The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	オリンピック誘致と結びデザイン : 2016年誘致の事例から
Author(s)	矢島, 由佳
Citation	デザイン理論. 2020, 76, p. 144-145
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/76933
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

オリンピック誘致と結びデザイン
2016年誘致の事例から

矢島　由佳　大阪大学大学院文学研究科　博士後期課程

現在，水引を用いた御祝儀袋は 100 円ショップ，コンビニエンスストアをはじめ，いたるところで入手できる。他方において，水引が，国際舞台において象徴的な意味合いをもたされることもあった。2016 年夏季オリンピックの開催都市に東京が立候補した際には，誘致のシンボルとして，栄久庵憲司による，水引をモチーフにしたエンブレムデザインが採用されている。

本発表は，日本の伝統文化の一部とみなされる水引を一例に，日本らしさがどのように主張されてきたのかを明らかにするとともに，オリンピック誘致という国際舞台において，紙という儚い素材からできた水引がなぜ誘致のシンボルとして引き合いに出されるにいたったのか明らかにしようとするものである。

日本的なモノとして和紙についての研究はなされてきたが，水引をデザインされたモノとしてあつかう研究はこれまで試みられておらず，Joy Hendry らの一部の人類学者らによって贈答文化の一部として論じられるにとどまっていた。こうしたことから，日本の生活に根ざした水引をデザイン史の枠組みのもとで論じることに意義があると考える。本発表では，インタビューの記録をはじめ，各種写真資料や，政府報告書・検定教科書・博物館資料などにもとづいて考察をおこなっている。

最初に，2016 年夏季オリンピック誘致のエンブレムデザインについて概観したうえで，1910 年代から 2010 年代にかけて，諸々の状況の変化とともに，水引の役割がどのように変遷したかについて検討をおこなった。

特筆すべきは，明治時代からは学校教育において，戦後日本においてはデパートをとおして，水引が一般化していった経緯である。水引はこのプロセスのなかで，カジュアルな儀礼の手段となって現在にいたっており，伝統の産物と思われながら実は近代化の産物であるという側面もあった。しかし水引はそれでいて，日本らしさを主張する手段となりえたのであり，結びのイメージとして，オリンピック誘致にも利用された。現在の水引は，伝統と近代という点でも，生活と国家という点でも，微妙なバランスのもとにあるモノないしイメージとして，注目されるべきなのである。

紙と神

今日の贈答文化を理解するうえで，神と紙との関係性をめぐる言説は，見過ごせない。「紙」は，「神」と同音異義語であるがゆえに，紙で包んだモノが神聖化されるという思想が日本文化に根差しており，紙が木から作られたという，自然との親和性が強調されることが多い。市場で出回っている水引はほとんど工業製品としての紙を原料に作られたモノであるにも関わらず，あたかも「和紙」を原料に水引が作られたかのような神話が強調されることがしばしばある。水引の神聖なイメージを担保するために，このような「創られた伝統」あるいは「想像上の伝統」が水引の表象表現に伴ってきたといえる。

学校教育およびデパートの役割

水引を使用した贈与はもともと特定の階層にのみ見られた儀礼であったが，時代をとおして，現在のように国民レベルで広く共有され，継承されていった。そうした背景には，学校教育およびデパートの果たした役割が大きい。明治政府が主導した，良妻賢母を生み出すための女子礼法教育のうちには，贈答文化にかかわる内容も含まれていた。昭和 18 年（1943）頃まで，学校教育で用いられた教科書に，水引についての記載内容があることからも，日本の贈答文化の伝承にあたり，学校教育が果たした役割は大きかったと考えられる。戦後になり，教科書に水引の記述はなくなったが，デパートにおいて商品の包装に水引が使われるようになり，一般の生活において，水引を用いた贈答文化が維持されることとなった。経済成長とともに産業化が進むにつれて，水引をプリントした熨斗紙ないし掛け紙が，一般にも出回るようになった。

この熨斗や水引が印刷された熨斗紙を贈答品にかけるという，効率を重視した新たな贈答の形式が導入された。それにより，形式化された贈答形態が，その源泉，つまり，形式化される前の贈答形態を探るための手がかりにもなるという意味で，水引を用いた贈答文化がデパートにおいて保全されたと考えることができる。その結果，今日の多くの日本人の生活様式とはかけ離れたものであるにも関わらず，進物を贈る際に，水引を使用する文化が伝統的に日本に根付いたという言説が成立すると考える。

統合のシンボルとしての水引

水引は，統合のシンボルとして国際親善の場でも用いられてきた。1998 年の長野冬季オリンピックでは，パラリンピックの表彰式で，結びの心を象徴する水引細工として，水引で編んだ月桂樹の葉でできた冠がメダリスト全員に贈られた。さらに，2016 年夏季オリンピック大会誘致キャンペーンとして，2008 年の東京マラソンでは「水引制作キット」としてブックマークが配布されたほか，2008 年 10 月には，JAL の国内線で水引を用いたデザインを伴った機体が運行された。

統合のシンボルとしてオリンピックの場で水引が用いられた背景には，水引のモチーフとしての使いやすさもあった。2008 年の事例からわかるように，エンブレムデザインは様々なオリンピックの誘致活動の場に用いる必要性から，そのデザインには多様な素材や形に対応できる柔軟性が求められる。水引は，結ばれた状態では三次元物であるが，結びを解くと二次元の線に還元して表現でき，エンブレムモチーフとしての汎用性が高いといえる。水引はこのように，日本らしさや結びの象徴としても，図像として展開しやすいという利点からも，公式の場で使用するのに適していた。そしてまたこのように利用されることで，集団的記憶 Collective Memory が創出されてきたといえる。2016 年夏季オリンピック誘致の際にも，水引をモチーフにしたエンブレムが起用されている。

おわりに

以上のように，本発表では，日本の近代化において水引文化がどのように継承されてきたのかを追いながら，水引がなぜ今日まで使われ続けてきたのかを考察した。理由として大きいのは，水引のイメージとしての利用しやすさが考えられる。デパートの商品の包装だけでなく，一般にも印刷されたものが出回るなど，贈答文化の略式化に伴い，水引もまた簡略化されて，重宝されてきた。水引はまた生活の場にとどまらず，オリンピックのヴィジュアルデザインに採用されるほど，抽象概念に昇華されやすく，イメージ展開されやすい性質を持ち合わせていた。