

平成28年度 学位(博士)論文

題目

(日本語名)

日本の地域社会における写真館文化についての考察
-大阪・兵庫地域の事例を中心として

(外国語名)

A Study of Photo Studio Culture in Regional Societies in Japan
- Focusing on Examples from Osaka and Hyogo Areas

※ 作品テーマ

論文題目

研究領域

芸術学

研究指導教授

長野 順子

学生番号

DV14-001

フリガナ

イギョンオン

氏

名

李 京彦

※ 題目欄の作品テーマ・論文題目は芸術制作研究分野のみ記入。

目 次

はじめに	1
第1章 写真・営業写真師（営業写真館）の出現	5
1節 「営業写真師」の登場	6
1 「営業写真師」という新しい職業	6
2 初期の「営業写真師」のパターン	15
2節 日本における写真の普及と営業写真館	18
1 写真術の伝来と営業写真師の登場	18
2 大阪・兵庫地域の営業写真館の始まり	20
3 大阪・兵庫地域における初期の「写真産業」	21
図版	24
第2章 大阪地域の営業写真館	31
1節 工藤写真館	31
1 営業写真館の「徒弟教育システム」	32
2 「工藤写真館」の見習い教育	33
3 見習生の処遇	35
2節 小川月舟写真場	37
1 小川月舟写真場の経営者	37
2 写真館の立地条件と特徴	38
2-1 建物	38
2-2 立地条件	39
3 営業・制作方式の特徴	40
3-1 1代目 小川月舟	40
3-2 2代目 田中栄太郎	42
3-3 照明の変化	44
4 小川月舟の考え方	44
4-1 写真家としての考え（写真教育について）	44
4-2 研究・文筆活動	45
5 今後の課題	47
3節 ニコニコ写真館（ニコニコプロフォト）	49
1 ニコニコ写真館について	49
1-1 経営者	49
1-2 創立から閉店まで	50
2 ニコニコ写真館の制作環境	53
2-1 写真館の建物	53
2-2 写真のバックドロップ・椅子	53
2-3 カメラ・照明	54
2-4 フィルム・暗室道具など	56
3 閉店とフリーランス写真師へ	57
図版	59

第3章 兵庫地域の営業写真館	74
1節 オウチ写真場	74
1 オウチ写真場の代表者	74
2 営業の変遷	76
3 建物・スタジオ	77
4 制作の特徴	78
5 徒弟教育制度	79
6 他の活動	80
2節 ハナヤ勘兵衛	82
1 「ハナヤ勘兵衛」の経営者・社員（技師）	82
2 「ハナヤ勘兵衛」という名前	85
3 「ハナヤ勘兵衛」の建物	86
4 「芦屋」という土地の文化的特徴	87
5 営業	88
5-1 営業スタイルの変遷	88
5-2 現在の営業	90
5-2-1 機材店・DP店として	90
5-2-2 写真館業務	90
5-2-3 写真教室・施設レンタル	90
6 地域社会での役割	91
6-1 1代目の活動 ー写真啓蒙の場	91
6-2 その後の活動 ー写真を通じた交流の場	92
3節 アケミ写真館	95
1 アケミ写真館について	95
1-1 経営者	95
1-2 創立から現在まで	96
2 アケミ写真館の変遷	97
2-1 建物の変遷	97
2-2 仕事の変遷	98
3 アケミ写真館の制作環境の変化	101
4節 栄光社	103
1 栄光社の経営者・社員	103
1-1 代表者	103
1-2 社員	104
2 栄光社について	105
2-1 建物と位置	105
2-2 栄光社の業務	106
2-3 地域社会での役割	109
3 広告の方法	110
4 栄光社が迎えてきた変化	111
4-1 結婚式の変化	111
4-2 デジタル写真時代による変化	112
図版	115

第4章 日本の「写真館文化」	131
1節 写真の伝来・定着と写真師	131
1 写真の伝来と定着（写真・写真師という名称の定着）	131
2 写真師というアイデンティティーの確立	135
3 写真師協会	138
3-1 「関西写真家連合協会」の講演会	141
3-2 「関西写真家連合協会」の写真コンクール	142
2節 写真館	145
1 「写真館」という名称からの考察	145
2 空間としての写真館の特徴と役割	148
3節 「家」の「儀式」としての写真館文化	150
1 日本の「家」制度	151
2 「記念写真」「家族写真」	153
3 「人の代用物としての写真」	155
4 「集合写真」	157
図版	162
第5章 日本の「写真館文化」の過去と現在	170
1節 終戦（1945年）まで	172
1 開化期 — 「写真館文化」の形成	172
1-1 開港地での写真館文化の形成	172
1-2 市街地・繁華街の写真館文化の形成	175
1-3 写真師・写真館の名声とアイデンティティーの構築	178
2 戦争と「写真館文化」	182
2-1 人為的な集団の儀式	184
2-2 人為的なアイデンティティーの構築	189
2節 戦後（1945年）から	193
1 消費社会における「写真館文化」の変化	193
1-1 消費活動としての「写真館文化」	193
1-2 様々な営業スタイルの登場	196
2 デジタル写真時代 — 「イメージの消費」	198
3節 営業写真館の盛衰と未来	200
1 技術領域の侵食	201
2 営業領域の侵食	203
3 写真師の自治権の侵食・写真の用途変化	204
4 消えつつある「儀式」	206
おわりに	209
図版	212
参考文献	226

はじめに

日本の営業写真館¹やそれにかかわっている事象について、大阪・兵庫地域の事例を中心として考察する²。

1839年に写真術が発明された後、1840年代始め頃からヨーロッパやアメリカなど西洋ではその技術を商業的に用いる営業写真館が登場した。それまで存在していなかった営業写真館という商業施設は写真術の発展とともに世界各地に広まり、様々な社会・文化と絡み合い、新たな事象を生み出した。また、この事象はその時代・地域・社会・文化などにより、それぞれの特徴を持って現れることとなった。筆者はこの現象を「写真館文化」と言いたい。

批評家のジョン・タッグ (John Tagg, 1949~) は、写真そのもののアイデンティティーは存在しないため、写真の実践の特性はそれを動かす制度やその実行者に従って変化すると言った³。また、写真史研究者のジェフリー・バッチェン (Geoffrey Batchen, 1956~) は『写真のアルケオロジー (*Burning with Desire*)』で、タッグの文章を引用しながら、警察写真の歴史は犯罪学や司法体系の実行や制度の歴史と分離できないと述べている⁴。すなわち、写真はこれがどのように用いられるかによって特性が変わるものである。バッチェンが例として挙げた警察写真と同じように、営業写真館、営業写真師の写真は、独立した一つの「ジャンル」として見る事ができる⁵。

¹この論文では写真撮影場や暗室などを兼ねた建物やそのスタイルで営業を行っている商業施設（及びその建物は持っていないが出張撮影をする形態の写真師）を営業写真館と称する。大きい企業が営むチェーン店形態は除く。

²筆者の幼い頃（1980年代）、写真館は町のスーパーや美容院のようにどの町にも当然あるものであった。写真館と他の店との違いは、写真館のおじさんは他の店のおじさんと見た目が違った点にあった。洗練された服装で、芸術家または紳士のような髪型、または髭を伸ばした人々もいた。また、写真館には写真館のおじさんが撮影したと思われる、風景などの写真や、意味は分からないが何か格好良く見えるフィルム・印画紙などの広告、写真コンペティションのポスターが貼られていた。「商人」であるが「芸術家」らしい人。町の写真館のおじさんは幼い筆者が初めて出会った町の「芸術家」であった。筆者が兵役を終えた2000年代、デジタルカメラが広く普及するにつれ、町の写真館は無くなっていった。そして、筆者の記憶からも消えていった。

2012年、大阪芸術大学博士前期課程で写真を勉強していた頃、同大学の犬伏雅一教授の誘いで、『韓国写真史：1631~1945』の日本語訳作業に参加することとなった。筆者が翻訳を担当した部分の中の一つが第7章の「肖像写真」であった。著者の崔仁辰は1880年代から1930年代初頃までの営業写真師・写真館について、そして、それらが写真の普及に果たした役割などについて深く考察していた。韓国の営業写真館は1930年代半ば頃から衰退期を迎えることになったが、当時の状況が、デジタルカメラ普及以後の状況と似た面を持っていることに気がついた。デジタルカメラの普及が、写真館が無くなっていく唯一の原因だと思っていたが、その背後に、より複雑な社会的・文化的変化があったということが分かり、営業写真館・写真師とかかわっている変化に関心を持つこととなった。これが「写真館文化」を研究しようと決心した切っ掛けであった。韓国の「写真館文化」に大きな影響を与えた日本の「写真館文化」を始めとし、韓国、中国、ロシアなど東アジアの「写真館文化」や相互間の影響について研究していきたい。本論文はその始まりである。

³cf. John Tagg, *Evidence, Truth and Order: Photographic Records and the Growth of the State*, 1984, London, MacMillan Education, p.63.

⁴cf. Geoffrey Batchen, *Burning with Desire: The Conception of Photography*, MIT Press, 1997, p.5. (ジェフリー・バッチェン『写真のアルケオロジー』前川修・佐藤守弘・岩城覚訳、青弓社、2010年)

⁵この論文では用語として「営業写真館」「営業写真師」と「写真館」「写真師」を並行して使用する。「営業写真館」「営業写真師」は、その「営業」の面を明確にするときに用いる。

営業写真には時代・社会的環境が変わっても、変わらない「スタイル」がある。それは営業写真という「ジャンル」の規範 (norme) でありながら、営業写真の慣習 (convention)・クリシェ (cliché⁶) でもある。「芸術写真」は写真館から育ってきたともいえる面を持っているが、一旦それが「ジャンル」として確立すると、一つの独立した領域として大きく展開していった。それに対して、営業写真館の実用的・商業的写真は、同じ表現法を繰り返す、独創性や変化のないものとして、一段低いものとみなされ始めた。

筆者はこの論文で、「写真館文化」を一種の社会的・文化的儀式として考察していきたい。営業写真館の働きや、その社会における位置付けがどのようなものであったのかを明らかにしたい。社会学者のピエール・ブルデュー (Pierre Bourdieu, 1930~2002) は写真の一面を「祝祭の反復 (réitération de la fête)」と定義し、営業写真師を素人写真家には代替できない「儀式の司祭 (officiant ... du rite)」として説明した⁷。儀式の司祭のように、果たす役割の「技術的行為」は重要とされない。すなわち「その写真を撮るので、写真師である」というよりは「写真師であるので、その写真を撮る」のである。また、営業写真師が我々の「通過儀礼 (les rites de passage⁸)」の一部になっている面から考えると、彼らは一般の人々が人生の中で必ず何回かは出会う、最も身近な写真の専門家集団なのである。そのような営業写真師の活動は、時代・地域・社会環境と絡み合い、様々な「写真館文化」を生み出した。

多様な社会・文化的背景で、多くの人々が経験している「写真館文化」は、これまで研究の題材として注目されなかった。特に日本の「写真館文化」については、独立した研究が殆どなかったのである。日本初の営業写真師であった上野彦馬 (1838~1904) は、日本の初期写真史の重要人物とされている。しかし、写真が広く普及し、営業写真師が「儀式の司祭」になっていくにつれ、営業写真師は「日本の写真史」からその姿が消えていった⁹。すなわち、1920年頃 (日本の場合) からは、すでに「写真史」という枠組みからも外されてきたのである。様々なスタイルの変化し続けた「芸術写真」などに対して、営業写真館の写真は「一定の形態」に定着し、写真のスタイルの面では大きな変化がなかったという点も、営業写真師が写真史から排除された理由の中の一つであろう。

⁶ cliché という単語は、写真という意味も持っている。(『ロベール仏和大辞典』「cliché」を参考)

⁷ ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』山縣熙・山縣直子訳、法政大学出版社、2013年、33・25頁。
(Pierre Bourdieu/Robert Castel/Luc Boltanski/Jean-Claude Chamboredon, *Un art moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Les Editions de Minuit, 1965)

⁸ フランスの人類学者ファン・ヘネップ (A. Van Gennep, 1873~1957) が1909年、自身の著書である *Les Rites de Passage* で初めて使った用語で、人間の生涯における誕生から死亡までの各段階を通過する際に行われる儀礼を意味する。

⁹ それはヨーロッパなど、他の国々でも同様である。

営業写真館は「写真のスタイル」の面ではそれほど大きな変化がなかったが、営業の面では地域社会の特性によって盛衰や変化・分化を経験してきた。また、その過程で地域社会と多様な関係で結ばれ、様々な「写真館文化」を創り出した。

本論文は「写真館文化」全般ではなく、日本、とくに関西地域（大阪・兵庫地域を中心として）の事例を研究の中心とする。日本写真の開祖は、営業写真師であった長崎の上野彦馬とされている。彼は同時期に活動していた下岡蓮杖（1823~1914）に比べて、積極的に弟子たちを育てた人物である。大阪は上野彦馬の門弟である人々が多く開業した地域で、大阪初の営業写真師とされている守田来三（1830~89）や内田九一（1844~75）も上野彦馬から写真を習った。二人はまた、営業写真館の「徒弟教育システム」で、多くの弟子たちを輩出した（そのスタイルの徒弟教育は1960年代末まで行われた）。「日本の写真館」についてその本質を明らかにするには、日本全国に対する広範な調査・研究が必要であるが、それをこの論文だけでまとめることは（先行研究や研究の基盤が構築されていないので）今の段階では難しいと判断し、その広範な研究の始まりとして、「上野彦馬流」の営業写真師たちの多い大阪地域を選んだ。また、その比較対象として兵庫地域を用いる。兵庫は京都や奈良などよりも、交通網の影響などで、大阪との交流が多く、1920年代の工業化の後からは大阪市の衛星都市の役割を果たした地域（阪神間）が含まれている。また、神戸以西の地域は、大阪との交流が少なく、姫路や神戸までが生活圈となっている。それらの特徴を比較することで、地域社会の特徴による写真館文化の一面が確認できると思う。また、それらの地域の事例から特色・普遍性をより明確に引き出すため、日本の他の地域や外国の場合と比較する。それを通して「写真館文化」がどう形成され、地域や立地条件、時代、営業写真師になった背景（なぜ営業写真師になったのか）などによって、どのような違いがあり、どのように変化してきたか、また、これからどのように変化していくかについて考察する。

本論文は5章で構成される。第1章の「写真・営業写真師（営業写真館）の出現」では、写真術の始まり、それによる「営業写真師（営業写真館）」の登場や発展などを、写真術が始まったヨーロッパを中心に考え、またそれが日本にどのように受容されたかについて確認する。第2章と第3章では、大阪と兵庫地域の写真館の複数の事例について取材し（インタビューや資料収集などの形で）、把握した調査結果をそれぞれまとめたものである。そこから発見できた地域・時代の特徴（営業形態・制作法の違いなど）は、第4・5章で分析・考察する。なお、第2章「大阪地域の営業写真館」では、「工藤写真館」

(1934年開業)、「小川月舟写真場」(明治末期開業)¹⁰、「ニコニコ写真館(ニコニコプロフォト)」(1925年開業¹¹)の三つの事例の調査結果を提示する。第3章「兵庫地域の営業写真館」では、「オウチ写真場」(1936年開業)、「ハナヤ勘兵衛」(1929年開業)、「アケミ写真館」(1938年開業)、「栄光社」(1955年開業)という四つの事例について提示する。第4章「日本の写真館文化」では前の二つの章で取り上げた事例に基づいて、「写真の伝来・定着と写真師」「写真館」「家の儀式としての写真館文化」という観点に分け、考察を進めていく。最後に、第5章「日本の写真館文化の過去と現在」では、「終戦(1945年)まで」「戦後(1945年)から」に時期を分け、各時代の写真館文化の特徴について、第2・3章のフィールドワークや現在まで残っている様々な写真館で撮影された写真を通して分析・考察する。また、同章の「営業写真館の盛衰と未来」では、日本の営業写真館が迎えていた盛衰について考察する。以上によって、今後の「日本(全体)における写真館文化についての研究」の土台を築くことを試みたい。

¹⁰ 1922年に発刊された京阪神写真師会の『沿革史』によると1918年となっている。「明治末期」はアトリエを設け、作品制作と写真館を並行した時期だと思われる。

¹¹ 公式的には1926年とされている。

第1章 写真・営業写真師（営業写真館）の出現

1839年、ルイ・ジャック・マンデ・ダゲール (Louis Jacques Mandé Daguerre, 1787~1851) が「写真術 (ダゲレオタイプ、Daguerréotype)」の特許を取得することにより、写真術は公式的に一つの実用的な技術として認められた。その後、写真は急速に普及していき、「視覚媒体」としての新たな道が開かれた。パリの歴史画家のポール・ドラーロシュ (Paul Delaroche, 1797~1856) は初めて写真に接した時、その正確な再現性に驚いて、溜め息とともに「今日を限りに絵画は死んだ」と呟いたと伝えられている¹²。そのような写真術に対する衝撃はモリセ (Théodore Maurisset, 1803~60) の「ダゲレオタイプ熱 (La Daguerréotypomanie, 1840)」にもよく表れている (図1)。

18世紀末から19世紀にダゲレオタイプが特許を得るまで、ヨーロッパの各地には少なくとも20人余りの人々が、「像を定着する¹³」技術について研究を行っていた¹⁴。それは「写真」というものが偶然に発見され、実用化されたというよりも、時代的要求による出来事であることを証する事象である。

写真は発明されてから、それまで絵画や版画などの視覚媒体が持っていた役割の代わりをすぐに務めるようになった。また、写真だけが持つ特性を活かした領域で、絵画や版画とは違う事象を生み出した。写真が持つ絵画との最も大きな違いは、その制作方式にある。画家の「解釈と手仕事」を通して造られる像である絵画や版画などとは違って、写真は被写体に反射した光の物理的な痕跡である。すなわち、写真は絵画などと違って、被写体 (モデルなど) と「光」を媒介として物理的に結ばれている (人間の手仕事によって結ばれているものではない)。また、この事実は写真を「真実と信じさせる」力の基になる。ロラン・バルト (Roland Barthes, 1915~80) は絵画と区別できる写真の特性を「それは=かつて=あった」という時間の問題として定義した¹⁵。写真には、それに現れている「像」以外にも、すでに「その像が造られる瞬間が存在していた」という事実が含まれている。そして、その特性は写真の用途をより広げ、写真が持つ力を強めた。

写実的な描写能力、絵画に比べて安い値段、「像」の根底にある「その像が造られる瞬間が存在していた¹⁶」という特性は写真が絵画などの代わりをすることに留まらず、写真だけの「新しい世界」を構築する基礎になった。「肖像写真」はこのような写真の特性が

¹² 横江文憲『ヨーロッパの写真史』白水社、1997年、62頁。

¹³ 光学的原理はカメラ・オブスクラなどですでに完成されていた。

¹⁴ Geoffery Batchen, *Burning with Desire: The Conception of Photography*, p.9.

¹⁵ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』花輪光訳、みすず書房、1985年、118頁。(Roland Barthes, *La chambre claire: Note sur la photographie*, Gallimard, 1980)

¹⁶ 同上、96頁。

生み出した新しい事象なのである。ヨーロッパでは1750年代頃から中産階級の（経済的・社会的）成長による肖像画の需要があり、貴族階級で流行していたミニアチュール肖像（le portrait miniature）が中産階級に注目され始めた。以前の肖像より小さいサイズで、値段が安く、携帯できるサイズの肖像であった。また、1780年代半ばには「写図器（pantographe）」の原理を利用した「自動転写式肖像（physionotrace）」が発明され、多くの中産階級の人々が自分たちの肖像を手に入れることができるようになった。「自動転写式肖像」はミニアチュール肖像が「制作者の芸術的能力」を必要としたのに対して、単純な技術でも制作ができ、より安い値段を武器として、中産階級に人気を博した。1839年に登場したダゲレオタイプや同じ頃から登場していた他の「写真術（カロタイプなど）」は、完全に以前までの肖像画などに取って代わる力を持っていた。安い値段と優れた描写力を持ち、また「像を創る」という面で「高度な技術」を必要としない（一度制作法を身につければ、それを繰り返すことができた）特徴を持っていた。時代的要求であった「肖像」を制作するために営業写真館ができ、写真は一般の人々に馴染んでいった。また20世紀に入ってから、写真は近代の「家族制度」や「消費」と切り離せない「儀式」になっていった。ブルデューは、写真が素早く取り入れられたことが、写真の出現以前から存在していた様々な機能、すなわち集団生活の強烈な時間を祝福し、不朽のものにするという機能を遂行したからだと説明した¹⁷。写真がそのような役割を果たすことができた理由は、バルトが定義した写真のノエマ¹⁸、「それは=かつて=あった」という力を持っていたからである。また、このような機能は「儀式」化された。その中で営業写真師は、すでに「儀式の一部」となり、高度成長期に安価なカメラが普及した後にも「儀式の司祭」としての役割を果たしている。

1節 「営業写真師」の登場

この節では営業写真師という新しい職業の登場と、その様々なスタイルの出現についてヨーロッパの事例を中心として確認する。

1 「営業写真師」という新しい職業

¹⁷ ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』25頁。

¹⁸ フッサールの現象学の用語。意識の対象的側面を指すが、バルトは独自の用法をとっている。

ダゲレオタイプの出現はすぐに「写真家 (photographer 英、photographe 仏、Fotograf 独)」¹⁹を生み出した。そして「肖像写真」を主な仕事とする「営業写真師」が登場した²⁰。営業写真師の登場と共に、彼らの作業場であり、事務室である「営業写真館」も出現した。アトリエ (atelier) は職人の仕事部屋、画家や彫刻家、工芸家の工房を示す言葉であり、また「写真家が写真を撮る部屋 (studio²¹)」という意味を持っている。営業写真館は既存の美術関係の工房のように徒弟として学んでから独立する場合が多かったが、アトリエという言葉は、その「徒弟」「弟子」「門下生」などの意味も持っている²²。営業写真師になるには美術家 (画家・版画家・彫刻家など) になることと似たようなプロセスがあり、また「作品を制作する」という役割も似ていたので、自然に写真家や営業写真師の作業場の名称はアトリエになったと思われる²³。初期の営業写真師は、自分のアトリエを持たざるを得なかった。それは初期のダゲレオタイプなどの感光板の感光度が低く、「成功した像²⁴」を作り出すためには光を効率的に利用することが必要であったからである。そのため、初期の営業写真館は建物の最上階に天窗を備えた構造が多かった。

今日、ヨーロッパ初の営業写真館²⁵とされているのは、リチャード・ビアード (Richard Beard, 1801~85) が 1841 年 3 月にイギリス・ロンドンのリージェント街 (Regent Street) に設立したスタジオである。すなわち、彼は営業のためのスタジオ (営業写真館) を持ち、肖像写真を撮っていた「営業写真師」なのである。石炭販売商であり、特許投機師であった彼は、1839 年写真術が特許を取得した後、すぐに写真の商業的可能性に興味を持った。1840 年、ビアードはアレクサンダー・ウォルコット (Alexander S. Wolcott) と彼のビジネスパートナーであったアメリカの写真家ジョン・ジョンソン (John Johnson) から、彼らが考案したミラーカメラの特許を購入した。また、同年の夏、「ダゲ

¹⁹ 写真家という枠組みには、写真を用いて様々な仕事をする人々が含まれるが、この論文では「営業写真館 (商業肖像スタジオ)」を基盤として、肖像写真・家族写真などを主に行う写真家を「営業写真師」と称する。

²⁰ 西洋において、写真家と営業写真師という両者の名称は区別されなかった。

²¹ studio はラテン語 studium に由来する英語で、フランス語では 1906 年頃からこの意味として定着した。『ロベール仏和大辞典』小学館、1988 年「studio」

²² 『ロベール仏和大辞典』「atelier」

²³ 絵画・版画・彫刻などの美術と同じように初期の営業写真館は写真という「商品」「作品」を制作する「製造業」であったのであろう。(今日の写真館はサービス業に近いが)

²⁴ 長い露光時間は像のブレ (モデルの動きによって) が生じる一つの原因である。そのため初期の肖像写真では長い時間維持しにくい笑顔などの表情が殆ど見られない。

²⁵ アメリカでは 1840 年電信の発明者であるサムエル・モース (Samuel Morse, 1791~1871) が、ジョン・ウィリアム・ドレイパー (John William Draper, 1811~82) と一緒に、自分が教授として勤めた経験のあるニューヨーク大学 (当時は「City University of New York」、後の「New York University」) の屋上にスタジオを設け、写真師として活動しながら研究を行った。彼の写真師としての活動は 1844 年まで続いた。ガラスの屋根を備えた最初のスタジオとされている (それ以前に、様々な写真術を研究していた人々が、類似したスタイルのスタジオを設けていた可能性についての確認は今後の課題とする)。(John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, Routledge, 2013, p.939 及び、崔仁辰『韓国写真史：1631-1945』犬伏雅一・姜美賢・洪性雲・朴紀吟・李京彦・金根愛訳、青弓社、2015 年、240 頁を参考。)

ールとニエプス」の特許エージェント、マイルズ・ベリー (Miles Berry) と交渉し、イングランド、ウェールズ、ベリック＝アポン＝ツイード (Berwick-upon-Tweed)²⁶、海外の植民地やプランテーションという広域に及ぶダゲレオタイプの使用の権利を取得した²⁷。また、ダゲレオタイプの改善点に関する特許も取得した²⁸。1841年3月23日、ビアードはロンドンのリージェント街にある、ロイヤル・ポリテクニク・インスティテューション (The Royal Polytechnic Institution、現在はウェストミンスター大学) の最上階にガラスの天窗を備えた営業写真館 (商業肖像写真スタジオ) を設立した (図2)²⁹。1838年に設立されたロイヤル・ポリテクニク・インスティテューションは最新の発明や革新的な技術を追求する場所で、写真という前例のない技術の商売であった営業写真館を開くには最適であり、ビアードはこの営業写真館で商業的に大きな成功を収めた³⁰。その後、数ヶ月の間に、彼からダゲレオタイプや彼の改善点を含む使用の権利を取得した人々はプリマス、ブリストル、リバプール、ノッティンガムなどでダゲレオタイプ写真館を開いた³¹。

この頃、ダゲレオタイプや初期写真の発展に大きく貢献したアントワーヌ・クローデ (Antoine François Jean Claudet, 1797~1867) もロンドンに写真館を開き、ビアードと競争した (図3)。フランス人で、1827年にイギリスに移住したクローデは、板ガラスや磨りガラスの輸入業者であった。彼もダゲレオタイプの商業的可能性に注目し、1839年の秋にパリへ渡り、ダゲールからダゲレオタイプ写真術を習い、それをロンドンで使用する権利を取得した。ダゲレオタイプ写真術を身につけた彼は、ヨーロッパ各地を旅行しながら制作した風景写真を、ヴィクトリア女王やアルバート公に見せた。女王夫婦はその写真の中で優れた作品を購入し、残りの作品はロイヤル・ソサエティ (The Royal Society) に展示された。クローデはこのように写真術を身につけたが、それを営業の肖像写真に活用するには難点があった。ダゲレオタイプは10分から20分ほどの露光時間が必要であったので、クローデはそれを短縮させるための研究を進めた。彼は1840年夏に研究を始めた

²⁶ イングランド最北端の都市で、文化的にはスコットランドの影響が強い地域。

²⁷ スコットランドとアイルランドは個別的な特許法を持っていた。この地域の写真家たちはビアードの特許の影響を受けなかったが、1840~41年にビアードが取得した「ダゲレオタイプの改善点」に対しては、法律的制裁があった。

²⁸ 1840年12月。ビアードが力を注いだダゲレオタイプの改善点は感光時間の短縮や感光板の安定性に関することが中心であった。ビアードがアレクサンダー・ウォルコットから特許を購入したミラーカメラは、イギリスの天候の特徴で、露光時間が長くなるなど商業的な使用に問題があった。ビアードは1840年、ロイヤル・ポリテクニク・インスティテューションにアドバイスを求め、科学者であり、そこの教員であったゴッダード (John Frederick Goddard, 1797~1866) を紹介してもらった。彼は、ゴッダードを雇用し、光学や物理学などを学びながら、一緒に研究を行った。同年12月にはその技術的問題を解決し、特許を得た。

²⁹ 公的な建物であったロイヤル・ポリテクニク・インスティテューションに写真館を開くことになった背景には、その教員であったゴッダードが影響を与えたと思われる。ダゲレオタイプに関する二人の研究の成果はロイヤル・ソサエティでも高く評価されたので、ロイヤル・ポリテクニク・インスティテューションも、ビアードの写真館を一般的な商業店舗より、革新的技術として認めたのではない。

³⁰ John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, p.126.

³¹ 使用の権利を得ずに営業をしている人々も多かったようだ。

が、ビアードは同年12月にダゲレオタイプの感光度や安定性についての特許を取得した。そのため、クロードはビアードの特許を回避し、自分なりの方法を求めていたようだ³²。彼は1841年5月、塩素とヨードの蒸気を利用し、露光時間を季節などによって10秒から2分程度に短縮する方法を発明し、6月にロイヤル・ソサエティに報告した。同じ6月に彼はロンドンのアデレード・ギャラリー (Adelaide Gallery) の最上階にスタジオを開き、本格的に肖像写真を撮影するようになった。この写真館の屋根は光を効果的に使うために (露光時間をより短縮させるために) 青いガラスになっていた³³。

ビアードとクロードは両方とも写真が持つ商業的可能性に注目し、写真技術を研究し、写真館を設立した人物であった。ダゲレオタイプを用いて写真館を経営するとすれば、最も問題になるのは「仕事の効率性」である。彼らはその効率性のために注目したのは、露光時間の短縮であった。二人とも、開業の前に露光時間の問題を自分なりの方法で解決し、営業をし始めた。感光板の低い感光度による長い露光時間は、「写真の成功率 (製造業の観点での収率)」を下げる弱点であった。顧客は写真に撮られることに慣れていないため、いくら熟練した写真師であっても長い露光の間、顧客を完全にコントロールすることはできないのである。また、営業できる時間がより短くなり、天気が悪い日には撮影がより難しくなる³⁴。その問題が解決できないと、商業的な成功を収めるのが難しいので、感光板の感光度を上げることは不可欠な準備であった。また、「画像の安定性」の問題も解決しなければならなかった。ダゲレオタイプは銀メッキの金属の板の上に画像を定着させる方法であったので、見る角度によって光の反射があり、像がよく見えない弱点があった。フランスの物理学者であるアルマン・フィゾー (Armand Hippolyte Louis Fizeau, 1819~96) はこのような問題を緩和させるため研究を行った。彼は1840年、チオ硫酸ナトリウム (ハイポ) に溶解させた塩化銀を利用する方法で、画像のトーンを強調し、摩擦や酸化などに対する耐久性を高める方法を考案した。この技術は特許がなく、当時の多くの写真館で利用していた。

科学者たちや写真家・写真師などの努力によって、「商業的に (写真館営業のために) 不完全」だったダゲレオタイプは素早く「技能の面」での発展を遂げた³⁵。営業写真のた

³²以後1841年7月にはダゲレオタイプの使用権問題でビアードと争いがあったが、裁判に勝ち、ダゲレオタイプの使用権を認められた。クロードは1839年に「ロンドン」での使用の権利を取得し、ビアードは1840年にイングランドやウェールズなどでの権利を取得していた。

³³モノクロ写真では、色のある光が「グレー」になるので、結局、露光時間を長くさせなければならない。それを防ぐために太陽の光を「白」に近くするためブルーのガラスを用いたようだ。彼は板ガラスの輸入業者であったので、その経歴や繋がり写真館のスタジオの維持に役に立ったと思われる。

³⁴二人とも天気の悪い日が多いロンドンで営業をし始めた。

³⁵ある面では特許、つまり「金銭」の面も影響を与えたようだ。

めのダゲレオタイプの技術が安定化してからは、また新しい表現のための技術や制作方法、関連技術が発展していった。そのような発展を導いた人物はクロードであった。クロードは1841年の末、肖像写真の背景に風景を描き入れる制作方式や、今日でも暗室で使う赤い「セーフティーランプ」の特許を取得した。彼は背景幕があったところに風景を描き、肖像写真に背景を用いた最初の写真師であった（後には描かれたもので作られた背景の前で写真を撮る形式が一般的になった）。彼はそれらの特許権を殆ど主張しなかったため、その技法や技術は広く普及していった。1842年には複製ができないダゲレオタイプの弱点を克服するため、一つの長い感光板に何枚かの肖像が撮影できる特殊なカメラを開発した³⁶。1845年には、ミニアチュール画家を雇用し、色を付けたカラーダゲレオタイプを制作した（図4）。1848年には世界最初の露出計である「Photographometer」を開発し、1850年にはレンズの透過率を測る「Dynamometer」を開発するなど以後の写真技術にも大きな影響を与えた。その間、ライバルであったビアードは凋落していったが、クロードは大きな成功を収め、新しいスタジオを開設し、拡張を繰り返した。

クロードは1851年、ビアードのスタジオがあったリージェント街に新しいスタジオ「Temple of Photography」を開いた。この建物は国会議事堂の設計者であるチャールズ・バリー（Charles Barry, 1795~1860）を雇用し、ルネサンス様式に改造した建物であった。この写真館の建物は3階建てで、1階には陳列室や受付、2階には暗室や事務室、3階には控え室とスタジオがあった。控え室にはロジャー・ベーコン、レオナルド・ダ・ヴィンチ、アイザック・ニュートン、ニセフォール・ニエプス、フランソワ・アラゴなどの肖像が掛けられていた³⁷。光学・芸術・写真にかかわっている「偉大な人々」の肖像であった。クロードは写真家（営業写真師）であり、写真術の研究者であったため、そのような人々の肖像は彼のプライドをまさに代弁するものであっただろう³⁸。クロードはコロジオン法が発明（1851年）された後にもダゲレオタイプの営業写真師として活発に活動した。1853年にはイギリス王室の公式写真師となった。彼は成功した営業写真師であり、また写真技術や表現などの面でも、後の「営業写真館」に大きな影響を与えた先覚者であった。

写真術の初期段階には、ダゲレオタイプに特許権を先占されたタルボット（William Henry Fox Talbot, 1800~77）のカロタイプ（Calotype）が、ダゲレオタイプと共存してい

³⁶ 1844年パリのフランス産業博覧会で発表。

³⁷ バク・ピョンジョン『写真の競争：19世紀』ヌンビッ、2006年、40頁。

³⁸ クロード以外にも各国の写真館が写真だけではなく、絵画のギャラリーも一緒に運営する場合があったが、それは「芸術としての写真」という正当性を確保しようとする試みと見ることができるだろう。これについては、初期の写真家・営業写真師たちが画家から転身したケースが多かったという点も影響しているであろう。

た。それは、ネガ・ポジ法で大量複製が可能であるという特徴を持っていた。また、ネガ・ポジ法の特徴により、暗室作業を通して多様な表現ができるという可能性を持っていた。しかし、それはダゲレオタイプに比べて画質が劣る弱点も持っていた。ダゲレオタイプの写真師であったアントワン・クローデがカロタイプを写真館の営業に用いようとしたが³⁹、すぐ諦めた理由もカロタイプを肖像写真に用いるときに生じる画質の問題や希少性・高級感の面⁴⁰で、弱点があると判断したからであろう。そのような理由でカロタイプは一般的に静物・風景写真に用いられた。また、被写体の輪郭が柔らかい（画質が劣る）という特性は、芸術的（絵画的）な表現を好む写真家たちに、むしろ長所とされる場合もあった。

しかし、このように不利な特性を持ったカロタイプを、肖像写真に利用した写真家（写真師）がいた。デイヴィッド・オクタヴィウス・ヒル（David Octavius Hill, 1802~70）とロバート・アダムソン（Robert Adamson, 1821~48）がその代表的な例である⁴¹。ロバート・アダムソンは幼い頃から体が弱く、内省的な性格を持っていたが、科学や機械に興味を持ち、エンジニアになろうとしていた。しかし、彼の兄である、ジョン・アダムソン（Dr. John Adamson, 1809~70）は彼に写真家になることを勧め、写真術（カロタイプ）を教えた⁴²。科学者であったジョン・アダムソンは、デイヴィッド・ブルースター（Sir. David Brewster, 1781~1868：科学者・教授）⁴³と一緒にタルボットの「フォトジェニック・ドローイング（Photogenic Drawing：カロタイプの初期段階の技術）」を研究した人物である。兄の研究を土台とし、研究・演習を続けたロバート・アダムソンは、1842年末から1843年頃に技術が完成段階に到達したと思い、写真館を開くことを決心した。彼は1843年5月10日にエディンバラのカルトン・ヒルに写真館を開き、開業直後から風景画家であったヒルと一緒に仕事をするようになった（図5・6）。ヒルはスコットランドの著名人で、1843年5月18日に始まったスコットランドの「教会分離運動」（Free Church of Scotland）に参加したが、その過程で教会からこの「教会分離運動」に参加した聖職者たちの肖像画⁴⁴（記録画）制作の依頼を受けることになった。自らが風景画家であったため、躊躇していたが、ジョン・アダムソンと一緒にカロタイプを研究していた人物であり、「教会分離運動」の重要人物であったブルースターの説得で、その依頼を受けた。ま

³⁹ クローデはタルボットからカロタイプを習っていた。

⁴⁰ 当時の肖像写真には重要な要素であった。

⁴¹ cf. John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, pp.657~661.

⁴² 弟のロバート・アダムソンは写真に優れた才能を発揮し、カロタイプを代表する写真家の中の一人になった。

⁴³ 1839年にタルボットからフォトジェニック・ドローイングを紹介してもらった。

⁴⁴ その人数は470人であったと伝えられている。（cf. Beaumont Newhall & Nancy Newhall, *Masters of Photography*, Castle Books, 1958, p.14.）

た、その作業のスケッチの道具としてカロタイプを用いようと思い、その頃エディンバラに写真館を開業したロバート・アダムソンと一緒に仕事をすることにした。カロタイプは被写体の輪郭が鮮明ではないという特徴があり、肖像には殆ど使われなかったが、絵画的な効果が必要であったヒルには適している道具であった。また、ダゲレオタイプに比べて安い制作費用も彼にとっては魅力的な特性であった。二人は仕事を分け、ロバート・アダムソンが写真の撮影を、ヒルは道具の配置や背景設定などを担当した。二人の名声は素早く広まり、二人のスタジオは人気を博した。彼らは肖像写真だけでなく、営業と関係のない風景・建築写真も多く制作した〈図7・8〉。しかし、1847年末にロバート・アダムソンの健康が悪化し、1848年の彼の死により、二人の共同経営は終わることになった。二人は、一緒に仕事をした約4年間で2千5百点ほどのカロタイプ写真を残した。ヒルはロバート・アダムソンの死後にも写真の仕事をしながら、二人で撮影したカロタイプ写真をプリントして販売した。1862年には他の同業者と写真の主流になったコロジオン法を用いて営業を続けたが、順調ではなかった。1866年からは、1843年に依頼を受けた「教会分離運動」の肖像の制作を進めた〈図9〉。

二人の作品は、鮮明度が劣るカロタイプの特性にもかかわらず、それが肖像写真制作にも使えるということを示した珍しい例として評価されている。また複製ができるという特徴によって、写真撮影担当であったロバート・アダムソンの死後にも、ヒルは彼と一緒に制作した写真をプリントし、販売する方式で営業を続けることができた。これは、大勢の人々が、完全に同じ写真を持つことができるという点で、つまりは、集合写真とDPEが営業写真館の重要な業務となる可能性を早い段階で示しているという点で大きな意味を持つ。ダゲレオタイプとカロタイプは、違う特性を持つ初期の写真術であった。この二つの写真術は営業写真師・営業写真館を登場させ、その業務の土台（技術・表現・営業の面など）を築く大きな役割をした。

ダゲレオタイプが特許を得てから12年後である1851年、イギリスのフレデリック・アーチャー（Frederick Scott Archer, 1813~57）がコロジオン法⁴⁵を発明し、ダゲレオタイプと比べられないほど安価で、ほぼ同じ画質を持つ写真の大量生産が可能になった。いわゆる本格的な「肖像写真時代」の到来であった。それに伴い、肖像写真を専門とする営業写真師が多く登場した。

⁴⁵ フランスの画家・写真家であるギュスターヴ・ル・グレイが1850年にコロジオン法を発見したという説もあるが、あくまでも「理論」に留まっていたようで、公式の発明者はアーチャーとされている。

ジゼル・フロイント (Gisèle Freund, 1908~2000) は肖像写真が発達することになった背景について以下のように述べた。

肖像写真の発達、西欧社会のある重要な局面、すなわち、中産階級の台頭という局面と対応している。この時期になってはじめて、広範な国民が政治的・経済的な力を獲得するに至ったのである。その結果として生じてきた、中産階級の、商品に対する需要を満たすために、ほとんどすべてのものがより大量に生産される必要があった。肖像画もその例外でなかったのである。社会的な地位を高めつつある階級に属していた人々は、自分の肖像画を描かせることによって自らの新しい社会的な立場を自分自身に対して、また広く世間一般に対して目に見えるものとして確認させることができたのである。⁴⁶

フロイントが述べたように、貴族だけのものであった「肖像画」は中産階級に広がっていた。肖像画は1789年のフランス革命以前から中産階級の中で人気を博し、その需要は油絵、ミニアチュール肖像などが満たしていた。これらの「肖像画」は写真術の発明以来、優れた描写や安い価格を武器とした写真に急速にその立場を奪われていった。すなわち「[肖像画を担当していた] 古くからの職業が姿を消し、[営業写真師という] 新しい職業が現れる」⁴⁷ことになったのである。独立した職業としての営業写真師の登場は「写真の産業化」を意味した。またフロイントは「写真の産業化」について以下のように説明した。

19世紀の中頃までには、写真技術は実験的段階を抜け出し、写真家たちは、もはや特別な知識は何も必要としない地点にまで到達していた。必要な道具は今や専門の工場で作られていたし、現像液、定着液の準備にも、もう特殊な化学的知識は不要であった。様々な大きさの装置が、数多くの光学器械店で売られていた。一連の、わかりやすく書かれた写真術の教科書が出版され、必要な手順に関して正確な説明を与えてくれた。⁴⁸

写真術の発達や関連産業の成長は、写真術の公表以後10年余りの間に、写真の需要が急速に増加していたことを示す一方、それからより広く普及する可能性が社会的に受け入

⁴⁶ ジゼル・フロイント『写真と社会：メディアのポリテイク』佐復秀樹訳、お茶の水書房、1986年、13頁。(Gisèle Freund, *Photography And Society*, David R Godine Pub, 1979)

⁴⁷ 同上、45頁。

⁴⁸ 同上、46頁。

れられていたこと意味する。また「制作」という面から写真への接近が容易になるにつれ、画家やボヘミアンたちの中でより良い収入が可能だと思われる営業写真師に転向する場合が多かった。フランスで1840年代末～50年代に写真館を開業した代表的な人物には、ナダール (Nadar, Gaspard-Felix Tournachon, 1820~1910)、アンドレ・アドルフ・ウジェーヌ・ディスデリ (André-Adolphe-Eugène Disdéri, 1819~89)、ギュスターヴ・ル・グレイ (Jean-Baptiste Gustave Le Gray, 1820~84)、ビッソン兄弟 (Louis-Auguste Bisson, 1814~76・Auguste-Rosalie Bisson, 1826~1900) などがいたが、その中でディスデリは「商品」としての写真の価値を誰よりもよく知っていた⁴⁹。ディスデリは写真館を開業した後、カルト・ド・ヴィジット⁵⁰など小さなサイズの写真を考案・商品化し、それまでの5分の1ほどの価格で肖像写真を販売、肖像写真の流行を導いた。画家から転職したル・グレイや、ビッソン兄弟 (化学を研究した兄と家紋図案画家であった弟) は、その芸術的な感覚に比べて事業手腕が足りず、経営に苦勞をしていた。ル・グレイとビッソン兄弟は同じ建物を使用していたのだが、彼らのスタジオは、人々の足を運ばせる名所となったが、「大衆の購買力は、新しい芸術に対する理解力に反比例して低いもの⁵¹」であった。そして、優れた事業手腕をもったディスデリなどとの競争に破れ、廃業することになった。他にも多くの肖像写真家が営業に苦戦し廃業となったが、ナダールはディスデリからそれほどの影響は受けなかった⁵²。ナダールは安価になった写真の価格を受け入れ、大衆の好みに合わせた修整、ポーズを積極的に用いた。初期のナダールが修整を極めて限定的に行った点から考えると、大きな変化だったとも言える。

上で挙げた肖像写真家たちをナダールやディスデリ、ル・グレイやビッソン兄弟の二つのタイプに分けて考えよう。肖像写真という行為は様々な目的によって成立する。その中で営業写真館での肖像写真を「営業写真」と定義してみると、「営業写真」は大衆の好みによって成り立つ。一般的にモデルを撮影する「人物写真」としての肖像写真と「営業写真」の違いは「モデル (顧客) の意志 (写真に撮られようとする)」が写真行為を呼び起こすということから発生する。そのため、モデル (顧客) の好み (またはその目的) は写真行為の重要な要素なのである。このような要素を満たすことに重点を置いたナダールやディスデリのような肖像写真家を「営業写真師」とすれば、写真家として自分の「表現意志」に重点を置いたル・グレイやビッソン兄弟のような肖像写真家を「アマチュア写真家

⁴⁹ ヴァルター・ベンヤミン『ベンヤミン・コレクション5: 思考のスペクトル』浅井健二郎・土合文夫・久保哲司・岡本和子訳、ちくま学芸文庫、2010年、587頁。

⁵⁰ 1854年11月27日に特許を取得。

⁵¹ ジゼル・フロイント『写真と社会: メディアのポリテイク』62頁。

⁵² John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, p.972.

(芸術写真家)」と言える。すなわち、何に重点を置くかによって「営業写真師」であるかないかが判断できるだろう。ナダールの場合は営業写真師でありながらも自分のこだわりを強く持っていた特別な場合であった。

2 初期の「営業写真師」のパターン

1850年代パリの代表的「営業写真師」であったナダールとディスデリは様々な面で違うスタイルを持っていた。ナダールは自分の回想録である *When I was a Photographer* (*Quand j'étais photographe*) で、当時大きな人気を博していた営業写真師たちについての考えを残した。彼は営業や表現の面で大きな違いを持っていた営業写真師たち、特にマイヤーとピアソン (Mayer and Pierson Company)⁵³のスタジオを「肖像工場⁵⁴」と非難したが、ディスデリについては「真の流行を創造した⁵⁵」と高く評価した。批評家の多木浩二 (1928~2011) はこの頃の営業写真師たちをナダール型、アダム-サロモン (Antoine Samuel Adam-Salomon, 1818~81) 型、ディスデリ型に分類しているが、ここでは写真を既成芸術 (古典主義の形式主義) の道具として扱ったアダム-サロモンを除き、ナダール型とディスデリ型に分けて考えてみたい (表 1)。

多木は、二人の最も大きな違いを「肖像画 (portrait)」と「肖像 (effigy)」の違いだと述べた⁵⁶。肖像画は写真の登場以前、より狭い範囲の (より高い) 階層のためのものだったのであり、その人のアイデンティティーやプライドを示すことのできる像であった。そのため、「自分の像を持っている」ということ自体がその人の社会的地位を示していた。写真の発明の後、より広い (中産階級または下層中産階級までの) 範囲の人々が、経済的余裕があれば、誰でも自分の像を持つことができるようになった。それに伴い、「自分の像を持っている」ということが意味する、社会的地位を示す力が写真の発明以前より弱くなった。その弱まった力を補うために、写真の中のモデルが「どのような人であるか (どのような社会的イメージを望んでいるか)」を表現することになり、これは写真館写真の表現様式・流行になっていった。ディスデリは当時の流行を導き、ナダールも 1860年代からは、状況によって流行に合わせながら営業を行った。

⁵³ 営業写真師・ファッション写真家。ナポレオン3世とその家族の写真を撮影し、名声を得た。

⁵⁴ Nadar, *When I Was a Photographer*, trans. Eduardo Cadava & Liana Theodoratou, The MIT Press, 2015, p.145.

⁵⁵ *ibid.*, p.154.

⁵⁶ 多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』ちくま学芸文庫、2008年、202頁。

〈表1〉 ナダールとディスデリの比較

名前	ナダール (Nadar) GASPARD-FÉLIX TOURNACHON	ディスデリ (Disderi) DISDÉRI, ANDRÉ-ADOLPHE-EUGÈNE
個人における社会的背景	1820~1910年 パリの中産階級出身 1840年代~ 文筆家・ジャーナリスト 1846年~ キャリカチュア画家 1848年~ ポーランド義勇軍の密偵	1819~89年 パリの庶民または下層中産階級出身。教育はほぼ受けていないが、若い頃絵画を習った経験 ⁵⁷ がある。 1837~40年 俳優 1852年 ジオラマ師
写真館の位置	ポートルート専門スタジオ 1854年~ パリ・サン・ラザール街 (弟のアドリアンと一緒に経営した。) 1860~71年 パリ・キャブシーヌ街 (アトリエ・ルーージュとも呼ばれた。) 1871~1939?年 パリ・ベルサイユ・アンジュー通り (妻のエルネステが経営、1874年長男のポール・ナダールがマネージャーになってからは方向を変え、ヌードポストカードなども制作した。) 1897~99年 マルセイユ (ナダールは1873年に引退したが、1897年から2年ほど写真師として活動した。)	ポートルート専門スタジオ 1848または1849年~ フランス北西部のプレスト市 (プレストに住んでいた義理の兄のサポートで開業。ダゲレオタイプを用いた。妻のエリサベットも写真家で、一緒に写真館を経営した。) 1853年~ パリのイタリア街 1865年~ イギリス・ロンドンのブルーク街 馬術ポートルート専門スタジオ 1861年~ パリのサン・クラウドコミュニティ 1868年~ イギリスのウェスト・ロンドン
営業スタイル	初期には「アマチュア写真家」的な特徴を持ち、顧客の好みより、「自分の表現スタイル」にこだわった。後には時流に合わせながら商業的な営業を行った。	典型的なビジネスとしての肖像写真。「顧客の好み」に合わせることや「効率性」が営業の重要なポイント。
表現主体	モデル「個人」(特に初期)	モデルのパターン化された社会的位置 (ペルソナ)。
表現スタイル	「顔」を中心として表現。(「個人の特徴」がよく表われるように) 小道具・背景を使わない。(後期に行くと用いた作品がある。)	「社会的位置」の表現のために「全身」を主に撮影。小道具・背景などを積極的に使用。
これまでの研究での評価	「写真表現」「芸術性」などの面で高く評価。	「写真の産業化」「大量生産」などの面で高く評価。
軍関係の写真	普仏戦争(1870~71年)の時、パリがドイツに占領された時、気球部隊長として偵察を行った。	軍部隊に写真部署を置くことを提案し、1861年戦争省に受け入れられた。その後、連隊ごとに一人の写真担当者を置くことになった。
その他	ロラン・バルトによって世界最高の写真家だと言われる。 今日、レンブラントの肖像画に類似していると言われる。 ⁵⁸ 人工照明の使用 気球を用いた航空撮影	カルト・ド・ヴィジットの発明者 ⁵⁹ コロジオン処理法研究

⁵⁷ John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, p.419.

⁵⁸ Françoise Heilbrun, *Nadar and the Art of Portrait Photography*, *Nadar*, Metropolitan Museum of Art, 1995, p.36.

⁵⁹ 特許を取得して、有名になったのはディスデリであったが、他の人々もカルト・ド・ヴィジットのフォーマットを使っていた。

ナダールが撮ろうとした写真は「モデル個人の portrait」であった。そのため、個人の特性が最もよく表れている「顔」を中心として撮影した〈図 10〉⁶⁰。また、小道具や背景を用いずに（〈図 10 右〉の 1864 年の作品には少し用いられている）、上からの光線を用い、人物の顔を浮かび出させることに重点を置いた。彼はこのような自分の表現スタイルや写真の完成度にこだわり（特に初期には）、自分の考えと違う写真を要求する顧客には、説得するかやんわり追い返したことがあると伝えられている⁶¹。また、顧客の強い要求で「(ナダールの) 気に入らない写真」を撮ることになった場合、写真代を返金し、写真を渡さない場合もあった⁶²。営業の面でもそのようなナダール自身のこだわりを満たすための工夫があった。

写真館の受付に女性をひとり雇っておく。これはどんな店でも雰囲気のを和らげるためにすることだが、こうすると、店にやってきた人物の人品骨柄がわかる。紳士であるか匹夫野人であるかがたちどころに判明するのだ。これほど確実な目安はあるまい。しかし紳士といってもピンからキリまでである。自分の世界では非のうちどころのない礼節をわきまえた紳士が、他の世界では無礼きわまる蛮人に変身することもある。こうした男は、自分の世界に属する女性でなければ、女性を女性とも思わない。そういった意味で、女性の存在が本物の紳士を見分ける試金石となるのだ。⁶³

彼は社会的な「ペルソナ」ではなく、「個人」を撮ろうとしたので、「個人の本質」を引き出すために、顧客がどのような人であるかを判断することは不可欠な作業であった。このような彼の「自分の作品（写真）」に対するこだわりは、彼を「世界最高の写真家⁶⁴」と呼ばれるようにさせた。ナダールのように営業写真館を経営しながらも、自分の信念を持ち、制作活動をした写真家たちは 1920 年代まで存在していたが⁶⁵、その後は芸術写真家と営業写真師が完全に分けられて、別の仕事をする人々になっていった。

ディスデリはナダールと違って、モデルのパターン化された社会的地位（ペルソナ）の「effigy」を撮ろうとした。そのような社会的地位（事実であっても、顧客の希望であって

⁶⁰ 多木浩二『肖像写真：時代のまなざし』岩波新書、2007 年、23 頁。（ナダールは「個人」を表すために半身像を多く取った。服などの「飾り」がない「ヌード」の場合は全身像でよく撮影したことから見ると、イメージとしての半身像を好んだというよりは、「個人」を見せるために選んだ表現様式とみることができるだろう。）

⁶¹ 多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』195 頁。

⁶² cf. ナダール『私は写真家である』大野多加志・高橋克己訳、筑摩叢書、1990 年、84-88 頁。

⁶³ cf. 同上、72 頁。

⁶⁴ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』図版 17 頁。

⁶⁵ 多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』193 頁。

も)を作り出すために小道具や背景を積極的に活用し、服装・道具・背景をよく見せることができるようにモデルの「全身」(図 11)を撮影した。彼は写真の大衆化に大きな役割を果たしたカルト・ド・ヴィジットを発明し、写真の価格を下げ、より広い階層の人々にカメラの前で「(社会的地位を)演技」させた⁶⁶。ディスデリは商業的に大きな成功を収め、1855年には彼のスタジオで働く人が77人に及ぶほどであった⁶⁷。ナダールはこのようなディスデリの全盛期を「どんな将軍や慈善家よりも賑々しかった」⁶⁸と回想した。ナダールとディスデリは自らの経験・ノウハウを基にして、写真に関する著述活動も行うなど、活発に写真関係の活動を続けた。

このように二人は初期の写真芸術と、商業としての写真で大きな業績を残した「営業写真師」であったが、二人が輝いた時代が終わり(彼ら個人も、営業写真師という職業も)、営業写真師は「写真の歴史」の中で次第にその姿が消えていった。

2節 日本における写真の普及と営業写真館

この節では日本における写真の伝来や営業写真館の登場について確認する。特に初期の日本写真において重要な意味を持つ長崎と、そこから大きな影響を受けた大阪(兵庫を含む)をその中心とする。

1 写真術の伝来と営業写真師の登場⁶⁹

日本における写真術の流入口は、開港地であった長崎、横浜、函館の三つの地域に分けて考えることができる⁷⁰。主に、長崎はオランダから、横浜はアメリカから、函館はロシアから写真術が伝来された。横浜と函館は写真術を「新しい技術」として受け入れた傾向が強かったことに対し、長崎は科学の一つの分野として受け入れ、研究の対象としたという点が特徴である。

⁶⁶ ディスデリは自らが俳優としての経験を持っていたため、それらの作業がより容易であったと思われる。

⁶⁷ John Hannavy, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, p.419.

⁶⁸ 多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』188頁。

⁶⁹ 大阪営業写真界に大きな影響を与えた長崎地域を中心とする。主に、鈴木八郎・小沢健志・八幡政男・上野一郎『写真の開祖上野彦馬』産業能率短期大学出版部(1975年)と『写真館のあゆみ：日本営業写真史』日本写真文化協会(1989年)を参考。

⁷⁰ 横浜は1850年代末から1860年代初め頃、下岡蓮杖がアメリカの貿易商・写真家であるジョン・ウィルソン(「ウンシン」と知られている人物)からコロジオン湿板写真を学んだことがその始まりとされている。函館は1860年代初め頃田本研造(1832~1912)、木津幸吉(1830~95)が初代ロシア領事ゴスケヴィッチと医官ゼレンスキーからコロジオン湿板写真を学んだことがその始まりとされている。

筆者は「はじめに」で、写真という言葉を「狭い意味での写真」と「広い意味での写真」に分けてその意味を捉えたが、日本における写真の始まりも、その二つの観点から考えることができる。

「狭い意味での写真」、すなわち技術的側面から見ると、1848年薩摩藩の蘭学者上野俊之丞（1793~1851、上野彦馬の父親）がダゲレオタイプを輸入したことが日本での写真の始まりである⁷¹。薩摩藩の世子であった島津斉彬（1809~58）は蘭学者たちと一緒にダゲレオタイプを研究し、1857年に日本初の写真を制作することに成功した（図12）。これは、写真術という化学研究の成果として、日本の写真の歴史において大きな意味を持つ。

しかし、日本での「実用的な技術」としての写真はコロジオン湿板写真から始まった。それは日本での「広い意味での写真」の始まりであった。1850年代半ばからは、コロジオン湿板写真に対する研究が行われた。初期日本写真の重要人物であり、大阪の営業写真の始まりに大きな影響を与えた上野彦馬も、写真術を化学として研究し始めた。上野彦馬は1858年、長崎海軍伝習所でオランダの医官ポンペ（Pompe Van Meerdervoort, 1829~1908）に舎密学（化学）を学びながら写真術に大きな関心を持つことになった。しかし、ポンペは専門写真家ではなかったため、写真術に対する知識や経験には限界があったようだ。1859年には、スイスの専門写真家であるロッシェ（Pierre Joseph Rossier, 1829~?）が来日した。上野彦馬はその絶好の機会を逃さず、嫌がるロッシェを説得し、写真術を習った。同時代に活動していた写真家たちは大体、「写真を撮ることのできる」一般の外国人に写真を習っていたが、上野彦馬が専門写真家に写真を習ったという点は大きな意味を持つ。それは、単に写真を制作する技術だけでなく、専門写真家が持つヨーロッパの最新表現法⁷²、撮影ノウハウ、写真家としての姿勢・マナーなども経験・習得できたからである。また、その経験は上野彦馬が日本写真における重要人物と評価されることにも大きな影響を与えた⁷³。1862年、上野彦馬は長崎に「上野撮影局」を開設し、「営業写真師」としてのキャリアを始めた（図13・14）。また、守田来三・内田九一など、弟子たちを多く育成した。その弟子たちは日本各地で活動し、日本に「広い意味での写真」を普及させた。

⁷¹ 鈴木八郎他『写真の開祖上野彦馬』236頁。

⁷² 彼はフランスやイギリスなどで写真技術を磨き、世界各地に撮影旅行をしていた。

⁷³ これまで、一般的に上野彦馬が日本初の営業写真師とされてきたが、彼よりも少し早い時期に活動した写真家もいたようだ。松平春嶽の江戸滞在中の記録によると、上野彦馬の開業より1年早い1861年に、松平春嶽が写真家鶴飼玉川（1807~87）を呼び、横井小楠の肖像写真を撮影させたとされている（写真が残っている）。また、下岡蓮杖（1823~1914）は上野彦馬と同年に横浜に写真館を開業した。上野彦馬が1862年の末に開業したことに対し、下岡蓮杖は5月に開業していたという説もある。

2 大阪・兵庫地域の営業写真館の始まり⁷⁴

大阪と兵庫地域において最初に営業写真館を開いた人物は守田来三（1830~89）である（図15）⁷⁵。豊前（現在の福岡）の中津藩士であった守田来三は1862年から約3年間、長崎で上野彦馬から写真術を習い、1865年10月に大阪の高麗橋浄円寺内に仮写真館を開き、営業写真師として活動し始めた。1866年2月には、南地（難波新地）に写真館を移転し、同年の末には、1868年に開港が予定されていた神戸に移り、二ツ茶屋村⁷⁶（現在の元町の海岸通り周辺）に写真館を開いた。神戸に移った守田来三は兵庫県の県令（現在の知事）を担った伊藤博文（1841~1909）と親密な関係を持ち、彼の写真を多く撮影した⁷⁷。伊藤博文が中央政界に進出し、神戸を去ると、守田来三は再び大阪に移り、南地（現在の道頓堀の南）の阪町に写真館「日新軒」（図16）を設け⁷⁸、芸妓の写真⁷⁹を主に撮影しながら、その名を広げた。守田来三には子供がいなく、養子である昌司（1862~1918）⁸⁰がその仕事を継いだ（図17）。父親に写真を習った昌司は一時期、香港に渡り現地の「アフン写真館⁸¹」で技師として経験を積み、1887年日本に戻った。1889年守田来三が亡くなり、昌司は大阪の豊後町（現在の本町橋）に写真館を移転し、2代目となった。

守田来三の写真館の移転履歴を見ると、大勢の人々が集まる都心の寺⁸²（1865年から）、外国人が多く「流行の場所」でもある開港地（1866年から）、芸妓や遊女が多く大勢の人々が集まる繁華街（1869~70年頃から）、近代化による商業街（1889年から、昌司）となっている。守田来三は上野彦馬の写真館経営を近くで経験し、伊藤博文のような政治家と密接な関係を結んでいた人物で、時代の流れを読む力を持っていたと思われる。そのため、守田来三の写真館の移転は、彼が経営者として「写真の普及や社会的変化」をどのように捉えていたのかを見せる例であり、それを通して当時の「写真館経営戦略」の一面が確認できる。

⁷⁴ 主に、京阪神写真師会大会『沿革史』（1922年）、日本写真文化協会『写真館のあゆみ』（1989年）、大阪写真家協会『回顧百年：協同組合大阪写真家協会創立百年史』（1998年）を参考。

⁷⁵ 神戸初の写真館は守田来三によって設立されたが、その期間は短い。神戸で活動した初期の写真師たちには、1868年に開業した上野幸馬や1870年開業した平村徳兵衛、市田左右太、森川新七などがいる。

⁷⁶ 『写真館のあゆみ』『回顧百年』には「二ツ家西元町（今の海岸通り）」となっているが、二ツ茶屋村の間違いだと思われる。（「二ツ家」ではなく「二ツ屋」という地名が神戸市西区にあるが、神戸よりは明石に近い）

⁷⁷ 伊藤博文が兵庫県令を務めたのは1868年4月から69年5月まで。伊藤博文は海外で購入したカメラを守田来三にプレゼントするほど親密な関係であった。

⁷⁸ 1869年から70年頃と推定される。神戸での写真館の名称が同じであったかについては確認できていない。それについては今後の課題とする。

⁷⁹ 南地は1871年正式に遊郭になった花街があった地で、最盛期に約1千人以上の芸妓が活動し、多くの娼婦も活動していた。

⁸⁰ 彼は1898年に大阪写真会を結成、1910年副会長を担うなど業界で影響力を持っていた。また彼の息子である直は1910年代から45年まで小川月舟・山崎益蔵（守田昌司の弟子）と共に業界で「三羽鳥」と呼ばれた。守田直は1945年に爆撃で家を失い、名古屋に移ったようだが、その後の行跡は知られていない。

⁸¹ 原語表記はまだ確認できていない。それについては今後の課題とする。

⁸² 初期の写真館は寺だけでなく神社や公園などの境内に開業する場合も多かった。

守田来三は養子である昌司以外にも葛城思風（1852~1912）などの弟子を育てた（図 18・19）⁸³。また、彼らも多くの弟子を育て、「守田来三流」の営業写真師たちは大阪や各地の営業写真界で重要な役割を果たした。守田来三と同じ年、大阪天満に写真館を開業した内田九一（1844~75）も以後の大阪営業写真業界に大きな影響を与えた人物である（図 20）。内田九一は長崎出身で、彼の父親である忠三郎は、医療機器・薬品関連の仕事をしていて、忠三郎は内田九一に家業を継がせるため、舎密学を学ぶように勧めた。内田九一は長崎海軍伝習所でポンペから舎密学を学びながら写真に興味を持った⁸⁴。その後、父親の仕事で関係を持っていた上野彦馬を紹介してもらい、写真を習った。彼が大阪で営業写真師として活動した期間は 1865 年から約 3 年であったが、この時期に彼が育てた弟子、田村景美（1845~1912（図 21））は、後に佐貫徳兵衛（1856~?）、内田虎二⁸⁵（1866~1916）など多くの弟子を排出し、「内田九一流」は「守田来三流」と共に大阪営業写真界の大きな流派となった（図 22）。以後各地から大阪・兵庫へ、営業写真師となった人々が多様な経路で流入し、繁華街・都心地・港などを中心に多くの写真館を開業、営業写真館は完全に一つの産業として定着した。

3 大阪・兵庫地域における初期の「写真産業」

1922 年発行の京阪神写真師会大会『沿革史』には、「大阪写真師会会員」115 人の名簿が載せられている⁸⁶。この名簿には機材店⁸⁷、台紙の店、写真修整店などと推定される店の代表者が 16 人含まれている。これは商号による分類であり、当時は機材店と写真館を兼業する場合が多かったため、機材店の業務のみを行ったとは断定できない。その中、商号によって、写真館の業務を行っていなかったと思われる店は、商号が「台紙商」となっている 2 軒、「合資会社井上写真台紙製造所」「合資会社小西六大阪支店長」「ブロマイド修整師」「写真背景師」「写真背景畫師」「写真古種板業⁸⁸」「桑田工場（桑田商会の工場と推定）」「合資会社商会大阪支店」の 10 軒である⁸⁹。それに加えて、〇〇商会・商店・写真機店などの商号を持つ（写真館営業を兼業した可能性のある）店が 6 軒ある。それらの

⁸³ 葛城思風は守田来三が神戸に開業した時期に彼に写真を習い、その後彼の紹介で長崎に渡り、上野彦馬（上野幸馬に習ったとする資料もある）にも写真を習ったとされている。

⁸⁴ 上野彦馬の後輩であった。

⁸⁵ 現在の内田写真館の 2 代目。

⁸⁶ 堺市、奈良県、京都府、神戸市、天下茶屋などの 11 人が含まれている。店としても 115 軒。

⁸⁷ 写真の材料を扱う店は、機材店・器材店などの名称を使うが、この論文ではその商号を示す場合ではない限り、「機材」「機材店」を使う。

⁸⁸ 写真を用いて、飾り物やフレームを製作した店だと思われる。種板は「スライド」という意味である。

⁸⁹ 他は〇〇写真機店・〇〇商会などの名称で、写真館を兼業した可能性がある。（〇〇軒、〇〇堂、〇〇社、〇〇屋、〇〇館、人の名前などは写真館として扱う）

16軒の店は、開業時期で見ると、明治期に（1912年まで）14軒⁹⁰、大正初期に2軒が開業した。また地域的には、大阪の南区に10軒、東・西区に各2軒、北区・市外に各1軒があり、大阪の写真産業は明治期（特に1870年代半ばから）に南区を中心にして、その土台が築かれたと考えることができる。

機材商などや写真館を含めて地域的な分布を詳細に見ると、旧都心である東区（現在の大阪城、船場、淀屋橋、高麗橋など）に16軒、行政の中心地であり、港の方にある西区（明治期に府役所、外国人居留地などがあつた、現在の大正区など）に27軒、繁華街・遊郭があつた南区（現在の難波、心斎橋、日本橋、天王寺など）に43軒、繁華街であり新都心に発展していった北区（現在の梅田、曾根崎、天神橋など）に18軒があつた。また11軒は市外となっている⁹¹。明治期まで（1912年7月29日開業まで）には東区に12軒、西区に15軒、南区に29軒、北区に6軒の写真館や機材店などがあつたが、大正期（1912年7月30日開業から）にはそれに加えて、東区に6軒、西区に12軒、南区に15軒、北区に12軒が開業した⁹²。旧都心である東区での開業が減り、新都心で遊郭がある北区での開業が増えた。また、南地の巨大遊郭があつた南区は既存の写真館が多かつたにもかかわらず、活発に写真館開業が行われていた。

『沿革史』には、同じように神戸写真師会会員の名簿も載せられている。神戸写真師会には54人（店としては53軒）が会員として登録されているが、そのうち「コロタイプ」「写真印刷業」「大阪台紙製造株式会社取締役」「赤壁薬舗写真機部」「福原薬局」「現像液製造所」「泉屋写真椅子商」の7軒は、それぞれ印刷、台紙、機材、薬品、写真館用の椅子を取り扱つたと思われる。それに加えて、〇〇商会・商店・写真機店などが5軒ある。それらの12軒の店は、元町の「栄屋商店（1893年開業）」「赤壁薬舗写真機部（1894年開業）」の2軒を除くと、全てが外国人居留地の返還（1899年）後に開業した⁹³。大阪に1870年代半ばから大手の写真材料商が登場したことに比べて遅れていたと見ることができる。また、それ以前は「写真館」という商号の店が、機材や写真材料を積極的に取り扱つたことが別の資料で確認できる。たとえば、1870年に平村徳兵衛（1850~94）により花隈町で開業した「平村写真館⁹⁴」は、1872年から写真館営業と共に機材・材料を取り扱う

⁹⁰「桑田工場」「合資会社小西六大阪支店長」は開業年度の記載がないが、桑田商会（1875年）、小西六（1873年）の創立年を参考し、明治期に含めた。

⁹¹（現在は大阪市であるが）市外と分類されている中には、南区と西区の近隣である今宮町（桑田工場）と天下茶屋（みはら写真館）に各1軒がある。

⁹²開業年が書いていない3件は明治期までに含めた。

⁹³西宮市の「マルキ商会」以外の11軒は全て神戸市にあつた。

⁹⁴『写真館のあゆみ』によると1870年に花隈町で開業した後、1876年に元町に移転したとされている。但し『沿革史』には1872年に元町で開業したと記録されている。

機材商を兼ねた⁹⁵。また 1880 年代からはコロジオン乾板の製作も行い、他の地域からその技術を習おうとする人々が集まったようだ⁹⁶。

機材商などや写真館を含めた 53 軒の店の中で、42 軒が神戸市に、4 軒が西宮市に、4 軒が明石市に、2 軒が御影町に、1 軒が加古郡加古川町にあった。

神戸市の写真館（機材店などを含む）について詳細に見ると、市街地であり港に近い元町に 8 軒、三宮に 3 軒があり、繁華街・遊郭であった福原町・湊町に各 3 軒があった。また外国人居留地であり、以後ビジネスの中心地⁹⁷になった元居留地⁹⁸（現在の旧居留地）に 2 軒、仲町に 1 軒、山本通（コロタイプ）に 1 軒があった。1872 年山手に新道が開通した後は、下山手に 2 軒、中山手（泉屋写真椅子商）に 1 軒の写真館や写真関連店が開業し、1912 年神戸電気鉄道の開通後には熊内に 2 軒の写真館が開業した。当時、神戸市外であった御影の 2 軒は、阪神電鉄の開通後にその駅の近所で開業した。

西宮市では 4 軒全部が西宮神社の近くにあった。また、その中の 1 軒（マルキ商会）は商号から見ると機材・材料店を兼ねたと思われる。明石市は、中心街に 1 軒、繁華街・遊郭に 2 軒、港に 1 軒があった。加古郡の 1 軒は、繁華街・遊郭である加古川町にあった。

大阪・神戸写真師会の会員名簿の情報を分析してみると、当時の写真館や写真機材店などは市街地・繁華街・開港地など人々が多く集まる場所を中心にして営業を行ったということが分かる。また、時代の流れにつれ、交通網の発達によって、以前には写真館がなかった地域での新しい写真館の開業が確認できる。以後、加速化された交通網の拡充や大阪都心の過密化による衛星都市の形成は、営業写真館がより広い地域にわたって開業する土台を築いた。

⁹⁵ 崔仁辰『韓国写真史：1631-1945』155 頁。

⁹⁶ 同上、166 頁。

⁹⁷ 1914 年に始まった第一次世界大戦による船舶不足現象で、神戸の造船業は好況を迎えた。また 1923 年の関東大震災によって、横浜港がその役割を果たせなくなり、その需要が神戸港に移った。そのため、外国人居留地とその近隣は好況が続いた。

⁹⁸ 1890 年に 2 千人以上の外国人が住んでいた。

図版



図1 モリゼの「ダゲレオタイプ熱 (La Daguerriéotypomanie, 1840年)」
『写真と社会』所収。



図2 1843年に撮影されたビアードのスタジオ (左上)、
1842年に描かれたビアードのスタジオ (右上)、1851
年のロイヤル・ポリテック・インスティテューシ
ョンの様子 (右下)。
それぞれ、wikimedia.org, photohistory-sussex.co.uk,
ssplprints.com 所収 (2016年11月に確認)。

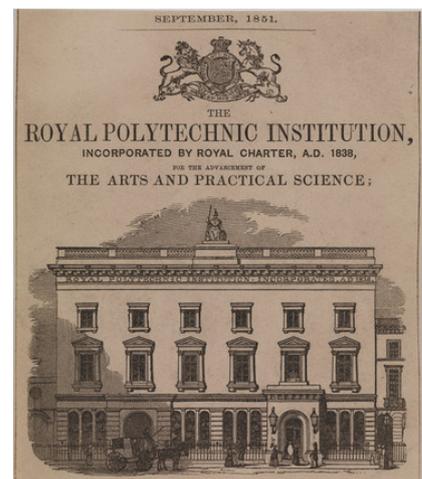




図3 アントワヌ・クロード。
wikimedia.org 所収
(2016年11月に確認)。



図4 クロードのカラーダゲレオタイプ。背景がダゲレオタイプの表面に描かれている。
cwfp.biz 所収 (2016年11月に確認)。

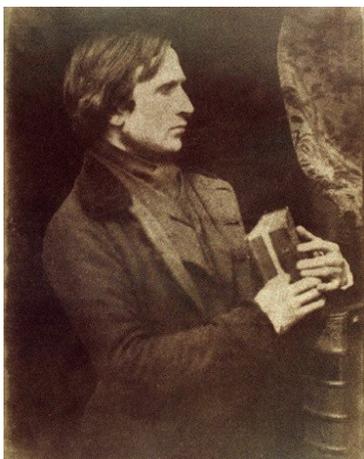


図5 ロバート・アダムソン (左) とオクタヴィウス・ヒル (右)。ヒルの写真は「Rock House」と呼ばれた二人のスタジオの正門で撮影された。wikimedia.org 所収
(2016年11月に確認)。



図6 二人の写真館があったカルトン・ヒルから見たエディンバラ。ヒルの1862年の作品。エディンバラ市立図書館所蔵。

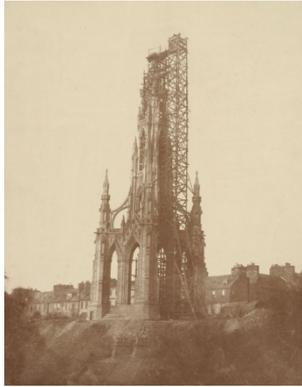


図7二人が撮影したスコット・モニュメント。
スコットランド国立美術館所蔵。



図8二人が撮影した聖職者たちの写真。
1843年に依頼を受けた「教会分離運動」
の肖像のスケッチとして使われた。Art
Institute of Chicago 所蔵。



THE FIRST GENERAL ASSEMBLY OF THE FREE CHURCH OF SCOTLAND, SIGNING THE ACT OF SEPARATION AND DEED OF DEMISSION, AT TANFIELD, EDINBURGH, MAY, 1843

図9 オクタヴィウス・ヒルの「教会分離運動」
の肖像である、「The Disruption Assembly」
(上)。細部を見ると、ヒルとロバート・アダム
ソンも描かれている(右)。
wikimedia.org 所収 (2016年11月に確認)。



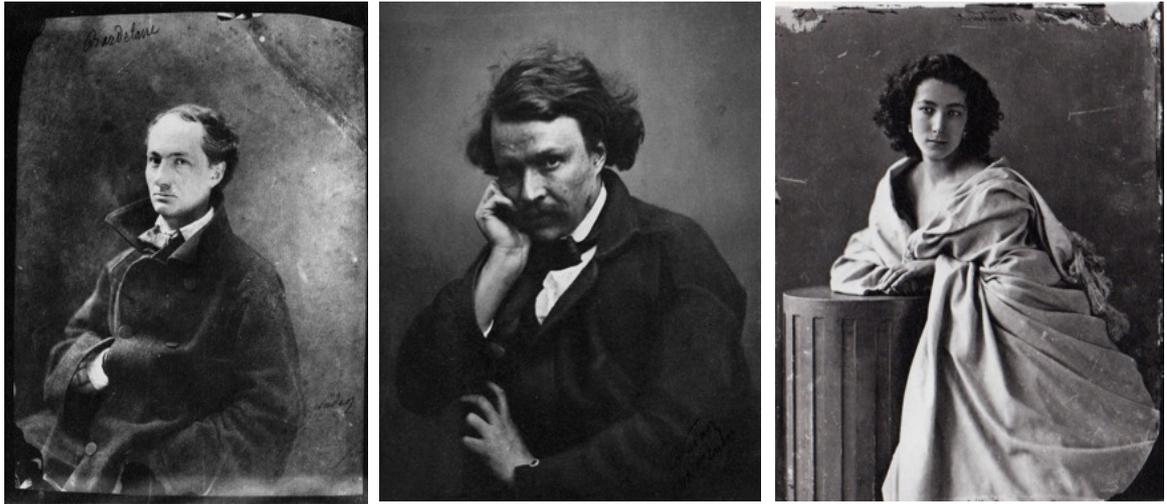


図 10 ナダールの作品。左から「シャルル・ボードレール（1855年）」「セルフ・ポートレート（1855年）」「サラ・ベルンハルト（1864年）」。*Nadar* 所収。

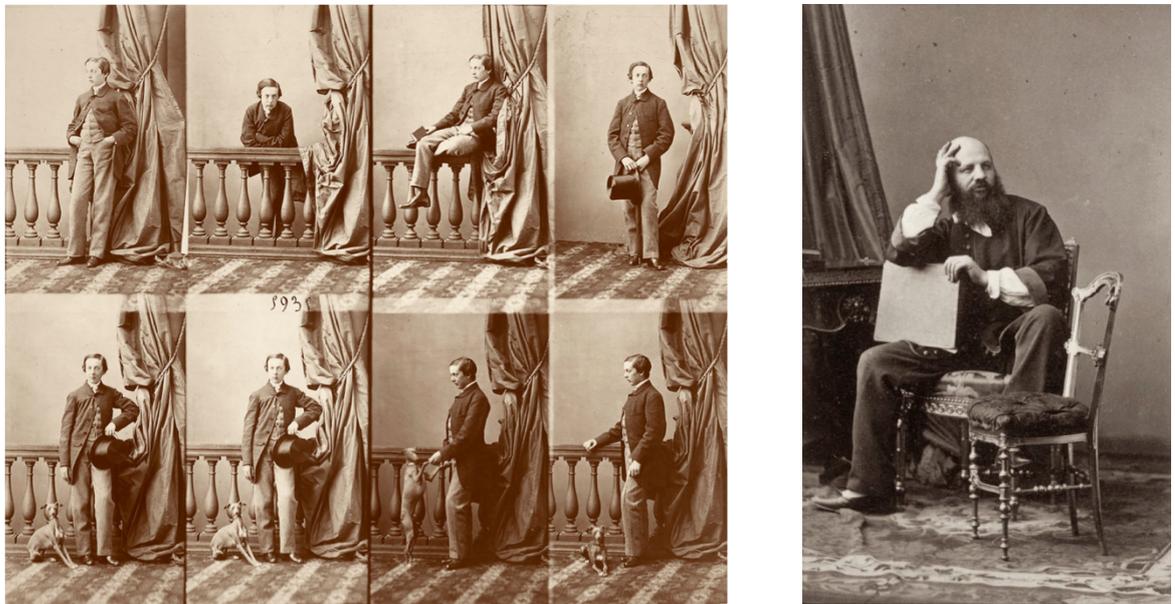


図 11 ディスデリの 1857~58 年作品、「コツベイ (Kotchoubey)」(左) と 1860 年のセルフ・ポートレート (右)。それぞれ、kotchoubey.com, wikimedia.org 所収 (2016 年 11 月 確認)。

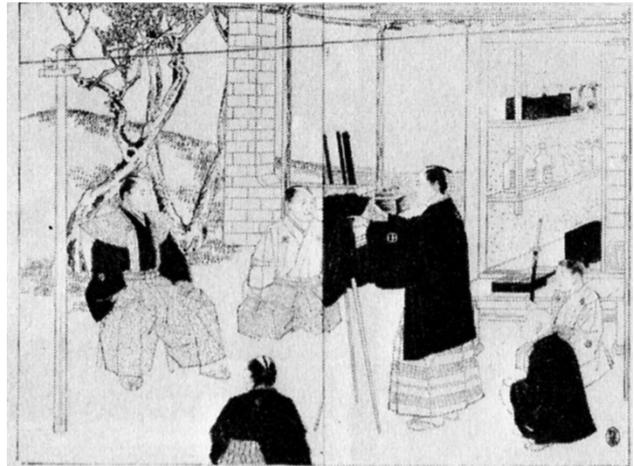


図 12 薩摩藩が 1857 年制作に成功した（市来四郎撮影）ダゲレオタイプ（左）、撮影を行なっている島津斉彬（右）。それぞれ『写真館のあゆみ』『照国公感旧録』所収。



図 13 上野彦馬の写真館の内部。左は展示場、右はプリントの乾燥室とされている。『写真の開祖上野彦馬』所収。



図 14 上野彦馬（1870 年撮影）。羽織の間の金鎖から見ると、この時期、既に経済的な成功を収めていたことが分かる。『写真の開祖上野彦馬』所収。



図 15 守田来三。
『写真館のあゆみ』所収。



図 16 守田来三が台紙の裏に押ししていた印。
松岡弘親所蔵。



図 17 守田昌司。
『回顧百年』所収。



図 18 葛城思風。
それぞれ『回顧百年』『写真館のあゆみ』所収。

図 19 高麗橋にあった葛城思風の写真館。
「回転写場」と呼ばれる構造で、壁の角度などを調整し、照明の角度や窓硝子のスタイルを簡単に変えることができたようだ。
『回顧百年』所収。

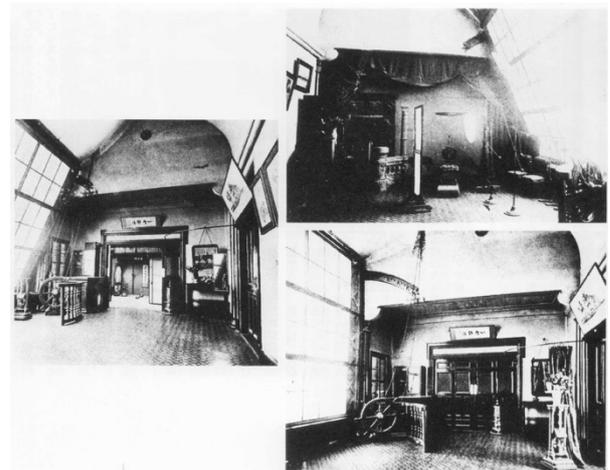




図 20 内田九一。
『写真館のあゆみ』所収。



図 21 田村景美。
『写真館のあゆみ』所収。



図 22 葛城思風（左）と
田村景美（右）。
『回顧百年』所収。

第2章 大阪地域の営業写真館

大阪は関西最大の都市であり、多様な地域社会の特性が見られる地域である。「写真館文化」は、その地域の特性によって形成されるものであるため、この章では大阪地域の3軒の写真館の事例を通して、地域の特性による「写真館文化」を確認・分析する。ここで取り上げる写真館は、高度経済成長期、大阪を代表する企業型写真館の中の一つであった「工藤写真館」、芸術写真家が設立した都心の写真館である「小川月舟写真場」、新世界という近代化が生み出した繁華街に位置する「ニコニコ写真館」の3軒の営業写真館である。

1節 工藤写真館

工藤写真館は1934年、工藤清（1898~1997）〈図1-1〉によって、大阪市肥後橋に設立された写真館で、1960年代末頃までここで徒弟教育が活発に行われていた。1960年代の高度経済成長期には、結婚式写真の需要が急速に増え、工藤写真館は大阪の千里や兵庫県宝塚市に支店を設置するなど、20人以上の職員が勤務する「企業型写真館」であった。その時期、売り上げが大阪で5番以内と言われるほど、大阪地域の代表的な大手写真館の中の一つであった。現在は兵庫県宝塚市栄町に本店を置き、宝塚音楽学校などの「プロフィール写真」を主に撮影している。

工藤清は、1880年に秋田市に営業写真館の「一眼堂」〈図1-2〉を設立した工藤助吉（生没年不明）の孫で、大阪で結城真之輔²（1881~1957）に写真を習った後、独立し、大阪に工藤写真館を開業した。彼は1960年代に関西写真家連合協会会長に就任し業界で大きな影響力を持ち、また写真の実力面でも業界で高い評価を得ていた。そのため工藤写真館は、後継者を育てようとする営業写真館の代表者たちが好む「徒弟教育の名門」であったようだ。

この節では、営業写真師の息子で、1960年代半ばから末までに工藤写真館で徒弟教育を通して写真を習った3人の営業写真師、大阪の曾和勝氏³（1945~、新世界のニコニコ

¹本論文では、ホテルなどの企業と契約を結び、業務の量や規模の面で「大手」であった写真館を「企業型写真館」と称する。

²市田左右太（1843~96）に写真を学び、1914年独立・写真館開業（淀屋橋に開業した後、10年後道修町に3階建てのスタジオを設けた。工藤清は道修町で修行したと思われる。）1920年代半ばから「全日本写真サロン」「日本写真美術展」などの審査員として活動し、1928年から大阪写真師会会長を担った。1955年には日本写真協会賞を受賞。彼の師匠である市田左右太の写真館は、印刷業の「凸版印刷」として残っている。

³1966~68年に修行。第2章3節参照。

写真館を経営、現在はフリーランス)、兵庫の丹羽章夫氏⁴ (1948~、加古川市のアケミ写真館を経営、現在はサポート役)、和歌山の西峰康治氏⁵ (1946~、フリーランス) (図1-3) の事例を通して、日本の営業写真館の徒弟教育の一面を確認する⁶。なお、曾和氏のニコニコ写真館については、本章の3節で、丹羽氏のアケミ写真館については次章3節で個別に述べる。

1 営業写真館の「徒弟教育システム」

上野彦馬と守田来三・内田九一などの例で分かるように、写真の伝来初期から「徒弟教育システム」は写真界に入門する一般的な方法であった。また、このような教育システムは日本で1960年代末まで一般的に行われた。1950年頃から写真専門学校が各地に登場していたが、「徒弟教育システム」はそれと約20年間共存していた。徒弟教育で写真を習った人々の多くは、親が営業写真館を経営し、それを継ごうとする人々であった⁷。そのため、徒弟教育は写真の技術だけでなく経営方法なども学べる、効率的な教育方法であった。また、業界の人脈を作るという面でも利点を持っていた。

営業写真師になるための必須条件は何よりも写真技術の習得であった。前述した3人の父親の世代が営業写真師になった時期(1920~30年代)には、写真を学ぶことのできる写真学校などが殆どなかったため、写真館に入り、写真を習いながら技師になり、技師としての経験を基にして独立することが一般的であった⁸。稀に、写真が持つ芸術性に注目して独学で写真を学び、経験を積んで営業写真師になった場合もあった。

筆者がインタビューを行った3人の写真師が写真館を継ぐために写真を習った高度経済成長期には、写真学校が既に存在したが、写真館の息子たちは、市内の有名な写真館で見習生として働きながら写真を習い、父親の写真館に戻って来る場合が多かった。

当時、大阪には歴史や優れた技術などで名高い「有名写真館」があった。1871年創業し、長い歴史を持っている「内田写真館」、高級肖像写真専門写真館で、特に優れた修整の技術で有名であった「小川月舟写真場」、写真館だけでなく現像所なども運営し、広い

⁴ 1966~70年に修行。第3章3節参照。

⁵ 1963~66年に修行。

⁶ この節は3人のインタビューや業界の人々のインタビューをその元にしてている。

⁷ 1950年頃から写真専門学校が登場したが、それらの専門学校も営業写真師を育てる場合も多かった。その場合、地域の有力写真館の代表者が授業を行う場合が一般的であった。他の写真館に徒弟として入るためには人脈が必要であったため、親が営業写真師ではない場合には、写真専門学校の卒業後、営業写真館に「社員」として入社し、「技師」になる場合が多かった(経済的状况などによっては開業をする場合もあった)。1970年代からは徒弟教育よりも、写真専門学校や大学の写真学科を卒業して営業写真師になるのが一般的になった。

⁸ ニコニコ写真館の1代目曾和繁雄・アケミ写真館の1代目丹羽脩介。

影響力を持っていた「石田写真館」、それに優れた技術と人格者である代表者で有名だった「工藤写真館」などがそれらの写真館であった⁹。息子に写真館を継がせようと思っている営業写真師たちは、前述した大阪市内の「有名写真館」に息子を見習生として入らせるために、協会の行事でそれらの写真館の代表者に挨拶をするなど、「顔つなぎ」をしていた。工藤清は関西営業写真師のリーダーであった小川月舟の晩年から、引き継いで業界のリーダーとしての役割を果たしたので、彼の所で息子を学ばせたい営業写真師が多かったと思われる。

見習生は住み込みであったので、写真館には見習生の定員があった。そのため、「人気のある写真館」の見習生になるため、定員に空きができるまで待つ場合もあった。このような有名写真館では、進んでいる写真技術や営業方法も一緒に習得することができたため、見習生になる競争も激しかった。激しい競争があったので、3人の営業写真師たちは「工藤写真館出身である」というプライドを持っている。また、学校のように同門会があり、工藤写真館出身の「工藤会」〈図 1-4〉、小川月舟写真場出身の「月舟会」、兵庫のオウチ写真場出身の「OPC」などがある。このような見習い教育は、営業写真界での人脈形成にも影響がある。特に、家族だけで経営する小さい規模の写真館では、学校写真などで仕事が多い時期に、以前一緒に修行していた同僚にサポートを依頼する場合も多かった。そのため、同僚や業界の人脈は仕事を円滑に行うために重要な役割を果たした。

この世代を最後にして、見習い教育は殆どなくなり、1970年代からは写真専門学校や大学出身者（写真学科や経営学科など）が営業写真師・写真館の経営者になることが一般的になった¹⁰。このように、比較的大きな営業写真館は1960年代末頃まで、「写真の教育機関」としての役割も果たしていたが、1970年代からはその役割が、専門学校や大学の写真学科などの教育機関に移ることとなった。

2 「工藤写真館」の見習い教育

インタビューを行った3人は大阪市肥後橋に本店を置いた工藤写真館〈表1〉で修行した。当時の代表者であった工藤清は1965年から「関西写真家連合協会」の会長を、1967

⁹ 現在内田写真館は、大阪だけでなく、仙台、東京、兵庫などにスタジオを持っている、その営業領域の広い企業型写真館になっている。石田写真館は、高度経済成長期、多数のホテルにスタジオを置き、現在は大阪のリーガロイヤルホテルを拠点にしている。

¹⁰ 1970年代以前にも写真館の息子ではない場合、写真専門学校に入学して写真を習ってから写真館の社員に就職することが一般的であった。

年から「大阪写真師協会」の会長などを担い、業界で名前が知られている写真師であった。

工藤写真館には、通常、地方から来た写真館の息子である見習生 5~7 人と、工藤写真館の技師になることを目指している写真専門学校出身の社員、そして各分野の担当技師がいた。見習生は 5 年のコース〈表 2〉で、授業などの形で行われる教育は殆どなく、仕事をしながら各分野の担当技師から個人的に教えてもらう形であった。但し、修整の場合は顧客を満足させるために必要な技術であり、身につけるまで時間がかかるので、授業・課題の形を通して、教育が行われた。

見習生になると、写真の配達、現像液の製造、現像、写真の修整、撮影のアシスタントなど、年次別で業務につき、自分の年次に合った仕事の能力が習得できなかった場合は、次の仕事に進むことができなかった。3~4 年目には、見習生が終わるまで担当する自分の業務が決定される。写真の撮影は、通常 4~5 年目になってから経験することが許された。

〈表 1〉 工藤写真館

創業	1934年（1880年）	1880年は、工藤写真館の創業者工藤清の祖父である工藤助吉が秋田市で経営した「一眼堂」の創立年である。
場所	大阪市肥後橋 宝塚市 宝塚市栄町	本店（2000年代半ばまで） 宝塚ホテル写真室（2013年まで） 現在3代目が経営中（現在の本店）
創立者	工藤清 （1898~1997）	関西写真家連合協会会長（1965~73年） 大阪写真師協会会長（1967~75年） 日本写真協会功労賞受賞（1977年）
営業形態 （1960年代）	企業型	宝塚ホテル、全日空ホテルなどの結婚式の撮影。 学校のアルバムやイベントなどの撮影。
職員 （1960年代）	見習生 社員 技師 その他	5~7人（写真館の息子、1960年代末まで） 3~5人（見習生と同じ業務につく専門学校卒業生） 5~10人 2~3人（経理、食事の準備など）

〈表2〉 工藤写真館の教育の流れ

1~2年目	掃除、食事準備の手伝い。 写真の配達。 現像液の製造、現像（攪拌など単純作業）。 写真の修整（授業の形で）。
3~4年目	アシスタント 修行が終わるまでの仕事が決まる。 （ホテル勤務・出張勤務・本店勤務など）
4~5年目	アシスタント（機会があるときのみ撮影を担当）
*自分の年次に合った仕事に慣れない場合は、次の仕事に進むことができない。	

上述の3人は、「宝塚ホテル」に配属され、アシスタントとして働いていた¹¹。「宝塚ホテル」での結婚式の写真は、工藤写真館の最も重要な仕事で、撮影担当技師と2人のアシスタントがホテルの写真室に常駐していた。

ある程度経験を積んだ見習生の主な仕事はアシスタントであった。丹羽章夫氏は父親の健康悪化により4年目で見習いを終えたため、写真を撮ったのは一度だけであった。

曾和勝氏は大学を卒業してから写真を始めたので、速成で2年半を勤めた。そのため見習生を辞める前に1~2回程度簡単なイベントの写真撮影をさせてもらったとのことである。

3 見習生の処遇

見習生は、兵庫や和歌山、高知などからの人が多かったため、基本的に全員住み込みだった。スタジオの奥に2段ベッドがあり、そこで一緒に生活をした。但し、曾和勝氏は実家が大阪のため一人だけ通いであった。終電の前に店を出なければならなかったため、残業がある日も技師たちより早く退出せざるを得ず、いろいろと風当たりが強かったようである。

1960年代後半、工藤写真館には見習生だけでなく、社員、技師、事務員など20人ほどの人々が勤務しており、食事を担当する係（「お婆さん」）がいた¹²。見習生は住み込みであったので、朝起床して掃除や装備の準備をすることから日課を始めた。掃除が終わると自分の勤務先（ホテルなど外で勤務する場合）へ移動した。正月などの忙しい時期には夜12時過ぎるまで残業する機会が多く、普通の場合は夜10~11時頃、仕事や修整などの練習を終えて、寝る準備をした¹³。夏休みの時期は、写真館の仕事が少なかったため、2週間の「夏休み」があった。その時だけ見習生は実家に帰ることができた。

見習生の給料は、同じ業務を担当する社員に比べても少ない金額であった。1960年代半ば、大卒者の初任給が毎月3万8千円¹⁴程度であったが、工藤写真館の見習生の給料は（毎

¹¹ インタビューを行った3人の写真師によると、見習生でここに配属されたということは、実力や人格などが認められたことを意味するようだ。

¹² 当時の工藤写真館はホテルの結婚式や学校の写真を担当していたため、出張が多かった。そのため、掲示板に全員の名前が書いてある札があり、そこで「今日の勤務状況」や「食事を写真館でするかしないか」を表示した。食事は写真館にいる全員と一緒に集まって行われた。見習いの新入りは末席に座り、「食事準備」の手伝いをしながらご飯を食べた。

¹³ その時間には写真館に見習生しかいなかったため、唯一の自由時間であった。横になって30分ほど本を読むか、雑談をしてから就寝した。

¹⁴ 曾和勝氏が大学卒業後就職活動をした時の情報（大企業を基準にして）。

月) 1万2千円ほどであった¹⁵。しかし、写真のコンペティションなどに参加して受賞すると、工藤写真館が費用を出して、授賞式・研修会などの行事に参加させてくれるなど、「写真の勉強」のためには様々なサポートがあった。見習い教育は「安価な人力を使う」という「利益」よりは、「師匠と弟子」という人間的な関係に基づいていた〈図1-5〉。それに、このような師匠・同僚たちとの絆は、後に営業写真界で活動する時にも役に立つことになった。

¹⁵ 少ない給料であったにもかかわらず「写真を教えてあげるのに給料をあげないといけないか」と冗談を言われることもあった。

2節 小川月舟写真場

この節では画家を志望してから、アマチュア写真家（芸術写真家）になり、その後営業写真師になった小川月舟と彼が設立した「小川月舟写真場〈表1〉」の事例を確認する。

1 小川月舟写真場の経営者

1代目 小川月舟（おがわけっしゅう、1891~1967〈図2-1〉）

広島県尾道市出身。本名は泰三郎（たいさぶろう）。画家を志望し、東京美術学校に入学したが、中退。その後、写真を独学し、写真家になった。大阪市西区の原田写真館を受け継いで、作業場として使った。1920年代、「第一回全関西写真連盟撮影競技大会」特選、「第一回日本写真大サロン」で特選など、様々な写真コンテストに作品を発表した¹⁶。1927年には後援者であった野村徳七¹⁷の勧めで、大阪市高麗橋の野村ビルに移り、本格的に営業写真師としての活動を始めた。

1948年、「関西写真家連合協会」を設立、初代会長を担った。彼が活発に活動を続けたのは1960年代半ばまでで、カラー写真が広く普及する前であった。彼はアマチュア写真家（芸

〈表1〉 小川月舟写真場

創業	明治末期推定	公式的には1918年。
場所	大阪市西区 大阪市高麗橋	現在の東区。「原田写真館」の建物を受け継いだ。 後援者であった野村徳七の勧めで移転。1927年から現在まで。
創立者	小川月舟 (1891~1967)	アマチュア写真家（芸術写真家）から始め、戦後からは関西の営業写真業界のリーダーとして活躍。業界で優れた修整の技術で有名。 日本写真協会功労賞受賞（1960年）
営業形態	ポートレート 出張撮影 広告写真など	企業や経営者との絆を基にし、ポートレート・出張写真を撮影。 1930年代から「綿業会館」の写真（会議・結婚式など）を担当。 1代目の小川月舟は広告写真や雑誌用の写真も多く撮影。
職員	見習生 社員 技師 その他	5人（1960年代半ばまで） 0人 1代目の小川月舟・2代目の田中栄太郎・田中陽（栄太郎氏の息子） 1人（経理など、1960年代半ばまで）
インタビュー 対象 2015.12~	田中栄太郎 (1932~)	小川月舟の姉の孫。 1950年に小川月舟写真場に入社。 1967年から小川月舟写真場を経営。

¹⁶ 小川月舟の大正期からの作品は、東京都写真美術館（38点）、横浜美術館（17点）などが所蔵している。

¹⁷ 野村証券の社主。

術写真家) 出身で、様々な技法を実験し、彼なりの独特な修整技術を創り出した。そのため、大阪地域の営業写真師たちの中で「先覚者」と呼ばれてきた¹⁸。

2代目 田中栄太郎 (たなかえいたろう、1932~ 〈図2-2〉)

大阪市出身。小川月舟の姉の孫で、幼い頃から小川月舟と交流が多く、写真に興味を持っていた。1950年小川月舟写真場に入社、小川月舟の死後、2代目となった。彼が入社した頃、3~4人の見習生と一緒に働いていた。1950年代には小川月舟が関西写真家連合協会の会長であり、協会中でいろいろと重要な役割を果たしており、行事に参加する際、田中氏はその行事の写真撮影を担当した。

1代目は肖像写真とともに芸術・広告写真などを主に撮影し、「独特な写真の修整技術」で有名だった。2代目の田中氏は高度経済成長期であった1960年代半ばに経営者になり、企業関係の写真撮影する機会が多かった。また、企業などへの出張写真撮影の時、写真の質を高めるため、照明のための道具などを考案して用いた。

彼は1950年代からデジタル写真が一般的になった現在まで活動を続け、現在も現役として活動中である。

2 写真館の立地条件と特徴

営業写真館としては珍しく、都心のビルの6階に位置している小川月舟写真場は一般的な「町の写真館」とは違った広告・営業方式をとっている。ここでは小川月舟写真場の独特な経営の土台となった、建物や立地条件について確認する。

2-1 建物

小川月舟は東京美術学校を中退した後、作業場を兼ねた写真館を設けた。大阪市西区岩崎橋三泉倶楽部前の「原田写真館」を受け継いで、本格的に写真作業を始め、1918年に正式に開業した¹⁹。

初期には「原田写真館」の商号を使用しながら、自分の名前を商号の下に書いた看板を使った〈図2-3〉。その後、「小川写真館」に商号を変えた〈図2-4〉。1927年には後援者で

¹⁸ 関西写真家連合協会のフォトコンテストの一位は「月舟賞」になっている。また小川月舟自身は、1960年日本写真協会の功労賞を受賞している。

¹⁹ 京阪神写真師会大会『沿革史』(1922年)を参考。

あった、野村徳七の勧めで大阪市高麗橋の野村ビル²⁰の3階に移り（現在は6階）、「小川月舟写真場」として本格的な営業を始めた（図2-5）。

古い写真館の建物は一般的に、独立した2階建てが多く、1階に応接室や暗室などを、2階には天窗やガラス壁面を備えている場合が多かった。しかし、小川月舟写真場は既成の一般的なビルの中にあるので、窓が小さく、自然光は使えなかった。また、改造もできなかったため、人工照明を使うこととなった。野村ビルは天井が約4メートルで、照明を使うことには適していたのである。1927年、このビルへの店の移転後は、すべてのスタジオ撮影に人工照明を用いた。

市街地のビルの中に位置するという面は制作方式だけでなく、広告にも影響を与えた。一般的に写真館のショーウィンドーはそこで撮影された写真を見せる一種のギャラリーでもある。「ここに写真館がある」というメッセージを始めとし、「このような業務を担当する」「ここで写真を撮れば、あなたはこのような写真を所有することができる」という広告としての役割をする。それは写真館が1階に位置するから可能な広告方法であり、写真館だけではなく様々な店が用いている最小限の広告である。しかし、小川月舟写真場はビルの6階に位置しているため、ショーウィンドーのような広告は不可能で、「ここに写真館がある」というメッセージを伝える立て看板だけがある（野村ビルには突出看板もない）（図2-6）。一時、近隣の地下鉄駅（北浜駅）に店の場所を知らせる広告をした時期もあった（図2-7）。これも写真館の広告で一般的に見られる写真を用いた広告とは違って、店の「イメージ」を創り、それを見せる形になっている。そのような広告スタイルはビルの6階にあるという位置の制約によるものであるが、同時に「よく知らないが、何か高級な店」というイメージを与える。また、そのイメージは小川月舟写真場の基ともいえる「肖像写真」という価値によく符合する。

2-2 立地条件

小川月舟写真場が位置している大阪市高麗橋は大阪証券取引所（2013年まで）や多くの企業の事務所ビルなどがあるところだ。また、このような立地条件は写真館の営業方法や業務にも影響を与え、一般的な「町の写真館」とは違って、企業の重役の肖像写真や社員証などの証明写真、企業の行事写真などの業務を多く担当してきた。小川月舟写真場が

²⁰ この地域は太平洋戦争の時、米軍の爆撃で多くの建物が焼けたが、野村ビルと近隣の三越百貨店はコンクリート造りであったので残ることができた。当時の爆撃は「壊す」ことより、「焼く」ことに目的があり、木造でない建物は被害が少なかった。残っていた野村ビルと三越百貨店は米軍の臨時宿舎・PXとして使われた。

そのような業務の特色を持つことになった背景について、田中栄太郎氏は以下のように考えている。

大阪にはいい実力を持った写真館が多くありました。高度経済成長期には代表的に内田写真館や工藤写真館などが有名でした。小川月舟写真場には企業の社長などのお客さんが多く来られましたが、秘書たちの話を聞いてみると、普通は内（うち）や内田写真館・工藤写真館について考えた後から、内（うち）に決めたという場合が多かったみたいです。工藤写真館は当時「肥後橋」にありましたが、写真館の近くにバス停があって道を通る人が多く、車を停めて、社長などに随行することが不便だったみたいです。内田写真館も同じような不便があったみたいです。車を停めて重役に随行しやすい場所という点も企業の重役の写真を多く担当することになった一つの要因だったようです。²¹

企業の重役たちは小川月舟写真場にとって「重要な」顧客である。彼らの写真撮影を受け入れて、彼らを満足させると、その企業の国際会議や何百人の社員証用の写真など、多くの仕事を安定的に確保することができたからだ。また、近隣の企業の業務を非定期に担当する場合も、「満足」を与えることができれば、より多くの仕事を受け入れる機会になる。そのように「企業」を媒介とした営業方式は、紹介と紹介を繰り返して、家族写真から雑誌などのメディア写真に至るまで繋がることになる。業務の内容に少し違いはあるが、一種の「絆」を介した営業方式は「町の写真館」とも似た面を持っている。違いがあるとすれば、「町の写真館」が「地域的な絆（物理的距離）」による営業方式を持っていることに対して、小川月舟写真場は「社会的な絆（社会的関係）」を土台とし、その営業領域を広げていくという点である（図2-8）。

3 営業・制作方式の特徴

ここでは小川月舟写真場の経営者による、営業・制作方式の変遷について確認・分析する。

3-1 1代目 小川月舟

²¹ 田中栄太郎氏インタビュー。(2016年1月16日)

小川月舟写真場の「社会的な絆」を介した営業方式は、地域的連帯感や親密さなどの自然発生的関係を土台としていないため、「写真の質」「顧客の満足」によって成り立つ。また、都心に位置しているため、多くの写真館があり、競争も激しかった。このような状況で「地域的な絆」は期待できない。すなわち、「社会的な絆」とは、それ自体が固定的収入をもたらすというわけではなく、仕事の機会を得る切っ掛けとなるだけである。その機会を活かして固定的な取引先を獲得できるかどうかは、全て顧客の「満足の度合」に左右される。このような顧客満足、すなわち他の写真館との差別化のために、小川月舟写真場は様々な工夫をした。

1代目小川月舟の他との差別的要素は「大胆な構図」「修整技術」であった。彼は美大で勉強し、独学で写真を習得した「アマチュア写真家」であった。本格的に営業写真師としての道を歩いた後も、絵画的表現を写真に積極的に用いた。大胆なクロッピングで珍しい比率の写真を制作し、また、モデルの頭をクロップするなど営業写真館の写真として普通では考えられないプリントを創り出した〈図 2-9〉。すなわち、写真の原板を最終的に完成させるイメージの材料として用いた。また、家族写真などでも「モデルがカメラを覗いていない」ポーズ〈図 2-10〉を積極的に利用したが、これも当時の写真館写真では珍しいスタイルであった。

大阪地域の業界関係者たちが小川月舟について話す時、初めに口にするのは「修整技術」である。今日のフォトショップなどのイメージ編集ソフトには、より効率的な修整と共に、元のファイルに影響を与えないように「レイヤー」という機能が備わっているが、彼は1920年代から「レイヤー」を用いて写真を修整していた。彼の修正法はガラス原板と、その「修整情報」が「描かれている」もう一枚のガラス板を重ねてプリントを行うものであった〈図 2-11 左上〉。修整のためのガラス板にはクロップや一種のドッジング（一般的なドッジングで具現しにくい細かい作業）などの「情報」が描かれている。また、二枚を重ねてプリントすることにより、いつでもほぼ同じイメージを安定的にプリントすることができる（修整作業後ガラス板に傷がつかないことを前提として）²²。また、原板に影響がないので、いつでも違う修整を行うことができる。

修整用のガラス板には鉛筆、修整用ニス、クレヨン、絵の具、朱液、口紅など、意図によって様々な道具を用いた。〈図 2-11 右下〉は最終プリントがどのような雰囲気かを

²² プリントする時、またドッジングやバーニングを行った可能性を完全に排除することはできない。しかし、彼の個人作品の修整原板をみると、本格的（広い面積の）なドッジングの役割をする修整が行われている場合があるので、修整過程でドッジングやバーニングの作業を最少化していることが分かる。

予想するため、〈図 2-11 左下〉を筆者がフォトショップを用いて反転させたものだ。鉛筆で描いたところのハイライトが強調され、「絵画的」な感じの写真になっていることが確認できる。小川月舟はこのように完成された写真を台紙に貼り付けた後、用途によって、浮き出しロゴや規格フレーム、台紙にフリーハンドで鉛筆描きしたフレーム・自筆サインで仕上げた〈図 2-12〉。

小川月舟は肖像写真を主に撮影したが、結婚式などの出張写真も受け入れた²³。〈図 2-13〉は 1930 年代と推定されるは神前挙式の会場の様子を写した写真であり、演出をした写真ある。画像の下に二人の巫女がいるが、「写真的なバランス」を取るためにその場所に座らせたようだ²⁴。儀式の記録ということがこのような写真の目的であるが、そこに「アマチュア写真家出身」らしい、「表現としての写真」の要素を用いている。〈図 2-14〉は同じ結婚式の宴会の写真である。当時の感光板は感度が低かったので、広い室内の撮影ではレンズの絞りを開放しなければならなかった。しかし、そうすれば被写界深度が浅くなり、フォーカスを当てていないところがぼやけることになる。それを防ぐため、広角レンズを用い、高い梯子に登り、大型カメラの機能（ティルト・シフト、ライズ・フールなど）を使用し、全体にフォーカスを当て、歪曲を補正した。

小川月舟はこのような写真的特徴を持つと共に「社会的な絆」を広げる活動を活発に行った。彼は青年期から美術・音楽・公演などに興味を持っていた（芸名の「月舟」は三味線を習った時のものであった）。1950 年代には画家・文人などと一緒に歌舞伎劇団の「風流座」を結成し、アマチュア歌舞伎俳優として活動するなど、当時の芸術・文化界の人士たちと深い関係を結んでいた〈図 2-15〉。1948 年に関西写真家連合協会を設立するなど、様々な業界関連団体で活動し、営業写真師の権威伸張や業界の後輩たちを啓蒙・督励した。また、写真や営業写真館についての研究を行い、積極的に新聞や雑誌などに寄稿した。

3-2 2 代目 田中栄太郎

2 代目の田中栄太郎氏は 1 代目の協会活動などを手伝いながら、そのような「社会的絆」を受け継いでいった。また、写真に関する工夫も独自の行っていた。その一例が、田中栄太郎氏が考案した「アングルブラケット（田中氏が呼ぶ名称）」である。

²³ 特に近隣の「綿業会館」での出張撮影が多かった。二つの例も綿業会館で撮影された写真である。

²⁴ 田中栄太郎氏インタビュー。（2016 年 1 月 16 日）

高度経済成長期、企業行事などを撮影した時、室内での撮影が多かったので、照明（瞬間光）を使う場合が一般的であった。普通、一人で撮影をすれば、照明が照射されたところだけが明るく表現され、照明が届かないところは暗く表現される²⁵。それを防ぐために作られたのが「アングルブラケット」であった。約1~1.5メートルの棒の上に照明をつけ、普段より照明の高さを高め、照明が遠くまで届くようにすることで、天井の照明を用いたように自然に撮影することができた。このようにカメラと照明の距離を遠くし、また照明の高さを高めるためには、写真師と照明担当の二人が必要であるが、営業写真館において2倍の人員を投入すると、「売り上げ」に悪い影響を及ぼすことになる。これを一人で解決できるようにさせた道具が「アングルブラケット」であった。田中氏がこの道具の製作を依頼した大矢商事はこれを商用化し、販売していた。

肖像写真においても顧客の満足のための様々な工夫があった。一般的にはありえない形のソファはその一つである〈図 2-16 右上・左上〉。背中の方は用途に合わせて使えるように高さの変化があり、アームレストが片方しかない。これは、写真撮影のために注文したもので、1代目の小川月舟の時代から使われたものを修理・改造したものである。それを用いて、背の高さ、体の太さなど、身体の欠点を隠すことができる。また、何人かが一緒に写真を撮る時に背の高さを合わせるための、踏み台や様々な形態の椅子なども使われてきた〈図 2-16・2-17〉。

現在は使われていないが、証明写真などの撮影に用いられていた鋸の歯のような磨りガラスの道具もあった〈図 2-18〉。証明写真の下の方を自然にぼかし、証明写真の最も重要な要素である「顔」に視線を集中させると同時に体型の短所を隠す役割もした。この道具は撮影の時、レンズの前に置く形で活用されたが、置く角度・位置・レンズとの距離や照明の映し方、レンズ絞りの調節などで目的に合う形で使うことができた。

フィルムでのカラー写真時代には、高級肖像写真に特殊なプリントを使う場合もあった。現在はベビー写真などによく用いられているが、当時は珍しかった、キャンバスにプリントした写真などがその例である。企業の会議室や廊下などに掛ける大きなサイズの社長などの肖像写真を、乳剤を塗った大型キャンバスにプリントする方法であった。一般的には、ほぼ見る機会のないスタイルだったので「社長」の権威を表すことに適しているサービスであった。

²⁵ これは露出の差による現象で、カメラのレンズと照明の距離が近いほど強く現れる。

3-3 照明の変化

小川月舟写真場が設立されたのは明治末期と推定され、1927年野村ビルに移転する前までは自然光と人工照明を状況や目的によって使ったと考えられている。1927年からは事情によって完全にタングステン照明を用いたが、1960年代からカラー写真が普及するようになり、1代目の小川月舟には一つの苦悶が生じることとなった。カラー写真にタングステン照明を使う時の色温度が安定しないという問題であった。そのため、1965年に2代目が代表を務めることになるまで、主に白黒写真を撮影した²⁶。2代目の田中栄太郎氏はカラー写真に対応するため、色温度が安定している瞬間光（フラッシュ・ストロボなどと呼ばれる）を用いた。しかし、2000年代以後デジタル写真が一般化してからは、再び持続光（LED照明）を使うことになった。小川月舟写真場のLED照明の使用は、田中栄太郎氏の以下のような考えによるものである。

デジタル写真が普及し、それを営業に積極的に活用できる程度の画質・色の安定性が確保されてから、LED照明を導入しました。写真を撮影しながら会うことになる方々は大体「プロモデル」ではありません。肖像写真において最も重要なのは「その人を美しく、その人の個性がよく現れるように」撮影することですが、その面で持続光を使った方が有利だと思いました。モデルの緊張を軽減させることができ、また赤ちゃんの場合には目にかかる負担を減らすことができます。さらに、昔のタングステン照明のように熱くありません。安らかな雰囲気を作り、モデルの最も美しい、その人らしさを捉えることに適しているので、LED照明を満足しながら使っています。²⁷

4 小川月舟の考え方

小川月舟はアマチュア写真家（芸術写真家）から営業写真師になり、関西の営業写真界で中心的な役割を果たした。アマチュア写真家、営業写真師という枠組みを超えて活動した小川月舟の写真に対する考え方について確認する。

4-1 写真家としての考え（写真教育について）

²⁶ 小川月舟は1967年に亡くなったが、1963年頃からは健康が悪化し、新しい技術やスタイルを身につける状況ではなかったようである。

²⁷ 田中栄太郎氏インタビュー。（2016年1月16日）

小川月舟は写真を独学した。当時、写真を習う場合、営業写真館に徒弟として入り、技術的な面や写真界の雰囲気をも身につけることが一般的であったが、美術を勉強していた彼は、独学の道を選んだ。彼の遺品の中には、1910~20年代の海外の写真雑誌をスクラップしたノートや写真・絵画についての理論を自分の観点から整理・メモしたものがある。また、田中栄太郎氏によると、小川月舟は営業写真館の「徒弟教育システム」に否定的な考えを持っていたようだ。そのため、普通は写真館の2代目は他の写真館で修行を経てから、親の店に戻るのが一般的であったが、田中栄太郎氏は最初から小川月舟写真場に入社し、営業写真師になった。田中栄太郎氏が入社した頃には見習生や社員を含め、5人ほどが勤務していた。また、創立時から小川月舟写真場で見習生や社員として働いた人は15人ほどである。小川月舟は彼らについても、できるだけ早く独立させようとしていたようだ。これは小川月舟が持っていた「見習い教育」についての考えが大きな影響を与えたのであろう。田中栄太郎氏はそれについて以下のように語った。

オヤジはいつも「見習い」が人を小さくすると言いました。おそらく、本人が写真を独学で習ったのも、そのような考えが影響を与えたと思います。私もそのような考えを持っています。ある集団に入り、その集団の枠組みの中で写真を習うと、人によっては違うとは思いますが、ある偏見や限界が生じ易いと思います。オヤジは私を教える時も優しくかったです。

「こうなさい」のような話はしませんでした。おそらく本人が「アマチュア写真家（芸術写真家）」出身だったので、オヤジがやったように、私や見習生たちが自ら自分のスタイルを創り出せるようになって欲しかったみたいです。²⁸

小川月舟はそのような考えを、実際の営業に適用したようだ。また、彼は自分の持っている写真についての考え、営業写真館についての考え、写真の技術的面的についての考えなどを整理し、協会誌掲載・講演・写真教科書などを通して発表した。特に1948年関西写真家連合協会を設立、初代会長になってからは、毎年開かれた協会大会を通して、後輩の営業写真師たちを導いた。

4-2 研究・文筆活動

²⁸ 田中栄太郎氏インタビュー。(2016年1月16日)

小川月舟が書いた文章を見ると、大きく三つに分けて考えることができる。一つ目は写真に対する自分の哲学を整理した原稿やメモなどで、1920年代頃から書いたと推定される。二つ目は写真教育を目的とする一種の「写真技術教科書」で、写真専門学校の教科書や特別講演のための小冊子の形に作られたものが多い。三つ目は協会誌などに発表された原稿で、「営業写真館」と「営業写真師」に対する内容が多い。たまには新聞などに写真館に関するエッセイも寄稿した〈図 2-19〉。

写真に対する自分の哲学を整理した原稿には1950年に書かれた『美』²⁹がある〈図 2-20〉。写真活動を始めてから40年ほど経った後の文章で、「美」についての自分の基準や考えが細密に書かれている。様々な観点で「美」という基準を分類し、それについての自分の考えを整理している。彼は美を「自然・芸術・人間の内から見出すことのできるもの」と定義し、大きく「積極美」「消極美」に分類した。その中「積極美」を「優美」「壮美」「人格美」「聖美」と分け、その中の「優美」を最も重要な「美」として考えた。その他に営業写真師が備えるべき美的感覚を「人間美」と定義し、「容貌美」「肉体美」「服飾美」「表情美」「教養美」に分け、それを通して「優美」を引き出すのが、営業写真師の最も高い価値と考えた。このような文章にはアマチュア写真家・営業写真師として、長い経験を積んだ彼の考えがよく表れている。

写真教育を目的とした文章には1950年発刊された大阪写真美術学校の『講義録』に載せられている「構図」がある〈図 2-21〉。この本には彼だけでなく、工藤写真館、内田写真館、藤田写真館など、大阪地域で影響力を持っていた写真館の代表者たちも著者として参加している。他にも『原板減力調整法』という小冊子が残っているが、特別講演用に作られたと推定される（年代は不明）〈図 2-22〉。現在は残っていないが、そのような小冊子が何冊も作られたようだ³⁰。

協会などに寄稿した原稿には時期的に小川月舟が「元老」の役割をした頃の文章が多く、主に、営業写真師の姿勢³¹や行くべき道についての内容で、後輩たちを啓蒙する内容が多い。1957年に発刊された関西写真家連合協会の『第9回大会』会報に載せられた「教養について」ではアマチュア写真家たちと後輩写真師たちの姿勢を比較しながら辛辣に批判している〈図 2-23〉。それは小川月舟自身がアマチュア写真家出身で誰よりも教

²⁹ この原稿がどこかに発表されたかについては、確認ができていない。

³⁰ 田中栄太郎氏インタビュー。(2016年1月16日)

³¹ 一般的に写真業界で徒弟教育の為の師匠を探す時「人間性」を重視したということからも分かるように、当時の営業写真業界で最も重要な要素とされたのが「姿勢」や「人間性」などの志であることが分かるだろう。

養やプロとしての姿勢の問題について強い思いを抱いていたからこそ書かれた文章だと思われる。また、この原稿には修正に修正を繰り返した痕跡があり、後輩たちを「強く叱る」ことに苦心したようだ。1964年の「これからの営業写真」は彼が1965年に引退し、1967年亡くなったので、おそらく発表された最後の原稿の中の一つだと思われる（図2-24）。この原稿が発表されたか否かは確認できていないが、内容を見ると「関東写真家連合協会³²」協会誌用の原稿であるようだ。彼はこの原稿で「現在（1964年）は一般の人々もテレビなどのメディアを通して、プロのレベルの美的感覚を持ち、営業写真師は自分たちの仕事を監視される状況に置かれている」という前提に立って、「同じ営業家である美容師が工夫をするように、写真師も新しいトレンドを導かなければならない」と述べている。また、そのようなトレンドは「モダンなポーズ・表情」や「お金をもらえるような写真」ではなく、「形や線は写真において感情を内包しているもの」なので、「造形の正しい解釈」が必要と唱えている。「腕」だけではなく、画家や彫刻家のように、自分の分野の表現法についての研究や教養が必要だということが彼の考えであった。また、若い営業写真師たちが他の分野の写真を真似ることよりは、営業写真師の成立条件でありアイデンティティーでもある、肖像写真における表現能力を磨くことが重要だと主張した。

このような彼の文筆活動には「アマチュア写真家」から出発した者としての写真に対する考えが良く表れている。

5 今後の課題

関西地域には他にも中山岩太やハナヤ勘兵衛などの「アマチュア写真家」たちが営業写真館や写真機材店を経営しながら写真活動を行った。中山岩太やハナヤ勘兵衛が写真館や機材店を、一般の人々・アマチュアへの啓蒙のための場所・土台として用いたことに対し、小川月舟は業界の主流として活動しながら後輩の営業写真師たちを発奮させたという点で独特の存在であった。これまで、20世紀初めの写真の歴史を語るとき、「プロ」と「アマチュア」に分け、別の流れとして考える傾向があった。また、中山岩太やハナヤ勘兵衛などの例は「特別な場合」「興味を刺激する話題」などと考えられてきた。しかし、小川月舟以外にも、彼と似た背景でプロとアマチュアを越えて活動をしたが、これまでそのような活動が知られていない写真家たちが存在した可能性はおそらくゼロではないだろう

³² 小川月舟が書いた様々な文章によると、小川月舟自身が「関東写真家連合協会」の設立などにかかわっていたと推定される。それについては今後の課題とする。

う。このような写真家たちの活動を継続して研究・発掘することにより、これまで別の問題として扱われてきたプロ・アマチュアの歴史を一つの大きな流れとして理解することができると思う。

3節 ニコニコ写真館（ニコニコプロフォト）

この節では1920年代、大阪の代表的な繁華街の一つであった「新世界」のニコニコ写真館（ニコニコプロフォト³³）〈表1〉の事例を確認する。

1 ニコニコ写真館について

各写真館のアイデンティティや特性は、その設立背景や、立地条件、時代によって変化する。ここではニコニコ写真館の経営者、また彼らが活動した時代による、地域社会の中での位置づけの変遷について確認する。

1-1 経営者

1代目 曾和繁雄（そわしげお、1902~75 〈図3-1〉）

和歌山県出身。和歌山で約10年間の修行を経て1925年大阪新世界にニコニコ写真館を設立³⁴。肖像写真専門写真師。戦後、通天閣再建議員6人の中の一人。通天閣再建の時は「通天閣観光株式会社」副社長の役を果たすなど、当時新世界の商人たちのリーダーの役

〈表1〉 ニコニコ写真館（ニコニコプロフォト）

創業	1925年	公式的には1926年。
場所	大阪市新世界 大阪市千日前	本店（2015年4月30日に閉店） 支店（戦前まで）
創業者	曾和繁雄 （1902~75）	通天閣再建プロジェクト（1956年完成）の当時副社長を担い、新世界の商人たちのリーダーの役割をした。 別名は「ニコニコ先生」。
営業形態	ポートレート 出張撮影	1代目の曾和繁雄は肖像写真師としてのプライドを持ち、出張撮影は行っていなかった。1968年から運営した2代目の曾和勝は商号を「ニコニコプロフォト」に変更し、出張撮影も行った。
職員	見習生 社員 技師 その他	5~7人（戦前まで） 0人 1代目の曾和繁雄・2代目の曾和勝 1人（経理など、2000年代半ばまで）
インタビュー対象 2014.3~	曾和勝 （1945~）	1966年から68年までに工藤写真館で修行。 1968年から2015年までニコニコプロフォトを経営（2代目）。 現在はフリーランス写真師として活動。

³³ 1968年からの商号は「ニコニコプロフォト」であるが、2代目の曾和勝氏自身が一般的に「ニコニコ写真館」という名称を使うため、この論文では「ニコニコ写真館」と表記する。

³⁴ 1925年または1926年とされている。公式的な資料には1926年とされている場合が多い。

割をした（その内容はNHKの「プロジェクトX」³⁵にも紹介された）。新世界では「ニコニコ先生」と呼ばれたようだ。

2代目 曾和勝（そわまさる、1945～〈図3-2〉）

大阪府出身。設立者である曾和繁雄の次男。関西大学経済学部卒業後、大阪肥後橋の工藤写真館館主であった工藤清³⁶に師事、2年半の修行を経て、1968年から2015年4月までニコニコ写真館を経営。1代目は写真が「珍しい技術」であった時期に活動したのに対して、写真が一般の人々に馴染んだ後に活動した曾和勝氏は「ニコニコのおっちゃん」と呼ばれた。

1-2 創立から閉店まで

創立者である曾和繁雄は1910年代初め、和歌山のある写真館³⁷で写真を学び、約10年後の1925年に独立、当時の大阪で最も賑やかな街の一つであった新世界に「ニコニコ写真館」を開いた³⁸。曾和繁雄が新世界を選んだ理由は、和歌山での営業は「商売にならない」と思っていたからであった。戦前には新世界以外にも千日前に支店（借店舗、〈図3-3〉）があった。新世界の本店は映画館であった「大山館（現在は大衆演劇の朝日劇場）」の前だったので、いつも賑やかであった。

ニコニコ写真館は肖像写真専門写真館で出張撮影は殆どしていなかった。それは曾和繁雄の「肖像写真師」という職業に対する考えやプライドのためであった。彼は出張撮影をスタジオ撮影より劣る仕事と考えていた。戦前、ニコニコ写真館には支店を含めると5~7人の見習生が勤務していたが、見習生は戦争中徴兵され、戦後一人だけが帰ってきた。出張撮影をしない肖像写真専門写真館にこれほどの見習生がいたのは、当時の写真館が「商売になる」ということと、ニコニコ写真館が肖像専門写真館としてはかなり大きな規模であったことが分かる。1920年代の新世界は若者のデートコースであったので、曾和繁雄は今の「プリクラ写真」のような若者のための安くて小さいサイズの写真も撮影した³⁹。それは、当時の一般の人々に対して高価であった「肖像写真」をより広い範囲の

³⁵ 2001年11月6日放送・NHKプロジェクトX制作班『プロジェクトX挑戦者たち12〈起死回生の突破口〉』NHK出版、2002年。

³⁶ 当時「関西写真家連合協会（1965~73）」「大阪写真師協会（1967~75）」の会長。

³⁷ 位置や商号などは不明である。

³⁸ 曾和勝氏によると、曾和繁雄が写真館を開業するにあたり、新世界と道頓堀を最も適した地域だと判断し、まず新世界で開業したようだ。その後、道頓堀の近接する千日前に支店を開いた。また、開業当時の1920年代半ばにはカタカナの商号が「モダンなスタイル」として流行していたので、覚えやすく写真館イメージに合う「ニコニコ」と決めたようだ。

³⁹ 曾和勝氏によると、現在の感覚で千円ほどであった。

人々が経験できるようにさせたサービスで、若者などに大きな人気を博していたようだ。この写真には新世界という地域（都会の繁華街）の特性がよく認められる「写真館文化」の一例である。

戦争中に新世界の本店が焼け、戦後に写真館を建て替えて、千日前支店の機材を移し、千日前支店は閉店となった。写真館を建て替えた時、大阪で木材を確保することができず、曾和繁雄の故郷である和歌山から木材を手配した。戦争中は写真の材料が配給であったため、営業に十分な量の確保はかなり難しかったようだ。戦後1950年代初め写真材料が十分ではなかったため地域の写真組合が材料を確保し、分配する形が取られた。

以降、高度経済成長期に入り、写真館の売り上げも増えていった。1950年代半ばから、正月前などの忙しい時期には、少年であった2代目の曾和勝氏も照明のスイッチを操作する手伝いをしていた。曾和勝氏はその当時の雰囲気や以下のように記憶している。

当時お正月の前など写真館が忙しい時期には、確保している材料が二日目に無くなるほどお客さんが多かったです。その時は父が仲の良い機材屋の社長に電話でお願いして、材料を確保したりしました。私はよく材料を取りに行くなど、仕事を手伝いましたが、その頃は、私は写真について興味もなかったし、写真を撮ったこともありませんでした。⁴⁰

当時、写真館は実力があれば「商売になる」業種だったので、「写真師になろう」とする人も多かったが、曾和勝氏は写真に興味を持っていなかった。関西大学経済学部出身である曾和勝氏は卒業後ある化粧品会社のマーケティングチームで働く予定だった。卒業の直前、1代目の勧めで写真師になることを決心し、卒業後、大阪の「工藤写真館」で2年半修行してからニコニコ写真館の2代目となった⁴¹（1968年）。経営を引き継いだ曾和勝氏は商号を「ニコニコプロフォト」に変更し、出張写真も積極的にし始めた。出張撮影は一般的な集合写真から、近所の演劇のポスター、料理屋のメニュー用の写真など様々であった。曾和勝氏がそのように撮影の領域を広げたのは、カラー写真の普及によって、既存の営業写真館が持った「営業領域」が縮小されつつあったことが影響を与えた。曾和勝氏は当時の状況について以下のように説明した。

⁴⁰ 曾和勝氏インタビュー。（2014年5月18日）

⁴¹ 普通は4~5年間見習生をしながら修行することが一般的だったが、曾和勝氏は大学を卒業し、入門が他の人より遅かったため、2年半で見習生を終えた。そのため、一緒に修行した仲間と比べて、必死に学ばなければならなかったという。

工藤写真館で見習生をした時、工藤写真館の写真が持つ雰囲気をも身につけるため、色々勉強をしました。ニコン写真館に帰った後、父と好むスタイルが違って喧嘩もしました。写真を撮ることは感覚が大事と思いますが、修整やプリントは経験が必要なものであり、営業写真館で最も重要なことだと思い、見習生の時それは必ず身につけようと思いました。その時期は写真館によって、写真の雰囲気の違いが大きかったし、全ての過程を写真館で処理するため、実力があれば儲けることができる時代でしたが、カラー写真が一般的になってからは材料代・現像代などがもったかかるとなり、写真館が儲けることはどんどん難しくなりました。⁴²

白黒写真の時代には、撮影した写真の修整やプリントを写真師が全て行ったため、その写真館だけの「写真の雰囲気」があり、それは営業のための重要な武器であった。しかし、カラー写真が普及し、撮影後のフィルムの処理を、現像所・プリント専門店などが担当することが一般的になり、各写真館の個性や「実力の差」が少なくなった。また、それは写真館の業務の一部が分離されることでもあったので、曾和勝氏が撮影の領域を広げたのは、経営の面で当然な選択でもあった。

曾和勝氏はそのように35年ほど営業を続けたが、2000年代半ばにはデジタル写真時代の到来という大きな変化を迎えることとなり、写真館の閉店を考えることとなった。その時「工藤写真館」で一緒に修行した仲間である丹羽章夫氏⁴³のサポートでデジタル写真技術を身につけ、約10年間営業を続けた。デジタル写真技術を身につけた後は、それを用いて、1920年代の新世界の写真にモデルを合成する「タイムスリップ写真」や、通天閣を背景にして、その前に座っている真田幸村のイメージにモデルを合成する「新世界観光記念写真」も撮影した〈図3-4〉。デジタル写真時代の到来の後、曾和勝氏は以下のような気持ちでニコン写真館を経営していた。

現在はこのような「古い」スタイルの写真館は商売にはなりません。私は売り上げよりは、昔から訪ねてくれる人々と会うこと、父の痕跡が残っている写真館を営むという楽しさで写真館を続けています。⁴⁴

⁴² 曾和勝氏インタビュー。(2015年4月1日)

⁴³ 兵庫県加古川市の「アケミ写真館」の2代目。写真館の3代目がいたため、早い時期にデジタル写真を身につけ、現在は3代目をサポートしている。

⁴⁴ 曾和勝氏インタビュー。(2014年7月16日)

1920年代、「新世界」という場所は西洋文化や新しい流行のスポットだったのであり、ハイカラたちがニコニコ写真館を訪ねた。また、戦争中には徴兵され戦争に行かされた若者たちの遺影写真になるかもしれない写真、戦後には労働者たちの写真、高度経済成長期には様々な用途の写真を撮る場所であった。

ニコニコ写真館は街の「公的機関」のように、その時代を生きていた人々の肖像を記録してきたが、2015年4月30日に約90年間の営業を終えた〈図3-5〉。

2 ニコニコ写真館の制作環境

ニコニコ写真館の建物は、1945年に再建築され、2015年に閉店するまで使われた。ここでは同じ場所での写真行為が、時代や写真技術の発展により、どのように変化したかについて、その制作環境に焦点を当て確認する。

2-1 写真館の建物

戦前の建物は爆撃で全焼、2015年4月まで写真館として使われた、建物は1945年再建したものである〈図3-6〉⁴⁵。新世界の本店の建物は機材まで全焼し、千日前の支店の機材を新世界の店に持ってきたので、支店は自然に閉店となった。

戦前のニコニコ写真館は自然光を照明として使うため、天井の半分ほどが斜めのガラスで作られていた。1945年再建の後にも壁の一つの面が大きいガラスであったが人工照明の使用が増えるにつれむしろ撮影の邪魔になり、2代目の曾和勝氏が写真館を経営し始めた1968年壁面を改造し、小さな窓となった（南東向き）。窓の外には写真館の広告用に旗を吊り下げるバーが二本あり、1950年代まではそれを使っていた。それも1968年の改造の時看板に替えられた。以前と同様、建物は2階建てで、建物の構造は〈図3-7〉のようである。

2-2 写真のバックドロップ・椅子

今は残っていないが、欧米のスタイルの階段や窓が描かれている背景（バックドロップ）があった〈図3-8〉。窓の向こうに通天閣が見えるように描かれた絵（白黒）であっ

⁴⁵ 2015年4月の閉店後、写真館の建物は串カツ店として使われている。

た。その時（1950~60年代）には写真用の背景だけを描く職人がおり、スタジオに来て背景の絵を描いた。それは、背景のサイズや照明などの設備が写真館ごとに異なっていたからであった。その業者の中でも、「誰ほどのような絵が上手」と言われるほど、様々なスタイルの職人がいた。彼らは映画館の看板などは描かずに、写真館の背景だけを描く専門家であった。1960年代には新世界にも写真館が15軒ほどあったため、関連産業も盛んであった。

1960年代半ばからは、絵ではなくシンプルな背景がよく用いられ、1970年代半ばからは水平線が見えない背景がよく使われた。1990年代以降には立体の背景がよく用いられ、ニコニコ写真館もそのような背景を備えることとなった。

肖像写真撮影のための椅子にも変化があった。1960~70年代にはシンプルな構造を持つ鉄製椅子〈図3-9〉が一般的であったが、以降どんどん重厚化したスタイルの木製椅子〈図3-10〉に変わっていった。このような背景や椅子の変化は、白黒写真からカラー写真時代への遷り変わりによる影響も大きかった。曾和勝氏は「カラー写真の普及など、技術の発展と共に、時期によって確実な流行が存在したため、顧客の好みを満たせる努力が必要だった」と言った。

2-3 カメラ・照明

曾和勝氏は45年ほどの経営で、多くのカメラを使ってきた。スタジオ用で父親が使っていた「アンソニー（大判、〈図3-11〉）」から「ジナー（大判）」「マミヤ RB67ProS（6×7）」「ゼンザブロニカー（5×5）」などを用途に合わせて使った。曾和勝氏はスタジオ撮影だけでなく、出張撮影も行ったため、「マミヤ RB67ProS（6×7、集合写真など）」「ニコン（MF、スナップ用）」「キャノン（AF、スナップ用）」なども用途・時期別に使っていた。

デジタル写真時代になってからは、スタジオ撮影のため富士フィルムの「S2PRO・S3PRO」を使った。それは2015年の時点では「古い」カメラであるが、スタジオ撮影は照明や環境が完全にコントロールできるので、曾和勝氏は性能に不満を持っていなかった。曾和勝氏は「撮影過程で写真をほぼ完成する」フィルム時代からの撮影方法に慣れているため、最新のデジタルカメラが持つ、より正確なホワイトバランスやクロップに余裕のある画素、速いオート・フォーカスなどにはこだわっていなかった。但し、そのような性能を必要とする、出張撮影の場合は比較的新しい機種である、「キャノン 5Dmk2」を

使った。曾和勝氏は、写真制作の道具であるカメラについて以下のような考えを持ち、デジタル写真時代に営業を行った。

私は大学卒業後写真を学びながら、写真が好きになって、現在も個人的に作品を創っています。しかし、写真の装備にはあまり興味がありません。自分に使いやすいカメラならそれでいいと思います。私が古い S3PRO を使っている理由は、カメラを変えると、照明との色合わせなどが変わり、「私の色」を出す作業の流れを全て変えないといけなかったからです。風景写真家や芸術写真家なら厳しい環境で撮影を行う場合もあるので、新型のカメラで Raw⁴⁶ ファイルをよく使うと思いますが、私は肖像写真師ですので、照明を立てるなど全てを準備し、写真を撮る時大体写真を完成します。昔ながらのそのようなスタイルが身についているため、Jpeg で撮った方が営業の効率が良いと思います。⁴⁷

照明については、1代目の曾和繁雄は 1920~30 年代自然光を、1940 年代には自然光とタングステン照明を、1950 年代にはほぼタングステン照明 (図 3-12) を、1960 年代には瞬間光⁴⁸を使って写真を制作した。人工照明の使用は天気や時間に関係なく写真の撮影を可能にしたため、写真館の売り上げにも大きな影響を与えた。2代目の曾和勝氏は 1960 年代後半から写真を本格的に始めたので、瞬間光を一般的に使っていたが、幼い頃父親の手伝いをし、タングステン照明を操作した経験がある。また、曾和勝氏はタングステン照明と、それを代替した初期の瞬間光を以下のように記憶している。

店で父が使ったタングステン照明は 1 台に 250 ワットの電球が 8 つ入るもの (2KW) でした。これをいくつか使うともものすごく暑かったです。それで私が手伝いとして写真館に来て、父の指示に従ってそのスイッチを操作しました。それは、できるだけ必要な時のみスイッチを入れるためでした。それでもお客さんが背広や着物を着ているので、夏には我慢できないほど暑かったです。その後瞬間光が一般的になってからは、お客さんが大分楽になりました。しかし、初期の瞬間光はシンクロ (シャッターが開く瞬間に発光させる機能) が 100%信頼できなかったため、長いシャッタースピードを使い、その間に手で照明を発光させ

⁴⁶ カメラの中でイメージプロセッシングを行わずに、撮像素子が受け入れたままのデータを記録する方式。

⁴⁷ 曾和勝氏インタビュー。(2015 年 4 月 19 日)

⁴⁸ フラッシュ・ストロボ・スピードライトなどと呼ばれるもの。

る場合もありました。シンクロが上手くいかず、撮影した写真が使いなくなる場合もたまにあったようです。⁴⁹

2-4 フィルム・暗室道具など

1代目の曾和繁雄はコロジオン乾板⁵⁰から白黒フィルムまでを用いて写真を制作した⁵¹。1代目は「コダック」の白黒フィルムを使ったが、2代目の曾和勝氏の場合、初めは「コダック」のフィルムを使い、その後、「富士フィルム」のフィルムを使った。

曾和勝氏が工藤写真館で修行をした1960年代半ばから、カラーフィルムで撮影する場合もあったが、当時のカラーフィルムは、以下のインタビューのように感光度が低く、耐久性が悪かった。

当時のカラーフィルムは流行みたいなもので、その時までの一般的なイメージは「写真は当然白黒」でした。流行に敏感なお客さんはカラー写真を撮ったりしましたが、感度が低くてより強い照明が必要であったし、画質や耐久性が良くなかったです。店の前にカラー写真を掛けて置くと、2~3ヶ月で使えないほど色が飛んでしまいました。初期の写真館用のカラーフィルムはうち（内）のタングステン照明を使うと、シャッタースピードが1/15秒になるほどでした。父がカラー写真で私を撮ってくれた時、首受け台はありませんでしたが、「動くな」と言われました。⁵²

2代目の曾和勝氏が写真館を経営し始めた頃、一般的に白黒写真が使われたため、撮影や暗室の作業を一人で全部行った（カラーは専門現像所で処理）。したがって白黒写真を扱った写真館には、その写真館なりの現像液のレシピがあった〈図3-13〉。曾和勝氏も自分の好みに合う写真を制作するため、既成の現像液を使わず、自分で現像液を製造して使用した。また、1代目の時期から様々なサイズの証明写真を撮影していたので、1代目が制作した「証明写真用印画機」を使い、プリント作業の効率性を高めた〈図3-14上〉。

⁴⁹ 曾和勝氏インタビュー。（2015年4月1日）

⁵⁰ 曾和繁雄はコロジオン乾板を自ら製作することができ、それを営業にも用いたとのことだ。「肖像写真師」というプライドにはそのような関連知識が影響を与えたようだ。曾和勝氏によると、曾和繁雄は「それほどの知識がないと、ニコニコ先生ではないだろう」と冗談を言うほど、技術や関連知識に関するプライドが高かった。

⁵¹ カラーフィルムは引退の直前少しかだけ用いた。

⁵² 曾和勝氏インタビュー。（2015年4月1日）

3 閉店とフリーランス写真師へ〈図 3-15・3-16〉

ニコニコ写真館は2015年4月30日を最後に閉店し、曾和勝氏はフリーランス写真師としての活動を始めた。写真館を閉めた理由には、個人的事情が最も大きな理由であったが、後継者がいなかったことや、デジタル写真時代の到来・インターネットの普及により、「写真」が持つ社会的意味が変わったということもあった。

デジタル写真時代の到来以前の写真は「イメージ」としての意味を持つと共に、写真館を訪ね写真を撮るという行為自体が「記念」「行事」の意味を持つ「儀式」であり、写真館はその「儀式」が行われる場所であった。デジタル写真時代の到来以後には、その写真が持つ「儀式」としての役割が弱体化し、「イメージ」としての役割が強まり、「イメージ消費の時代」が始まった⁵³。

今日でも「儀式」としての写真を懐かしく感じる人々がいるので、ニコニコ写真館の閉店は、新聞や放送で取り上げられた。曾和勝氏が閉店後、フリーランス写真師としての活動を続けているのは、営業写真師という「儀式の司祭」としての責任感のためでもある。以下は閉店を決心した後の曾和勝氏の感想である。

私は徒弟で写真を学んだ最後の世代です。私の少し後の世代からは「写専」（現在の日本写真映像専門学校）出身が多かったが、私は現場で写真を学びました。デジタル写真を学ぶ時も今までやってきたことをデジタルでどう表現すればいいか考えながら勉強をしました。私は昔と同じ暗室作業や、営業写真館の一番の技術とも言えるネガ修整をデジタルで如何にできるかを考えてきましたが、同じソフトを使っても、今の若いカメラマンの中にはできない人が多いと思います。是非、昔のネガ修整のノウハウを若いカメラマンにも知ってもらいたいです。

写真館を辞めることを決心すると、昔ながらのお客さんとの思いが出てきました。辞めない方がいいかなとも思いました。閉店を知らせるためにハガキを送りましたが、沢山の方々が電話をくださり、写真を撮りに来られて、むしろ今が一番忙しいです。写真館は辞めますが、これからも出張撮影は続けるつもりです。昔ながらのお客さんたちを忘れることは私にはできません。その方々にたまにでも会うのが私の幸せです。⁵⁴

⁵³ 第5章2節参照。

⁵⁴ 曾和勝氏インタビュー。(2015年4月1日)

デジタル写真時代になってからは、顧客が写真を撮る「目的」も変わった。以前の写真は台紙に入れて保管される、写真行為という儀式の「記録」のためのものであったが、現在は壁に掛けるか、インターネットにアップロードして「消費する」ためのものとなった。現在の多くの写真館が額縁に入れた写真を提供するが、これに対して、曾和勝氏は閉店時まで台紙に貼って写真を提供していた。このようなこだわりのある制作・営業方式は、「伝統的肖像写真師」としての曾和勝氏のプライドや、その「儀式」を楽しむ人々のためであったのではないだろうか。

図版



図 1-1 工藤清。
田中栄太郎所蔵。

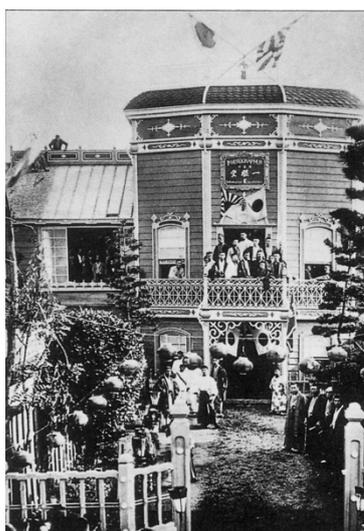


図 1-2 「一眼堂」
『写真館のあゆみ』所収。



図 1-3 左から丹羽章夫、曾和勝、
西峰康治。筆者撮影。



第19回工藤会 平成4年9月16.17日 於 宝塚ホテル

図 1-4 工藤写真館で修行した写真師
たちの「工藤会」。曾和勝所蔵。



図 1-5 工藤写真館での写真教育は学校の
ように「師匠と弟子」の関係に基づいて
いた。1968年のクリスマスパーティーと
推定される写真。修整作業のテーブルは
皆が集まる場所でもあった。曾和勝所
蔵。



図 2-1 小川月舟。田中栄太郎所蔵。



図 2-2 田中栄太郎。田中栄太郎所蔵。



図 2-3 明治末期・大正期の大阪市西区にあった建物の写真。初期には「原田写真館」の商号の下に自分の名前を書いた看板を使っていた。田中栄太郎所蔵。



図 2-4 明治末期・大正期の大阪市西区にあった建物の写真。看板を「小川写真館」に変えた。田中栄太郎所蔵。



図 2-5 1927年から小川月舟写真場が営業をしている野村ビル。ビルの中に位置しているため、ビルが閉館する休日には写真館も営業をしない。筆者撮影。



図 2-6 ビル入口にある立て看板（左）。ビルの 6 階にある小川月舟写真場の入口（右）。筆者撮影。



図 2-7 地下鉄北浜駅の広告で使われた図案。



図 2-8 小川月舟写真場は肖像写真だけでなく、建築写真などの撮影も行った。元の写真（上）と「エアブラシ（着色業者が担当）」作業を通して完成された宣伝用の写真（下）。田中栄太郎所蔵。



図 2-9 小川月舟の作品。珍しい比率のプリントで、プリントをみると「粒子感」も考えながら写真の大部分をクロップしたと思われる。田中栄太郎所蔵。



図 2-10 小川月舟の作品。モデルたちがカメラを覗いていない。田中栄太郎所蔵。



図 2-11 小川月舟の修正法が分かるガラス原板。右下は筆者が画像を反転させたもの。田中栄太郎所蔵。



図 2-12 仕上がった小川月舟の作品。初期には本名も使っていたことが分かる（左）。田中栄太郎所蔵。



図 2-13 小川月舟が「綿業会館」で撮影した 1930 年代の結婚式（左）。田中栄太郎所蔵。右は現在の様子。筆者撮影。



図 2-14 小川月舟が「綿業会館」で撮影した 1930 年代の結婚式の披露宴（左）。田中栄太郎所蔵。右は現在の様子。筆者撮影。



図 2-15 小川月舟が活動した「風流座」の公演パンフレットとその中の出演者紹介ページの一部。田中栄太郎所蔵。



図 2-16 小川月舟写真場で使っている椅子・踏み台など。筆者撮影。



図 2-17 特別に作られた子供用台と小道具。またそれを用いた田中榮太郎氏の作品。筆者撮影。



図 2-18 「ボカシ」のための道具と、それを用いたと思われる小川月舟の若い頃のセルフポートレート。筆者撮影。右の使用例は『沿革史』所収。

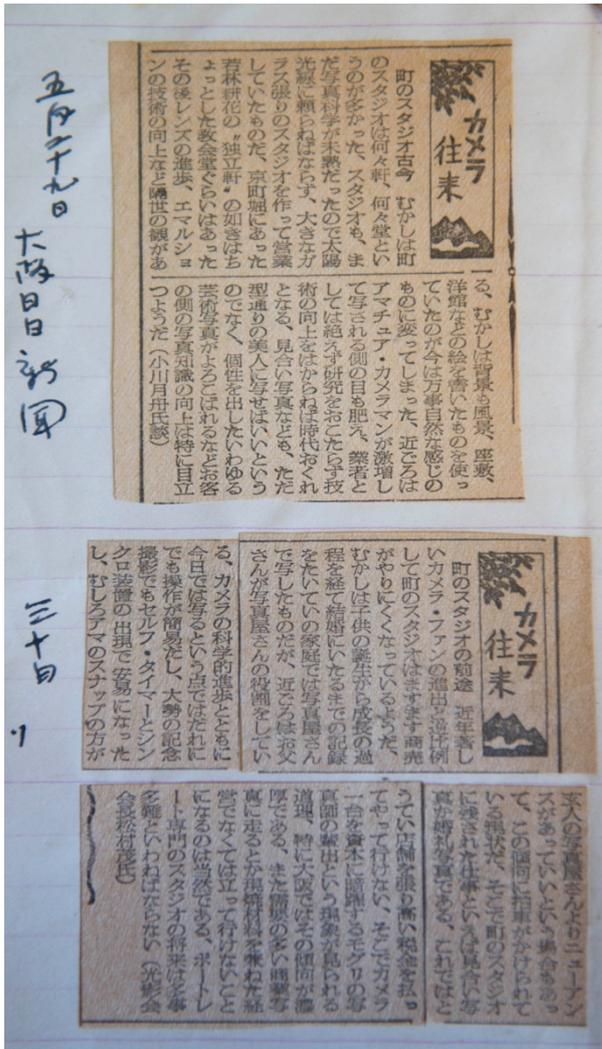


図 2-19 小川月舟本人の新聞寄稿のスクラップ。田中栄太郎所蔵。

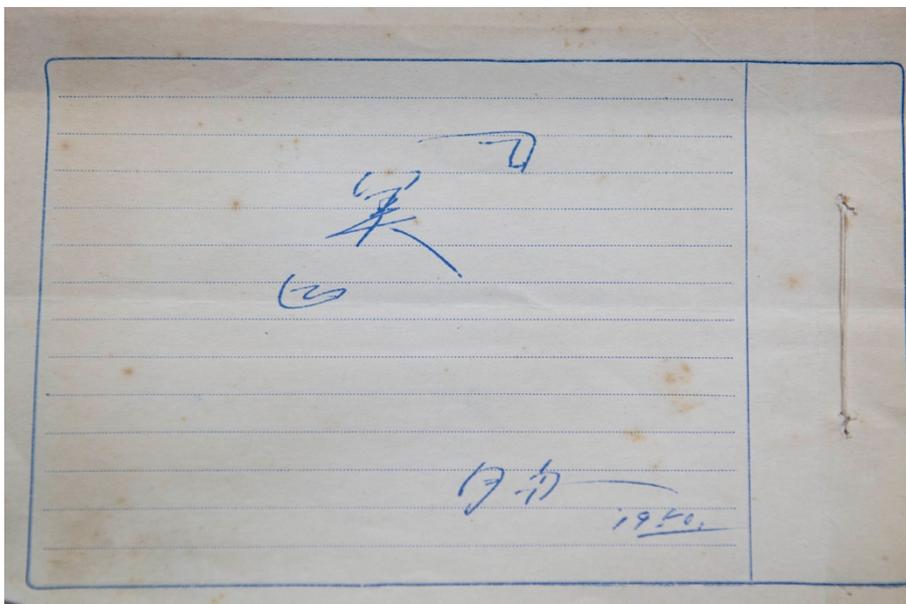


図 2-20 小川月舟の 1950 年の手書き原稿『美』。田中栄太郎所蔵。

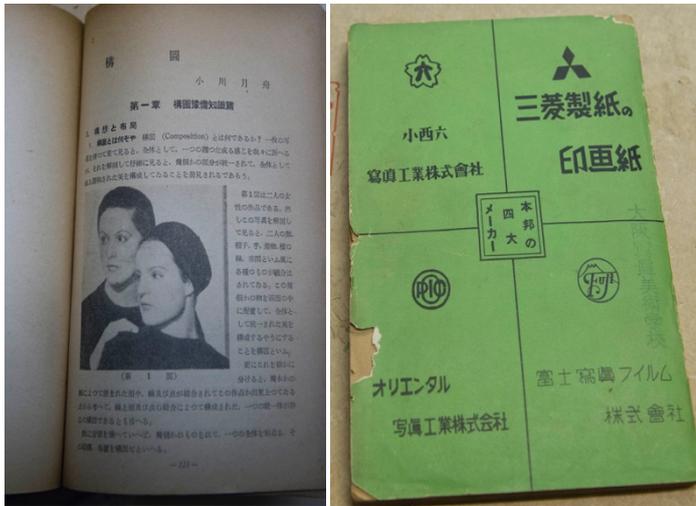


図 2-21 大阪写真美術学校の『講義録』。田中榮太郎所蔵。

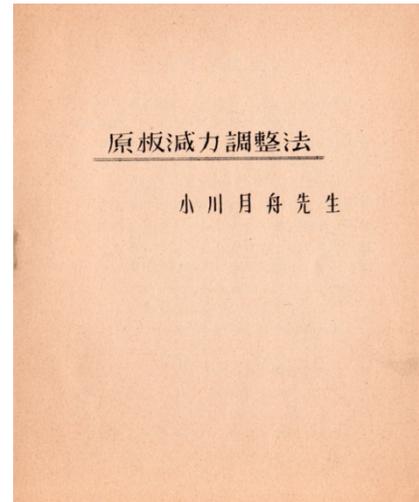


図 2-22 『原板減力調整法』田中榮太郎所蔵。

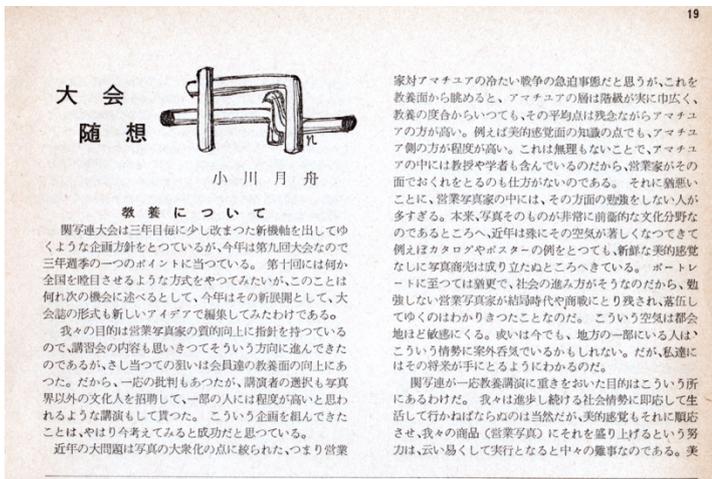


図 2-23 1957年の関西写真家連合協会『9回大会』。筆者所蔵。

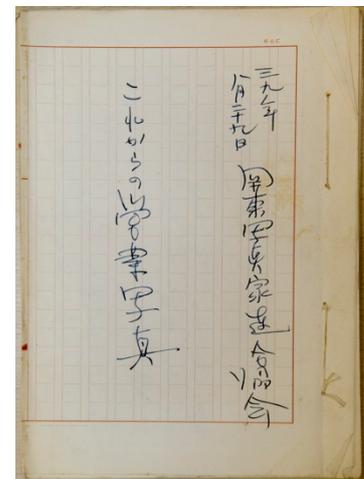


図 2-24 1964年の「これからの営業写真」。田中榮太郎所蔵。

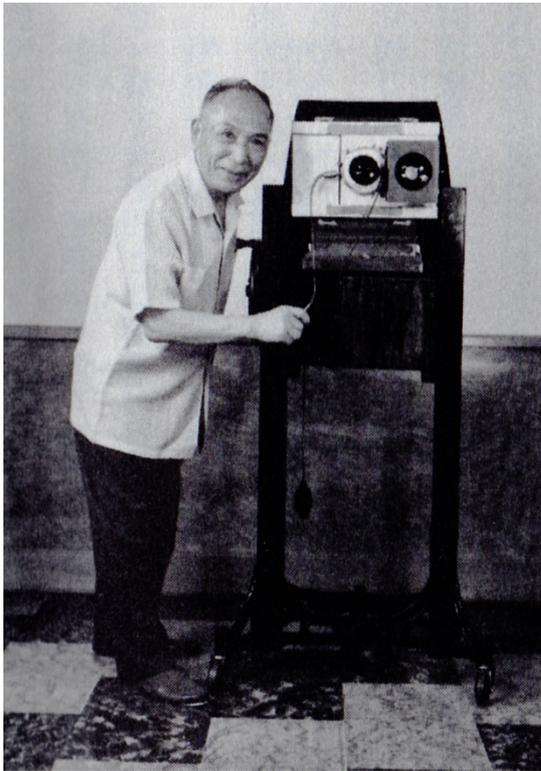


図 3-1 曾和繁雄。『プロジェクト X 挑戦者たち 12 〈起死回生の突破口〉』所収。



図 3-2 曾和勝。筆者撮影。

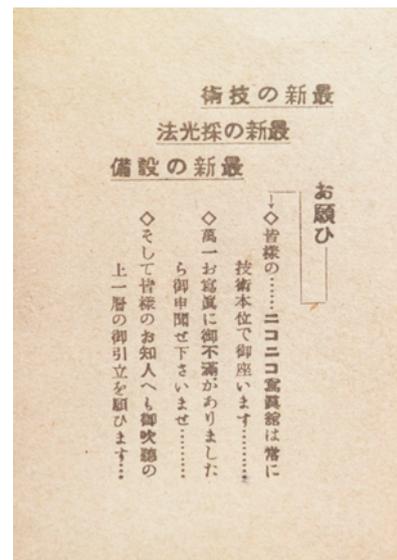
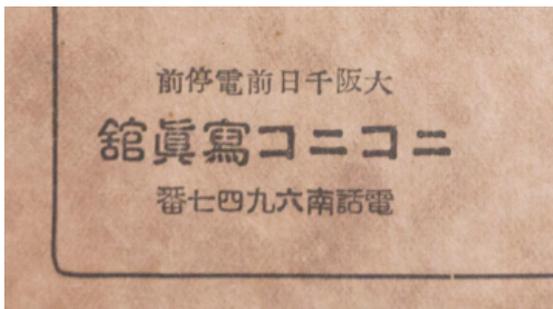


図 3-3 戦前に使われたと推定される台紙 (左下)。左上は支店の台紙で、千日前店の位置が書かれている。右は台紙の裏面で、「採光法」などの用語から自然光をよく用いたことが推測できる。曾和勝所蔵。



図 3-4 デジタル写真を身につけた後、曾和勝氏は観光客のための写真サービスも行った。



スタジオ閉店並びに新写真事務所開設のお知らせ。

二代に亘って永年営業させて頂きましたニコニコプロフォトも、本年創業90年を迎えましたが、諸般の事情により、4月末日をもちまして、スタジオを閉店させて頂く事と相成りました。永年御成員、ご厚情頂きました皆様様に対しまして、厚く御礼申し上げます。尚、スタジオ閉店後は下記住所にて写真事務所を開設致しますので、引き続き御成員の程宜しくお願い申し上げます。

-----*

【新写真事務所のご案内】

- ◎名称 **SO SOWA Photo Office** 曾和 写真事務所
- ◎住所 〒559-0033 大阪市住之江区南港中5丁目6-23-709
- ◎電話 Tel:Fax: 06-6614-0016 携帯: 090-6245-0250 E-mail: photo2525.jp@yahoo.co.jp
- ◎業務内容
 - *出張ポートレート撮影 (お見合い写真、生前遺影写真等)
 - *古い写真の修復、再生。
 詳細につきましては上記電話にてお尋ね下さい。

新世界で90年 写真館に幕

大阪・新世界の繁華を駆け巡る写真館「ニコニコプロフォト」(大阪市東区)が、今年4月、90年の歴史に幕を下ろす。歴々の写真館の時代は、店主の曾和勝人(84)が、創業した。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。

2代目・曾和さん 人生の節目見詰め「家族同然」

曾和勝人は、父の曾和勝一に、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。

常連客ら惜しむ

曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。曾和勝人は、創業から、写真館の歴史を振り返る。

図 3-5 ニコニコ写真館の閉店を知らせるハガキ (左) と、読売新聞 (大阪版) 2015年4月21日朝刊の記事 (右)。筆者所蔵。



図 3-6 ニコニコ写真館の建物。筆者撮影。

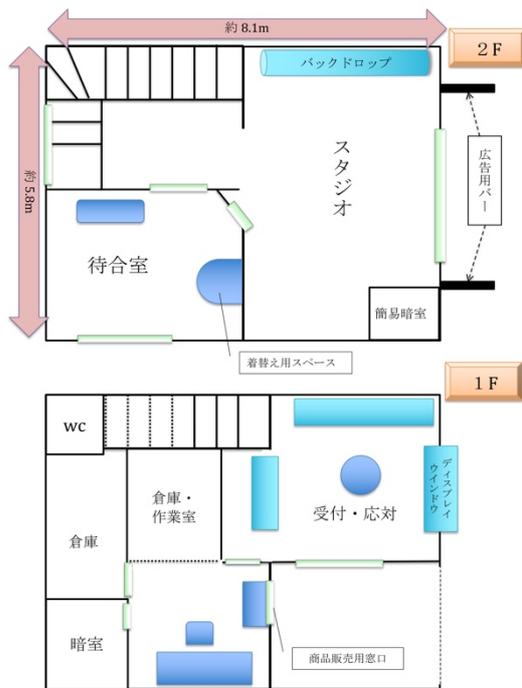


図 3-7 ニコニコ写真館の平面図（左）とスタジオ（右）。



図 3-8 2001 年 NHK のプロジェクト X が再現したバックドロップ。曾和勝撮影。



図 3-9 1960~70 年代の椅子。筆者撮影。



図 3-10 1990 年代以降の椅子。筆者撮影。



図 3-11 ニコニコ写真館のアンソニーカメラ。
筆者撮影。



図 3-12 ニコニコ写真館の 2KW のタングステン
照明。筆者撮影。

ハイポ	印画紙	74ル
(1)液 湯(50℃)	4800cc	1200cc
ハイポ	2000g	600g
(2)液 湯(50℃)	1600cc	400cc
亜硫酸	120g	30g
氷酢酸	96cc	24cc
ナポツ7ス	96g	24g
カリヨウバン	40g	40g
全量	8000cc	2000g

図 3-13 暗室に貼られている現像液のレシピ。
筆者撮影。



図 3-14 証明写真用密着印画機 (上) と曾和
繁雄が使っていた修正用ニス (下)。
曾和勝撮影 (上)、筆者撮影 (下)。



図 3-15 閉店頃まで使っていた広告用図案。

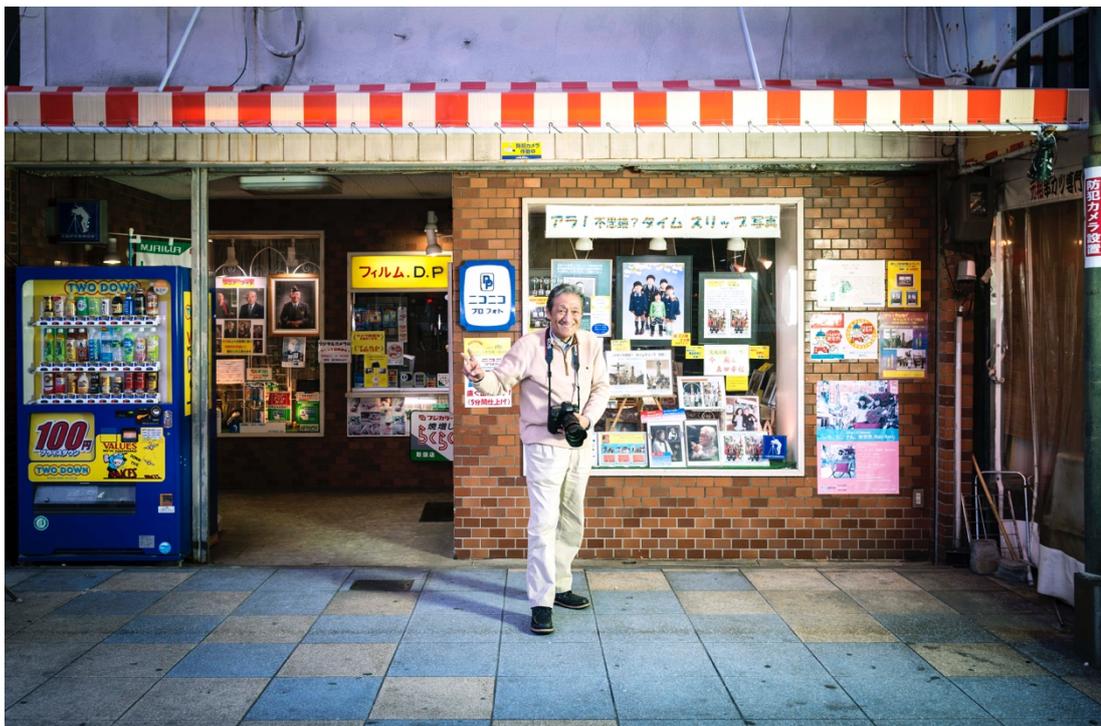


図 3-16 ニコニコ写真館の最後の営業日に営業を終えた曾和勝氏。筆者撮影。

第3章 兵庫地域の営業写真館

兵庫県の中心と言える南部地域は開港地である神戸を中心に、大阪市の産業化以降、衛星都市として発展していた「阪神間」があり、神戸以西には姫路や明石などの中小都市が位置している。

この章では神戸以西を代表する大型写真館である姫路市の「オウチ写真場」、写真家ハナヤ勘兵衛の写真啓蒙活動の拠点であった「ハナヤ勘兵衛」、加古川飛行場の軍関係の仕事から町の写真館になった「アケミ写真館」、町の写真館から始まり、交通の発達や近隣都市の工業化などに合わせて発展してきた写真館・広告写真スタジオ「栄光社」の4軒の事例を通して、地域社会の特性による「写真館文化」について確認・分析する。

1節 オウチ写真場¹

この節では兵庫県姫路市の「オウチ写真場」〈表1〉の事例を確認する。

1 オウチ写真場の代表者

1代目 尾内七郎（おうちひちろう、1913~2005、〈図1-1〉）

兵庫県神崎郡八千種村（現在の福崎町）生まれ。1930年姫路市立商業実務専修学校全期修了の後、兵庫県武庫郡御影町の写真師「佐藤音吉」に写真を習い、1932年から京都

〈表1〉 オウチ写真場

創業	1936年	1938年徴集され、1942年までは軍の写真班で勤務。
場所	姫路市伊伝居 姫路市福中町	1936年設立、1965年閉鎖。現在はギャラリーで使われている。 1948年「第2スタジオ」として設立。現在の本店。
創立者	尾内七郎 (1913~2005)	肖像写真家として活動しながら写真館を経営。 日本写真協会功労賞受賞（1997年）
営業形態	ポートレート 出張撮影	肖像写真などのスタジオ撮影と共に、神社で行われる結婚式の写真を主に撮影している。
職員	見習生 社員 技師 その他	3~4人（1946~75年、弟子という名称を使用。） 3~4人（1975年以後、社員の中の一人がリーダーの役割をする。） 1代目の尾内七郎・2代目の藤森久嘉・尾内美智代 2人（1代目の母親は写真に関する雑務及び食事を担当、夫人は経理と接客を担当。1975年頃まで。）
インタビュー 対象 2016.10~	藤森久嘉 (1942~) 尾内美智代 (1943~)	1代目の長女尾内美智代の夫。明治大学商学部卒業後大倉商事で2年間勤務してから、「写専」で写真を習い1969年オウチ写真場に入社。経営全般や出張撮影を総括している。 1代目尾内七郎の長女。神戸女学院大学の英文学科を卒業し、1968年オウチ写真場入社。現在はスタジオ撮影を担当している。

¹現在の公式名称は「(株) オウチ写真場」であるが、この論文では「オウチ写真場」と表記する。

寺町三条の「山本末吉²⁾」に写真を習った。1936年に姫路城の北の方に位置する伊伝居師範前町（現在の伊伝居）に「オウチ写真館³⁾」を開業したが、1938年に徴集された（歩兵第139聯隊）。1939年には中国の北支に派兵され（鷲3908部隊3中隊）、1940年からは本隊本部の写真班で勤務した〈図1-2上〉。1942年日本に戻り、1943年再召集されたが、1941年に右の肩に受けた銃創のため徴集されなかった〈図1-2下〉。終戦後である1945年10月頃からは本格的に写真館の業務を再開した。その時期には、姫路に駐屯していた米軍を顧客とし、営業を行った。

1950年代から60年代には小川月舟が創設した「関西写真家連合協会」で、工藤清などと一緒に中枢の役割を担った。2代目が経営に参加していた1970年代からは展覧会や写真集出版など、肖像写真家として活発な活動を行った。1997年には日本の肖像写真に与えた影響が認められ、日本写真協会の功労賞を受賞した。写真家として小川月舟を尊敬し、身近な関係を結び、10歳年上であったハナヤ勘兵衛とは親密な関係であった〈図1-3〉。

2代目 藤森久嘉（ふじもりひさよし、1942～、〈図1-4〉）経営・出張写真総括

静岡県磐田市生まれ。1965年明治大学商学部商業学科を卒業し、東京銀座の「大倉商事」に2年間勤めた。会社を退社して、1代目尾内七郎の長女美智代氏と結婚し、1967年から2年間大阪の「写専（現在の日本写真映像専門学校）」で写真を習った。1969年4月にオウチ写真場に入社し、現在は経営全般や結婚式、学校写真など出張写真を総括している。

写真師になる以前から写真に興味を持ち、高校生時代から写真を撮り始めた。「手に職を付ける」という両親のアドバイスで、趣味として写真を撮っていたが、美智代氏との結婚を切っ掛けに、写真師に転職した。1代目の「写真師は自分の作品と営業写真を並行して行わなければならない」という考えを受け継いで、個人の作品としての写真創作活動も行ってきた。現在、国画会写真部会員。

2代目 尾内美智代（おうちみちよ、1943～、〈図1-5〉）スタジオ写真総括と経理

兵庫県姫路市生まれ。尾内七郎の長女（独り子）。1966年神戸女学院大学英文学科を卒業した後、藤森久嘉氏と結婚し、1968年からオウチ写真場で勤務。主に、父親から写真

²⁾京阪神写真師大会の『沿革史』（1922年発刊）には、京都の寺町三条上ルの「都館」とその代表者である「山本末太郎」が載せられている。尾内七郎が写真を習ったのは、この写真館ではないかと思われるが、現在それが確認できる資料は見つけることができていない。その確認については今後の課題とする。

³⁾開業当時の商号。1975年からは「(株)オウチ写真場」を商号として使っている。この論文では設立当時の称号を示す場合以外は「オウチ写真場」と表記する。最初に開業した建物は現在「尾内七郎ポートレートギャラリー」兼住宅として使われている。

を習いながら、日本写真文化協会の夏期大学に参加していた。現在まで主にスタジオ撮影と経理を担当している。現在、ポートレートアカデミーオブジャパン (Portrait Academy of Japan, PAJ) ・日本肖像写真家協会会員。

2 営業の変遷

尾内七郎は1936年に写真館を開業したが、1938年に軍に徴集され、彼が日本に戻った1942年まで、営業写真師としてよりは、軍に配属された写真担当者として活動した。営業写真師として本格的な営業を行ったのは1945年10月からであった⁴。当時姫路市には5千人ほどの米軍兵が駐屯していたが、尾内七郎は残っていたフィルムとスタジオを活用し、その軍人たちを顧客として営業を行った (図 1-6)。伊伝居のスタジオには尾内七郎が家族と一緒に住んでいた。広告はショーウィンドーに女性の写真を3枚貼ることにした。その写真を見て米兵たちが訪ねて来たが、彼らは「女性を売る店」と勘違いしたようで、尾内七郎は手まねで「ここは写真スタジオだ」と説明したこともあった。4、5日ほど経つと、多くの米兵が写真を撮りに訪れ、門前市をなしたようだ。営業は盛んであったが、2、3ヶ月後には確保していたフィルムが無くなっていき、尾内七郎はその問題を解決しなければならなかった。当時はフィルムなど写真材料を確保することが難しかったため、大阪の闇市を通して、白米と交換してフィルムを確保した⁵。

姫路に駐屯していた米軍兵は、尾内七郎が自分の著書『(続) ポートレート一筋』で「ドル箱」「金のなる木」と表現するほど、彼の営業を繁盛させた大事な顧客であった。しかし、米軍兵たちは6ヶ月ほどの駐屯を終え、姫路を去り、尾内七郎はどのように営業を行うかについて再び苦悶しなければならなかった。当時の写真館は姫路城の北の方に位置していたが、当時の姫路は、姫路城と姫路城の南にある姫路駅までが中心街であった。尾内七郎は姫路の中心街に進出しようと思い、1946年9月に、米軍兵を顧客として儲けた資金とカメラを処分した資金⁶で、西魚町に63坪の土地を10万円で購入した⁷。1948年には福中町にスタジオを新築したが、開店休業の状況が続いた。活発な営業ができたのは、1953年頃からであった⁸。この時期からは学校のアルバム写真や、主に神社や自宅で行われた結婚式の出張写真の需要があり、安定した営業が可能になった。また、肖像写真や記念写真などスタジオ写真の需要も増えていった。また、1953年から2004年までは近隣の

⁴1950年代までの内容については、主に、尾内七郎『(続) ポートレート一筋』(1998年)を参考。

⁵当時、警察の取り締まりが厳しく、白米2升を腹に巻いて大阪に行ったようだ。

⁶「ローライ」と「スーパーイコンタ」を処分した。第2次世界大戦の影響で、ドイツ製カメラは高額で売買されたようだ。

⁷尾内美智代氏によると、西魚町の土地は不法占拠され、代替地としての福中町の土地に移転したということだ。

⁸この頃、尾内七郎は福中町のスタジオを担当し、伊伝居のスタジオは夫人の尾内しげ子と弟子一人が営業を担当した。

山陽百貨店の広告写真を全て担当した。結婚写真に関しては1970年代半ばには姫路地域で、ホテルでの結婚式が一時期ブームになったが、その後、神社などでの結婚式が主な業務になっている⁹。

オウチ写真場の売り上げは、1989年頃から1996年頃までが最も高かった。1996年までは毎年売り上げが上がっていたが、1997年からは売り上げが下がっているようだ¹⁰。1950年代から重要な業務であった学校などのアルバム写真は、少子化によって仕事の絶対量が減り、2000年代からは入札方式が一般的になった。そのため、業務のスタイルを変え、現在は三つの高校のアルバムだけを担当している。

オウチ写真場の例で分かるように姫路地域では1990年代半ば以後から写真館の売り上げが減少し、2000年代に入ってから、地域の多くの写真館が閉店することになった。姫路駅からオウチ写真場までの姫路中心街に、2000年代初め頃まで、4、5軒の写真館やDP店、写真プリント店があったが、現在は全て廃業した。廃業の主な理由には、売り上げの減少と共に、後継者がいないということが大きかったようだ¹¹。

3 建物・スタジオ

「オウチ写真館」は1936年に設立されたが〈図1-7〉、1938年に尾内七郎が軍に徴集された後、夫人しげ子と従業員がスタジオを守っていた。1945年から営業を本格的に再開し、駐屯していた米軍兵たちに人気を博し、その収入や機材を一部処分した資金で、1948年福中町に第2スタジオを開設した〈図1-8〉。1965年には伊伝居のスタジオを閉鎖し、福中町のスタジオを中心に営業を続けた。1975年には株式会社に経営体制を変え、商号も「(株)オウチ写真場」に改めた。1976年には建物を新築し、現在に至っている。また、2004年に1代目の尾内七郎は、伊伝居のスタジオに「尾内七郎ポートレートギャラリー」を設置した。

現在の建物は3階建てであるが、写真スタジオであるため、一般の4階ほどの建物に当たる高さになっている。外から見ると建物の外壁（東向き）がカメラの絞りを形象化したステンドグラスになっている〈図1-9〉。それは「この建物は写真館である」という広告でもあり、スタジオの内部で自然光を用いる時、独特な雰囲気を作り出す〈図1-10〉。

⁹ 藤森久嘉氏によると、1960年代大阪で「ホテル結婚式」が一般化されていくにつれ、このような雰囲気が流行のように姫路にも伝わり、一時期ホテルでの結婚式が人気を博したが、その時期以後は従来の神社での結婚式が一般的な形態になったようだ。また、2000年代までは、自宅での結婚式がたまにはあったようだ。(2016年10月17日)

¹⁰ 尾内美智代氏インタビュー。(2016年10月17日)

¹¹ 藤森久嘉氏インタビュー。(2016年10月17日)

1階には応接室や作業室、暗室、事務用の空間があり、2階にはスタジオ、着替え室、控え室などがある〈図 1-11〉。また1階と2階を繋ぐメイン階段以外に、スタッフが利用する別階段がある。それは撮影準備などを行う様子を顧客に見せないためであり、それはサービスの面で顧客の満足を高める役割をする。

スタジオは縦10.05メートル、横7.8メートル、高さ4.7メートルと広く設計され、照明は天井に設置されている。また、照明は主にアンブレラを用いて、反射光を使っている¹²。このような広いスタジオは多様な照明の使用と共に、モデルと背景の距離を十分に確保できるという長所がある。それは1代目尾内七郎のこだわりによるスタジオ設計と言える。彼は照明や空気感、ぼかしなどに特別なこだわりを持っていたため、それを自分の意図に合わせて自由に使えるように広いスタジオを設けた。また、照明も20台以上備え、光を多様なスタイルで活用した〈図 1-12〉。肖像写真撮影の際、髪の毛の質感を生かすために特別に製作された「ヘアーライト」も用いた〈図 1-12〉。一方、多用なアングルを利用するために、俯瞰撮影用のバルコニーも設置されている〈図 1-13〉。写真のスタイルに関しては2代目の尾内美智代氏も同じこだわりを持ち、その設備をそのまま使っている。

4 制作の特徴

2000年代から多くの写真館がデジタル写真を業務に導入しているが、オウチ写真場は2013年9月までフィルムにこだわってスタジオ写真を撮影した。当時まで使ったカメラは富士フィルムの中判カメラである「GX680¹³」であった。それは蛇腹を備え、大判カメラの機能（ティルト・シフトなど）を持ったカメラである。スタジオ写真を担当している尾内美智代氏は、父親の尾内七郎に写真を習い、父親と同じように写真の空気感を重要と考えた。「GX680」はその空気感を活用した表現に適したカメラであった。デジタルカメラでスタジオ写真を撮影するようになった理由は、フィルムをプリントするカラー印画紙の生産が中止されたからであった。

2013年3月頃に富士フィルムから連絡があり、印画紙の生産が中止されると聞きました。一応残っている印画紙があったので、フィルムでの撮影を続けましたが、2013年9月に印画紙を使い切り、その後スタジオ撮影をデジタルカメラで行うことになりました。フィルムの

¹² 柔らかい光を用いるために。

¹³ 120・220フィルムを用いる、6cm×8cmフォーマットのカメラ。

大きいフォーマットによる特有の空気感や、微妙な階調表現、色合いが気に入っていましたが、使えなくなり残念です。¹⁴

2014年9月からは、ニコンの35mmフォーマットのデジタルカメラであるD800でスタジオ撮影を行っている。また、スタジオ撮影や出張写真などを全てRaw¹⁵で撮影している。それは広いダイナミック・レンジ¹⁶ (dynamic range、光に対する寛容度) が確保可能であり、撮影後のイメージ処理によって、撮影者の意図をより細かく反映できる。Raw撮影はJpeg撮影より、撮影後のイメージ処理に時間や手がかかるので、営業の効率性は良いとは言えないが、写真の質を高めるためにRaw撮影にこだわっている。

5 徒弟教育制度

オウチ写真場は1946年から、株式会社になった1975年頃まで徒弟教育(門下生制度)を行った。その徒弟教育を受けていた人々を示す名称として「見習生」「従業員」ではなく、「弟子」を一般的に使った。オウチ写真場の「弟子」たちはその名称でも分かるように、完全に師匠と弟子の関係で、「給料」よりは「激励金」の形態の報酬をもらった。

徒弟教育は最低5年で、住み込みであった。平均3、4人ほどが写真館で生活をし、「卒業(徒弟教育を終える)」して技師になると、近隣の部屋を借りて生活した。弟子たちは写真館の息子が多く、北海道から沖縄まで全国から集まった。修業し「写真師」として認められた者は、実家に戻るか、オウチ写真場の技師になり、その後独立した。独立する場合はオウチ写真場で独立に必要な資金を援助した¹⁷。

弟子たちは、福中町のスタジオ二階の着替え室で生活し、食事は伊伝居のスタジオの建物でとった¹⁸。食事の準備は1代目の母親(尾内たき)や夫人(尾内しげ子)が担当し、残業がある日には、弁当を作り、福中町のスタジオに運んでいた。

1975年に株式会社になる前までは、「社員」がいなく、すべて「弟子」であった。その中で経験を積んだ弟子が技師になった。技師たちは出張撮影などを主に担当し、スタジオ撮影は1代目尾内七郎が担当した。1代目がスタジオに不在の時だけは弟子たちがスタジオ撮影を行った

¹⁴ 尾内美智代氏インタビュー。(2016年10月17日)

¹⁵ カメラの中でイメージプロセッシングを行わずに、撮像素子が受け入れたままのデータを記録する方式。

¹⁶ ラティチュード (latitude) とも言う。

¹⁷ 尾内七郎『(続) ポートレート一筋』尾内七郎、1998年、94頁。

¹⁸ 伊伝居のスタジオは閉鎖後、ポートレートギャラリーと住居などに使われている。

1970年代には女性の弟子である、内藤百合子がいた。内藤百合子は1973年から1991年まで働き、婚礼写真撮影、経理、接客をこなした。すなわち、オウチ写真場には2代目の尾内美智代氏を含め2人の女性写真師が活動をしていたことになる¹⁹。

1975年からは株式会社になり、すべて「社員」の形態で雇用が行われた²⁰。現在は藤森久嘉・尾内美智代夫妻と主任技師1人（男）、技師2人（男・女）、経理・受付担当1人（女）が勤務している。特に女性技師は受付も一緒に担当している。

6 他の活動

オウチ写真場で修業した弟子、すなわち「卒業生」たちは1976年「OPC（Ouchi Photo Club）」を結成し、1996年まで活発な活動を行った（図 1-14）。1976年「第1回 OPC 写真展」を始めとし、1996年には「第20回 OPC 写真展」を開催した（図 1-15）。その目的は「人間性を高め写真技術の向上を計る」ことであった。「OPC」は1996年を終わりに解散することになったが、それを受け継いで「萌芽会」が結成された。萌芽会は尾内会の会員（主に弟子たち）とその2世の写真師たちをその会員（結成当時は約20人）とし、年3回の研究会を行い、状況によって展覧会を開くことを基本活動として、「OPC」の解散と同時に活動を始めた²¹。また研究会を通して、会員に「年度賞」「努力賞」「新人賞」などを授与し、写真に対する研究や制作活動を奨励した。

萌芽会は、「OPC」がより発展的な方向に進むために結成されたが、その背景には尾内七郎の考えが強く反映されている。その考えは尾内七郎が書いた「萌芽会発会挨拶」にもよく表れている。

昨今、コンピューター操作による写真表現が急速に進歩し、厳しい時代になりました。しかし写真を創り、シャッターを切るのは人間であり、美の発見者であります。そこで写真の基礎である光の造形、画面構成その他諸々の研究をし美意識を高める事が何より大切であります。今研究会を通して、切磋琢磨し、立派な営業写真家になって下さる事を期待しております。²²

¹⁹ 尾内美智代氏によると1990年代まで、女性の営業写真師は少なかったようだ。そのため、尾内美智代氏は日本全国の女性写真師たちと情報交換をするなど、様々な交流を行っていた。

²⁰ 大学の写真学科や写真専門学校の卒業生が多かった。

²¹ 2代目の藤森久嘉氏は、このような活動とは別に地域社会の学生たちに写真を教える活動を行っている。1998年から「キャラバン隊」という活動を始め、小野市立河合中学校を皮切りに中学生たちに写真を教えた。また、2012年からは姫路市の「ものづくり大学」で中学生たちに写真撮影を指導している。

²² 尾内七郎「萌芽会発会挨拶」『（続）ポートレート一筋』92頁。

尾内七郎はコンピュータによる写真制作全般の「自動化」の問題について一定の考えを1996年に既に持っていた。また、そのような自動化の問題で、写真師が持たなければならない能力やそれを磨く事による「実力の差別化」の必要性を強調していた。萌芽会はそのような写真に対する尾内七郎の思想を土台とし、総合的な研究活動を行った。

営業写真に対する自動化による問題は、2000年代のデジタル写真時代の到来とともに、より大きな問題になっていった。それは「プロらしい差別化された能力」が発現できるかの問題である。尾内七郎と身近な関係にあった小川月舟も1964年に「これからの営業写真」で、造形に対する解釈、表現能力などを強調したことがあった²³。また、小川月舟はその文章で、マスメディアの広範な普及により、顧客がプロに劣らないほどの「画像」に対する多くの経験を持つことになった現象に注目している。二人の文章には32年間の差があり、営業写真師たちが迎えている環境にも差があるが、二人は「肖像写真」に対して似た考えを持っていた。また、その考えは今日のデジタル写真時代においても変わらないものではないだろうか。

尾内七郎の座右の銘は「技は人なり」であり、このような創立者の考えを反映した経営方針は、オウチ写真場のアイデンティティーを示す例であり、営業写真を成り立たせる本質の一面を表している。

²³ 第2章の2節を参照。

2節 ハナヤ勘兵衛

この節では、1930年代から日本の「芸術写真」を主導した人物の一人である、写真家ハナヤ勘兵衛が設立した兵庫県芦屋市の「ハナヤ勘兵衛²⁴⁾」〈表1〉の事例を確認する。

1 「ハナヤ勘兵衛」の経営者・社員（技師）

1代目 ハナヤ勘兵衛（はなやかんべえ、1903~91）〈図2-1〉

大阪市西区江戸堀出身（父親の本家は広島県福山市）。本名は桑田和雄（くわたかずお）。1919年大阪府立堺中学校（5年過程、現三国丘高等学校）を卒業（以後、同志社大学に入学したが、1年で自分の意思で退学したようだ²⁵⁾）、1920年父親からカメラ²⁶⁾を買ってもらったことを切っ掛けとし、写真家になることを決心して、大阪市の写真機材店（上田商会）で見習いとして勤務し始めた。1922年浪華写真倶楽部に入会し、アマチュア写真家として本格的な活動を始めた。1926年には上海に渡り、現地の最も大きい写真機材店であった「千代洋行」で、雑務など丁稚奉公をしながら写真術を修行した。1927年に帰国、1929年に兵庫県武庫郡精道村中程（現在の芦屋市前田町）に写真機材店「ハナヤ

〈表1〉 「ハナヤ勘兵衛」

創業	1929年	初期には小さな店でフィルムなどを販売。（借店舗） 1932年に現在の場所に建物を新築。
場所	兵庫県武庫郡 精道村	現在の芦屋市前田町
創立者	ハナヤ勘兵衛 (1903~91)	写真家・写真啓蒙家。1930年に中山岩太などと「芦屋カメラクラブ」を結成するなど、日本に「芸術写真」の土台を築くことに大きな役割をした。1933年からは学生写真運動を導くなど、写真家だけでなく、「芸術としての写真」を普及することに力を注いだ。
営業形態	機材店 出張写真 写真教育	ハナヤ勘兵衛が力を注いだ「写真普及」のために、「ハナヤ勘兵衛」はアマチュア写真家のための機材・材料店として始まった。また開業直後から、近隣の別荘地での演奏会、行事などの出張撮影を行った。1980年代半ばからは、地域の趣味写真家のために「写真教室」などを活発に行っている。
職員	見習生 社員 技師 その他	3人（1980年代半ばまで。ハナヤ勘兵衛の弟子など。） 1~2人（パートタイム勤務などを含めて。主に機材の販売を担当。） 1代目のハナヤ勘兵衛・4代目の桑田敬司。 撮影・暗室・プリントなどを担当する3人。 1人（経理・広告担当）
インタビュー 対象 2016.7~	桑田敬司 (1977~)	ハナヤ勘兵衛の曾孫。 2005年に「ハナヤ勘兵衛」に入社。 2010年から「ハナヤ勘兵衛」を経営。

²⁴⁾ 名前と商号が同じなので、店の商号は「ハナヤ勘兵衛」と表記する。

²⁵⁾ 桑田真子（ハナヤ勘兵衛の長女）の回顧録（2012年9月作成）、「学部は不明」となっている。

²⁶⁾ 桑田真子の回顧録。当時としては良品であったカメラで、「単玉ベスト判（127フィルム：幅が4センチであるロールフィルムを使用）」であった。

27]を開業した。「ハナヤ」は開業後すぐにアマチュア写真家たちの交流の場になり、ハナヤ勘兵衛と「ハナヤ」を拠点にした写真家たち（中山岩太、高麗清治、紅谷吉之助）は1930年「芦屋カメラクラブ」を結成、日本の「新興写真運動」を主導した。1932年には「芦屋カメラクラブ」の一員で資産家であった紅谷吉之助の援助で現在の場所に店舗を移転した。

彼は写真家・経営者でありながら、写真の「啓蒙家」でもあった。学生への写真の伝播や写真を「美術」の一部として位置づけるための活動に努めた²⁸。これは彼が設立した「ハナヤ」の経営にもよく表れている（しかし、経営・営業には殆ど興味を持っていなかったようだ²⁹）。

2代目 桑田博義（くわたひろよし、1925~2001）〈図 2-2〉

ハナヤ勘兵衛の長女である、桑田真子の夫。1949年から2代目になり、店を「株式会社ハナヤ勘兵衛」として経営し始めた。営業に興味も才能もなかった1代目と違って、経営に力を注いだ。1代目が「写真啓蒙」に関心を持っていたのに対して、カメラメーカーや地域の「ロータリークラブ」「ライオンズクラブ」などと連携し、活発に営業活動を行った。高度成長期頃から、「ハナヤ勘兵衛」は写真啓蒙の場というよりは「高級輸入カメラの店」のイメージが強くなった。2代目は写真には殆ど興味を持っていなかった「経営専門家」であり、店の経営基盤や体系を作り上げた。「社長」ということを殆ど表に出さずに、各分野の社員に仕事を任せるスタイルで営業を行った。彼は1代目の写真家活動を店の経営という形でサポートした。

3代目 桑田誠司（くわたせいじ、1948~2010）〈図 2-2・2-3〉

2代目の桑田博義の長男。2代目と同じように写真には興味を持たず経営者として活動をした。20代半ばから「ハナヤ勘兵衛」で働き、1995年阪神・淡路大震災の直後から3代目社長に就任した。長い間一緒に勤務していた社員が撮影・プリント・経理などを担当し、彼は社長の役割だけに集中できた。アマチュア無線・ラグビー・スキーのマニアで、家族が「遊びばかりだった」と冗談を言うほどであった。2000年代からデジタルカメラが急速に普及するにつれ、経営や営業方式も大きく変化し、「写真機材店」としての役割は縮小されつつあった。

²⁷ 本名の姓の桑田が大阪の大手写真機材店であった「桑田商会」と同じだったので、このころから、父の先祖の名前「寛兵衛」と母の方の屋号「花屋」を用い、「ハナヤ勘兵衛」という名前を使った。「ハナヤ」をカタカナにした理由は「モダンな」雰囲気を生かすことと共に、店の名前としても「目立つ」ようにするためであった。

²⁸ ハナヤ勘兵衛は1986年日本写真協会の功労賞を受賞した。

²⁹ 「写真を売るな、好きな人にあげなさい」と言い、お金をもらう講演はしなかったようだ。

4代目 桑田敬司（くわたけいじ、1977～）〈図 2-4〉

3代目の長男で、「ハナヤ勘兵衛」で2005年から勤務し、2010年から4代目の代表となっている。子供の頃には漠然と「大人になれば写真屋をしよう」と思っていたが、2005年、結婚後「曾祖父がすごい人だったな」と思ったことを切っ掛けに、それまでの営業などの仕事を辞め、「ハナヤ勘兵衛」に入社した。2010年、3代目代表であった父親が亡くなり、4代目の代表となった。デジタル写真の普及で、店の経営が沈滞していたので、新しい営業方式を探さないとならない状況に置かれていた。彼が考えたのは1代目の時代のように写真啓蒙活動を行うことであった。出張写真の仕事でつながりがあった大学の写真クラブの学生をサポートすることを始めとし、地域の人々の写真に対する関心を高めるための、イベントなどを行い始めた。現在まで、展覧会などのイベントを企画・開催している。

岡本郁子（おかもといくこ、1976～）

3代目の長女。写真には興味を持っていなかったが、父親の誘いで、それまでの仕事を辞め、2000年から「ハナヤ勘兵衛」で働いている。事務担当から始めて、現在は主に写真のプリントを担当している。

永田徹（ながたとおる、1947～）〈図 2-2〉

岡山県出身。公務員（裁判所勤務）であったが、写真が好きで、1970年代半ばに「ハナヤ勘兵衛」に入社、出張写真、商業写真など、写真撮影を担当しながら、1980年代半ばからは写真教室の講師を兼任した。フィルム時代はコダックの現像の専門技術者でもあった。現在は主に写真教室を担当している。

徳宮龍一（とくみやりゅういち、1959～）

西宮市出身。写真家ハナヤ勘兵衛の最後の弟子。3代目と同じラグビークラブで活動した友人で、力が強く、晩年のハナヤ勘兵衛のアシスタントの役割をした。自動車整備技術者であったが、1995年頃3代目の誘いで「ハナヤ勘兵衛」に入社した。暗室担当を経て、現在は主に写真撮影を行なっている。

藤原伸子（ふじわらのぶこ、1961～）

大阪市出身。写真師の娘で、1990年代後半に入社。接客や経理、広告などを担当している。

2 「ハナヤ勘兵衛」という名前

「ハナヤ勘兵衛」は設立者の活動名であり、店の商号として使われている。「ハナヤ」という名前は、母方の先祖の屋号であった「花屋」に由来するが、漢字で書くと「歌舞伎俳優みたい」ということと、写真という「モダンな」「ハイカラの」仕事をするから、という理由でカタカナにしたようだ。「勘兵衛」は父方の先祖の名前であった「寛兵衛」に由来する。

設立者のハナヤ勘兵衛は「経営者」よりは、「写真家・写真啓蒙家」としての活動に集中し、大衆に「写真＝芸術」という認識を持たせるために努力した。また「写真家＝芸術家」というイメージを与えるために自らのファッションにも気を使った。身長180センチで当時としては珍しい長身であった彼は、30代から、脱毛症ではなかったが、スキンヘッドとベレー・中折れ帽で個性的なスタイルを維持した。また、芸術家としての「開いたマインド」を重要なものと考えた。1949年娘婿（長女の夫）に店の経営を任せ、その後、写真だけに専念できたので、軽い気持ちで写真活動ができ、本人も満足していたようだ。

設立者が有名写真家であったことは、後代の経営者たちにはプライドであり、大きなプレッシャーでもあった。特に2、3代目の時代（1949～2010）には1代目が重要な価値と想っていた啓蒙活動よりは経営に集中していたので、若い写真愛好家たちは「私たちは入れない敷居の高い店」という認識を持っていた。1代目が考えた「ハナヤ勘兵衛」の役割は小さくなっていったようだ。2010年から代表を務めている4代目は1代目の時代に行われた活動を新たに行うために力を注いでいる。

2、3代目は「写真」に興味を持っていませんでした。技術的仕事はすべて社員にまかせて、経営だけに専念しました。特に2代目は「ハナヤ勘兵衛」という名があった上に（ハナヤ勘兵衛本人が存命であり）前面に出て営業をすることが難しかったようです。経営に才能を持っていた2代目がいたため、店が現在に至っていると思いますが、デジタル写真時代になってからは、やはり変化が必要だと思いました。誰でもカメラを持っている時代になったので、むしろ写真に対する認識（とくに表現道具として）を広める必要があると思いました。そのため、1代目が持っていた考えを、現在に適用しようと努力しています。それが結局経営にも良い影響を与えていると思います。店の商号が1代目の写真家としての名前ですので、負担もあります。商号が「桑田写真機材店」であったら、〔自分が桑田なので〕売り上げが

落ちると店を辞めることも考えられると思いますが、商号が「ハナヤ勘兵衛」であるため、それは絶対できないというプレッシャーがあります。³⁰

3 「ハナヤ勘兵衛」の建物

写真機材店「ハナヤ勘兵衛」は1929年兵庫県武庫郡精道村中程（現在の芦屋市前田町）に、写真家ハナヤ勘兵衛によって設立された。設立初期には「商売」の場というよりはハナヤ勘兵衛自身のアトリエとしての役割を主に果たした。何より、ハナヤ勘兵衛自身が「商売」に興味がなく、自らも「商売」に才能があると思わず、「写真」だけに興味を持っていた。1932年には店を数十メートルほど移転し、新しい店を建てた〈図 2-5〉。当時、芦屋カメラクラブのメンバーであった、紅谷吉之助（資産家であった）、中山岩太、高麗清治などの支援や勧めで、地下にサロンを備えた2階建ての「ログハウス」を建てることとなった。当時は写真アトリエをログハウスの形態で建築することが流行し、芦屋カメラクラブの他のメンバーもログハウスのアトリエを持っていた場合が多かった。この建物は地下のホールにスタジオを、1階には機材店を、2階には居住空間を備えていた。スタジオは会合の空間でもあった。

地下は創作活動や芦屋カメラクラブなどの会合の場所として使われた。コンクリートの壁に赤いカーテンを掛けたスタジオで、奥には蓄音機があり「ハイカラな」音楽（例えば「キューバのピーナツ売り」など）が流れていた³¹。芦屋カメラクラブの写真家たちは、そこでお茶を飲みながら、写真やカメラについての話しをしたり、撮影会を開いたりしたようだ。飲み会の場合は、場所を変えて集まって行われた。また、ハナヤ勘兵衛は地下のホールを写真の乾燥、ドライマウントなどを行う仕上げ場としても使った。写真の水洗は建物の裏の方にある井戸の水を使ったので屋外で行われた。ちなみに芦屋市に水道が供給されたのは1938年からであった。この井戸は1938年の「阪神大水害³²」〈図 2-6〉により使えなくなった。その後からは水道の水を使ったと思われる。

1階は機材店であり、夜には店員が寝る場所でもあったので、台所や風呂、便所が備えられていた。当時の店員たちの名前は残っていないが、ハナヤ勘兵衛の長女桑田真子氏の回顧録によると「岡山から来た高等小学校を卒業した数人」であったということだ。その店員たちはDPや自転車に乗り配達をすることが主な仕事であった。2階はハナヤ勘兵衛と家族の家として使われた。

³⁰ 桑田敬司氏インタビュー。（2016年7月9日）

³¹ 桑田真子の回顧録。

³² 谷崎潤一郎（1886-1956）の小説『細雪』にもこの災害が描写されている。

この建物は、1995年に起こった「阪神淡路大震災」により潰れ〈図 2-7〉、すぐに似たスタイルの建物に再建築され〈図 2-8〉、現在に至っている³³。現在 2 階の居住空間はカメラの部品などの倉庫として使われ、地下はスタジオや暗室（レンタル暗室を含む）などの空間として使われている。1 階は事務室や機材販売、DP 業務などのために用いられている。

4 「芦屋」という土地の文化的特徴

兵庫県武庫郡精道村から 1940 年に市に昇格した芦屋市は、「昔ながらの商業都市」大阪と、開港地として「新しい文物の輸入口」である神戸の間に位置し、1874 年官営鉄道の「大阪-神戸」路線（現 JR 神戸線）や、1905 年私鉄阪神電気鉄道「大阪・出入橋-神戸・三宮」路線（現阪神本線）、1920 年阪神急行電気鉄道の「大阪梅田-神戸土筒」線路（現阪急神戸線）の三つが開通し、交通網の発達と共に鉄道会社の住宅地開発ブームによって発展した地域である。1920 年代まで山手の「別荘地」と瀬戸内海側の漁村が共存する地域であったが、「田園都市」を標榜した鉄道会社の大規模開発、大阪などの産業化による周辺都市の住居環境の悪化で、移住民が多く、素早い発展を遂げた。また、その移住民の中には、作家・芸術家などが多く、彼らは 1920~30 年半頃、「モダニズム」運動を導き、住民たちにも大きな影響を与えた³⁴。芦屋市は地域的に古い伝統を持った大阪と、新しい文物・革新の都市である神戸の間に位置し、両方からの影響で独特な文化が形成された地域である。また、「モダニズム」運動にもそのような地域的な環境・文化が土台となり、芸術家たちに様々な影響を与えたのであろう。

芦屋市としてもこのような「文化都市」のイメージを市政に積極的に活用している。1948 年に一般市民を対象とした「第一回芦屋市展」、子供たちを対象とした「第一回童美展」が開かれた³⁵。1964 年に制定された「芦屋市民憲章」の第一が「わたくしたち芦屋市民は文化の高い教養豊かなまちをきずきましょう」となっているほど、芦屋市は「文化」という面に力を注いでいる³⁶。また、地域で活動していた様々な分野の芸術家たちの展覧会を行い、書籍を出版するなど地域住民の「地域文化啓蒙」のための活動を活発に行っている。そのような地域社会の雰囲気と共に「田園都市」から「暮らしが豊かな街（経済的に余裕のある住民が多い）」に変化してきたという要素は、地域の住民が「芸術・文化に興味を持ち、アマ

³³ ハナヤ勘兵衛の作品は震災の前に全て兵庫県立美術館に寄贈され、そのまま残っている。

³⁴ 大阪出身のハナヤ勘兵衛もこのような例なのである。彼は電車からの風景を見て芦屋市に機材店を開く決心をした（芦屋カメラクラブと一緒に活動した中山岩太も 1929 年に芦屋に転居）。同じ大阪出身であった西洋画家小出檜重（おいでならしげ、1887~1931）も 1926 年芦屋市に転居するなど、様々な芸術家たちが芦屋市に移住した。

³⁵ この年、4 月 29 日に芦屋市美術協会が創立され、ハナヤ勘兵衛は正会員となった。

³⁶ 芦屋市史編集委員会『新修芦屋市史統編』芦屋市役所、2010 年、486 頁。

チュア芸術活動をする」ことを支えている。「ハナヤ勘兵衛」の1代目のハナヤ勘兵衛が機材店を経営しながら、写真啓蒙活動を行ったという形態は（その後の時代も含めて）、今日の時点から見ると、（創作活動・啓蒙活動・経営の面で）地域社会の特性に最も符合することであったのであろう。

5 営業

ここではハナヤ勘兵衛の営業スタイルの変遷や現在の営業方式について確認する。

5-1 営業スタイルの変遷

「ハナヤ勘兵衛」は、1929年開業から機材店と写真館としての業務を並行して行なっていたが、主な業務は写真材料を販売することであった〈表2〉。当時は機材関連業務が売り上げの70%を占めていた。近隣地域は「高級住宅地区」という現在のイメージと違って、大阪や神戸の富豪たちの別荘（山側）と漁村（海側）が共存する地域であった。その結果、写真館としての業務は山の方の別荘に出張して、肖像写真やパーティー（別荘で行われる音楽会など）の撮影が多かった。1938年頃からは戦争の影響で、写真関連物資を確保することが難しくなり、神戸港近隣の元町などの闇市場から写真材料を確保した。戦時中は一般的な写真館の業務より、軍命令による軍関係の仕事が多かったということだ。

ハナヤ勘兵衛は、戦後の一時期、カメラの開発にも関与した。1947年、ハナヤ勘兵衛の学生啓蒙活動で縁のあった京都大学写真部のOBで、陸軍の依頼によりスパイカメラの研究をしていた西村雅貫と一緒に「甲南カメラ研究所（現在のKonan Medical）」を設立、手軽く、比較的安価なフィルム（映画用の16mmフィルム）を使うコーナン16（画像のサイズは10mm×14mm）を開発³⁷し、1950年3月に発売した。経済性のあるカメラで大変

〈表2〉 「ハナヤ勘兵衛」の売り上げの比率の変遷

時代	機材店（DPを含む）	写真館
1代目（1929～49）	70%	30%
2代目（1949～95）	50～60%	40～50%
3代目（1995～2010）	30%	70%
4代目（2010～現在）	20%（15%は中古カメラ販売）	80%

³⁷ 西村正貫が設計していたミカオートマツトを改良したモデルで、レンズは千代田光学精工（「ミノルタ」を経て現在は「ソニー」のデジタルカメラ部門）から供給されたRokkor 25mm F3.5（35mmカメラの基準で約60mm程度の画角）であった。

人気があり、1957年からはミノルタ 16 に名前を変え、ミノルタが制作・販売することになった³⁸。

1949年から2代目の桑田博義が代表となり、「株式会社ハナヤ勘兵衛」として本格的な営業を行った。このおかげで1代目のハナヤ勘兵衛は、経営を気にせず、創作活動に専念できた。2代目は1代目とは違って、「写真」には興味を持っていない「経営者」であった。1代目が有名写真家であったため、彼は「代表者」「社長」ということを前に出さずに仕事をやるスタイルだったということだ。彼は1995年まで代表を務め、社長として高度成長期を経験し、経営の面で店を安定させた。高度成長期には「ハッセルブラッド」「ローライ」「ライカ」などの高級輸入カメラを専門に販売し、店としては好況を迎えたが、1代目の念頭にあった「写真啓蒙の場」としての役割は次第に失われつつあった。「アトリエ兼機材店」よりは「企業」の形態への変化であった。地域の趣味写真家の間で「金持ちしか行けない高級店」というイメージができ、それは3代目の桑田誠司が代表を務めた時期（1995～2010）まで続いた。

2・3代目の時期には1代目の時期に比べ、機材関連業務より写真館の業務が大きく成長していった。高度成長期には機材の販売と共に写真の需要も多く、特に「工事現場の記録写真（新築のための申告用など）」や建築写真の仕事が多かった。当時写真館業務の売り上げの約70%に至るほどであった。3代目が代表を担ったのは阪神淡路大震災の直後からで、工事現場の写真や建築写真の需要が多い時期であった。しかし、大型量販店の増加や、2000年代から始まったデジタル写真時代により機材店（DPを含む）としての「売り上げ」は縮小していった。

2010年からは4代目の桑田敬司が代表を担い、営業方式を大きく変えた。2・3代目の営業方式（高級カメラ店）を脱皮し、1代目の写真啓蒙活動に注目した。だれでも写真を気軽に習い、芸術としての写真を「身近なもの」にするための活動を行っている。現在は「機材店」としての売り上げが約20%で、その内訳は15%ほどが中古カメラの販売である。デジタルカメラ販売の面では、大型量販店との価格競争は不可能であり、デジタルカメラ販売は「ハナヤ勘兵衛」としても主力部門とは考えていない。中古カメラ販売は100%先代から引き継いだ既存の顧客から買い入れをして、修理・販売する方式で行なわれている。また、昔からカメラや部品を処分したことがなく、古い部品を多数保有しているのも、希少なカメラを修理しようとする顧客もよく訪ねるようだ。

³⁸ 製作費用など、経済的な面で難しさがあり、ミノルタに権利を譲った。

5-2 現在の営業

ここでは「ハナヤ勘兵衛」の現在の営業を、三つの主な業務に分けて確認する。

5-2-1 機材店・DP店として

デジタルカメラの広範な普及からカメラや交換レンズの販売は縮小しつつある。現在は中古のフィルムカメラ（クラシックカメラ）とそれらの交換レンズが主力商品であり、顧客から買い入れ、修理してから販売している。写真材料の販売もデジタル写真時代以前に比べて大きく減少している状況だ。フィルムカメラの時代にはフィルム販売—現像—プリントの3段階の固定収入が繰り返し確保できたが、現在はフィルムカメラを使用する愛好家が少なくなったため、DPで固定的な収入は期待できない。2015年までは現像機を備えてDPサービスを行っていたが、2015年現像機が寿命になってから現像は外注し、プリントのみ行っている。

5-2-2 写真館業務

「ハナヤ勘兵衛」は1932年現在の位置に移転してから、地下にアトリエ・ホール・スタジオなどを備えていた。当時は写真が相当高価なものであり、証明写真などの需要は殆どなく、大体山の方の別荘地域や地域の行事などに出かけ、出張撮影をする場合が多かった。地下のスタジオは1代目ハナヤ勘兵衛の個人作業場であると共に、啓蒙活動や会合などの交流活動に使われた。業務としては、たまに高級のお見合い写真などに使われたようだ。現在も出張写真をメインとしているのは変わりなく、地域の学校・幼稚園などの写真業務を主に担当している。1代目が学生をサポートしていたことから始まった絆を、現在は業務と連携して続けている。スタジオ写真は「商品写真」など商業写真を中心に撮影が行われている。

5-2-3 写真教室・施設レンタル

「ハナヤ勘兵衛」が感じた「安価なカメラが広く普及した時期（どの家庭でも大きな負担を持たず、カメラを保有していた時期）」は1980年代半ばころであった。この時期から「写真教室」は「ハナヤ勘兵衛」の重要な業務となった。このような写真教室は文化センターなどに「ハナヤ勘兵衛」が講師を派遣する形態と「ハナヤ勘兵衛」で行われる二つのスタイルで現在まで行われている。社員である永田徹氏は、写真師としての業務と共に1980年代か

ら写真教育も全て担当しているほど、写真教室は「ハナヤ勘兵衛」にとって重要な業務になっている。

デジタル写真が普及して以降、写真の暗室作業は「コンピュータ」の領域に入ることになり、写真のイメージ処理を扱うパソコン教室も運営している。それは「ハナヤ勘兵衛」で、または出張レッスンの形で行われている。

6 地域社会での役割

ここでは「ハナヤ勘兵衛」の地域社会での役割を、ハナヤ勘兵衛が経営した時代とその後に分けて確認する。

6-1 1代目の活動 —写真啓蒙の場

ハナヤ勘兵衛は芦屋カメラクラブなどの活動を通して「新興写真」運動を主導した人物である。しかし、写真家としての創作活動だけに留まらず、1933年11月25日に京阪神地域の大学生たちに呼びかけ、自らのアトリエで「関西学生写真連盟設立懇談会」を開いた。この懇談会には、関西学院大学・神戸高商（現神戸大学）・甲南高校（現甲南大学）・彦根高商（滋賀大学経済学科の前身）の学生が参加した³⁹。そこに集まった学生たちが中心となり、翌年「関西学生写真連盟展」を3回開催した⁴⁰。このような活動ができた時代的背景には、小型カメラの普及によって写真に対する意識が変わり始めたということがあり、このような活動は写真雑誌や新聞などから注目されたようだ。

（前略）小型カメラが出てきた。それが学連が一般の人に注目されるようになった一つの理由で、小型カメラを活用してスナップして自分の感覚で写してきたという事で一般からも注目されてきた。東京でもそれがプロとして成立するところまで行ったし、ライカもその時分に入ってきた。

（中略）それによって「アサヒカメラ」やその他の道が開けてきたし、（中略）それのお陰によって、芦屋のほうもどんどん名前が出て行くし、東京へ行きゃ「アサヒカメラ」と一緒に話ができる。どんどん記事になる、一般に紹介される。そうして私とこへ中学校の生徒が、学生が皆写真持って集まってきたわけや。

³⁹ cf. 芦屋市立美術博物館『ハナヤ勘兵衛展』1995年、126頁。この口述記録でハナヤ勘兵衛は、「神戸高商」が「神戸大学」になったと述べている。

⁴⁰ ハナヤ勘兵衛は学生たちの世話役をしながら、展覧会を開いた。1回目はそごう神戸店、2回目は大丸神戸店、3回目は京都高島屋で開催。

神戸一中から西宮へ、井上章という人がおって、甲南高等学校に下村正夫氏がおって、そんなんが皆うちに来て一緒に飯食ったり、ワァワァ喋るとる。そこへ関西学院から堀田さんというのが出て来て、そういう筋合で、いっぺん展覧会を世話するから一緒にするかというわけで、神戸のそごう（百貨店）で昭和9（1934年）年に初めて第1回の学連の展覧会をやった。そしたら5段抜き大きな井上氏の写真が新聞に出て、記事も負けんぐらいようけ出た。それによって、甲南高等学校にしましても、その時分共産党にかぶれているいうてね、警察に引っ張られた息子さんがおったりして、皆、戦々恐々としている時に写真をやって、しかも朝倉さんがそんだけ書いてくれて、そして学校当局は喜ぶわ、写真をやったら間違いないといったような事で父兄にも歓迎されて、一躍まあ私自体も大いに株が上がったわけで。それを機会に、朝倉さんというような特別な人がいはったために、全部が交流して燃え上がったわけです。⁴¹

ハナヤ勘兵衛の生前のインタビューから、当時の雰囲気は少しは分かるだろう。また、1935年には朝日新聞社の主催で「関西学生写真連盟第1回展覧会」が開かれ⁴²、ハナヤ勘兵衛は中山岩太や紅谷吉之助などと一緒に懇親会に出席し、学生たちを世話・奨励した。

このような活動を通して、各大学に写真クラブができるなど、「学生写真」が自生できる基盤が作られた。例えば、神戸大学（懇談会参加当時は神戸高商⁴³）には「関西学生写真連盟設立懇談会」の翌年である1934年「神戸商大⁴⁴写真芸術研究会」が結成し、学内展覧会を行うなど、活発な活動を行い始めた⁴⁵。

ハナヤ勘兵衛の学生に対する「写真啓蒙」活動は、単に「教える」ことを越え、「学生たちの写真活動が自生できる」土壌を造成したという点と、それを通してマスメディアや一般の人々の関心を引き起こしたという点で重要な意味を持つのである。

6-2 その後の活動 ―写真を通じた交流の場

2代目の時代からは機材店が主体になって行う啓蒙活動が減りつつあり、その傾向は3代目の時代まで続いていた。1980年代半ばから始まった「写真教室」が残っている程度であった。

⁴¹ 芦屋市立美術博物館『ハナヤ勘兵衛展』125頁。

⁴² 大阪の朝日会館（1935年1月11日から13日まで）、福岡の松屋（同年5月10日から12日まで）で開かれた。

⁴³ cf. 芦屋市立美術博物館『ハナヤ勘兵衛展』138頁。

⁴⁴ 神戸高商（1902年）、神戸商大（1929年）、神戸大学（1949年）順に大学の名称が変わった。ハナヤ勘兵衛は「神戸高商」という学校が「神戸大学になった」と述べた。

⁴⁵ 神戸大学写真部の「神戸大学写真部年表（1995年7月24日版）」を参考。神戸大学の写真部は4代目の時期から、また「ハナヤ勘兵衛」と緊密な交流を行っている。

4代目が経営をしてからは地域の写真愛好家や大学生を対象とし、イベントや活動のサポートを行っている。2016年現在、神戸大学・甲南大学・関西学院大学・日本写真映像専門学校(写専)の写真クラブまたは写真を専攻している学生たちに、使用期限が少しだけ残っているか、使用には問題がない程度の期限を過ぎたフィルムをメーカーから大量に買い入れ、学生たちにそのフィルムを支援している。また、2011年からは毎年開かれている「芦屋写真展⁴⁶」などに、学生作品のスペースを設け、一緒に展示している。このような展示はカメラメーカーのサポートを受けずに行われ、予算が充分ではなく、審査員も手弁当で「自らの才能を寄付する」の形で参加している。予算確保の難しさにもかかわらず、カメラメーカーなどの支援を受けていない理由は1代目ハナヤ勘兵衛の考えに従って「自由な芸術」としての学生たちの写真を普及させるためである。また、審査員も写真家だけでなく、映画監督⁴⁷や美術館の学芸員などから選定され、より広いスタイルの写真創作活動を督励している。

カメラメーカーなどの支援を受ければ、展示空間の確保や予算の面で余裕のある運営ができますが、商業的な面が強まり、「純粋な芸術」としての意味が弱まると思います。審査員の方々には、展覧会の趣旨を説明し、「予算の問題で交通費や宿泊費しか提供できませんが、宜しいでしょうか」という形で、お願いしていますが、大体快く引き受けて下さって、今まで順調に展覧会を続けることができます。学生たちが制作した作品を友人間だけで鑑賞することと、多くの様々な人々に見せることには大きな違いがあると思います。展示活動を通して、学生たちが写真により深い興味を持ち、それと共に展示を見た一般の人々が表現の道具としての写真を理解するようになるならば、それは「成功した展覧会」だと思います。⁴⁸

このような学生写真クラブなどへの支援は「ハナヤ勘兵衛」が大学の写真撮影業務を担当していたため、より円滑に進めることができた。このような活動は、業務を依頼する大学の「学生福祉」の面にも、「ハナヤ勘兵衛」の「営業(特に写真館業務)」の面にも、相互に良い影響を与える形で行われている。

「ハナヤ勘兵衛」は地域の写真クラブの事務局会合の場所としての役割も果たしている。1代目ハナヤ勘兵衛が中山岩太などの同僚写真家たちと一緒に設立した「芦屋カメラクラブ(ACC)」は現在も20人ほどの会員が活動を続けており、「芦屋ハッセルフォトクラブ(AHPC、

⁴⁶開催場所と開催年は、原田の森ギャラリー(神戸市灘区、2011~15年)、兵庫県立美術館(神戸市中央区、2016年)である。

⁴⁷2016年には大森一樹監督が審査員として参加。

⁴⁸桑田敬司氏インタビュー。(2016年7月9日)

15人)」「芦屋ベストフォトクラブ (ABPC、39人)」も「ハナヤ勘兵衛」を拠点として活動している。また2011年には地域の「ハイアマチュア写真家」が中心になって「芦屋写真協会」を創立(当時10人、現在60人)、ワークショップ・撮影会・研究会などを行っている。芦屋写真協会は、会員の個人的なつながりや写真家ハナヤ勘兵衛の名を通して、2013年にフランスの「Le Photo Club de Paris Val-de-Bievre (PPVB、250人ほど、1940年創設)」と交流関係を結び、2015年、神戸北野美術館で合同展を開いた(図2-9)。また、毎年開かれている「芦屋写真展」のグランプリ受賞者をパリへ送り、PPVBの展覧会に参加させている。

他にも2010年からは地域の写真愛好家たちを対象に「ハナ勘のオークション」を毎年6月に開いている(図2-10)。「ハナヤ勘兵衛」のスペースを活用し、参加者たちが持ってきた物で競売を行うのだが、カメラや写真関連機材の全てがその対象である。「ハナヤ勘兵衛」は7%の手数料をもらうが、大体の物の値段が安いので、いつも赤字になるとのことだ。

オークションを行うと、連絡や梱包などを担当していますが、オークションに出る物が大体1万円以下の物が多く、店としても1ヶ月ほど店の中によく見えるように「展示」しないとならないので、当然赤字になるものです。しかし、このようなイベントを通して、地域住民の方々が、「写真」や「カメラ」から「楽しさ」を感じ、写真に興味を持つなら、それが広い意味での営業だと思いますし、地域住民の方々にも良い反応を得ていて、毎年開催しています。⁴⁹

学生写真クラブへのサポートが「写真館業務」とシナジー効果を持っているとすれば、地域写真クラブへの支援活動やオークションなどは「機材店」としての業務にシナジー効果をもたらす。このような営業はむしろ赤字になる場合があるほど、「営業の面」において直接的には役に立たないように見えるが、地域の写真愛好家たちとの絆を媒介として「ハナヤ勘兵衛」に様々な「可能性(DP・写真教室など)」を与えている。このように「絆」で結ばれている写真愛好家が多く、その期間も長いので、彼らは「ハナヤ勘兵衛」を普通の「店」のように考えない場合が多い。むしろ、彼らは写真家ハナヤ勘兵衛の弟子やファンに近い存在である。4代目が何年か前に、店の看板を新しいLED看板に替えようとしていたが、そうした愛好家たちの反対で、以前からの看板をそのまま使っているほどである。

⁴⁹ 桑田敬司氏インタビュー。(2016年7月9日)

3節 アケミ写真館

この節では1930年代末、加古川飛行場の軍関係の写真を担当する写真館として開業し、戦後、町の写真館になった「アケミ写真館」〈表1〉の事例を確認する。

1 アケミ写真館について

ここではアケミ写真館についての基本情報をまとめる。

1-1 経営者

1代目 丹羽脩介（にわしゅうすけ、1911~81、〈図3-1〉）

名古屋出身。幼少名は「卯吉（うきち）」。写真に興味持つことになり、地元の写真館での修行を経て1930年代に静岡県浜松の千歳飛行場で陸軍航空隊の写真撮影を担当した「アケミ写真館」で働いた。何年間か勤務したある日、飛行場の軍人に「加古川の飛行場に転勤することとなったが、そこに一緒に行って、部隊の写真を担当してくれないか」と誘われて、1938年暖簾分けの形で独立した。本店は現在ない。

2代目 丹羽章夫（にわたかお、1948~、〈図3-2左〉）

兵庫県加古川市出身。丹羽脩介の次男。高校卒業後、大阪肥後橋の工藤写真館館主であった工藤清に師事、1966年から1970年まで、約4年間の修行を経て、1971年からアケミ写真館を経営（2004年からは3代目のサポート役をしている）。何十年もの間地域の学校のアル

〈表1〉 アケミ写真館

創業	1938年	当時の本店は静岡県浜松、暖簾分けの形で創業。 (浜松の本店は現在存在していない。)
場所	兵庫県加古郡 尾上村	現在の兵庫県加古川市尾上町。 現在の本店。
創業者	丹羽脩介 (1911~81)	静岡県浜松の陸軍航空隊の写真を担当した「アケミ写真館」で勤務。写真担当の軍人が転勤する時、一緒に加古川に移り、創業。
営業形態	軍関係の写真 町の写真館	戦前までは加古川飛行場の軍人たちの写真を担当 1950年代半ばから、学校のアルバム、お宮参りなどを担当して現在に至る。
職員	見習生 社員 技師 その他	なし 2代目・3代目の夫人 1代目の丹羽脩介・2代目の丹羽章夫・3代目の丹羽真平 家族全員が業務担当可能。
インタビュー 対象 2014.9~	丹羽章夫 (1948~)	1966~70年に工藤写真館で修行。 1971~2004年にアケミ写真館運営（2代目）。 現在は3代目のサポート役で活動。

バムなどを担当していたため、町の人々に、遠足などにいつも一緒に行く「アケミのおっちゃん」と呼ばれている。

3代目 丹羽真平 (にわしんぺい、1978～、〈図3-2右〉)

兵庫県加古川市出身。丹羽章夫氏の長男。九州産業大学写真学科卒業。静岡などの写真館で数年間働き、経験を積んでから、2004年「アケミ写真館」に戻った。アケミ写真館を運営し始めた2004年頃からはデジタル写真が一般的になって行く状況であったため、身につけたデジタル写真技術で、顧客を満足させる写真を撮り、それによる商品の開発にも努力してきた。地域の住民との絆・連携を守りながら地域社会の「写真担当者」としての役割を果たしている。

1-2 創立から現在まで

創立者の丹羽脩介氏は酒屋の次男として生まれたが、跡継ぎではないため、写真の道に進むことにした。地元の写真館での修行を経て、1930年代静岡県浜松市の浜松飛行場で、戦闘機や軍人など陸軍航空隊の写真を撮っていたアケミ写真館に入った〈図3-3〉。幼い頃から体が弱く、体格も十分でなかったため、徴兵されず、写真技師を続けた。技師として働いた彼は、浜松の千歳で働いた時期、業務で知り合った職務上の上官に当たる軍人が加古川飛行場へ転勤する際、一緒に行かないかと誘われたのが切っ掛けで、加古川飛行場の近くに引っ越し、1938年から独立して営業を始めた。「アケミ写真館」という店の名称は浜松で働いていた写真館の許可を得、暖簾分けの形で営業を始めた。本店は現在無くなっている。

加古川に引っ越した後、飛行場で軍人の写真を撮るのが主要な仕事で、戦前、出兵する前の軍人たちの写真を撮った。戦後、写真の需要が無く、薬品などの技材を確保することも難しくなり、写真館の仕事だけでは生活に窮することとなった。その頃、加古川で縁のあった人の紹介で家庭を持ったため、妻の実家の農業を手伝いながら生活を送り、たまに写真を撮った。1950年頃から写真の需要が出てきて、本格的に写真館の業務を行うようになった。1950年代後半からは、近くの学校での学校写真などを担当し始め、現在まで続けている。1965年頃からは修学旅行に同行し、撮影をした。現在も七五三・お宮参りなどの写真や学校のアルバムが主要な仕事である。

1971年からは2代目の丹羽章夫氏が写真館を経営した。次男であった彼には6歳上の兄(1942年生まれ)がいるが、戦争の時、爆弾の破片で頭を怪我し、障害を持つことになって、次男であった章夫氏が写真館を継いで2代目となった。彼は写真に関心を持っていなかった

が、母親が彼を促したようだ。高校を卒業し、1967年から4年間、大阪の工藤写真館で写真の修行をし、1971年にアケミ写真館に戻って、営業を始めた。工藤写真館の「見習生」は5年間学ぶことになっていたが、父親の健康が悪くなり、修行を4年で終え、家に戻ることとなった。当時工藤写真館の工藤清氏は関西の営業写真界で「人物がいい」ことで有名だったので、彼の父親は工藤写真館に息子を入れるために、写真関係者の集まりなどで、工藤清氏に挨拶していたようだ。ニコニコプロフォトの曾和勝氏より見習いとしての約6か月先輩にあたる。

丹羽章夫氏は、アケミ写真館に戻ってから、撮影のため学校の行事に数十年間一緒に参加してきたので地域住民には「修学旅行・遠足にいつも一緒に行くアケミのおっちゃん」と記憶されている。彼は現在も3代目のサポート役として活発に活動している。2004年からは3代目の丹羽真平氏がアケミ写真館を経営している。彼は九州産業大学写真学科で写真を学び、静岡のあるスタジオでの修行を経て、アケミ写真館に戻った。

息子は大学で写真を学びましたが、実際に現場で働かないと学べないことがあると思いました。自分の経験でそれが分かっています。他人の家で飯を食ってみないといけなかったと思います。息子がその気持ちを分かってくれて、自ら経験を積んでから戻ったことがありがたいです。⁵⁰

3代目が写真館を経営し始めてからは、制作環境を完全にデジタルに変え、顧客の新しいニーズに合わせて、現在も地域社会の写真担当者の役割を果たしている。以前は、町の写真館では顧客を満足させる「技術」が最も重要であったが、デジタル写真時代になってからは顧客が写真を「珍しい技術」と思わなくなり、町の写真館には技術だけでなく、顧客の好みに合わせた、写真による商品を開発することも重要となった。

2 アケミ写真館の変遷

ここでは、アケミ写真館の変遷を、建物（スタジオ）と主な仕事の面から確認する。

2-1 建物の変遷

⁵⁰ 丹羽章夫氏インタビュー。(2014年12月2日)

アケミ写真館は設立の頃、加古川飛行場の軍関係の仕事を主に担当したので、自前のスタジオは設けていなかった。また、当時の加古川は農村の地域で、一般の人々からの写真の需要は殆どなかった。そのため、1938年に小さな事務室だけで営業を始めた〈図3-4〉。

太平洋戦争が終わり、戦後の何年間かは、加古川地域は写真の需要が少なく、地域の写真館組合から配給してもらった薬品なども十分ではなかった。そのため、農業を兼業し、たまに写真館の仕事をする形で営業を続けた。1950年代になると薬品などの確保に問題が無くなり、写真の需要も生じてきた。1953年、丹羽脩介は自宅を改造してスタジオを作り、一般の人々を顧客として本格的に写真館営業を始めた。1969年からは、建物を拡張し、DPEの営業も始めた。高度成長期にカメラが急速に普及したことに伴い、DPEの需要があったためであった。加古川は農村であったため、一般の人々が自ら撮影したフィルムを現像・プリントするには、姫路や神戸まで行かなければならなかったためDPE店は加古川に必要な店でもあった。1977年にはスタジオの建物を建て直して、現在と近い形になった。以前より広いスタジオを設け、多様な照明が使えるようになるなど、より様々な演出ができるようになった。特に南西向き縦長の窓が設けられ、自然光でも撮影できるようになった。2001年からは到来するデジタル写真時代に向け、顧客に対するサービスの質を高めるために⁵¹、内装と外館を綺麗に改築した〈図3-5〉。

2-2 仕事の変遷

アケミ写真館は加古川飛行場の写真を担当するため、1938年丹羽脩介によって設立された。軍の写真を担当していたため、一般的な肖像写真館とは違う営業形態を取っていた。スタジオを持たずに事務室兼作業場（現像・プリントなど）を持ち、飛行場に出張して撮影を行う形であった。

このように軍に写真担当者や部署ができたのは、フランスにその起源があると言われていいる。19世紀の半ばに写真の商業化を導き、ヨーロッパ最大の写真会社を経営した写真師ディスデリは軍隊に写真部署を置くことを提案、1861年2月19日にフランス戦争省から許可を得た⁵²。以後、写真は軍の単純な記録だけでなく、諜報、公報などの軍事的な目的にも広く使われることとなった。

アケミ写真館は軍部隊に属せず、軍の写真の仕事を受ける独立した写真館であった。軍という組織は保安が最も重要な価値であるため、軍の仕事をする写真館はそれに従わなけ

⁵¹ 丹羽章夫氏は2000年代に入ってから写真館が「技術業」から「サービス業」に変化していると言う。それは顧客の好みに合わせた写真を撮り、商品を開発するなどと共に顧客を応対することも以前より重要になったことを意味する。

⁵² Disdéri, André-Adolphe-Eugène, *Renseignements photographiques indispensables à tous*, Disdéri, 1855, p.146.

ればならない。筆者が徴兵され、兵役を経た韓国の場合は、一般的に部隊に属している写真兵がいる。しかし、徴兵されて何週間後、訓練所などから家族に送る一種の記念写真は、地域の写真師が担当している場合が多い。部隊の訓練や行事などは、軍事施設、兵力などの機密流出を防ぐため写真兵が撮影し、兵士の肖像写真や集合写真、専門性を必要とする分野の写真は機密の流出を最小化するため、決まった専門写真師を呼んで写真を撮ることが一般的である。このような写真師たちは写真館を辞めても、フリーランスで軍関係の出張写真を担当する場合が多い。アケミ写真館は恐らくこれと似た形であったと思われ、全ての部隊の写真を担当した可能性が高い。

軍関係の写真を撮影するのは、写真師にとって固定収入になるので、安定的な写真館運営を可能にさせる。しかし、軍部隊は普通、人口の少ない郊外に位置する場合が多いので、軍の仕事がなくなると写真館の経営が非常に難しくなる。アケミ写真館も戦後、軍の仕事がなくなり、写真館を経営することが難しくなっていた。また、大阪や神戸などの都会に比べて、確保できる写真の材料も非常に限定されていた。そのため、農業を兼業しながら、写真館の仕事はたまにしかできなかつた。当時加古川の住民には写真を撮ってもらうという意識が殆どなかったため、鯉のぼりがかけられている、子供のいる家を訪ね、写真を見せながら「このような写真というものがありますが、撮りませんか」という形で営業をしないといけなかつた。

アケミ写真館が一般的な写真館としての営業を本格的に始めた時期は1950年代からであった。地域の学校の写真 **〈図3-6〉** や近所の尾上神社の結婚式の写真などの需要が生じたのが要因だった。現在でも学校のアルバムの写真などはアケミ写真館の主な仕事である。2代目の丹羽章夫氏が引退した後にも3代目のサポート役をしているのは、学校の行事がほぼ同じ時期に行われるからである。なお、学校の行事が重ならなくても、3代目が出張撮影に行った時、写真館を尋ねる顧客に対応するためにも2代目のサポートは必要なのだ。2代目の夫人は2代目が出張撮影で忙しい時期、証明写真などを担当したし、3代目の夫人も写真専攻で、写真館が忙しい時期にはいつでも写真が撮れる。

1950年代のアケミ写真館の主な仕事の一つであった神社での結婚式の写真撮影は、1960年代半ばからホテルや結婚式場での挙式が増え、その需要が少なくなっていた。現在は殆どないということだ。学校の写真や記念写真（お宮参り、成人式、七五三など）、ベビー写真が最も重要な仕事である。

アケミ写真館の2代目の丹羽章夫氏は1970年代初めから現在までも学校の写真を担当しているため、地域の住民に、遠足などにいつも一緒に行く「アケミのおっちゃん」と呼ばれている、町の有名人である。

兄も姉も私も「アケミのおっちゃん」が写真を撮ってくれました。町に「アケミのおっちゃん」を知らない人はいないほどでした。知人をみても2~3代に掛けて、写真を撮ってもらう人がいますからね。「アケミのおっちゃん」はこの地域の人々の変遷をもっとも近くから見てきた方だと思います。⁵³

私が写真を撮った子供達が大人になり、親になりました。彼らの子供の写真も撮っています。学校の行事に行くと、親になった人々が自分の子供と一緒に挨拶をしてくれます。そのように記憶してくれるのが本当に嬉しいです。私は写真師だから、写真で彼らの思い出を作り、彼らは私を記憶してくれることで私の思い出を作ってくれます。⁵⁴

アケミ写真館は戦後、地域の住民たちと密接な関係を結び、営業を行ってきた。2004年3代目真平氏が代表者になってからは、このような地域社会との連帯感を強めるため、地域住民を対象として、様々なイベントを行う一方、地域社会の一員として、地域の祭りなどの写真撮影を担当している。2008年には開業70年記念として「70歳以上無料写真撮影」イベントを行った。

多くの住民がイベントに参加していただきましたが、ほとんどの方が、黒い服装で遺影写真を撮りに来られました。「イベント」などで明るい雰囲気を思いましたが、想定外の状況でした。1年半ぐらい後に、遺影写真を撮った方の家族が写真館を訪ね「遺影本当にありがとうございます。本当に父が前にいるようでした。」と言われて、「イベントをして本当に良かったな」と思いました。⁵⁵

⁵³ 廣田ゆかり氏（1978年3月尾上小学校卒業）インタビュー。（2015年11月25日）

⁵⁴ 丹羽章夫氏インタビュー。（2014年12月2日）

⁵⁵ 同上。

町の写真館は地域社会と一緒に生きていくことが当然だと思っています。イベントなどを行う際に、どのようなイベントが地域住民の方に役立つか、または楽しいかについて考えております。⁵⁶

このような地域社会に対するイベントなどの活動は、町の写真館であるため可能な活動である。都心や観光地の写真館が不特定多数の人をその顧客としていることに対して、町の写真館の顧客は、大抵地域住民でその範囲が決まっている。また、そのような地域住民を対象とするイベントは、「顧客を訪ねさせる単純な広告」より、地域社会との連帯感を強める役割をする。

3 アケミ写真館の制作環境の変化

2代目の丹羽章夫氏は1代目が写真をどう撮ったかなどについて認識がなかった。それはアケミ写真館が学校の撮影など出張して写真を撮る場合が多かったこととも関係がある。そして章夫氏が工藤写真館から帰って来た後、1代目の健康状態が悪くなり、写真の制作やスタイルについて1代目と真剣に話す機会が殆どなかった。

丹羽章夫氏が修行を終え、帰って来た頃、モノクロ写真が一般的だったが、たまにはカラー写真を用いた。結婚式（振り袖での写真撮影だけ）や肖像写真の場合に使った。アケミ写真館だけでなく、当時の写真館ではコダックのフィルムを使う場合が多かった。しかし、感光度が低く、画質や耐久性がモノクロに比べて、非常に劣っていたため特別な場合にだけ使った。本格的にカラーの時代になってから、フィルムは「富士400」（35mm）「富士NSプロ（4×5・120・220）」を使った。業務用「富士400」は簡易包装のフィルムで大きい箱にフィルムが何本も入っており、一般的に使うフィルムより単価が大分安かった。

印画紙は富士とオリエンタルの製品をよく用いた。富士は、35mm用の拡大印画紙の場合、一般的な印画紙で特徴はないが、様々な状況で柔軟に使うことができた。密着印画用印画紙の場合、集合写真は4×5で撮影し、写真の中の顔が分かることが最も重要であったため、先鋭な画像を得ることができる富士の製品を用いた。オリエンタルは基本的に密着印画用だが、拡大印画にも使えた。ワームトーンが特徴であった。

2000年代になってデジタル写真の普及に伴い、営業写真館は危機を迎えることとなった。専門的な撮影技術が比較的少ない分野、すなわち旅行のスナップ写真などは需要が少なくなった。集合写真の場合はある程度の技術・画質が必要であり、写真を担当して撮る人が必

⁵⁶ 丹羽真平氏インタビュー。（2014年12月2日）

要であるため需要があった。また、フィルムや薬品などの単価が上がり、営業写真館はその制作システムを変化させざるを得ない状況に置かれることとなった。

2000年代初頭、アケミ写真館もデジタルシステムを導入し始めた。当時は写真館が営業面で下り坂であったため、新しいデジタル装備を備えるのはかなり負担であった。最初にデジタルカメラとパソコン、プリンターなどを備えたが、その総額は450万円に達するほどであった。当時富士の「ピクトグラフィー」というプリンターを備えるだけで300万円がかかった。

丹羽章夫氏は「すぐに制作環境が変わる」と思い、懸命にデジタル写真を学ぼうとした⁵⁷が、当時のデジタルシステムは品質がかなり劣り、フィルムと完全に交替することはできなかった。証明写真など、小さな写真の制作だけができるレベルであった。それに、耐久性もかなり劣り、「記憶を留める」という写真館の記念写真を制作するには無理があった。そのため章夫氏はフィルムとデジタルを並行して使った。デジタルへの移行が行われたこの時期、章夫氏と同じ世代の写真師たちはデジタル化になじめずに、写真館を辞める場合も多かった。特に後継者がいない場合はやる気が無くなり、諦める人が多かった。

安価なデジタルカメラが普及して、顧客もデジタルの特徴である、「すぐに画像の確認ができる」ということに慣れてきたので、フィルムを並行して使っていた丹羽氏は撮影した写真を顧客に見せるため、フィルムを反転させ、テレビの画面で見せるような工夫をした。

アケミ写真館は1990年頃から2004年頃まで、現像用機械（富士フロンティア）を導入し、フィルム現像もしたが、デジタルカメラの普及に伴って、フィルムカメラを使う人々が少なくなり、「機械をまだ使える時に売らないと」と考え処分した。その現像機は1日7本ぐらいのフィルムを現像しないと、自動で追加調合される現像液の質が悪くなるが、最後の頃は需要が少なくなり、現像するフィルムが7本を下回る日が多かった。2004年にはちょうど3代目となる丹羽真平氏がアケミ写真館に戻った時期で、その頃からはデジタル写真を用いて営業を続けている。

⁵⁷ この時期の経験から、ニコン写真館の曾和勝氏など、写真館を辞めようとしている友人たちのデジタル写真術の習得をサポートした。

4節 栄光社

この節では町の写真館として開業し、地域社会や交通網の発達に合わせ、広告写真までその業務の領域を広げた「栄光社」〈表 4-1〉の事例を確認する。

1 栄光社の経営者・社員

栄光社は家族がそれぞれの役割を果たしながら、経営に参加している。ここでは各人物の履歴や役割についてまとめる。

1-1 代表者

1代目 宮本久雄（みやもとひさお、1932～、〈図 4-1〉）

佐賀県出身。1947年から佐賀県東松浦郡湊村⁵⁸役場の公務員として働いた。その時、「再軍備」の噂を聞くほど情勢が良くなかったため、専門技術を持ち、公務員を辞めて「自分の仕事」をやりたいと思っていた。ある日、業務で地域の災害状況を撮影することになり、これを切っ掛けとし、写真が持つ力などに興味を持つこととなった。1953年退職し、その後、地域の写真館であった「光陽カメラ」に入社し、約2年間修行した。修行しながら、写真館の実際の業務だけではなく、「写真についてもっと知りたい」と思い、大阪の日本写真学校（「写専」の前身）に願書を出した。学期は1955年4月からで、入学

〈表 1〉 栄光社

創業	1955年	1955年10月に開業
場所	兵庫県加西市	加西市の北条駅前の「駅前店」（2005年まで）。 加西市北条町古坂（現在の本店）。 1970年代には駅前の近隣に広告写真用のスタジオがあった。
創業者	宮本久雄 （1932～）	佐賀県東松浦郡湊村役場の公務員として働き、地域の災害状況撮影業務が切っ掛けで写真に興味を持ち、写真師となった。
営業形態	ポートレート 出張撮影 広告写真	開業直後には、近隣の企業や市役所があり、証明写真を取りながら、結婚式などの出張写真を撮った。またDPEや材料販売も現在まで行っている。1970年代初め頃から広告写真も撮っている。
職員	見習生 社員 技師 その他	0人 2人（2代目の夫人・娘） 1代目の宮本久雄・2代目の宮本博文・宮本大希（博文氏の息子） 家族が経営しているため、経理などの業務はすべて家族が担当。
インタビュー 対象 2015.12～	宮本博文 （1957～）	宮本久雄の長男（独り子）。 日本大学芸術学部写真学科卒業（広告写真専門）。 1980年から栄光社に勤務。 2000年から栄光社を経営。

⁵⁸現在の唐津市湊町。

まで一ヶ月ほど時間があったので、米軍の韓国戦争関係写真の現像・プリントを担当していた、地域の「愛光社」に誘われ、その間1ヶ月ほど、米軍のフィルムを現像・プリントした。その後、大阪に移住し、日本写真専門学校に入学した。当時の日本写真専門学校は2年過程であったが、写真館で働いた経歴を認められ、編入の形で、6ヶ月で修了した。当時まで「写真＝人物写真」というイメージが強かったので、教育課程はほとんど人物写真関係の授業・実習であった。

当時久雄氏が写真を学んだ学校には、後に夫人となる「宮本悦子」氏の弟が写真を勉強していた。彼は加西市出身で、卒業後加西市に写真館を開く準備をしていたが、当時の指導教員は久雄氏に「宮本、君が彼を少し手伝ってくれないか」と願い、大阪から佐賀へ帰る途中に加西市に立ち寄って写真館の開業準備の手伝いをした。写真館開業を手伝いながら、夫人に出会ったが、悦子氏の弟は進路を変え、神戸の三宮に移った。写真館を運営する人がなくなった状況で、久雄氏は夫人と結婚し、1955年10月、栄光社を開業することとなった〈図4-2〉。以後2000年まで栄光社の社長・写真師として、写真館を経営した。2000年からは彼の長男宮本博文氏が社長を務め、彼は会長となって、息子の写真館経営をサポートしている。

2代目 宮本博文（みやもとひろふみ、1957～、〈図4-3〉）

兵庫県加西市出身。1代目宮本久雄氏の長男（独り子）。日本大学藝術学部写真学科で広告写真を専攻。元々法学部に進学し、検事になる夢を持っていたが、色々な事情や父親の勧めもあって写真学科に進学した⁵⁹。写真を学び経験する中で、興味も湧き、写真家になろうと決心した。彼が大学を卒業した1980年頃は好景気で、新聞社・放送局・広告会社など就職先が多かったが、彼が新入生の時に、母親が亡くなったため、一人で写真館を経営していた父親の元に戻ることにした。博文氏は東京から加西市に戻ることにについて残念な気持ちを持っていたが、指導教授から「写真を勉強した者が、全て東京にいれば、それは残念なことではないか」と言われ、帰郷を決心した。

博文氏は1980年代から栄光社で働きながら、専門である広告写真の仕事を並行して行った。2000年からは栄光社の2代目の社長を務め、現在まで栄光社・aidmaスタジオ（広告写真スタジオ）の代表として活発に活動をしている。

1-2 社員

⁵⁹ 浪人をして法学部に進学するつもりだったが、父親は「写真を1年ほどやってみながら考えたらどう？もし、楽しくなかったら辞めてもいいよ！」と言った。

2代目の夫人 宮本明美 (みやもとあけみ、1957~)

新潟県出身。日本大学芸術学部音楽学科卒業 (ピアノ専攻)。大学で博文氏に出会い、卒業後結婚した。現在、栄光社の衣装担当スタッフ。栄光社で写真撮影用の貸衣裳の業務を設けたのは2000年代、デジタル写真の普及からであった。以前には、街の「貸衣裳店」が簡易スタジオを持ち、営業写真師を呼んで撮影を行う場合が一般的であったようだ。2000年代から、チェーン店の写真館が登場し、衣装を一緒に扱うことになった。それに対応するために、栄光社も撮影用の衣装を準備し、明美氏がそれを担当することとなった。

3代目 その一 宮本大希 (みやもとひろき、1982~)

加西市出身。2代目宮本博文氏の長男。現在栄光社の技師として勤務中。東京工芸大学メディアアート表現学科中退。以後、ビジュアルアーツ専門学校写真学科を卒業し、「講談社」の契約カメラマンアシスタントとして働き、多様な分野の写真家のアシスタントとして活動した。2代目の博文氏の「アシスタントの期間が長くなれば、アシスタントが仕事になってしまう」というアドバイスで、2010年栄光社に入社した。栄光社での初めての2~3年間、顧客たちは大希氏が博文氏の息子であることを知らないほど厳しく働かされた。

3代目 その二 宮本真希 (みやもとまき、1984~)

加西市出身。2代目宮本博文氏の長女。体育専攻。栄光社の広告、アルバムの業務を担当スタッフ。2000年代からは、写真を用いた手作りアルバムや額縁の人気が高まり、現在は地域住民の要請で、その作り方なども教育している。ネットショッピングや広告関係の責任者。

2 栄光社について

ここでは栄光社の建物、立地条件による業務の特徴、また地域社会での役割などについて確認する。

2-1 建物と位置

栄光社は1955年宮本久雄氏によって、加西市北条町に設立された〈図4-4上〉。栄光社という名称は「写真は光を扱う仕事」という設立者の考えを基にして付けられた⁶⁰。栄

⁶⁰宮本久雄氏が九州で働いた二つの写真館も「光」が入っている。

光社の初めての建物は北条鉄道⁶¹の北条町駅前であった。この建物は初期に住宅を兼ね、2005年まで「駅前店」として使われた。開業した後、看板の交替など細かな変化があった〈図 4-4 下〉。1968年に建物を新築し、1979年には拡張工事を行った〈図 4-5〉。1970年頃からは、広告写真の需要が急に増え、その頃北条駅近くの倉庫を借りて、広告写真用スタジオを作った〈図 4-6〉。現在は残っていない。

1983年には施設などを拡充するため、現在の位置である北条町古坂にスタジオを設立した。1985年には、駅の近くにあった借り広告スタジオの代わりに、現在の位置に広告写真専用スタジオを設置するなど、施設・設備を拡充しながら営業を続けた。2005年には建物をリニューアルし、駅前店は閉店した〈図 4-7〉。駅前店は現在不動産会社の事務室になっている。

2-2 栄光社の業務

栄光社は一般的な写真館の業務だけでなく、地域の写真関係全般の業務を担当してきた〈図 4-8〉。DPE、写真物品販売、カメラなどの修理受付け、写真教育、カメラレンタルなど、都会の写真館に比べて業務の範囲が広い。これは加古川市のアケミ写真館がDPE業務を営んだことと似ているが、加西市の方が神戸や姫路などの都会までの距離がより遠く、交通が不便であるため、「全て」と言えるほどの写真関係業務を営んでいる。都会の写真館（小川月舟写真場・ニコニコ写真館など）は肖像写真などの一般的な写真館の業務に集中し、物品の販売などは写真機材店が担当する機会が多いが、地方の写真館は広い範囲の業務を担当する機会が多い。博文氏はそれを「PRの方法」として活用していると以下のように語った。

地方の写真館の写真物品販売・カメラの修理受付けなどは顧客を引くための手段の一つでもあります。そのような用事で写真館を訪ねた顧客が、スタジオを見ることになり、後に写真を撮りに来る場合が多いです。写真館の収益はそこで発生します。付随業務は実際の収益にはなりませんが、地域の住民に必要なことですし、写真館の立場では良いPR方法ですので、積極的にそれを活用しています。⁶²

⁶¹ 兵庫県小野市の粟生駅から兵庫県加西市の北条町駅までを結ぶローカル線。現在の社名は「北条電鉄」。

⁶² 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

栄光社は1980年頃から本格的にDPEサービスを始め⁶³、フィルムの需要が少なくなった現在もDPEサービスを行っている(図4-9)。デジタル写真時代の到来以前まで、DPEは栄光社の最も大きな固定収入源であった。特にフィルムの現像は初期には設備に大きな投資が必要であるが、薬品代などの運営費用が現像料金の30%ほどで、70%の収益が残る効率的な業務であった。現在、栄光社のDPEの売り上げは1980年代に比べて10分の1ほどに過ぎない。なお、以前はフィルムを現像すると、プリントすることが当然であったが、現在はデジタルカメラで撮影したあと、スマートフォンやウェブ上の画像として使う場合が多く、プリントによる収益も少なくなっている。また、写真をプリントする料金も1980年代に比べてほぼ差がないので、やはり収益よりは顧客を写真館に足を運ばせる役割をしている。例えば、栄光社の便りなどを受信するメッセージャーの会員になれば、プリントの割引券がもらえるなど、広告にプリントサービスを利用している。博文氏はDPE業務の量的変遷や、今日におけるDPE業務の目的について以下のように語った。

デジタルカメラの普及の後、写真をプリントする量が1980年代に比べて10分の1ほどに過ぎません。会員加入や大量にプリントする際の割引で、10分の3ほどまで上げようと努力しています。そのようなイベントなどを行うと、一回で1千5百枚ほどプリントする顧客がいるほど、顧客の写真についての考えが変わりつつある気がします。

売り上げが良くないと、すぐ店の出店場所を移せる企業のチェーン店型写真館とは違って、町の写真館は地域住民との連携や絆が必要です。目の前の収益よりは地域の人々に「写真の意味や楽しさ」が分かるようにさせることも町の写真館の大きな役割だと思います。⁶⁴

栄光社は広告スタジオを持っているが、それを地域住民のイベントの空間として提供するし、スタジオ撮影を体験したい地域住民にレンタルしている。そのような「写真」を基にした地域の「文化空間」としての役割も栄光社が地域社会の中で行っている業務なのである。

都会ではない地方の写真館は大体「スタジオ写真+学校写真」の営業方式が多い。いつも需要がある学校写真を固定収入源とし、スタジオ写真を並行する方法である。栄光社は

⁶³ 宮本久雄氏によると、大阪万国博覧会が開かれた1970年頃から、カラー写真の需要が増える事と共に、地域住民が旅行などで撮影したフィルムの現像の仕事があったという。その頃宮本久雄氏は、モノクロフィルムもカラーフィルムも手作業で現像を行った。

⁶⁴ 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

このような面で、少し違う特徴を持っているが、それは学校写真を担当せずに、家具・商品などの広告写真を固定収入源としている点である。

1代目の宮本久雄氏は、開業の後、安定的な経営のために「学校写真」を本格的に行おうと考えたが、当時加西市には6~7軒の写真館があり、そこで学校の写真を主に担当していた。「生き残る」ためには違う方法が必要だったのである。久雄氏はある日、小野市の印刷業者から商品撮影の依頼を受けた事を切っ掛けとして、商品撮影（小野市の算盤・玉暖簾、三木市の金物など）を本格的に行うこととなった。商品の撮影がメインの仕事になるなか、仕事の量や撮影の品目が急激に増えていった。しかし、久雄氏は写真館で修業し、専門学校でも人物写真だけを勉強したので、「商品撮影についての勉強が必要だ」と考えた。1960年代後半、大阪駅近隣の大型レンタルスタジオであった、「ダイイチスタジオ」に行き、広告写真撮影現場を観察しながら、特に照明について勉強を続けた。以後、1970年北条駅近隣の倉庫を借りて広告写真用スタジオを設け、商品写真から広告写真にその営業領域を広げた。久雄氏は当時の状況を以下のように記憶している。

広告写真について勉強する前には広告写真の照明が「光を当てる」ことだと思いましたが、大阪のスタジオに行くと、何回も広告写真家たちを観察しながら、「反射した光を照らす」ということが分かりました。その後、北条駅前の天井の高い倉庫を借りて、「ダイイチスタジオ」の縮小版を作りました。1970年の万国博覧会以後、カラー広告写真が急に増えました。当時のタングステン照明は電圧や作動時間によって、色がずっと変わりました。それを自由にコントロールできるまでが難しかったです。当時は広告のコンセプトから、梅田にあったモデルエージェンシーを通して、モデルをキャスティングする事まで担当していました。⁶⁵

現在も栄光社の近隣には「千葉産業」「小野木工」などの工場が多く、広告写真の需要がある。1985年広告写真のためのスタジオである、aidmaスタジオを設置したことも家具などの大きな商品の撮影のためであった。（普通の肖像写真用スタジオの規模では家具などの撮影が難しい。）

現在兵庫県には「兵庫県写真師会」に属している写真館が60店余りあるが、このなか90%以上が学校の写真とスタジオを中心にして営業をしています。栄光社を含めて3~4店だけが

⁶⁵宮本博文氏インタビュー。(2016年1月27日)

スタジオ写真（広告写真を含めて）を中心にして営んでいます。地方の「町の写真館」は広告写真などの地域の特色による仕事がなければ「スタジオオンリー」のスタイルで営業をすることはかなり厳しいです。⁶⁶

2-3 地域社会での役割

栄光社は地域社会の「写真専門店」としての役割を果たすと同時に「業務」ではなく「奉仕」としての活動を行っている。それは他の地域出身である1代目の考えによる活動であった。1代目の宮本久雄氏が栄光社を開いた時、加西市に知人も親戚もいなかった。久雄氏は1955年から、市の仕事を受け入れ、地域の老夫婦の家を訪ね写真を撮影した。2年後、市の予算が策定されず、この社業は終了となったが、久雄氏は「町の写真館は地域社会の支持がないと成り立たない」という信念で1957年から58年間「夫婦合計160歳以上、記念撮影」を行っている（現在も毎年60~70組を撮影している）。この活動は久雄氏の加西市での人間関係を広めることに大きな役割をした。

2代目の宮本博文氏も父親の影響で1980年代から地域社会に向かう奉仕を行ってきた。彼が37歳であった1995年、阪神淡路大震災が起こり、加西市青年会（JCI）の理事長として、神戸市の北野小学校で炊き出しを行い、被害状況を写真で記録した。2011年東日本大震災のあとは岩手県山田町の商店街への支援に参加し、被災地や商人たちを撮影、写真展を開き、被害住民の状況や被災の後の生活などを地域社会に知らせるなど、地域社会の奉仕活動を率先して行っている〈図4-10〉。

奉仕だけでなく写真教育活動にも力を注いでいる。2010年頃、加西市に大型ショッピングモールである「イオンモール」ができ、神戸新聞が運営する文化センターが設置されたが、博文氏はここで地域住民に写真を教えている。

デジタルカメラが普及し、趣味で写真を撮る人が増えました。特に現在は以前にくらべて写真を撮る女性が増え、文化センターの生徒さんも女性の方が多いです。大部分の方が持っている写真についての悩みは「(技術的には) うまく撮れたが、何か物足りない(美しくない) 写真が多い」ということです。以前と違って現在は「写真を撮る(カメラを扱う) 技術」について、それに装備の質に関しても、プロとアマチュアの差は大きくないと思いま

⁶⁶ 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

す。写真の魅力は何か、どうすれば被写体の長所が撮れるかを知らせることに集中しています。⁶⁷

デジタル写真時代に写真館を訪ねる、または訪ねる可能性のある潜在顧客に、良い写真の要件がカメラの操作技術ではなく「被写体の長所を捉えること」だと言うと、プロ写真師が持つ専門性についても理解させることになるので、このような活動は「写真館がどのような所か」を知らせる広告効果も持っている。

写真は「記録」「表現」の両面性を持っている。デジタル写真時代の到来以前、カメラを持っていること、それを操作できるということは、他の人にはできない「記録」の技術を持っているということであり、その技術は長い間、営業写真師の営業の基であった。2000年代から多くの営業写真館の経営が厳しくなったのは、デジタルカメラの広範な普及で、一般の人々が「表現の質」は劣るが「記録」という技術を持ち、それで現像・プリント代のかからない「デジタル写真」という代替物を手に入れたからである。すなわち、現在の写真館・専門写真家がアマチュアに対して持たなければならないのは、表現の能力における優位性なのである。「記録」という技術の優位性はほぼ完全に失われてしまった。従って、栄光社のこのような写真教育活動は写真館の首を絞めるものではなく、写真館の新しい役割を知らせる広報活動と見ることができだろう。

2代目の宮本博文氏は自らを「家族写真家 (home photographer)」という **〈図 4-11〉**。これは「家族の幸せな時間を記録 (表現) する」という意味でつけた名称だと言う。1代目の時代が「幸せなことや、ある儀式がある時」それを記録する時代だったとすれば、現在の写真は「写真を撮る」という楽しい「儀式」を行うことと捉えることができる。過去の写真館は「写真を撮る」場所であったが、今日の写真館は「写真を撮る行為を通して、楽しさを創り出す場所」ということが博文氏の考えである。また、地域社会でそのような役割を果たしている。これは「技術」の写真館から「技術+サービス」の写真館への変化を示す一面ではないだろうか。

3 広告の方法

1954年開業以後、1代目宮本久雄氏は毎朝7時50分から8時10分まで、店の前に出て掃除をした。それは掃除よりは店の広報のためであった。栄光社の前は市役所や山陽電気で働く人々が電車から降りて出勤をする道だった。そのため、久雄氏は出勤する人々に

⁶⁷ 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

「おはようございます」と挨拶をすることで1日を始めた。他の地域出身である久雄氏には最も簡単だし、積極的な広報の方法であった。「写真館という所にどのような人がいるかを見せなければならない」ということが久雄氏の営業哲学だった。

1980年代からはチラシを利用した広告を積極的に行った〈図 4-12〉。宮本久雄氏は「何をする所か」を知らせる事が重要だと思っていたからだ。2代目の宮本博文氏は地域新聞の広告と共にクーポン付きのチラシやインターネット・SNSなどの広告手段も積極的に利用している〈図 4-13〉。また、久雄氏が地域住民たちを対象として行っている「夫婦合計160歳以上」の写真撮影イベントを行っており、博文氏はそのイベントの反応について以下のように説明した。

父親が「夫婦合計160歳以上」の写真を撮りに行くと、時々店に「結婚式以後このような写真は初めて」という手紙が届きます。写真も写真ですが、夫婦が撮影をしながら、様々なことを思い出し、それを通して楽しさを感じるみたいです。そのような経験を切っ掛けとしてスタジオに写真を撮りに来られる方もいます。⁶⁸

チラシやSNSなどを用いた直接広告以外に、前に言及した地域社会への役割や、様々な写真関連業務も栄光社の広報としての役割を果たしている。

4 栄光社が迎えてきた変化

ここでは、栄光社の経営に変化を与えた、最も大きな二つの要素について確認・考察する。

4-1 結婚式の変化

開業後、広告写真以外に、栄光社の主たる業務は結婚写真と証明写真であった。結婚式は加西市の地域的な変化と共に大きく変化してきた。それによって、栄光社の業務スタイルも一緒に変化してきた。

栄光社が開業した1955年頃、加西市での結婚式は自宅で行われることが一般的であった。町の人々が結婚式の準備などを手伝い、親戚と知人たちが祝い客として招待された。夕方頃結婚式が始まり、翌日の朝まで宴会が続けられた。久雄氏は午前0時頃に式が行われる家を訪ね集合写真を撮った。当時は街灯や家などの明かりが少なく、久雄氏は自転車

⁶⁸ 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

のランプを頼りに結婚式が行われる家に行かなければならなかった。家の中に 30~40 人の人々を集め、マグネシウムを焚いて、照明として使った。普通の家での撮影であったので、マグネシウムの灰が落ちることを防ぐため、新聞紙などを床に広げた。集合写真を撮る場合、久雄氏が最も重要だと考えていたのは祝い客が「目を閉じないようにする事」であり、以下のように述べた。

写真館の写真においてもっとも重要だと思うのは「その人らしさ」です。黒子や顔の欠点などは修整をしてもいいと思いますが、目を修整すると「別人」になってしまいます。写真師として経験が積み重なると、モデルとなる人が目を閉じたかが感覚的に分かるようになります。しかし、出張の結婚写真の場合は、祝い客の人数が多いので、念のために、必ず 3 枚を撮りました。⁶⁹

このような結婚式は 1970 年代まで続き、1980 年代からは神社での結婚式が一般的になった。夜の出張撮影であった結婚写真は昼間の出張・スタジオ撮影に変わる事になった。関西地域でも大阪市内などは 1960 年代からホテルでの結婚式が多くなったが、加西市の場合、ホテルでの結婚式が増えることになったのは 1990 年代半ば、近隣の西脇市に「ロイヤルホテル」ができてからだった⁷⁰。

2000 年からは 2 代目宮本博文氏が代表を務めている。この時期はデジタル写真が一般化されつつあったので、顧客の好み、結婚式写真の意味などにも変化が起り始めた。デジタル写真時代に合わせて、営業方法や写真のスタイルにも変化があった。

4-2 デジタル写真時代による変化

2 代目の宮本博文氏が代表を務める 2000 年代からはデジタルカメラが普及するなか、写真に対する顧客の認識が変わっていった。フィルム写真時代に、一般の人々が日常的に写真を撮るのは経済的に負担がかかる事であった。また、撮影したフィルムを DPE 店（写真館が兼ねている場合が多かった）で現像しないと、「写真」にならなかった。しかし、デジタルカメラの普及と安価なプリンターが登場し、一般の人々が写真館から「独立」して、日常生活を写真で記録することができるようになった。また、インターネットの広範な普及で、多様な写真関連情報が簡単に取得できるようになり、写真に対する個人

⁶⁹ 宮本久雄氏インタビュー。(2016 年 1 月 27 日)

⁷⁰ 地域にホテルがあるかという問題は、営業写真館においてホテルと連携した仕事を行うことができるかを定める要素である。

の「好み」が明確になっていった。また、2000年代半ばからは写真館などの業務ができるレベルの35mm・APS-Cフォーマットのデジタルカメラが、一般の人々にも無理なく買える値段になった。外面的には営業写真師が趣味写真家に対して持つ優位はなくなった。2000年代以後多くの写真館がなくなったのは、このような外面的優位の喪失と共に、DPEなどの固定収入の減少、顧客の好み・写真の用途の変化などが大きな要因であった。

博文氏は変わっていく状況に対応するために、新しいスタイルの写真とこれを通した「新しいイベント」を作ることに注目した。以前の営業写真館の写真が家族のお祝い事を「記録」する儀式であったとすれば、デジタル写真時代には写真撮影自体を楽しいイベントとして成り立たせなければならないということが博文氏の考えであった。2005年スタジオのリモデリングの時それを念頭において、スタジオを広くし、壁に多様なコンセプトの立体背景を準備して、顧客がセッティングを待たずにすぐ写真が撮れるスタジオを設けた〈図4-14〉。

2000年代後半からは、アメリカ・韓国などの写真館を訪ね見学しながら、日本の写真館との違いを勉強し、必要な要素を営業に採用している。特に韓国に行った時、多様なアイデアの額縁・アルバムや、写真で作られたバックドロップに注目した。バックドロップは戦前日本の写真館でよく用いられた「欧米風」のバックドロップのように、多様なイメージで作られたもので、博文氏が考える「新しいイベント」に適しているものであった。現在はバックドロップや写真のプリント・額縁を全て韓国に注文していると次のように説明した。

現在は台紙に貼られた写真よりは、リビングなどに飾る額縁、小さいアルバムが人気のある商品です。また、硬いスタイルの写真よりは、雑誌の写真のような個性のある写真が好まれます。今日の写真館は家族が写真館を訪ねて写真を撮ることを「楽しいイベント」に作らなければならないと思います。その面から見ると韓国で見たイメージのバックドロップは、最近には珍しくなったもので、家族の楽しいイベントのためにさらに良いと思いました。デジタル写真が普及してから、写真の用途や顧客のニーズが変わっていく状況で、営業写真師はそれをキャッチし、素早くトレンドを導かないとならないと思います。時間があると、海外の写真館に見学に行くこともそのためです。日本の中では見ることでできないものが必ずあります。⁷¹

⁷¹ 宮本博文氏インタビュー。(2015年12月12日)

今日、写真は「皆のもの」になって、営業写真師が持つ写真制作環境の優位もほぼなくなった状況で、写真館写真の差別化が必要となった。博文氏の差別化はサービスと表現力なのである。写真撮影というイベントや写真自体をどう演出し、顧客にどのような楽しさを与えるかが今日の営業写真館が持つ課題である。単に、カメラを扱う技術者ではなく、写真を通して楽しさを与える人が今日の営業写真師ではないだろうか。

図版

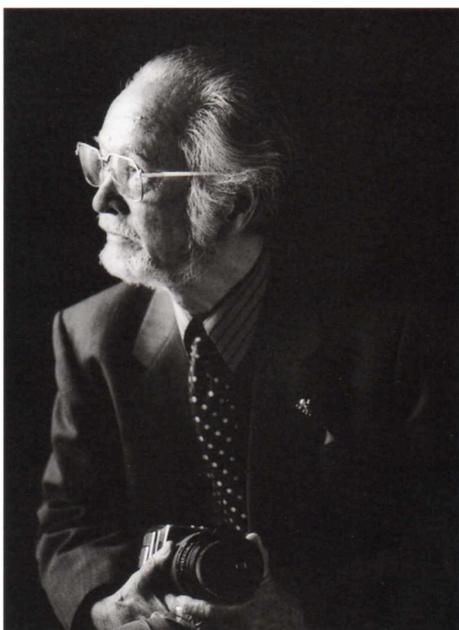


図 1-1 尾内七郎。オウチ写真場所蔵。



図 1-2 尾内七郎は 1940 年から 1942 年まで軍の写真班で勤務した（上）。1941 年に銃創を受けた時の写真（下）。

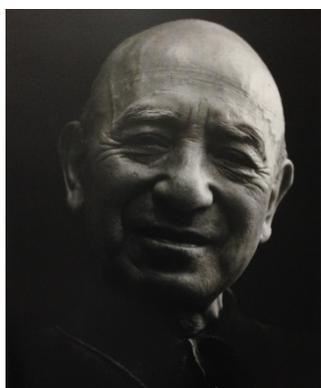


図 1-3 尾内七郎が撮影したハナヤ勘兵衛。オウチ写真場所蔵。



図 1-4 藤森久嘉。オウチ写真場所蔵。



図 1-5 尾内美智代。オウチ写真場所蔵。



図 1-6 主な顧客であった米軍兵たち。



図 1-7 閉鎖前の伊伝居のスタジオ（左）と現在（2016年）の様子。
それぞれオウチ写真場所蔵、筆者撮影。



図 1-8 福中町のスタジオ。1948年新築した建物（左）と1976年新築した建物（右）。
オウチ写真場所蔵。



図 1-9 現在（2016年）のオウチ写真場。
筆者撮影。



図 1-10 スタジオ内部で見たスタンドグラス。
筆者撮影。



図 1-11 オウチ写真場の内部の様子。1階の応接室（左上）、2階に着替え室（右上）、
2階の控え室（左下）、2階のスタジオ（右下）。筆者撮影。



図 1-12 スタジオの照明の様子（上）。髪の毛の質感を活かす「ヘアーライト」（下）。筆者撮影。



図 1-13 俯瞰撮影用のバルコニー。
筆者撮影。



図 1-14 尾内七郎と弟子たち（1979年）。オウチ写真場所蔵。



図 1-15 1976年の第1回 OPC 写真展の記念写真（上）と 1996年の第20回 OPC 写真展の記念写真（下）。オウチ写真場所蔵。



図 2-1 自分が開発に参加したカメラコーナン 16 を持っているハナヤ勘兵衛。桑田敬司所蔵。



図 2-2 1980 年代初め頃の店。左から 2 番目が 2 代目の博義氏、3 番目が 3 代目の誠司氏、右が永田徹氏。桑田敬司所蔵。



図 2-3 桑田誠司。桑田敬司所蔵。



図 2-4 桑田敬司。筆者撮影。

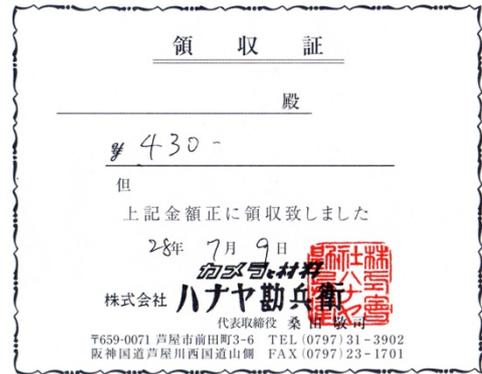


図 2-5 1932 年に建てられた建物。1995 年阪神淡路大震災により現在は再建築されている。桑田敬司所蔵。

右はハナヤ勘兵衛の領収証。ハナヤ勘兵衛という名前は、後代の経営者たちにプライドであり、プレッシャーでもある。



図 2-6 1938 年の芦屋市の水害の様子。芦屋市ホームページ所収。



図 2-7 1995 年の阪神淡路大震災で潰れた「ハナヤ勘兵衛」の建物。桑田敬司所蔵。



図 2-8 現在の建物（左）、現在のスタジオと暗室（左）。それぞれ筆者撮影（左）、桑田敬司撮影（右）。



図 2-9 2015 年の合同展のポスター（左）と 2016 年「芦屋写真展」の作品募集ポスター（右）。

ハナ勘のオークション

～ 6 月はオークション月間～

出品受付期間 2016年6月1日(水)～30日(木)
入札受付期間 2016年6月8日(水)～30日(木)

落札手数料 15% (手数料7%+消費税8%)
(出品者へ落札金額の15%を引いてお支払いします。)

出品も、入札もどなたでも参加頂けます。
 オークション経験がなくても大丈夫。
 お家にある使わないカメラ・レンズ・アクセサリーを
 誰かが喜んで使ってくれるかもしれません。
 こんな物でも大丈夫？と不安な方、お気軽にハナ勘
 スタッフにお声をかけて下さい。

出品・入札の用紙はハナ勘店頭
 に用意しています。ご自由にお
 持ち下さい。出品の方は出品用
 紙と品物を店頭にお持ち下さ
 い。入札の方は、承認印と手作
 りの入札額が信用にありますの
 で、入れて下さい。

出品される商品は現状のままの出品となります。
 (ハナ勘で修理等、手を加えることはしません。)
 出品者、入札者、双方の自己責任でお願い致します。
 落札後の修理、点検につきましてはご相談下さい。

結果は7月1日以降、順次該当者へお知らせ致します。
 〒659-0071 兵庫県芦屋市前田町 3-6 (株) ハナヤ勘 兵庫

図 2-10 オークションの案内チラシ。



図 3-1 丹羽脩介。
丹羽章夫所蔵。



図 3-2 2代目の丹羽章夫(左)と3代目の丹羽真平(右)。
筆者撮影。



図 3-3 浜松のアケミ写真館が撮影した
写真と写真の裏面。筆者所蔵。

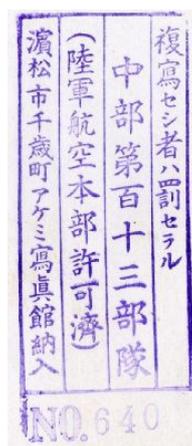
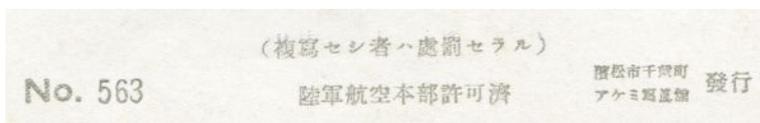




図 3-4 加古川に引っ越し、事務室を設置している丹羽脩介。1938年頃。丹羽章夫所蔵。



図 3-5 アケミ写真館の建物の変遷。1953~69年(左上)、1969~77年(右上)、1977~2001年(左下)、2001年~現在(右下)。丹羽章夫所蔵。

図 3-6 丹羽章夫氏が撮影した加古川市尾上小学校の卒業アルバム。
廣田ゆかり所蔵。

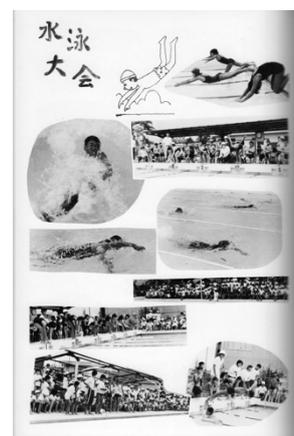




図 4-1 宮本久雄。
宮本博文所蔵。



図 4-2 1968年頃の家族写真。久雄（左上）、博文（中上）・夫人の悦子（右上）氏。前列は久雄氏の両親。宮本博文所蔵。



図 4-3 宮本博文。
宮本博文所蔵。



図 4-4 初期の栄光社の建物。1955年（上）と
1958年（下）。宮本博文所蔵。



図 4-5 1968 年新築した建物(左)、新築工事の前の地鎮祭(右上)、1979 年の拡張工事の後(右下)。宮本博文所蔵。



図 4-6 北条駅前にあった広告スタジオで自転車の広告を撮影した時の様子(1975 年)。宮本久雄撮影。

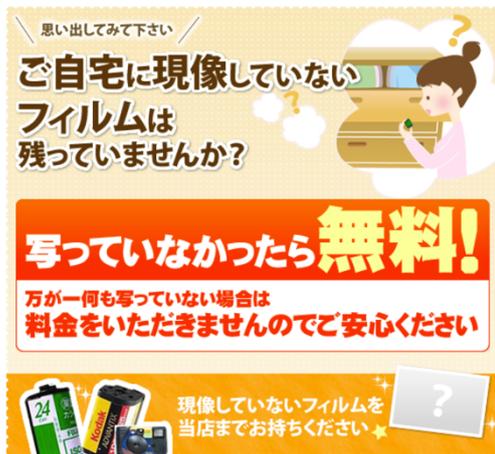


図 4-9 栄光社の DPE 広告。栄光社ホームページ所収。



家族写真家
HIRO—宮本博文

平日は、コマースフォトを中心にアйдマスタジオで撮影。週末は、お子様を中心に、ポートレート撮影。でも、もっぱら「あやし役」（あやしい～のではありません・・・）広告



図 4-11 「家族写真家」という名称には写真に対する彼の考えが表れている。栄光社ホームページ所収。

図 4-10 2014 年の展覧会「一所懸命、一緒懸命」のウェブポスター。栄光社ホームページ所収。



図 4-12 「aidma スタジオ」の広告。1985年(左)、2013年(右)。

輝ける空間へのご招待

写真スタジオ Open

高輝度進化

栄光社は創業51年目をむかえ、新たなスタートとして本社全フロアをリニューアルしました。
 1F:ショップ&インフォメーション 2F:360°立体音響スタジオ
 3F:メイクルーム・衣裳コーナー・プレゼンテーションルーム・ギャラリーを完成し、皆様へ快適な空間とアーティストチックな写真をご提供いたします。
 「高輝度進化」の栄光社ニューススタジオでニューフォワードをご体験下さい。
 私達は「幸せ」や「輝き」を引き出し、このころのある写真を振り返り続けていきます。

100% FREE オープニングイベント 「あなたの愛を飾ってみませんか」 **12月開催**
予約制・無料 『親子でHUG』写真モデル募集

「年に一度、親と子が向かい合う日があったらいい。その日を逃してすべての親子の絆が深められずばらしい!」そんな願いを込めて「親子でHUG(ハグ)」をテーマに親と子の距離がいちたんと縮まるフォトイベントを企画しました。「愛する人の写真のある生活」をお手伝いします。

募集数:先着50家族 撮影日:2005年11月18日(金)・23日(水)・26日(土)
 写真展:栄光社1F・3Fギャラリー 展示期間:2005年12月1日(木)~15日(木)
 申込方法:あなたの愛する家族のPRコメント・服装・撮影希望日時をご連絡下さい。

「家族の絆 証明書」としての写真を白黒プリントにしてフォトグラフアーカイブ写真が完全撮影!

※撮影後、写真はプリントします。
 ※カメラマン(モデル)とお客様の仕事者も同じ「子供の笑顔」を撮る喜びを分かち合えるのがこの写真スタジオの醍醐味です。お待ちしております。

EIKOSHA 栄光社
 STUDIO Professional Photo Products
 加西市北条町古坂1-27-1
CALL:0790-43-1450
 コマーシャルスタジオアイトマ
CALL:0790-42-1065
 西暦51年を誇る写真スタジオ【完全予約制】

図 4-13 栄光社の広告。2005年のリニューアルの時(左)、SNSでの広報(右上)、新聞広告(右下、加西タイムズ 2015年12月15日)

大はも知談れえいあるのしまごだれ

マイナンバー出張撮影

ご自宅まで訪問します!

マイナンバー

今年の年賀状は動きます!

LINE@ 0790-43-1450

家族の挨拶・社長様の抱負などビデオメッセージ入り年賀状が仕上がります! 見本確認できます!

基本料金1,940円(税込)~1枚/56円(税込)

EIKOSHA 栄光社 60th Anniversary
 加西市北条町古坂 TEL:0790-43-1450

運転免許 運転免許 運転免許 運転免許 運転免許

図 4-14 栄光社のスタジオ。栄光社ホームページ所収。



第4章 日本の「写真館文化」

写真が日本に伝来した後、以前まで日本に存在しなかった「写真師」という新しい職業と「写真館」という新しい空間は、日本の社会・文化的環境と絡み合い、日本に独特の「写真館文化」を形成させた。この章では、日本における「写真の伝来・定着と写真師（写真・写真師という名称の定着）」、写真行為が行われる「写真館」という空間について、そして、「写真館文化」の形成過程で、その社会・文化的背景を提供した日本の「家」制度とそれが生み出した、日本的「写真館文化」について考察する。

1節 写真の伝来・定着と写真師

この節では「写真館文化」の一つの構成要素である「写真師」という職業が、写真の伝来以後、日本の社会にどのように定着していったかについて考察する。

1 写真の伝来と定着（写真・写真師という名称の定着）

写真師は日本で発生した職業ではなく、写真という外国文物の伝来と一緒に必然的に日本に流入した職業である。日本初の営業写真師が登場した時期は1860年代初め頃である。長崎の上野彦馬、横浜の下岡蓮杖、江戸の鶴飼玉川、函館の田本研造・木津幸吉など、日本初の写真師たちが写真術に接した時期は1850年代末から1860年代の初め頃であった。この時期に写真師という職業がヨーロッパやアメリカなどの欧米社会では既に確固とした職業として認められていた。

リチャード・ビアードとアントワーン・クローデは1841年からダゲレオタイプを用いて写真館を経営し、肖像写真のための背景の使用、着色や修整、照明¹などを導入・使用することで、営業写真の「技術的な基本要素」を既に完成していた。1843年からはロバート・アダムソンとデイヴィッド・オクタヴィウス・ヒルがカロタイプを用いて写真館を経営した。彼らの活動は大量生産という写真の新しい可能性が確認できたという点で重要な意味を持つ。1850年代にはコロジオン湿板法が普及し、ナダールやディスデリなどの写真師たちが活発に活動した²。それらの写真師たちの活動を通して、営業写真館の「経営・制作のスタイル」が構築され、また、肖像写真の社会的意義が確固たるものになって

¹ ガラス天井・窓の調整などを行った。

² 以上については第1章1節で概説した。

いった。すなわち、日本に写真術が伝来した1850年代の末には、写真師・営業写真は技術的な面でも、経営の面でも確立されていたのである。

日本で欧米の写真師に相当する職業が誕生するにあたって、当初写真師という名称は使われなかった。また「写真」という用語も定着してはいなかった。「写真」という言葉は日本を含め、中国や韓国などの漢字文化圏で「ある物に対する細密な描写」という意味で使われた単語である。今日、中国では「写真」に対応する言葉として、「照片」「相片」などを用いている。

日本と韓国では「写真」が「photography」に対応する言葉として使われているが、それぞれの国で、現在の意味へと定着した経緯には違いがある。韓国の場合は「写真」という単語が、「外見だけでなく、心や雰囲気まで描写されている優れた肖像」という意味でも使われていたのであり、写真を受け入れた時期に写真の主な用途が肖像画の代わりであったため、自然につけられた用語である³。日本の場合は長崎の出島を通して日本に流入したカメラ・オブスクラの訳語、「写真鏡」がその始まりとされている。「写真鏡」は大槻玄沢の『蘭説弁惑（1788）』でオランダ語の音をそのまま当てた「どんくるかあむる」の訳語として使われた⁴。

日本において「写真」という単語が、今日我々が使っている意味として使われ始めた時期を明らかにすることはできないが、これまで残っている写真関係の資料を通して、それが一般的に使われた時期を推測することはできるのではないか。写真という単語は日本にカメラ・オブスクラや写真術が伝来してから「写真鏡」「銀板写真」「写真術」など、他の単語と組み合わせられた形で使われた。また、「写真」に対応する言葉として、ポトガラヒー、撮影術などの用語も使われた。

早い時期に「写真」という単語が現在の意味で独立して使われた例には、明治初期の内田九一の広告⁵や〈図1〉、1876年10月の「俳優写真競」〈図2〉、1876年12月の「東

³ 崔仁辰『韓国写真史 1631-1945』26頁。「ハングル学会」が1957年に発刊した『ウリマル（国語）大辞典』の「写真」項目には「肖像」の意味は無くなっている。但し「写真」の後ろに「撮る（今日の写真）」を付けるか「する（細密に描写する）」を付けるかによって、別の意味になると書かれている。「金星出版社」が1991年に発刊した『金星版国語大辞典』には今日我々が使う写真の意味だけが載せられている。韓国での「写真」は、写真が受け入れられた環境によって付けられた名称で、受け入れ環境が似ていたと思われる写真の名称を持つ国の例えには、ポルトガルがある。「写真師」に当たるポルトガル語である「retratista」は肖像画家を意味する単語でもある（また「写真家」に対応する単語は「fotógrafo」である）。

⁴ 東京都写真美術館『写真渡来のころ』横江文憲「カメラ・オブスキュラの伝来から「写真術」の渡来まで」財団法人東京都歴史文化財団、1997年、14頁。

⁵ 日本写真文化協会『写真館のあゆみ』37頁。

⁶ 同上、35頁。

京写真見立競」という番付⁷などがある〈図 3〉。また、上野彦馬が 1877 年 7 月 2 日付けで発行した西南戦争の写真 420 枚の領収証⁸には、但書きとして「戦地景状写真」と書かれている〈図 4〉。

「写真」という単語は 1877 年末頃から、雑誌などの出版物や政府・公共機関からの賞状に公式的な名称として使われた。その一つの例は、1877 年 11 月に発刊された『写真雑誌：第一号』である〈図 5〉。それは 1874 年に刊行され、日本初の写真関連雑誌とされている『脱影夜話』の続きとして知られている。また『写真の開祖上野彦馬』には、上野彦馬が 1877 年 11 月 20 日に受賞した「第一回内国勸業博覧会」の鳳紋賞の画像が載せられている〈図 6〉。そこには、受賞者の分野が「影画」となっており、その下に「山水」「肖像」と書かれている⁹。1878 年には「第一回内国博覧会」で一等賞を受賞したが、そこに「写真」という名称が使われている。また、上野彦馬は 1881 年の「第二回内国勸業博覧会」でも有功賞を受賞したが、ここには「写真」「人物及景色」と書かれている〈図 7〉。

写真という単語が政府などの公的文書に使われ始めた時期は 1877 年末以後であると思われる。また「写真師」という職業の名称も、同じように一般化されていった単語だと思われる¹⁰。以下は 1879 年 10 月 19 日の朝日新聞の記事である。

澳国（オースタリア）の寫眞師某に幾内の高名な社寺等を摸し撮り度よしにて其筋へ出願し許可を得次第取りかゝると云ふ事なり¹¹

この引用文に写真師という単語が登場していることから見ると、「写真」という言葉が一般化されてから、「写真師」もすぐに、職業の名称として新聞などで使われていったと考えられるのではないか。また「摸し撮り」という言葉から見ると、その時期には、まだ写真が「絵」としての社会的なイメージを持っていたことが推測できる。

同紙の 1882 年 11 月 10・11・12 日号には守田来三の広告が載せられている。守田来三はその広告で、自らを「寫眞業守田來三」と称している〈図 8〉。また、同年 9 月 28・29

⁷ 林英夫・芳賀登『番付集成（下）』柏書房、1973 年、86 頁。

⁸ 日本写真文化協会『写真館のあゆみ』112 頁。

⁹ 「第一回内国勸業博覧会」は 1877 年 8 月 21 日から開かれ、公式文書として「写真」という単語を使っていない最後期の文書の中の一つだと思われる。

¹⁰ 大久保利謙『開化写真鏡』大和書房、1975 年、227 頁によると、1871 年に『全国写真師見立番付』が刊行された。それは「写真師」という単語が早い時期に使われた例である。しかし、その後長い間、「写真業」など他の単語と併用されたようだ。

¹¹ 『朝日新聞（大阪）』1879 年 10 月 29 日朝刊、3 頁。

日には「寫眞業神谷」の「寫場ガラス屋根改良」広告が載せられていた。新聞では「寫眞師」という言葉を既に使っていたが、写真師たちは1880年代初め頃までに自らの呼称に「寫眞業」「寫眞師」などの単語を併用していた。しかし、1885年以後からは、「寫眞業」が殆ど無くなり「寫眞師」が一般的になる。守田来三は1886年4月11日に「寫眞場移転」という広告を出したが、そこでは自らを「寫眞師」と称している。

今日、日本では「写真を撮る人」を意味する言葉として、「写真家」「写真師」「カメラマン (cameraman)」などが一般的に使われている。しかし、日本以外の国々で「カメラマン¹²」は「テレビや映画の撮影技師」を意味する言葉として使われている。

日本や写真用語において日本の影響を多く受けた韓国では「写真家」や「写真師」という言葉が「photographer¹³」の意味として使われ、その専門分野を明確に示すために「肖像写真家」「広告写真家」「報道写真家」などの言葉が使われている。しかし、「写真師」はそれ自体が仕事の内容や特徴を限定する言葉であり、「営業写真 (写真館の写真)」という分野の写真専門家を示す言葉として使われている。

社会心理学者の南博は、日本での職業に対する呼称を、日本独特の「格付け」として説明した¹⁴。彼によると「写真師¹⁵」「絵師」「技師」などのように、職業の名の下に「師」をつけるのは「ひろい意味での技術者、専門家」を言う場合に使われる。また、職業の名の下に「家」がつく「作家」「小説家」「画家」「工芸家」などの例を挙げながら、「職業として評価され承認されている格付け」であると説明した。これから考えると「写真師」という名称は、「営業写真師」が「西洋の技術」であった写真の伝来やその実用化段階で、「写真という技術の最高の専門家」だったため形成された単語だと思われる。一方、「写真家」という名称は、「営業写真」以外の分野の写真 (芸術、報道など) が次々登場するにつれ、「営業写真師」以外の写真専門家を示す名称として区別されて定着していったと思われる¹⁶。

¹² 英語に由来する単語である、フランス語の「cameraman」ドイツ語の「Kameramann (男)、Kamerafrau (女)」も「写真家」ではなく「テレビ・映画の撮影技師」の意味を持っている。日本で「カメラマン」という単語が「写真家」の意味を持つことになった理由には、「カメラ」が日本に伝来した時の環境が影響を与えたと思われる。

¹³ 発明初期の写真の中心地であり、それに関わる文化が多く生成された西洋では「写真を撮る人」を示す言葉として、「photographer (英語)」「photographe (フランス語)」「Fotograf (ドイツ語)」などを使い、その専門分野や特徴を限定するために「portrait photographer」「professional photographer」のように表記している。

¹⁴ 南博『日本的自我』岩波新書、1983年、81・82頁。

¹⁵ 南博は「写真師」を「戦前の写真館主」と表記している。

¹⁶ 「朝日新聞」は1879年末から1880年代前半に「写真師」「写真家」を併用していたが、その使い分けの基準が明確ではなかったようだ。

2 写真師というアイデンティティの確立

写真師という名称が一般的に使われるようになったことは、写真師という職業が日本の社会の中で確固たる職業として位置付けられたことを意味する。しかし、そのような社会的認識とは裏腹に、写真師という職業が持った「アイデンティティの不安」も存在していた。写真師は写真という新しい技術を扱う専門的な職業であるが、試験などの公認された方法を通して写真師になるわけではなかった。自らが写真師であることを宣言すると、その人は写真師である。コロジオン乾板の登場など、写真技術が扱い易い技術になっていくことにつれ、写真師の数は急激に増えていった。

ブルデュールが執筆し、監修した『写真論 (Un Art Moyen)』には、写真館の徒弟教育は、見習生が技術を習得すると共に、複雑で長い教育を通して、業界がその見習生を仲間に入れるか否かを判断する手立てであったと述べられている¹⁷。日本の場合も同様であり、写真師たちの仕事に等質性を与えたのは、徒弟教育であった。また「〇〇の弟子」、「〇〇写真館の見習生出身」というアイデンティティを獲得することで、「アイデンティティの不安」を多少和らげることができる。

社会人類学者の中根千枝は日本の社会集団の特性を成す要素を「資格」と「場」の原理で説明した¹⁸。日本の集団意識は「場」に置かれている場合が多いが¹⁹、写真師の場合はそれが複合的に現れる。写真師は、一人で代表者や技師の役割をすることが基本的な形であり、写真館の商号自体がその写真師の名前である場合が多い²⁰。しかし、写真師という「資格」は試験や免許などによるものではないため、写真師としてのアイデンティティを強めるには、権力や権威を持つ「業界」という「場」に入る必要があった。その「場」はまさに写真師という「資格」によって構築されるが、むしろ「場」に入ることで、アイデンティティや写真師という「資格」を再確認し、強める役割を果たした。徒弟教育はその「場」に入る一般的な方法であり、容易な方法であった。また、教える立場でも自分の業界での影響力が広がるという点で、自らもアイデンティティを強めることができた。自分の師匠や集団の権威を借りて、自らのアイデンティティを強めることは、写真師という職業が日本の社会の中に溶け込む過程で表れた現象の一つである。

¹⁷ ピエール・ブルデュール他、『写真論：その社会的効用』250頁。

¹⁸ 中根千枝『タテ社会の人間関係』講談社現代新書、2016年（初版は1967年）、26頁。

¹⁹ 同上、28頁。

²⁰ 初期の写真師たちには写真館経営の必要条件である「写真師」という「資格」が重要とされたようだ。その例は台紙にもよく現れている。それについては次の段落で説明する。

写真の伝来後から、写真師たちはそれぞれ自分だけの特色を前面に出し、他の写真師たちとの差別化を計った。このような特徴は、初期の写真の台紙によく表れている。台紙は、写真をより価値のあるものにする飾りであり、写真を保護するケースでもあるが、加えてその写真館を広告する方法の一つとして用いられた。また、写真師の名前や住所などが書かれており、名刺のような役割もしている。

多くの台紙には「寫眞師」という単語が使われている。写真師たちは自らの職業の名称が「写真師」であることを自覚し、その名称を、名刺の役割を兼ねる台紙に使ったと考えられる〈図 9〉。それは、その時期に写真師という「資格」が重要とされたことを示す例なのである。台紙に「〇〇写真館（寫眞館）」という名称が増えた時期は、1890年代以後になってからであった。その時期は写真館の2代目が多く登場した時期で、1代目のアイデンティティーを受け継ぐためだったと考えられる²¹。また、初期の台紙が欧米スタイルの図案を使う場合が多かったことに対して、1920年代以後はシンプルなデザインの台紙も増えていった。それは欧米の文物であった写真が一般の人々に馴染んでいたことが影響を与えたと思われる。すなわち、写真が欧米文物であるということをそれ以上強調する必要がなくなったと思う写真師が増えたということの意味するのではないだろうか〈図 10〉²²。

1880年代からの台紙でよく見られるデザインは、博覧会などで受賞した賞牌の図案を台紙に印刷することである。上野彦馬の場合には1883年からそれが表れ、1890年代末頃には、その賞牌の図案の数が多く、それに合わせたデザインになっている〈図 11〉。賞牌の図案を入れるデザインは市田左右太〈図 12〉、春口仲朝〈図 13〉などの場合でも確認できる。春口仲朝は賞牌の図案がないものとあるものの二つがあり、受賞してから、デザインを変えたのではないかと思われる。公的機関からの受賞は、自らの実力などを公式に認められたという点で、写真師にとって大きな意味があったようだ。また、隅田川で水雷の爆発を撮影し、有名になった江崎礼二の台紙には「水雷爆発」のイメージ（絵）が印刷され、当時付けられたニックネームを用い「淺草公園地早取寫眞師」と書かれている〈図 14〉。

²¹ 日本では、歌舞伎俳優などが先代の名前を受け継いで「〇代目」という名前を使う場合がある。それはその先代のアイデンティティーをそのまま受け継ごうとする日本的意識であり、そのような現象が写真師にも現れていたということは、写真師という職業が日本化されていく一面を示しているのではないだろうか。

²² 1880年代初め頃から「朝日新聞」などに大阪の台紙商の広告が多く出されている。普通、写真の台紙は輸入品（初期の台紙商はヨーロッパやアメリカから台紙を輸入していた）であったが、台紙商の盛業による国産台紙の登場は、1920年代頃から、以前とは違うシンプルなデザインの台紙が増えた原因の一つになったと思われる。

日本で「写真師」というアイデンティティーが確立されるにつれ、1880年頃から日本の写真師たちは「日本のスタイル」の営業写真を伝播する役割をした。特に韓国²³の営業写真は日本のスタイルやシステムがその主流であった。また、「写真師」という名称も日本語の「写真師」をそのまま受け入れた。当時の韓国では、欧米の文物や新文物と関係のある職業の名称に「師」をつける場合が多かった。例えば伝統医学を扱う「醫員」と西欧医学を扱う「醫師」、伝統的教育機関の先生である「訓長」と新式学校の先生である「教師」があった。そうした傾向があったため、「写真師」という名称は受け入れ易い名称であった。釜山では1876年の「江華島条約」の後、1877年に「釜山口租界条約」で日本人居住地であった「草梁倭館」が日本人居留地とされた。その後、日本人の居留者が増えるにつれ、写真館が登場した。1880年代以後活動した写真師には「一宮直志」「竹下佳治」「平井寛一郎」「西村」「宮崎鼎谷」「土肥徳太郎」の名前が伝えられている²⁴。その中で「竹下佳治」は上野彦馬の弟子で、長崎にも写真館を持ち、その後釜山でも開業したと思われる（図15）。この写真師たちは、婦人用の洋服を備え、釜山のハイカラ女性を対象として営業した。写真材料は大阪から郵便で送ってもらう方法で確保した。以後、韓国の各地に写真館が増えるにつれ、日本人が経営する材料商が登場し、それを通して材料を確保した²⁵。

ソウルでは1883年金鏞元（1842~?）が、釜山で活動していた日本人写真師本多修之助²⁶（?~1884）を雇用し、「撮影局²⁷」という名称で写真館を開業した。同年、上海や天津で写真を習った黄鐵（1864~1930）が開業し、1884年には神戸で平村徳兵衛から写真を習った池雲英（1852~1935）も「撮影局」を開業した。しかし、1884年の「甲申政変²⁸」で、そうした写真館の多くが破壊された。1885年から日本人のソウル都城内での居住が許され、「藤田庄三郎」「村上幸次郎」「岩田鼎」「甲斐軍治」などの写真師たちが活発な活動を行った。1930年代半ば、韓国の営業写真業界が衰退期を迎えるまで、多くの写

²³ 当時の国号は朝鮮、1897年からは大韓帝国であるが、この論文では、現在の大韓民国に位置する釜山やソウルの事例を中心としているので、韓国（大韓民国）と表記する。

²⁴ 崔仁辰『写真侵略』図書出版アラ、2015年、66-67頁。

²⁵ 1916年ソウルで開業した「織居商会（現在の浅沼商会）」などが代表的なものであった。

²⁶ 本多收之助という表記もある。

²⁷ 当時の韓国において、営業写真館の一般的な名称は「撮影局」であった。

²⁸ 1884年「開化党」が、清の「属邦化政策」に抵抗して起こした政変。写真師たちの中には「開化派」として知られた人物もいたし、写真館の建物自体が当時としては珍しい構造をしていたこともあって、攻撃のターゲットになったようだ。

真師たちが日本から韓国に渡り、日本のスタイルに沿った「写真館文化」を伝播し、それぞれの環境に応じた形態に発展・変化させていった²⁹。

3 写真師協会

写真が普及するにつれ、写真師たちは以前から存在していた他の職業と同様に「組合」を組織し始めた。その始まりは、1876年に東京の写真師たちが品川・万林で親睦会を開催したこととされているが、その活動内容については知られていない³⁰。写真伝来初期の写真術は、それ自体が「営業秘密」であり、写真師たちの交流は難しかったようだ。それは以下の引用文からも確認できる。

昔日の写真師は、非公開の特殊技能者であり、高度な知識を有した「先生」として誇りをもち、同業者間の交流とか新技術の研究のために手を組むということは考えられなかった。しかしそれは時代とともに、諸般の要請から徐々に集まり組織としての形態を形づくっていくのである。³¹

これまで記録が残っている「写真師協会」の中では、1889年東京を中心に、関東において、小川一真、丸木利楊など、日本人の写真師32人と、外国人写真師24人が結成した「日本写真師会」がその始まりとされている。関西地域では1898年葛城思風、田村景美、守田昌司などが中心になって「大阪写真会」を結成した。同年神戸では「神戸写真師懇話会」が結成された。京都では1893年に「大日本写真品評会京都支部」が設立され、その後、京都写真業組合に組織を変更した（1903年）。このような組織同士が交流をすることになり、1907年に3市の写真師会の連合団体である「京阪神写真師会大会」が発足した。関西地域におけるこのような同業者の懇親団体の結成は、写真師たちが「営業秘密を守る」という時代が終わったことを意味する。また、それは写真技術が社会全般に広まり、一般的な産業になったことを示している。「京阪神写真師会大会」は1922年に『沿

²⁹ 写真史家崔仁辰は韓国で活動した日本人写真師たちの行跡を調査したが、彼らの細かい情報や日本の中での活動については殆ど知られていない。彼らの日本での活動などを調査することを通して、日本スタイルの「写真館文化」が韓国という社会・環境でどのように発展・変化していったかが確認できると思う。これは、今後の課題とする。

³⁰ 日本写真文化協会『写真館のあゆみ』241頁。

³¹ 同上。

革史』を発刊するなど活発な活動を行ったが、3市の間トラブルがあり、数年間活動が中断されたこともある。この団体の活動は1941年頃まで続いた³²。

1931年満州事変を始まりとし、1937年に日中戦争が勃発し、営業写真界は大きな変化を経験することとなった。表現の規制とともに輸入品が大きな割合を占めていた写真材料の確保が難しくなり、業界の活動は萎縮しつつあった。1940年には大阪写真師会の主催で、橿原神宮の建国会館で、「全国写真師大会」が開かれるなどの活動があったが、この頃から、国による写真料金の統制や、写真材料の配給が始まった。当時の多くの写真師協会は商工省の勧奨により、「〇〇写真商業組合」に名称を変えた。それらの組合は地域の写真館に写真材料を配給する役割を果たした。しかし、配給の状況は、地域などによって差があったとのことだ。大阪新世界の「ニコニコ写真館」の場合は、営業に十分な量ではなかったが、営業は続けることができた。兵庫県芦屋市の「ハナヤ勘兵衛」の場合は、神戸の闇市を通して、写真材料を確保しなければならなかったということだ。材料不足は敗戦後も続き、姫路の「オウチ写真場」は駐屯していた米軍兵を顧客とし営業を続けるため、神戸の闇市でフィルムなどを確保した。加古川の「アケミ写真館」の場合は、材料確保が難しく、地域社会での写真の需要も殆どなかったため、農業を兼業し、写真館の仕事は殆どできなかった。

一方、1940年以後、軍国主義に協力する写真師団体も出現した。全国組織であった「日本写真技術家連盟」は「最高の国家目的に副うべく職域奉公に尽す」ことを目的として組織された。この組織は「写真報国」をスローガンにし、大正翼賛会宣伝部の下で「銃後生活の躍動巡回展」を日本全国や満州、台湾で開催した³³。

戦後、1948年には東京を中心として、全国団体である「日本写真文化協会³⁴」が結成された。また、関西地域では「関西写真家連合協会」が結成され、1998年まで活動を行った。「関西写真家連合協会」は1948年に、近畿、中国、四国の「写真師連合協議会」として始まり、1952年その名称を「関西写真家連合協会」と改めた。「写真師」ではなく「写真家」を団体の名称に入れたのは初代会長であった小川月舟の考えで、以下の引用文から当時の状況が確認できる。

³² 主に『写真館のあゆみ』『沿革史』を参考。

³³ 日本写真文化協会『写真館のあゆみ』277頁。

³⁴ 1946年設立された「日本写真師組合」が1948年に「日本写真文化協会」に改組。

新名称についても、写真師と写真家では感じの上で皆の気分が違ふし、意気込みも自然高まると思つて名付けたわけなのだが、高野山大会の席上で満場の賛同を得たので、以降私は本腰を入れて一つこの協会を日本的な大きなものにしてみたいと念願したのである。³⁵

この引用文は小川月舟が1958年に書いた文章で、協会の名称を1952年に変更したことについて述べている。小川月舟は「写真館主」という意味として使われていた「写真師」の代わりに、「芸術家」のイメージを含んでいる「写真家」を使い、協会の名称を「関西写真家連合協会」と決めた。これは、彼が「関西写真家連合協会」を結成した理由とも関係があり、彼はその理由について以下のように述べた。

私が関写連をやる理由は（中略）写真は可成り高い文化分野である割に、一般の業者の文化的感覚や社会的見識が低いこと。これを内部から向上せしめ自惚れでなく真に外面的にも高めたいと感じた。（中略）更にも一つ、日本写真文化協会、いわゆる文協の存在がある。当時〔1948年〕の文協の実体は、お世辞にも「文化的」存在ではなかつた。（中略）そうは云つても、当時は文協の内容よりもその名前に幻惑され、実情を知らない地方の人の中には法人文協〔社団法人日本写真文化協会〕信者が多かつたのである。だから私達の運動の骨の折れたことも当然だつたのだ。³⁶

小川月舟は「関西写真家連合協会」を設立し、会長を務めている理由を「写真師たちの文化的・社会的力量の向上」と言い、それまでの写真師団体の「懇親」を中心にした活動に満足できなかつた³⁷。

「関西写真家連合協会」が一種の「同業者組合」と違ふのは、「講演会」「写真コンクール」を最も重要とし、それを50年間行つていたという点である。この二つの活動は写真伝来初期の「先生（講演会を通して）」と「芸術家（写真コンクールを通して）」としての写真師のアイデンティティーや誇りを、復活させようとする、小川月舟の考えが影響を与えたと思われる。

³⁵ 関西写真家連合協会『関写連50年誌』1999年、98頁。

³⁶ 同上。〔 〕は別途の表記がない限り、筆者によるもの。

³⁷ 同じような考えを持っていた人々によって、1950年代に「関東写真家連合協会」も結成されたと思われる。小川月舟は、2章2節に述べたように、「関東写真家連合協会」に原稿を投稿するなど関係を持っていたようだ。「関東写真家連合協会」や小川月舟との関係については今後の課題とする。

3-1 「関西写真家連合協会」の講演会

「関西写真家連合協会」は1948年から1998年まで、116回の講演会³⁸（審査評・研究発表を含む）を開催し、営業写真館に関係のある講演に限定せず、芸術写真や美術、哲学など、多様な教養についての講演が行われた³⁹。特に木村伊兵衛、林忠彦、古川成俊などの有名写真家たちや、金丸重嶺などの写真研究者が講演者として参加し、会田雄次（京都大学名誉教授「リーダーの条件」）、高坂正堯（京都大学名誉教授「世界の中の日本」）など写真や美術とは関係のない分野の講演者もいた。

116回の講演を幾つかに分類してみると、「営業写真関連（11回）」「写真館に必要な技術（16回）」「一般写真理論・美学（22回）」「写真関連教養（写真史など）、美術、一般教養（43回）」「経験談（6回）」「研究発表・コンクール批評（9回）」である（題目が書かれていないため確認できない場合が9回）。実務に関する講演よりは、全体的な教養を高めることに重点を置いていることが分かる。また1960年代初め頃までは営業写真・写真館に必要な技術についての内容と一般教養の講演の数がほぼ同じであったが、それ以降は一般教養関連講演の比率が高まり、その3分の2以上を占めている⁴⁰。このことから考えると、「講演会」は小川月舟が指摘していた「教養」という問題を解決するための活動であった。有名写真家や教授などの講演と共に、小川月舟、工藤清、小島寛治、尾内七郎などの協会の主要人物たちも、自分の経験や写真技術についての講演を行った。それは知識の伝達と共に、業界の主要人物や有名写真家と一緒に、同じ経験を共有するということを通して、写真師たちのアイデンティティを強化したのであろう。また、営業写真師も多くの種類の写真家の中で、肖像写真を専門分野とする「同等な写真家」であることを自ら再確認する切っ掛けになったと思われる。「関西写真家連合協会」のような写真師会は、「業界」といったその範囲が不確実な集団と比べて、より強い所属意識を持たせる存在であった。また、業界の有名写真師、他の分野の写真家たちと「経験を共有」したということで、写真師たちは彼らの姿を自らに投影し、自分のアイデンティティを確立・強化することができる。

社会人類学者中根千枝は、日本の集団意識の特徴による人間関係を三つのカテゴリーに分類している⁴¹。その分類によると、第一のカテゴリーは「ウチ」という関係、第二の

³⁸ 一つの時間割に三つの研究発表がある場合は1回として扱う。また、一つの講演が二つの時間割になっている場合も一回とする。

³⁹ 関西写真家連合協会『関写連 50年誌』316~317頁。

⁴⁰ この分類は講演の題目によっているが、実際の講演の内容には多少の違いがあると思われる。

⁴¹ 中根千枝『適応の条件』講談社現代新書、2014年（初版は1972年）、110~115頁。

カテゴリーは「知り合い」、第三のカテゴリーは「ヨソの人」である。このような人間関係の分類基準は「絶対的」というより「相対的」なものである。範囲を日本国内に限定して考えると、地域という集団の区切りにより、「関西人」にとって「関東人」は第三のカテゴリーになるが、範囲が世界になると、関東人は第一や第二のカテゴリーになる。また範囲を関西に限定すれば「大阪人」にとって「京都人」は第三のカテゴリーとなる。そして「日本の社会（職業）」を範囲として考えると、営業写真師にとって「営業写真業界の人々」は「その他の人々（第三のカテゴリー）」と区別される第一や第二のカテゴリーになる。その範囲をより狭めて「営業写真業界」に限定して考えると、「関西写真家連合協会」の人々にとって会員同士は第一・二のカテゴリーであり、会員以外の人々は第三のカテゴリーになる。中根はこのような人間関係の距離を決める要素として「共有経験」を取り上げた⁴²。人と人の間に「共有経験」があるということは、人間の間の距離を決める要件（人種、国籍などさえも）すらも弱体化して、お互いを第一・二のカテゴリーに入れ易くするのである⁴³。

「関西写真家連合協会」の講演会を通じた「共有経験」は一般の会員たちの「仲間意識」を高め、「ウチ」の範囲を広める機会を作るという面で、大きな意味を持つ。それは、受け入れる立場や人々によって異なるが、協会の活動に参加した人々にとって、第三のカテゴリー（「ヨソの人」）であった有名写真家や知識人たちを第一・二のカテゴリーに入れ、第二のカテゴリーの人であった業界の有名写真師たちを第一のカテゴリーに入れる環境を作る。このような作用は小川月舟が考えていた知識・教養の鼓吹と共に、会員たちのアイデンティティーや誇りを高める、シナジー効果を持っていたと思われる。

3-2 「関西写真家連合協会」の写真コンクール

「関西写真家連合協会」は講演会と共に、会員たちを対象として50回の写真コンクールを開催した。また、それと同時に受賞作や応募作からなる、「アルバム」を毎年発刊した。このような講演会や写真コンクールは「関西写真家連合協会」の最も重要な活動であった。「関西写真家連合協会」の役員の構成を見ると、会長1人、副会長2人、文化部長1人、総務部長1人、会計部長1人となっているが、この中で、講演会や写真コンクールを担当していた「文化部」は協会の核心部署であった。小川月舟が初代会長として活動し

⁴² 中根千枝『適応の条件』116頁。筆者が取り上げた「関西人」「関東人」などの例も、地域という物理的な空間やそれによる社会的な環境、地方文化を共有した経験によって形成された集団と考えることができる。

⁴³ 中根千枝は「共有経験」が、外国人に対しても、「ヨソの日本人」より強い「仲間意識」を持たせると説明した。

ていた時期には、工藤清が文化部長を担い、以後工藤清が会長となってからは尾内七郎が文化部長を担当した。1953年、当時の文化部長であった工藤清は協会や写真コンクールについて以下のように述べていた。

我が「関西写真家連合協会」は写真技術の研究を中心とする処の文化団体である事は、今更贅言も要しないのでありますが、其の中でも特にコンクール作品の発表は、大会での中枢をなすものであり、会員日頃の研究作品を一堂に集めお互いに謙虚な気持ちで批評しあい、研究するのがこの団体としての特色であります。(中略)

このコンクールの目的は現在のポートレイトに飽足りず、従来の営業写真の尤も欠点とも云うべき、外型的な美しさや、テクニックを主とした所謂、造った写真の悪い型式から脱皮し、(中略)新時代の潮流に遅れを取らぬ処にあります。⁴⁴

この引用文のように「関西写真家連合協会」は「写真技術を研究する文化団体」であり、写真コンクールは「新しい時代に遅れないように、これまでの形式から脱皮する」ことがその目的であった。すなわち、写真伝来初期に「先生」とも呼ばれた「写真師」という職業が持つ「威信」を取り戻し、写真という文化のなかで「プロらしい」役割を果たさなければならないということがこの協会の目的であったのだ。また、工藤清の文章を見ると「遅れを取らぬ」という表現を使っているが、それは工藤清が「遅れているか、遅れてしまう可能性がある。写真文化を導いてはいない。」と当時の状況を判断していたと思われる。ブルデューが執筆し、監修した『写真論 (Un Art Moyen)』には「写真家の威信」について以下のように述べられている。

写真家という種族が職業集団として自らを確立しようとするようになるのは、写真活動がより容易なるものとなり、従ってより特色のないものになった、まさにその時なのだ。少なくとも次の点に関しては意見が一致している。すなわち「この職業をもう一度価値のあるものにする」必要があること、「写真家の威信 (un prestige du photographe)」というものがあ
り、それを汚すものから護らねばならないこと、等である。⁴⁵

⁴⁴ 関西写真家連合協会『関写連 50年誌』55頁。

⁴⁵ ピエール・ブルデュー他、『写真論：その社会的効用』283頁。

「写真家の威信」は日本だけの問題ではなく、写真やカメラ関連技術が発達し、写真を撮る人々が増えるにつれ生じる必然的な現象なのである。「関西写真家連合協会」は、そのような問題を乗り越えるために、「組合」という集団の力を持つことより、写真師個人の力量を高めようとした。これは、大阪の他の写真師団体である「協同組合大阪写真家協会⁴⁶」などとの大きな違いである。

「関西写真家連合協会」の写真コンクールでは、1948年から毎年7人から9人が受賞し、1973年からは2人から5人が受賞した。人数が年によって異なる理由の一つは、賞に相応しい作品がない場合は賞を与えなかったからだ⁴⁷。1956年には1位の名称を「月舟賞」に改め、1974年には2位の名称を「工藤賞」に改めた。カラー写真が本格的に普及し始めた頃であった1964年から1965年には写真コンクールを「白黒部門」「カラー部門」に分けて行った。1966年から1973年までは「肖像部門」「人物自由部門」に部門が分けられていたが⁴⁸、それは当時の文化部長であった尾内七郎の「営業写真師は肖像写真の専門家でありながら、自分の作品も並行しなければならない」という考えによるものであった。以後1998年までは「人物自由作品」部門だけが行われた。「関西写真家連合協会」は人物や肖像写真を中心とした写真コンクール以外にも1951年から1998年まで「観光写真大会（風景など自由作品のコンクール）」を行い、会員たちの多様な写真活動を奨励した⁴⁹。

「写真館組合」ではなく「写真師が集まった文化団体」であった「関西写真家連合協会」は1998年を最後に解散することになった。その解散には様々な理由があるだろうが、もっとも大きな理由は「熱情の喪失」であったようだ。「関西写真家連合協会」で長い間活動を続けた藤森久嘉氏は、解散直前の雰囲気や以下のように記憶している。

日本の写真館は高度経済成長と一緒に成長してきました。1990年代に経済状況が悪くなるにつれ、多くの写真館の売り上げも下がっていたのです。残念ですが、その過程でかつて持っていた「(営業や作品制作を) 頑張ろう」という熱情を失った営業写真師たちが多かったで

⁴⁶ 1898年葛城思風などが結成した「大阪写真会」を継承した団体で、営業の面での協力、または懇親が主な目的であった。「関西写真家連合協会」の大阪地域会員たちは、懇親などのためにこの協会にも属している場合が多かった。

⁴⁷ 1963年と1971年には1位である「月舟賞」がなかった。厳しくコンクールの審査を行ったため、営業写真師たちにとって、このコンクールでの受賞は「荣誉」であったようだ。尾内七郎は1953年の1位（後の月舟賞）、藤森久嘉氏は1981年から1983年まで3年連続月舟賞を受賞し、曾和勝氏は1981年と1998年に月舟賞を受賞した。

⁴⁸ 1973年だけは「営業写真作品」「人物自由作品」に部門が分けられた。

⁴⁹ 関西写真家連合協会『関写連 50年誌』313頁。「観光写真大会」は1984年から1986年までの3年間行われなかった。写真コンクールと同じように1位や2位がない場合があり、審査が厳しく行われたと思われる。

す。その時期からはアマチュアの熱情がより高くなったと思います。結局、「関西写真家連合協会」が解散となった大きな理由には、熱情を持っている写真師たちが少なくなったことがあると思います。⁵⁰

「関西写真家連合協会」は1998年を最後に、公式活動を終え、それまでの活動を纏めた『関西連50年誌』を1999年6月1日（写真の日）に発行することで協会の役目を終えた。

2節 写真館

この節では、写真行為が行われる「写真館」という空間について考察する。

1 「写真館」という名称からの考察

前述（第1章1節）したように、「写真を撮る場所」の名称は「スタジオ（studio⁵¹）」である。また、その目的や特徴によって「ポートレート・スタジオ（portrait studio）」「商業・広告スタジオ（commercial studio）」などの形態で使われている。また、スタジオは元々画家や彫刻家のアトリエを示す単語でもあり、用途をより明確にし「フォト・スタジオ（photo studio）」などの形態で使われる場合もある。「フォト・スタジオ」の訳語として使われる単語には「写場」がある。

写場（スタジオ）をもち、客の注文に応じてその人の写真を撮影することを業とする店。⁵²

「写真館」は「写場（スタジオ）をもち、客の注文に応じてその人の写真を撮影することを業とする店」と定義されている。しかし、「写場」は、「スタジオ（特に写真スタジオ）」を示す言葉でありながら、「写真館」そのものの同意語としても使われている⁵³。

「写真館」を英語に訳すと、「写場」と同じく「photo studio」になる。つまり、「写真館」という単語はスタジオや関連施設を備えている店を示す言葉でありながら「フォト・スタジオ」の代わりの言葉として、一般的に写真スタジオの一つの形態を示す名称と

⁵⁰ 藤森久嘉氏インタビュー。(2016年10月17日)

⁵¹ 英語、フランス語。ドイツ語では「das Studio」。

⁵² 『世界大百科辞典（デジタル版）』平凡社、2007年「写真館」

⁵³ 『広辞苑第6版』岩波書店、2008・2009年「写場」

しても使われていることが分かる。「写真館」という言葉が、他の分野の写真スタジオが「〇〇スタジオ」と言われるのに対して、一つのまとまった単語として定着しているのは、写真の受け入れの過程で、写真館がその普及に大きな影響力を持っていたためにそれ以上分解不能な一まとまりの語として使用されてきたことを示している。また、「写真館」という言葉は、前述（第4章1節）した「写真師」と同様に、社会的認識の中で「営業写真」が他の分野の写真と別枠として捉えられていたことの証しでもある。

日本に初めて写真が伝来してから、「写真館」という単語が一般的に使われるまでには20年以上の時間がかかった。これは上野彦馬が1862年に開業した写真館の名称が「上野撮影局」であったことから確認できる。日本の写真館文化をそのまま吸収した韓国の場合も1880年代半ば以前までは、写真館の一般的な名称が「撮影局」であった。写真館の広告を兼ねている写真台紙を見ても、「写真館」という単語は「写真師」より使われた時期が遅い。

今日「写真館」という単語が一般名詞として使われているが、『沿革史』に載せられている写真館の商号を見ると、「〇〇写真館」だけでなく「〇〇社」「〇〇堂」「〇〇館」「〇〇軒」「〇〇商会」、人の名前など、様々な名称があり、今でも使われている。フィールドワークを行った写真館の中でも、「写場」という呼称を使った「小川月舟写真場⁵⁴」「オウチ写真場」、人の名前をそのまま用いた「ハナヤ勘兵衛」、「〇〇社」の形態の「栄光社」などが「写真館」を使っていない例である。また、「ニコニコプロフォト」の場合、2代目の経営者が「写真館という単語は、肖像写真のイメージが強い」と感じ、出張写真などの新たな業務を行うため、商号を改めたのである。

写真館という単語は「写真」と「館」から形成されている。日本で使われている「館」は「公共の大きな建物。また、それを数える語」である⁵⁵。「館」は普通に「美術館」「映画館」「博物館」などに使われ「旅館」や「〇〇会館」などにも使われている。この中で写真と比較的近い関係にある、「美術館」「映画館」「博物館」は「何かを見せる、人々が集まる建物」であり、「写真館」のように文明開化以後に形成された単語である。開化期に登場した新しい文物や、それと関係のある西洋式建物は人々にとって珍しいものであり、西洋文物の象徴でもあった。初期の写真館は「洋館」が多く、当時珍しかったガ

⁵⁴ 写真館の屋内の看板（玄関）には「小川月舟写真場」という名称を使っている。（第2章2節の図6参照）

⁵⁵ 『広辞苑第6版』「館」

ラスで屋根が作られている「新しい概念の建物」であったため、「美術館」「博物館」などのように自然に「館」がつけられたと思われる。

また、写真館は「写真を制作する」ことが本質ではあるが、多くの写真館はショーウィンドーを備え、広告目的の小さい「美術館」のような「ギャラリー」を持っている⁵⁶。「写真館」という単語が一般化されていった1880年代頃までは、写真は一般の庶民にとって高価なものであった⁵⁷。従って、繁華街の写真館は「写真を撮る場所」よりは「写真を見る場所」、すなわち「見もの」であった写真を「観覧」する場所として捉えられていたと思われる。また初期の写真館は、有名人や風景の写真などを展示・販売する場所でもあり〈図16〉、ギャラリーを備えている場合もあったので〈図17〉、自然に「写真館」になった可能性がある。

写真館が「ギャラリー」のような役割を果たすことができた背景には、写真が持つ特性があった。バルトは、その特性の一部について以下のように述べた。

「写真」が数かぎりなく再現するのは、ただ一度しか起こらなかったことである。「写真」は、実際には二度とふたたび繰り返されないことを、機械的に繰り返す。(中略)写真は、「ほら、これです、このとおりです！」というだけで、ほかのことは何も言わない。⁵⁸

写真は一回限りのことを無限に反復できるものであり、また同時にある対象を客観的に指す特性を持っている。それから考えると、顧客が写真館で写真を撮るということは、結局（その特性を認識していたか否かにかかわらず）「自分を見せる」結果になる。すなわち、自分を指す「写真」というものが無限に生成されることに原則的に同意する行為になるのである⁵⁹。そのような写真の特性は、複製という形で写真館において、「写真販売」という一つの営業手段を成し、最も基本的な写真館の営業広告の方法を定着させるなど、「写真館文化」の形成に大きな影響を与えた。

フィールドワークの中でもそのような写真の特性に由来する写真館の在り方が確認できた。まず、ビルの中に位置している「小川月舟写真場」や表に「機材店」と表示してい

⁵⁶ それは写真館以外の店においても同様であるが、当時の写真は一般庶民には珍しいものであり、新しい「視覚媒体」であったので、写真館の店頭の「ギャラリー」は、他の店の陳列台より、「見ものがある場所」という感覚が強かったと思われる。また、「店」の訓読みである「みせ」は「見世」とも表記される。

⁵⁷ 斎藤久紀「昔の写真料金」『写真館のあゆみ』114頁。

⁵⁸ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』9-10頁。

⁵⁹ 今日には「肖像権」「著作権」などで、それを法律的に制限している。

る「ハナヤ勘兵衛」以外は、すべての写真館が小さな「ギャラリー」のようなショーウィンドーを備え、広告を行っている。それは、「ここに写真館がある」というメッセージであり、商品である写真を見せることで、それを見る人に「写真行為」への参加を促した。また、大衆演劇の劇場などが多い地域である新世界の「ニコニコ写真館」は、新世界で活動する俳優や歌手たちの写真や、それをういた商品（キーホルダーなど）をショーウィンドーに展示し、販売も行っていった。地域の俳優や歌手の広報ギャラリーの役割や、その物品を販売することは、今日には殆ど見られない写真館の業務であるが、新世界という地域社会の特徴による独特な「写真館文化」の一例なのである。

2 空間としての写真館の特徴と役割

初期の写真館は、当時の写真技術上の問題であった感光度の低さを克服するため、ガラス屋根を備えた施設であった。コロジオン湿板写真が普及した後でも、表現のために光の調整が必要であり、撮影後素早く感光板を現像しなければならなかったため、暗室などの設備も備えている写真館は、営業の必須要素であった。

1839年ダゲレオタイプが発明され、1840年代初め頃から、アントワーヌ・クロードなどの写真師が登場し、「肖像写真」というジャンルやその技術・表現のスタイルが形成されていった。また、1850年代に、コロジオン湿板写真を用いたナダールやディズデリなどの写真師の登場は「肖像写真」というジャンルを「完成段階」に引き上げた。肖像写真はヨーロッパにおいて、一つの文化として定着し、それと共に、写真を撮影するスタジオという空間は「写真館文化」の一部になった。また、このような文化が日本に伝播され、日本にも写真館が登場し、日本的な写真館文化が始まった。その後、様々な変化を経て、現在に至っている。

「写真（肖像・証明写真など）を撮りに行く」という言葉は「写真館に行く」という言葉で代替できる⁶⁰。これから考えると、場所・空間である「写真館」は「写真師」より、営業写真を成すより大きな要素である。写真館は写真行為が行われる「建物」であり、「動かない、固定されている空間」である⁶¹。すなわち、建物はその外と分割された

⁶⁰それは「髪をカットしに行く」が「美容院に行く」に代替できることや「買い物しに行く」が「スーパー（市場など）に行く」と代替できることと同様である。しかし、デジタル写真時代である今日では「写真を撮りに行く」という言葉は、写真館に行かず、駅やコンビニなどにある証明写真ブースや、スマートフォンなどで証明写真を撮り易い場所へ移動することを示す言葉としても考えられる。

⁶¹多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』16頁。多木浩二は以下のように「建築物」を「その外部と分けられた空間」として説明した。「建物はなによりも世界を内部と外部というふたつの部分に分割する。建物の実体がこの境界をなしているが、内部に入ると、建築から外に出ることは、絶えずふたつの世界の間の移行を経験することになる。」

もう一つの「別世界」を構築する。写真館は外部と区別される空間で、写真館で写真を撮る行為は、この空間（「別世界」）を経験する一種の非日常的な行為でもある。このような経験は時代や社会的背景、受け手によって、違う形態で現れる。

日本において写真伝来初期の写真館は西洋文化を象徴する空間で、西洋文物を体験できる空間だった。これは初期の多くの写真館の外観やそこで制作された写真に表れている西洋式写真背景、小道具、服装などでも確認できる。それは実際の西洋ではなく、その象徴なのである。すなわち、写真術という西洋に由来する技術を基にした「象徴としての西洋」を体験する空間だったのである。

一方、それを体験する受け手が日本に来た外国人である場合、写真館は彼らにとって日本の象徴物になる。すなわち「外国人にとっての日本（の象徴）」を体験する空間なのである。

写真館、特に写真館のスタジオは空間として、演劇の劇場と類似性を持つ。演劇（商品）は舞台（空間）、俳優（売り手）、観客（顧客）で構成され、営業写真（商品）はスタジオ（空間）、モデル（顧客）、写真師（売り手）で構成される。演劇の劇場、特に舞台は、俳優と観客がその上で行われる芝居を「真実」として信じる「約束の空間」である。写真館のスタジオも同様の特徴を持ち、その写真が撮られる時、（特に写真伝来初期には）西洋人の真似をする日本人・日本人の真似をする西洋人と写真師はそれが「真実」であるように演じ⁶²、撮影する「約束の空間」である。これは、その空間が持つ一種の文化である。また、いくら素晴らしい演劇でもフィクションであるように、写真も日常ではないことを、その行為に参加した人々は認識している。

写真館のスタジオという空間が持つ、劇場の舞台のような性質は、写真が持つ特性と関係がある。筆者はそれを「演劇性」と言いたい。バルトは、写真が持つ一種の「演劇性」について以下のように述べた。

自分がカメラを通して眺められていると感ずるやいなや、事態は一変する。私はしきりに
《ポーズをとり》、またたくまに自分のもう一つの肉体をつくりあげ、前もって自分を映像に
変身させる。⁶³

⁶² 演劇の場合は俳優の方が専門家であるが、写真の場合は演劇での観客の役割をする、写真師の方が専門家であり、売り手なのである。それによって、顧客の演技力が足りず、顧客自らが欲しがったこととは違う結果も生じる。また、演劇の場合はストーリーがあり、セリフがあり、動きがあるが、写真は静止してポーズを取る必要があるだろう。

⁶³ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』18頁。

写真に撮られるという行為は、本来の自分とは違う「もう一つの肉体をつくりあげ」という面で、写真館の顧客の行為は、あるキャラクターを演じている俳優の行為と似ている。写真館に行き、写真を撮るという行為はある種の「演劇性」を含んでいるが、その最終的目標は「イメージ⁶⁴」をつくることである。バルトは写真の「演劇性」について「他者」という言葉を用いて説明した。

「写真」は、自分自身が他者として出現すること、自己同一性の意識がよじれた形で分裂することを意味するからである。⁶⁵

バルトが述べたように、他者としての自分自身を出現させることは、写真が持つ特徴であり、写真の本質を成すものの一つである。すなわち、写真館は「他者としての自分自身（写真）」を出現させる、一種の演劇性を持つ「約束の空間」であり、その他者の生成の「背景」を提供する「象徴」としての空間である。

演劇は「祭儀」という儀式に由来するとされている。それから考えると「演じる」ということは一種の「儀式」であり、営業写真はその儀式を写真画像として留める「儀式の重なり」なのである。日本において、その「重なった儀式」は近代化や社会環境の変化と共に、様々な形態に発展してきた。例えば、伝来初期の写真が「個人のアイデンティティ」の確認としての儀式であったとすれば、核家族化が進むことにより、「家族のアイデンティティ」の確認としての儀式の役割を果たすようになった。すなわち、写真は社会変化により個人や集団のアイデンティティが揺らぐ度に、それを補う「儀式」としての役割を果たしてきたのである。

3節 「家」の「儀式」としての写真館文化

日本に写真が伝来した後、写真は社会、文化に溶け込み、日本的な写真文化が生まれた。その過程で写真館は一つの大きな流れを成し、営業写真館だけの独特な特性を持った「写真館文化」を創り出した。それは、単純に写真技術だけにかかわる文化ではない。その形成は日本的な社会、文化の意識を基に始まったのである。また、日本で行われていた

⁶⁴ 心に思い浮かべた像。

⁶⁵ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』21頁。

儀式と結びつけられ、発展し、「写真館文化」は一つの「儀式」の形態になった。ここでは、その「写真館文化」が持つ特性を「家」という観点から考察する。

1 日本の「家」制度

開化期以来、社会制度が近代式に整備されるにつれ、集団文化は日本の新たな土台になっていった。その社会制度は開化以後の日本社会、文化を構築し、そこから多くの事象が現れてきた。日本の集団文化の土台となった、基本的な制度として「家」制度がある。これは開化期の近代天皇制と共に形成され、西洋の家族制度とは異なっていたとされる。ジェンダー・文学研究者西川祐子は、日本の「家」制度と西洋社会の家族制度の違いについて以下のように述べた。

共和制ではない天皇制の日本の、明治民法の戸主に与えられた戸主権および家族にたいする保護義務と、共和制の国家の男性市民に与えられた権利および義務とのあいだには、思ったほど違いはない。(中略) [しかし、違いは] すべての国民がいずれかの「家」に入ると定め、(中略) 決定的なちがいは「家」の上位集団は、直接に国家である点にある。(中略) 明治政府は民法上の「家」制度をつくりあげ、家長である戸主に強い権限を与えた。同時に (中略) 天皇家を国民の宗家、天皇家と各家の関係はいわゆる本家と分家の関係、天皇家の神話的先祖である天照大神は国民全体の先祖であると (後略) [した]。⁶⁶

西川によれば、日本の「家」制度の本質は、日本という国家を一つの大きな集団である「家」と見做し、個々の「家」を、国家を成す小さな集団として規定される。

第4章1節で述べたように日本の人間関係は「ウチ」「知り合い」「ヨソの人」の三つのカテゴリーに分けて考えることができる⁶⁷。「ウチ」という概念は抽象的であり、相対的であるので、適用する範囲や条件によってその「ウチ」の範囲が変化する。近代天皇制の日本の社会で、最も大きな「ウチ」は国家であり、その「ウチ」の最小単位は「家」である。そのような「家」を基にした集団意識に始まり、様々な社会的集団は、属している個人が自らのアイデンティティを確認・強化する「場」として働く。南博はそれを「集団我」という言葉を用いて以下のように説明した。

⁶⁶ 西川祐子「近代国家と家族」『〈家族〉の社会学』岩波書店、1996年、78~79頁。

⁶⁷ cf. 中根千枝『適応の条件』110~115頁。

日本人の自我は集団との一体化を媒介として集団我の意識を生む。そこで自我は集団我をふくんで拡大強化される。そうして集団の決定力を、自己の決定力と思いこみ、集団の実行力を自分の実行力と見なすようになり、自我は集団我によって強化されることで、個人の決定不安を一応解消することができる。⁶⁸

様々な集団の中に属し、その集団に自分を投影するのはアイデンティティの構築の一つの方法である。また、近代日本の「家」制度は、その根幹となる社会的背景でもある。そのような「(国家までつながる)家」という集団は戦前まで日本人の拠りどころであり、戦後は職場という集団がその役割を吸収した⁶⁹。

日本における集団意識は、時代や社会環境によって、その姿や形態が変化したが、その意識の根幹は「家」にある。家は、通過儀礼が行われる最小単位であり、それは近代から形成された社会システム⁷⁰と共に「写真館文化」を成り立たせた。筆者は日本の営業写真館で主な業務として行われている様々な写真を、「記念写真(家族写真を含んで)」「人の代用物としての写真」「集合写真」という重なり合う三つの機能に分けて考察していきたい。

「記念写真」には、伝統的通過儀礼による「お宮参り」「七五三」「成人式」「結婚」記念写真などがあり、近代社会システムによる「入学・卒業」記念写真などがある。「人の代用物としての写真」には、一定の社会的目的を持つ「お見合い写真」「証明写真」「遺影写真」や、写真館が成り立つ根源となった「肖像写真」がある。「集合写真」は複数の人(家族以外の人々も含んで)が撮影された写真で、記念写真や人(集団)の代用物の役割はもちろん、人間関係を確認し、強化する役割もする。

「記念写真」と「人の代用物としての写真」はその写真行為が起こる動機に大きな違いがある。写真そのものの目的は「見ること」にある。「記念写真」は本人や本人の家族が見ることをその目的として撮影される、「祝祭の反復⁷¹」、すなわち何かを記念するために創られる写真なのである。しかし、「人の代用物としての写真」は、他の人々にそれを見せることが目的なのであり、「時間的」「空間的」制約を乗り越え、その役割を果たす。セ

⁶⁸ 南博『日本的自我』21・22頁。

⁶⁹ 同上、110頁。

⁷⁰ 近代以後の学校、軍隊、企業など。

⁷¹ ピエール・ブルデュー他、『写真論：その社会的効用』34頁。

ルジュ・ティスロン (Serge Tisseron, 1948~)は写真が持つ一つの特徴について「[写真は] 一人の人間が見ることのできる時間的な限界を超えてしまっている」し、「思考の作業を助けることができる」と説明した⁷²。「人の代用物としての写真」は、そのような特徴に基づいている。

2 「記念写真」「家族写真」

写真館に行き、お宮参りの記念写真を撮影するのは、おそらく大抵の日本人にとって、写真館という場所の初めての経験であろう。お宮参りの記念写真は、親が子供（赤ちゃん）を抱いて撮影する「家族写真」の形態が多く、子供だけを撮影する場合もある。写真館でそのような撮影を行うのは、子供が元気に生まれたことを家族が祝う儀式であり、まだ子供が認識することのできない「祝い事」を記録することにその目的がある。写真の「主人公」である子供は、自分が思い出せないその瞬間を、成長してから、その写真を見ることを通して認識できるようになる。

お宮参り以後の、伝統的通過儀礼によって行われる記念写真には七五三・成人式の記念写真がある。これらの写真の中には親が登場しない。子供は成長し、大人になり、結婚して新しい「家庭」を作り、親から独立する。

ティスロンは、写真の特性の一つを以下のように説明した。

眼に見える事物を、それを包み込む眼に見えない空間へと結びつけることで、写真は世界の本質的な連続性を像として出現させるのである。⁷³

ティスロンが述べた側面から「記念写真」について考えると、それらの写真は被写体（モデル）を、その背後にある家族などの社会的背景と結びつけることができる。そのため、子供の成長過程の様々な「記念写真」の中には「親」が表れていないが、我々はその写真の背後に親のイメージが浮かび上がるのを感じるであろう。また、それは殆どの人が親と子供の関係や、成長過程などについて共通の経験を持っているからである⁷⁴。

⁷²セルジュ・ティスロン『明るい部屋の謎：写真と無意識』青山勝訳、人文書院、2001年、19頁。(Serge Tisseron, *Le mystère de la chambre claire : Photographie et inconscient*, Les Belles Lettres/Archimbaud, 1996)

⁷³同上、128頁。

⁷⁴哲学者ヴィレム・フルッサーは「画像とは「外延的」（一義的）なシンボルの複合体ではなく、「内包的」（多義的）なシンボルの複合体」であり、それは画像が「解釈の余地を残している」ことであると説明した。「解釈の余地」によって、その写真を見る人が経験や認識などを基に、「自分の固有の意味を獲得する」ことができるだろう。写真館での記念写真は一種の決まった「家族の儀式」であり、「家族」という共通経験・社会的認識を持っている我々は、家族を最初に

誰かが見る他人の写真は、大抵の人が持っている共通の経験によって、イメージそのままだけではなく、社会的定義、すなわちコード化された形態で捉えられる⁷⁵。また、そのように受け入れられた「コード」は、自らの経験（細部の記憶など）と絡み合い、イメージの外部（写真にイメージとして表れていないもの）という「見えない場」を創り出す⁷⁶。すなわち「記念写真」は、通過儀礼を記録する「儀式」でありながら、定型化された「コード」を創り出す「儀式」でもある⁷⁷。また、その「儀式」を行う行為は、大衆の「共有経験」として、消費社会の中で「社会階層」という集団を創り出すのである。

伝統的な通過儀礼ではなく、近代的社会システムによって生成された（擬似的）通過儀礼の代表として、「入学式・卒業式」がある。この写真は学校という家族以外の集団に属する（入学）ことや、その集団での目標を成就したこと（卒業）を記念する写真であり、多くは「家族写真」の形態で撮影される（卒業の場合は、入学より「家族写真」の形態で撮影される比率がより高い）。子供の入学や卒業は、単に子供だけの祝い事ではなく、その子供を育てた親の子育ての成就の言祝でもある。そのため、入学・卒業という行事は、お宮参りの記念写真のように「家族写真」を撮影する大きな「切っ掛け（口実）」でもある。

伝統的な通過儀礼・近代的社会システムによって成り立った記念写真以外にも、時代や各地域社会の特徴によって生じた記念写真があり、様々な「写真館文化」を成す。「新年記念写真」「マタニティフォト」「誕生百日写真⁷⁸」「誕生日記念写真⁷⁹」「長生きお祝い写真⁸⁰」「ペット写真」「(地域の特性による)観光記念写真」などがその例なのである。

繁華街である大阪新世界の「ニコニコ写真館」の場合、戦前、新世界に遊びにきた人が気軽に撮れる、小さなサイズの安価な記念写真を販売したことがある。また2000年代半ばからは、1920年代の新世界の写真にモデルを合成する「タイムスリップ写真」や、通天閣を背景にして、その前に座っている真田幸村のイメージにモデルを合成する「新世界観光記念写真」を撮影した。住宅地域である兵庫県加古川市の「アケミ写真館」は、伝

思い出す場合が多いと思われるが、違う社会的背景などを持っている人々は、それから違う意味を獲得することもできるだろう。

ヴィレム・フルッサー『写真の哲学のために：テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』深川雅文訳、勁草書房、1999年、16頁を参照。（Vilém Flusser, *Für eine Philosophie der Fotografie*, European Photography, 1983/1997）

⁷⁵ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』90頁。

⁷⁶ 同上、69頁。

⁷⁷ 息子・娘としての個人、新入生・卒業生としての個人など、家族や社会での役割を定型化した像として創り出すこと。

⁷⁸ お宮参りの場合、行う時期などに地域差があり、「百日写真」がお宮参り記念写真を兼ねる場合もある。

⁷⁹ 1歳の誕生日記念写真として行われる場合を含めて、特に子供を対象にする場合が多い。

⁸⁰ 遺影写真を兼ねる場合もある。

統的通過儀礼の記念写真以外にも「マタニティフォト」「誕生百日記念写真」「1歳の誕生日写真」などを撮影している。同じ住宅地域である加西市の「栄光社」は「誕生日記念写真」「新年記念写真」「長生きお祝い写真」「写真年賀状制作⁸¹」などのサービスを行っている。また姫路市の「オウチ写真場」は「ペット写真」を撮影しているが、これは核家族化により、ペットを家族の一員として考える傾向が表れたことの影響なのである。

営業写真館はこのような地域の特徴（立地の特徴、住民構成の特徴など）によって、多様な写真館文化を形成した。これは地域社会の地理的・社会的特徴や住民（流動人口）の構成（年齢、家族数、職業、住民か観光客かなど）によって、顧客が要求する写真の種類やスタイルが違うために生じる特徴なのである。写真館は前述（第4章2節2）したように「象徴と儀式」の空間であるが、そのような「文化」を商品とする「店」であるため、地域の特性により異なる「写真館文化」が生じることは当然の結果でもあろう。

3 「人の代用物としての写真」

今日、日本の営業写真館で制作されている「人の代用物としての写真」の代表的な例には「肖像写真」「お見合い写真」「証明写真」「遺影写真」などがある。写真はそれがどう使われるかによってその性質が変わる。「成人式記念写真」を「お見合い写真」として使うことができ、肖像写真や記念写真を「遺影写真」として使うこともできる。しかし、ここで筆者が挙げた幾つかの写真は、その写真を撮るという行為が、「人の代用物」を目的として始まったという点で、他の写真と分けて考察する。

「記念写真」「人の代用物としての写真」の二つの分類から、写真が持つ特性を考えると、それぞれの大きな特性は「時間（記念写真）」と「対象（人の代用物としての写真）」である。バルトは、これらの特性について以下のように述べた。

重要なのは、写真がある事実確認能力をもっているということであり、「写真」の事実確認性は対象そのものにかかわるのではなく、時間にかかわるということである。現象学的観点から見れば、「写真」においては、確実性を証明する能力が、表象＝再現の能力を上まわっているのである。⁸²

⁸¹ DPE店の業務を兼ねているために可能なサービスである。DPE店の業務を兼ねている兵庫県芦屋市の「ハナヤ勤兵衛」も同じサービスを行っている。

⁸² ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』108頁。

バルトは写真が持つ特性を「(時間の) 確実性を証明する能力」と「表象＝再現」の能力に分けて考えたが、その中で「(時間の) 確実性を証明する能力」をより大きな写真の能力と考えた。今日の営業写真館においては「(時間の) 確実性を証明する能力」を生かした業務が「記念写真」であり、「人の代用物としての写真」は「表象＝再現」の能力を生かしたものである。「表象＝再現」は写真が登場するまで、主に絵画や版画などが果たした役割であった。バルトは「(時間の) 確実性を証明する能力」を写真が持つ最も大きな特性と考えたが、「表象＝再現」の面での「確実性」を考えて見ると、写真が持つ「写実的な描写」の能力は、絵画や版画などと比べられないほど細密なのである。

「人の代用物としての写真」は、ある人物の「外見 (私的な要素)」を再現したものであるが、それは「公的な役割」を果たすイメージであり、すなわち「公的な他者としての自分」になるのである。「肖像写真」「証明写真」「お見合い写真」「遺影写真」などがその「人の代用物としての写真」であるが、それらはそれぞれ違う特性も持っている。「肖像写真」「遺影写真」は、写真を見る人々がいる空間・時間に写真が表象している人がいないため、写真が「その人物の代わり」をする。「証明写真」「お見合い写真」も同じような特性を持っているが、それらはむしろ、「会わない (実物を見ない) ために見る写真」なのである⁸³。すなわち、「見ないための手段」であるそれらの写真は、採用などの人事業務の効率性や、見合いで好みではない人をフィルタリングする目的として使われている。要するに「会う必要のない」人に会わないための写真なのである。

「お見合い写真」は日本において結婚を準備する段階での「儀式」であり、日本的「写真館文化」の一つである。韓国は日本の「写真館文化」の影響を多く受けたのだが、今日「お見合い写真」の形態の写真は殆どない⁸⁴。また、商品名になっている「お見合い写真」に当たる言葉も存在していない。日本において「お見合い写真」が現在のように、確固たる名称を持つことになり、一般化されたのは、写真が「皆の物」になった1960年代からだと思われる。それは

高度経済成長期に、「結婚情報」業者や、大型結婚式場、ホテルでの結婚式などが登場したと共に関、結婚という通過儀礼にかかわる行事・仕事が「産業」になっていった⁸⁵。伝統的な社会での見合いは「世話役」が、「お見合い」をする男・女、両方の人を良

⁸³ 身分証明書などの「証明写真」はその目的が異なり、身分の確認が目的である。

⁸⁴ 韓国の場合、写真館の写真は「綺麗に演出された写真」という認識が強く、お見合いのためには、むしろ日常のスナップ写真などが好まれる。

⁸⁵ 地域の特性によって差はある。兵庫県加古川市では1980年代末頃までも、家の庭などで撮った写真も「お見合い写真」として使われたようだ。普通は「成人式記念写真」を「お見合い写真」として使った。(廣田ゆかり氏インタビュー)

く知っており、紹介を行うが、現代社会での見合いは、結婚情報会社の「コーディネーター」が「業務（写真やプロフィールなど表の情報だけを知っている）」として行う場合が多い。また「お見合い写真」は、このように産業化・規格化された結婚文化に、同調・参加する道具として使われ、それを撮影する行為は、通過儀礼のための一つの儀式になっている。

4 「集合写真」

ダゲレオタイプが登場した後、「肖像写真」という商品の制作を業務とする営業写真館が登場した。ダゲレオタイプは複製による大量生産が不可能であったが、カロタイプや後のコロジオン写真は、ポジ・ネガ法によってイメージの大量生産が可能であり、その特徴は写真館の業務に大きな影響を与えた。カロタイプを用いた写真師であった、ロバート・アダムソンとデイヴィッド・オクタヴィウス・ヒルが経営したエディンバラの写真館は、「撮影担当」であったアダムソンが亡くなった後にも、彼が撮影しておいた写真をプリントして販売する形で営業が続けられた。また、後のコロジオン写真の時代（1850年代頃）にも有名人などの写真を複製・プリントし、販売することは写真館の重要な業務の一つであった。このように写真が持つ「複製・大量生産可能」という特徴は、また「集合写真」を成り立たせた⁸⁶。

「集合写真」が持つ「肖像写真」との違いは、複数の人を撮影することによって、「人物の関係」を記録することであり、また、個人としての人物ではなく一つの集団の中での役割や位置、関係など、「(集団の中での) 公的人物」としての一人一人を表す、「集団の写真」という点にある。それは前述（第4章3節2）した「家族写真」でも現れる特性である。家族という一つの集団を撮った「家族写真」は、集まっている各個人の写真であるが、写真にはその集団の中での役割、すなわち、家族という関係の中での一員としての姿が（コード化されて）表れる。そのように個々の「私」を（集団の一員という）「公」化することは「集合写真」が持つ重要な能力なのである⁸⁷。すなわち「集合写真」は「個人の外見」ではなく「集団の中の個々における社会的関係」のイメージ化である。

一、2016年11月5日）大阪市内の「小川月舟写真場」の場合は、戦前にも「お見合い写真」のような用途で使われる写真を撮影した。

⁸⁶ 「複製可能」という特徴は、集合写真に参加した人々が「完全に同じ」写真を持つことを可能にさせた。

⁸⁷ cf. ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』122~123頁。

「集合写真」は、「社会的関係の記録」であり、写真撮影に参加した人々に集団への帰属感を感じさせ、集団の一員というアイデンティティーを確認・強化する、一種の「共有経験」の「証」になる。「集合写真」の場合はその写真撮影に参加した人々全員が同じ写真を所有することが一般的であり、集団の一員である人が撮影に参加できなかった時に、その人の顔の写真をその「集合写真」に付け加えることもある〈図 18〉。このようなイメージを通じた、集団のアイデンティティー（集団の中での社会的関係を含め）の記録は、写真が登場する以前に、絵画でも行われていた。ヨハン・ゾファニー（Johann Zoffany, 1733~1810）の「王立アカデミーの会員たち（1771~2）」〈図 19〉はその例である。この作品はアトリエを背景として描かれているが、当時は「アトリエは女性にふさわしくないという規範」があったため、その規範を回避するために、二人の女性の会員を壁に掛けられた肖像画として描いた⁸⁸。この例で分かるように、写真は、それ以前までに絵画が果たしていた役割を継承している。また、写真が持つ「時間の確実性の証明」という機能は、イメージの中の人々に集合写真撮影という「共有経験」をさせ、写真の大量生産の能力は、その「公的イメージ」を私的に所有することを可能にさせた。

今日、日本の多くの営業写真館が制作する様々な「集合写真」の中で、「結婚式の集合写真」は他の「集合写真」とは少し違う特性を持つ。それは、「結婚式」という重要な行事とかかわっており、日本だけでなくフランスなどでも、他の集合写真などと違う特性を持っている。

フランスの場合は、ブルデューの以下の引用文のように、結婚式での集合写真などを祝い客が購入する行為を通して、お互い（結婚する人と祝い客）の関係を確認・強化する。

「グループ写真、それは強制的です。それを買わない人はけちな鼻つまみ（picheprim）ということになるでしょう。それは招待した人たちへの侮辱でもあり、また思慮を欠く行為ともなるでしょう。テーブルについた以上、見られているのです。否を言うことはできません」。⁸⁹

⁸⁸ キャロリン・コースマイヤー『美学、ジェンダーの視点から』長野順子・石田美紀・伊藤政志訳、三元社、2009年、133頁。（Carolyn Korsmeyer, *Gender and Aesthetics: An Introduction*, Routledge, 2004）

⁸⁹ ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』25頁。

フランスの結婚式では祝い客が祝い金を払わず、その代わりに祝い客は自分が撮られた写真を購入する⁹⁰。それが礼儀という約束であり、「儀式」なのである。

日本の場合「結婚式の集合写真」は、一般的に結婚の当事者やその家族が見るための写真なのである。その写真には「主人公（結婚する人）」がおり、「結婚式の集合写真」はその主人公のために撮られた写真であるからだ⁹¹。すなわち、その主人公は写真に撮られた祝い客（その結婚式の証人でもある）との関係や親交を確認することを通して、これまで自分が属していた「家」と結婚相手の「家」の結合、また、そこから生み出される新しい「家庭」のアイデンティティーを確認する「儀式」なのである。

全ての「集合写真」は「記念写真」でありながら、「備忘録」としての役割も果たす。「集合写真」の「備忘録」としての特性は「社会的関係の記録」でありながら、その関係を「維持」する役割をする。それは核家族化社会での「結婚式の集合写真」が果たしている役割でもある。核家族化により、結婚式や葬式だけで会える遠い親戚は、伝統的な社会での「ウチ（第一のカテゴリーの人間）」よりは、単なる「知人（第二のカテゴリーの人間）」のような関係になっていく傾向がある。結婚式で一緒に撮る集合写真は「ウチ」であることの、一つの証拠なのである。スーザン・ソントグ（Susan Sontag, 1933~2004）は、この証拠を「亡霊の痕跡」として説明した。

どういう活動が写っているかは問題ではなく、写真が撮られて大事にされていけばいいのである。ちょうどヨーロッパとアメリカの工業国で、家族制度そのものが根本から揺らぎはじめたときに、写真が家庭生活のひとつの儀式になったのである。あの密室恐怖症的な単位である核家族が大家族集合体から刻み出されたところへ写真がやってきて、ぎくしゃくした家庭生活や、薄れていく親戚付き合いを記念写真に撮って、改めて象徴的に明示したのである。そういった亡霊の痕跡〔ghostly traces〕である写真は、散らばった縁者の存在の証拠となっている。⁹²

⁹⁰ 祝い客が写真を買わないか、結婚する人が（写真師を呼んで）祝い客の写真を撮らないのは失礼とされる。ピエール・ブルデュエ他『中間芸術』ジュヒョンイル訳（韓国語版）、現実文化研究、2004年、45頁（訳者注）。（Pierre Bourdieu, Robert Castel, Luc Boltanski, Jean-Claude Chamboredon, *Un art moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Les Editions de Minuit, 1965）

⁹¹ 普通の集合写真には決まった主人公がいない。主人公は各自が見る自分なのである。しかし、結婚式の集合写真での主人公ではない自分は単なる背景に過ぎない。結婚式の当事者から、自分が写っている結婚式の集合写真をプレゼントとしてもらったとしても、自分が背景に過ぎないということは変わらない。

⁹² スーザン・ソントグ『写真論』15頁。

ソントグのこの引用文のように、核家族化社会での「(伝統的) 家族」の写真は「亡霊の痕跡 [ghostly traces]」、言い換えれば「実体のないものの痕跡」である。すなわち「結婚式の集合写真」は「(実体を既に失った) 縁者の存在の証拠」なのである。また、ソントグは写真を「経験 [experience] の証明の道 [way] にはあるが、また経験を拒否する道でもある⁹³」と説明した。「経験 [experience]」は時間にかかわる現象である。結婚式での(遠い親戚が集まって撮る) 集合写真は、「家族」が結婚式(より正確には結婚式の集合写真)という「儀式(の時間)」を経験した記録である。また、その記録という証拠は、既に消えてしまった「家族」の実体が「かつてあったことを皆が認識している」ことを証明する。すなわち、結婚式の集合写真は「家族の実体が既に消えてしまった」という現実(現在)を感じてしまうことを「拒否する(否定する)」方法として使われる。その写真を撮る行為は「家族の実体が消えていない」ように、思い込むための芝居であり、「儀式」なのである。

バルトは「証拠」としての写真について次のように述べた。

「写真」の場合、事物が(過去のある瞬間に) 現存したという表現は、決して隠喩ではない。生物に関して言えば、それが生きていたという表現もまた、決して隠喩ではない。(中略) 写真は、その現実のものを過去へ押しやる(《それは=かつて=あった》)(後略)⁹⁴

写真の「証拠」としての特性は、バルトが定義した写真のノエマ、「それは=かつて=あった」から成り立っている⁹⁵。結婚式での集合写真は、「過去のいつかに家族の実体が存在していたことを皆が知っており、その証拠を残すために集合写真という儀式を行った」という証明なのである。

写真館で撮影される(または出張撮影される) 多くの写真は、バルトが言った写真のノエマにその基盤を置いている。写真館の写真は、何かを記念する「儀式」の瞬間に、その「(曖昧な) 経験に形を与える (gives shape to experience)⁹⁶」二重の「儀式」なのである。その「儀式」の瞬間を所有しようとする人々の欲望は「写真館文化」を成り立たせ

⁹³ スーザン・ソントグ『写真論』16頁。

⁹⁴ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』96頁。

⁹⁵ 「(一緒に結婚式などで集合写真を撮ったという) その共有経験は=かつて=あった」とも言える。

⁹⁶ スーザン・ソントグ、前掲書、16頁。(日本語版には「おかげで経験に恰好がつく」となっている。「(曖昧な) 経験に形を与える」は筆者が英語版を参考し、訳したものである。)

た。また、その「写真館文化」に、日本的な慣習・意識・地域社会の特性が絡み合い、日本特有の「写真館文化」が形成されたといえよう。

図版



図1 内田九一の営業のための広告。『写真館のあゆみ』所収。



図2 「俳優寫真競」。『写真館のあゆみ』所収。



図3 「東京寫真見立競」。『番付集成(下)』所収。

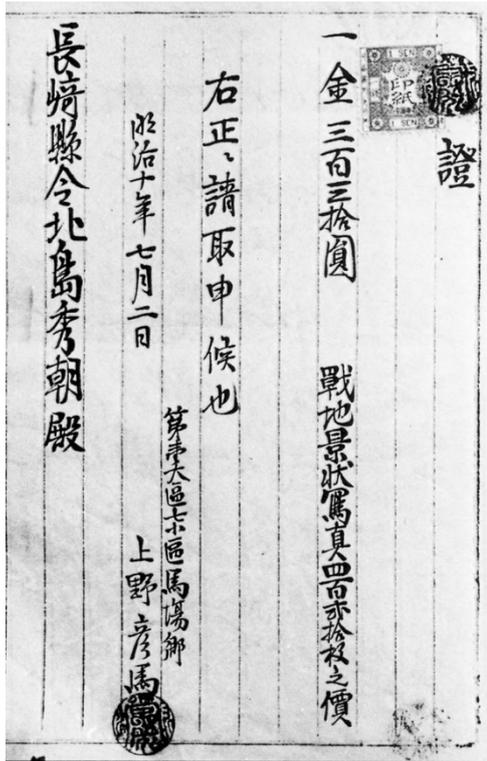


図4 上野彦馬の領収証。『写真館のあゆみ』所収。

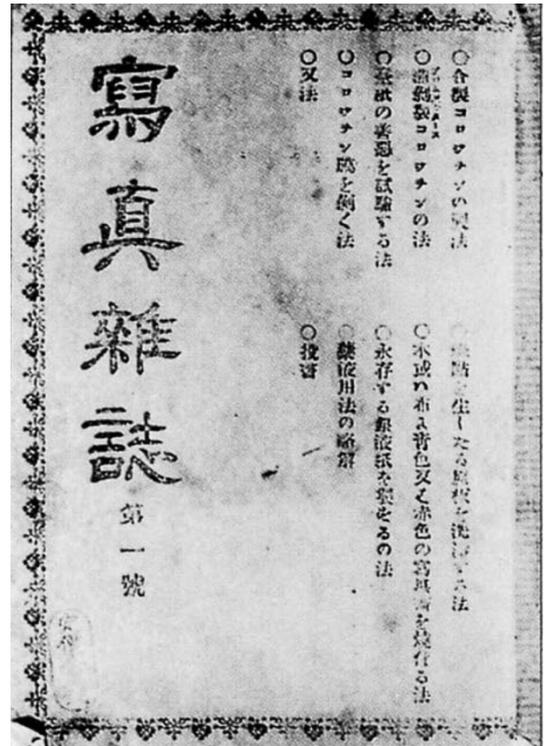


図5『寫真雜誌：第一號』。『写真館のあゆみ』所収。



図6「第一回内国勸業博覽會」の賞状。『写真の開祖上野彦馬』所収。

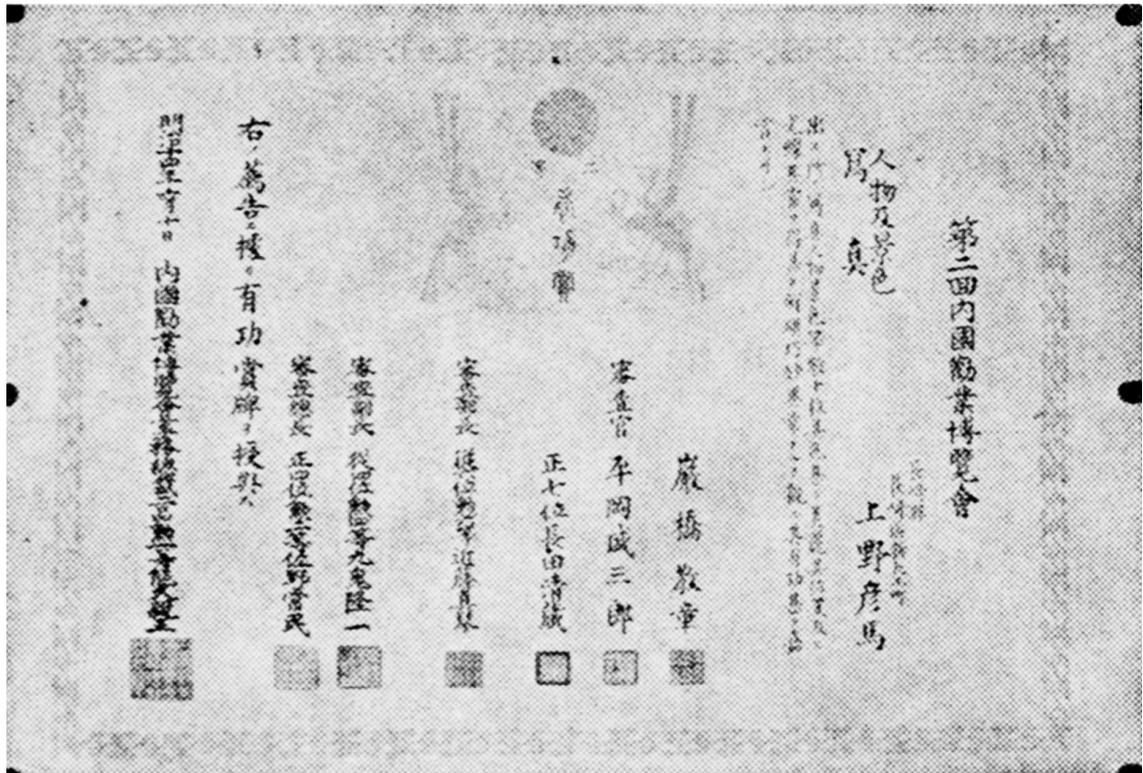


図7「第二回内国勸業博覧会」の賞状。『写真の開祖上野彦馬』所収。

冊ナ
格別
少ニ
入
衛
更ニ

スラ、趣旨ニ基キ先ニ府下平野町四丁
目赤松彌七ト結納シ同家ニ販賣店ヲ開
設セシ所猶又今般府下北區天神筋町開
子商伊藤庄三郎ト結納シ本月八日ヲ以
テ同家ニ販賣店開設ス依テ此旨附言ス
大坂府下西成郡川崎村二百十七番地
明治十五年十一月

伊藤 契信

○建家○船○器具類○多人列席依頼ニ應
ヲ出寫ス 大坂南區難波新地中筋

寫眞業 守田來三

賣家廣告

一内安堂寺町警察署東横手建家三十五坪
疊建具を添地所凡三百六十坪今般賣却仕
度候間御望之諸君左之兩名へ御來車乞
南區内安堂 小坂富之助

図8「朝日新聞（大阪）」に載せられた守田來三の広告。
「朝日新聞」1882年11月10日。

図9 「写真師」や「Photographer」が書かれている写真台紙。『写真館のあゆみ』所収。





図10 小川月舟が使った1920~30年代の台紙。田中栄太郎所蔵。

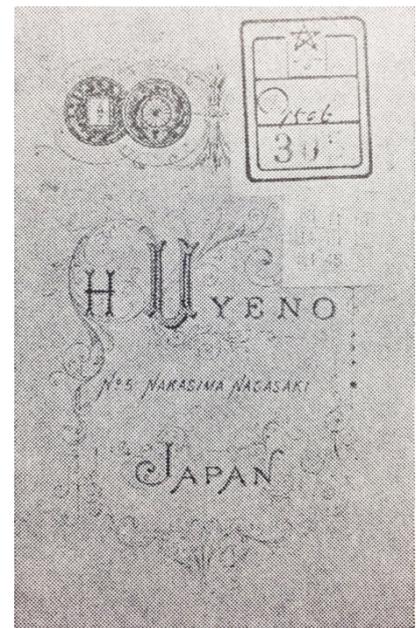
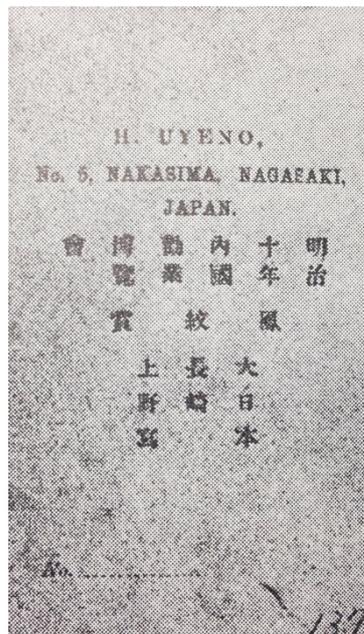


図11 上野彦馬の台紙。1869~72年(左上)、1878~79年(中上)、1883年(右上)、1884~1885年(左下)、1887年~(右下)。『写真の開祖上野彦馬』所収。

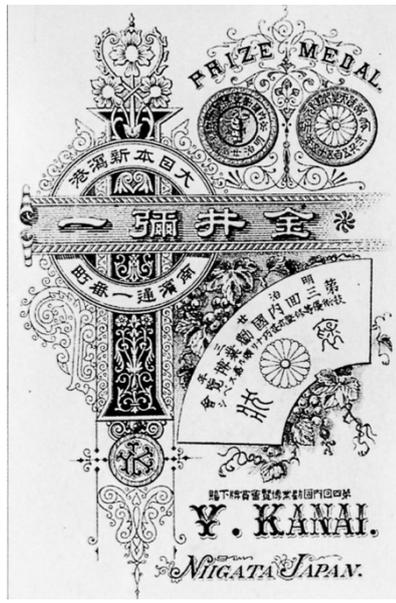


図 12 市田左右太の台紙（左）。写真師によって賞牌の図案に「Prize Medal」と説明を加える場合もあった。『写真館のあゆみ』所収。

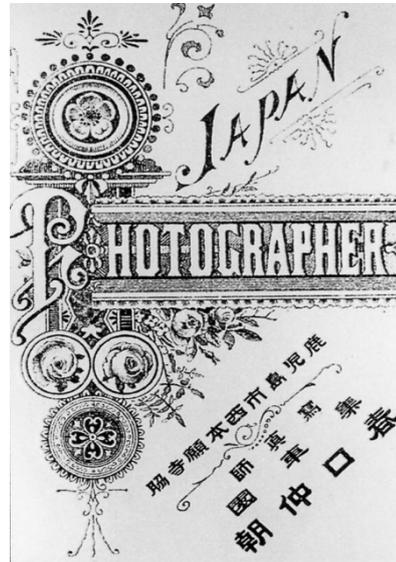
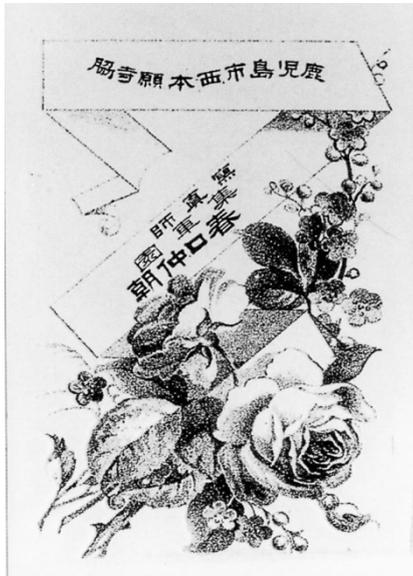


図 13 春口仲朝の台紙。賞牌の図案がないもの（左）とあるもの（右）がある。『写真館のあゆみ』所収。



図 14 江崎礼二の台紙。『写真館のあゆみ』所収。



図 15 長崎と釜山で活動した竹下佳治の台紙。松岡弘親所蔵。



図 16 長崎の竹下佳治が販売していたと思われるニコライ 2 世の写真とその台紙（左上）。この写真の原本は上野彦馬が 1891 年 5 月に撮影し、それを複製・プリントしたものである。神戸の市田左右太が撮影・販売した風景写真（左下）。背景は神戸港と推定され、観光記念写真として外国人に販売していたと思われる。内田九一が撮影・販売した俳優の初世「市川左団次」の写真（右）。1860 年代末~70 年代撮影。3 枚とも名刺ほどのサイズ。松岡弘親所蔵。

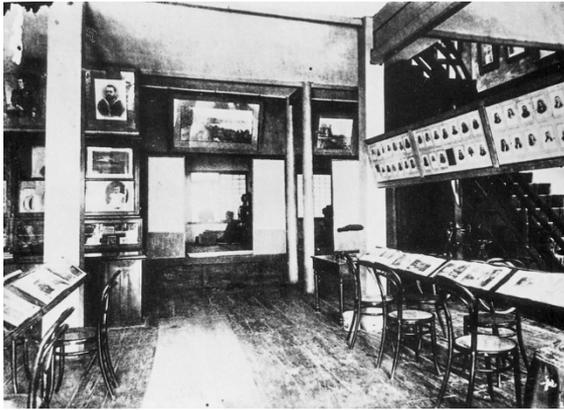


図 17 上野彦馬の写真館の内部の展示室（左、第 1 章図 13 と同一）。韓国のソウルにあった金圭鎮の「天然堂写真館」と付属ギャラリーであった「古今書画観」の 1910 年代の様子（左下）。毎日申報（1913 年 12 月 10 日）に載せられた「古今書画観」の広告。それぞれ『写真館のあゆみ』『韓国写真史』所収。

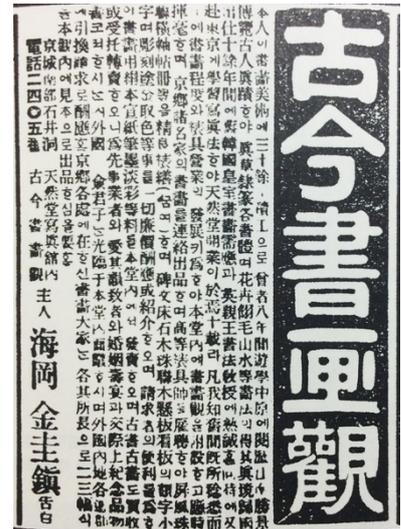


図 18 集合写真撮影に参加できなかった人の写真を付け加えた例。『回顧百年』所収。



図 19 ヨハン・ゾファニー「王立アカデミの会員たち」。『美学、ジェンダーの視点から』所収。

第5章 日本の「写真館文化」の過去と現在

写真は西洋社会が近代化する中で登場した技術で、世界に広まり、発展を繰り返しながら今日に至っている。写真の本質が何であるか、またそれが社会にどのような影響を与えたかなどについて、これまで様々な探求が行われてきた。例えば、バルトは「(時間の) 確実性の証明」など、ヴァルター・ベンヤミン (Walter Benjamin, 1892~1940) ¹⁾は「描写力 (再現)・複製能力」などに注目した。写真というものに関してはその本質を捉えようと実に様々な観点からアプローチが試みられてきたが、例えば、ソントグは写真について以下のように定義した。

私たちがモダンと認める環境を構成し、濃厚にしているあらゆる物体のなかで、写真はことによるともっとも神秘的なものである。写真とは、まさに捕まえた経験であり、カメラは物欲しげな意識にとっては理想のうでであるといえる。

写真を撮るということは、写真に撮られたものを自分のものにするということである。それは知識と思えるがゆえに力とも思える、世界との一定の関係に自分を置くことを意味する。²⁾

この引用文のように、ソントグは、写真は「撮られたものを自分のものにする」ことであり、「世界との一定の関係に自分を置くこと」であると説明した。写真というものは (一般的には) カメラという道具を用いてイメージを創る行為である。また、「写真館文化」はカメラを用いてイメージを創るという行為から始まり、この行為の基本的な本質は今日でも変わっていない。但し、様々な時代・社会的環境の中でそのイメージの中に、またその背後に「何」が表れているか、写真館の顧客であるモデルは「何」を表そうとしていたかによって「写真館文化」は変貌してきた。その「何か」はソントグが言った「写真に撮られたもの」なのである。第4章で述べたように、「家」をその基とする日本の「集団文化」の中での、「記念したい瞬間」「自分の代用物」「周りとの関係」などがその「何か」に当たるものである。日本に写真が伝来してから今日まで、日本人は営業写真館・写真師に「何」を求めてきたのかを確認することで、日本の「写真館文化」の特色の一面が確認できるのではないだろうか。

¹⁾ヴァルター・ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品 (Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit)」野村修訳『ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品」精読』岩波書店、2000年、及び、ヴァルター・ベンヤミン『図説写真小史 (Kleine Geschichte der Photographie)』久保哲司編訳、ちくま学芸文庫、1998年。

²⁾スーザン・ソントグ『写真論』10頁。

本章では、第4章の写真、写真師、写真館、「家」の儀式についての考察を土台とし、日本の「写真館文化」を、時代による社会変化・環境という観点から確認・考察する〈表1〉。

〈表1〉 これまでの研究の中での写真における時代区分

本	天保 (1830-43)		幕末 (1843-1868)				明治 (1868-1912)				大正 (1912-26)		昭和 (1926-89)				平成 (1989-)																					
	1840	1850	1860	1870	1880	1890	1900	1910	1920	1930	1940	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020																			
Willfried Baatz DuMont Schnellkurs Geschichte der Fotografie ,2002	写真歴史以前の時代		初期の方式 (1839-60)				近代写真の展開 (1880-1915)				新しい視覚 (1915-33)		戦後の写真 (1945-70)				日常の発見 (1930-45)				飾っていない世界 (1965-2002)																	
『写真の歴史』 (伊藤俊治監修、 2003年) Quentin Bajac L'Image révélée. L'invention de la photographie ,2001	写真術誕生 (1839年)、写真の普及 (1840-80年)		銅板、紙、ガラス板 (1840-55年)				写真館の時代 (1845-75)				写真は客観的なメディアか (1855-80)																											
『世界写真史』 (飯沢耕太郎、 2004年)	写真の誕生、経験の拡大 (19世紀後半)		写真師の時代				近代写真の成立 (1900-1930年代)				現代写真の胎動 (1950-1970年代)				写真の現在 (1980-20世紀末)																							
『日本写真史』 (日本写真家協会、 1971年)	写真の伝来		西洋者・海軍伝習所の写真研究				芸術写真の時代				プロパガンダ				戦争の記録2																							
『戦後写真史ノート』 (飯沢耕太郎、 2008年)			上野彦馬・下園蓮枝				営業写真師・戦争の記録1				広告写真と近代デザイン				戦後写真の出発				"私"と"他者"へのまなざし				写真表現の現在															
『日本写真史』 (島原学、2013年)			写真師の時代				メディアの中へ				戦戦・戦後の風景				高度成長と国際化の自画像				表現の多様化と再発見																			
本文中で 主に扱っている 写真師 (写真館) の 開業年度			上野彦馬 (1862年、長崎)				守田来三 (1865年、大阪)				内田九一 (1865年、大阪)				市田左右太 (1870年、神戸)				平村徳兵衛 (1870年、神戸)				田村景夫 (1871年、大阪)				葛城思風 (1889年、大阪)											
											小川月舟 (1918年、大阪、小川月舟写真場)				曾和繁雄 (1925年、大阪、ニコニコ写真館)				ハナヤ陽兵衛 (1929年、兵庫県芦屋市、ハナヤ陽兵衛)				工藤清 (1934年、大阪、工藤写真館)				尾内七郎 (1936年、兵庫県姫路市、オウチ写真場)				丹羽裕介 (1938年、兵庫県加古川市、アケミ写真館)				宮本久雄 (1955年、兵庫県加西市、栄光社)			
第5章の構成							第5章1節の1 「写真館文化」の形成				第5章1節の2 戦争と 「写真館文化」				第5章2節の1 消費社会における「写真館文化」の変化				第5章2節の2 デジタル 写真時代 ('イメージの 消費')																			

1節 終戦（1945年）まで

この節では写真の伝来から1945年までの日本の「写真館文化」について、「開化・近代化」の時期と「全体主義（戦争と写真）」の時期という、二つの時期を中心として考察する。

1 開化期 — 「写真館文化」の形成

日本に伝来した写真は次第に普及していき、「新しい文物」、また「モダンな」「異国風」文化として受け入れられた。そして、営業写真師たちはこのような新しい文化を伝播する役割を果たした。また、営業写真館はそのような「モダンな雰囲気」が体験できる空間であった。初期の写真館は開港地や市街地、繁華街に位置する場合が多かった。それは初期の写真館の顧客が外国人、豪商、武士、遊女などが多かったという点³からみると当然の結果とも思われる。また1870年頃からは、写真館が西洋式建物になっていったが、その現象は写真館という場所が日本人の顧客にとって「西洋文物」の体験の場になっていたことが影響を与えたと思われる。

洋館建築の本格的な写場が出現したのは明治になってからである。（中略）外人客の求めに応じて、和室・日本庭園・茶器などを描いたバックが用意され、日本人の写客向けには洋家具や円柱欄干を描いたバックが用意された。⁴

営業写真館は、「異国らしい国」に訪問したことを記念し、それを写真で残そうとする外国人たち、自分たちのアイデンティティーや社会的地位を確認しようとする豪商や武士階級、写真を撮り、それを自分の仕事に使おうとする遊女などの、欲望・希望を満たす空間であった。顧客の欲望・希望を満たすための写真師たちの努力は、地域の特徴を反映した「商品としての写真」を生み出した。また、「写真館文化」はそれらが発展していく過程で形成され、今日の「写真館文化」の基になった⁵。

1-1 開港地での写真館文化の形成

出島がある長崎、1859年に開港した横浜、函館は西洋文物の流入口であり、初期の写真の伝来や定着において中心地としての役割を果たした。また、新しい文物がより早くか

³ 日本写真家協会『日本写真史』平凡社、1971年、370頁。

⁴ 同上、372頁。

⁵ 多くの「写真館文化」がこの時期に形成された。

ら普及したこの地域は、「流行の中心地」であり、「モダンな場所」になっていった。関西地域では1868年に開港した神戸がそのような役割を果たした。開港後の神戸で活発な活動を行った写真師には1870年に開業した市田左右太（1843~96）や平村徳兵衛などがいる。神戸は開港地であったため、外国人の顧客が多い所であった〈図1〉。市田写真館はこのような外国人の写真を多く撮影した。現在まで残っている市田写真館で撮影された写真をいくつかのパターンに分類してみると、日本風の背景または服装で撮影された外国人〈図2〉、西洋風の背景で撮影された外国人〈図3〉、外国人の肖像写真〈図1右〉、西洋風の背景で洋服または伝統的な服装で撮影された日本人〈図4〉、日本人の肖像写真・家族写真〈図5〉、販売用と思われる風景写真〈図6〉などがある。

市田写真館の写真の中に写されている背景には、西洋風に描かれた富士山の背景と木などの飾り物〈図7〉、西洋式建物の室内の様子が描かれた背景やテーブル・椅子、柱などが使われている〈図3・11〉。また、一部の写真には、市田写真館で、写真用の「小道具」として飼っていたと思われる西洋スタイルの犬が登場する〈図4右・7〉⁶。

市田写真館で撮影された外国人の写真は、その特徴により大きく二つの種類に分けて考えることができる。日本に短期間立ち寄った人、もしくは外国人居留地に住んでいた人が、この二つ集団が市田写真館の写真の種類分けに少なからず関わっている。

一つのは〈図2〉と〈図8〉に見られるように完全に演出した写真で、主に日本に短期間立ち寄った人を顧客としていたと思われる。特に〈図8〉の「人力車」の写真は、何枚かの写真が確認でき、このようなスタイルの写真が「決まった型の商品」になっていたことが分かる。こうした写真は開港地である横浜で活動した、内田九一も制作していたようだ〈図9〉。これらの写真には「外国（日本）らしさ」を強調するために、決まった配役を「演じる」日本人が登場する。外国人が海外を訪ねたことを記念する行為としての写真撮影に、その雰囲気醸し出す役割の「モデル」が登場していたことは、このような記念写真が確固たる「商品」になっており、外国人が海外訪問を記念する一つの「遊び」「儀式」になっていたことを意味するのではないか。

もう一つの種類は、西洋風の背景・西洋の服装で撮影された外国人の写真である〈図3・10〉。この写真の中には「外国（日本）」という雰囲気が表されておらず、日本で生活していた外国人が主な顧客であったと思われる。

⁶かつて「犬を飼うこと」は「上流階級」や「経済的余裕」の象徴であったのでディスデリなど西洋の写真にも犬がよく登場する。多木浩二は『肖像写真：時代のまなざし』でリチャード・アヴェドンの講演 *Borrowed Dogs* の言葉を引用して説明した。（多木浩二『肖像写真：時代のまなざし』109~112頁。）

市田写真館で撮影された日本人の写真の中には、「高嶋」家の3人の子供の写真がある〈図 11〉。この写真の右「静枝」(4歳)の誕生日記念写真(1897年)だと思われ、3人の子供が伝統的な服装で西洋風の背景の前に立っている。また、台紙の裏に書かれている「贈」「様」の文字から、「高嶋」家にプレゼントされたものか、もしくは、市田左右太(2代目)⁷⁾が記したと推測される。この写真から考えると、この時期、誕生日の記念写真が、一部の階層だけだとは思われるが、既に存在していたことが分かる。

市田左右太(2代目)が撮影した写真の中には、横浜正金銀行(現在の三菱東京UFJ銀行の前身)香港支店長、穂積太郎の肖像写真(1900年10月撮影)や彼の家族の写真がある〈図 5〉。またその家族は穂積太郎が香港に出国する直前である1900年11月に名古屋の写真館⁸⁾で家族写真を撮った〈図 12〉。一緒に写真に写されている穂積寅九郎(1854~1924〈図 12左〉)の右から一人目)⁹⁾は実業家であり、経済的に余裕があった¹⁰⁾。また、この家族はそれ以外にも写真館で撮影された写真が多数残っており〈図 13〉、経済力のある人々には家族写真や肖像写真が、既に祝い事などを記録する「儀式」として成立していたことが推測できる。

記念写真や肖像写真など以外、記念品として販売する風景・風俗などの写真撮影・販売も、外国人の往来が多い開港地の写真館の業務の中の一つであった。神戸や大阪¹¹⁾に写真館を持っていた市田左右太はそのような仕事を扱っていたと思われる〈図 6〉。また、大阪から横浜に渡り、横浜・東京に写真館を開業していた内田九一の写真の中にも、記念品として販売したと思われる風景写真がある〈図 14〉。記念品としての写真の販売は、営業写真師以外に日本に来ていた従軍写真家などによっても、それ以前から行われていた。従軍写真家であったフェリーチェ・ベアト(Felice Beato, 1832~1909)もそのような写真を多く制作・販売していた¹²⁾。ベアトは1863年に横浜に渡り、横浜で生活していた画家であり漫画家であったチャールス・ワーグマン(Charles Wirgman, 1832~91)と一緒に「Beato & Wirgman, Artists and Photographers」を設立、1864年から1867年まで共同経営した。ベアトは横浜で、軍事写真、肖像写真、風景写真、風俗(風習)写真などを多く

⁷⁾ 1代目の市田左右太は1896年に亡くなり、その名を2代目(本名は永見幸四郎、1代目市田左右太の養子)が受け継いだ。

⁸⁾ 台紙には写真師の名前が「K. Miyasita」となっている。

⁹⁾ 穂積太郎は穂積寅九郎の弟だと推定される。

¹⁰⁾ 寅九郎の長男だと推定される圭吾は、若い頃失明し、戦後には農地改革などによって全ての財産を失ったようだ(〈図 14〉の右の自転車を持っている人)。失明を切っ掛けとし、クリスチャンになった。

坂戸いずみ教会(<http://d.hatena.ne.jp/sakadoizumi/20120603>)・熱田教会(<http://www.wa.commufa.jp/~atsuta-c/history.htm>)のホームページを参考(2016年11月に確認)。

¹¹⁾ 大阪の支店は2代目の市田左右太が開設した。

¹²⁾ 横浜開港資料館『幕末日本の風景と人々』明石書店(1987年)、佐藤守弘『トポグラフィの日本近代：江戸泥絵・横浜写真・芸術写真』青弓社(2011年)を参照。

撮影した〈図 15〉。美学者・視覚文化研究者佐藤守弘の研究によると、ベアトは注文を受けて、それをアルバムの形態に仕上げるサービスを行ったようだ¹³。彼の写真のタイトルの前にはその写真の番号があり、顧客が選んだ写真で（普通は顧客が旅行した地域を選んで）内容やスタイルの異なる様々なアルバムが制作された。すなわち、完全にシステム化したビジネスであった¹⁴。

彼が記念品として販売していた写真には、日本の風景写真・風俗写真がある。特に風俗写真の場合は、実際の状況を撮影したものよりは、演出した写真が多い¹⁵。ベアトはイタリア生まれのイギリス人であったため、西洋人が興味を持つスタイルをよく把握し、それを演出して制作したと思われる。このように、従軍写真家であったベアトの活動は、少し遅れて活動をしていた営業写真師たち¹⁶の業務と重なる部分があり、また営業写真師であった上野彦馬が西南戦争の写真を撮影していたことから考えると、その時期には今日のように専門分野が分かれておらず、写真という技術の専門家として、都合に合わせて様々な写真活動を行っていたことが分かる。

1-2 市街地・繁華街の写真館文化の形成

開港地と共に、開港地に近い大都市の都心・繁華街も初期の「写真館文化」の形成に大きな役割を果たした地域である¹⁷。関西地域では大阪がそのような役割を果たした。1860年代半ばに大阪に写真館を開業した人には守田来三や内田九一などがいる。大阪の繁華街である南地で写真館「日新軒」を経営していた守田は、主に遊女や芸妓などの写真を撮影し、営業の面で大きな成功を収めたと伝えられている。これまで残っている彼の写真には、一般的な記念写真〈図 16〉と共に、演出したと思われる芸妓の写真が多い〈図 17〉。これらの写真は現代の俳優などのブロマイドのように販売されていた写真だと思われ¹⁸、

¹³ 佐藤守弘『トポグラフィの日本近代』71~83頁。

¹⁴ 横浜で旅行者に「記念品」としての写真の販売していた外国人写真師（写真家）はベアト以外にも数人いたようだ。ヨーロッパやアメリカでは、日本より20年ほど早い時期に営業写真館が登場し、「記念品」としての写真が既に「商品」になっていた。そのような外国人写真師（写真家）の日本での活動は「新しい市場への進出」として考えることができる。

¹⁵ 風俗の写真には色が付けられているが、風景写真には色が付けられていない。

佐藤守弘は『トポグラフィの日本近代』で『日本住所氏名録（*The Japan Directory*）』の内容を挙げ、写真師だけではなく、「焼き付け師」「絵付け師」「植字工」など、それらの「記念品」としての写真の制作に絡んでいる技術者たちがいたことを明らかにした。（詳細については、佐藤守弘『トポグラフィの日本近代』79~80頁を参照。）

「記念品」としての写真の制作やシステムの特徴は、大阪や神戸で制作された写真の場合も同様だったと思われる。いわゆる「横浜写真」と、似たスタイルの大阪や神戸で制作された写真との関係や影響については今後の課題とする。

¹⁶ 本文に挙げられている市田左右太、内田九一など。

¹⁷ 横浜と東京、神戸と大阪がそれらの例なのである。しかし、神戸は横浜（1859年）より遅れて1868年に開港した。大阪の場合、長崎（守田来三、内田九一など）などから来た写真師たちが、神戸より早い時期に写真館を開業していた。

¹⁸ 東京では1874年頃から、名所の風景、高官、役者、芸者などの小型写真を販売する店が盛んでいたようであり、主に日本人に販売されたと思われる。小沢健志は『幕末・明治の写真』で『明治事物起原』の内容を引用しながら、写場を持たずに、「写真を売る」店が存在し、写真が「買うもの」でもあったと述べている。また、著作権・肖像権の概念が殆どなか

芸妓という職業の特性を考えると、芸妓の立場からするといい広告手段であったと思われる¹⁹。すなわち、このような写真は、写真師と芸妓の利害関係が合っていたので生じた写真なのである。

写真師と芸妓の利害関係を示す写真には京都市の四条大橋の近隣にあった「銀星館」で撮影された外国人と芸妓の写真がある（図 18）。この写真は前述した市田左右太や内田九一の外国人向けの顧客が写される記念写真とは違う特性を持っている。市田や内田の写真は、外国人が日本の風俗・風習を「演じている」写真であるが、この写真は二人の人物が一般的な記念写真のスタイルで撮影されている。また、市田や内田の写真での「日本人のモデル」は単に「エクストラ」の役割を果たしているに過ぎないが、この写真では「同等な人物」として表現されている。

この写真が営業の面でどのように成立したかについて、四つほどの可能性を考えることができる。一つ目は芸妓が自分の外国人の顧客を写真館に連れてきて写真を撮る場合、二つ目は外国人の顧客が記念として写真を撮りたいと思い、芸妓を写真館に連れてくる場合、三つ目は写真館と契約を結んだ芸妓がモデルとして、外国人と一緒に写真を撮る場合、四つ目は二人が元々知り合いで、単なる記念写真を撮る場合として考えてみよう。挙げられた四つの可能性の中で、一つ目と二つ目には、芸妓が写真館の「営業社員」のような役割をしていた可能性が含まれている。三つ目の場合、写真館が芸妓と契約を結んで、モデルとして使うのは、写真館の営業から派生した、芸妓の一つの新しい仕事として考えることができる。これらの三つの可能性は繁華街・遊郭の近隣に多くの写真館があったことの一つの理由と考えられるだろう。

大阪の行政の中心地であった西区、旧都心であった東区の写真館は、繁華街であった大阪の南地や京都の四条の写真館とは違う営業方式や特徴を持っていた。繁華街の写真館での撮影が「遊びに行つて、写真を撮る」という傾向が強いとすれば、都心の写真館での撮影は「家」制度の儀式として「写真撮影という儀式を行うために行く」傾向が強い²⁰。

小川月舟が残した遺品には親戚²¹・知人などの写真が数十枚あり、その写真の多くは大阪の西区や東区の写真館で撮影された記念写真である（女性の写真が多い）。それらの写

ったため、他の人が撮影した作品を複製して売ることが多かったようだ。小沢が引用した『明治事物起原』の内容は以下のようなものである。

『珍奇競』に写真の取次の見世、七年より盛んになる、とあり……今日の絵葉書店の如きものにて、写場を有するに非ず、唯紙取写真の複製品を売るとのみの店舗なり」（小沢健志『幕末・明治の写真』ちくま学芸文庫、1997年、227頁。）

¹⁹ 多く残っている理由でもあるだろう。

²⁰ これは繁華街の写真館であった「ニコニコ写真館」（当時の南区）と都心の写真館である「小川月舟写真場」（当時の東区）が良い例である。第2章参照。

²¹ 写真が入れられている封筒に「大正期の遠い親戚」と書かれている。

真の中には、正月に撮影した写真があり〈図 19〉、制服を着て剣を持っている写真〈図 20〉、成人式の写真と思われる写真など、「記念写真」が多く、1910~20年代の、大阪の都心の写真館が持った特徴の一面が確認できる。それらの写真から見られる特徴は、独特な肖像写真が多いという点である。この時期は日本において芸術写真という概念が広まっていた時期²²であり、営業写真館も新しい表現スタイルを積極的に用いたと思われる。東区の「盛美軒²³」で撮影された、完全に横顔を見せている写真や〈図 21〉、写真館の写真として少し珍しい比率でクロップした、西区の「太陽軒」の写真〈図 22〉がその例である。

また、都心だけではなく、その時代の写真館の特徴を見せる写真には、小さなサイズの肖像写真がある〈図 23 左〉〈図 24 左〉。それらの写真は 3.5×4.5 センチほどのサイズで気軽に撮れる安価な写真だったと思われる²⁴。当時でも、写真は経済的な余裕のある人々のものであったので、そのような写真は、写真館の売り上げを高めることと共に、「写真という行為」を経験することのできる階層の範囲を広げる役割を果たしたと思われる²⁵。小川月舟が持っている、その小さなサイズの写真の中の一枚には友達に送る短いメッセージが書かれており、若者のプレゼント用にも使われていたようだ〈図 24〉。これらの写真は「荘厳な家族の儀式」に留まっていた営業写真を「友人との些細な儀式」にまで拡大させたのである。

上で確認したように「写真館文化」は 1900 年代初め頃に、既にその土台が形成されていた。またこの時期には、芸術写真、報道写真などが、それぞれジャンルとして成り立っていたので写真師たちは、それ以上、「全ての分野の写真における最高の専門家」でなくなった。写真館の営業方式も地域の特徴などによって、確かな違いを持つことになり、1910~20 年代に写真館を開業した人々は、自分の営業方式・方向を決め、位置や立地条件を考慮し、写真館を設立することが一般的であった。

第 2 章で言及した「小川月舟写真場」の設立者小川月舟は、芸術写真家として写真活動を始め、それと営業写真を並行したので、当時、大阪の行政中心地であり、港から最新の写真材料や海外の写真関連書籍などを確保し易い西区（現在の大正区）に写真館を設立した（この時期、大阪には写真材料商・機材店・台紙商などが既に多くあったので、一般的

²² 日本写真家協会『日本写真史』の時代区分。

²³ 台紙に写真館の商号が「高木盛美軒」と書かれている。

²⁴ 繁華街である新世界の「ニコニコ写真館」も 1920 年代半ばから 1930 年代に掛けてそのような写真を制作しており、その値段は現在の物価で千円ほどであったようだ。（曾和勝氏インタビュー。2015 年 4 月 1 日）

²⁵ 曾和勝氏によると、当時その写真を撮るために写真館を訪ねる人が多かったようだ。恋人とのデートや散髪の後、たまにはペットを連れてきてペットと一緒に写真を撮る場合もあったようだ。

な写真館営業には問題がなかったと思われる（図 25）²⁶。「ニコニコ写真館」の設立者である曾和繁雄は、肖像写真家としてのプライドを持っていたことと共に、経営や商売の面も重要だと思っていた²⁷ので、新世界（かつての南区）に写真館を設立し、その後千日前（かつての南地の近隣）に支店を設置した。写真伝来初期の「写真館文化」は地域・立地条件の影響を多く受けて形成されたので、その「写真館文化」がパターン化・細分化された1910年代頃からは、「写真館文化」（どのような営業が可能であるか）が写真館の場所や営業方向を決めるバロメーターになっていた。

1-3 写真師・写真館の名声とアイデンティティの構築

「写真館文化」の特徴・営業内容に影響を与える要素には、地域・時代・社会環境などの他に、写真師・写真館の名声・アイデンティティがある。そして、それらの要素は写真伝来初期から形成され始め、今日に至っている。それには、写真館を後継者が継ぐ時、一緒に継承・構築される各写真師・写真館の名声やアイデンティティがある。また、業界共通の「営業写真業界のアイデンティティ」がある。前者は、各写真館の世襲により、後者は営業写真業界に入る方法である「徒弟教育」を通して継承されてきた。ここでは、それらの要素が「写真館文化」にどのような影響を与えたかについて考察する。

ブルデュエが執筆し、監修した『写真論（Un Art Moyen）』には写真家の地位について以下のように述べられている。

写真家の地位は、表現されているものの地位と深く関わっている。²⁸

この引用文を営業写真師に適用して考えると、誰を撮るかによって写真館の地位（名声）が決まることであり、そのように得られた名声は、再び「有名人」を撮影する機会に繋がる。また、その事実は良い広告としても使われる。

内田九一は写真伝来初期の名声のある写真師の代表的な例である。内田が残した写真の中には、カメラの前でポーズを取っている貴族や武士階級の姿がよく見られる²⁹。（図

²⁶ 広島県尾道が実家である小川月舟は、東京で美術を勉強するなど、東京でも生活していたが、親戚などが大阪に住んでおり、自らが和歌山の白浜に別荘を持っているなど、経済的な基盤が関西にあった。大阪で本格的に活動し始めたのはそのような背景が影響を与えたと思われる。

²⁷ 曾和勝氏によると、和歌山で写真を習った曾和繁雄が大阪での活動を決心した理由は「和歌山では商売にならない」と思っていたからであるようだ。田中栄太郎氏によると、小川月舟の場合は自らが資産家であったので、「売上」などには、それほど興味を持っていなかったようだ。

²⁸ ピエール・ブルデュエ他『写真論：その社会的効用』267頁。

²⁹ 身分の高い有名人の写真を撮ったことがその名声を広めた切っ掛けでもある。

26) は1868年に撮影された、大名井伊直憲(1848~1902)の写真である。それ以外にも明治天皇(1852~1912)の写真(1873年撮影)〈図27〉や昭憲皇太后(1849~1914)の写真(1872年撮影)〈図28〉、撮影時期が確認できていない公爵三条実美³⁰(1837~91)の写真もある〈図29〉。そのような有名人の撮影は、より多くの有名人を撮影する機会に繋がると共に、その実績が他の営業(肖像写真や役者・芸妓の写真など)にも良い影響を与えたようだ³¹。

写真師が得た名声は、後継者がいる場合、その後継者にも大きな影響を与える。ブルデューが執筆し、監修した『写真論(Un Art Moyen)』の以下の引用文のように、親から子供に相続されるのは経済的な財産だけでなく、その知名度や人間関係も受け継ぐことになる。

親からの相続は単に富の譲渡というだけにはとどまらない。家族の人間関係、家族の知名度(中略)も一緒に受け継ぐことになるのである。(中略) 家族を介して得られた知人関係が、高い社会階級と、そうした階級の写真へと近づくための跳躍台として機能するからである。³²

そのため、名高い写真師である親の写真館を受け継ぐ場合、写真館の2代目は1代目が確立した知名度や人間関係などを受け継ぐことになるので、より円滑な営業を始めることができる。筆者が第2・3章で挙げた写真館の中では「ニコニコ写真館」「アケミ写真館」「栄光社」がそれに当てはまる。「工藤写真館」「小川月舟写真場」「オウチ写真場」「ハナヤ勘兵衛」の場合は、そのような経営の面での利点があることと共に、先代の名声に責任感やプレッシャーを感じる傾向もあった。

営業写真師たちは先代から受け継ぐ名声や人間関係以外にも、徒弟教育を通して、師匠の写真館の制作スタイル・営業方式、マナーなど、その写真館のアイデンティティーを自然に吸収した。特に、多くの写真館が共通して守っている、写真館の人(写真師)としてのアイデンティティーを表す代表的な例には、服装がある〈図30〉。以下はインタビューを行った写真師たちの服装についての考えである。

³⁰ 1876年に太政大臣であった彼が「写真條例」を出し、写真の著作権が保護されるようになった。(小沢健志『幕末・明治の写真』227頁。)

³¹ こうした事例は1840~50年代のヨーロッパの写真館から始まり、今日まで続いている。

³² ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』271頁。

工藤写真館で見習いをやっていた時、服装はいつも背広だったんです。ある日、ズボンと違う色のジャケットを着ましたが、「それは背広ではない」と怒られたことがあったんです。先生も技師たちも皆な優しかったけど、服装については本当に厳しかったんです。³³

オウチ写真場は、代表から社員まで全員がいつも黒いスーツを着て働いています。服装については1代目の時期から、スーツが基本でした。³⁴

芸術写真家であれば、ジーパンにベストなどが芸術家らしいし、かっこいいイメージだと思います。しかし営業写真師であれば、そのような服装は少し違和感があります。お客さんが背広や着物を着ていらっしゃるのに、写真師がジーパンを着ていると、それは失礼ではないかと思います。写真館での写真は私個人の作品ではなく、「お客さんのための写真」であるからですね。³⁵

今日までも伝えられている、このような写真師の「服装」は、写真伝来初期、写真師が「先生」と呼ばれた時期から続けられてきた特徴なのである³⁶。このような写真師の服装を、写真師という職業のアイデンティティと顧客に対するサービスの面で考えてみよう。

写真師という職業は写真を制作するという面で「製造業」の特性を持つが、顧客は「写真館に行き、専門家に写真を撮」ってもらうことから満足を得るので、写真師という職業は「サービス業」の面も持っている。また、写真師は（特別な場合を除いては）生活に絶対必要な職業ではないので、その地位が「不安定」なのである³⁷。そのため、写真師自身の不安定さを補充し、それをさらに「価値のあるもの」にするためには「サービスの面」「儀式としての価値」を高めることが最も効率的な方法である。写真師はそれを通して、自らの職業に「確信」を持つ必要がある。写真師が正装することはその確信を構築し、また、その確信を顧客にアピールする行為の始まりなのである。ブルデューが執筆し、監修した『写真論 (Un Art Moyen)』には写真師の服装について以下のように説明されている。

³³ 丹羽章夫氏インタビュー。(2014年12月2日)

³⁴ 尾内美智代氏インタビュー。(2016年10月17日)

³⁵ 宮本博文氏インタビュー。(2016年1月27日)

³⁶ 初期には伝統衣装を着る人と背広を着る人が両方ともあったが、どんどん背広が多くなっていった。

³⁷ 写真が景気の影響を多く受ける理由である。

正装することあるいは正装してみたいと思うこと、それは自分自身の眼にそしてまた他人の眼に、自分が切望しているそして自分にはその権利があると思っている地位をおしつけようとするものである。³⁸

宗教儀式を行う司祭の服装のように、「正装」は写真師に「権威」を与える。また、「権威のある写真師（実際に権威があるか否かにかかわらず）」に写真を撮られた顧客は、自らがその写真行為で求めていたこと（個人のアイデンティティーの強化など）が得られる。写真師の服装は、写真師の自らの職業のアイデンティティー構築と共に、顧客が感じる「良いサービス」「専門家らしい権威」を作り出す「写真館文化」の一つの要素なのである。上の引用文の「写真家の地位は、表現されているものの地位と深く関わっている」³⁹という点を、顧客の立場から考えると、「どの写真師（またはどのような写真師）に撮られたか」は顧客自身の「地位」を創り出す一つの「シンボル⁴⁰」になる。

「写真館文化」は、写真制作の在り方だけでなく、写真館に行き、写真を撮るその行為から得られる顧客の満足感によって構築されるものである。写真師の正装が写真師のアイデンティティーを創る要素とすれば、写真館という空間のイメージを創る（補充する）要素の一つには音楽がある⁴¹。写真館で音楽を活用することは、写真の発明初期に写真制作にかかる露光時間が長かったので、顧客の退屈を紛らわせるために、スタジオの中で楽器を演奏したことがその始まりである。多くの写真館は各写真館のイメージやアイデンティティーに合わせた音楽を流すことを通して、その空間のアイデンティティーを補充してきた⁴²。

筆者が訪問・取材を行った写真館の中でもこのような傾向が確認できた。町の写真館であり、子供のいる若い家族が主な顧客である「アケミ写真館」「栄光社」の場合は、静かで現代的な音楽を使っていた。姫路城近隣に位置し、高級肖像写真・記念写真をそのアイデンティティーとする「オウチ写真場」の場合は、現代的な雰囲気編曲されたクラシック（主に落ち着いた雰囲気のピアノ曲）を用いていた。新世界の「ニコニコ写真館」は1920年代半ばから、約90年間同じ場所にあったので、「昔の」「懐かしい」「モダンな時

³⁸ ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』269頁。

³⁹ 同上、273頁。

⁴⁰ 「象徴」という意味で、精神医学用語として「抑圧された無意識の欲望を表す行為」という意味でも使われる。『プライム英韓辞典』東亜出版、2008年、「symbol」。

⁴¹ それらの要素は、制作スタイル、商品（写真）の種類、建物のスタイル、インテリア、看板、広告のスタイルなどがあるだろう。

⁴² また顧客の緊張を和らげる効果もあった。韓国の場合も1920年代頃から、多くの写真館では蓄音機やピアノなどを置き、西洋音楽や伝統音楽、流行歌を顧客に聞かせたようだ。崔仁辰『韓国写真史』244頁。

代の」のようなイメージを与える、オールドジャズやシャンソンなどをウィンドオーケストラが演奏した曲を主に用いた。新世界は繁華街なので、その音楽を室内用で使うことだけでなく、店の近所で聞こえるように店の外にも流した。それを通して「モダンな時代」の懐かしさを感じる空間としての雰囲気を作り出した。このように写真館で音楽を用い、その空間のアイデンティティを構築・強化することは、宗教儀式での音楽のように、写真行為という「儀式」に「敬虔さ」「楽しさ」を醸し出す役割をする。

写真伝来期から様々な要素で構築された「写真館文化」の中には、今日まで残っている要素があり、また、時代などによって発生してすぐに消滅する要素がある。その中で消滅せず、現在まで変化しつつも続けられている「写真館文化」を成す要素は、変わらない写真館の「基本的特性」を示しているのではないだろうか。

2 戦争と「写真館文化」

特別な階層のものであった写真の需要がより広い階層にも一時的に増える要因があり、それは「戦争」であった。日本において早い時期の戦争や軍（兵士）関係の写真として、まず西南戦争での逸話がその例として挙げられる⁴³。写真家桑田正三郎⁴⁴の『写真家辞典』『月の鏡』によると1877年西南戦争が起こると、西郷軍を討つ官軍が神戸港に集結し、そこから船で九州に向かったが、その時多くの官軍の人々が平村写真館で写真を撮ったようだ⁴⁵。

また、1894年日清戦争の時も戦場に赴く兵士たちが多く写真を撮った。以下は1895年3月5日の「毎日新聞」の記事である。

征清軍の起こりし以来、府下写真師の家は朝より夕に至る迄非常の雑沓にして或は兵士の自ら撮影して親戚故旧の許に贈るあり、或は親戚故旧の特に従軍者を同伴して写真するあり（後略）。⁴⁶

⁴³ より早い時期の軍関係の写真としては、内田九一が、1865年大阪城で撮影した幕兵の訓練風景写真がある。（佐々木豊明「大阪写真界の幕開け」『大阪春秋第51号』大阪春秋社、1987年、28頁。）

⁴⁴ 桑田正三郎（1855-1932、桑田家に婿入りする前には小山正三郎であった）：京都の舎密局に出入りしながら写真に興味を持ち、市田左右太などから写真を習った。1873年、京都に写真館を開業。1875年、「蝶又」という紙商を営んでいた桑田家に婿入りし、写真機材店の「桑田商会」を設立した（第3章に述べたハナヤ勘兵衛が、商号に自分の名字である「桑田」を使わなかった理由である）。著書の『月の鏡』は日本初の「写真家辞典」である。（中島徳博「関西の写真」『関西写真家たちの軌跡100年 写真展図録』2007年、および『デジタル版日本人名大辞典+Plus』講談社、2015年「桑田正三郎」を参照。）

⁴⁵ 桑田正三郎『月の鏡』1916年。（日本写真家協会『日本写真史』371頁。）

⁴⁶ 「毎日新聞」1895年3月5日。（日本写真家協会『日本写真史』371頁から再引用。）

桑田正三郎の文章や「毎日新聞」の記事から見られるように、戦争と写真は深い関係を持っている。戦争は常に「死」「消滅」を伴う行為であり、戦場に赴く兵士たちは、「自分が死ぬかも知れない」という恐怖を振り払う必要がある。兵士たちが写真を撮るのは様々な理由があるだろうが、「凛々しい」姿を演じている自分を「他者」として創り出す写真という行為を通して、「凛々しい」姿を確認し、「自分は死なない」と思い込むこともその理由の中の一つではないだろうか。

また、ロラン・バルトは、以下の引用文のように写真が「存在していたことの保証」であると述べている。

「写真」が私におよぼす効果は、(時間や距離によって) 消滅したものを復元することではなく、私が現に見ているものが確実に存在したということを保証してくれる点にある。⁴⁷

バルトのこの引用文のように、写真は「確実に存在したということを保証してくれる」ものでありながら「もう一つの肉体をつくりあげ⁴⁸」るものである。すなわち、戦争に出兵する兵士の写真は、自分が痕跡も残さず「消滅」することに対する一種の防御でもある。しかし、その写真は死んだ後に自分を「復元」させる手段ではなく、「生きている」ということの自己確認であり、「生きていた」という証拠になるのである。

また、セルジュ・ティスロンは写真が「永遠に消滅した対象の唯一の現実」であると以下のように述べたが、その写真の特性から「兵士の写真」について考えてみよう。

これら二つの両極的な可能性——死の拒否か、あるいはその受容か——はあらゆる写真的創造活動のうちに見出されるものである。とりわけ、束の間のはかない対象を捕まえた写真は、これらの二つの傾向性のうち第一のものの存在を証立てるもののように思われる。映像は永遠に消滅した対象の唯一の現実となる。⁴⁹

人間は「死」を経験することができない。その「経験の瞬間」に自分が経験している「現実が無くなる」からである。ティスロンのこの引用文は写真一般に対する内容であるが、出兵する兵士の写真は、死の拒否であり、死の受容であるということをよく表す例である。死ぬことを覚悟(受容)し、戦場に赴く前の兵士の写真は、彼が死ねば「永遠に消

⁴⁷ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』102頁。

⁴⁸ 同上、18頁。

⁴⁹ セルジュ・ティスロン『明るい部屋の謎：写真と無意識』75頁。

滅した対象（写真に撮られた兵士）の唯一の現実」になる。すなわち、戦場に行く兵士が写真を撮ることは、消滅するかも知れない自分をもう一つの肉体として現実に残す行為、つまり自分を残す行為なのである。

1930年代の日本が全体主義の傾向を強く表すにつれ、あらゆるメディアが動員されて、その全体主義を支える道具として使われた。その中にこうした兵士の写真もあったと言えるだろう。前述（第4章3節）したように、日本特有の「写真館文化」の形成に影響を与えた要素には、近代日本の「家」制度がある。それは、1910~20年代に確固たる日本的「写真館文化」を創り出すことになった。1930年代にはこのような「写真館文化」の土台の上に戦争という要素が加えられ、日本の写真館における特殊な状況が生み出された。

鈴木育男は、戦時下の写真館が行った業務である「軍隊写真」について以下のように述べた。

軍隊写真は、天長節、軍旗祭、大演習など行事の記念写真が多く、師団・連隊の所在地には、軍隊写真という大きな需要に支えられて、写真館が増加していった。そのために現在でも、昔の師団・連隊所在地には写真館が多いのである。⁵⁰

この時期における目に見える特徴は、行政という面で兵士たちや軍需産業に勤める人々の管理・統制のための身分証や、記念写真などの需要が急激に増えたという点にある。それにより、以前まで開港地や都心、繁華街に位置していることが一般的であった写真館が、軍部隊や軍需工場などの近隣にも多くできたのである。それは都会・開港地という地域的な特徴と関係がある写真館が、より広い地域に広まり、新しい「写真館文化」が形成されたことを意味する。

軍隊とは、外部の社会と一定部分隔離されている閉鎖的なもう一つの社会（集団）であり、その中での規則や慣習がある。すなわち、自然発生的な血縁を基にしている「家」制度とは違って、人為的に創られたもう一つの「家」制度なのである。そして、写真は、その創られた「家」のアイデンティティを構築する一つの道具として用いられた。

2-1 人為的な集団の儀式

⁵⁰ 鈴木育男「時代を支えた営業写真家たち」『写真館のあゆみ』280頁。

「国家・国民とは何か」という問題について、様々な定義や視点が存在するが、ベネディクト・アンダーソンは国民を「想像の政治的共同体 (imagined political community)」と定義し、国民が「[イメージとして心の中に] 想像されたもの」であり、国民自身は自らを「[最高の意思決定主体]」であると思込んでいると説明した⁵¹。しかし、近代国家としての日本は、それとは違う特性を持っている。西川祐子は近代国家としての日本が持つ一面が「家族国家観」にあると説明した。

最近の歴史学は近代天皇制が伝統の保持と復活の外見をとりながら、実はいかに創られた伝統であったか、を明らかにしている。すべての国民がいずれかの「家」に入ると定め、(中略) [西洋の共和制の家族制度との] 決定的な違いは、「家」の上位集団は、直接に国家である点にある。明治政府のイデオログは天皇家を国民の宗家、(中略) であるとする家族国家観を組み立てた。⁵²

近代国家としての日本における、他国と違う特性には「天皇制」がある。国家の基である国民は、創られた日本的「家」制度という枠組みの中に属しており、個々の「家」には絶対的な権限を持つ「戸主」がある。また、国家という最も大きな「家」の戸主は天皇である。国民は、このような「家」制度で広い意味での「家 (国家)」、すなわち「一つの家族」「運命共同体」の一員となる。「家」制度での家族は「家」を個人より優位に置き、家族員の愛情や個人の自由よりも「家」の集団としての存続・継承を優先する⁵³。近代国家としての日本を「家族の拡張」という観点から考えると、個人 (国民) よりも国家の存続・継承がはるかに重要とされたとも言えるだろう。

南博は日本人の自我構造の特徴を「集団我」として説明したが、「集団」という観点で「家」制度を考えると、「集団我」こそ、まさしく「家」制度の結果物と見るができる。

イマジンド・ポリティカル・コミュニティ

⁵¹ 「国民とはイメージとして心に描かれた想像の政治的共同体である——そしてそれは、本来的に限定され、かつ主権的なもの [最高の意思決定主体] として想像される。国民は [イメージとして心の中に] 想像されたものである。」ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』白石隆・白石さや訳、書籍工房早山、2007年、24頁。〔 〕は日本語版の訳文によるもの。(Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, 1983/2006)

⁵² 西川祐子「近代国家と家族」『〈家族〉の社会学』78・79頁。

⁵³ 牟田和恵「日本型近代家族の成立と陥穽」『〈家族〉の社会学』56頁。

日本人の自我構造の特徴の一つは、自分の所属する集団の目標活動と内部の人間関係に深い親和感をもち、自分の自我を集団と一体化させ、そこに「集団我」とでも呼べる部分を形成することである。⁵⁴

このような「集団我」を持った一般の人々は、集団の決定（実は集団の頂点に立っている人々だけの決定）を、「自らの決定」のように思い込む。それは日本という集団の意思決定のメカニズムとも関係があるのではないだろうか。

中根千枝はそのようなメカニズムを以下のように説明した。

日本でいう「全員の賛同をえた」とか、「満場一致」ということは、正確には全員がすべて同じ意見に一致したということではなく、意見が違ってもかかわらず、全員がその決定に従わざるをえない立場にたった（その意味で決定が受諾された）ということである。⁵⁵

近代国家の国民とは、自らを「最高の意思決定主体」と思い込んでいる「想像されたもの」である⁵⁶。しかし、近代日本における国民全体は、（一般的に）生まれてから属することが決まっている「家」という「実存する」小集団の集合体と言える。また、その中での個人は「家」の決定に従い、「家」は村、町、市などの行政単位を通して、国家という「宗家」の決定に従うことが当然とされる。すなわち、近代日本の国民は、「個人」ではなく「集団の一員」として位置付けられていた。そのような特性を持つ「家族国家観」は「遅れて世界の国家システムと世界市場に参入するもの独自の戦略⁵⁷」であった。すなわち、その戦略は「家」の成員が「戸主」の決定に従わなければならないシステムを、「国家」まで拡張させることであった。日本的ナショナリズムはそのように誕生した。

日本的ナショナリズムは、国民一人一人に「自分あつての集団」でなく「集団あつての自分」であると思込ませ、「国民」を「臣民」として構築した。日本の軍隊（特に1930年代からは）は日本という集団の目標（実際には決定権者たちの目標）を成し遂げるための「人為的な集団」であった⁵⁸。また、軍隊はその「臣民」たちを戦争の道具として用いた。多くの人々が戦場に送られ、戦うことを強いられたが、それに対して問題を提起する

⁵⁴ 南博『日本的自我』21頁。

⁵⁵ 中根千枝『タテ社会の力学』講談社学術文庫、2009年、123頁。

⁵⁶ ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』24頁。

⁵⁷ 西川祐子『近代国家と家族』『〈家族〉の社会学』79頁。

⁵⁸ 日本の近代的「家」制度は、個々の「家」が「国家」の末端の役割し、それが最終的に「国家」という「家」を成すという面で、軍隊と類似した面を持っている。

人々は、「非国民」などの言葉で日本という社会集団から制裁を加えられた。軍隊は、家族や家のような自然発生的な集団ではなく、支配階層の目標を成し遂げるために創られた集団・道具であり、その役割や構成は、規律によって強制される。また、より円滑な統制のため、軍人というアイデンティティーや集団意識を創り出し・強化する必要があった。兵士の肖像・記念写真は、そのようなアイデンティティーを確認し、強化する道具として用いられた。鈴木育男は、戦時下の写真行為について以下のように述べた。

戦時下ともなると写真需要も限られたものになる。街中の写真館の一番の仕事は、やはり戦争関連であった。軍需工場の近くの写真館は、工員さんたちの身分証明用写真撮影で潤ったこともあったという。日中戦争のころまでは、戦地の息子に家族の無事な姿を写して送ったり、出征のときの記念撮影も多かった。また軍隊に近いところでは、将校や、人数の多い兵隊さんの記念写真があり、階級が一つ上がるごとに写したり、新年など礼服用の凛々しい姿も写したものであった。⁵⁹

写真は軍隊でのアイデンティティーや集団意識を創る一つの道具であった。その写真の種類は幾つかに分類できる。まず、「家」での記念写真のように、軍隊の行事ごとに撮る場合があった。そして、兵士の管理・統制のためであり、アイデンティティーを注ぎ入れる役割を兼ねた写真付きの身分証などもあった（図 31）。また、軍隊での訓練や教育の後の集合写真の撮影も活発に行われた。

軍隊での写真の中、身分証の写真や訓練の後の記念写真などは、写真が持つ権力性を見せる例である。これらの写真は、その「集団に属していること」を見せる証拠であるが、自分の意思で撮るか否かを決めることはできない。すなわち、その集団に属することを押し付け（られ）る「儀式」なのである。これらの写真は「凛々しい」表情を演出し、撮影され、常の儀式として繰り返される。また、繰り返された儀式は「伝統」を創り出す。ロラン・バルトは写真から見られる家族の「遺伝的特徴」について以下のように述べた。

「写真」はときとして、実際の顔（または鏡に映った顔）には決して認められないものを明らかにするのだ。それは遺伝的な特徴であり、先祖から伝わってきた、自分自身や身内の者の肉体の一部である。

⁵⁹ 鈴木育男「時代を支えた営業写真家たち」『写真館のあゆみ』279~280頁。

ある種の永続性を保証する（といっても、それは種族について言えることであって、私個人についてではない）と同時に、同じ家から出た人々の不思議な相異をはっきりと示すからである。⁶⁰

家族の「遺伝的な特徴」のように、各部隊にはそれなりの伝統やアイデンティティーがある⁶¹。それは、次の世代⁶²に伝えられる（遺伝される）ものであり、部隊員の集合写真などは、その部隊の連続性⁶³や「永続性」を見せる象徴物なのである。そのような象徴物を制作する儀式の繰り返しは、その集団のアイデンティティーを構築していく行為の一例である。

軍隊で撮影する兵士の肖像・記念写真は、その写真を義務的に撮った⁶⁴、もしくは自らの意思で撮った写真である。また、自らの意思で写真を撮った場合、それには二つの可能性がある。一つ目の可能性は、軍の外の社会と同じように、「本当に（軍隊にいる）自分を記念したいと思い」（それが錯覚による感情である場合を含め）、写真を撮った場合⁶⁵。二つ目の可能性は、「逃れられない現実に順応するための行為」として写真を撮った場合である。

その二つの可能性の中で「逃れられない現実に順応するための行為」は、一般の社会とは違う軍隊での写真行為の特性であり、南博が言った「日本的マゾヒズム」「日本的サディズム」による行為として説明ができる。

日本的マゾヒズム〔は〕（中略）他者による規制の先取りによって、結局は責任の回避と免除をねらう心理的な防御のメカニズム〔である。〕（中略）

日本的サディズムは他者の責任を問い、それをあくまで追及することであり、その場合に他者への嘲笑と他者に対する規制の強要をとまなう。⁶⁶

徴集されたという現実、不満を持っている個人がいるとしても、その不満を表し、その現実を拒否することは、軍隊という集団の中では通用しない。それは軍隊の規律や「日

⁶⁰ ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』128~130頁。

⁶¹ 例えば、部隊の旗・マーク・服装・制式・編成・兵科・戦功など。

⁶² 部隊は家族に比べてその世代交代がはるかに速い。

⁶³ 最も後輩だった兵士が先輩になっていることなどはその連続性を見せる例なのである。

⁶⁴ 筆者の経験によると、徴兵制度がある韓国の場合、訓練所で義務的に写真を撮り、家族に手紙と一緒に郵送することになっている。それは一つの儀式のように定着されている。

⁶⁵ それについては次の2-2を参照。

⁶⁶ 南博『日本的自我』57頁。

本的サディズム」を持っている集団の人々に、その不満を持っている人は規制を強いられるからである⁶⁷。それにもかかわらず不満を表し、拒否する人（またはその家族なども）は、国家という「人為的共同体」から制裁を加えられる⁶⁸。兵士が軍服姿の写真を撮るのは、「人為的共同体」に従う、または「拒否感を持っていない」ということを見せる証拠であり（実際には拒否感を持っていたとしても）、自らがその逃れられない現実に応じようとする（または順応しようとしているように見せる）行為、すなわち「日本的マゾヒズム」として考えることができる。

「日本的マゾヒズム」「日本的サディズム」は日本という集団（支配階級）が掲げた目標を守る役割をし、また、軍隊という集団の規律や命令を、より効果的に人々に受諾させた背景でもある。そのような背景での兵士の写真は、「記念の儀式」として、そして「防衛の儀式」として成り立った。

2-2 人為的なアイデンティティの構築

軍隊が行う戦争という行為は、相手（敵）を負かすことであり、多くの場合「死」を伴う。そのため軍隊という集団は「死」と切り離して考えることができない。「死」の恐怖を押し切って戦場に赴き、戦うことを可能にさせるのは「名分」である。防衛軍の場合、本能的に「私の家族や自分を守る為」という名分を持つことができるが、侵略軍の場合、**「集団が決めた目標」**を成し遂げようとするのが名分である。

1930年代に表面化した日本という「人為的共同体（の支配階層）」が創り出した「目標」は、急進的ナショナリズムの思想家・革命家である、北一輝が1923年に書いた『日本改造法案大綱』にもよく表されている。

国際的無産者たる日本が力の組織的結合たる陸海軍を充実し更に戦争開始に訴へて国際的画定線の不正義を匡すこと亦無条件に是認せらるべし。〔中略〕合理化せられたる民主社会主義其者の名に於ても日本は濠洲と極東西比利亚とを要求す。⁶⁹

侵略する側は、兵士たちにその名分を注ぎ入れないと、戦わせることが非常に難しい。戦争を「させたい」人々は兵士たちに「精神教育」を通して、「集団が決めた目標」を詰

⁶⁷ 場合によるが、「迷惑をかけるから」という表現は日本的な集団意識を見せる一つの例だと思われる。

⁶⁸ 筆者の軍経験では、軍隊に入隊しているのは、命令に従わざるを得ない状況である。自分の意見を主張することにより、自分だけでなく、属する分隊が制裁を受け、また自分はその分隊の中でも私的制裁を受けることになる。

⁶⁹ 北一輝「巻ハ國家之權利」註一『日本改造法案大綱』（ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』162頁から再引用。〔 〕は日本語訳文によるもの。)

め込み、この個人としての兵士たちを集団と一体化させることを通して、戦争の「道具」として使う。

「精神教育」の基は「錯覚させる」ことにある。それは三段階に分けて考えることができる。第一段階は対象が「自分が重要な役割をする人」であるように錯覚させることで、第二段階は「負けない」という確信（錯覚）を与えることなのである。また、第三段階は「宗教的レベルの信念」であり、「死」を隠し、一つの宗教的なシンボルとしての創られた「栄光」を見せることである。兵士の肖像写真や記念写真などは、第一段階の錯覚や、第二段階の確信（錯覚）の一部を見せてくれる例である⁷⁰。ここでは、兵士の写真がそれにどのように絡んでいるかについて考察する。

地域・時期により、様々な形で徴集された兵士たちは、入隊後、教育を受ける。軍人（特に兵士）は軍隊という集団によって「個人の自由」を剥奪された人々であり、その集団の行動規律や命令によって行動する。個人が「自由意志」を殆ど持つことができないということは、その人々が「最も低い位置」に置かれていることを意味する。国家という集団の大義名分を被教育者たちの頭に染み込ませ、彼らが「自分が重要な役割をする人である」ように錯覚させる⁷¹。それを通して、教育を受けた個人は「誇り」を持つことになる⁷²。「身分が高くなった（と信じている）」兵士は自分の肖像写真を撮る。この写真は「個人」ではなく、「軍人」という社会的地位（ペルソナ）を表すものである（図 32）⁷³。

セルジュ・ティスロンは、写真がその発明以来「社会的帰属を演出するために利用された」と説明した。

このように写真映像は、知覚の共同体という想像世界をはぐくむことができる。そう考えると、写真がその発明以来、撮影される個人の社会的帰属（l'appartenance sociale）を演出するために利用されてきたことも納得がいく。（中略）彼らの個性を強く打ち出すためではなく、むしろ何らかの集団に彼らが帰属していることをはっきり表すためであった。⁷⁴

⁷⁰第二段階の「確信」は戦時の宣伝などに関わり、第三段階の「信念」は、今日の IS（イスラム国：筆者が国として認めている意味で使ったことではなく、日本で一般的に使われる単語として使用した）などでもよく用いられている。これに関わる問題については今後の課題とする。

⁷¹なぜそれが「大義」かは隠し、創られた名分は「不可侵の真理」として扱われる。

⁷²明治維新以前の日本で、ある名分を持ち、暴力・武力を公式的に使えた集団が「武士階級」であったことを考えると、おそらく自分が武士階級になったような錯覚をしたのではないだろうか。武士階級のシンボルであった刀を兵士たちに与えたことも同じ脈絡で考えることができる。刀が邪魔にしかならないパイロットにも象徴として刀を与えた。

⁷³軍服や刀などが、ディズレリの写真での小道具の役割をする。また、その姿がよく見える表現の方法が使われる。

⁷⁴セルジュ・ティスロン『明るい部屋の謎：写真と無意識』141頁。

ティスロンのこの引用文のように、写真は「社会的帰属」を演出するものである。兵士の肖像写真・記念写真は、まさにこの写真の性質に支えられた。また、軍服姿の写真撮影は一つの「記念写真」、すなわち「儀式」になり、流行になる。このような雰囲気一般化し、その写真を見る同僚や家族なども、その兵士が「重要な役割をする人である」ように思い込むことになる。

戦争が起こると、多くの兵士たちが戦場に赴き、死ぬことになる。彼らが「誇り（錯覚）」を持って撮影した写真は葬式で彼らの代わりに役割をする。彼らの身体は、切られ、破られ、焼かれたが、このような「視覚的事実」は代用物（遺影写真）の陰に隠れてしまう。また、「視覚的事実」が隠れてしまう現象は、大義名分を守る役割をし、写真を宣伝の道具とする〈図 33〉⁷⁵。

ジョン・バージャー (John Berger, 1926~2017) は写真を「瞬間の引用」と定義した⁷⁶。シャッターが開かれてから閉じられるまでの一瞬、写真は被写体と一体性を持つが、シャッターが閉じてからはその被写体と「別個」になる。そのため、写真は被写体の意志に反して、どのような目的にでも、限りなく使われるし、写真は「撮られた後の被写体」に対する情報は何も持っていない。すなわち、写真はシャッタースピードの長さだけの事実 (fact) を持っている。写真は事実であるが、それが全体的な筋道としての真実 (truth) を示すものではない。写真を通して真実を見せるか、虚偽・プロパガンダを見せるかは、写真を「使う」側の「意志」にかかっている。それは写真だけでなく、すべてのメディアに絡んでいる問題でもある。大衆は、写真や他のメディアの「視覚的事実」を「真実」と受け入れる傾向がある。それは中間 (medium) 的性質を持つ写真などの媒体 (media) が様々な宣伝・扇動に広く使われる要因となった。そして、写真は軍隊などで「人為的アイデンティティ」の構築を目的として多く用いられた。

フィールドワークを行った写真館の中では、第3章で挙げた兵庫県加古郡尾上村（現在の加古川市尾上町）の「アケミ写真館」が「加古川飛行場⁷⁷」の写真を担当するため、そ

⁷⁵ ヴィレム・フルッサーは「写真はこのような別のチャンネルへの切り替えによって新しい意味を手に入れる」と前提し、それを「コード化するプロセス」と説明した。軍隊で撮影する兵士の写真は、軍隊という集団を守る「コード」にその本質がある。兵士個人が自らの意思で撮影した肖像写真も、軍隊という集団が創り出した「コード」から脱することはできない。軍隊という集団の「コード」に従わないのは「反逆」になるからである。1930年代以後の日本軍の写真の裏には「許可」「不許可」という印がある場合が多いが、それは軍隊が「コード」をコントロールしていたことが確認出来る例である。（このような写真は、軍隊という集団が力を失った後、資料など他の「コード」として使われている。）また、フルッサーは「写真を所有する者が権力を持つのではなく、それになんらかの情報を生み出した者が権力を持つ」と述べた。それから考えると、兵士や家族などは単なる写真の所有者であり、軍隊という集団は、それをを用いて情報を生み出す権力者になるのである。〔フルッサーは「コード」という用語を規制的に秩序づけられた記号の体系として使った。〕

ヴィレム・フルッサー『写真の哲学のために：テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』70・68頁を参考。

⁷⁶ John Berger, *Another Way of Telling*, 1982, pp.93-95.

⁷⁷ 1937年、通称「尾上飛行場」「三角飛行場」。

の近隣に設立された（1938年）写真館であった。当時の尾上村は農村地域であったが、飛行場が村の面積の4分の1に及び、「アケミ写真館」は「軍隊の仕事のために」設立された写真館であった。そのため、敗戦後に軍関係の仕事がなくなった後、写真の需要が少なく、約10年間農業を兼業しながら、たまに写真館の仕事をする形で営業を行った。

1950年代半ばからは、都会ではない中規模の町でも安定的に写真館営業をすることができるようになった。それは「学校写真」という新しい収入源が生じたからであった。以後、加古川市も人口の増加につれ、新しい学校ができると共に、学校の近所に新しい写真館が開業していった。現在も兵庫県の多くの写真館は「学校写真」を主な収入源として営業を続けている。

一方、姫路市の「オウチ写真場」の場合は、設立者であった尾内七郎が1938年に徴集され、1942年まで軍の写真班員として勤務した。敗戦の後には姫路に駐屯していた米軍兵を顧客として活発な営業を行ったが、約6ヶ月で駐屯が終わり、その後からは経営に苦労をした。1950年代からは「学校写真」など、地域社会の写真の需要があり、安定的な営業ができるようになった。その後、肖像写真、結婚写真、広告写真などを中心に経営を続けていった。

日本の写真館は、近隣国の戦争の影響を受ける場合もあった。「栄光社」の設立者である宮本久雄氏は1955年に佐賀県の唐津市の「愛光社」で、米軍の韓国戦争（朝鮮戦争）の写真を現像・プリントした⁷⁸。このような戦争という要素は新しい写真館の営業形態や「写真館文化」を生み出したが、一方では、多くの写真館が爆撃で焼かれた場合もあった。作家田辺聖子の以下の引用文には、戦中の状況がよく描写されている。

私のウチが空襲にあったのは昭和二十年の六月一日である。一暗室を不用意に開けて「開けたらあかん！」と叱られた声は、まだ耳にあるが、家はあとかたもなく、空に帰った。しかし私はウチの商売の雰囲気はなかなかによきものであったと、このトシになったら思う。商品を仕入れて売るといふあきないではなく、やっぱりモノをつくっているという熱があった。⁷⁹

⁷⁸ ここで言及した戦争に関わっている、または戦争が生み出した「写真館文化」は、日本社会が経験した戦争の特性によって成り立っていると思われる。日本社会が経験した戦争は、多くが日本の外の地域で行われた。韓国の例を見ると、韓国戦争（朝鮮戦争）は「韓国国内」で、準備もなく行われた戦争であったので、日本のように戦争が行われた時期に、特別な「写真館文化」が形成されることには無理があった。また、韓国のベトナム戦争への参戦を例として考えると、韓国軍は、米軍の「傭兵」であったので、一部で「兵士の肖像」が撮影されたとしても、それが「写真館文化」としては成立するほどではなかった。その時期の韓国政府は、写真や映像などを用いて、ベトナムへの派兵をあたかも「民主主義の守護のための必然」であるかのように広報した。このような問題領域については今後の課題とする。

⁷⁹ 田辺聖子「田辺写真館なるものありき」『大阪春秋（第51号）』大阪春秋社、1987年、88頁。

田辺家は大阪の福島西通りで「田辺写真館⁸⁰」を経営していたが、1945年6月1日の大阪大空襲で全焼した。その時期、爆撃があった大阪では、多くの写真館が焼失した。「ニコニコ写真館」は新世界の本店が全焼し、戦後に再建築された。当時、建築に必要な木材が大阪では確保できなかったため、1代目の故郷である和歌山から木材を手配した。再建築後、千日前支店の設備を移し、営業を再開し、千日前の支店は閉店となった。「小川月舟写真場」がある大阪の高麗橋も同じく爆撃を受けたが、写真館が入っている野村ビルは大きな被害を受けていなかった⁸¹。

2節 戦後（1945年）から

この節では1945年以後の日本の「写真館文化」について、「高度経済成長期」と「デジタル写真時代」という二つの時期に分けて考察する。

1 消費社会における「写真館文化」の変化

1945年以後、敗戦国である日本では、（地域・階層による差はあるが）経済的な状況などで営業に苦戦する営業写真館が多くあった。しかし、1950年韓国戦争（朝鮮戦争）が起こり、日本は米軍の軍需基地としての役割を果たし、国内の製造業などの景気が改善した。国内景気の回復につれ、日本の営業写真館は、活発な活動を再開し始めた。1950年代半ば頃からは、地方でも、学校のアルバム写真などが一般的なものとなり、多くの営業写真館の安定的な固定収入源になっていた。そして1960年代には「高度経済成長期」と共に、営業写真館は全盛期を迎えることになった。この時期の「写真館文化」は既に構築されていた土台の上に、「写真行為」を経験できる階層が爆発的に広まったことにより、以前とは違う「消費活動」としての特徴を示している。

ここでは、高度経済成長による「消費社会」における「消費活動としての写真館文化」、その時期からの「様々な営業スタイルの登場」という二つのポイントを通して、高度経済成長期がもたらした「写真館文化」の変化について考察する。

1-1 消費活動としての「写真館文化」

⁸⁰ 1905年開業。

⁸¹ 鉄筋コンクリートのビルであったため、焼けなかった。周辺の木造の建物は全焼した。焼けていなかった野村ビルと三越大阪店は、一時期米軍のPXなどとして使われた。

日本の高度経済成長期は「写真が誰にでも馴染んだ」時期であった。経済的發展はより広い階層に「写真行為」を可能にさせ、「写真館文化」に大きな変化を与えた。

〔「国民生活に関する世論調査⁸²」は〕戦後13年目（1958年）に始まった調査だが、当初「中の上」「中の中」「中の下」を合わせて7割強であったが、その15年後（中略）9割に達した。（中略）生活水準が向上し、ブルーカラーとホワイトカラーの差が小さくなり、都市化で生活様式が全国均等になった。さらに教育の機会均等、情報手段の普及で国民の生活意識に個人差がなくなった。文字通り完全平均化の社会が出現し、まさに一億総中流といえる、というマスメディアを中心にはやり言葉となった。⁸³

この引用文は、1958年と1973年の日本の大衆が、自らの社会・経済的「階層」についてどのような意識を持っていたかを分析し、高度成長期の雰囲気がよく表れている「一億総中流」という表現が生じた背景について説明している。ジャン・ボードリヤールはそのような社会階層を「消費」の問題として考えた。すなわち、既存の「写真館文化」に、大衆の「消費活動」としての側面が加えられたのである。

（前略）希少財の追求とそれらの価値の高騰という現象は、最上層と最下層の支出の違いとなって現れている。肉体労働者と上級管理職の支出のあいだの差異は、生活必需品では100対135にすぎないが、住居設備では100対245、交通費では100対305、レジャーでは100対390となっている。ここに、均質な消費に関する量的な差を見るべきではなくて、これらの数字から、追求される財の質に結びついた社会的差別を読みとるべきなのである。⁸⁴

ボードリヤールのこの引用文のように、経済・社会階級による支出（消費）の差は、生活必需品よりは、それ以外の「財の質（価値）」にある。高度成長期の多くの日本人が自らを「中流」であると考えようになった背景には、彼らが「経済的な面で生活に問題がなくなった」と感じていることを意味する。またそれは、「生活必需品」ではない「写真行為」を経験できる人々の範囲が広がったことを示す事象として考えることができる。

⁸² 1958年以後、内閣府（旧総理府）が日本全国の20歳以上の1万人を対象として毎年行っている世論調査。

⁸³ 本多良樹「流転の中流論」『新情報：第92号』新情報センター、2005年、22~23頁。

⁸⁴ ジャン・ボードリヤール『消費社会の神話と構造（新装版）』今村仁司・塚原史訳、紀伊國屋書店、2015年、74~75頁。
(Jean Baudrillard, *La société de consommation : ses mythes, ses structures*, Gallimard, 1974)

写真伝来初期の「写真行為」は「特別な階層」だけが「享受」するものであったが、高度経済成長期には「写真行為」は、大衆が「消費」するものになった。

消費 (consommation) の原則と目的が享受 (jouissance) ではないことの最良の証明のひとつは、享受が今日では権利や楽しみとしてではなく、市民の義務として強制され制度化されているという事実である。(中略) 消費する人間は自分自身を享受を義務 (devoir) づけられた存在として、享受と満足の企てとしてみなすのである。⁸⁵

ボードリヤールのこの引用文で確認できるように、「消費」は享受 (jouissance, 楽しみ・喜び) することを義務⁸⁶ (当然なこと・常のこと) のように行うことを意味する。伝来初期の写真は特別な階層の「楽しみ」であったが、それが一種の「儀式」なり、後にはより多くの人々がその「儀式」を行うことができる経済力を持ち、義務のような「儀式」を通して「享受と満足を企てる」ようになったことから考えると、高度経済成長期の写真は「消費活動」なのである。

「消費活動」は日本的集団意識という面で考えることができる。高度経済成長期にはテレビ・雑誌など、マスメディアの普及が活発に行われ、マスメディアが多くの人々に「共有経験⁸⁷」を提供した。その「共有経験」はマスメディアが配信する、一方的な「仮想の共有経験」である。また、マスメディアは「集団意識」を刺激し、「消費活動」を助長する。

テレビの受け手たちは、膨大な受け手集団のなかにいることで、同時に世間集団の成員として自分を確認する。正月の神社参拝も、やはり衰えを見せない。この場合にもテレビが、それを見る人々を参拝にかりたてる。テレビの画面で宮参りのシーンを見る受け手たちが、自分も出かけてみようという気持ちになることは、テレビが触発する現場欲の働きである。⁸⁸

この引用文で南博が述べたように、日本のマスメディアが刺激するのは「集団意識」である。すなわち、マスメディアは「仮想の共有経験⁸⁹」を提供することにより、「集団意

⁸⁵ ジャン・ボードリヤール『消費社会の神話と構造 (新装版)』116頁。

⁸⁶ 義務と訳されている単語は、フランス語の原文では「devoir」となっている。それは「道徳的・慣習的義務」「務め」の意味を持っている。(『ロベール仏和大辞典』「devoir」)

⁸⁷ 中根千枝が用いた用語。

⁸⁸ 南博『日本の自我』岩波新書、1983年、106頁。

⁸⁹ 時・空間ではなく、ある概念・情報の経験を共有する場合。

識」を刺激し、高度経済成長期の「中流」は「共有経験」としての「消費活動」をし（押し付けられ）、また、その「消費活動」は「共有経験」になる。そのプロセスから考えると、高度経済成長期の「中流」が享受するのは、ある対象・行為ではなく「集団意識」である。そのような消費活動の一つである写真は高度経済成長期の日本人において「集団意識を享受」するための「消費活動」の一つでありながら、他の「消費活動」をイメージとして留めてくれる道具でもある。写真は「medium（媒体・中間的なもの）」であるので、結婚式、日常生活、服装、行事など、すべての「消費活動」を記録することができる。また、写真はその中に捉えられている「消費活動」の証拠（服装など）、写真の中にはイメージとして存在していない「ある行事の集合写真を撮るためにプロ写真師を呼んだ」という「消費活動」の証拠などを、その内部と外部に含んでいる。

1-2 様々な営業スタイルの登場

高度経済成長期には、写真が確固たる「消費活動」として位置付けられるにつれ、新しい営業スタイルの写真館が多く登場した。その中の一つが「企業型写真館」であった。その背景には結婚式の変化があった。

婚礼は戦前主として神社等に於いて行われていたが、戦後はホテル、公官私官の会館、レストラン、其他デパート等の施設に婚礼関係の衣裳、美容、挙式、写真、披露等の部門が整備されることなりこの写真部の撮影担当をする営業写真家及この種の写真部を30ヶ所以上にも及ぶ経営により婚礼写真の撮影製作一切を企業化した極めて大規模な営業写真家もある。⁹⁰

戦後から日本の各地にこのような企業化された大型写真館が登場したが、大阪地域にそのような傾向が強く現れたのは1960年代に入り、ホテルや結婚式場での結婚式が急激に増えていった頃であった⁹¹。それは結婚式という「人生の重要な行事」が一つの場所で、決まったスケジュールに従って、連続して行われるという点で、写真館だけでなく、ホテルの宿泊やレストランなどの営業の面まで効率性をもたらした。いわゆる「結婚式の産業化」であった。「企業型写真館」はホテルなどの企業と契約を結び、写真だけではなく、

⁹⁰ 古川成俊「営業写真の50年の歩みに関するもの」『日本写真学会誌巻1号』1975年、50頁。

⁹¹ 少なかったが、1930年代にも大阪の「綿業会館」などで、「新式」結婚式が行われ、大阪市内の写真館であった「小川月舟写真場」はこのような婚礼写真を担当していた。しかしこの時期には自宅や神社での結婚式が一般的であった。兵庫県の姫路市には1970年代半ばにホテルでの結婚式が流行していたが、一時期の流行にすぎなかった。姫路地域は自宅や神社での結婚式が一般的であり、大阪とは違う特色を持っていた。兵庫県加西市は、ホテルの結婚式が1990年代半ばに始まり、現在まで行われている。

美容、衣装などにもその影響力を持っていた。大阪市肥後橋の「工藤写真館」は、高度経済成長期の大阪の代表的な「企業型写真館」の中で一つであった。その時期、「工藤写真館」は阪急宝塚ホテル・千里阪急ホテルなどに写真室を設置・運営した。大阪市から兵庫県まで営業の地域的範囲が広がったため、20人ほどの職員が働いた時期もあった。また、1960年代の終わり頃まで、徒弟教育を受けている見習生（普通、地方の写真館の後継者）も5~7人ほど働いていた⁹²。1960年代後半には、週末に、一つのチーム（技師1人+アシスタント2人）が撮影する結婚式写真が1日10組に及ぶほど、その営業が盛んであった⁹³。〈図34〉

高度経済成長期には「消費活動」を行う階層が増えることにより工業製品の消費が増えた。それに伴い、地方都市で生産される「商品」の写真を担当する写真館も現れた。地方の写真館は「学校写真」を固定収入源とする場合が多かったが、地域の地理的特徴などにより、「製品」や「広告写真」をメインの仕事にする場合もあった。兵庫県加西市北条町の「栄光社」は宮本久雄氏によって、1955年設立された写真館である。宮本久雄氏は開業後、普通は自宅で行われた結婚式の出張写真や証明写真などを主な業務としていた。1950年代末頃、より安定的な経営のために「学校写真」を始めようと思ったが、加西市に6~7軒ほどの写真館があり、すでに飽和状態であった。ある日、印刷会社の依頼で、近隣の小野市の玉暖簾・三木市の金物を撮影したことを切っ掛けとし、1960年代から本格的に商品写真を受け入れ、1960年代半ばからは広告写真を主な業務としている。〈第3章の図4-12〉このような営業スタイルが可能であった背景には、高度経済成長という時期の特徴と共に、近隣の町に工場があったこと、高速道路から近くて商品の運送に有利であった立地的な特徴があった。学校のアルバム写真などを受け入れずに、商品や広告写真、またスタジオ撮影だけを中心とした営業スタイルは兵庫県の写真館（兵庫県写真師会に属している）の中で約5%ほどである⁹⁴。

1970~80年代には一般の人々に可能な「写真行為」の範囲が広がることになった。安価なカメラの広範な普及で、自分で写真を「制作する（撮る）」一般の人々が増えていった。また、日常や旅行などで「記念写真」を撮ることも一つの決まった「儀式」になった。これは写真館にもう一つの固定収入源をもたらし、多くの写真館は本格的にDPEを始めた。大都市では業務が分業化され、専門現像所があったが、地方の場合はそうではな

⁹² ニコニコ写真館の2代目である曾和勝氏、アケミ写真館の2代目である丹羽章夫氏は工藤写真館の見習生出身である。見習生は親の写真館を受け継ぐか独立をした。二人と一緒に教育を受けた和歌山の西峰康治氏（1946~）は修行の後和歌山に帰り、広くて人口密度が低い地域的特徴のため、広い地域をカバーする学校写真専門出張写真師になった。

⁹³ 曾和勝氏インタビュー。（2015年4月11日）

⁹⁴ 宮本博文氏インタビュー。（2015年12月12日、2016年度「兵庫県写真師会」会長）

かったので、兵庫県の「アケミ写真館」「栄光社」のような町の写真館は地域社会に必要な機能であった DPE によって新しい固定収入源を確保した。

高度経済成長期には営業写真館の営業が全盛期を迎え、1980年代まで安定的な状況が続いたが、1990年代初めの「バブル崩壊」は営業写真館にも影響を与えた。特に都会の「企業型写真館」が大きな影響を受けた。それらの写真館はホテルなどの大きな企業と密接な関係を持っていたが、バブルの影響で写真館がホテルなどと契約を結ぶときの契約金が高くなっていた。1980年代後半、大阪では写真館が市内のホテルと契約を結ぶ時払う契約金が一億円に達するほどであった⁹⁵。投資金額が大きかったため、それに応じた収入が得られない場合は大きな写真館も倒産する危険があった。そのような状況で、都会の企業型写真館には「営業力」が最も重要な要素になった。写真館の基本である「写真」ではなく、「営業」「広報」などによる「サービス」が重要な要素となっていたのである。それにつれ「製造業」と「サービス業」としての両面を持っていた写真館が「サービス業」になっていく傾向が現れたのである。また、過度な営業競争で、営業写真館の「権益」のために結成された地域の「写真館協会」などもその力を失っていった。

2 デジタル写真時代 — 「イメージの消費」

高度経済成長期、経営の面での全盛期を迎えた営業写真館業界は、1990年代初めころのバブル崩壊以後、激しい営業競争を経験し、経営面で大きく後退することを余儀なくされた。「写真行為」は高度経済成長期に確固たる「消費活動」として位置付けられた。しかし、バブル崩壊による経済的状況は「消費活動」を弱体化させ、2000年代からのデジタル写真時代の到来はその「消費活動」の概念を変化させた。

既存の「消費活動」としての営業写真は、高度経済成長期の「中流」という社会階級による「集団意識」の「享受」であり、「儀式」を消費する行為としての特性を持っていたが、デジタル写真時代の消費は違う性質を持っている。それは「イメージの消費」という面から説明できる。高度経済成長期、営業写真館で、記念写真などを撮影することは「儀式」自体を消費することであったが、デジタル写真時代の写真は「記録」と、それによって生成された「イメージ」を消費することに変化した。

ジャン・ボードリヤールは「消費」という行為を「享受という行為の義務化⁹⁶」として説明した。デジタル写真時代の到来の後、多くの営業写真館が廃業することになった理由

⁹⁵ 曾和勝氏インタビュー。(2014年5月18日)、田中栄太郎氏インタビュー。(2016年1月16日)

⁹⁶ ジャン・ボードリヤール『消費社会の神話と構造(新装版)』116頁。

の一つには、写真館を訪ね、写真を撮る「儀式」を行う人々が少なくなったことがある。それは、バブル崩壊がもたらした、不安定な経済状況が続いていることによって、経済的に負担（費用）がかかる「儀式」を行うことを「義務」と考え、それを行うことができる人々がだんだん少なくなったことや、デジタル写真時代がもたらした「イメージの消費」という傾向で写真に対する一般の人々の考えが変化したことの影響なのである。そのような傾向は、写真館での記念写真などの撮影を、余裕のある人々だけの「享受」にさせた。すなわち、写真館を訪ね、台紙に入れられた「紙」写真を撮影するのは、当然な「消費」（享受を義務と考えること）ではなく、選択による「享受」になったので、営業写真館の顧客は減少することになったのである。デジタル写真時代に「消費」されるのは「記録」という写真の根本的な機能を基にして創られた、物理的に存在しないデータになっている「画像」なのである。

デジタル写真時代がもたらした、写真という「儀式」における変化の一つは、「儀式の簡素化」である。2000年代の初め、デジタルカメラが急速に普及し始めた頃、デジタルカメラの性能は、営業写真館の写真制作に用いられる水準ではなかった⁹⁷。しかし、一般の人々にとっては、カメラ購入以外の追加費用（フィルム購入、現像・プリントの費用など）無しに、無限に画像を制作することができ、「記録」という写真の根本的な能力を十分に「享受」できるものであった。その結果、一般的には写真館を介して行われた写真という「儀式」が個人で完結でき、「簡素化」された。

また、ちょうどその時期にインターネットが普及し、ブログやホームページなどが既存の印画紙やアルバムの役割の代わりをした。それが写真を保存し、見せる役割を果たすことになり、イメージを消費する新しい「消費活動」の土台となった。既存の写真館での記念写真は「記録」でありながら「表現」（イメージとしても行為としても）の特性を持つが、デジタル写真時代の一般の人々の写真は「記録」を基にその勢いを広げ、デジタルカメラやスマートフォン（とそのイメージ処理アプリ）などが発展した2010年以後からは「表現」の面まで備えていっている。それは一般の人々がイメージを制作する主体になっていることを意味する。すなわち、写真で何を見せるか、どのようなスタイルで撮るかの問題が、デジタルカメラやスマートフォンなどを手にした一般の人々のものとなっている。写真を撮る立場に立った一般の人々は、「写真館のスタイル」に従わず、自分なりの表現をする。また、そのような「制作者」としての写真行為は、ジョン・バージャーの以下の引用文のように、「見せたくないものを隠す」行為でもある。

⁹⁷ 解像度・色などの再現力などの面で。第2・3章の事例を参照。

〔写真に〕あるのは決定、そして焦点だけである。(中略)「私はこれを眺める行為が記録に残す価値があると決めた」という言葉を、今は「これは集中して眺める価値があるという私の考えは、既にその中に含まれているため、私が見せないように決めた全てのことと関係している」と言い換えなければならないかも知れない。⁹⁸

今日 SNS (Social Network Service) にアップロードされる多くの写真は、「見せたくないものを隠す」方法で「見せたい自分」を創り出す行為なのであるだろう。

以前とは違う大衆の写真に対する考えや好みを満たすために、営業写真館には変化が必要であった。「消費」でなく「享受」になった既存の「儀式」としての記念写真などを続けると同時に、写真教育や写真を用いた商品などを開発することが、写真館の重要な業務になった。それは、写真館という空間と写真師という人的資源を用いて、顧客が「享受」できる新しい「文化活動」「儀式」などを創り出すことである。

3節 営業写真館の盛衰と未来

写真の伝来以後、営業写真館は、社会・経済的な背景により盛衰を繰り返した。敗戦直後の約10年間や、安価なカメラの普及・趣味写真家の増加、デジタル写真時代の到来などがそのような盛衰に影響を与えたのである。

戦後、営業写真館が再び活動し始めた1957年、関西写真家連合協会の会長であった小川月舟は営業写真師たちの問題点について以下のように辛辣に批判しながら会員たちを奮させた。

近年大問題は写真の大衆化の点に絞られた、つまり営業写真家対アマチュアの冷たい戦争の急迫事態だと思うが、それを教養面から眺めると、アマチュアの層は階級が実に巾広く、教養の度合からいつでも、その平均点は残念ながらアマチュア側の方が程度が高い。これは無理もないことで、アマチュアの中には教授や学者も含んでいるのだから、営業家はその面でおくれをとるのもしかたがないのである。それに猶悪いことに、営業写真家の中にはその方面の勉強をしない人が多すぎる。⁹⁹

⁹⁸ John Berger, *Understanding a Photograph*, Penguin Books, 2013, p.21. (引用した文章は1968年10月にジョン・バージャーによって書かれたもの)

⁹⁹ 小川月舟「教養について」『第9回大会(1957年)』19頁。

営業写真師たちは沈滞の時期を乗り越え、1960年代初め頃から始まった高度経済成長期という跳躍の機会を迎えることになった。営業写真館は全盛期の高度経済成長期を経て、バブル崩壊を経験し、その後デジタル写真時代が到来した。

デジタル写真時代に、営業写真館は様々な面で大きな変化を迎えることになった。この節ではその変化を「侵食」という観点で考えていきたい。しかしながら「侵食」という現象はデジタル写真時代以前にも様々な形で営業写真館が経験してきたことである。それは杉本一郎の以下の引用文からも確認できる。

戦前迄は事写真に関する限り、何でもかんでも我々の手を煩わしていたが、今では新聞写真、警察写真、商品写真、学術写真、観光写真、工業写真、DP 等等、それぞれの殆どすべてが我々から切り離されてしまっている。徒らなる芸術家気取り、意固地な職人氣質、不勉強な商売人根性等、何れも狭い心のせい、目下は証明写真、お見合写真、婚礼写真、学校写真程度に押し込められてしまったのではないか。それさえ他業種のものから浸蝕されつつあるではないか。¹⁰⁰

この引用文で杉本が述べている浸蝕は「写真」という媒体 (medium) の中で起こった細分化による侵食であった。営業写真師は写真が発明されてから、肖像写真の専門家でありながらも、「写真」という「新しい媒体」全般においても最高の専門家集団であった。しかし、時間の流れにより、新聞写真や広告写真など、様々なジャンルの写真が出現し、その分野の専門写真家たちが活動することになった。すなわち「写真という枠組み」の中での「内部侵食」とも言える。しかし、デジタル写真時代になってからは杉本が予想していた「外部からの侵食」が加速化されている。

1 技術領域の侵食

デジタル写真時代の到来前である1980年代に安価なカメラが広く普及¹⁰¹するにつれ、営業写真館における技術領域の侵食は始まった。しかし、このような現象は営業写真館の一部だけの業務に限られている侵食であり、それを通してむしろDPEや材料販売などの業務を拡大することができたので、営業写真館の立場では、すぐには実感できない侵食であった。

¹⁰⁰ 杉本一郎「戦後の大阪写真業界 (1977年)」『回顧百年』123頁。

¹⁰¹ フィールドワークを行った、DPEや写真教育などの業務を果たしていた「ハナヤ勘兵衛」「アケミ写真館」「栄光社」などの経営者たちが感じた時期 (DPE需要の急増など)。

ヴィレム・フルッサー (Vilém Flusser, 1920~91) は、文章を書くことのように、誰でも写真が撮れるようになったこの現象を「写真撮影の民主化」として説明した¹⁰²。このような「民主化」は、営業写真館で使う「プロ用」のカメラを趣味写真家も手に入れることができるようにし、営業写真師と趣味写真家が持つカメラの性能の差は、だんだん無くなっていった。

フルッサーは「良い写真」を以下のように定義した。

(前略)「最良の」写真とは、写真家が人間の意図という点で装置のプログラムを征服した写真、つまり装置を人間の意図に従属させた写真です。(中略)「写真は」事態へとコード化された概念です¹⁰³。

要するに、フルッサーがこの引用文で述べた「最良の写真」の制作のためには、人間の意図通りにカメラを扱う能力が必要である¹⁰⁴。ここではその能力を身につけることを「熟達」と言おう。1980年代頃の状況で、町の趣味写真家はその「熟達」を成し、単なる「高級カメラを持っている人」ではなく、「新しい部類の写真家」になるためには、材料やDPEという技術を提供する営業写真館を利用せざるを得なかった。そのため、営業写真師が持った「カメラ」以外の技術的領域やその業務はむしろ最盛期を迎えた。

しかし、2000年代のデジタル写真時代の到来により、営業写真師が持っていた技術領域は瞬く間に侵食されていった。デジタル写真の特性で、カメラがあれば、アマチュアが写真制作を経験し、それを身に付けるためにかかる費用がゼロに近づいた。また、専門家だけの領域とされた修整なども「それほど難しくない技術」になり、現像やプリントも同様であった。写真がデジタルやコンピュータの領域に入った瞬間、営業写真師が長い時間をかけて身につけた「暗室技術」などは、瞬く間に「遺物」になった。これは彼らが持っていた「既得権」が消えてしまったことを意味し、フルッサーが述べた「写真撮影の民主化」は「写真行為全体の民主化」に拡大された。すなわち、町の趣味写真家たちは、営業写真館に対する「技術的従属」から完全に独立し、新しい形態の写真家として位置付けられた。

フレッド・リチンはそれらの新しい形態の写真家についての以下のように述べた。

¹⁰² ヴィレム・フルッサー『写真の哲学のために：テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』75頁。

¹⁰³ 同上、61~62頁。フルッサーは引用文の中の用語を以下のような意味として用いた(111~114頁の「用語解説」を参考)。
装置 (Apparat)：思考をシミュレートする玩具。プログラム：明晰かつ判明な諸要素で行われる組み合わせのゲーム。事態 (Sachverhalt)：事柄の間の諸関係がそこにおいて意味をもち、事柄それだけでは意味をもたないような場。コード (Code)：規制的に秩序づけられた記号の体系。概念 (Begriff)：テキストを構成する要素。

¹⁰⁴ Vilém Flusser, *Towards a Philosophy of Photography*, trans. Anthony Mathews, Reaktion Books, 2000, p.47 (Vilém Flusser, *Für eine Philosophie der Fotografie*, European Photography, 1983/Hubertus von Amelunxen, 2000)

今や、このような自由な環境の中で、仕事に制限を受ける専門家たちよりも、むしろアマチュアのデジタル写真家たちやブロガーこそが、オンライン上で驚くほどの反響を呼び起こしている。それらの写真は、より個性的で、より個人的であり、時には、その未熟さで信頼を得る。おそらくプロの写真家はアマチュア写真家がどのように世界を視覚化するかをもっと注意して見なければならない時であるかもしれない。アマチュアにメディアの未来は保証されているようだ。¹⁰⁵

写真において「プロ」「アマチュア」という言葉は技術・実力に関する上下の概念として——安価なカメラの普及の後から、デジタルカメラの一般化まで——長い間使われた。しかし、インターネットやデジタル写真の広範な普及によって「プロ」か「アマチュア」かの線引きが難しい写真家達が多く活動している。つまり、現在は「プロ」という言葉が営業や活動の形態に限定して使われる言葉となり、だんだんその力を失っているようである。「アマチュア」という言葉は、むしろ写真発明初期の芸術写真家を示した「アマチュア」に回帰しているようにも見える。

2 営業領域の侵食

デジタル写真時代に入り、写真制作に「現像」の必要がなくなった。DPEは写真館に一定の固定収入をもたらす重要な収入源であり、写真館が現像とプリント設備を持っているという点は一種の「既得権」でもあった。2000年代、デジタルカメラが急速に普及し、営業写真館が持っていた既得権は次第に消えていった。このような状況の中で他の業種が写真館の役割を一部吸収する場合も増えた。

観光地でよく見られる「舞妓体験」「着物体験」などのプランを提供する店では、顧客に写真撮影をパッケージで販売、または提供している。また、観光地で「半強制的」に撮影した後、わずか1~2分間にプリントを完了して購入するかどうかを決定させる写真の登場もデジタル写真が一般化されてから起きた現象である。また、大型スーパーが運営する証明写真・ベビースタジオなども、既存の営業写真館の領域を侵食している。

このような営業領域の侵食は、写真の「ハード的側面」「ソフト的側面」から考えることができる。フルッサーはそれについて以下のように述べた。

¹⁰⁵ Fred Ritchin, *After Photography*, W. W. Norton & Company, 2009, p.130.

一般的に、装置のハードの側面、「ハードウェア」はどんどん安くなり、そのソフトの側面、「ソフトウェア」はどんどん高くなります。(中略) 価値を意のままにできるのは、ハード的な物を所有しているひとではなく、そのソフト的なプログラムを管理しているひとです。ハードな物ではなく、ソフトなシンボルに価値があるのです。¹⁰⁶

フルッサーはこの引用文で、装置(カメラなど写真制作の道具を含めて)の「ハードウェア」より、「ソフトウェア」の価値が高くなると説明した。また、それは「脱工業化社会(post-industrial society)¹⁰⁷」の特徴である。これはソントグが述べたように、かつての工業国での写真は「どういう活動が写っているかは問題ではなく、写真が撮られて大事にされていればいい¹⁰⁸」ものであったが、今日には「何がどのように記録され、そのイメージがどのように消費されるか¹⁰⁹」が重要になったことと同じ脈絡で考えることができる。すなわち「写真を撮る(技術的行為を行う)ために」あるイベントを行う、「儀式」としての写真行為が弱体化し、あるイベントを記録し、それを消費する傾向が強くなったのだ。また、そのような傾向に、デジタル写真の効率性(時間・費用など)が加えられ、観光地などでの「舞妓体験」「着物体験」などの写真は他業種における新しい「商品」になることができた。

個人が経営する営業写真館は「写真の実力」以外の価格・人々を引き寄せる「ソフトウェア的な側面(興味)」で、それらと競争することがかなり難しい状況に置かれている。このような状況で写真館営業を続けていく方法は、新しい形の写真サービス、差別化された要素を持つことである。今は殆ど残っていない伝統的なスタイルの肖像写真館(「小川月舟写真場」「ニコニコ写真館」)、地域社会との絆・連携による営業方式(「アケミ写真館」「栄光社」)、文化の空間として写真の教育・スタジオレンタルの業務を兼ねること(「ハナヤ勘兵衛」「栄光社」)などが、これらの努力の事例となる。

3 写真師の自治権の侵食・写真の用途変化

フレッド・リチンはデジタル写真時代の到来の後、商業写真家やフォト・ジャーナリストなどの「自治権」が侵食されたと指摘した。

¹⁰⁶ ヴィレム・フルッサー『写真の哲学のために：テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』38頁。フルッサーは「装置(Apparat)」を「思考をシミュレートする玩具」の意味として用いた。用語の説明は、111~114頁の「用語解説」を参考。

¹⁰⁷ Vilém Flusser, *Towards a Philosophy of Photography*, p.30.

¹⁰⁸ スーザン・ソントグ『写真論』15頁。

¹⁰⁹ 第5章3節の3を参照。

今日、他の大陸にいるアートディレクターや編集者が仮想のビューファインダーを通して見ながらフレーミングについて写真家と協議したり、作業を進める間も、アップロードした画像を確認することまで可能である。フィルム時代には、写真家の細かい仕事まで管理するには、実際に現場にいなければならなかったし、写真家たちの自治権 (autonomy) はある程度不可侵の領域であった。¹¹⁰

デジタル写真時代になって、営業写真館でも写真を選ぶ役割は顧客のものとなっていった。デジタル写真時代以前の写真師は、専門家としての見識が尊重されていたが、今は商品製作の技術者として認識されている。現在はスマートフォンなどでも以前に比べてはるかに「カメラらしい」カメラが付いている。また安価で、本格的なデジタル一眼レフカメラなどを手に入れることができる時代になった。誰でも毎日写真が気軽に撮れる時代となったのである。それにより、顧客が自分で写真を撮るレンタルスタジオなども増えている。このように写真師が「自治権」を失いはじめた最も大きな理由は、「儀式の消費」であった写真が「イメージの消費」になったこと、すなわち「写真の用途が変わった」という点にある。それ以前の写真の役割について、ソントグは以下のように述べていた。

写真は大部分の人にとって芸術ではなくなった。それは主として社交的な儀礼であり、不安に対する防御であり、また権力の道具なのである。

家族や他の集団の一員と考えられる個人の業績を記念することが、写真の最初の一般的な利用の仕方である。というのは少なくとも1世紀にわたって、結婚写真はおどりの式辞と並んで儀式の一部になってきたからである。(中略) どういう活動が写っているかは問題ではなく、写真が撮られて大事にされていけばいいのである。ちょうどヨーロッパとアメリカの工業国で、家庭制度そのものが根本から揺らぎ始めた時に、写真が家庭生活のひとつの儀式になったのである。¹¹¹

大抵の人にとって写真は「消費活動」であり、それを通して「義務的に享受」する一種の儀式であったが、その傾向が弱くなっていき、さらにデジタル写真時代での写真は「記録」による「イメージの消費」になった。ソントグが言ったように、以前までの写真は「どのような活動が撮られているか」より「撮った」という行為が重要であったが、デジ

¹¹⁰ Fred Ritchin, *After Photography*, p. 27.

¹¹¹ スーザン・ソントグ『写真論』15頁。傍点は筆者によるもの。

タル写真時代の写真は「何がどのように記録され、そのイメージがどのように消費されるか」が重要になった。現在のリビングに飾ってある写真やインターネット上の SNS などにアップロードされる写真は、そのイメージを通して「理想」を夢見る道具として使われている。

デジタル写真時代以前の写真が「儀式の消費」という活動の「結果物」とすれば、今日の写真は「理想的なイメージ」を作って鑑賞しながら理想的な将来を夢見る、また他人に見せることを通して、「写真の中の自分」を押し付ける「道具」なのである。それは一面で「儀式の司祭としての写真師」の終焉を見せているのではないだろうか。

4 消えつつある「儀式」

高度経済成長期に扱いやすい安価なカメラが普及する前まで、営業写真師が持つ「記録の面での既得権」は絶対的であった¹¹²。カメラという道具を持っていることは、視覚上の記録が可能であることを意味する。カメラが珍しかった時代には、結婚式や卒業式などの祝い事を記録するために、営業写真師を呼ばなければならなかった。この時期に一般の人々がカメラを持つことになったとしても、多くの場合、経験の不足や技術的な問題の壁があった。また、撮影した後も現像・プリントは営業写真館や写真機材店、専門現像所に任せる場合が多かった。このように新しい意味のアマチュア写真家（趣味写真家）が増えるのは、営業写真師に（写真館で DPE サービスを行うなどの）固定的な収益を与える「良い現象」でもあった。営業写真師たちの立場から見ると、顧客の写真に対する認識のレベルが少し高まったのも歓迎すべき小さな変化であったと言える。

「記録の道具」であるカメラが広く普及したのは、一般の人々が「表現力は劣っても、記録はできる」ようになったことを意味する。しかし、表現力を持っていたとしても、彼らが営業写真師の代わりの役割をすることはできなかった。それは、営業写真師が「儀式の一部」になり、（司祭のように）自分たちの立場や独自の表現様式を確実に持っていたからだ。ピエール・ブルデューは、「集団の団結が荘厳に再確認されることになる社会生活の最高の瞬間を荘厳化する手段を、写真は提供する」と考えた。

素人写真家は、職業写真家、すなわちその臨在で儀式の荘厳さを聖化する祭司と共存することはできるが、彼の代わりをすることは決してできない。¹¹³

¹¹² そして、デジタル写真時代の到来の以前までも、その既得権は有効な部分があった。

¹¹³ ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』25頁。

また、このすぐ後ろで調査アンケート¹¹⁴を用いつつ、以下のように述べている。

写真が持っている儀式的性格の別の指標は「[職業] 写真家は決して食事の写真や舞踏会の写真は撮らない」ということである。素人の写真は、親類や友人に送るためにスタジオで撮る「正式」の代わりなどは一層なりえない。「非常に貧しい人でも、スタジオでは皆、乙にすまして撮らせます」。¹¹⁵

ここには「素人写真家（趣味写真家）」と営業写真師が儀式の中で持っていた役割や領域の違いが、明確に説明されている。写真撮影は完全に儀式の一部になっていたのので、その「観客」である趣味写真家は営業写真師の代わりの役割をすることはできなかった。彼らには営業写真師などが儀式を行うことを記録することだけはできたのである。

写真を「乙にすまして」撮るのは、写真師の誕生の時代から生じた表現様式である。それが一つの「様式」になったのは、「初期の写真が絵画の代用物」であったことと「初期の写真技術の限界」によるものであったと考えることができる。初期の感光版は感度が低く、写真が撮られる時間の間に、そのまま表情や姿勢を維持しなければならなかった。写真館の顧客は一般的にプロのモデルではなかったのので、口を閉じて謹厳な表情をすることは、最もミスが少なく、商売に適したポーズであっただろう。また、肖像画の表現様式とも似たこのポーズは中産階級の人々の欲望を満たすこともできた。感光乳剤が発達するとともに、様々な分野・スタイルの写真が登場したが、営業写真館の表現様式は20世紀が終わる頃まで続いた。

しかし、デジタル写真時代には、写真の用途が変わり、写真師の独特な表現様式¹¹⁶による「儀式」は消えつつある。写真の表現様式を導く者は写真師ではなく、顧客（一般の人々）となってきた。今日では、「誰でも」カメラを持っているので「誰でも」記録ができる。そのような状況で、営業写真師が持たなければならないものとは何だろうか。それは「儀式の享受」の面で「顧客が期待していることを把握し、それ以上」を経験させ、

¹¹⁴ 同上、26頁。その内容は以下の引用を含んでいる。

「招待された人の中に素人写真家のいることも時にはあります。しかしそんな時でも、ポーから写真家が呼ばれます。素人写真家は結婚した二人が教会から出てくるところを撮るんです（...）。前もって外に出ていた素人写真家がいるとそうした写真を見ることができます。彼らはそういう写真を撮ってもよいことを知っているんです。彼らは教会の中で、結婚指輪を指にはめている時の写真さえも撮ります」。

¹¹⁵ ピエール・ブルデュー他、前掲書、26頁。

¹¹⁶ 営業写真師の表現様式は以前の絵画の様式から権威を借り、写真を用いてそれを繰り返すことであった。ブルデューはそれを「ビザンチンのモザイクの人物像の構成や姿勢を真似すること」という比喻により説明した。（ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』93頁。）

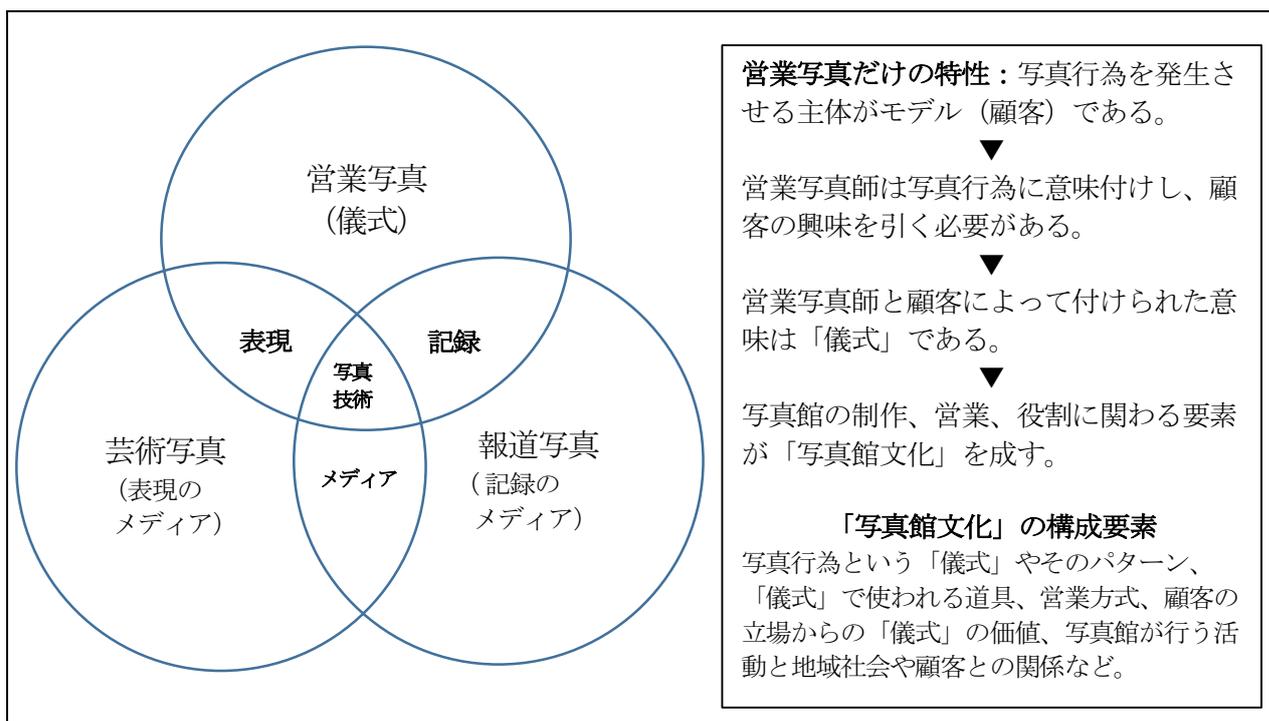
「イメージの消費」の時代に合わせたサービスを提供する、専門家としての実力や経営戦略なのである。それを通して、営業写真師たちが「写真館文化」を導き、発展させていくことが、営業写真という写真の一分野を成り立たせる条件だと言えるのではないだろうか。

おわりに

本論文は「日本の地域社会における写真館文化についての考察」という題目で、大阪・兵庫地域の事例を中心とし、日本の「写真館文化」がどのような特徴を持ち、時代・社会環境によってどのように変化してきたかについて考察したものである。また、中心事例として取り上げた大阪・兵庫地域の特徴や普遍性を明確にするため、他の地域や外国の例を少し用いた。このような方法で研究を進めた結果、「写真館文化」という概念を提示することができた〈表1〉¹¹⁷。また、日本の「写真館文化」の特徴について、一部ではあるが、それを把握することができ、自分なりの「方法論」が少しは構築できたという点は、今回の研究で得た成果ではないかと思う。

しかし、この論文は明らかに限界も持っている。それは、大阪や兵庫地域の事例だけを通して、「日本の写真館文化」の全体像をどれほど整理し、描ききれたかの問題である。現状では「近畿地方」「関西地方」についても、完全にカバーしているとは言えない。それは各地域の特徴を把握する面でも同様で、実際近畿地方に限って見てもフィールドワークを行っていない京都地域の場合は、研究を行う過程で、大阪地域と違う面を持っていることが分かることとなった。

〈表1〉 営業写真と他の写真との比較（左）、「写真館文化」の生成メカニズム（右）



¹¹⁷ デジタル写真時代の到来以降、「儀式」であった写真館での写真行為に様々な変化があった。本論文はそれについて少し触れたが、それにかかわる「写真館文化」の詳細な事例やそれについての考察は今後の課題とする。

「写真館文化」の特性をその生成メカニズムから把握し、それを土台とした上で、日本の普遍的な「写真館文化」を明確に定義するためには、写真画像の理論的考察をさらに深化させると共に、さらに京都や奈良、和歌山、四国地方など、その対象の地域を広げていかなければならないと思う。これについては今後の課題と考えている。筆者は本論文で、個人的力量や諸般の事情により、さらに広い範囲をその調査の対象とすることができなかつたという点を反省する。ただ、筆者は研究を行いながら、調査の範囲を広げれば、「浅い」研究に留まってしまうという恐れがあると思い、その調査範囲を大阪と兵庫に限定することにした。しかし、今後、この論文で扱うことのできていない地域の事例についてフィールドワークを行い、より明確な地域・時代の特性を明らかにして、日本の「写真館文化」の全体像を追求したいと思う。

本論文で、筆者が重点を置こうとしていたのは「研究者の観点」で「写真館文化」を考察することであった。これまで、営業写真館を少しでも扱っていた研究は、「協会」や「写真館を営んだ家族」の観点からのものが多かった¹¹⁸。そのため、そこから脱皮することは筆者が持った新たな「基準」であった。いわば写真館を運営する側から主観的な言説が紡ぎ出させてきた。しかし、筆者の目指すものは写真館をより広いコンテキストにおいて、客観性を持って「写真館文化」を解明することであった。

この研究のために、まだ未熟ではあるが自分なりに「写真館文化」にアプローチする為の「方法論」の構築を一定程度果たせたと思う。今後、「方法論」をさらに研磨して、一層深い研究・考察へと前進したい。

また、本論文で少し扱ってはいるが、韓国の営業写真館は日本の営業写真館に大きな影響を受けた。これまでの韓国の営業写真館や韓国で活動した日本人写真師についての研究は、今年故人になった写真史家崔仁辰の著書『韓国写真史：1631-1945』『写真侵略¹¹⁹』が代表的である。この中で『韓国写真史：1631-1945』は2015年に日本語訳が出版されたが、同年韓国で出版された『写真侵略』は著者崔仁辰の健康の問題などの事情により「未完成」のまま出版され、韓国国内でもその後続研究は殆ど行われていない。「韓国で活動した日本人写真師や日本で写真を習った韓国人写真師」は、筆者が「営業写真館」についての研究を行う切っ掛けであったのであり、崔仁辰との個人的な約束¹²⁰もあったので、これからもそれについての研究を続けていきたいと思う。それは、日本で形成された「日本

¹¹⁸ 写真伝来初期の営業写真館（上野彦馬など）を扱った研究は別にして。

¹¹⁹ 韓国で活動した日本人写真師、日本で写真を習った韓国人写真師についての内容が最も多く収録されている本だと思われる。

¹²⁰ 筆者が『韓国写真史：1631-1945』の日本語訳作業に参加していた時、生前の崔仁辰と様々な対話をする機会があった。

の写真館文化」が、違う文化・社会環境でどのように変貌してきたのかを、日本国内の事例と比較できるという点で、日本の「写真館文化」を明確にしていく過程での重要な研究題材だと思う。

筆者はこの論文を土台とし、日本全体の「写真館文化」を研究していき、またその範囲を広げ「東アジアの写真館文化」やその流れなどを把握・纏めることを研究者としての目標とし、進めていきたい。

〔付記〕最後になりましたが、筆者の現地調査に際して快く協力して頂き、貴重な資料や情報を惜しむことなく提供された各写真館の方々、曾和勝氏、丹羽章夫・真平氏、西峰康治氏、田中栄太郎氏、藤森久嘉・尾内美智代氏、桑田敬司氏、宮本久雄・博文氏に厚く御礼申し上げます。また、長年にわたる古写真のコレクションの使用を許可して頂いた（長崎県在住の医師）松岡弘親氏にも心からの御礼を申し上げます。



図1 平村徳兵衛が1880年初め頃に撮影したとされている、池雲英（「修信使」の随行者で画家であり、その後韓国の初期の写真師になった）の肖像写真（左）、と市田左右太が撮影した外国人船員の肖像（右）。それぞれ『韓国写真史』所収、松岡弘親所蔵。



図2 市田左右太が「日本風」に演出して撮影した外国人の写真。松岡弘親所蔵。



図3 市田左右太が「西洋風」の背景で撮影した外国人の写真。松岡弘親所蔵。

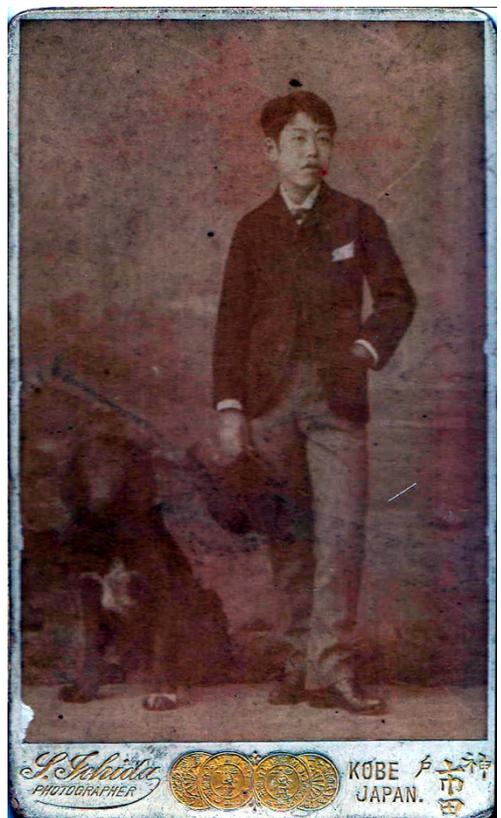


図4 市田左右太が「西洋風」の背景で撮影した日本人の写真。松岡弘親所蔵。



図5 市田左右太が撮影した穂積家の家族写真（左）と肖像写真（右）。松岡弘親所蔵。



図6 市田左右太が撮影・販売していたと思われる風景写真。松岡弘親所蔵。



図7 市田左右太が撮影した写真。富士山の背景や飾り物、犬が確認できる。松岡弘親所蔵。



図8 市田左右太が撮影した写真。「日本風」の雰囲気を出し出す日本人の「モデル」が登場する。また、これらの撮影スタイルを「定番」にして写真館業務の効率性を計っていたと思われる。松岡弘親所蔵。



図9 内田九一が撮影した写真。「日本風」の雰囲気醸し出す日本人の「モデル」が登場する。松岡弘親所蔵。



図10 市田左右太が撮影した「西洋風」の背景での外国人。松岡弘親所蔵。



図11 市田左右太が撮影した「高鷲」家の子供たちの写真。右の「静江」の4歳の誕生日記念写真だと思われる。松岡弘親所蔵。

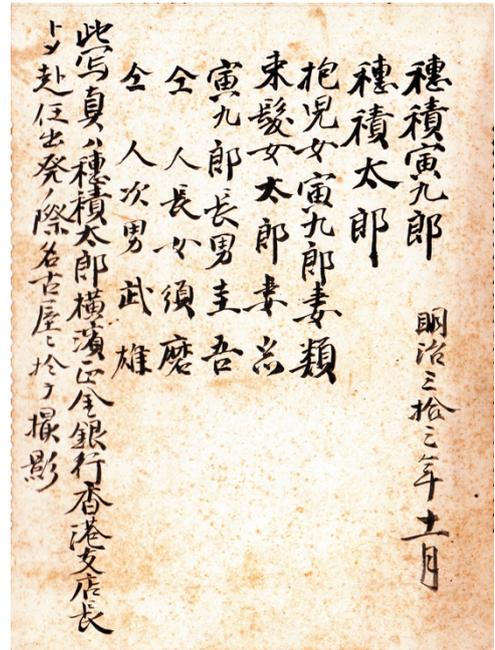


図 12 穂積家の家族写真。松岡弘親所蔵。



図 13 穂積家の様々な写真。東京や香港（右上）などで撮影された。穂積家の残っている写真から、明治期、経済力のある人々には、写真館での写真撮影が既に「儀式」になっていることが推測できる。松岡弘親所蔵。

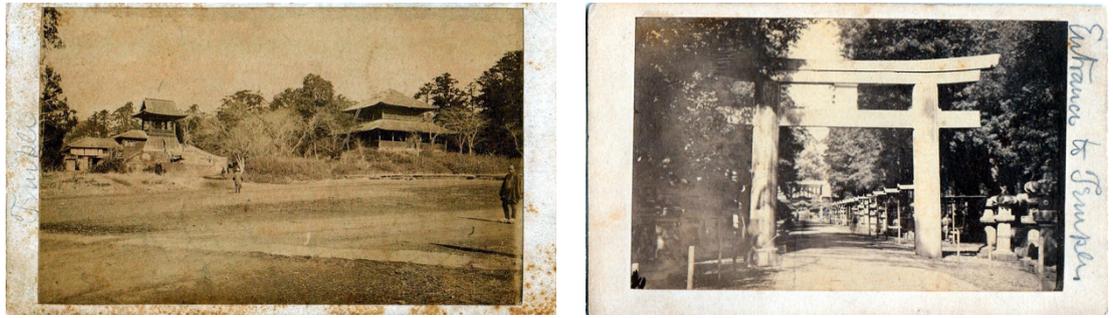


図 14 内田九一が撮影・販売していたと思われる風景写真。松岡弘親所蔵。



図 15 フェリーチェ・ベアトが撮影・販売した写真。松岡弘親所蔵。



図 16 守田来三が撮影した写真。松岡弘親所蔵。



図 17 守田来三が撮影・販売したと思われる、演出された芸妓の写真。松岡弘親所蔵。





図 18 京都の「銀星館」で撮影された芸妓と外国人の写真。日本人の「モデル」が外国人顧客と同等な「主役」として撮影されている点から、芸妓が写真館の営業係や「専属モデル」のように活動していた可能性が考えられる。松岡弘親所蔵。

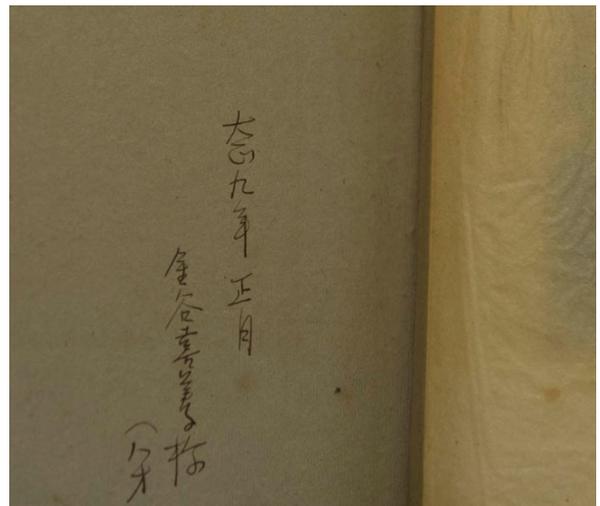


図 19 正月記念写真。田中栄太郎所蔵。



図 20 制服姿の写真。田中栄太郎所蔵。



図 21 横顔を撮影した肖像写真。
田中栄太郎所蔵。



図 22 独特な比率の写真。
田中栄太郎所蔵。



図 23 小さなサイズの肖像写真（左、3.5×4.5センチ）名刺版（右）と比べると、小さな写真のサイズや表現方式（写真が小さいため、よりタイトな構図になっている）。田中栄太郎所蔵。

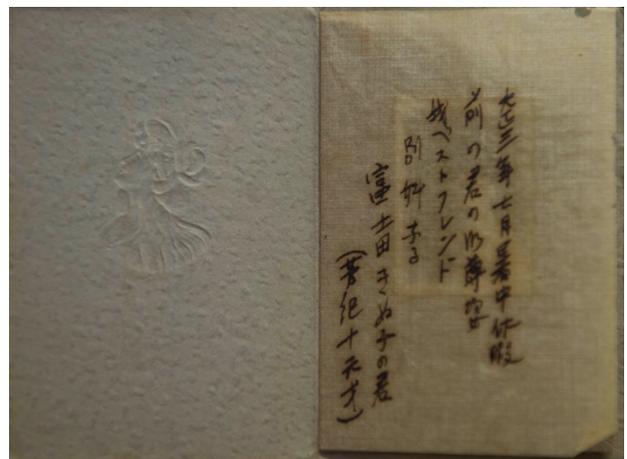
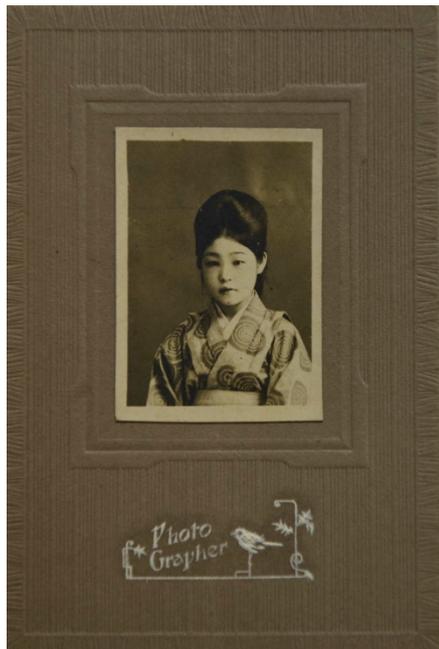


図 24 小さなサイズの肖像写真（左）と台紙に描かれている友達へのメッセージ。田中栄太郎所蔵。

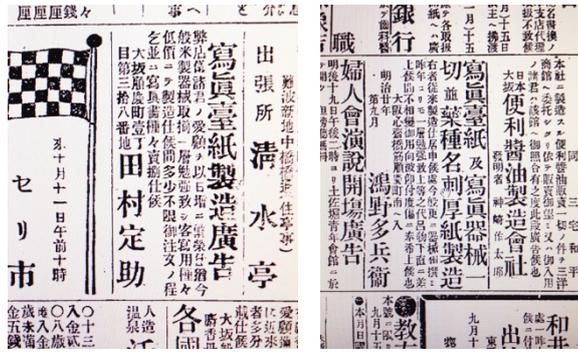


図 25 「朝日新聞（大阪）」に乗せられた台紙・機材店の広告。1882年9月27日（左）と1887年9月17日（右）。大阪には早い時期から写真関連産業が成り立っていた。



図 26 内田九一が1868年に撮影した大名井伊直憲。松岡弘親所蔵。

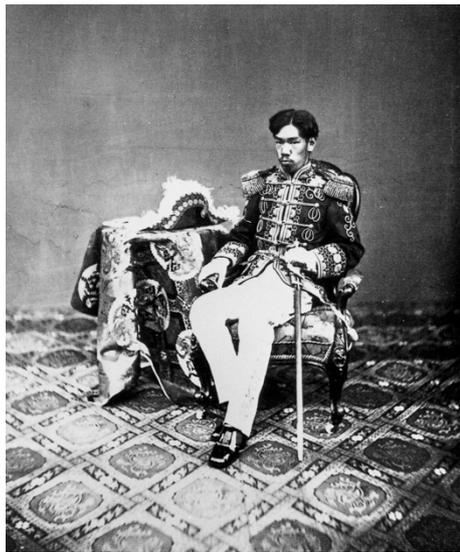


図 27 内田九一が撮影した明治天皇。『写真館のあゆみ』所収。



図 28 内田九一が撮影した昭憲皇太后。『写真館のあゆみ』所収。



図 29 内田九一が撮影した公爵三条実美の写真。松岡弘親所蔵。



図 30 大阪の「田辺写真館」の写真師たち（1938年）。写真師たちは仕事をする時、背広を着ることは一般的であった。『田辺写真館が見た“昭和”』所収。



図 31 軍人の身分証明書写真。身分証明書は「自分が重要な役割をする人」のように思い込ませる。『写真館のあゆみ』所収。



図 32 作家田辺聖子の叔父の1943年の写真（左）と「少年兵」の姿をしている田辺聖子の弟の1944年の写真（右）。これらの写真は「個人」ではなく「ペルソナ」を示している。『田辺写真館が見た“昭和”』所収。

図 33 写真師三宅貞輔の出征記念写真。このような記念写真は他の人も「錯覚させる」効果を持つ。『写真館のあゆみ』所収。





図 34 工藤写真館が「阪急宝塚ホテル」で1968年撮影した結婚式の写真。カラー写真も既に商品化されていたが、当時までも白黒写真がメインであった。浅田恵子所蔵。



参考文献 (50音・アルファベット順)

和文・写真関連

大久保利謙『開化写真鏡』大和書房、1975年

尾内七郎『(続) ポートレート一筋』尾内七郎、1998年

小倉孝誠『写真家ナダール：空から地下まで十九世紀パリを活写した鬼才』中央公論社、2016年

小沢健志『幕末・明治の写真』ちくま学芸文庫、1997年

岸哲夫『戦後写真史』株式会社ダヴィット社、1974年

木下直之『写真画論』岩波書店、1996年

－ 『田本研造と明治の写真家たち』岩波書店、1999年

後藤和雄・松本逸也・早坂元興『読者所蔵「古い写真」館』朝日新聞社、1986年

佐藤守弘『トポグラフィの日本近代：江戸泥絵・横浜写真・芸術写真』青弓社、2011年

鈴木八郎・小沢健志・八幡政男・上野一郎『写真の開祖上野彦馬』産業能率短期大学出版部、1975年

多木浩二『眼の隠喩：視線の現象学』青土社、1982年（『眼の隠喩：視線の現象学』ちくま学芸文庫、2008年）

－ 『ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品」精読』岩波書店、2000年

－ 『写真論集成』岩波書店、2003年

－ 『肖像写真：時代のまなざし』岩波新書、2007年

鳥原学『日本写真史（上）：幕末維新から高度成長期まで』中央新書、2013年

－ 『日本写真史（下）：安定成長期から3・11まで』中央新書、2013年

－ 『写真の中の「わたし」』ちくまプリマー新書、2016年

ナダール『私は写真家である』大野多加志・高橋克己訳、筑摩叢書、1990年

中島徳博「関西の写真」『関西写真家たちの軌跡 100年 写真展図録』2007年

日本写真家協会『日本写真史』平凡社、1971年

古川成俊「営業写真の50年の歩みに関するもの」『日本写真学会誌巻1号』1975年

ヴァルター・ベンヤミン『ベンヤミン・コレクション 5：思考のスペクトル』浅井健二郎・土合文夫・久保哲司・岡本和子訳、ちくま学芸文庫、2010年

横江文憲『ヨーロッパの写真史』白水社、1997年

『大阪春秋：第51号（特集大阪写真小史）』大阪春秋社、1987年

和文-図録・協会誌など

芦屋市史編集委員会『新修芦屋市史続編』芦屋市役所、2010年

芦屋市立美術博物館『ハナヤ勘兵衛展』1995年

大阪写真家協会『回顧百年：協同組合大阪写真家協会創立100年史』1998年

関西写真家連合協会『第9回大会』1957年

－ 『関写連50年誌』1999年

京阪神写真師会大会『沿革史』1922年

神戸大学写真部「神戸大学写真部年表」1995年7月24日版

世界文化社『写真で見る幕末・明治』1990年

東京都写真美術館『写真渡來のころ』財団法人東京都歴史文化財団、1997年

日本写真文化協会『写真館のあゆみ：日本営業写真史』1989年

－ 『文協50年のあゆみ：創立50周年記念』1999年

和文-社会・人類学、その他

会田雄次『日本人の意識構造』講談社現代新書、1972年

青木保『「日本文化論」の変容』中央公論社、1990年

李御寧『「縮み」志向の日本人』講談社学術文庫、2007年

北一輝「卷ハ國家之權利」『日本改造法案大綱』1923年

工藤美代子『工藤写真館の昭和』講談社文庫、1994年

佐藤俊樹『不平等社会日本』中央新書、2000年

作田啓一『恥の文化考察』筑摩書房、1967年

田辺聖子『田辺写真館が見た“昭和”』文藝春秋、2005年

谷崎潤一郎『細雪』新潮文庫、1955年

鶴見俊輔『戦後日本の大衆文化史』岩波書店、2001年

中根千枝『タテ社会の人間関係』講談社現代新書、2016年

- 『タテ社会の力学』講談社学術文庫、2009年
- 『適応の条件』講談社現代新書、2014年（初版は1972年）

西川祐子・牟田和恵他『〈家族〉の社会学』岩波書店、1996年

林英夫・芳賀登『番付集成（下）』柏書房、1973年

本多良樹「流転の中流論」『新情報：第92号』新情報センター、2005年

南博『日本人の心理』岩波新書、1953年

- 『日本的自我』岩波新書、1983年

山崎正和『柔らかい個人主義の誕生』中央文庫、1987年

横浜開港資料館『幕末日本の風景と人々』明石書店、1987年

NHKプロジェクトX制作班『プロジェクトX挑戦者たち12〈起死回生の突破口〉』NHK出版、2002年

『朝日新聞』聞蔵IIビジュアル、朝日新聞社 (<https://database.asahi.com>)

和文-翻訳書

ベネディクト・アンダーソン『想像の共同体：ナショナリズムの起源と流行』白石隆・白石さや訳、書籍工房早山、2007年（Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*, Verso, 1983, 2006）

ヘルムート・ゲルンシャイム、アリソン・ゲルンシャイム『世界の写真史』伊藤逸平訳、美術出版社、1967年（Helmut Gernsheim / Alison Gernsheim, *Concise History of Photography*, Thames & Hudson Ltd, 1965）

キャロリン・コースマイヤー『美学、ジェンダーの視点から』長野順子・石田美紀・伊藤政志訳、三元社、2009年（Carolyn Korsmeyer, *Gender and Aesthetics: An Introduction*, Routledge, 2004）

イアン・ジェフリー『写真の歴史：表現の変遷をたどる』伊藤俊治訳、1987年（Ian Jeffery, *Photography: A Concise History*, Thames & Hudson, 1981）

スーザン・ソントグ『写真論』近藤耕人訳、晶文社、1977年（Susan Sontag, *On Photography*, 1973/1974/1997）

セルジュ・ティスロン『明るい部屋の謎：写真と無意識』青山勝訳、人文書院、2001年（Serge Tisseron, *Le mystère de la chambre claire: Photographie et inconscient*, Les Belles Lettres/Archimbaud, 1996）

クエンティン・バジャック『写真の歴史』伊藤俊治監修・遠藤ゆかり訳、「知の再発見」双書、2003年（Quentin Bajac, *L'Image révélée, l'invention de la photographie*, Gallimard, 2001）

ジェフリー・バッチェン『写真のアルケオロジー』前川修・佐藤守弘・岩城覚訳、青弓社、2010年（Geoffery Batchen, *Burning with Desire : The conception of Photography*, MIT Press, 1997）

ロラン・バルト『明るい部屋：写真についての覚書』花輪光訳、みすず書房、1985年（Roland Barthes, *La chambre claire: Note sur la photographie*, Gallimard, 1980）

ピエール・ブルデュー他『写真論：その社会的効用』山縣熙・山縣直子訳、法政大学出版局、2013年（Pierre Bourdieu, Robert Castel, Luc Boltanski, Jean-Claude Chamboredon, *Un art moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Les Editions de Minuit, 1965）

－ 『中間芸術』ジュヒョンイル訳、現実文化研究、2004年（Pierre Bourdieu, Robert Castel, Luc Boltanski, Jean-Claude Chamboredon, *Un art moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie*, Les Editions de Minuit, 1965）〔韓国語版〕

ヴィレム・フルッサー『写真の哲学のために：テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』深川雅文訳、勁草書房、1999年（Vilém Flusser, *Für eine Philosophie der Fotografie*, European Photography, 1983 / 1997）

ジゼル・フロイント『写真と社会：メディアのポリテイク』佐復秀樹訳、お茶の水書房、1986年（Gisèle Freund, *Photography and Society*, David R Godine Pub, 1979）

ヴァルター・ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品（Walter Benjamin, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*）」野村修訳『ベンヤミン「複製技術時代の芸術作品」精読』岩波書店、2000年

－ 『図説写真小史（Walter Benjamin, *Kleine Geschichte der Photographie*）』久保哲司編訳、ちくま学芸文庫、1998年

ジャン・ボードリヤール『消費社会の神話と構造（新装版）』今村仁司・塚原史訳、紀伊國屋書店、2015年（Jean Baudrillard, *La société de consommation : ses mythes, ses structures*, Gallimard, 1974）

ジル・モラ『写真のキーワード』前川修・小林美香・佐藤守弘・青山勝訳、昭和堂、2001年（Giles Mora, *PhotoSpeak*, Abbeville Press, 1998）

崔仁辰『韓国写真史:1631-1945』犬伏雅一・姜美賢・洪性雲・朴紀吟・李京彦・金根愛訳、青弓社、2015年

原書

Baatz, Willfried, *DuMont Schnellkurs Geschichte der Fotografie*, Taschenbuch, 2002

Berger, John, *Another Way of Telling*, 1982

– *Understanding a Photograph*, Penguin Books, 2013

Disdéri, André-Adolphe-Eugène, *Renseignements photographiques indispensables à tous*, Disdéri, 1855

Flusser, Vilém, *Towards a Philosophy of Photography*, trans. Anthony Mathews, Reaktion Books, 2000. (Vilém Flusser, *Für eine Philosophie der Fotografie*, European Photography, 1983 / Hubertus von Amelunxen, 2000)

Gelder, Van Hilde & Westgeest, Helen, *Photography Theory in Historical Perspective*, Wiley-Blackwell, 2011

Gernsheim, Helmut & Gernsheim, Alison, *The History of Photography: From the Camera Obscura to the Beginning of the Modern Era*, McGraw-Hill, 1969

Hannavy, John, *Encyclopedia of Nineteenth-Century Photography*, Routledge, 2013

Heilbrun, Françoise, 'Nadar and the Art of Portrait Photography', *Nadar*, Metropolitan Museum of Art, 1995

Nadar, *When I Was a Photographer*, trans. Eduardo Cadava & Liana Theodoratou, The MIT Press, 2015

Newhall, Beaumont & Newhall, Nancy, *Masters of Photography*, Castle Books, 1958

Newhall, Beaumont, *The History of Photography: From 1839 to the Present Day*, The Museum of Modern Art, New York, 1964

Ritchin, Fred, *After Photography*, W.W.Norton&Company, 2009

Tagg, John, *Evidence, Truth and Order: Photographic Records and the Growth of the State*, London, MacMillan Education, 1984

崔仁辰『写真侵略』図書出版アラ、2015年

パク・ピョンジョン『写真の競争：19世紀』ヌンビツ、2006年

辞典類

(和文)

『広辞苑第6版』岩波書店、2008・2009年

『世界大百科辞典（デジタル版）』平凡社、2007年

『デジタル版日本人名大辞典+Plus』講談社、2015年

『ランダムハウス英和大辞典』小学館、1993年

『ロベール仏和大辞典』小学館、1988年

（韓国語）

『ウリマル（国語）大辞典』ハングル学会、1957年

『金星版国語大辞典』金星出版社、1991年

『プライム英韓辞典』東亜出版、2008年

『葡韓辞典』ソンアンダン、2015年