工芸品を取り扱う方針が採用されている。同じ頃、通商産業省（現経済産業省）が「伝統的工芸品産業の振興に関する法律」を制定（一九七四年）しており、経済成長の結果生じた都市一極集中や環境破壊をきっかけに地域色、伝統文化、自然保護への関心が高まりを見せた時代背景を指摘できる。

それにしても、なぜ商学部の教員はすでに産業

としてはあまりに零細な業界に注目したのだろうか？ 実際、伝統的工芸品産業の研究を専門とする教員がいたわけではない。高度成長後の時代相について、刀根武晴第三代館長が「不確実性の時代、不透明の時代」「選択の時代など色々な形容詞を冠して呼ばれる一九八〇年代」（『明大商品陳列館報』五号、一九八二年）と評し、混迷を打破する「現代文明の原動力」として「手づくりの文化」に言及、「伝統的な社会において」「単に商品生産のための技術ではなく、生活のための技術が文化として存在」し「人間がどのように才覚を発揮して商品形態を作りあげ、生活文化を形成させてきたかを今こそ見直すことが必要」（同六号、一九八二年）と述べているのがヒントになるかもしれない。すなわち、先行き不透明な時代、自らの専門とは異なる視点からインスピレーションを得る意図で伝統工芸に注目したのではないかと考える。



最初の商品陳列館展示室（1960年代）



2016年3月にリニューアルされた展示室

一九九二年には学内の他博物館と事務所管部署を統合するため商学部を離れ、再興を担った教員が順次退職する内、博物館活動は生涯教育にシフトし、学部の教育・研究とは距離の離れた時期もあった。二〇〇四年四月に刑事博物館・考古学博物館と統合し、新たに明治大学博物館が発足した際、研究体制の再構築が図られ、商学部教員と連携した調査・研究活動が始まった。伝統的工芸品を高付加価値商品と位置付け、複合的な価値形成やブランディングなどの動向に注目したが、二〇一〇年代に至って伝統的工芸品はデザイン性の高いスタイリッシュな高級商品として注目される動向が出てきた。小規模経営ならではのSNSを介したダイレクトマーケティングや、情報化社会によってもたらされた人々の趣向性の多様化に対応する多品種少量生産のあり方という点では、地方物産収集の一九六〇年代とも異なる、二一世紀初頭の時代相を反映した商品資料収集が現在進行中である。

これまでの活動を振り返って

商品資料館企画室長

経営学科准教授

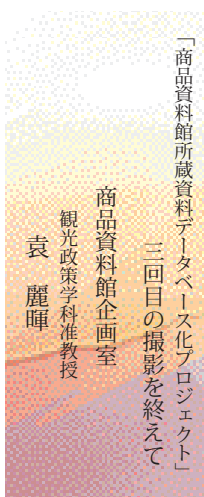
柳田 卓爾

二〇一七年四月に商品資料館企画室(臨時)が発足してから、今年で七年目となります。専門家不在の集団に、何ができるのか、どこまでできるのか。不安と迷いの中、手探りの状態で、企画室は出発しました。初年度末に提出された「活動報告2017」によると、企画室設置が承認されたことに加えて、アドバイザー就任、他大学からの資料館見学・担当者との意見交換、「河井寛次郎展」などへの視察、オープンキャンパスでの商品資料館の活用などが、報告されています。

その後、「河井寛次郎展」での展示であったり、日本陶磁協会「陶説」(二〇一九年一月号、三四〜四三頁)に取り上げていただいたり、一橋大学で開催されたシンポジウム「商品学と工芸史のはざま 一橋大学と山口大学の所蔵資料から考える商業教育史」(二〇一九年一月八日開催)に参加したり(詳細は、『商品資料館便り』第二二号参照)、山口大学の学術資産継承事業成果展『宝山の一角』にて展示したりなど、地道に活動を続けてきました。しかし、コロナ禍の折、これら継続してきた取り組みも、縮小せざるを得ない状況となりました。

コロナ禍もようやく落ち着いてきたと思われる二〇二二年度の活動報告(『活動報告2022』)を見ると、山口大学学術資産継承事業「学術資産データベース」との連携、施設

見学や資料の貸し出し(地元企画展での展示)などが記載されています。また、本年度(二〇二三年度)には、専門家の方々の施設見学や資料調査が三件、実現しています(二〇二三年一月末時点)。その中には、二〇一九年開催の一橋大学にて開催されたシンポジウムに参加され、その流れで、山口大学経済学部商品資料館にお越しいただいた専門家の方もおられました。少しずつではありますが、専門家の方々のネットワークに、商品資料館が目留まるようになってきているのではないかと期待しています。



十一月十二日の夕方、たまたまつけたテレビにeテレのこども手話ウィークリーが放送されていて、国立科学博物館がいます。困っているというお話でした。番組の最後にはキャストの工藤咲子さんが「皆さん、国立科学博物館に行ってくださいね、それは博物館への応援になるから」と呼びかけました。

コロナの影響もあるでしょうが、情報伝達手段が大きく飛躍した今、美術館や博物館に行かなくても色んなことについて調べる、知ることができ、すごく便利な社会になってしまいました。美術館や博物館の入館者数が右肩下がりになった一因でもあるでしょう。

山口大学商品資料館一階の展示室に入ると、左手の展示ケースに人形が展示されています。制作時期は分かりませんが、島津製作

所さんが大正四年十一月に寄贈してくださいましたものもあります。大正の時代なので、白黒写真はまだ珍しいもので、カラー写真をみるチャンスはなかったのでは、と考えられます。当時の学生たちは日本以外の人々の様子をこれらのカラフルな人形で認識できたことでしょう。

時代の移り行きで、商品資料館の展示品は過去の役割にお別れを告げました。現代を生きる私たちはどういふふう先に人たちが時間とお金をかけて収集してきたものを展示し、より多くの人々に来てもらえるか考えなければなりません。

素人の考え方もありませんが、美術館の展示品は点より線で展示する方が来館者によりよく理解してもらえます。美術品ではありませんが、商品資料館の所蔵品は同じ類別なものも多く、災害等による損害もほとんどないため、点より線(その線の長さを別にしないで)になっているのではないかと考えられます。ただ、どういう線で見えていくか、所蔵品の範囲の広さから色んな専門家の見地が必要だと認識しております。これもいまの商品資料撮影プロジェクトの目的の一つになっています。

商品資料館の商品撮影は今年で三年目になります。商品を撮影し、データベース化にしていき、商品資料の管理の効率化を狙っています。また、いずれ写真付きのデータをネットに公開し、遠方の方々やお忙しい方々からネットで見たいだいて、その方々の中から「あ、面白い」と思い、商品資料館に来ていただける方、自分のご研究に関係する新しい

点を見出したり、すでに持っている点を繋いで、線にできたりする専門家の方も現れるでしょう。

「百聞は一見に如かず」、IT技術はこの「見」の解釈をずいぶん拡大してきました。ですが、上述した人形のケースの前に立つて、三人の老人が面白そうに本を読んでいる人形(明治三十九年、井上清介氏寄贈)をじっくり見ているうちに、その時代の日本人の識字率がすでに高いなという考えが頭をよぎる、ということもありました。これは現場に行き、じっくり見る、じっくり考える、同じ空間にいる方々とじっくりコミュニケーションをとることの特典かもしれません。

編集後記

現在、企画室では、室員間のコミュニケーションを円滑にするために、Weexを用いている(メール等との併用)。しかし、ご承知の通り、山口大学では、Google Workspaceへの移行が進められている。この際、課題となるのが、Weexに蓄積してある「様々なデータ(ファイル、メッセージなど)」へのアクセスがどうなるのか、である。Google Workspaceへのデータ移行は、うまくいくのだろうか。専門知識のない私は、戦々恐々としている。(商品資料館企画室長・経営学部経営学学科准教授 柳田卓爾)

