

## 卒業論文要約

鈴木はる美

タイトル 指輪の普及とその要因の探究

サブタイトル 明治期から大正初期を中心に

はじめに

日本における装身具の歴史は、世界の中でも特異である。縄文時代から古墳時代までは、他国の装身具とほとんど変わらない。ところが、奈良時代になると、装身具は忽然と姿を消し、以降、江戸時代末期までの約 1300 年間に渡り、首飾り、指輪、耳飾り、ブローチなどは存在しない。これほどまでに装身具を使わなかった民族は世界では日本以外には無く、その理由は謎である。

再び着用されるようになったのは、和服から洋服へと着替えた明治期からである。この頃からわずか 100 年後の 1970 年代には、日本は世界で 2 番目の宝飾品消費国になった。現在、成人女性の指輪保有数は、平均 13.3 個である。日本の装身具では最も指輪が多く、西欧諸国では首飾り、腕輪、耳飾りなどが多い。本研究では、日本では“なぜ指輪だけが好まれるのか”に疑問を持ち、指輪の普及時期とその要因を探求する。

### 第 1 章 日本の指輪装着の過程

日本画・洋画・ポスターに見られる指輪の変遷は、素材と装着者の変化である。素材は、日本産出の瑪瑙や銀・金などから、養殖真珠や白金溶解の成功により変化していく様子うかがえる。装着者は、芸者、女学生、娘、婦人等が描かれ、金属や真珠や宝石付の指輪を様々な指に嵌めるようになる。

小説からは、指輪に対する一般人の感情が汲み取れる。清水紫琴の『こわれ指輪』は、「朝夕これを眺めまして決意新たにした」、自らが壊した指輪を嵌め続け、女の自立と尊厳が書かれる。樋口一葉の『闇桜』は、形見としての指輪を書き、尾崎紅葉の『金色夜叉』は、初めて目にする金剛石を見た人の驚きが表現される。内田魯庵の『指輪』の主人公は、「銀や金細工の指輪は野暮ったい、指輪はダイヤモンドでないと意味はない」と、ダイヤモンドに執着する様子を表す。『明治事物起源』には、「紳士と呼ばれ貴女と唱えられる人の指には、金光燦然たるこの物を見ざるは稀なるに至れり」と記される。

銀や金メッキの指輪、模造品や偽宝石の指輪を嵌める現象が、その後続いたことがわかる。明治 10 年代から 40 年代までの僅かな間に、素材や享受者の急速な変遷を遂げる指輪装着の過程がわかった。

### 第 2 章 指輪普及の社会的要因

指輪が急速に日本人に需要され普及した要因は、廃刀令後、高度な技術を持つ金工作家が時代に対応し、生き残り策として指輪製作に挑戦した力である。また、専門店や百貨店の台頭と宣伝力による。広告やポスターは絵入りになり、上流社会以外の人々にも注目されるようになった。そして、販売業者によって婚約指輪や結婚指輪をは

じめとする製造技術の質が高められたことなどの社会的要因が、需要の創造を起こしてきたと言える。

### 第3章 指輪の普及の心理的要因

「指輪を買うと風邪をひく」という説話がある。新しい指輪を嵌めた人は、その指輪が人の目に留まるように、手を口元に持って行き、咳をする。その動作は、「あなたが持っている指輪と同じようなものを私も持っている。よく見てよ。あなたの指輪とはデザインが違うでしょう」と表現している。風邪を引いたかのように咳をするのは、指輪を嵌めた手にさりげなく他人の目を引きつけ、「流行を追う」自分を軽薄に見せたいためである。

これは、人間における「差異化願望」と「同一化願望」を言い当てている。このような流行に乗る女たちが指輪への所有欲を駆り立てられたことも、普及の要因と考えられる。

### 第4章 仕掛けられている流行

社会の上流は変わることを恐れ、下流はなかなか変わることが出来ない。それに対し、中流は、上流と下流との狭間にあって、お互いの「違い」を強調しなければならない。大した差がないからこそ、その差をつけようとして流行を取り入れようとする中

流こそが、流行の担い手となる。

明治期には、雑誌広告の価値は急速に高まり、指輪の広告も様々なメディアに登場する。

専門店や百貨店の広告は、毎回、新製品のPRをして流行を牽引した。この時期、類似品やメッキの指輪も多く登場し、質と価格の多様化が見られる。このように求めやすい価格の商品も販売され、広告の仕掛けによって、指輪の流行が中流から下流まで普及した様子がうかがえる。

おわりに

本研究で明らかにした社会背景により、日本の指輪が急速に需要されたのは、美しく珍しい物を享受したい女達の好奇心・物欲があった。上流階級の洋装化からスタートした日本の装身具の中で、指輪は最も小さな工芸品として扱いやすく和服にも着用できることから、明治期の人々は指輪を受容し、瞬く間に普及した。日本人は、指輪によって装身具を直接身につける喜びを知ったのである。