

食玩に関する生活文化学的研究 IV 生活財としての食玩の表象文化的研究 —贈答にまつわる図像の渡り—

森 田 雅 子
(武庫川女子大学 生活環境学部 生活環境学科)

Research about the cult product *shokugan* (prize collectables)

Part 4

Masako Morita

*Department of Human Environmental Sciences,
School of Human Environmental Sciences,
Mukogawa Women's University, Nishinomiya 663-8558, Japan*

The cult product *shokugan* seen in relationship to the human activities of collectionism and consumption of images which is most evident in souvenir articles. Attempts to interpret the migration, and conflation of mass-media images which we see in certain small household articles (*bibelots*), indicating animistic traits present in the human pursuit for happiness. Comparative cultural research in Kochi, Japan as well as in Rome, Italy.

筆者は武庫川女子大学生生活環境学科内 食玩研究会メンバーとして5年目を迎え、経過報告として平成21年(2009年)8月31日日本家政学会大会での口頭発表を行なった¹。食玩を「愛玩グッズ」と解釈し、食玩、及び食玩と類縁関係にある生活財の表象文化的研究の報告を行ない、アニミズムとの関連での仮説を提示した。フィールドワークや食玩データ化作業を通じて生活行動に於ける図像消費を探り、人間の装飾・象徴衝動の一環で捉える一図像の「渡り」「獲得」「融合」の様相を明らかにした。本研究は次の4章より構成される。

1. 生活財「食玩」の創出・系譜の再検討
2. アニミズムとの関連性 解説 — 愛玩グッズ 蒐集・展示の意味
3. 土産と食玩の共通項と違い — そこから見えてくるもの
高知県四万十川流域・イタリア／ローマ巡礼の都—おみやげ事情
4. 結びと今後の展開 — 「一口サイズの標本」食玩を集める行為の示唆するもの

1. 生活財「食玩」の創出と系譜の再検討

平成11年(1999年)にフルタ製菓はすでにチョコエッグの販売を始めていた。かつての食玩メーカー最先端にあったフィギュアメーカー海洋堂企画関係者の発言からも食玩はチョコエッグに始まったと考えてよい²。食玩は「ブラインド・プレミアム(Blind premium)」, つまり同封され、外から判別できないオマケであり、また駄菓子についているオマケ「(Candy toy)」であり、そしてチョコエッグのように「サプライズ(Surprise)」, 言い換えればお菓子本体に埋め込まれたオマケでもある。

まず食玩の「先祖」はオマケであるといえる。豆玩、玩菓などオマケは昔からあったに違いない。戦前戦後のオマケの歴史をふりかえれば、グリコ製菓の創業者江崎利一の企業理念の核となった「教育と食

育の出会い」が画期となり、これがお菓子と遊びの親近性を、お菓子と「オマケ箱」の抱き合わせ商品でかたちにした結果、大ブレイクし、多くの追随者があらわれた。

しかし食玩の直接の起源は流通上の便宜から派生したものであった。つまり当時すでに全国2万店舗を超えていた各コンビニ店内の食品売場にフィギュア玩具を置いて販売するために、流通上のトリックとして抱き合わせ商品で「食品玩具」として発売したのである。コンビニにはレトロな郷愁をいさぐ後期若年「たそがれ族」が廉価な単価数百円の慰みを求めて、ブラインド性(コレクション性)、ギャンブル性(神託性)を味わう「箱買い」などを行なった。

男性情報誌『スコラ』誌面上(2000年6月)に掲載された「これが食玩 Shock-gun ワールドだあ!…構成/食玩地球防衛隊」という記事でバンダイ キャンディ(トイ)事業部が、「食玩」という用語は、「食品玩具」の省略形であるとしているⁱⁱⁱ。筆者はこの記事の主旨を、海洋堂発のフィギュアが仕込まれているチョコエッグなどに対抗して、バンダイと関係の深いアニメ系フィギュアを含む食玩の定着を狙ったものと推測する。

それでは食玩の典型的実例とはどのようなものか。それは、たいてい6.5センチ幅×11.5センチ高さ×3.5センチ奥行きの箱に玩具が詰められている。一般的な食玩の箱には建前の「食品」(ラムネ1個)と、本体の「玩具」が入っている。「玩具」は様々なパーツがプラスチックの小袋に分けて分類され、組み立ての指図や展示方法を示唆するミニチュアサイズのパンフレットなどとともに箱詰めされていることもある。

後述するように、食玩自体にもさまざまなジャンルがあり、食品以外にもさまざまな商品(CD)、懸賞、特典などの組み合わせがある。李御寧の指摘する日本に特有の「縮み志向」の発露がそこにあるかのようである^{iv}。人間・擬似人間・キャラクター・動物/植物コレクションや食材(供え物)やさまざまな道具、特殊車両、装備など、「一口サイズ」の思い出をかたちにし、蒐集していく楽しみを提供してくれるのである。

2. アニミズムとの関連性 解説 — 「愛玩グッズ」蒐集・展示の意味

たとえばいわゆる「オタク」とよばれる一群の人びとの部屋の装備としての食玩などの置物の役割についてひとつの解釈を提案したい。神殿や墳墓は家の元型を模るとい説がある。ここで逆に「オタク部屋」を墳墓に見立てれば、置物やインテリア雑貨は家を模る墳墓の副葬品のようでもあり、さまざまな造形物が供えられているとも見受けられる。実に縄文期からすでにさまざまな造形物が副葬品として出土している。その解釈もさまざま^{かたど}、たとえば土偶には人形(ひとがた)説、形代(かたしろ)説、玩具説などがあるという。ともかくもその模るところの「思い出」との「つながり」あるいは「再現性」がこのような置物の核心にある。筆者は食玩類縁生活財、つまり「愛玩グッズ」を「仄かな憑霊」の手段と考える。

ここでテネシー・ウイリアムズ作の戯曲『ガラスの動物園』(1944)におけるオタクの先駆的な事例を見たい。トム・ウイングフィールドは没落した南部富裕層出身の母親アマダ、妹ローラと暮らしている。トムは一家を置き去りにした父親のかわりに生計を懸命に支えているが生活に疲弊している。ある夕方、トムは母親にせがまれて同僚のジムを夕食に招待する。引き籠りの妹ローラに合わせるためだ。しかしジムにはすでに婚約者がいることが判明し、夕食は気まずい雰囲気になってしまう。一家は破局を迎え、トムは家を出ていく。破局を迎えるシーンでローラのガラスの置物コレクションの一角獣が壊れてしまう。

戯曲のタイトルでもある「ガラスの動物園」コレクションには、未完の自己の理想を貫く志を象徴的に表す役割があったが、同時に自己の不熟に対する悲痛な思いの脆さを表してもいた。そして、現実の介入によってその世界観は破壊されてしまうのである。興味深いのは、テネシー・ウイリアムズが昭和19年(1944年)、第二次世界大戦終了間際ですでに登校拒否、引きこもり、収集癖、自立を回避するネオテニー(幼形成熟)、などオタク的な兆候を持った登場人物ローラを生み出しているということである。

2.1 愛玩グッズ 食玩蒐集・展示の意味

食玩および類似生活財「愛玩グッズ」の展示・収集の意味はあ、すでに示唆したように、「思い出をかたち」にして呼び寄せる、付ける、入れる、そして掌中に収めるということにある^v。アニミズム信仰には祈祷によりタマ(人間霊)、モノ(精霊)つまり、物の怪、妖怪(鬼)、神など超自然的要素との連鎖・フローを達成すること、あるいは外す、追出すことが前提になっているという。またアニミズム信仰においては共食すること、あるいはお供えをすること、あるいは食することにより、人間霊、精霊、贈与交換による連環が成り立つという^{vi}。

そういった意味で蒐集道(コレツィオニスモ)は、崇拜・愛玩の対象を収集して身近に置き、展示することによって、自己の縄張りの補完、幸福感の増強とアイデンティティの再生産に貢献する。「蒐集されたもの」は、それが象徴する世界をひきよせ、その世界の中にいるという感覚を生み出す。

つまり、愛玩や崇拜対象の転写(転移、渡り)による効果を期待するわけである。愛玩の対象以外のものでは、生き物・食材は犠牲(いけにえ)にする、供える、贈ることによって贈与交換が成り立ち、神々とのフローが成り立つ。このお供えと参拝の証が「おかげ」「お下がり」として、また「お宮筭」(おみやげ)として江戸期以降日本人の「お土産」文化の原型とされる^{vii}。一歩すすめて「お宮筭」はさらに「オマケ(お設け)」と類縁関係にあるとも考えられる。オマケの語源は「負ける」よりも、「設けてさしあげる」に起因すると考えたい。

これら食玩類縁生活財であるミニチュアの素材は、時代により骨/貝/鉱石/宝石/木/土器/陶磁器/ガラス/布/貴金属/七宝/ブリキなど、稀少なものから身近なものにいたるまで、さまざまな素材で作られてきた。輝かしい祖先としては清の乾隆帝の「多宝格」やロマノフ朝の終焉を象徴した50数個のファベルジュの卵という素材の贅を尽くした蒐集趣味がある。

近年のオマケ、食玩は海洋堂の主張するようにほとんどプラスチックの造形物である^{viii}。データ化した200件以上の食玩をみれば、ほとんどが石油樹脂系製品アクリル、プラスチック、レジン、ソフトビニールの可塑性を生かしている。

食材系ではチョコレートのビターホワイトミルクの質感光沢感や口溶け感、ビスケット、クッキー、ケーキの、そしてグミの質感食感を転写している。道具、装備系ではメタリックでシャープな躯体を表現していることが多い。また生き物系では羽毛の感触、皮膚の艶やみずみずしさの彩色性の転化に努めている。変わったものではスケレトン(透明なプラスチック)のモチーフによって水流や、気流の軌跡を表わすものもある。つぎに、愛玩グッズのイメージについて、その用途や形態の側面から述べてみよう。

愛玩グッズは立体造形や形態模型としてフィギュア化され、レリーフ、ヴィネット、ボトルキャップ、根付、ストラップ、マグネット、などの用途と形態を持っている。平面的な形態ではカード、着せ替え、シール、絵本となる。商品そのものとしては、イメージを転写して食品(キャラクターカットの海苔、菓子、弁当食、弁当箱、詰め合わせの小道具)、あるいは学童文具、乳幼児衛生用品、介助用品、運動用具、節句飾り、ゲームソフトなどになる。

愛玩グッズの表象機能、つまりグッズが生み出す帯びるイメージのジャンルを探ると、おおまかにつぎのようなことが言える。一番多いのはやはり生物、擬人化系のイメージである。植物・動物(野生・愛玩動物系)、有名人などがある。さらに物語・漫画・イラスト系アニメキャラヒーロー・ヒロイン、アニメ風ヒロイン系、キャラクター系(ゆるキャラ、ご当地系)鬼神系妖怪系、ブランド・マスコット系(ご当地QPあるいはキュージョン)、生活道具・ままごと系、食材系・道具・装備系、建物、石碑、交通機関・特殊車両、武器・武具などがある。

徴と徴しるしの結合(ミックス)もよく見受けられる。一番わかりやすいのは着せ替えキューピーで、マスコットの性格とご当地もの(たとえば高知県なら、ほんたんとを被っているなど)をミックスし、好ましいエッセンスの交配を行なう。また、他のキャラクターテーマ「怪獣ブースカ」や「ベルバラ」の着せ替えをする場合もある。台紙などもモチーフに合わせて凝っている。あるいは飲料水ペットボトルのボトルキャップなら、水辺の生物や深海生物のフィギュアのシリーズを付けるなどというバージョンである。

フィギュアと食玩の類縁生活財の例については枚挙に暇がないが、以下に学生モニターや食玩研究会

のフィールドワークで収集した一部典型的事例を示す。

1. 「ゆるキャラ」の「ひこにゃん」のストラップ／絵本のオマケが付いている。
2. 携帯ストラップ／ご当地食材のたこ焼きを模った「なにわの5人家族」。
3. 「犬太ストラップ」と土佐犬シール／ファイルした「ご当地もの」（高知出身グラフィックアーティストではらゆきのり作、高知県立美術館で購入）
4. アンパンマンをかたどったお菓子と缶(高知駅販売)アンパンマン弁当、アンパンマン列車(高松駅販売)
5. 食玩／「お菓子の家」
6. ミッキー型のグミ／グリコ「ディズニーピュアリーグミー」
7. ディズニーキャラクター型のお菓子の食玩／「スイートベーカーリー」
8. 手作りお菓子の消しゴム／株式会社 クツワ
9. ヴィネット／宮脇修作 絵本『クロシオ先生の海』のオマケ
10. マグネット／動物コレクション(旭山動物園)
11. 食玩／ペット着せ替え／ハローキティカバン
12. 食玩／アニメヒロイン着せ替え—プリキュア
13. 食玩／アニメヒロインままごと—プリキュア

他にも関連グッズとして食玩のディスプレイ用具を販売することもある。ディスプレイのコンテストなども企画し、「ミニチュアを集めて飾りつける」行動を煽り立てる。

王侯貴族の玩具(ミニチュア)

アジアにも食玩の先祖を辿ることができる。愛玩グッズの豪華な事例としては故宮博物院収蔵の「翠玉白菜」がある^{iv}。「翠玉白菜」は掌ほどの大きさの翠玉を食材である白菜に見事に彫り上げたものである。葉の上にはキリギリスなど昆虫が戯れているとのことで子孫繁栄、吉祥の祈りがこめられている。李御寧によれば「縮み」志向は日本に特有のもの^vとあるが、ミニチュアという幸福の模型を掌中に愛でる傾向は日本だけのものではないと思える。ほかに故宮博物院収蔵の乾隆帝が所有したと伝えられる多くの「多宝格」は、玉の彫り物を中心にさまざまな珍品／秘宝が、一つ一つ格納されている。持ち主の指先にしたいが貴重な細工を施した器の扉が次々と開き、蓋は取り除かれ、階層に従い秘宝が顕われていく仕組みである。「多宝格」の秘宝格納と展示法自体に絶対的権力にふさわしい荘厳な秩序と格式がある。これはキッチンな大衆文化である食玩とは全く次元が違うようであるが、実は演出された「サプライズ」という要素は全く同じである。

食玩の「先駆者」フルタ製菓のチョコエッグは、1974年以來イタリア・フェレーロ社により製作・販売されている「キンダー・ソルプレーザ」の巧妙な「いただき」といえば過言であろうか。フェレーロ社の製品は主にヨーロッパ全土で展開され、最近30周年を祝っている。海洋堂の大人向けフィギュア群に比べると学童対象のいかにも可愛らしい発想で、アニメやワニの「コッコドリロ」、畜光プラスチックで作ったお化けたちなど、擬人的キャラクターやユーモアのあるものが多いようだ。同社は毎年100種以上のキャラクターを生み出しているとのことで、相当な数のシリーズになっている^{vi}。

さらに100年前まで遡れば、フルタ製菓のチョコエッグは「ファベルジェの卵」であることに気付くことになる。「ファベルジェの卵」とは、ロシア帝国の終焉間近19世紀後半、皇帝が復活祭に、デンマークやドイツの王家からロマノフ王朝に嫁いだ皇后や皇太后に贈ったもので、50数個にのぼるといふ。一つとして同じものはなく、ロシア帝国領内から取寄せ、贅を尽くした素材で製作された。皇太后、皇后の思い出に残る出来事、ロマノフ朝系統にまつわる「瑞兆」を象っているという。たとえば鉄道模型の入っているシベリア鉄道開通記念の卵、戴冠式に使用された馬車の模型の入っている戴冠式記念の卵などである。卵は展示台上に設えられ、開錠するとなかに「サプライズ」を発見したり、時を告げるからくり時計が仕込まれているものもあった。寸法的には展示台や装飾物も含めて30センチ以上のものは

余りないようで、卵自体の寸法は10センチ内外のものがほとんどである。

ここにはロマノフ王朝の偉業を永久不変にかたちにして掌中に収め、強固な郷土愛、家族愛、執着心、誇りを表現する意思が読み取れる^{vi}。「ファベルジェの卵」は、もともと古くからヨーロッパ・中近東などに伝わる復活祭の卵の贈答風習にくわえ、十字軍以降貴族の間でダチョウの卵などが聖遺物などの容器として珍重されたことに始まるという。チョコレートで卵を模ることは一説フランスのルイ14世の発案というが、中空のチョコレートの容器を作ることに関しては19世紀中葉を過ぎて初めて技術的に完成したのではないのかと思われる。

もう一つこの「キングダーソルプレーザ」の元型として挙げたいお菓子があつた。少なくとも古代ローマ帝国支配の時代まで遡るといわれる冬至に行われるお祭り、「サトゥルヌス」あるいは「サトゥルナリア」で供される「ガレット・デ・ロア(王様のケーキ)」という焼き菓子である。現在ではフランジパーヌ(アーモンドクリーム)を詰めて焼くのだが、古くは豆(フェーブ)、現在は陶器やプラスチックのミニチュアが仕込まれており、切り分けた時にそのフェーブに当たった人はお祭りの「王」となつた。古くは「王」が祭りの終わりに処刑されたともいうのだが、現在はその風習は忘れられている。

フランスを中心としたヨーロッパやヨーロッパ系移民の住む地域では、「ガレット・デ・ロア」を冬至に共食するという。恋にまつわる箴言でくまされたチョコレート「バチ・ペルジーニ」もこの親戚であり、現在の日本にも輸入されている。日本にも古くよりこのようなかたちでお菓みに神籤を込めたものは見受けられることを指摘しておく。

3. 土産と食玩の共通項と違い—そこから見えてくるもの 高知県四万十川流域・イタリア／ローマ巡礼の都—おみやげ

ここで食玩という一口サイズの標本の起源と定義を試みよう。筆者は身体に比較的密着した生活空間や生活行動に付随して装備に使用される、一口サイズ以下の「愛玩グッズ」と食玩の類縁性に注目している。一言では肖りモノとして片づけられないのであるが、異文化間を通底するアニミズムと贈与交換論的要素の抽出のために、二つの事例についての調査について述べる。第一の事例として精霊信仰とのリンクを海洋堂ゆかりの馬之助大明神の調査、第二の事例として巡礼の都イタリア／ローマ—おみやげの事例をとりあげる。

食玩のルーツをたどる調査収集過程で、ミニチュア、オマケとの類縁性は形態や用途上明確になつたと考える。さらにオマケは神さまの「おうつり」であるお宮筥(みやげ)や、旅の思い出と証であるお土産(みやげ)に通じるという仮説が、用途、形態の比較を通じて検証できる。アニミズムが文化環境として成立している日本人の日常生活観からすれば、上記のような推論も成り立つと考え、国内主要観光地でさらに仮説検証のため、フィールドワークを行なつた。江戸時代以来日本人のおみやげの主流は、いまだに軽量の菓子、手工芸品、玩具である点も見逃せない。加えて、異なる宗教圏であるヨーロッパ(ローマ)でのお土産、ミニチュア、ひいては食玩事情の実態調査を行ない、異文化間を通底するアニミズムと贈与交換論の観点からの分析を試みるという視点をもっている。食玩とアンチ・グローバル化の観点からは、今年度か次年度中に米国視察を行なう予定である。

2009年2月海洋堂館長宮脇修氏郷里 馬之助神社フィールドワーク

さて、平成20年(2008年)8月末に高知の海洋堂展示会にかけた。そこには海洋堂宮脇修館長の信心をあつめる「馬之助大明神」のご神体の祠やジオラマが展示されていた。これに関して館長へのインタビューを行ない、翌年2月早速引き続き四万十川中打井川流域に位置する馬之助神社にフィールドワークに出かけた。



Fig. 1. 馬之助大明神の祠(「道の駅とおわ」)



Fig. 2. 馬之助大明神の携帯ストラップ(「道の駅とおわ」)

高知県高岡郡窪川駅から車で数十分ほどの林道沿いに馬之助公園がある。神社は自家発電機、傘鉾などを備えている。馬之助の像、沢ガニの像やさまざまな記念碑が拝殿の周囲に安置されている。

「道の駅とおわ」発行のフリーペーパー『リバー』や『悪ガキ通信』第1号には馬之助神社構想が解説されている。館長のブログサイト『奇想天外』も必見である。「80 数年」以上昔に山林に馬之助の「墓」近くに祠を納めたのは宮脇修館長の父親の敬治氏であった。人に頼まれて祈祷をすることもあった敬治氏は、あるきっかけで地域に古くから伝わる捨て子馬之助の霊を慰める祠を建てることにしたという。大工の心得があったことも幸いしたようである。

平成 20 年(2007 年)以前に宮脇修館長は山林所有者の酒造会社『無手無冠』のおかみ山本紀子氏と偶然出会ったことが契機で、再び父親の設えた祠の場所を訪れ、宿泊施設や展示施設も含めて広大な馬之助神社構想を温めるようになったようである。「悪ガキ降臨」のロゴ入りの馬之助神社大祭のお知らせポスターが、「道の駅とおわ」にも貼り出されており、毎春馬之助の命日の3月7日(旧暦)には、馬之助神社大祭が挙行される。宮脇館長が海洋堂原型師村田明氏に依頼して、神像と四万十川を象徴する脇侍のカワウソと河童を製作した。これらの神像は馬之助神社にも安置されており、「道の駅とおわ」の祠や館長の応接室にも飾られている。

仕事を求めて郷里を後にした者たち、または郷里に残された者たちにとって、この「捨て子」の怨霊の調伏、そして「大明神」への列聖というのは、切実で、重みのある「美談」といえるかもしれない。馬之助神社構想をめぐらせつつ「父の思いを継いだ」「父の DNA が呼び寄せた」と宮脇館長は感じたという。

宮脇館長の「思い」は日本人の日常生活観を支えるアニミズムに端を発しているといえよう。聞けば昭和 61 年(1986 年)以降海洋堂門真市本社ビル建設を金剛組に依頼し、正面玄関に 4.5 メートルの「大魔神」像を安置させたという。この「大魔神」像は海洋堂の活動を災厄から護るように屹立し、また同時に海洋堂のフィギュア造形に寄せる強靱な思いを見せつける。馬之助神社構想からは、郷里の捨て子伝説が生み出したご神体に肖るネットワークをつくり、コミュニケーションや交流の輪を広げ、幸せをたぐり寄せ、郷土おこしに利用するという熱い思いが伝わってくる。「道の駅とおわ」ではご当地ものの「馬之助ストラップ」を販売している。

2009 年 8 月ローマ・フィールドワーク

さて異文化圏におけるアニミズム的要素抽出の調査を 8 月 4 日 - 12 日に、世界最大のキリスト教巡礼地であるローマで行なった。特にカトリック宗派の優勢なローマでは古代多神教の流れ、一つまり家や地域の守護神なども含むのだが一を期待した。

イタリア人は日本文化に対して好意的であり、特に最近日本の漫画、アニメ、そしてオタク文化は注目を集めている。実際、漫画コースを運営するローマ大学東洋学部日本学専攻出身者もおり、またローマ大学学生街には食玩やフィギュア、関連グッズを販売する店を発見できた。

早速インタビューに応じてくれたローマ大学東洋学部のダニエーラ・サドゥン教授との面会でわかったことだが、日本の食玩に最も近いものは 1974 年より発売されているフェレーロ社「キンダー・ソールプレーザ」であるということであった。またイタリアの家庭では応接間などでいわゆる「ソープラモビリ(置物)」が好まれ、各家庭で特色ある陳列を工夫するという。「サンティーニ(聖人の置物)」なども共に飾られる。またクリスマス時にはクリスマスツリーや「プレセーペ(厩)」を飾り付け、キリスト生誕を祝う。「プ



Fig. 3. 1992 年フェレーロ社製の「キンダーソールプレーザ」フィギュア「コッコドリッロ」



Fig. 4. ローマ市内売店「プレセーペ」
(厩のキリストを訪れる東方三王のクリスマス飾り)

「プレセーペ」はキリストを見守る聖ジュゼッペや聖母マリア、天使、そして羊飼、東方三王や厩の牛とロバのフィギュアが主体となっている。しかし毎年新しいフィギュアを購入し、たとえば昨今ならオバマ大統領であるとか、有名なサッカー選手なども加わる。イタリアで一番この「プレセーペ」が盛んなのはナポリ地方である^{xiii}。

イタリア人自身も認めるとおり、これらのフィギュアの飾り付けに対する嗜好は、彼ら自身の宗教観に通底する多神教的な流れを汲む。古代ローマでは家や地域、境目の守護神として台所には竈の神様、納戸部屋には納戸の神様の祠があり、四つ辻は「十字路のラレス」に守られた。また、毎年冬至に「サトゥルヌス」祭りの際には親戚同士と亡くなった父祖の像（「ラレス」）を贈物に添えて交

換し、絆を確かめたという。一説にはキリスト生誕日については聖書等には正確な記述はなく、却って古代から伝わる年末年始の主要な冬至祭礼「サトゥルヌス」を統合するため、キリスト生誕日を冬至に設定したと伝える。キリスト教がローマ帝国の国教となった時点で、ローマを中心としたヨーロッパ地域の多神教の流れをキリスト教に融合させるために、教会側が暦を便宜上整えたということになる。さて最後にローマの「お土産事情」について少し見ておこう。

サン・ピエトロ大聖堂、サン・パオロ・フオリ・レ・ムーラ大聖堂、サン・ジョヴァンニ・イン・ラテラーノ大聖堂・サンタ・マリア・マジョーレ大聖堂近辺の宗教色強い直営売店などでは、宗教的な意味合いの強い各種「ソープラモビリ(置物)」としての聖人像、法王像、ロザリオや、宗教的なアイコンをあしらった宝飾品、聖水盤、典礼用品などの品揃えの他に、「プレセーペ」も含めたクリスマス飾りなども販売している。特にサン・ピエトロ大聖堂やサンタ・マリア・マジョーレ大聖堂界隈では門前町参道に「souvenirs (土産物)」店舗が並び、もう少し世俗的な物品を販売している。たとえば有名サッカー選手のチームエンブレム、選手番号入りのTシャツや本来ならばベネツィアが本場の仮面のお土産、そして名所のミニチュア、絵葉書、マグネットなどである。他にも観光客に靴、サングラス、服、傘、帽子、日用品や廉価なお土産を売る露店が参道沿いにならぶ。

今回一番注目したのはマグネットである。マグネットは冷蔵庫やオフィス家具に書類などを貼り付けるのに使用される。どちらかといえば平面的なものが多い。ローマ空港売店で見つけたものは剣闘士フィギュアがコロセウムを背景にして立っているもの、市内売店でリュックサックに名所のミニチュアが入っているモチーフ、「リコルディ(思い出)」の文字を入れているものなど、「巡礼の証」としてのお土産を提供している。また、イタリアで盛んな「ガジェット、オジエッティステイカ(小物)」「コレツィオニスモ(蒐集趣味)」「モデリスモ(模型)」の消費・趣向は、巡礼の都としてお土産を提供し続けた歴史から派生した副産物なのかもしれないが、日本的国民性とも十分共通項がある。

4. 結びと今後の展開—「一口サイズの標本」 —食玩を集める行為の示唆するもの

さて、「お下がり」、つまり「お宮筈(みやげ)」、オマケ(お設け)を通じて、購買行動に「ご利益」が付いてくるといことが流通を活性化させている。食玩とオマケ、そしてお土産は生活財として、形態・用途ともかなり近接した領域を占める。上述したように食玩に類縁性のある生活財には標本化、ミニチュア化、食材、特産品などご当地ものという共通の特徴がみられることが多い。



Fig. 5. ローマ空港内 売店

表象機能を持つ生活財の収集・交換・展示・利用は幸福を願うアニミズム的行為といえるであろう。食玩の爆発的人気はコンビニに集うオタク層における大衆の蒐集道の発露であると考えられる。庶民的オマケや食玩、そして類縁ジャンルのお土産ものには、大衆の創造世界を癒す図像の大量の「渡り」を、廉価に確保できるという利点がある。しかもイメージとしての図像だけでなく、立体造形として流通させることができる。食玩を買ったり、交換する行動はコレクション性やギャンブル性に富み、アニミズム的傾向に訴える。生活財そのものへ好ましい要素の転写・付与されたものを収集することにより、食玩消費者の美意識は満たされ、ユーモア、風刺、可愛い幼形性に溢れるフィギュアは心を慰めてくれる。

最後に食玩は祭礼の起源にある「人形」、「いけにえ」、「食」と結びついた表象・形態のものが多い。古来多くの宗教圏では冠婚葬祭における共食が儀礼として執り行われてきている。教義を詳細に論ずることはしないが、キリスト教における「感謝の典礼」など、共食を通じて神との霊的な交わりを確認するのは、儀礼の起源を遡ればアニミズムの要素を否認しないであろう。食には命や神が宿るとする考え方は、先ほどご紹介した神籤入り焼き菓子「ガレット・デ・ロア」や復活祭の卵の贈答などにも現われているし、日本神道でも神饌のお供えにあらわれていると考える。食玩のユニークさは流通経路を巧みに確保し、フィギュアの持つアニミズム性を発揮し、またお菓子と玩具の隣接性を利用したことにある。

ルソーによるとある高慢な王妃はパンを求める民衆に対して「ケーキを食べたらいいのに」とコメントしたという^{xv}。ケーキに関しては「食べたケーキは残らない」というイギリスのことわざもあるが、オマケや食玩は「食した後」にも思い出をかたちに残す贈り物なのである。今後はこの思い出の「渡り」の側面を、インタビュー、フィールドワーク、インターネットサイト調査でさらに発掘する予定である。

文 献

- i 平成 20-22 年度 科学研究費採択研究課題『生活財としての食玩の表象文化的研究』基盤研究(C) No.20520145 (森田雅子代表)平成 17-18 年度サントリー文化財団助成(横川公子代表)の成果を引き継ぐ。
- ii 平成 20 年 2 月生活デザイン小研究会 プランケット企画田中隆弘氏 ご発言
- iii バンダイ キャンディ (トイ)事業部, 男性誌『スコラ』2000 年 6 月 111-113 頁「これが食玩 Shock-gun ワールドだぁ!…構成/食玩地球防衛隊」
- iv 李御寧 『「縮み」志向の日本人』東京: 講談社インターナショナル, 1998.
- v 梶山林継, 山岸良二編, 『原始・古代日本の祭祀』, 東京, 同成社, 2007 年.
- vi 上掲
- vii 神崎宣武, 『おみやげ 贈答と旅の日本文化』, 青弓社, 1997 年
- viii 生活美学研究所 生活デザイン小研究会 2 月 海洋堂取締役 宮脇修一講演発言。名刺にも「アートプラ」と刻印している。
- ix 湯原公浩 他, 『別冊太陽 台北故宮博物院』, 「翠玉白菜」, 「清代皇帝のコレクションボックス多宝格」(竹絲纏枝花卉多宝格円盒に関する記述), 2007 年, 107-108 頁.
- x <http://www.ferrero.com/eng/index.html>
- xi Géza von Habsburg, *Fabergé: imperial craftsman and his world*, Booth Clibborn Editions, 2000. Mary Ann Allin et al., *Imperial surprises: a pop-up book of Fabergé's masterpieces*, Abrams, 1994. Christopher Forbes et al., *Fabergé: die kaiserlichen Prunkeier*, Prestel Verlag, München, 2003.
- xii <http://www.kisotengai.jp/>
- xiii ローマ大学東洋学部学生ダニエラ・ピントロ氏 8 月 6-11 日聞き取り
- xiv フェルナン・コント著, 蔵持不三也訳, 『ラールス世界の神々: 神話百科』, サトゥルヌス, 「ラレス」, 原書房, 2006, 167-169 頁.
- xv Jean Jacques Rousseau, *The Confessions of Jean Jacques Rousseau*, London, W. Glaisner, 190?, Book VI 211 頁.