

博士学位論文審査要旨

2022年1月24日

論文題目： 茶道の文化経済学

学位申請者： 太田 直希

審査委員：

主査： 経済学研究科 教授 河島 伸子

副査： 経済学研究科 教授 八木 匡

副査： 経済学研究科 教授 太下 義之

要 旨：

本論文は、日本の伝統文化の代表格の1つである茶道という領域の経済を、文化経済学の視点から切り込んで分析したものである。文化経済学の出発点は、非営利の芸術文化・文化遺産の経済基盤を「市場の失敗」論からとらえ、政府による公的支援・規制などの介入を正当化する論を立てることにあつた。このような文化経済学は次第に、著作権を核としてコンテンツを大量に複製することで営利を生み出す映像、音楽等の産業＝創造産業にも注目するようになっていった。

わが国の文化経済学においても、こうした文化二元論に立つ傾向があつたが、実は日本を代表する伝統文化である、能や歌舞伎、茶道・華道・書道などがいかなる経済的仕組みで成立しているのか、という点についてはきわめて限られた研究蓄積しかなかった。いずれも、文楽を例外として、実態として公的支援はほとんど受けておらず、かといって複製ビジネスでもないことは明らかである。また、こうした領域には家元制度や世襲制度があることは日本人にとって常識であるが、このような世界的には珍しい現象が、各文化分野の維持、継承と発展にどのように作用するのかは解明されてこなかった。

本論文は、茶道が、公的支援の対象たる文化、営利ビジネスたる文化とは異なる、「第3の文化経済市場モデル」を成していると論じる。第1部では文化経済学の先行研究を引用しながら、従来議論されてきた文化市場の2つの類型はいずれも創造性を抛り所としていると論じている。これに対して家元茶道ではプロの芸術家と観客を峻別するものではなく、また必ずしも創造性に依拠することなく周縁関連経済を広げているという。ここで、家元茶道が高度な文化体系や哲学・思想に基づいた文化分野でありながら、自立的な経済を持ち数百年にわたり継続、発展してきたことが示され、その分析が必要とされることが論じられている。続く第2部ではこの経済実相を具体的に描き出している。家元茶道圏における3つの主要な経済構造、すなわち①稽古場の経済、②茶会の経済、③茶道具の経済をそれぞれ詳細に論じ、この3つが相互に連関・循環し、三位一体となって家元茶道圏における内需構造を確立していることを論じている。

以上のように、本論文は各分野の文献を丹念に読み解き、わが国特有の、文化的に高度な体系を持ちつつ自立的経済圏を築いている茶道の経済を明らかにした点、非常に大きな貢献があつたといえる。欧米で発達してきた文化経済学の考え方を基本的には踏襲してきたわが国の文化経済学における、新たなフロンティア開拓への貢献があるともいえる。よって、本論文は、博士（経済学）（同志社大学）の学位を授与するにふさわしいものであると認められる。

総合試験結果の要旨

2022年1月24日

論文題目： 茶道の文化経済学

学位申請者： 太田 直希

審査委員：

主査： 経済学研究科 教授 河島 伸子

副査： 経済学研究科 教授 八木 匡

副査： 経済学研究科 教授 太下 義之

要 旨：

本論文につき、2022年1月21日10:00より1時間半にわたり総合試験を行った。

本論文の基本となっている文化経済学における先行研究および本論文で調査・研究対象としている家元茶道の経済につき、正しく豊富な知識・知見を有していることを確認するための質問をしたところ、全てに的確な回答が得られた。

また、数は少ないが英文文献を丹念に読み込み内容を把握し論文に活かしていることが確認でき、英語の語学能力が十分であることを確認した。

よって、総合試験の結果は合格であると認める。

博士學位論文要旨

論文題目： 茶道の文化経済学

氏名： 太田 直希

要旨：

本研究は、文化経済学において、国内外で了解されている文化市場の2大類型、すなわち複製不可能なオリジナルな文化の市場と著作権に基づく市場という従来の類型に照らして、そのどちらにも当てはまらない市場形態として、日本の伝統的な文化である家元茶道を取り上げた。

家元茶道は、創造性のみで過剰に依拠しない文化であることで周縁関連経済の広がりを持ち、写しや数物といった疑似複製概念による経済的拡張性を備えている。同時に、好みや所以という付加価値も持ち、それを経済的に反映する箱書等のシステムがある。また、家元制度は特定のパトロンに頼りきりにならないための仕組みとしても働き、公的支援ありきではない経済的自立性をもって存続している。家元茶道の市場は、著作権等の枠組みがなくとも経済的自立性をもって存立し、経済的拡張性を備える。本論文は、ここに家元茶道圏がもつ強固な経済システムを見出し、従来の創造性に基づく文化市場の類型とは異なる、第3の市場モデルを提示するものである。

本論文は2部構成をとり、まず第I部「文化経済学における茶道」では、第1章「文化経済学と茶道」、第2章「家元茶道の文化体系」、第3章「家元茶道圏と第3の市場」と題して研究対象である家元茶道そのものを論じる。続く第II部「家元茶道圏の経済実相」では、第4章「稽古場の経済」、第5章「茶会の経済」、第6章「茶道具の経済」と題して家元茶道圏における主要な3つの経済構造を分析し、第7章「結論」へと導く。

第1章では、さまざまな先行研究を参照し、従来議論されてきた文化市場の2つの類型はどちらも創造性を拠り所としていることを示した。2類型を分け隔てるのは複製可能かどうかの違いである。著作権に代表される知的財産権も基本的に創造性を根拠として付与されるものであり、公権による保護という意味では共通している。一方、家元茶道はプロの芸術家と観客を峻別し実演の質を競うことになる上演芸能とは性格を異にしており、創造性に過剰に依拠することなく、周縁関連経済の広がりにつながっている。また、家元制度は自立的な仕組みとして機能し、公的支援ありきではない経済的自立性を保ち今日まで存続している。以上を踏まえて、家元茶道の市場は第3の市場形態として、わが国の文化経済学における課題に応じたモデルとして提示することができるかと立論した。

第2章では、家元茶道のもつ高度な文化体系や哲学・思想について深く検討した。江戸時代中期、家元制度の成立期は広間の茶の成立期でもあり、主客一致して行われる茶の湯は、階層を超えて一座を共にする象徴的な芸道としての家元茶道に至った。表千家七代如心斎による「七事式」の制定を受け、その高弟川上太白は江戸での千家茶道の普及に努めたのである。茶会や稽古における礼法の要素は、個人的な小間密談の茶から開かれた社交の場として展開したことによる所産であり、その儀礼作法が家元茶道の流儀といえる。流儀作法の目的は多様な人間が一座建立することであり、わび茶が格や豪華さへの拘泥を離れたことにより、茶道に組織や経済の拡張性が生まれている。以上のような家元茶道圏の内需経済を生み出す源泉となる文化的性質の成り立ちを論じた上で、後半では家元茶道の理解に重要な「わび」の概念について論じた。その中で、珠光、

紹鷗よりの茶道理念「わび」は、千利休の技術の茶とともに「わび茶正脈」として千家茶道に継承される。「わび」という言葉も近代以降再びクローズアップされ、その概念についてはさまざまな論があるが、本論文においては千宗旦の盆点逸話に象徴的な「不足のため控える精神」としての「わび」概念、すなわち山田宗偏の示すところの「侘僿」を、家元茶道の経済的側面に反映するものとして「わび」の意に定めた。

第3章では、家元茶道の他文化と異なる市場特性をより明確にするため、文化経済学における文化市場の2大類型、すなわちオリジナル性に基づく市場と複製技術・知的財産権に基づく文化の市場との違い、およびクリエイティブ産業との違いも踏まえた上で、そのような文化市場の2大類型に適さない文化領域としてフォークアートなどの文化を参照し茶道文化の市場との比較を試みた。韓国・利川陶磁器の例は、投機的なものと異なる市場形態であり、担保的な市場の存在が大きいという意味では茶道具に通じるところがあるが、日本の作家物陶磁器のような販売のシステムはなく、流通会社から依頼して作らせるというような需要吸収はない。一方、日本における音楽教室に代表されるピアノ文化をみると、家元茶道と同様にどちらも公的文化助成から距離を置く存在であるが、ピアノの大衆化と家元茶道における大衆化とは様相が異なる。茶道文化において数寄者は、実演芸術家であり総合芸術プロデューサーである茶人でありながら、家元茶道に対してパトロンとして振る舞うという固有の様相がある。こうした比較を踏まえて、伝統文化と大衆文化の要素を併せ持つ家元茶道は、新たな文化市場のモデルとして提示するに相応の対象であることを導いた。

第II部では、第4章から第6章まで家元茶道圏における3つの主要な経済構造を論じた。これらは、第I部で示した家元茶道の文化特性を反映した共通の需要をもとに、互いに連関し循環するものであり、そこから終章である第7章において、3つの経済からなる家元茶道圏の市場について総括した。

第4章では、「稽古場の経済」について論じた。家元制度確立期に千家茶道の新たな稽古式方である「七事式」が制定されて以降、家元茶道における稽古の二面性「修行的要素と実践的要素」「厳格さと遊芸性」が受け継がれている。これは、茶事そのものから稽古そのものに特別な意味が宿ったという見方もでき、能など他の伝統芸能に比して茶道稽古に特殊な求道性を付与していると考えられ、そこに稽古自体の需要が生じた。家元制度と稽古システムが両輪となる組織的管理の構造のなかで、教授者のもとに多くの社中が形成され、それらが家元茶道圏独自の経営手法および経済循環に反映する。社中の増大は、月謝、各種取次料など稽古場の経済の基本となる謝礼経済が増大し、茶事相伝から広間稽古場への主領域の移行により、わび茶の理念を保持しつつ経済規模が拡大した。その中で、一子相伝による家元による免状発行の専権化と、熟練教授者への稽古によるミニマムな統制が実現され、教授者および稽古場には自由裁量による経済活動が生まれていることを示した。

第5章では、「茶会の経済」について論じた。茶事・茶会は家元茶道の固有の価値観を体感する場として機能しており、社中単位での参加により家元制度における組織的管理が茶会の集客と結びついている。稽古システムの寄与するところも大きく、各流派の持ち回りなど、家元は教授者に茶会の機会を提供し、家元から教授者、教授者から社中稽古人への贈与的な逆ベクトルの謝礼経済が生じる。また、茶事において茶室という舞台は、プロデュースの対象となりパーソナルな茶の湯の実演のセレモニー化が可能になる。家元茶道においては、そのような拡張性をもとに献茶や大寄せ茶会という催事形式のパラエティが展開された。茶の湯はその性質上、一座をとにもする相手を選び、流儀内、最低でも茶道人口の中での主客包摂が中心であるため、家元の需要は持続する。茶会は家元の権威をデモンストレーションするとともに流儀意識を再生産し、茶会のための書付道具や好み道具の短期売買等、稽古の経済・茶道具の経済を含めた流儀内需経済の

規模に寄与していると論述した。

第6章では、「茶道具の経済」について、稽古道具の需要、流儀に対応した流通市場や、家元茶道に特徴的な「箱書」の価値など幅広く論じた。また、茶道具には意味的価値と実用的価値が同居し、家元茶道圏における茶道具の経済の広がりや持続性は、道具に宿る多層的な価値に基づいている。茶道具の需要の源泉となるそうした種々の価値についても、適宜写真資料等を添えつつ論述した。

第Ⅱ部全体を通して、家元茶道圏における3つの経済には、いずれも謝礼経済が関わっており、横断的な人的関係によって経済取引のチャンスが増大する構造になっている。これらの経済は互いに連関しており、三位一体で循環的に家元茶道圏の内需構造を確立している。すなわち、家元茶道圏における稽古場の経済、茶会の経済、茶道具の経済は、互いに連関し相乗効果を生む「第3の市場」としての様相を呈していることを解明した。

第7章では、本研究の結果として、家元茶道の市場は、家の茶としての経営と「わび茶正脈」としての家元茶道の価値観に基づく需要により成立する市場であり、創造性をコアとして外部にフロンティアを求める従来の文化経済学における文化市場の2大類型とは異なること、および経済的な規模と継続性を有する文化であることを、結論として示した。

最後に、論文全体を振り返り、家元茶道が独自の文化体系と強い自立的な経済システムを両立するものであるという論旨を再度示した上で、今後の文化経済学における研究に関する展望についても述べ、本論文のまとめとした。