

乳児期における新しい人生儀礼とメディア

ーニューボーンフォトとハーフバースデーを例として

田口 祐子

はじめに

2000年に出版された『人生儀礼事典』（小学館）は、高度経済成長期（1960年代）を経た現在からみて「かつては行われていたが今では滅び去った人生儀礼」「昔から今日まで長く守り続けられている儀礼」「最近になって作り出された儀礼」を集めて、「現代にいたるまでの人生儀礼の盛衰が鳥瞰できるような項目の選定をし」（倉石等 2000：8-9）た事典となっている。本書では現在の日本人の生活のなかに新たに儀礼を見出す試みを数多くしており、刊行された当時の「現在」を軸足にして選定された項目の中には、例えば「母子健康手帳」「予防接種」「お稽古事」「バイト」「定年」など、これまでの民俗学における人生儀礼の枠を拡げる斬新なものが多く含まれている。

さて、本書が発行された後も、当然様々な人生儀礼の盛衰があり、これまで存在すらしなかったような人生儀礼や人生儀礼に類するものが新たに登場している。

本稿では、『人生儀礼事典』の分類でいくと「最近になって作り出された儀礼」に含まれるであろう2つの新しい儀礼、ニューボーンフォトとハーフバースデーを取り上げる。高度経済成長期までにほとんどの出産が病院で行われるようになったことで、産後まもない乳児期の儀礼（例えば「産の忌み」「産湯」「産見舞」）の多くが失われてしまったといわれている。本稿で写真やSNSといったメディアと関係しながら、新たな形で乳児期に儀礼が登場してきたことを報告し、現代の乳児期にみられる儀礼とメディアとの関係について考える手始めとしたい。

1. 高度経済成長期を境に出産後の儀礼にみられた変化

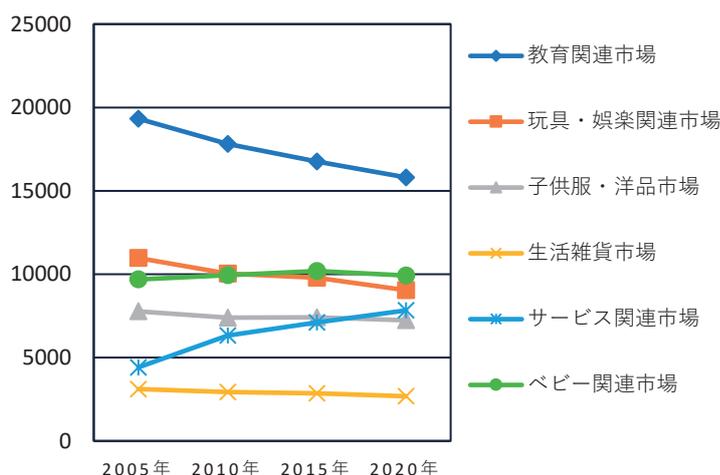
柳田國男主宰の郷土生活研究所は、昭和9年5月から12年4月の3か年にわたり、「日本僻陬諸村に於ける郷党生活の資料蒐集調査並に其の結果の出版」というプロジェクトのもと、山村の民俗調査を実施した。調査地の66ヵ所において、100の質問項目（例えば「村のおこり」「村ハチブ」など社会生活に関するもの、「焼畑」「村人の共同作業」「晴着を着る日」など生産・消費に関するもの、「産屋の行事」「忌中の行事」など人生儀礼に関するもの、「門松」「屋敷神」など神まつりに関するものなど）を元にして調査を実施し、多くの貴重な記録を残している。

成城大学民俗学研究所はこの山村調査の50年後の昭和59年から61年まで3年をかけて、主に文化変化をみる追跡調査を21ヵ所について実施した。2つの調査を比較する中で、様々な報告がなされている。中でも産育儀礼、特に出産儀礼（出産方法、産忌の観念、後産の処理、仮親の習俗など）について著しい変化があったことが報告されており、例えば京都

府北桑田郡美山町知井地区では「生後 1 週間ほどの間に行われていた儀礼は消滅してしまった」としている。他地域でもみられた出産儀礼の消滅や著しい変化の理由として調査に携わった田中宣一は、出産場所が自宅または実家から公的施設や病院へ移ったこと、出産介助者がトリアゲバアサン等から助産婦（産婆）さらには医師へと変わったことを主要な要因としており、その背景に生活改善諸活動の影響が大きくみられるとしている(田中 1990)。

出産後に行われてきた儀礼は消滅したともいわれる中、出産をめぐる状況は現在縮小傾向にある。例えば、戦後のベビーブーム、団塊世代の第 2 次ベビーブームと増え続けてきた子どもの数は、1973 年の 210 万人をピークに以降減少し続け、2023 年調査では 72 万 7,288 万人にまで減少している。1989 年には出生率の低下を広く認知させる契機となった、1.57 ショックといわれる合計特殊出生率の低下がみられた。一時回復もみられたものの、2023 年は 1.20 と過去最低を更新している¹。

表1 こども市場の分野別市場規模の推移
(億円) と予測 (2020年は予測値)



このように子どもの数が減少し、少子化が進行している一方で、彼らを対象とした消費市場の規模は拡大してきており、注目を集めている。子ども関連市場の分野別の推移と予測をみると、ベビー関連市場は横ばい、サービス関連市場が伸びていることがわかる(表1)²。

「赤ちゃんの誕生や成長を祝うイベントが爆増している」とする内容をまとめた記事の中で、子ども・ベビー用品チェーン赤ちゃん本舗の「赤ちゃんのいる暮らし研究所」所長谷口もとみは「赤ちゃん 1 人当たりの投資金額は増えており、イベントにもしっかりお金を

¹ 厚生労働省「令和 5 年人口動態統計」

² ボイス情報株式会社『こども市場総覧 2015』2015 年。「ベビー関連市場」には、ベビー服、おもちゃ、おむつ、ベビーカーなど、「サービス関連市場」には保育所・託児所、学童、スマートフォンの他こども写真館が含まれている。

写真1 ニューボーンフォト例



写真2 ハーフバースデー例



かけている」と指摘する（「赤ちゃん行事爆誕ラッシュ」『日経 MJ 流通新聞』2023年6月14日）。

子ども関連市場は少子化により、対象者が減り、消費も鈍ることが予想されたものの、実際は子ども1人に親や周囲の大人からの愛情や関心が集中し、結果子どもに関連した商品の需要が増加、また高級化が進んでいるのである。少子化は、1人にお金を集中してかける傾向と同時に、「子ども」の価値をあげることもなっている。こういった流れでみると、子どもにとって特別な日や節目を祝うことが、特に注目されるのは自然な流れといえよう。子どもの人生に一度しかない節目の時期を祝うことの重要性が増し、「キッズビジネス」³の中で祝いを演出するサービスへの出費が増えているのである（田口 2017）。

1歳に満たない乳児期の子どもに関する節目の時期を意識して行われるもののうち、2000年以降に新しく登場してきたものとして「ニューボーンフォト」（写真1）と「ハーフバースデー」（写真2）がある。

「ニューボーンフォト」とは、ここ数年急激に需要を伸ばしてきた写真ジャンルである。新生児期（生後28日まで）という、まだ胎児だった頃の面影を残す短い期間に、その様子を写真撮影することで記録に残す意味合いがみられる。人生のごく初期の成長の一段階を意識して行われる点で、人生儀礼に類するものといえよう。生後すぐのまだ外出に不安が残る時期でもあり、スタジオ撮影よりもカメラマンを自宅に呼ぶ出張撮影が多く利用されている。2016年から事業をスタートさせた出張撮影マッチングサイト大手のfotowaでは、2017年に246件だったニューボーンフォトの撮影件数は、2022年には約46倍の年間1万件を超え、ニューボーンフォトは一大ジャンルになっているという⁴。

³ 「キッズビジネス」とは、こどもが生まれてから中学校を卒業するまでに、購入される商品やサービスを提供している産業」（白土健「少子化時代における『こども産業』の現況」『大正大学人間環境論集』2、2015年）をさす。

⁴ 「業界瓦版」『スタジオNOW』プロメディア、2023年4月号 p35

一方「ハーフバースデー」は、昨今1歳の誕生日の半年前の時期の生後6か月を祝うことであり、その記念撮影が現在こども写真館の撮影メニューとして定着している。ハーフバースデーは元々アメリカの習慣としてあり、学校の休みの時期などに誕生日があたっても、半年ずらすことで皆に祝ってもらいやすくするために行うことが多いが、現在は生後6か月の赤ちゃんを祝うことも含んでいる。日本では帰国子女などを通じて広がり始め、生後6か月の赤ちゃんに向けたものについては、祝いに関する記念撮影の部分について、2009年からこども写真館のスタジオアリスでサービスが始まっている。この年からのサービスの開始は、客からの要望がこの時期に増えたからという。6年後の2015年には撮影件数は3.7倍にまで増えている（「1/2歳成長に喝采」『朝日新聞』2015年7月7日）。これまでであった1歳の誕生日を元に新たに考え出された成長の段階として、新しい人生儀礼の1つと考えられる。

次章以降で生後1年に満たない乳児期にみられるこの2つの儀礼について、その内容と動向をみていくこととする。

2. ニューボーンフォトの広まりと需要拡大に向けた課題

ニューボーンフォトは2000年以降に欧米で広まった写真ジャンルである。広まったきっかけの1つとして、この道の第1人者であるオーストラリア出身の写真家アン・ゲデスが1996年に出版した写真集、“Down in the Garden”の大きな成功が挙げられる⁵。この写真集は、生後まもない新生児を含む赤ちゃんを対象としたものとなっている。

ゲデスが活躍するようになるまで、赤ちゃんを専門に撮影する写真家は少なかったという。先述の写真集において、彼女の撮影した胎内にいた時の様子を想起させるポーズで花などの植物と一体化したような写真や、虫や動物の扮装をした独創的な世界観を持った赤ちゃんの写真は多くの人に熱狂的に受け入れられ、この分野の成立、拡大へとつながった。その後赤ちゃんの撮影を専門とする写真家が多く現れることとなった。

ゲデスは自叙伝の中でこの写真集の成功の理由について、現代人が共通してもつ生きにくさに対して、「生」とつながった存在としての赤ちゃんから得られるものがあり、それが写真を通じて伝わるからではないかと述べている。

In this “new world” in which we all now find ourselves, it has become even more important to reinforce our core values. Our lives have become fragmented and busy; a lot of people (including myself) are searching for a regular source of calm, comfort, and balance. The babies pictured in my images I hope, to some degree, provide this. (Geddes 2007 : 284)

⁵ この写真集は掲載されることが社会的に影響力を示す指標とされるニューヨーク・タイムズのベストセラーリストに載り、世界中で23か国語に翻訳されて広く関心を呼んだ。

またゲデスは現代人が普段生後まもない赤ちゃんを抱っこすることはおろか見る機会さえほとんどないということに注目し、彼女の写真を通じて、赤ちゃんの存在がどのようなものかを知ってほしいとしている。写真の中の赤ちゃんのもつ強力な存在感や完璧さ、純粋さは人々が現代を生きていく上で知るべき本質的なことを見せてくれると考えている。

さて、欧米で広まったニューボーンフォトは、日本では2010年以降SNSの普及により、写真を投稿する人、またその投稿された写真を見る人が増えたことで認知度が上がった。さらにコロナ禍で会えない遠方の祖父母や親族に赤ちゃんの様子を見せたいという需要も加わり、広まっていったという。

欧米では Newborn Photography と称し、Posed Newborn Photography と Lifestyle Newborn Photography の2タイプがある。Posed Newborn Photography は、まだ胎内姿勢を記憶している生後数週間の限られた新生児期に撮影する。小道具や小物を使用しながら写真家の意図したポーズや構図を赤ちゃんにとらせ、胎内にいたときの様子を想起させる姿を表現することが多い。安全面を含めた新生児に関する専門的な知識が求められ、写真加工技術を用いてアート性を高めることも行われる。これに対して Lifestyle Newborn Photography は、ポージングや小道具を用いずに、赤ちゃんのより自然体の姿を撮影する。自宅で家族と共に撮影されることが多く、家族に囲まれた、温かく幸せな雰囲気を感じさせるものが多い。

日本では Posed の方をニューボーンフォト、Lifestyle の方をナチュラルニューボーンフォトとして分けることが多く、「ニューボーンフォトを撮る」といった時には、一般的に Posed の方を指すことが多くなっている。しかし実際の撮影件数として、fotowa によるニューボーンフォト利用者へのアンケート（回答数 322 人）では 75.9%がシンプルでナチュラル系の写真、34.9%が装飾などを用いたアート系の写真とするデータもみられる。

需要が高まっている中、デリケートな時期である新生児期にポーズをとらせるなどして写真撮影をすることについて不安視する声もきかれる。今後さらに需要が高まる可能性のある分野であることから、関係者も安全面について注目しており、対策に乗り出している。例えば出張撮影マッチングサイト大手の一つ Our Photo では 2024 年 6 月に独自にニューボーンフォトのための「安心安全ガイドライン」を制定した⁶。登録しているカメラマンに対して、新生児に関する基礎知識、ニューボーンフォト撮影のリスク・注意事項などに関する講座の実施、ガイドラインに沿った撮影への同意をもって、独自に「ニューボーンフォト撮影ライセンス」を付与し、サービス利用を検討している人は検索ページでカメラマンのライセンスの有無を確認することができるようになっている。

日本において昨今ニューボーンフォトの需要が増加している背景には、どのような親の思いがあるのだろうか。例えば、あるカメラマンは自分の息子のニューボーンフォトについ

⁶ OurPhoto 「ニューボーンフォト安心安全ガイドライン」
<https://our-photo.co/category/newborn/guideline>

て、「(子育ての) 壁にぶつかるたびに必ず息子のニューボーンフォトを見返します。たった1枚の写真を見るだけで、授かれた喜び、無事に生まれてくれた奇跡、私たちのもたにきてくれた感謝、そして息子の美しさに「この子がいてよかった! この子がいるから頑張れる!」と何度でも前を向くことができるのです」とその写真に対する思いを語っている(荒巻2017: 4)。

出張撮影マッチングサイトの fotowa が0~3歳の子どもをもつ母親6,783名にニューボーンフォトについて聞いたアンケート⁷では、5人に1人がニューボーンフォトを撮影するとした結果となっており、その広まりの程度には驚かされる。このアンケートの中で、「撮影を決めた理由」⁸の第1位が「将来子どもに見せたいと思ったから」で55.1%となっており、半数以上が選ぶ結果となっている。記念撮影が大きな部分を占める子どもの儀礼は多いが、例えば七五三の場合同様の結果となるのだろうか。筆者が実施してきた七五三を祝った親へのインタビューでは、これまで「子どもの成長を記録に残したかったから」という声を多く聞くものの、本人に将来見せることにそれほどの重きを置いていない印象を受ける。つまり、本人に将来見せたいという思いは、ニューボーンフォトの場合にみられる特徴的な感覚といえるかもしれない。現在のニューボーンフォトのもつ意義を知る上で、次年度以降親の思いや実施理由について調べる際に併せて掘り下げていきたい。

3. 「ハーフバースデー」の定着と SNS の影響

ハーフバースデーがどのように広まり今に至るのかについては、まだ不明な点が多い。そこで、筆者は日本での変遷の様子を知るために、育児雑誌に掲載されたハーフバースデーの記事から情報収集を行った。

育児雑誌『ひよこクラブ』(ベネッセコーポレーション)は、2005年頃からハーフバースデーに関する読者からの投稿が増えてきたことを受け、2010年11月号から読者ページにコーナーを設けた。このコーナーは、読者が投稿した1歳の誕生日と生後6か月のハーフバースデーの写真をそれぞれ紹介する形式となっており、その後も同じ形での掲載が、この雑誌の発行形態が変わる2022年4月号⁹まで続く。はじめのうち、祝う赤ちゃんの表情や当日の衣装、準備したケーキと一緒に撮った写真が目立っていたのに対し、2012年後半ぐらいからは、凝った飾りつけをされた部屋の様子をみせる写真が増える。また同じ頃赤ちゃ

⁷ ニューボーンフォト(新生児写真)撮影調査として2023年5月25日~6月5日まで実施したインターネット調査。

⁸ ニューボーンフォトを撮影した母親332名に「ニューボーンフォト(新生児写真)を撮影しようと思った理由を教えてください」とした質問(複数回答)で、第1位「将来子どもに見せたいと思ったから」55.1%、第2位「この子との初めての家族写真が欲しいと思ったから」40.7%、第3位「家族や友人に子どもの写真を見せたいと思ったから」34.3%、「撮影をして産後の気分転換をしたかったから」11.7%という結果となっている。

⁹ 2022年5月から妊娠・出産雑誌の『たまごクラブ』と合わせて、妊娠から育児までの期間を6期6冊に分け、月刊から年4回発行に変わった。

んに王冠や花かんむりをかぶせた写真が増え、これはその後ハーフバースデーでよくみられるアイテムとなる。この他赤ちゃんの体重や生年月日、手形・足形、親からのメッセージなどを入れたプレートやタペストリー（多くの場合手作り）も赤ちゃんと一緒に写真におさまることがみられるようになる。

このような飾りつけや赤ちゃんが身に着けるアイテムは 100 円ショップやパーティーグッズを扱う通販サイトで販売され購入されているという。赤ちゃん本舗では、1 歳とハーフバースデー用のフェルトなど柔らかい素材で作られたクラウンやナンバーキャンドルがよく売れ、「年間 1 万個以上は売れる」とする。こういった状況について赤ちゃん本舗関係者は「Instagram や TikTok でインプットアウトプットもしやすくなった。100 円ショップもイベントグッズが増え、参加しやすくなったことも要因ではないでしょうか」と指摘する（「赤ちゃん行事爆誕ラッシュ」『日経 MJ 流通新聞』2023 年 6 月 14 日）。

『ひよこクラブ』の読者コーナーの写真は、「ハーフバースデーらしさ」を演出する手軽に購入できるようになったグッズにより、説明なしでもハーフバースデーの写真であることがわかるようになってきている。SNS に投稿された写真が一つのプロトタイプになっていると考えられる。こういった点を考え合わせると、ハーフバースデーの写真は家族の記念のためだけではなく、家族以外の人も広く意識して撮られた写真でもあるといえる。こうして撮った記念写真は実際 SNS で発信されることがあり、またそれが参考にされることでハーフバースデーはさらに広く行われていくことになる。この流れを新型コロナ禍での在宅生活が後押しし、自宅で乳児期の特別な日に我が子の記念写真を撮り、会いにくかった親族に送ったり SNS に投稿したりする人が増えてきたという（「新生児の一瞬思い出に 遠方の親族へ・SNS に投稿」『読売新聞』2024 年 6 月 18 日）。

ハーフバースデーの広がりについて、生活者の動向を研究する博報堂生活総合研究所研究員の内浜大輔は、「日常を工夫して楽しむ機運が高まっている」と指摘、「90 年代から長く続いた不況の中でも、日常に楽しみを見つけ、「幸せを自給」しているのでは。SNS の普及によって、ささやかな出来事を友人や家族と共有することができ、喜びを大きくしているのだろう」とする（「1/2 歳成長に喝采」『朝日新聞』2015 年 7 月 7 日）。

以上のことから、SNS の普及による撮影した写真の様々な人との共有の可能性がこの儀礼の枠組（イメージや祝い方の型）をつくり、そのことで形では家族内で実施する簡単で私的なものであっても、その「儀礼」としての意味づけが強化されているといえそうだ。

4. ニューボーンフォトやハーフバースデーのもつ意義

本章では、ニューボーンフォトとハーフバースデーについて人々がどのような考えや思いをもって実施しているのか、またどのような意義を見出しているのかについて探してみたい。

方法として、出張撮影のマッチングサイト fotowa のニューボーンフォトとハーフバースデーの利用者がサービス利用後に書いたコメントを集計し、その中から利用者の思いや考

えをみていくこととする。

これらのコメントのうち、最新のものからさかのぼって 300 人分までのものをテキストマイニングのソフトの 1 つ KH coder¹⁰ にかけて、コメントの中で多く用いられていた言葉を抽出した (表 2)。コメントは主に利用したサービスやカメラマンがどうであったかを書くものであることから、その多くに感謝を伝える記述がみられ、「撮影」「お願い」「ありがとう」「素敵」「満足」などの言葉がいずれも上位となっている。

表 2 利用者コメント頻出語 (上位 15 語)

ニューボーンフォト	使用回数	ハーフバースデー	使用回数
撮影	574	撮影	655
写真	355	写真	506
お願い	268	お願い	348
撮る	215	撮る	268
ありがとう	181	素敵	151
スムーズ	141	思う	149
素敵	135	ありがとう	145
満足	121	満足	126
予約	115	自宅	90
思う	112	時間	80
対応	111	たくさん	83
丁寧	102	良い	81
安心	95	機会	76
時間	95	笑顔	76
機会	94	家族	73

表 2 の中で他と異なる言葉をみていくと、ニューボーンフォトは「スムーズ」であることが特に重視されることがわかる。例えば「温かな雰囲気ですスムーズに安心して撮影を行うことができました」「赤ちゃんのあやしかたもすごく上手く、撮影もスムーズに進み、また可愛い写真を撮っていただきとても満足しています」という形で使われている。

生後 1 か月にも満たない時期の赤ちゃんは、撮影の際には温度管理や睡眠のペースなど気をつけないといけないデリケートな存在である。また多くの親たちは生まれたばかりの我が子を前にして不測の事態にきちんと対応できるのか大きな不安をかかえているといえよう。そこで写真撮影では細心の注意を払ってもらい、手間取って赤ちゃんに負担をかけて

¹⁰ 立命館大学の樋口耕一によって開発されたテキストマイニングのオープンソース・フリーソフト ウェア。ビジネスから学術研究分野まで幅広く利用されている。自然言語処理技術を利用して文章から意味のある情報や特徴を見つけ出すためのツールである。公式 Web サイトは <http://kncoder.net/>

しまうことがないように「スムーズ」に進めてもらう必要があるのである。この他多い「丁寧」「安心」もその使われ方から、同様の意味合いが込められていることがわかる。第2章でも述べた生後数週間の赤ちゃんの撮影が安全にできるのか、危険はないのかといった点に多くの関心が集まっていることをここでも確認できたといえる。しかし、逆にいうと、そのような不安をもちながら、実施を決断する人が昨今増えていることは注目すべきである。

ハーフバースデーについては「自宅」が多く、「笑顔」「家族」も目立つ。「自宅」については、「自宅の一角とは思えないくらい、背景も整えてくださって、お願いして良かったと大満足です。」「撮影当日は可愛らしい小物で自宅が一気にスタジオになり、さすがでした！」などがあり、自宅でも素敵な雰囲気が出せるのかどうか心配だった、また出せて良かったという発言が多い。子どもが小さく、撮影場所が自宅になることが多いため、良い写真を撮ってもらうために、部屋の飾りつけやカメラマンのテクニックや工夫、アイデアなどを重視している様子がうかがわれる。ハーフバースデーの記念撮影を成功させるには、場所（主に自宅）に関する条件を整えることが重要だということになる。

その他「笑顔」は赤ちゃんの笑顔を指すことが多く、撮影の時にうまく笑顔を引き出してもらえて良かった、自宅のリラックスした環境で笑顔が多くなり良かった、といった形で使用されている。また「家族」は自宅で撮影したことにより、家族での写真を多く撮ることができた、という形で使われることが多い。

以上出張撮影の利用者のコメントは、出張撮影を利用したことに対する意見や感想といったものであることから、利用者のこれらの儀礼に対する思いや感じている意義を引き出すには不十分ではあるものの、現在のニューボーンフォトやハーフバースデーに対する人々のとらえ方の一端を取り出すことはできたと感じる。今後の課題として、これら新しい儀礼に込められた思いや意義を利用者の言葉から引き出すための方法を検討していきたい。

5. おわりに

昨今広まりをみせる出産後まもない時期に行われるニューボーンフォトと生後6か月に行われるハーフバースデーについて、「乳児期の新しい人生儀礼」という切り口から、その内容や動向について報告してきた。

2000年以降にニューボーンフォトが広まりをみせるようになったきっかけの一つとして、写真家アン・ゲデスの活躍があるが、彼女が自身の写真に対してしているコメントにみられるように、生まれて間もない赤ちゃんの写真が人々に感じ取らせる特別な感覚とこの広まりには関係があるように感じられる。撮影することによって、赤ちゃんに与える可能性のある負担や危険性に親たちが不安をもちながらも、それでも新生児の写真を撮ろうとする点に注目しつつ、その理由や思いについて、今後方法を検討しながら明らかにしていきたい。

また、生後6か月を対象とするハーフバースデーは、2007年からスタジオアリスの撮影メニューに加わり、2010年から『ひよこクラブ』の読者コーナーに投稿写真という形で、1歳の誕生日と並んで掲載されるようになった。この祝いが広まってきている中で、販売さ

れ手に入れやすくなったお祝いグッズ、撮影場所の飾りつけや雰囲気重視する傾向、撮影された写真が投稿された SNS といった点について、注目していく必要性和合わせて、それぞれの間にみられる関係についても整理し検討していきたい。

今後、まだ不明な部分が多いこれらの新しい儀礼が欧米で広まった経緯、また日本に浸透してきた過程について情報収集し整理するとともに、今回課題としてみえてきたことについて次年度以降取り組んでいきたいと考えている。

参考文献

- 荒原文 2017 『はじめてのニューボーンフォト』 河出書房新社
- Photo & C Aya 2023 『予約の手引き 2023 年版 ニューボーンフォト』
- 石井研士 1998 『戦後の社会変動と神社神道』 大明堂
- 今井しのぶ 2024 『ベビー・キッズフォト専門家の撮影術 こどもを撮るマニュアル本』 日本写真企画
- 大平哲男 2021 「スマホと SNS によって変化した写真概念の一考察」『関西ベンチャー学会誌』 13 号 p13-23
- 大山頭 2020 『新写真論』 ゲンロン叢書 005
- 北井一大 2023 『営業写真の撮り方見本帖』 玄光舎 MOOK
- 倉石あつ子・小松和彦・宮田登編 2020 『人生儀礼事典』 小学館
- Geddes, A. 1996 “Down in the Garden” Hodder Moa Beckett
- Geddes, A. 2007 “A Labor of Love : Anne Geddes an Autobiography” Andrews McMeel Publishing, LLC
- 白土健・太田実 2016 『こども文化・ビジネスを学ぶ』 八千代出版
- 橘こころ 2021 『はじまりのこえ 1095 日のキセキ』 風鳴舎
- 田口祐子 2017 「「キッズビジネス」と七五三」『女性と経験』 42 号 p16-31
- 田中宣一 1990 「生活改善諸活動と民俗の変化」 成城大学民俗学研究所編 『昭和期山村の民俗変化』 名著出版 p203-237
- ロラン・バルト 1997 『明るい部屋 写真についての覚書』 みすず書房
- 『撮影ビジネスの現場からいまを伝える情報誌 スタジオ NOW』 プロメディア 2019 年 1 月～2025 年 3 月号