

博士論文の要旨および 博士論文審査結果の要旨

氏名	シュミット クラウディア カロリネ
学位の種類	博士（比較文化学）
学位記番号	文博甲第12号
学位授与の日付	2014年3月17日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
学位論文題目	21世紀の日本における茶 —そのあり方と意義— Tea in 21st-century Japan: Its forms and significance.
論文審査委員	主査 梅山 秀幸 教授 副査 寺木 伸明 教授 副査 角山 榮 和歌山大学名誉教授

<博士論文の要旨>

21世紀の日本における茶

——そのあり方と意義——

シュミット クラウディア カロリネ

本稿では「21世紀の日本における茶——そのありかたと意義」をテーマとしており、茶が単なる飲料ではなく、現代にいたっても精神的部分が大きな意味合いを占めることを示す。歴史上の茶を顧みることを通して、現在の日本の茶のありかたを分析し、その日本社会に与える意義を究明する。筆者は、現在における茶の研究は、日本の文化や習慣に関する意識を把握するための重要な鍵だと考えている。そのため、筆者は本論文をもって人びとの意識を高めることに寄与したい。

本稿は4章に区分されており、第1章から第3章までは参考文献の引用を行って検証し、第4章には筆者が実行した茶に関する意識調査が元となる。

第1章において、21世紀日本に存在する茶のあり方をカテゴリー区分する。その茶のあり方のカテゴリーというのは、茶道、煎茶道、「儀式用の茶」、「日々に飲用される茶」、そして「商品としての茶」の五つである。現代日本に存在する茶のあり方のうちの二つは「道」としての発展を遂げている。茶道と煎茶道である。

第一のカテゴリーである茶道は戦国時代の下剋上の社会を背景として生まれたため、それは共和と人間平等の表現でもあった。ところが、江戸時

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

代に入ると、その茶道が大きく変容して、家元制度ができた。そのことが茶道の格式化を生み、それは現代にいたっても抜きがたく残っている。だが、その茶道でも近代になって、特に大戦後には二つの変容が起こった。まずは、茶道は芸能であるというパラダイムができた。ところが、そのパラダイムに対して、茶道はただの芸能ではなく、「心を深める道」であるということも強調されるようになる。もう一つの変容は、茶道が若い女性の花嫁修業の対象となったことである。ところが、バブル経済の終焉とともにこの傾向は衰退を見せ始めた。現在、茶道人口が減少している事実も見逃すことができない。

第二の категорияの煎茶道はもともと江戸時代の知識階級を中心とした茶のあり方である。煎茶道は江戸時代に格式化してしまった茶道への反撥、そして中国文化の流行のなかで生まれた。そのため、中国の茶および文化から強い影響を受けている。現在の煎茶道の特徴は、流派が極めて多いことであるが、その諸流派の協力によって宇治黄檗山萬福寺を中心とする全日本煎茶道連盟ができた。煎茶道は主に近畿、関東、そして東海地方で盛んであるが、その人口は茶道に比べると極めて少ない。

第三の категорияとして「儀式用の茶」を区分したが、それは大きな儀式だけでなく、一般の人びとの生活に関係する小さな「儀式」を含む。茶はもともと仏教と繋がりが強く、仏教の儀式には現在でも使用されている。寺院で儀式用に使用されるのみならず、仏壇に茶を供える習慣を通して一般家庭でも茶は儀式用として使われている。そして葬式では、茶を愛した死者に茶を供える習慣があり、香典返しとしても茶は使用されている。仏事以外にも「儀式用の茶」は存在する。それは、贈与としての茶であり、中元、歳暮などの年中の挨拶でもあるが、九州を中心に行われる結納茶も見逃せない。

第四の categoriaは「毎日の茶」の「日々に飲用される茶」である。日

人間文化研究 創刊号

本において茶は長い間、上層階級だけが手に入れることのできたものであり、一般人が飲用しはじめたのは、17世紀初頭のことである。そのころ農村で自家用の茶の栽培が始まり、19世紀には大衆化した。当時の茶は現在とは異なり、製造法は現在より豊富であった。伝統的な飲食方法も地域的に残っているが、一般的には番茶の製造法と飲み方は、おおむね統一された。その代わり、茶の種類が豊かになった。つまり、「日々飲用される茶」は、日常で自由に飲まれる茶のすべての種類を指しており、番茶に限らず、紅茶、青茶、そして代用茶も含まれる。茶が飲用されるのは家庭、職場、学校、社交の場などである。店で茶が飲用されることもあるが、店では茶を無料で提供される場合が多い。

最後の第五のカテゴリーは「商品としての茶」である。「商品としての茶」は、購入後にすぐに飲用できる茶を意味する。ここでは、筆者は主に「茶を飲料用とした商品」と「茶の葉の形状を変えて利用した商品」に注目した。茶の商品化の一段階目は「一服一銭」と呼ばれた立ち売りや茶屋、そして明治時代に発生した喫茶店である。喫茶店では、コーヒーと同時に紅茶が販売されていたが、現在では商品として提供されているのは紅茶に限らず、抹茶ラテなどの茶ドリンクも一般的に普及している。さらに、最近では個人営業の喫茶店よりフランチャイズ喫茶店のほうが流行しており、後者ではセルフサービスが特徴であるため、店員と客との関係が薄まっている。茶の商品化は幕末に輸出のために成立した茶業から始まったが、それは1981年から始まった缶やペットボトルの茶販売、そして自動販売機による販売制度によって飛躍的な進歩をみた。これにより、茶はいつでも、どこでも、すぐに飲用できる便利さを獲得したのである。

以上の茶のあり方の区分には「文化としての茶」を設けていないが、それは、「文化」は人間が生活のためにつくったもののすべてを指し、「商品としての茶」も含んでいるためである。一般的には主に「道化」した茶道

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

と煎茶道を「文化 (high culture)」として捉える傾向があるが、「商品としての茶」も文化としての茶に含まれうると筆者は考えるのである。

第2章においては、五つのカテゴリーに基づく茶の「日常性」、「社会性」、そして「精神性」という3つの側面を区分し、それらの側面はそれぞれのカテゴリーの中でどのように現れるかを考察する。

最初にそれぞれの茶のあり方の「日常性」を考察した結果、「日々に飲用される茶」と「商品としての茶」は「毎日の茶」であるため、日常性が高いものであることがわかる。それに対して、茶道と煎茶道は非日常性が高いといえるが、煎茶道は日常に応用できるため、日常にやや近い。「儀式用の茶」は、仏壇に供える茶を除き、時間や空間的に限られているため、非日常的なものである。

「社会性」の側面を考えると、茶道と煎茶道は一人で行うことは不可能であり、人びとのあいだに懇意な関係が生じることもあるため、社会性は高いと言えよう。「儀式用の茶」としての香典返し茶と結納茶は贈与であるため、人間関係が中心を占めており、社会性が高い。その反面、供え物としての茶には社会性がない。「日々に飲用される茶」は、家族、仲間、同僚と一緒に飲む時は社会性が高いが、一人で飲むことも可能であるため、「毎日ではない茶」よりは社会性の面でやや低い。その一方で、「商品としての茶」は個人主義の表現であり、つまり、社会性はほとんどないあり方である。

最後の側面は「精神性」であるが、この側面ははなはだ複雑であるため、詳細に論じる。ここでの茶の精神性の定義には角山を引用する。角山は茶の頭文字を元に、茶の精神性をC・H・A「Communication, Hospitality, Association」(触れ合い、もてなし、人間関係の形成)と定義する。角山のCHA精神において、人間関係は二つに区別される。まず、C「触れ合い」

人間文化研究 創刊号

と A「人間関係の形成」における、茶を飲む人同士、客同士の関係である。そして、H「もてなし」要素が表現するのは客と亭主との関係である。茶道と煎茶道は、CHA 精神も社会性も高い。茶道と煎茶道だけではなく、「日々に飲用される茶」の店の無料の茶、そして客を呼ぶときの茶でも同じである。それらは「もてなし」の要素も発揮していると考えられるためである。もてなし精神は茶とともにできたのではなく、さらに古くから存在している。ところが、茶が日本に渡った頃には、茶はついでもてなされるものとして使用されたため、「もてなし」と深い関係ができた。Marcel Mauss の“Essai sur le don. Forme et raison de l'échange dans les sociétés archaïques”（邦名：『贈与論』）によって考えれば、客と亭主の関係の根本は贈与であり、そして、それはまた社会の根本でもある。主人が客を招待し、茶をもてなすことも贈与であろう。つまり、もてなし精神は社会の形成において大きな意味合いを持っているのである。

さらに、現代の日本では、外来語として「ホスピタリティー」と「サービス」という言葉が存在している。ホスピタリティーはもてなしにもっとも近い言葉であるが、サービスはやや異なる意味をもっている。つまり、サービスはビジネス的な意味合いで行われているもてなしを意味する。その点に関しては、店で無料に提供されている茶はもてなしであるか、サービスであるか、ということが議論となる。

もてなし精神として連想されやすい茶道については、礼儀と作法が決められているため、暖かいもてなしを感じるよりむしろ、格式張っていると感じてしまう人も少なくない。その一方で、煎茶道のもてなし精神は茶道よりやや自由である。現代のもてなし精神について様々な問題も明確になった。もっとも大きいのは前述の茶道の儀礼主義、そして競争や道具の自慢などである。さらには、茶道と煎茶道の関係にも曖昧な点がある。

茶には CHA 精神の他に、瞑想的、学習的、美的、そして文雅的精神も

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

あり、これらの点も本稿において区分したが、それらの4つの精神性は現代の人びとに理解しにくくなっていることがわかる。

第3章においては、茶のあり方に基づく「日常性」、「社会性」、そして「精神性」という3つの側面を分析した上で、21世紀日本において茶が社会に与える意義について論じる。

茶についての研究では、どのようなアプローチをとるかによって一般の人びとの茶の捉え方が変わるため、まずは茶への様々な研究アプローチに注目した。ここでは研究がもっとも活発に行われている茶道に注目した。江戸時代に「遊芸」として捉えられた茶道は大戦前に国粋主義が強まった時代から「国粹的道学」として捉えられるようになり、茶道の研究は急速に進み、このころから、茶道が一般的に「日本文化」として認識されるようになった。それは、現在にいたっても同じであるが、茶道だけではなく、茶そのものが一般的に日本のもの、そして日本の文化として捉えられている。文化としての茶という考え方は、日本人のアイデンティティー形成、そして日本文化の海外輸出に大きな役割を果たしている。ところが、国粋主義の問題は現在にも続いており、茶道など「日本文化」として定義されたものは、日本の文化の優越を強調する「ソフト・パワー」として使われることもある。

茶の五つのあり方のもつ「日常性」を考察した結果、茶の日常性は「ケとハレ」の概念、そしてその関連で時間と空間にも関係していることがわかる。「時間」の観点からみると、「日々に飲用される茶」は「ケ」として位置づけられていることがわかる。「日々に飲用される茶」が「ケ」であるのは、江戸時代の庶民が茶に与えた「間食、茶の間、女性」という位置づけから由来する。現在でもなお男女平等は達成されていないが、「茶＝女性」という意識は希薄になってきている。それ以外には、茶の庶民的な

人間文化研究 創刊号

位置づけは現在にいたってもほぼ同じであるが、現在において茶は間食に限らず、食事の時にも一般的に出てくる。その意味からも、現代の日本社会において茶が日常生活にもっている意義は高いのである。

また「空間」の観点から茶を考察するにあたって、三つの空間に注目する。まずは茶室であり、これは非日常性の高い空間で、茶道、そして煎茶道に限られた空間と位置づける。さらには、21世紀には、どの家にも茶室があるわけではなく、その代わりに、「日々に飲用される茶」には居間（リビングルーム）、学校、職場、そして飲食店が喫茶のための空間としての役割を果たすようになってきた。居間に関しては、その空間は家族に限らず、仲間同士で寛ぐ場にもなっている。また、居間で飲まれる茶は間食として位置づけられている。家庭では急須で茶を淹れることが長い間一般的であったが、現在においては、ペットボトルの茶が普及した上、その便利さに慣れた結果、急須での茶の淹れ方が分からなくなった人が増えたことも事実である。しかし、茶が日常で果たしている役割を考察すると、ペットボトルの茶は悪い効果だけではなく、良い効果もあることがわかる。それは、茶の「ライバル」であるコーヒーの普及とかかわりがある。コーヒーの普及と同時に、茶の消費量は減少したが、ペットボトルの茶が販売された結果、日常生活での茶の消費量が改めて増加しはじめたからである。つまり、「商品としての茶」は新たな「便利な」喫茶習慣をもたらしたのである。

次に考察するのは茶のもつ「社会性」の意義である。人びとが茶やコーヒーを中心に集い、コミュニケーションが始まるという現象は、世界に共通している。東日本大震災後の被災地で簡単な「茶会」が頻繁に行われていることを見ると、茶が社会において果たしている役割がよくわかる。それらの茶会は、被災者の関係作りのためにも、癒し感を促すためにも大きな役割を果たしている。それらの茶会に参加するのは年寄りであり、若い

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

母親たちであるが、男性は仕事などで多忙であるため参加率は比較的少ない。被災者の中では男性の方が心理的なプレッシャーを感じていると言われるが、それは茶会で行われるようなコミュニケーションが不足しているためであると考えられよう。被災者の茶会の他にも茶を中心とした交流会は主として年寄りを中心に行われ、触れ合いのために大きな役割を果たしていて、人びとの信頼関係を作り上げる場として茶会の重要性はいっそう増している。さらには、現在においては、家族より、仲間同士で茶を中心に集うことが多くなっていることがわかる。

この章の最後には茶のもつ「精神性」の意義について論じる。CHA 精神の C「触れ合い」と A「人間関係の形成」は社会性の意義と同じであるため、ここでは茶のもつ精神性として H 要素の「もてなし」に注目する。茶のもてなし精神は茶道や煎茶道にとどまらず、「日々に飲用される茶」にも大きく反映されている。もてなし精神を日常性と関連付けて考察した結果、「日々に飲用される茶」は「ケ」のもてなしとして定義した。その一方で、茶道のもてなし精神は元来には禅の精神で「ケ」の表現であったにも関わらず、現在においては日常のものより「上品」であると考えられるため、茶道や煎茶道のもてなしは「ハレ」のもてなしではないかと、筆者は考える。ところが、前述したように、茶道のもてなしには、現在において問題が少なくないことも明らかである。

道化した茶より、「ケ」のもてなしとして定義されたものは、大衆化したため、一般の人びとの生活に深く根ざしている。第3章においては、「ケ」のもてなしは日常生活に溶け込んでいるため、無意識の精神性があると仮定する。

さらに、「儀式用の茶」を中心とした贈与物としての茶がある。贈与物の茶には「祝儀性」と「不祝儀性」があり、それはもともと地域性に関係していた。現在においては「不祝儀」の茶は全国に存在するが、「祝儀」

人間文化研究 創刊号

の茶は西日本に限られている。元来、茶が「不祝儀」であるという考え方は東日本に限られたものがあったが、現在普及している贈与の茶についての人びとの捉え方は、地域性が失われつつある。これは全国的に同じような習慣が広まっている結果である。そのため、茶は現在日本で「不祝儀」として位置づけられている葬式や、仏壇の供え物として欠かすことのできないものとなっている。

茶のもてなし精神は、21世紀において、経済的かつ政治的な意義さえ持つものであることが明らかになる。それは日本文化の一部として、旅館、空港会社、自動車や化粧品業界によって海外に概念として輸出されている「もてなし精神」の持つ意義である。海外の支店で外国人客を迎える心構えとして「日本の茶のもてなし」は効果的な武器となっていることは、国内でも宣伝されている。2020年に予定されている東京オリンピックに向けて、「日本の茶のもてなし精神」は日本を元気にさせるための「武器」として最大限利用されているのである。このような宣伝活動が、まさに茶が含みこんでいるもてなし精神を日本人のアイデンティティーと結びつける一翼を担っていると筆者は考える。これからの東京オリンピックに向けて行われる宣伝活動が茶のもてなし精神の捉え方に変容をもたらすことも明らかであるが、これらの宣伝活動が国粹主義との境界線に近づく危険性も少なくないことにも筆者は注目していきたい。現在において、もてなし精神は「日本」のものとして捉えられている傾向があるが、もてなしは茶に限られておらず、そして同じような精神は海外にも古くから存在していることも忘れてはならない。

このように、茶は、そのあり方によって、それが持つ精神性の意義も異なっていることがわかる。茶のもつCHA精神の意義についてまとめて言えば、21世紀においても茶のもてなしはハレの表現だけではなく、日常生活にも大きく根ざしている。その中には多くの問題、主に茶道での演技の

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

もてなし、商売の手段としてのもてなし、なども存在するが、いずれにせよ、もてなし精神が現在の茶が社会においてもつもつとも大きな意義であることを強調したい。

さらに、茶に関係する問題である農薬、そして昨今では東京電力福島第一原発事故による放射能汚染も見逃すことができなく、もてなし精神にも繋がるだろう。もてなしは真心からの相手のための提供であるが、福島原発事故後の茶の放射能汚染に関して、食品安全への不安が高まる中、危険かもしれないものを飲ませることはもてなしであるとは考えにくくなっている。この問題については現在において、人びとの意識はまだ低く、茶業界からの出荷自粛反対運動も強いものの、長期的に見ると、これからのもてなし精神に変容が起こりうることも考えられる。

最後の第4章においては、茶に関する意識を調査し、分析する。本章では、日本人は茶をどのように認識しているか、そして茶の意義を実際に把握しているかどうかを考察する。

まずは、茶への一般的な意識を検討した結果、「日々に飲用される茶」に繋がる茶の種類が最も多く連想された。茶道は経験者にとっては極めて容易に連想されやすいものの、それ以外の茶も多く意識されている。「商品としての茶」に関係するペットボトル茶の商品名あるいは会社名もいくつか現れた。「商品としての茶」は、現代の個人主義社会の現れではあるが、21世紀の日本において人びとの意識に浸透した重要なあり方になっていることがわかる。反面、回答のなかで全く現れなかった茶のあり方は「儀式用の茶」である。この「儀式用の茶」は、今後長期的に人びとの意識から消えてしまう恐れの高いあり方であると考えられよう。その他に回答に現れていないのは「日々に飲用される茶」としての伝統的な飲用法（ブクブク茶、ポテポテ茶、茶粥など）である。本調査の調査地域に含ま

人間文化研究 創刊号

れる奈良・和歌山では、茶粥が伝統的な飲食法として残っているが、それにも関わらず、奈良に居住している回答者でさえも茶粥を連想しなかった。つまり、これらの伝統的な飲食法も「儀式用の茶」と同じように忘れられる恐れがあるのではないだろうかと考える。

茶の「日常性」、「社会性」、そして「精神性」といった3つの側面への意識も検討したが、ここでは一般的に「日常性」に関係することが連想されやすく、茶は「一休み」であり、あるいは「菓子」や「食事」に付いてくるものであることが連想されやすいことがわかった。つまり、「日々」に飲用される茶がもつ日常生活のなかの役割は実際に人びとに意識されているのである。ところが、本調査では、茶が持つ「精神性」や「社会性」を意識している人は以外にも少なかったことも事実である。茶は人びとに意識されることなく、その社会性、精神性を発揮しているのである。茶の捉え方に関する回答のなかで得られた興味深い結果としては、茶は元来中国のものであるという意識がなく、「日本の文化」として捉えられやすいということである。茶は日本のもの、そして日本文化であると思いつかせる人が多いということが、茶道に限らず、一般的に茶に関して言えることがわかる。

本調査においては、現代の日本人の茶道と煎茶道への意識をさらに細かく分析する。茶道に関しては、一般的な意識が高いだけでなく、茶道学習経験の有無は別としても、茶道の茶会参加経験者が多いことがわかる（50%近く）。一方で、煎茶道を認識している人は非常に数少ない。さらに、茶道への意識を分析した結果、茶道でもっとも意識されやすかったことは「日本の文化」であることがわかる。また、茶道も煎茶道も「芸能」として捉えられやすかった。「芸能」が茶道に対するパラダイムであるということがその原因であろう。そして、それは煎茶道に対するパラダイムでもあるのかもしれない。茶の精神性に関する回答について考察した結

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

果、茶道ではもてなし精神と礼儀、そして非日常的なものであるということも意識されやすかった。興味深いことに、煎茶道にも同じような傾向がみられる。茶道の精神性への意識は、もてなし精神、そして相手に対する礼儀正しさというのに限らず、前述したように、逆に格式張っていると負の要素を考える人も少なくない。それは茶道のもてなし精神における問題を指しているといえよう。いずれにせよ、茶の精神性への意識に関しては、茶一般において連想されるより、茶道や煎茶道において連想される場合のほうが高かった。

もてなし精神が茶といかに関係するかということは、第3章の論述から明らかになったが、第4章の最後（第3項）には、もてなし精神への意識をさらに考察した。考察の内容は「もてなし」と「サービス」への一般的な認識、そして店で提供される無料の茶への意識であった。その結果、日本人が「もてなし」として考えるのは客への態度であり、それは概ね第2章において筆者が展開したもてなしの定義に合致していることがわかる。さらに興味深い回答も現れた。つまり、「もてなし」は「相手のため」の行いであり、相手には「プラス感情」が生まれ、さらに、「もてなし」は誰に対しても同じものであるのではなく、特定の相手への暖かい気持ちの表現として認識されやすいという傾向である。

一方、「サービス」はビジネス的な意味を持つという意識が強いが、ここでは茶が直接金銭に関係しているというより、金銭に関係している空間で無料で提供されたり、あるいはセルフサービスを可能にしている空間で提供されたりしていることがビジネス的な意味合いを付与していると考えられる。このような空間において、サービスは、すべての客が同じように受けるため、受ける側は「心はこもっていない」と考えやすいのである。とはいえ、受ける側に「得した」気持ちが表れやすいため、サービスも「プラス感情」を導くものであることに変わりはない。

人間文化研究 創刊号

サービスは金銭に関係する空間に表れるが、旅館に限っては、サービスより、もてなしのほうが連想されやすいことは興味深い現象である。それは、もてなしがごく「日本らしい」ものとして認識されているのと同様に旅館も日本の「伝統的な」ものとして認識されており、あるいは空間として「家」に近い位置づけをされているためであることが考えられるが、その点はこれからの研究課題となるだろう。一般的に「もてなし」は日本特有のものであるという捉え方は極めて強いのである。

さらに、店で無料提供される茶が、「もてなし」として認識されているのか、あるいは「サービス」として認識されているのかという点に関して、回答に迷っていた人も少なくなかった。店の態度、あるいは提供の方法によってとらえ方が異なるのかも知れないが、分析した結果では、店の無料の茶は「サービス」として認識される傾向が強い。本稿の調査において、「もてなし」と「サービス」の間の境界線がいかに曖昧であるかが改めて明らかになる。同じ茶の提供に対してであっても、人びとの意識は現在において非常に異なっている。東京オリンピックに向けて展開されつつあるもてなし精神の宣伝活動を考慮すると、人びとの意識がどのように変容するかは今後の研究課題となろう。さらには、第3章の考察に挙げた茶の安全性を疑う声に関しては、まだ表面には表れていないが、これから長期的に観察を続ける必要があるだろう。

本稿の結論としては、21世紀の日本では、茶は様々な形で生活の幅広い場面で登場する。茶は日本人の日常性に強くつながっており、家庭の中にも、社交生活にも欠かせないものである。日常生活では間食として位置づけられているが、普段の食事の時にも付いてくるものであるため、意識されないほど幅広く登場するものである。その上、茶はもてなしの手段でもあり、社交の時、コミュニケーションの仲介としてでも活躍している。現

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

在には、茶の意義を意識している人は少ないが、もてなしは現在、海外へ「輸出」され始めているため、これからは茶のもてなし精神への意識も高まることになろう。そのため、茶のもてなし精神は「日本特有」のものとして宣伝され、日本人のアイデンティティー形成のためにも新たな意義を獲得する可能性があると考えられるが、茶と国粋主義の曖昧な関係にも注意を払う必要がある。

人間文化研究 創刊号

<博士論文審査結果の要旨>

論文提出者：クラウディア・シュミット・カロリネ

論文題目：21世紀の日本における茶

——そのあり方と意義——

学位申請の種類：甲（課程博士，比較文化学）

【論文内容】

茶が単なる飲料ではなく，日本人にとっては現代においても精神的な意味合いが大きいことを指摘し，歴史上の茶を顧みつつ，現代の日本の茶のあり方を分析して，日本の社会における茶のもつ意義について検討する。

まず第一章において，21世紀の現在の日本において存在する茶のあり方について，①「茶道」，②「煎茶道」，③「儀式用の茶」，④「日々に飲用される茶」，そして⑤「商品としての茶」の五つのカテゴリーに分ける。「道」としての発展を遂げた①「茶道」および②「煎茶道」のカテゴリーでは文献をたどりながらその歴史をあとづけ，③「儀式用の茶」のカテゴリーでは，仏教の儀式や，祝儀・不祝儀に用いられる諸地方のさまざまな例を挙げる。④「日々に飲用される茶」のカテゴリーでは，日本に入ってきて近世の農村では自家用に栽培されるようにもなり，製造法も飲用法も現在よりもより豊富なヴァリエティを備えていたさまざまな茶の諸相について述べ，⑤「商品としての茶」のカテゴリーでは現在の喫茶店での茶の供され方，また1980年代以降，急速に普及したペットボトルの茶の意味についても考察している。

第二章では前章の五つのカテゴリーの中で，「日常性」，「社会性」，そして「精神性」という側面がどのように現れるかを分析する。たとえば，「日常性」に関して，④⑤は日常的であるが，①②は非日常的であり，③

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

はどちらの場合もある。「社会性」についていえば、①②は社会性をもつが、⑤は社会性を持たず、③④については社会性を持たない場合もある。そして、「精神性」については従来の「茶禅一味」を称揚するのみではなく、角山栄氏の唱えるCHA（Communication, Hospitality, Association）を援用して、特に昨今では注目されることの多いHospitality（おもてなし）の精神をとりあげ、それをマルセル・モースの『贈与論』の枠組みの中でとらえなおすことを試みる。

第三章では、21世紀に入って社会が急激な変容を迎えている中で、なおかつ茶が日本の社会の中でどのような意義を持ちうるかを検討している。「茶道」はかつて「国粹的道学」と結びついていたし、現在に至っても、「茶道」そして茶そのものも「日本人」のアイデンティティの形成に大きな役割をはたしている。そしてそれは今なお容易に日本人の優越性を強調する「ソフト・パワー」として利用されることになる。また、茶の精神性を強調しつつも、ペットボトルの茶にみられるように精神性は薄らぐ傾向にあり、何よりも今は福島第一原発事故による茶の放射能汚染も問題にされなければならないにもかかわらず、それに対して日本社会は目をつむったままであると指摘し批判を行っている。

第四章は、シュミット氏が実際に行った日本人の茶に対する意識調査を当てている。2012年、シュミット氏は自身が作成した調査票にもとづいてアンケート調査を行い、様々な年齢層の400名から回答を得た。その回答に基づいて日本人が茶に対して抱えている意識を分析する。それによると、③「儀式用の茶」への意識がうすれ、⑤「商品としての茶」がペットボトルの普及とともに意識されることが多いことがわかる。また④「日々」に飲用される茶の日常生活の中で果たす役割について十分に意識されているものの、それがもつ「社会性」および「精神性」について特に意識しているものは少なく、茶は人びとの無意識のうちに「社会性」および「精神性」

人間文化研究 創刊号

を發揮していることがわかる。①茶道，②煎茶道については格式ばったものとして負の評価を下す回答者もあり，また，茶は元来は中国から渡来したものであったにもかかわらず，おおむね日本のもの，「日本の文化」として捉えられている。さらに，茶にともなう「もてなし」と「サービス」の受け取り方についての意識についての分析結果を付している。

氏は結論として，茶は日本人の日常の生活のさまざまな場面で登場し，特に意識されることはないとしても大きな役割を果たし，社交生活においても欠かすことのできないものであるとする。また昨今称揚される「おもてなし」の手段でもあるため，茶によるおもてなしは日本特有のものとして喧伝され，日本人のアイデンティティ形成に新たな意義を獲得する可能性もあるが，それはまた新たなナショナリズムと結びつく危険性についても指摘している。

【論文の審査内容】

カテゴリーという言葉は日本人にとってはアリストテレスやカントの難解な哲学用語としてまずは理解されるが，要するに分類である。科学的に思考する上での便宜のためにまずは分類を立てて分析し考察する，科学的思考の基本となることがらであるが，オーストリア人のシュミット氏にとってはその科学的方法論が体質として自らに備わっているもののように思える。シュミット氏はまず論ずる対象としての茶を①「茶道」，②「煎茶道」，③「儀式用の茶」，④「日々飲用される茶」，そして⑤「商品としての茶」の五つのカテゴリーに分け，それぞれが日本人にとってもつ意味を「日常性」・「社会性」・「精神性」の側面から考察して論じている。この分析視点・方法には独自性が見られる。日本人研究者，特に人文科学の研究者が往々として一生をかけても自己の方法論を確立できないのを見れば，20代半ばでそれを備えているのは稀有のことと思われる。

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

またシュミット氏は必要であれば、文献を読み込み、また社会学的にアンケート調査を行う、あるいは、みずから茶道をたしなみ、また煎茶道の家元のもとにも飛び込む。日本に来たこと自体がフィールド・ワークとしてその方法論の一環としてあり、桃山学院の博士後期課程4年間の在籍期間を十分に利用してここに一定の成果を上げることができた。海外の研究者が日本の茶を論じる際、それは多くの場合、京都の三千家の茶道にからめ捕られて、「茶禅一味」の神秘性、あえていえばエゾテリズム（秘教性）をよしとする傾向があるのに比較すれば、それにも十分に距離を置いて論ずることができている点も評価できる。

外国人研究者として先行文献・資料の読解には多大の労苦をともなったはずであるが、『山上宗二記』・『南坊録』あるいは『清風瑣言』など多くの茶書をよみこなし的確な理解を示しているし、「日々に飲用される茶」を論じる際には沖縄までを含めて日本国内の地域性にも目配りを怠らなかつた。現代の日本における茶のもつ意義を日常性、社会性、精神性の側面から明らかにしているが、ホスピタリティとサービスを分けて、エミール・バンヴェニストの言語学論考、マルセル・モースの『贈与論』、あるいは折口信夫のマレビト論にまで遡った上で、さらに21世紀におけるもてなし文化のあり方について考察したのは評価できる。

第4章において、第2、3章において検証した茶の持つ意義について、実際に現在の日本人がどのように意識しているかのアンケート調査を行っている。自由記述の欄ももうけて、回答を丹念に分析しつつ、現在の日本人の茶に対する意識状況を解明した点には、オリジナリティがあって評価しうる。

しかし、如上の評価しうる点に加えて、問題点についても指摘された。当初は⑥「薬としての茶」のカテゴリーも挙げられているのだが、④「日々

人間文化研究 創刊号

に飲用される茶」, ⑤「商品としての茶」に含まれるとして処理している。現代の日本人にとっても「薬としての茶」の意識は生き続けていると考えられ、もう少し丁寧に論じてもよかったのではないか。

また、独自にアンケート調査を実施して分析した手間については評価できるものの、対象者がシュミット氏の個人的関係を利用しての調査であったため、茶道・煎茶道学習体験者の率が女性47.3%, 男性20%, 全体37.8%となって、おそらく日本人全体のそれよりもかなり高くなっていると推測され、現代の日本人の茶に関する意識調査としては問題である。調査対象にもっと工夫ができたのではなかろうか。また、意識調査の分析において、一人の自由記述を一般的な傾向として述べていたり、「茶道や煎茶道学習経験者、年寄、そして男性であるなど、つまり、古風な考えを持っている可能性が高い」という、男性＝古風な考えとする独断的な記述がある。

さらに、日本史の理解に関して若干の問題がないわけでもない。近世の身分制度について、士農工商という階級制を現在ではいわないようになっていし、江戸時代の鎖国のあり方についても、正確にはオランダ・中国は「通商の国」、朝鮮・琉球は「通信の国」であるということの理解が徹底していない。また日本と中国の時代の対応が正確ではないところもあって、それらの点を修正する必要がある。

外国人として日本語での文章を書くことには苦労があったことと思われるが、数か所で「死者を忌む」と書かれているのは、「死者を弔う」とあるべきで、「寺の祭り」とあるのは「寺の法事」、あるいは「法要」、「法会」といったことばを使うべきであろう。また「大阪」とあるのは近世の表記としては「大坂」とするのが一般的である。注の付け方に不統一があるので、それらとともに修正を加えることが好ましい。

ところで、シュミット氏の論文で欠落している論点の一つがある。日本は緑茶の輸出国として知られ、海外から紅茶や烏龍茶の輸入は長い間ゼロに

博士論文の要旨および博士論文審査結果の要旨

近かった。ところが、1970年以降は、紅茶の輸入が全面的に認められるようになり、紅茶協会も設立されて紅茶愛好者が増加している。その輸入先もスリランカやインドの他にも拡大しつつあって、日本の社会にも、ティ朝食、午後の三時のティ・タイムなど、紅茶が④「日々に飲用される茶」のカテゴリーに入ってきてつつあるのではないか。紅茶を④のカテゴリーに入れるかどうかによって日本人の精神性の扱い方も大きく異なってくるのではなかろうか。

また、論文のタイトルは「21世紀日本における茶——そのあり方と意義——」となっているが、本論文では21世紀の日本茶の動向についての研究は、他の項目の研究に比して比較的に少ないように見受けられる。そこで例えば「日本における茶の歴史と現状——そのあり方と意義——」とでも変えることはできないであろうか。

以上、細かい字句と認識の過誤については修正し、また紅茶の欠落については説明を加えるなり注釈をつけるなりして今後の課題とする旨を記し、タイトルについても手続きが許すなら、より正確に内容と呼応するように変更することが望ましい。しかし、全体として極めてオリジナリティに富み、十分な資料の調査と研究を重ねた上での論考であることを考慮し、学位申請論文として十分な水準に達していると審査に当たった三人は判断した。

2014年2月18日

審査委員(主査)	梅山秀幸
審査委員(副査)	寺木伸明
審査委員(副査)	角山榮