

家庭通信社と戦後五〇年史——『生き路びき』と女性の生き方 目次

第 I 部

1	前口上	2
2	家庭通信社と創業者直原清夫	3
3	女性のいないジャーナリズム	5
4	配信先地方新聞社	6
5	配信記事の内容	8
6	配信料と原稿料	11
7	生活意識パッケージ配信の半世紀	13
8	「消費革命」の到来	15
9	女性への啓蒙の時代	17
10	新聞の家庭面の変化	19
11	高齢化社会への移行	21
12	戦後史に寄り添う家庭面	22

第 II 部

13	家庭通信社入社事情	26
14	日本女子大と一番ヶ瀬康子	27
15	社会福祉という言葉の始まり	29
16	高齢者問題の露出	31
17	生活型の変容チャート	32
18	一番ヶ瀬の晩年と死	34
19	『朝日ジャーナル』との出会い	36
20	一番ヶ瀬の実像	38

第Ⅲ部

- 21 六〇年代少女の雑誌体験 44
- 22 大学祭委員長と女子大初めてのデモ 46
- 23 生活学会、今和次郎、ドメス出版 49
- 24 未刊に終わった一番ヶ瀬自伝 51
- 25 高齢化社会と出版問題 53
- 26 七〇年代における女性大卒者の就職事情 54
- 27 「現実が目の前に現われてきた」 58
- 28 当時の家庭通信社状況 61
- 29 「自分の天職」としての仕事 64
- 30 配信先地方新聞社事情 67
- 31 自宅での葬式の終焉と長寿社会 69
- 32 家庭通信社の社長就任経緯 72
- 33 配信方法の推移と変化 78
- 34 「生き路びき」の刊行 80
- 35 「高齢化社会は女の問題でもあるのよ」 84
- 36 「生き路びき」の反響 86
- 37 成年後見人の体験 90
- 38 地方における商店街の消滅 92
- 39 「くらしの羅針盤会議」の発足 96
- 40 『ふれあいねっと』編集長就任 106

第Ⅳ部

41	高齢者社会の内実	109
42	『いきいき』の仕事	111
43	「関根由子のコーヒータイトム」と『ドゥアイ』	113
44	「伝産講座」と「古酒の会」	115

第 V 部

45	『伝統工芸を継ぐ女たち』と『伝統工芸を継ぐ男たち』	134
46	「伝統的工芸品」の定義	136
47	「買うものになった家の変わり方」	138
48	「伝統的工芸品」の技術継承問題	141
49	アーティストとアルチザンの違い	143
50	難しい親方の立場と雑貨ブーム	146
51	家庭通信社を閉じること	148
52	新聞の衰退と女性フリージャーナリズムの不成立	149
53	「高齢社会をひとりで生きていく」	153

第 VI 部

	家庭通信社配信「家庭ニュース」アンソロジー	157
	——一九六五年四月～二〇一七年三月	

あとがき 350

1 前口上

——今回は家庭通信社の関根由子さんに登場をお願いしました。ただ関根さんと家庭通信社は出版というよりも、新聞ジャーナリズムに立ち位置がありますので、「出版人に聞く」シリーズ番外編と見なし、インタビューをさせて頂きます。そのモチーフを先に挙げておきます。

「出版人に聞く」シリーズ20として、河津一哉、北村正之さんの『暮らしの手帖』と花森安治の素顔』を刊行しましたが、おふたりにしても花森安治にしても、男性であるので、『暮らしの手帖』における女性の視点に関しての言及がほとんどできなかった。

いつてみれば、『暮らしの手帖』は花森という男側のイメージから提出された戦後の「暮らし」のあらまほしきものであって、女性自身によるものではなかったと考えていい。もちろん大橋鎮子ほか多くの女性編集者もいましたが、基本的には花森の視点とそのキャラクターに基づいていたことは明白です。

だから今回は女性の視点から戦後の生活の変わり方といえますか、それらを含めた戦後

社会史をうかがえればと考えております。戦後こそは男女の区別なく、驚くほどの社会と生活の変化を経てきた時代だと認識しておりますので。

それでは始めさせて頂きます。

2 家庭通信社と創業者直原清夫

関根 その花森さんのことですから、家庭通信社の創業者は『暮しの手帖』をかなり意識していました。例えば、原稿に企業名を入れたり、パブリシティまがいのことは家庭通信社では一切ご法度です。セロテープは商品名なので、セロファンテープと言い直したり、商品名と製品名の区別には厳しかったです。

私が入社したのは一九六九年ですけど、衣食住問題と社会問題を混同しないようにとの規制がありました。家庭通信社の場合、各新聞社への配信ですので、衣食住に社会問題を絡めると、かなり掲載率が悪くなる。それぞれの新聞社の事情もありますから、そこら辺は微妙に避けて隙間に入れるようにしていた。だから掲載率はよかったです。

——なるほど、ところで一般の読者からしますと、私もそうでしたが、家庭通信社の

存在とその役割を知らないと思いますので、まずそれらについて教えて下さい。一九六五年に設立されたということですが。

関根 そうです。あくまで各新聞社の黒子役でしたので一般的には「家庭通信社」の名前は知られていません。創業者は直原清夫なおはらよしおで、岡山の山陽新聞の元記者だった。戦後、山陽新聞で内紛が起き、それで後に医療ジャーナリストとして知られるようになる水野肇たちと一緒に退社したらしい。

——「出版人に聞く」シリーズ16の『三一新書の時代』の井家上隆幸さんが岡山大学出身だったこともあり、水野肇が出てきて、山陽新聞社時代のエピソードが語られています。水野が退社して上京し、井家上さんが三一書房に勤めていた頃に再会したようです。

関根 当初直原さんは退社した水野さんたちと一緒にジャーナリズムに関する仕事をすることもりでいたと聞いていますが、何かの理由で袂を分かつことになった。

それで新聞の内情を知っていたことから、家庭欄の配信をしていたところはないとわかっていった。そこで地方新聞社を主として、家庭欄配信の通信社を立ち上げることを考えたわけです。

当時の新聞はいつてみれば、主として男の紙面で、家庭欄だけが所謂女、子どもの紙面

だった。そこには料理、衣服、ファッションなども含まれていた。

3 女性のいないジャーナリズム

—— それに関するのですが、現在と異なり、女性の新聞記者というのも少なかつたんじゃないでしょうか。

関根 ほとんどいなかったといっているでしょうね。女性記者の比率は非常に低く、男ばかりだった。私が家庭通信社に入った一九六九年時点でも、配信するのに地方新聞の東京支社の窓口に行くのですが、やはり男ばかりで、女性がいたとしても、記者ではなく事務係でした。

—— ということは一九六〇年代まではジャーナリズムは男だけの世界だった。

関根 今は新聞も入社試験で成績のいいのは女性のほうで、入ってくるのは女性が多くなっていると聞いていますし、それはそれでいいことだと思います。テレビなども含めれば、女子アナウンサーも含め、ジャーナリズムにおける女性比率の高まりはかつてと隔世の感がありますから。

——「出版人に聞く」シリーズの目的のひとつは出版を通じての戦後社会の変容を伝えようとする事なのですが、そうしたジャーナリズムにおける女性のことも、今の若い人に伝えることはものすごく難しくなっている。

関根 そうですね。本当に難しい。日常生活にしても全然違いますからね。

それらも含めて、当時はある意味で、女性への啓蒙という時代だった。だから家庭欄へ配信する家庭通信社のアイテムが成立したことになる。オファーしたら、ほとんどの新聞社と契約できたようすし。

——ちなみにそれらの新聞社は何社ほどあったんですか。

4 配信先地方新聞社

関根 一九六五年創立時点での数はわかりませんが、私が入社した六九年以後ですと、最大で三八社と契約しています。ここにその一覧があります。

*契約地方新聞社(週1回・月4回配信)

北海道	フクニチ	西日本	信濃毎日
河北新報	南日本	秋田魁新報	日刊福井
新潟日報	山陰中央新報	東奥日報	山陽
桐生タイムス	京都	石巻日日	神奈川
静岡	北日本	三陸新報	愛媛
奥様ジャーナル	高知	山形	徳島
福井	佐賀	福島民友	福島民報
中国	紀州	埼玉	ウベニチ
大分合同	長崎	防衛ホーム	三和タイムス
岐阜	防長		

—— 壮観ですね。このインタビューをしているのは他ならぬ家庭通信社においてなのですが、ここから地方新聞社に配信されていっていることになり、何か襟を正したくなる気分を覚えます。

続けてどのような配信の仕組みになっているのか、お話頂ければと思います。

関根 これらの県紙を中心とする新聞に、生活、家庭面に掲載される記事を配信する。私の入社当時は、毎週一回、長短合わせて一〇本の記事ということになります。

—— 内容に関しての新聞社からのリクエストのようなものはあるのですか。

関根 内容的には配信先新聞社から指示されたことは一切ありません。つまりこちらの配信記事が新聞社にとって気に入らないのであれば、それを使わなければいけないことです。ですから家庭通信社と配信先新聞社との間には内容に関する縛りはなく、どの新聞社とも基本的には月契約で、配信記事を使っても使わなくても、契約料は支払われることになっていきます。

5 配信記事の内容

—— そうすると、配信記事は新聞社によって取捨選択され、使われるということでしょうか。

関根 そういいていいでしょうね。同じ記事を流しても、A社の場合はすぐ掲載して

も、B社には掲載されることがよくあります。それは各社の紙面作りの特徴や傾向の反映で、この記事はA社好みだが、B社は使わないかもしれないという判断が下せます。

しかしそれも担当者が変わると紙面も変化する。例えば、編集部長が変わり、レイアウトも変わったりとすると、それまでは配信記事を全部使っていたのに、まったく使わなくなったりする。あるいはその逆も生じる。これらのことを通じて、長く新聞社と付き合い合っていると、配信記事の扱い方で、担当者の生活感覚のあり方が推測できますし、それはとても面白い。

でもほとんどの地方新聞の家庭、生活面に限って言えば、自前の記事は少なく、配信もで作られている。だから家庭通信社ではあまり地域色を出さないように、東京以外の地域限定の取材はできるだけ避けています。

それから記事の内容ですが、考えてみれば、家庭、生活面というのは暮らし全般に及ぶので、何でもテーマとして取り上げることができる。経済、社会はもちろんのこと、教育、ファッション、食生活、医療、趣味、園芸、住まいなどとその分野は限りなく広い。最近が高齢者問題、市民活動に関する分野も目立って多くなっています。

—— それらのテーマの取材は関根さんご自身がやられてきたのですか。

関根 入社当時は五、六人の社員がいて、それぞれが分担していましたが、慣れてくるにしたがって、結局は自分の興味に沿って、その時その時のテーマを取材するようになりました。

私の性格からすると、狭く深く追求することが苦手で、広く浅く興味を持つという傾向が強い。小さな会社ですから、次々に色々なテーマを取材しなければならぬし、あまり一つのテーマに偏ることも、それは配信先が様々な地方新聞社なので、それも避けたい。そうしたことも重なり合って、私にはこの仕事がとても向いていたのではないかと思っています。

そうしたことに加えて、一九六〇年代以後は「生活」「家庭」「家族」が最も変化した時代だったことで、次から次へと新しい現象が起きる。だから記事には事欠かないし、毎週五本ずつ二版づくり、十本の記事を配信していた。

それは県紙などの場合、隣り合っている県では違う新聞社なのに記事がダブってしまうこともあり、それで同じ記事は配信できないということ、二版づくり、別々のものを送るようにしていた。

—— その二版というのを具体的に説明してくれませんか。

関根 内容自体が違うのですよ。パターンとしては同じなのですが。A版、B版の二版をつくり、スタイルとしては同じでも、送る原稿そのものが違う。それを相手によって別々に送る。

例えば広島の中国新聞にA版を送ると隣りの岡山の山陽新聞にはB版を送るのです。しかし北海道新聞のように隣の県を心配しなくていいところはA・B両版をとってくれました。

また、九州一円をカバーしている西日本新聞社にはB版を配信していたので、長崎、大分、南日本新聞など他の九州地方にはA版を送っていました。

6 配信料と原稿料

—— そうすると、同じ週一回、五本配信から十本配信と倍になってしまい、労力も同様ですが、単価には反映されているんでしょうか。

関根 それは契約時の力関係で一概に一律というわけにはいかない。その相手との交渉で、高く取れるところは高く取ることになっている。だからそれは一對一の関係から見積ら

第Ⅵ部 家庭通信社配信「家庭ニュース」アンソロジー

— 一九六五年四月～二〇一七年三月

第Ⅵ部は、家庭通信社配信「家庭ニュース」(一九六五年四月一週創刊号〜二〇一七年十二月三週終刊号)の五二年間の中から、次の年と月の配信記事を選び、その目次(一九八〇年以降の目次は(5)以下割愛)と内容の一部を掲載する。

一九六五年四月一週号〜四週号、一九七〇年五月一週号〜四週号、一九七五年六月一週号〜四週号、一九八〇年七月一週号〜四週号、一九八五年八月一週号〜四週号、一九八九年九月一週号〜四週号、一九九三年十月一週号〜四週号、一九九八年十一月一週号〜四週号、二〇〇三年十二月一週号〜四週号、二〇〇八年一月一週号〜四週号、二〇一三年二月一週号〜四週号、二〇一七年三月一週号〜四週号。

1965年4月1週号 (A版)

- (1) 子をあまやかす 親の五つのタイプ
- (2) 短いスカートを じょうずにはきこなす
- (3) いい訳しなくてすむ 失敗した料理の更
生法

- (4) バスタオルで作る 幼児の寝間着ズボン
- (5) 落さぬ先の用心、持ちものに スマート
にネームを入れる
- (6) 百円でできるくずかご利用の マガジン
ラック
- (7) 生け花 くつろぐ楽しさ
- (8) モード スソさばきの美しさ

(1) 子供をあまやかす 親の五つのタイプ
中流以上の、何の不自由のない家庭から非行

少年が出るケースが最近多くなっています。現代子供センターの高山英男さんは、この原因を「心理的飢餓状態」といつていますが、消費文化が高度に進んだアメリカでは、子供のほしがるものをむやみに買い与えることが、子供の精神面によい影響を与えず、非行化の原因になっていることが、問題になっています。

日本でも、中流以上の家庭に多い、子供のほしがるものを何でも買ってやる、つまり子供をあまやかしている親はわが子を「心理的飢餓状態」にさせている場合が多いのです。そんな親のタイプをあげてみましょう。

▽せめて子供だけは型

子供のころ何も親からしてもらえず、悲しい思いをした親に多いのがこのタイプ。自分の子供にだけはみじめな思いをさせたくないというので、ほしがるものを何でも買ってやってしま



子があまやかす親が目だつデ
パートのおもちゃ売場

うのですがほしいものが簡単に手に入るクセがつくと、子供は自分の力で自分の世界を切り開いてゆく気持ちを持たなくなり、たよらない性格になってしまうのです。

▽競争心型

どちらかという父親に多いタイプで、自分の子供を他の子供にまけさせまいとして、何んでも持たせようとするのです。ところが他の子供より物質面で豊かだといって安心してゐる親は、とかく自己満足におちいり、大切な精神面

の問題を軽視しがちです。

▽自信喪失型

これはかなり多くの親にいえることで、親の理解の範囲を越える行動が子供に出てくると、戦前、戦後の混乱の中で家庭のしつけに自信を失った親は、〃していきません〃ということをして自信を持っていえなくなります。こういう親は無批判にものを買ってやりがちなのです。

▽ひけめ型

子供にすまないというひけめを常に持っている親です。特に働いている母親に多く、しょっちゅう忙しくて当然してやることをしてやれないのだから、せめて欲しいものは買い与えようとするのです。

▽ごまかし型

少ない例ですが、子供とじっくりいかなない親があります。このタイプの親は、子供に贈り物

をすること、気持ちをごまかしているのです。しかし、子供は親が自分を愛しているかどうか本能的に感じとるものですから、ほしがるものを買ってやるだけで、ごまかせるものではありません。

これらのタイプは親には、いずれも「心理的飢餓状態」から非行化へとつながる、子供の不幸を引き起こす危険があります。子供をあまやかすことに対して、親としてもっと反省してみることがあるといえます。

1965年4月1週号 (B版)

- (1) 安眠を誘う色彩効果 ♪ コンビナート寝具の登場
- (2) ナイロンくつ下を 長持ちさせる七カ条
- (3) バス旅行を 楽しくするゲーム

(4) 金のかからぬ室内装飾 なんでも花器になりませう

(5) シミ、ソバカスをカバーする 春の化粧 じょうず

(6) 不意の来客にもあわてない お料理救急箱

(7) モード ランチ・スーツ

(1) 安眠を誘う色彩効果 ♪ コンビナート寝具の登場

生活水準の向上に伴って、ここ数年来、寝具、カーテン、ベッドなどの需要が増加し、新しい製品が次々売りに出されています。

ことしの春夏もののニューフェイスとしては、ふとん、毛布、シーツ、カーテンなどの色や柄をそろえた ♪ コンビナート寝具が登場しました。

あとがき

カチツ……時代を動かす歯車の音を聞いたのはいつ頃だっただろうか。

電車内で新聞や本を読む人はいない。ほとんどの人がスマートフォンを操作しているのを見たときだったか。「情報」の伝え方、伝わり方の急激な変化で今や、指先は使っても手や体を使わず、知恵を働かすこともない。実体のない暮らしがどんどん膨らんでいく感覚を肌で感じた。

かつて私は、「便利になった道具に振り回されるな、もっと五感を取り戻そう」と呼びかけた。もはやその声もむなしくかき消される。新聞の家庭面に携わったからこそ、暮らしに対しての矜持があった。しかし、時代は変わった。「家庭通信社」の役割が終わったのだ。

手元には、五二年間に配信した膨大な記事が残っている。「社会」「生活」「教育」「医学」「食」「衣」「住まい」「美容」「園芸」「趣味(手芸)」「家庭メモ」と分類し、整理して

ある。今でも通用する内容もあれば、そうでない記事もある。また記事に添える写真も、当初のモノクロからカラーに変わった。写真がいいと記事が生き、紙面での扱いがよくなり、掲載率もアップする。そこに写真の重要性も学んだ。今でも、取材し撮影した時の状況が一枚の写真から立ち上ってくる。

時宜に合った内容だと、十社以上の新聞に掲載される。この記事をどれくらいの人々が読んでいるだろうかと思うと、それは小気味よい快感でもあった。大新聞社一社の部数以上の読者になるからだ。野球選手がヒットやホームランを打ったときの思いと同じかもしれない。しかし、その記事に「家庭通信社配信」というクレジットが出るわけではない。掲載した新聞社が作成したかのようであり、こちらはあくまで黒子役なのだ。

こうして時代の暮らしを一部分にせよ切り取ってきた家庭通信社を、その存在も含めて記事の一部でも残したい。これからの暮らしがどのように変わっても、楔の一つとして残さなければと考えていたとき、論創社の森下紀夫さんから、「出版人に聞く」シリーズの番外編でまとめたいと声をかけていただいた。しかも小田光雄さんのインタビューは、私自身の人生をも振り返るきっかけになった。このような形で家庭通信社の存在を残せるこ

関根 由子（せきね よしこ）

1946年、東京生まれ。1969年、日本女子大学社会福祉学科卒業。地方新聞社へ家庭欄の記事を配信する通信社の代表を務めた。長年、各地の女性職人たちへの取材を続けるかたわら、日本文化を再認識し、より楽しむための活動を主宰し、講座、展示会などの企画を行っている。著書に『伝統工芸を継ぐ女たち』（学藝書林）、『伝統工芸を継ぐ男たち』（論創社）。編著書に『生き路びき—自分らしい生き方を探す』（家庭通信社編・博文館新社発行）

家庭通信社と戦後五〇年史

— 『生き路びき』と女性の生き方

二〇一八年 八月一日 初版第一刷印刷

二〇一八年 八月二五日 初版第一刷発行

著 者 関根由子

発行者 森下紀夫

発行所 論創社

東京都千代田区神田神保町二―二三 北井ビル

電話〇三・三二六四・五二五四 FAX〇三・三二六四・五二二一

振替口座〇〇一六〇・一・一五五二六六

組版 フレックスアート

印刷・製本 中央精版印刷

ISBN978-4-8460-1704-0 ©2018 Printed in Japan

落丁・乱丁本はお取り替えいたしません。