ホビー白書

2013年版

一般社団法人 日本ホビー協会

ホビー白書 2013年版

一般社団法人 日本ホビー協会

一般社団法人 日本ホビー協会

はじめに

1976年（昭和51年）10月、日本ホビー協会は192社の賛同を得て設立されました。

設立趣意書には、『消費者は、豊かな家庭生活を求めている。しかし、その豊かさは、消費や無駄の生活ではない。一辺倒型の没個性でもない。また、人間疎外のメカニズムでもない。日本の消費者は、現代感覚で貫かれた、創造的な、個性的な、より人間性に富んだ、豊かな生活を求めているのである。ホビーは、それらの条件をすべてそなえた商品であり、産業である。したがって日本の消費者の生活を豊かにするためには、日本において、ホビーを産業化し、発展せしめなければならない。そこでわれわれは、日本のホビーに従事するものの全てが一つにまとまった「日本ホビー協会」の設立を提唱するものである。』と記されています。

さらに10年後の1986年（昭和61年）、任意団体から社団法人へと当団体は生まれ変り、その目的をホビー（「創造する」「遊ぶ」「収集する」という分野において、創造活動、思索活動に没入して積極的に自由時間を過ごすことをいう。）に関する調査研究、情報の収集及び提供、普及啓発等を行うことにより、ホビーの健全な育成を図り、もって我が国経済の発展と国民生活の向上に寄与することとして、趣味・創作市場で時代に応えた情報を発信し、特に手づくりクラフト分野において重点的施策として、「日本ホビーショー」の開催や講習会・講演会の開催、又、国際交流を含む海外視察ツアーの主催等を行ってきました。

2012年（平成24年）4月に一般社団法人として新たな一歩を踏み出した当協会は、これから国内において加速する少子高齢化や人口減少問題を前向きに、メーキング型手づくりホビー啓蒙活動の好機と捉えると同時に、今までの日本国内におけるホビー産業全体の中で、当協会での市場把握が比較的弱いコレクション型、ドゥイング型のホビー分野をその発展の歴史認識や市場規模を正確に、又、体系的に把握する為、今回初めてホビー白書を創刊する事になりました。

今回創刊号につき、何かと不備な点もあるかとは思いますが今後、さらに内容を充実するためにも、皆様のご意見・ご感想をお寄せ頂ければ幸いです。

特別寄稿をお寄せ頂きました、富山大学経済学部教授　坂田博美様、又、編集に尽力頂いた（株）メディア開発綜研会長　菊地実様、調査情報委員会を通して、今回の白書制作の為、ヒアリングに御協力頂きました会員各社の皆様に、紙面をお借りして御礼申し上げます。

最後にこのホビー白書が、多方面のホビー分野において、より良い素敵なライフスタイルを提案する礎やお役立ちのヒントになれば大変嬉しく思います。

2013年12月

一般社団法人 日本ホビー協会
会長　栗田　和雄

ごあいさつ

この度、皆様のご協力により、ホビー白書を創刊することができまして、大変嬉しく、また感謝しております。今まで、ホビーを体系的に捉えた報告書はほとんど存在しておらず、一般社団法人日本ホビー協会として、体系的、学術的に、調査・研究を行うことは、かねてからの願いでした。

ホビー白書は、一般社団法人日本ホビー協会が、ホビーについて調査・研究を行い、これからのホビー産業の指針となるような情報を、今後継続的に発信する資料としていく所存です。

今回は、ホビーについて、歴史や分類学の点から研究を行いました。また、消費者としてのホビー愛好家や、小売店、卸売会社、メーカー、出版社、その他の企業の関わりについて、産業学の観点から考察を行っています。そして、これらの調査結果から、これからのホビーについての展望を導いています。このホビー白書が皆様にとって、有益な資料となることを心から願っております。

この度のホビー白書創刊にあたりまして、関係各位に改めて感謝・御礼申し上げます。調査にご協力いただいた企業の皆様、協会会員の皆様、制作・編集をご担当いただいた（株）メディア開発綜研様には、多大なるご支援をいただき、誠にありがとうございました。

一般社団法人 日本ホビー協会　調査情報委員会
委員長　河口　慶二郎

白書創刊にあたって　～暮らしを楽しく

皆さん、気が付いているでしょうか。私たちは今二つの大きな変化の中に居ます。

変化の一つはすでに始まっていますが、これから先人口は毎年減っていきます。もう一つは長寿社会へと進んでいきます。

1950年当時は子供が一杯いました、そうして上に向かう、歳を重ね高齢になっていくほど人数が少なかったのです。人口構成は富士山のような姿でした。それが今では湖面に映る逆さ富士のように子供が少なく高齢者が多いという姿に向かっています。

時代の流れを振り返ってみると、戦争では多くの町が焼かれ皆は家を無くしました。食べ物もないので田舎に行きました。戦争が終わると復興です。失われた家、家財、衣類など必要なものを作らねばなりません。工場地帯が元気の源でした。作られた品々の流通は都市で行われました。次は都市の会社に勤めるサラリーマンの時代が来ました。

今はものがあふれています。でも戦後はもの不足でしたからお洒落をしようとか住まいを綺麗にしようとか思うと自分で補わなければなりませんでした。女性たちの間では手袋やセーターを編む。ブラウスを作るなどが盛んに行われました。作る喜び、贈る喜び、使う喜び。充実した時間と成果が得られました。

必要な物を手に入れる、でも出来ることなら自分の好きな姿にしたい。綺麗にする、豊かにする、幸せを感じるという部分を暮らしの中に取り入れていきます。

人は生涯に五つの縁を持ちます。第一の縁は両親からの血縁です。次に第二の縁、地縁を持ちます。そうして学校に通うようになり第三の縁、学縁へ。さらに学校を出ると今度は働くことになります。第四の縁、仕事縁の世界に入ります。そうしてこの仕事縁からそろそろ去ろうかという歳になった時に幾つの縁が自身の周りにあるのでしょうか。

両親が健在かどうか、生まれ育ったところの人達との交流は、学校の縁は、職場での縁はどれくらいの濃度で続いているのか。

こういう縁とは別に地域や年齢を超えて生涯を通してつながる縁があります。それが第五の縁となる「趣味」の縁です。

初めに書いたように、人は減ってゆきます。そういう中で皆さんは長寿を手にするでしょう。それはどれほどの時間になるのでしょうか。

自身が持つ寿命を90歳（やがてそのようになるでしょう）とすると、働くのが20歳から65歳までの45年間、自由に暮らすことが出来るのがそこから90歳までの25年。

単純な計算では週休2日の45年間（2日×52週間×45年＝4,680日）と週休7日の25年間（365日×25年＝9,125日）では仕事を辞めてからの自由な時間はほぼ2倍にもなります。

我が国は世界に先駆けて最も早く少子高齢化が進んでいます。人が減ればその分食べ物も衣類もすべての需要が減ります。さらに加齢が進むと若い時よりも活動量は減りますから、食べる物を始めあらゆるものの需要が落ちます。代わりに、時間を手にする人が毎年増え続けます。

彩（さい）先進国として。

家の中を見回しても今までのアナログテレビをデジタルテレビに替えましたが、それ以外に欲しいと思う品は特にありません。家の中は物で一杯です。バーゲンをしてくれてもデフレで物の値段が下がっても買い替えるほどの気持ちになるかどうか（値上げは難しいでしょう）。

長寿社会に向かう今、皆が願うのは、充実した日々、幸せを感じる時間です。

これからは、そのように感じられる空間、サービス、時間の過ごし方に人々の志向が移り

ます。産業もその方向に向かっていくでしょう。

自然が豊かで四季を満喫できる空間、カユイところに手が届くようなサービス、そうして健康で綺麗で楽しい時間で満たされる生き方、それが彩先進国となる人々の暮らしですし、そのような国になれば世界中が日本に憧れ、その暮らしを成り立たせる全体が高齢化が進む次の社会の世界のモデルになるでしょう。

第五縁「ホビー白書・認識の醸成」。

元気で綺麗で楽しい、幸せ。それは第五縁「趣味・気の合う人との交流」を皆が広げていくことです。

時間を優雅に消費するためのホビー産業は、あらゆる可能性を秘めています。それを多角的客観的に分析していく「ホビー白書」も 2013 年にいよいよ発行となります。

少子高齢化社会、それは第五縁に満たされた彩先進国に向かって舵を切る時代になったことを告げているのです。

一般社団法人 日本ホビー協会
顧問　白石　嘉宏

目　次

はじめに…… 1
ごあいさつ…… 3
ホビー白書創刊にあたって　～暮らしを楽しく…… 5
特別寄稿　手芸研究の魅力：学術的意義の再検討…… 9

本編

第一章　ホビー歴史学／木馬から現代ホビーへ…… 19
1．「ホビー」のイメージ…… 19
2．「ホビー」へのアプローチ方法…… 19
3．「ホビー」の範囲…… 22
4．現代「ホビー」の定義…… 25
5．現代「ホビー」の流れ…… 26

第二章　ホビー分類学…… 31
1．「ホビー」の種類…… 31
2．「ホビークラフト」（メーキングホビー）…… 37
3．「ドゥイングホビー」…… 39
4．「ホビーコレクト」…… 40

第三章　ホビーユーザー学…… 51
1．レジャー動向変化とホビー…… 51
2．ホビーユーザー分析…… 55

第四章　ホビー産業学／市場算定…… 65
1．ホビー産業の範囲…… 65
2．『レジャー白書』からのアプローチ…… 67
3．家計支出分析「家計調査」からのアプローチ…… 71
4．生産・商業統計からのアプローチ…… 77
5．業界団体統計からのアプローチ…… 81
6．個別企業売上…… 84
7．調査会社…… 85
8．ホビー市場算定…… 86

第五章　ホビーの展望（会員社アンケートまとめ）…… 95
1．調査概要…… 95
2．法人会員からみたホビー市場の変化…… 96
3．個人会員からみたホビー市場の変化…… 99
4．ホビーにおける課題　～自由筆記まとめ～…… 100
5．アンケート総括…… 102

参考資料

参考資料Ａ　ホビー市場関連資料 …… 105
参考資料Ｂ　ホビー年表…… 120
参考資料Ｃ　ホビーカレンダー…… 127
参考資料Ｄ　ホビー関連団体・出版物一覧 …… 128

結びに代えて…… 133

＜本書での用語表記について＞
本書では、ホビーの三要素である「ホビークラフト」「ホビーコレクト」「ドゥイングホビー」を軸とし、その用語も上述で統一している。しかし、用語の変遷やホビーの歴史をたどるうえで、必要に応じて過去の論文や書籍から引用している場合に限っては表記ゆれが生じている。
（例：ホビークラフト→クラフトホビー、メーキングホビー等）