



第13章

スクラップブックングからみる文具 —ホビーの世界は文具を変えるか—

長濱 麻未

目次

1. はじめに～「手作り」と文具～
2. スクラップブックングとは
3. スクラップブックングと文具
4. 体験教室という場
 - 1) 企業の視点
 - 2) ユーザーの視点
5. 「趣味縁」がもたらすもの
6. おわりに～ホビーの世界と文具の世界～

1. はじめに～「手作り」と文具～

文具の売り上げは、少子化やデジタル化のあおりを食って、年々縮小傾向にある¹。確かに、学校や家庭でパソコンを日常的に使うようになったことで、「手書き」の機会は格段に減ったように感じる。近年では、紙の年賀状を出さずにメールで済ませる人も増えているようだ。

一方で、「手書き」「手作り」が持つ温かみにこだわる人も多い。例えば、国内最大手のブログサイト「Ameba ブログ」には「ハンドメイド」のカテゴリが独立しており、人気のあるカテゴリ TOP50 のうちの 23 位にランクインしている。彼らのブログを覗いてみると、スクラップブックングや消しゴムはんこなどのホビークラフトを趣味にもつことで、そのツールとしての文具に強い興味を持っている層がある程度存在していることが垣間見える。

文具ユーザー（文具を好んで購入し、使う人）の中でも、このように「趣味（ホビー）」と「文具」を結びつけているコアなユーザーの存在は、文具を取り扱う企業、ひいては文具業界全体に対して少なからず影響力を持っているのではないだろうか。そこで本論では、特にスクラップブックングに着目し、文具を取り入れた「手作り」ホビーを楽しむ人たちと、彼らに対する文具メーカーの思惑のあ

り方を探る。

2. スクラップブックングとは

スクラップブックングとは、思い出という実体のないものに、写真とそのデコレーションによって形を与える趣味として広まったペーパークラフトホビーである。同じテーマの複数の写真を、個人のセンスを活かしてシールなどで飾りながら台紙に貼り付け、台紙を何枚もファイルに入れてアルバム状にしたり、一枚の台紙のままビニールで覆い額縁に入れたりして飾る。アメリカでは 1980 年代から爆発的に流行し、現在 2000 万人以上の愛好者が存在する。子どもからお年寄りまで年齢を問わずに楽しめることも魅力のひとつで、全米各地でコンテストやコンベンションが開催されているそうだと (Everything about scrapbooking. com)。

各種の英英辞典を典拠とした包括的な言語資源サイト Wordnik によると、「切れ端、断片、破片、ちょっとしたもの、残り物、屑」を意味する scrap から派生して「新聞などの切り抜き」という意味ができ、それを book (本) のようにまとめたアルバムや台紙の上に切り貼りしたものを scrapbook (切り抜き帳) と呼ぶ。切り抜き帳自体は昔からあったものだが、最近になって趣味として流行るにつれ scrapbook (スクラップブックを作る) がさらに動詞として使われるようになったのである。それを名詞化したものが scrapbooking (スクラップブックを作ること) だ。ハイフンを使って scrap-booking のように書かれることもあるという。

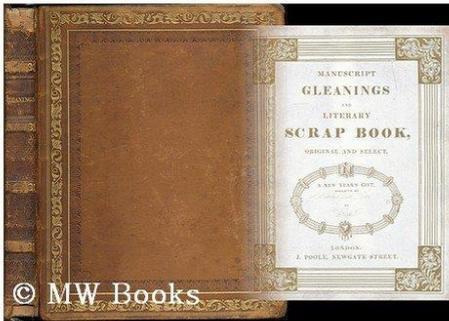
スクラップブックングの原点は 19 世紀半ばと言われている (Tucker et al., 2006:15)。当時は押し花や詩をしたための紙などをディスプレイして作られていたようだ。赤毛のアン作者・モンゴメリーの生家には、自分の作品が掲載された新聞の切り抜きや押し花などを集めたモンゴメリーのスクラップブックが残されている。また、スクラップブックングの発祥となったのは家族写真のアルバムであり、当時から図 1 のような専門誌も発行されていたということが、以下より伺える。

In 1980, modern scrapbooking became popular when Marielen Christensen shared 50 volumes of her family memory books at the World Conference on Records in Utah.

Scrapbooking became popular after the publication of a book called *Manuscript Gleanings and Literary Scrapbook* by John Poole in 1826. This book was a bound collection of poems and engravings. This book also explained how to collect and rearrange scraps. (Rose, 2002 [長濱訳 :

第13章 スクラップブックから見る文具

1980年にマリーレン・クリステンセン (Marielen Christensen) という一人の女性が50枚に及ぶ彼女の家族のアルバムをワールド・カンファレンス・オブ・レコーズ (World Conference on Records、ユタ州で定期的に開かれていた様々な記録を保存・使用・議論するイベント:長濱注記) に持参したことにより、現代式のスクラップブックをする人が増えた。スクラップブックは、ジョン・ポール (John Poole) が1826年に出版したマニユスクリプト・グリーニングス・アンド・リテラリー・スクラップブック (Manuscript Gleanings and Literary Scrapbook、図1) という本によって人気を得た。この本は表紙のついた詩と版画のコレクションだったが、どのようにスクラップを集め、アレンジするかについても説明していた。]



【図1】 John Poole, 1826, Manuscript gleanings and literary scrapbook, J. Poole (Rose, 2002)

17世紀以降、印刷技術の普及によってⁱⁱ、また産業革命以降の大量生産が主流となったことによって、手書き文字やハンドメイド作品の芸術的価値は一時期薄れていた。しかし、ウィリアム・モリス (William Morris、1834-96) によって始められた「アーツ&クラフツ運動」(芸術復興運動)の盛況により、19世紀には再び古き良きものが見直されるようになった。モリスは大量生産による安価な、しかし粗悪な商品を批判して、中世の手仕事に帰り、生活と芸術を統一することを主張した。その後モリス商会を設立し、「装飾された書籍(ケルムスコット・プレス)やインテリア製品(壁紙や家具、ステンドグラス)」などを製作した(藤田、2004: 43)。生活と芸術を一致させようとしたモリスの思想がイギリスを発端にヨーロッパ諸国、そしてアメリカの文化に大きな刺激を与え、ひいてはスク

ラップブックングの誕生にその影響が及んだことは間違いないだろう。

3. スクラップブックングと文具

スクラップブックングの製作過程では、様々な文具が登場する。本節ではまず、スクラップブックングの基本的な作り方の流れを紹介し、そこに登場する材料と道具について分類を試みる。制作の詳しい流れについては、6限目の「スクラップブックング体験教室探訪ルポ」を参照していただきたい。基本的な作り方の流れは次の①～⑥のようにまとめることができる。

①写真選び

まずは、撮った写真の中から、スクラップブックング作品に使用するものを選ぶ。どんなテーマで作品を作りたいのかを決めて、写真を複数（3～5枚程度）選ぶとよい。

②台紙選び

実際に写真を様々な色の台紙に置いてみて、写真のイメージにあうものを選ぶ。装飾用と併せて、2・3枚選ぶと良い。スクラップブックング用ペーパーは「アシッドフリー」という年月が経っても色が変わらない加工がしてある。

③クロッピング

写真をクロップ（カット）する。不要な部分をカットすると、メインの写真を目立たせることができる。テンプレート（楕円や星型、吹き出し型などをしたプラスチックのプレート）を使って色々な形に切り取ってもイメージが変わる。

④写真を台紙に配置する

クロップした写真を実際に貼り付けるペーパーの上に並べて、配置を決める。スクラップブックングでは、基本的に12×12インチのスクラップブックング用ペーパーを使用する。

⑤タイトルとジャーナルを書き込む

タイトルを入れる事で、作品の印象がグッと引き締まる。ステッカーを使用したり、マーカーで書いたりして少し大きめに入れると良い。また、日付や一言メモなどの「ジャーナル」と呼ばれる文章を入れる事で、思い出を記録することができる。

⑥装飾パーツを選び、貼り付ける

好みで、装飾パーツを貼ったり、クラフトパンチで型抜きをしたペーパーを貼ったり、スタンプを押したりする。

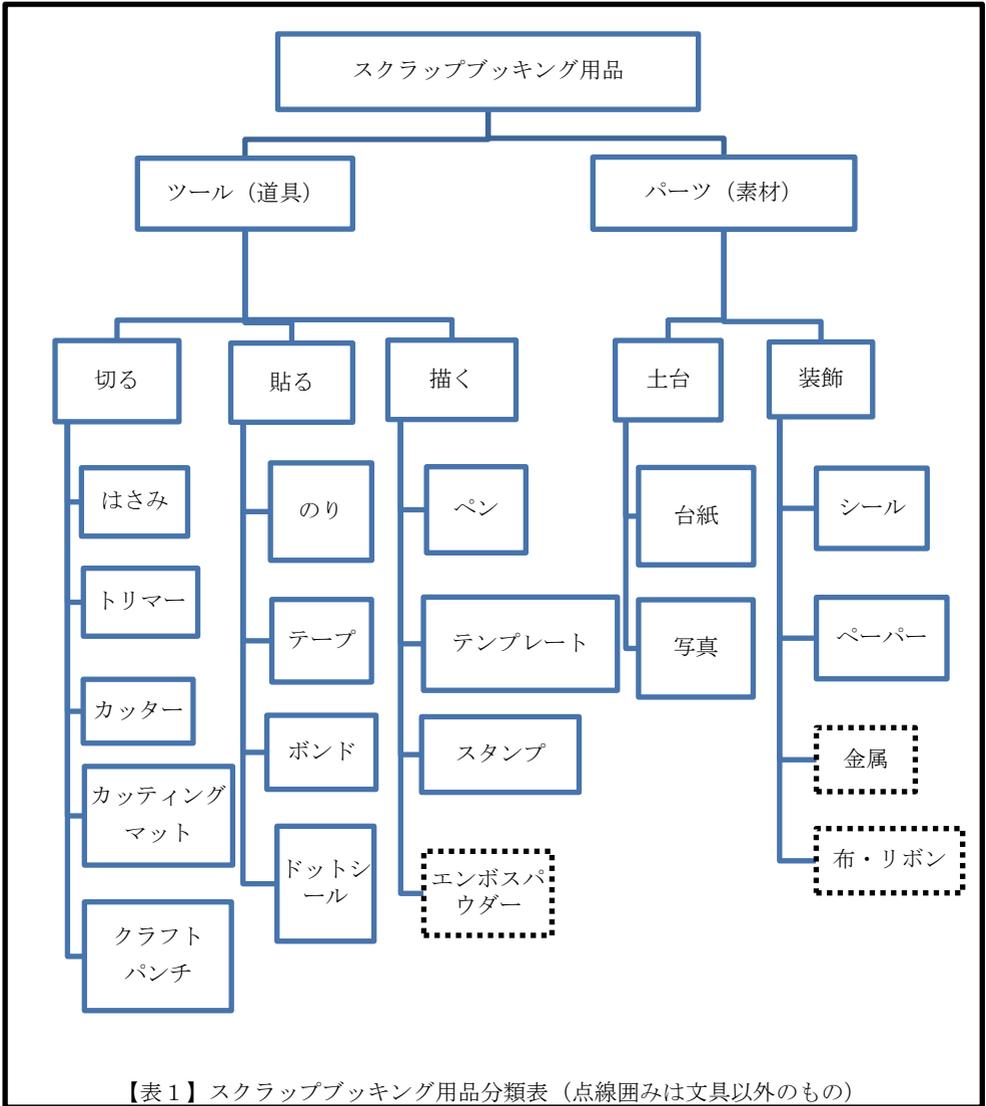
スクラップブックングは個人が自由に楽しむことができるホビーであり、作業の手順や使用するツールは十人十色なのだが、基本的には以上のような流れで作

第13章 スクラップブックングから見る文具

業が行われることが多い。ところで、制作の流れを追う過程で様々な材料・道具が登場していたことに気づいていただけたらどうか。台紙に使う紙、それを加工するハサミを中心に、スクラップブックングにはかなりの量の材料・道具が登場する。これを筆者なりにまとめたのが表1である。

まず、「切る」ツールの項目であがっているはさみ。これは、先端が細くシャープに切れるクラフト用のはさみを使用する。のりの汚れがつきにくいテフロン加工を施したものや、飾り切りができるクラフトシザーズも加工に使われる。ペーパートリマーは写真やペーパーをまっすぐにカットでき、インチ・センチ表示があるため、サイズを測ることもできる。スクラップブックングセミナーでは決まったサイズで作品を作ることも多いため、必需品だ。次に、「貼る」ツールについては使い分けが行われている。細かいパーツを接着するときには液体のり、液体のりでの接着が難しいものはテープのり、布・木・金属素材にはボンド、細かいパーツにはドットシールが使われる。「装飾」パーツのペーパーには、「ダイカット（動物などの形に切り抜かれた紙）・チップボード（切り抜かれた厚紙）・タグ（ジャーナルなどを書き込む）など様々な種類のものが使われる」（スクラップブックング「ラブマイメモリーズ」サイト）ようだ。

文具以外では、クリップ・メタルチャーム・アイレット（はとめ）・ビーズ・ピン・ブラッズ（割りピン）・ボタンなどの金属素材や、フェルト・チュール・毛糸・ベロアリボンなどの布・リボン素材が使用される。書いた文字をぷっくりと盛りあがった金属状に加工できるエンボスパウダーが使用されることもある。



【表1】スクラップブックング用品分類表（点線囲みは文具以外のもの）

以上のようにかなりの種類の文具が登場することから、文具メーカーの中にはスクラップブックングを積極的に取り扱っている企業があると予測し、調査を進めた。ここで参考になるのがNPO法人スクラップブックング協会である。同協会は「スクラップブックングの研究・普及・発展を推進する事業を行うことにより、スクラップブックングを通じて社会の進歩と豊かな文化の形成に寄与すること

第13章 スクラップブックングから見る文具

を目的として平成17年に設立」されたもので、賛助会員として多数の文具メーカーが名を連ねている（同協会ホームページより）。更に、ここに名前が無い企業についても独自にホームページを開設するなどしてスクラップブックング事業に取り組んでいる企業をいくつか見つけることができた。それらをまとめたものが表2である。販売している商品について比較してみると、海外展開も行っているような総合文具会社から一商品特化型の企業まで、幅広いタイプの企業が参入していることがわかる。また、専門の部署ができるなど、スクラップブックング事業を開始した年が明確であるものについては開始年を明記した。早い企業では1990年代から事業をスタートさせているところもあるが、事業開始年が2000年代前半に集中していることから、この時期に日本におけるスクラップブックングの認知度が急激に高まったと予測できるだろう。

そして更に注目すべき点は、特に熱心に事業を展開している企業においては、スクラップブックングを実際に体験することができる「体験教室」を実施しているということだ。表2における調査対象の企業のうち3つの企業がスクラップブックング体験教室を実施していた。中でも、株式会社サクラクレパスと株式会社呉竹の2つの企業は、全国的に体験教室を展開している。よって、この2社の事業モデルを知ることによって、より深くスクラップブックング事業の実態を探ることができると考えられる。

企業名	設立	SB事業 開始年	販売商品	主力SB用品	体験教室 の有無
株式会社トゥーマーカー プロダクツ	1989	?	抜き型及 びプレス 機	ペーパー・レ ザー型抜き機	×
株式会社マルアイ	1947	2004	のし袋	ラミネート製 品	×
花岡株式会社	1963	?	ペーパー クラフト 関連製品	ペーパー	×
セキセイ株式会社	1949	?	アルバム、 ファイル など	収納用アルバ ム・ファイル	×
株式会社呉竹	1932	1995	書道用品	ペーパー・筆 ペン	○
株式会社サクラクレパス	1921	2001	クレパス、 絵具など	ペーパー・カ ッティング用	○

				品・接着剤	
株式会社ワンダーハウス	2010	2010	SB グッズ	プレスマシン ン・ダイ (厚紙)	×
株式会社トンボ鉛筆	1913	2008	鉛筆、ボールペンなど	ボールペン型液体のり	×
ヒノデワシ株式会社	1919	2005	消しゴム	消しゴムはんこ・修正テープ	△ (消しゴムハンコのみ)
株式会社シモジマ	1962	?	包装・事務・店舗装飾品	リボン・粘着テープ	○

【表 2】スクラップブックング用品を取り扱う文具メーカー

4. 体験教室という場

3 節末尾で、特にスクラップブックング事業に熱心な企業が体験教室を実施しているということを指摘した。体験教室はユーザーと企業の直接の接点である。そこには両者にとって様々なメリットが生じているのではないだろうか。そこで以下、株式会社サクラクレパスと株式会社呉竹のケースを紹介しつつ、企業とユーザーの双方の視点から、体験教室が持つ効果を探る。

1) 企業の視点

体験教室を開く企業の多くは自社のスクラップブックング商品販売店を持ち、そこに併設する形で体験教室を実施している。そこで、関西に直営店を置く 2 つの企業において、スクラップブックングに対する取り組みを調査した。サクラクレパス・メモラビリアート事業部大阪趣味教室のマネージャーと、呉竹・企画マーケティング部マーケティングチームの方にそれぞれ約 1 時間ずつ行ったインタビューに基づき、それぞれの事業展開を分析したい。

クレパスはもちろんのこと、筆記用具を中心に総合的に文具を取り扱う株式会社サクラクレパスでは、スクラップブックング専用の事業部としてメモラビリアート事業部を設置している。スクラップブックング教室を東京と大阪に開講し、一般を対象とした「趣味教室」と、メモラビリアートが認定するインストラクター資格のための養成教室を開催している。クリスマスなどの時期には季節限定の作品コンテストを行うこともあるそうだ。

一方、筆や墨などの書道用品に強い株式会社呉竹も、スクラップブックングに

力を入れて取り組む企業だ。元々呉竹ではサインペンの分野で輸出を積極的に行っていたが、アメリカでとあるペンが大量に売れている原因を探るとスクラップブックングの存在が浮上してきた。市場規模もある程度大きいホビーであったため参入を決め、1995年より商品の開発とスクラップブックング用品直営店「アート&クラフト DUO」の店舗展開準備を始めた。DUOで定期的に関われる体験教室に加えて、年に数回東京ビックサイトで行われるホビーショーなどに出店し、物販を直接行ったり、体験コーナーに顔を出したりしてユーザーの声を聞く。ここから商品が生まれることもあるようだ。

両社の体験教室に共通しているのは、自社製品だけでなく海外の製品も販売しているということだった。アメリカで生まれたホビーであるから、やはり海外メーカーのペーパー（台紙）やトリマー（定規付きカッター）は人気があるようだ。また、テープのりやはさみなどの加工に使用する文具は、他社製品との差別化が図りづらいため、売上が伸びにくい。しかし、海外のペーパーから加工用の文具まで、スクラップブックングに必要な用具を全て自社で取り扱うことで、体験教室を訪れた人がその店で用具を一通り揃えるという効果が期待できる。また、アシッドフリー（年月が経っても写真が古びない加工）製品として開発することで、他社製品との差別化を図ることに成功している文具もある。更に、インストラクターの資格を発行する事で、資格を使ってビジネスをしたい講師と、資格を持った人に教わりたい生徒の両方のユーザーを体験教室に集めることができる。もちろん、どんな商品が人気であるか、どんな不満が出ているかといったユーザーの声をじかに収集できる貴重な場であることは間違いないだろう。

従って、企業が「スクラップブックング体験教室」を主催することのメリットは、①用具一式を自社製品で揃えるユーザーが増える、②アシッドフリー製品をアピールできる、③スクラップブックングを教えたい人・教わりたい人の両方を引き付けることができる、④ユーザーの生の声を聞き商品に反映できる、の4点であるといえよう。

2) ユーザーの視点

スクラップブックング体験教室に男性の生徒が現れることは5年に1度あるかないかといった具合で、ほとんどの生徒は30代～50代の家事や育児に追われる既婚女性だという。趣味にはあまり時間を割くことができなかつたり、夜遅くに出かける趣味は敬遠されたりするという事は容易に想像できるだろう。既婚女性、いわゆる主婦が趣味を選ぶにあたっては、教室に通うことで仲間作りができ、家庭以外に自分の場所を持つということも重要な要素である。スクラップブックングはこれらの条件をうまく満たしていることから、この世代の女性に広く普及することとなったのであろう。スクラップブックングは多くの女性にとって、一回2時間ほどと手間をとりすぎず、仲間と和気あいあいとしながら楽しむ

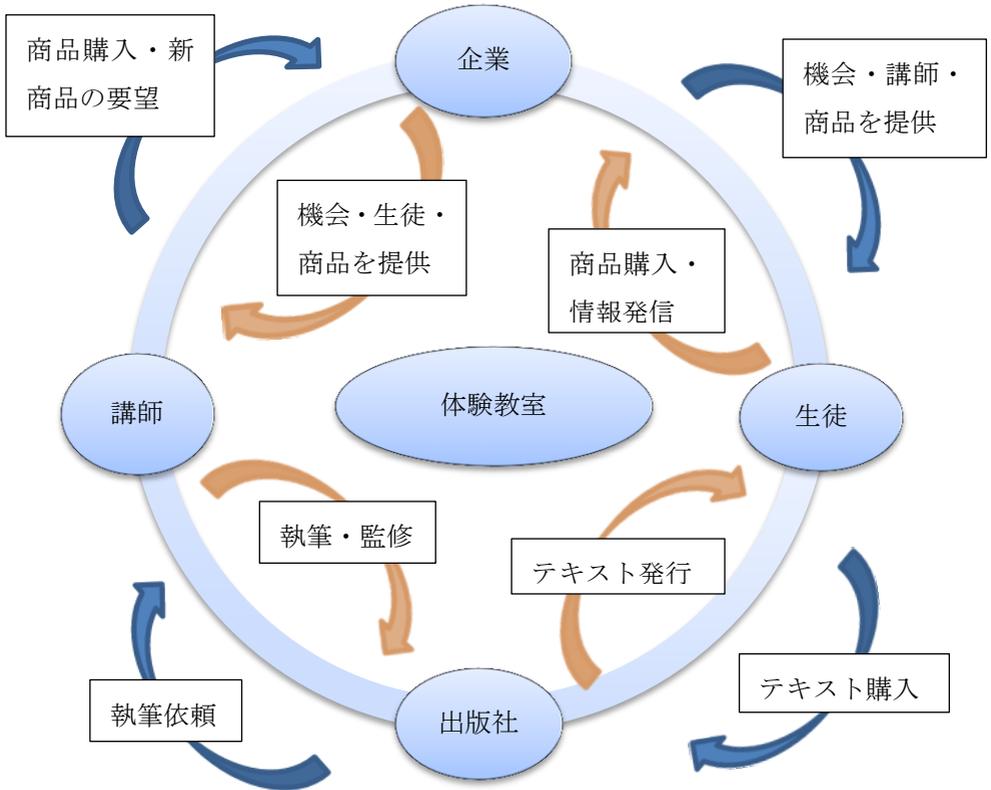
第13章 スクラップブックングから見る文具

る手軽な趣味として受け入れられている。作った作品をブログを通じて公開したり、体験教室の様子をレポートしたりとネットを使って更に仲間の輪を広げ、楽しんでいる人も多い。

2000年以降、スクラップブックング用品を取り扱う企業が増えたこともあり、以前に比べるとスクラップブックングの材料は手に入りやすくなった。しかし材料の選択肢が多くなったことで、どんな素材を使えば良いか迷ってしまうことも多いようだ。流行の材料さえ使えば誰でも上手にできるというものではない。ページの中でのバランスや色彩計画など、抑えておくべきポイントは多岐に渡る。何らかの形で講師の指導を仰ぎたいというユーザーにとって、体験教室は非常に良い場であるといえよう。講師が自宅などで個人的に体験教室を開くケースも多いが、企業が主催する体験教室では、企業が認定した資格を持った講師が教えるため指導法がわかりやすく技術も確かで、安心できる。また、ある講師が気に入らない場合でもほかの講師が開く体験教室に変更することができる。ある程度スクラップブックングに慣れてくれば、インストラクター用の講習を半年ほど受けることで、自らも講師の資格を取ることができる。資格を取得し講師となれば、独立して自らの教室を開くことも可能であり、ひいては出版社から声がかかり自らの作品で本を出版することもある。例えば、『とっておきのアルバム スクラップブックング』（サクラクレパス・メモラビリアート事業部によって編集され、多数の講師が参加）や『スクラップブックングはじめましょう I』（呉竹が発行している入門テキストで、スクラップブックング講師の中澤千寿子さんが監修）などがその実例である。

従って、文具ユーザーが「スクラップブックング体験教室」を訪れることのメリットは、①既婚女性にとって最適な趣味の場となる、②優れた講師のもとでスクラップブックングのコツを学ぶことができる、③技術を磨けば自分も講師の資格を取得できる、の3点であるといえよう。

ここまで、企業とユーザーの二つの視点からスクラップブックング体験教室を捉えてきたが、結果的には、「体験教室」という場は、【図1】のように、主催する文具メーカー・出版社・講師・生徒が出会い、関わりを持つ特殊な場であるといえよう。そして四者共に、ほかの場では得られないメリットを感じて、この「体験教室」という場を利用していると言えるのではないだろうか。



【図 1】スクラップブッキング体験教室をめぐる関係

5. 「趣味縁」がもたらすもの

スクラップブッキング体験教室は、企業・講師・生徒・出版社の関係を創り出す場であった。このように、サークルやクラブなどの場で趣味が人々の結びつきを促進する働きのことを「趣味縁」として取り扱ったのが、社会関係資本論を専門分野とする浅野智彦（2011）である。浅野は、「趣味縁」を次のように検証している。

近代社会は、さまざまな領域が仕切られながら共存するという構造もっている。例えば学校は、外の社会からは切り離されて、独自の空間として成り立っている。1980年代から90年代にかけて日本社会に起こったのは、高度消

第13章 スクラップブックングから見る文具

費化と情報化によってこの仕切りが崩れ、それまでは起こりそうになかった人々同士の結びつきが生じていく過程であった。このようなクロスオーバーを促進する要因の一つが、趣味縁である。趣味は、これまでさまざまな壁によって切り離されていた人々を、楽しみの力を仲立ちにして結びつけてしまうのである。(中略) たしかに趣味縁に参加していると生活満足度が上がるのだが、より伝統的な「縁」である地縁・血縁・社縁(学校や職場等、いわゆる仕切られた場所での対人関係)の方がさらに大きく満足度を上げることが確認された。つまり、若者の満足度という点から見れば、まだまだ従来型の「縁」の方が重要であったということだ。(浅野、2011:96)

浅野の論に従えば、「趣味縁」がもたらす満足感は地縁・血縁・社縁といったより伝統的な「縁」がもたらす満足感に比べて低いものであったということになる。確かに、多くの時間を共有する学校や職場の仲間・何十年も共に過ごした夫婦との「縁」の密度に比べると、趣味の場で生まれる人間関係は時間的にも密度的にも薄いものになりがちである。

しかし一方で、趣味の場における出会いには、伝統的な「縁」にはない魅力がある。それは、一言で言い表すならば、「自由度の高さ」だ。スクラップブックング体験教室においては、通常交わることのない(交わったとしてもネットや電話を通じたもので、リアルの関係ではない)企業・講師・生徒・出版社が直接出会っている。趣味を媒介にすることによって、地域・国籍・役職・年齢といった通常の「縁」におけるしがらみに囚われずに出会うことが可能になるのである。

ここで今一度、スクラップブックングというホビーに立ち返って考えてみよう。体験教室が生み出す「趣味縁」の自由度の高さについては、先に述べた通りである。加えて、スクラップブックングが「思い出を形にする行為」であると捉えるなら、スクラップブックングには伝統的な「縁」の要素も含んでいるとも仮定できる。実際、アメリカでスクラップブックングが始まったきっかけは、家族と過ごした思い出をもっと鮮明な形でアルバムに残したいという母親の願いであった。今でも日米問わず多くの人が、スクラップブックングのテーマに「家族」を選び、クリスマスなどの年中行事や子どもの成長の記録として写真をデコレーションし、飾っている。また、病気や災害等で家族の「縁」が綻んだ時、心の拠り所として、スクラップブックングで気持ちを整理する人もいる。以下の記事は、2012年の朝日新聞に掲載された、東日本大震災の被災者向けスクラップブックング教室についてのローカルニュースである。

避難ママに心の支え 福島県の42歳「気持ち、前向きに」

第13章 スクラップブックングから見る文具

天王寺でセミナー／大阪府

東日本大震災で関西に避難しているお母さんに、子育てから少し離れて自らと向き合う時間を持ってもらおうと「避難ママの元気アップセミナー」が大阪市天王寺区上汐5丁目の市立男女共同参画センター中央館（クレオ大阪中央）で開かれている。参加者からは「同じような境遇の人と話が出来てホッとする」との声が聞かれる。

セミナーは、クレオ大阪中央の指定管理団体、大阪市女性協会が企画した。協会によると、震災で関西に避難している母親には、夫が被災地に残るなどして二重生活を強いられていたり、見知らぬ土地で相談相手がおらず子育てに一人で悩んでしまったりする人が多いという。協会経営戦略チーフの岸上真巳さん（36）は、「長くつらい避難生活で不安をはき出せない、話せる場所や相手がいない人を支えようと考えた」と話す。

今年5月に1回目を開催。2回目の6月9日には、仙台市や福島県南相馬市などから避難している9人のお母さんが、写真を飾るペーパークラフト「スクラップブックング」作りに取り組んだ。福島県郡山市から避難している女性（42）は、「震災以降、不安で泣いてしまう日々が続いていたが、こうして前向きな気持ちになる機会を作ってもらえて助かります」と話した。セミナー中は、子どもは別室で保育ボランティアが面倒を見てくれる。（朝日新聞2012年7月5日朝刊）

この天王寺で行われたセミナー以外にも、新生児集中治療室（NICU）を体験した子どもの家族が、生まれたての子どもの写真と成長後の写真でスクラップブックングを作る（朝日新聞2012年08月21日朝刊）といったケースが見受けられた。このように、スクラップブックング体験教室という「趣味縁」の場を通して自分を見つめ直し、家族や身近な人との「縁」を強めようという試みは、各地で積極的に行われている。

スクラップブックングは思い出を形にするホビーであることから、伝統的な「縁」との関わりも自然と生まれてくる。つまり、スクラップブックングの中には「趣味縁」と伝統的な「縁」の両方の要素が含まれていると言えるのではないだろうか。また、スクラップブックングだけではなく、消しゴムはんこや絵手紙などの「手作り」ホビーは総じて、作り手のぬくもりを伝えることにこだわった趣味である。よって、「手作り」ホビーとその体験教室は「趣味縁」を結ぶものであり、同時に伝統的な「縁」を強めるものでもある、と結論づけられるだろう。

6. おわりに～ホビーの世界と文具の世界～

これまで見てきたように、スクラップブックング体験教室は「趣味縁」と従来

第13章 スクラップブックングから見る文具

型の「縁」を共に持つ重要な場となっている。そして、スクラップブックングにこだわらずとも、体験教室を開催することによって年齢や地域を問わず多様な人が「手作り」ホビーを楽しめるのが、文具を使ったホビーの特徴である。「消しゴムはんこ」「絵手紙」「ペーパークラフト」「花文字」など、文具をツール・パーツとして使用するホビーは材料が比較的安価で手軽に挑戦できることから、既に一定数のコアなファンを獲得しているものもいくつも存在する。中でも「マンガ用品」（原稿用紙・つけペン・専用インク・彩色用マーカーなど）の分野は、デジタル化や少子化の影響から国内での需要は減っているものの、海外からの需要が大きくなりつつあり、それを受けて国内でも再びブームの兆しがあるという。

企業の観点から「手作り」ホビーを眺めてみると、スクラップブックングや消しゴムはんこ・マンガなどの比較的メジャーな「手作り」ホビーについては熱心に取り扱う企業が増えてきているが、それでもまだ体験教室の実施に取り組んでいる企業は少ない。ましてやそのほかの「手作り」ホビーについては、企業が主体となって取り組んでいる体験教室への取り組みはほぼ手付かずであるといっても良い状態だ。しかし、「手作り」ホビーの場（特に体験教室）が生み出す「趣味縁」によって、文具の良さが多くのユーザーに知られることとなり、口コミやネットを媒介に広まれば、結果的に高い評価を得ることになる。また、体験教室は、普段は遠い存在であるユーザーと企業の間には「縁」を生む場でもある。企業は直接ユーザーの声を聞くことで、よりニーズに合った文具の開発に取り組むことができるようになるだろう。

対して、ユーザーの観点に立つと、特に「手作り」ホビーを教えたい人・習いたい人にとって体験教室はまたとない「趣味縁」を取り持ってくれる場である。講師と生徒の縁はもちろん、5節で取り上げた被災者支援セミナーのように、同じ立場にある人同士の横の繋がりを作る場としても、体験教室は有効である。また、「手作り」ホビーがもつぬくもりは、自分と向き合い家族や親しい人との「縁」を強めるセラピー的な効果も持っている。もちろん、体験教室の本来の目的である技術の向上や、「手作り」ホビーに最適な文具を入手できるといったメリットも大きいだろう。

恋人へ手紙を書く時・ノートを取る時・プレゼントを包む時…文具は使う人や場面・送る（贈る）相手によって、様々な思いが込められながら使用されるものである。ユーザーの数だけ、使用方法があるともいえる。そんなふうには文具を使用する場面の一つとして考えられるのが「手作り」ホビーだ。「手作り」ホビーに特化した文具は、一般的な事務用のペンやノートに比べればコアで小さな需要しか生み出さないかもしれない。実際、文具とホビーを結びつけた商品やイベントは、まだ大々的に取り上げられ、流行しているわけではない。しかし、これからの時代の文具が進むべき一つの道として、文具を生み出す企業と、文具を使う

第13章 スクラップブックングから見る文具

ユーザーの双方に「縁」をもたらす（「手作り」ホビーの文具）を提示することができるのではないだろうか。

【注】

- i) 2010年度の文具・事務用品の市場規模は4805億円と5年で10%近く縮小している（矢野経済研究所2012）。08年のリーマン・ショック以降、企業が文具の経費を削り続けていることが原因という見方もある（日本経済新聞電子版, 2011）。
- ii) アメリカにおける印刷技術の普及とスクラップブックングの発展については『*Scrapbooks: An American History*』（Helfand, 2008）が詳しい。

【参考文献】

- 青木幸弘、1989、「消費者関与の概念的整理—階層性と多様性の問題を中心として—」『商学論究』第37巻第1・2・3・4合併号、pp. 119-138
- 浅野智彦、2011、『趣味縁からはじまる社会参加（若者の気分）』岩波書店
- 朝日新聞社、2012年7月5日（朝刊・大阪市内1・地方）
- 小野晃典、2010、「ホビー市場における消費者行動と社会的相互作用」『三田商学研究』第53巻第4号、pp. 11-34
- 木津川計、1995、『「趣味」の社会学—豊かな趣味人の復権へ』日本経済新聞社
- 藤田治彦、2004、『ウィリアム・モリスとアーツ&クラフツ』梧桐書院
- Helfand Jessica, 2008, *Scrapbooks: An American History*, Yale University Press
- Lambourne Lionel, 1980, *Utopian Craftsmen*, Astragal Bks (ライオネル・ラバーン、1985、『ユートピアン・クラフツマン』小野悦子訳、晶文社)
- Rose Megan, 2002, MyScrapbooks.Com/History of Scrapbooking: <http://www.my-scrapbooks.com/>
- Tucker Susan・Otto Katherine・Buckler Patricia (eds), 2006, *The Scrapbook in American Life*, Temple University Press

【参考URL】（URL取得日2012年1月19日）

- ・アトランティック・カナダ：<http://www.atlanticcanada-japan.com/index.html>
- ・Everything about scrapbooking.com (made easy for beginners)：<http://www.everything-about-scrapbooking.com/>（スクラップブックング総合会社 Everything about scrapbooking が運営するスクラップブックング情報交換サイト）
- ・株式会社呉竹：<http://www.kuretake.co.jp/index.html>
- ・株式会社サクラクレパス：<http://www.craypas.com/>
- ・株式会社矢野経済研究所 文具・事務用品市場に関する調査結果 2012：<http://www.yano.co.jp/press/press.php/001021>
- ・スクラップブックング—ハンドメイドブログ村：<http://handmade.blogmura.c>

第 13 章 スクラップブックングから見る文具

om/scrapbooking/

・スクラップブックング「ラブマイメモリーズ」：<http://www.lovemymemories.com/>

・ニチバン スクラップブックング：<http://www.nichiban.co.jp/stationery/product/scrapbooking/intro/index.html>

・NPO 法人スクラップブックング協会：<http://www.scrapbooking-association.com/>

・日本経済新聞電子版 2011/10/10「経費削減で縮む市場、ニッチ文具が生き残り左右」：http://www.nikkei.com/article/DGXNASFK07022_X01C11A0000000/

・はじめようスクラップブックングー若葉本舗：<http://www.wakabahonpo.net/index.html>

・ワンダーハウス株式会社：<http://www.whcrafts.co.jp/index.html>

・W・モリスのケルムスコット・プレス：www.lib.fukuoka-u.ac.jp/e-library/tenji/kp/kp.htm

・Wordnic <http://www.wordnik.com/>

【謝辞】

調査にご協力いただいた株式会社サクラクレパス・メモラビリアート事業部大阪マネージャーの吉村裕光様、株式会社呉竹・企画マーケティング部の吉田正昭様・望月梨衣様には、お忙しい中時間をとっていただいたこと、心より感謝いたします。

奈良女子大学文学部人文社会学科文化メディア学コース編
(2012年度後期「文化社会学演習」報告書)

『文房具—ぶんぐ大学への招待—』

2013年8月12日発行

編集・発行 奈良女子大学文学部 人文社会学科
文化メディア学コース (小川研究室)

〒630-8506 奈良市北魚屋西町 電話&FAX 0742-20-3259

E-mail ogawax@dream.com

印刷 株式会社 実業印刷