論文

戦前期の中国製ポスターに関する研究

──1880 ～ 1920 年代半ばに製作された中国語表記の作品に見られる特徴について──

田　島　奈　都　子
TAJIMA Natsuko
青梅市立美術館　学芸員

【要旨】本稿は中国のポスター史の黎明期に当たる、1880 ～ 1920 年代半ばに製作された中国語表記のポスターを研究対象とし、それらに見られる特徴について、考察・検証したものである。この時代については、現存作品が極めて少なく、そのことが長らく研究上の足かせになっていた。しかし、2017 年から数年にわたって、論者は香港文化博物館とマカオ在住の個人コレクター・蕭春源氏が所蔵する、大量の戦前期のポスターを、中国人女性研究者の呉詠梅氏と共同で、直接閲覧調査する機会を得たことで、多くの新発見を得ることができた。

中国におけるポスター史は、現存する作品を見る限り、イギリス系商社である泰隆洋行を依頼主とする、1889 ～ 90 年用の作品によって幕が開いた。そして以降も 1920 年代後半まで、つまり技術的には製版方法が描画で、その作業に膨大な手間隙と資金を要した時代に、中国のポスター界を牽引したのは、香港や上海を拠点に活動した、貿易に携わる外資系の損害保険、商社、海運、エネルギーの四業種であった。これらは度重なるポスター製作を通して、後世につながる中国製ポスターの基本的な仕様、具体的には四六半切のアート紙を用いて、上段のリボン状の部分に社名を横書きで記載し、下段にカレンダーを配することなどを、実質的に規定・定着させた。

ただし、画面中央部のポスター主題に関して述べると、外資系企業は中国の古典や故事に則ったものを選ぶ傾向が強く、これらは清代に製作・流布した蘇州版画と重なる。ところが、1910 年代半ば以降になって、ポスターの依頼主として登場した中国人資本の企業は、こうした主題を採用せず、それらは同時代の近代的な風俗画を好んだ。

なお、最初期の中国語表記のポスターは、これまで上海のイギリス租界に所在した印刷会社が窓口となって受注し、同社のロンドン工場で製作されたと認識されてきた。しかし、今回の調査によって、早い段階から香港に所在する印刷会社も製作を請け負っていたことが判明した。

A Study of Posters Created in China during the Pre-World War II Period:
The Characteristics of Chinese Posters Created Between the 1880s and the mid-1920s

Abstract : This paper will investigate Chinese posters created between the 1880s and the mid-1920s – the dawn of Chinese poster history – to examine their characteristics. The few such posters that survive today have posed a barrier to studies on this subject for a long time. Over the years since 2017, however, the author benefited from the opportunity to scrutinize and study

many of the pre-World War II posters owned by the Hong Kong Heritage Museum and a private collector in Macau, Xiao Chun Yuan, in collaboration with the Chinese researcher Wu Yong Mei, which led to many new discoveries.

The history of posters in China began with those created between 1889 and 1890 upon the request of the British trading company Barlow & Company. Until the late 1920s when the printmaking method used was drawing, and poster creation required an enormous amount of time and money, four industrial sectors consisting of foreign damage insurance companies, trading companies, marine transportation companies, and energy companies in Hong Kong and Shanghai led the poster industry in China. These companies created many posters, thereby contributing to the development and establishment of basic Chinese poster specifications, for example, using 788 × 545mm art paper, writing the company name horizontally in a ribbon-shaped section in the upper part, and inserting a calendar in the lower part, that were passed on from generation to generation.

There was a strong tendency among foreign companies to choose Chinese classics and historical events as the main themes that were printed in the middle part. In this respect, the posters resemble Suzhou woodblock prints produced and distributed during the Qing era. Yet, after the mid-1910s, companies with Chinese capital that ordered the creation of posters preferred modern genre paintings over classical themes.

Initially, printing companies in the British Concession in Shanghai were believed to have served as a contact for ordering such posters and created them at the factories in London. Nevertheless, this study found that printing company in Hong Kong also took part in the creation of these posters from an early stage.

Ⅰ　はじめに：本稿の目的と研究の端緒

本稿は、概ね 1880 ～ 1920 年代半ばに製作された中国語表記のポスターを研究対象とし、それらに見られる特徴について、考察・検証することを目的としている。

次に、研究の端緒であるが、これには香港文化博物館が所蔵する 1900 ～ 60 年代に製作された、約 940 点に上る商業ポスターと原画コレクション（以下、香港コレクション）に関する閲覧調査が、数年来の交渉を経て 2017 年に許可され、2019 年までの間に 3 期に分けて全点を、現地において直接閲覧する機会を得られたことが大きい。

論者は長年、戦前期の日本製ポスターの調査研究に従事してきたが、ここ数年はその経験と実績を踏まえて、集中的に日本国内に所蔵されている、同時代の中国語表記のポスターの閲覧調査を行ってきた。そしてその成果の一端は、2014 年に「戦前上海印刷界的日中交流(1)」として、また 2015 年には「戦前期日本の印刷会社の中国進出と商業ポスターの製作に関する考察 ―中国語表記のポスターは果たして 100％中国製なのか？！―(2)」として著してきた。ただし、国内で所蔵されている作品は質量共に限られており、この調査研究を進展させるためには、より多くの作品を直接閲覧する必要性があると感じていた。

こうしたことから、日本において開催された展覧会に、作品の貸し出し実績を有する香港文化博物館に対し、論者は戦前期に製作された中国語表記のポスターの閲覧調査を申し込み、数年間に及ぶ交渉と段階的な情報開示を経て、2017年にようやく同館が所蔵する前述した作品とその原画などの全作品、約940点の閲覧調査許可を、呉詠梅博士と共に取り付けることに成功した。ちなみに、この香港コレクションの閲覧調査を共同で行った呉博士は、論者が「戦前上海印刷界的日中交流」を寄稿した、2014年に香港大学出版会から刊行された『圖像與商業文化―分析中國近代廣告』の編著者であり、中国におけるモダニティーや、ジェンダーについての研究実績を有する中国人女性研究者である。

ところで、多くの人はポスターが印刷物、つまり工業的に製作されたものであることを理由として、直接作品を閲覧せずとも研究は可能と思っているかもしれない。しかし、ポスターのような機械で大量生産された工業製品であっても、作品を直接閲覧することによって得られる情報は非常に多い。例えば、戦前期のポスターは、基本的に多色平版印刷術を用いて製作されているものの、製版方法は「描画」と「写真製版術」に大きく分かれ、それを確かめる最も有効な手段は、実作品を見ることである。版式の違いは表現の違いとなって現れるが、新技術の導入と実用化には、それなりの費用と時間を要することから、実は製作年代を絞り込む際の物差しにもなる。

また、戦前期の日本製ポスターの場合、作者のサインや落款と共に、製作を請け負った印刷会社の名称や所在地などの情報が、通常は画面下隅に記されており、それらは製作年を絞り込むうえで有益な情報となり得ることから[(3)]、このことは同時代の中国製ポスターについても、当てはまるものと予想した。しかし、中国製ポスターに関する既往研究においては、印刷会社に着目したものがなく、既存の展覧会図録や書籍などを見てみると、作品情報としてそうした事項が詳細に記されているものは皆無であった。従って、そうした情報を入手したければ、自身で作品を直接閲覧して記録するしか方法がなく、今回のように毎回収蔵庫から作品を出納してもらい、館職員の立会の下において、基本台帳と照らし合わせながら熟覧し、併せて作者や製作年及び画題の特定につながる箇所を、デジタルカメラで部分撮影する方法を採用させていただけたことは、得るところが大きかった。

このように、論者は香港コレクションの閲覧調査を、そして実際には同時並行的に、マカオ在住の蕭春源氏のポスター・コレクション（以下、蕭氏コレクション）の閲覧調査も行ったが、こうした経験は論者にとって、既往研究で述べられていることを追体験する場であると同時に、中国語表記のポスターに関する新たな疑問、もしくは調査研究すべき点を、改めて確認する機会ともなった。そしてその中の一つが、1890～1920年代半ばに製作された、中国語表記のポスターとしては初期作品に当たるものに見られる、以降の時代の作品とは異なる特徴であり、本稿においてはその実態について考察・検証していくことにする。

なお、本稿で調査研究対象とする「中国語表記のポスター」であるが、基本的に画面上の表された主要な言語が、中国語の作品と定義したい。戦前期に製作された中国語表記のポスターについては、多くの人が発注から受注に至る過程で関わる企業と個人が、全て中国資本や中国人と認識しているかもしれない。しかし、論者がかつて「戦前期日本の印刷会社の中国進出と商業ポスターの製作に関する考察 ―中国語表記のポスターは果たして100％中国製なのか？！―[(4)]」で論証したように、戦前期の中国で流通していた中国語表記のポスターの中には、現地に進出した日本の製版印刷会社が請け負ったものが、かなりの割合で存在していた。

また、ポスターのような高度な製版印刷技術を必要とする印刷物は、受注できる会社が技術的にも限られていた。このため、最初期にその担い手となったのは、工場こそ中国にあったものの、その経営者やそこで働く上級技術者は、外国人である傾向も見られ[(5)]、実際には点石齋石印局時代（1879 ～ 1909 年）の上海には、多色石版術によるポスター製作を請け負える会社が同地に存在せず、イギリス租界に存在した雲錦公司を窓口とし、イギリスの製版印刷会社に発注され、できあがった作品が船便で輸送されていた[(6)]、とされている。そのうえ、詳しくは後述するものの、現存する 1900 ～ 10 年代の中国語表記のポスターには、1842 年にイギリス領となった香港で製作されたことが判明しているものも多い。

このように、戦前期に製作された中国語表記のポスターについて、その依頼主の本拠地やポスター自体の製作地、及びそれを請け負った会社の経営実態を見て、ポスターの「産地」を特定しようとすると、どうしても「齟齬」や「ねじれ」が生じ、いらぬ混乱を来してしまいかねない。このため、本稿では画面上の記された主要言語が中国語の作品を、以降は「中国製ポスター」として扱うものとしたい。

次に、本稿におけるポスターの定義であるが、基本的に「何らかの事物を人々に知らせる目的のもと、洋紙に石版印刷術以降の洋式印刷術を用いて、量的に製作され流布されたもの」とし、カレンダーの有無は不問としたい。この理由は、戦前期の中国製ポスターに関しては、画面上にカレンダーをあしらった作品が多いことから、今日でもこの時代のポスターに対する中国語訳としては、「海報」よりも「月份牌」の方が一般的であり、英語表記においてもその意を汲んだ「calendar poster」とされる傾向が強い。

しかし、月份牌とは元来カレンダーのことでしかなく、かつその始まりと定義については、誰もが納得する明確な歴史と定義が存在していない。なぜなら、「モノ」である月份牌の始まりや、その発達を証明するためには、作品それ自体かその状況を詳細に記した信用性の高い同時代資料が、それなりの数量で現存していなければならないものの、残念ながらそうしたものは、時代を遡れば遡るほど少なくなってしまい、実作品や資料から定義することが非常に難しいからである。また、言葉は時代によって指し示す内容が変化し、常に同じとも限らない。事実、前述したように戦前期の中国製ポスターは、今日でも月份牌もしくは calendar poster と表記され、その名の下に紹介されることが多いものの、現存する作品の閲覧調査経験から述べると、カレンダーを伴ったポスターは時代を経るに従って減少し、1920 年代後半以降になると、カレンダーのない作例の割合が断然多い。要するに、中国製ポスターにおけるカレンダーは、戦前期全般を通して市民受けをよくするための、有効なモティーフの一つではあったことは確かであるものの、ポスターを製作する際に盛り込まなければならない、必要絶対条件としては存在しなかったのである。それでも、戦前期の中国製ポスターに関してはカレンダーを伴ったものが多く、そのような形式が他国よりも長く続いたことから、月份牌や calendar poster という表記は、ある種の妥当性をもって、過去から現在まで用いられ続けているのである。

ただし、こうした事情を踏まえて、中国におけるポスターの発達経緯と、その特徴について探る本稿においては、ポスター上のカレンダーの有無は重要視せず、前述した「何らかの事物を人々に知らせる目的のもと、洋紙に石版印刷術以降の洋式印刷術を用いて、量的に製作され、流布されたもの」を「ポスター」と呼び、そうした作品を調査研究の対象として見ていくものとする。

Ⅱ　中国におけるポスターの始まり

（１）月份牌の定義

前章でも述べた通り、戦前期に製作された中国製ポスターは、カレンダーが伴っている場合が多いことから、ポスターを意味する「海報」よりも、カレンダーを指す「月份」を入れた「月份牌」と称され、この時代の中国製ポスターに関しては、英語でもあえて「calendar poster」と表記されることが一般的である。

ところで、実用品としてのカレンダーは年末年始にかけ替えられるが、中国においては伝統的に西暦ではなく旧暦の１月１日を正月とし、新年を迎えるに当たっては玄関や室内に装飾用として、多色木版による吉祥図柄の「年画」と掲出する習慣がある。カレンダーと年画は共に年末年始に需要が起こり、それらは買い求めなければ入手できないものとして存在するとなると、それらを無料もしくは廉価に入手できる方法や機会は、市民にとっては「お得感」が強く、こうした状況の中で誕生・支持されたのが、カレンダー入りのポスター即ち月份牌であった。

月份牌に関しては、各人が思い描くものが微妙にずれるところがある。特に、着飾った妖艶な当代美人を主題とした、1920年代後半以降の写真製版術による華やかな作品を中心として、その前後の歴史を編むか、月份牌の主題には年画とも重なる故事来歴や戯曲の一場面、吉祥図柄などが存在すること、及び新作の登場や需要が旧暦の年末に起こることを踏まえて、古い民間伝承の木版画から現代に向かって作品概観するかによって、見方が大きく異なってくる。また、画面上のカレンダーの存在や、その形態をどこまで厳密に問うかによっても、視野に入れるべき対象が異なり、話がより複雑になってくる。ただし、上海・四馬路で営業していた宝くじ商・鴻福来が、宝くじの「景品」として客に配った、1896年用のカレンダーを伴った《滬景開彩図中西月份牌》【図１】を、現存する最も古い月份牌とする、年画研究の第一人者である王樹村の言説については[(7)]、現在でもこの種の研究の最初に押さえるべき事項として認識されている。

《滬景開彩図中西月份牌》【図１】に見られる、別刷りカレンダーが画面中央に貼り込まれた構図は、後の時代のポスターにおけるカレンダーの位置が、画面の下方や左右であること、及びポスターはカレンダーを含めて「一枚刷り」であることと併せて、無視すべきではない。しかし、カレンダーが西暦と旧暦を併記した「合暦」である点や、その面積が周囲の絵画部分より小さい点は、後のポスターと重なっている。もっとも、一般的なポスターは、画面全体で特定の主題や場面を表すことが多く、《滬景開彩図中西月份牌》【図１】のような画面が入れ子状態、もしくは小さなコマを寄せ集めたような例はあまり見られない。なぜなら、ある程度離れた場所から眺められることを前提にしたポスターの場合、図柄が小さいと人目を引かず、十分な広告効果が得られないからである。

残念ながら、《滬景開彩図中西月份牌》【図１】に描かれている場面が何を示すのかは判然とせず、作者も不明である。しかし、建物や人物の服装や髪型を見てみると、それらは同時代風俗であり、この特徴は中国初の画報と呼ばれる、1884～98年に点石齋石印局から刊行された『点石齋画報』【図２】と共通する点は見逃せない。ただし、前者は竹を原料にした中国の伝統的な紙である連史紙に、多色木版印刷術を用いて製作されているのに対し、後者は同じく連史紙に刷られているものの、墨一色であっても石版印刷術を用いて製作されている点で異なっている。また、大きさを比べてみると、前者

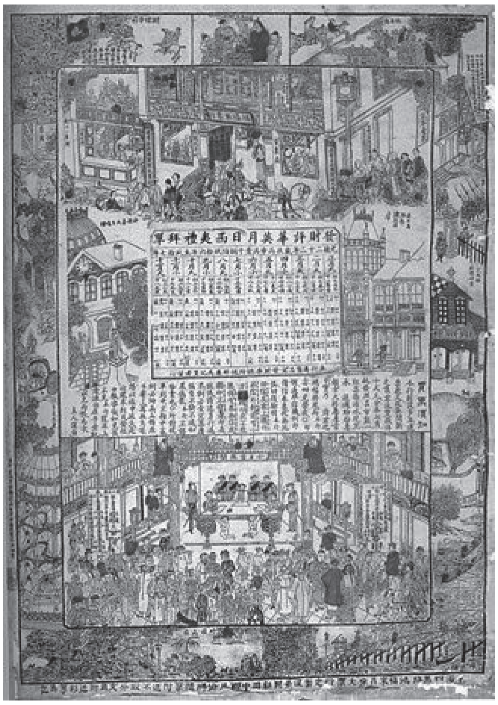

図１　1896 年用《滬景開彩図、中西月份牌》
王樹村 1959 年 5 月「記“滬景開彩図、中西月份牌”」
『美術研究』総 10 期，p.56 天津：中央美術学院。

図２　1889 年 6 月下旬　張志瀛　《獣不知名》『点石齋画報』第 194 号
東京都立中央図書館特別文庫所蔵

は 730㎜× 490㎜であるのに対し、後者は 250㎜× 140㎜であることから、後者の方が遥かに小さい。そのうえ、製作・配布目的に至っては、前者が顧客に配る非売品の景品であるのに対し、後者は時事的な内容を報道するメディアであり、かつそれ自体が売品である点で、両者は性質を大きく違えている。

本稿における月份牌の定義を「洋紙に石版印刷術以降の洋式印刷術を用いた……」としておきながら、その舌の根も乾かぬうちに、連史紙に多色木版印刷術を施した《滬景開彩図中西月份牌》【図１】を紹介することについて、疑問を持つ向きもあるであろう。しかし、何かが新たに生まれるとき、全てが既存のものとは全く異なるかたちで登場することは稀であり、よくも悪しくも何らかの「過去」を継承する。事実、《滬景開彩図中西月份牌》【図１】について述べれば、素材と技法は過去を継承しているものの、同時にカレンダーを伴う画面構成と配布方法は、明らかに次の時代のポスターと重なっており、絵画部分が同時代風俗を主題としている点も、そうした主題を好んだ 1920 年代半ば以降の最盛期のポスターと共通している。

1896 年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図１】が主題として、古典文学や故事来歴ではなく、同時代風俗を選んだ背景には、宝くじの当落が公正に決定されていることを、購入者に絵解きするためであったと思われる。と同時に、ここには同時代に存在した『点石齋画報』【図２】の人気の高さが、少なからず影響を与えたと見るべきである。しかし、後者に用いられている石版印刷術は、高度な最新技術であることから、機会的にも経済的にも、誰もがそれを用いて作品を製作できるわけではなく、宝くじ商が顧客サービスとして実行できる現実的な落としどころとして採用されたのが、既存の多色木版印刷術を用いて「『点石齋画報』風」な月份牌を製作することであったと考えられる。

なお、詳しくは後述するものの、清代に製作された「絵暦」に、カレンダーは異なるものの、周囲の「絵画」部分を共通にした作品が存在すること、及び《滬景開彩図中西月份牌》【図１】における

カレンダー部分が、「別刷りの貼り込み」であったことを考慮すると、《滬景開彩図中西月份牌》【図１】の周囲の図柄は、数年間もしくは複数の依頼主によって使用されることを前提に、製作された可能性も考えられる。

さて、前述した通り《滬景開彩図中西月份牌》【図１】は、上海・四馬路で営業していた宝くじ商・鴻福来が、宝くじの景品として客に配ったものであるが、この試みは 1885 年 12 月 24 日の『申報』に、鴻福来自身によってその旨を告げる広告が出稿されたことから、事前に市民に広く知られることになった。

欧米も日本も、ポスターは広告宣伝を目的に製作されることから、何よりも人目につかなければならず、従って人の集まる場所や街頭などに掲出された。特に、店舗でそのポスターが掲げてあることは、その商品やサービスがその店舗で取り扱われていることを意味していた。もっとも、全てのポスターが商品やサービスの提供元から、末端の取扱店に直接的に「宣伝材料」として提供されるわけではなく、広告代理店が間に介在することもある。また、欧米で見られる、ポスターを掲出するための専用備品である広告塔や掲示板などは、有料の掲示場所であることから、掲出するための手間賃を含めた使用料を支払わなければならなかった。ただし、いずれにしてもポスターは、個人所有を前提としては基本的に製作されず、またそのような流通も一般には存在しないことになっていた。

ところが、中国におけるポスターは、それが取り扱われる商店の店頭に掲出される場合がないわけではなかったものの、カレンダーの有無や時代にかかわらず、個人に提供・所有されることを前提かつ主体として製作されていた。このため、鴻福来が 1885 年 12 月 24 日の『申報』に出稿したような、月份牌を贈呈する旨を告げる広告はこれ以降も同紙に散見され[(8)]、製版印刷術が発展した 1920 年代後半になると、贈呈される作品画像を伴った新聞広告までもが登場するようになった。

掲出方法の違いは、ポスターと鑑賞者の間の距離の違いを意味し、必要とされる図柄や文字の大きさを筆頭に、画面全体のデザインにも影響を与える。また、何らかの条件が付けられたとしても、個人に対して贈呈され、しかもそのことが新聞に広告として大々的に掲載されるとなれば、必要枚数は取引先に対して配布されるときよりも遥かに多くなり、こうした大量生産を請け負える製版印刷会社も限られてくる。

翻って、多色木版印刷術を用いた 1896 年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図１】が、どれくらいの枚数が刷られ、市民からどのような評価が下されたのか、また配布された先で実際にどのように使われたのかは、資料がなく不明である。ただし、『申報』を見る限り、鴻福来は翌年以降もこうした月份牌を製作しており、他社でも同様の企画を実施していることから見ると、月份牌の製作と配布はそのための費用がかかっても、商品の売り上げ増などによって十分に経費が回収できるほど、市民の人気を誇ったものと思われる。では、なぜ《滬景開彩図中西月份牌》【図１】がそこまで好評を博したかであるが、これは本作中のカレンダーが「中西月份牌」、つまり西暦と旧暦を併記した合暦であったことが大きい。

海外貿易の窓口である上海にとって、大型船舶の入出港がいつあるかは、それによってヒト・モノ・カネの全てが動くことから、天気や今日の運勢と同じくらい皆が知りたい情報であった。しかし、より経済効果が大きい外国の船舶は、西暦で運行されていることから、中国人には自分たちが日常的に使用している旧暦上では、どの日に該当するのかが判然とせず、その対照表にも使用可能な合暦は実

用的だったのである。このため、上海で最も多い発行部数を誇った『申報』を見ていくと、月份牌に関する広告の嚆矢の例は、瓊記洋行が1875年1月29日の『申報』7面に出稿した、イギリス、フランス、アメリカの3国の汽船会社の船が、上海港へ入出港日する日を記した月份牌を、同社が「販売中」であることを知らせるものに遡り、意外と古くから存在していることになる。

現存最古の《滬景開彩図中西月份牌》【図1】よりも、20年早く月份牌を製作販売した瓊記洋行は、茶を取り扱うアメリカ資本の外資系商社であり、商社にとっての船舶の入出港日は業務と直結する重要事項であるため、自らも月份牌を必要としたであろう。

しかしそれと同時に、前述したように、貿易港として存在する上海市とそこに暮らす市民にとっても、船舶の入出港は自身の生活に影響を与える情報であったことから、そうしたことを記したカレンダーは有料でも欲しい代物であった。だからこそ、瓊記洋行も一般向けにそれを販売したのであり、この人気に目を付けた鴻福来が実行した、顧客にそれを景品として提供する企画は、大いに人々の賛同を得たものと思われる。

もっとも、『申報』を見る限り、月份牌を景品とする企画の初出は、1884年1月1日の『申報』7面に掲載された、同じくフィリピン製の宝くじを売る豊和行が、顧客への景品として月份牌を贈呈することを告知する広告に遡れ、鴻福来が最初の実行者ではなかった。豊和行が製作した月份牌は、瓊記洋行が製作した月份牌と同様に現存せず、どのようなものであったかは不明である。しかし、鴻福来と同じ宝くじ商がこの方法に着目した事実は大きく、この背景にはフィリピン製の宝くじの場合、西暦で発売日や当選番号発表日が示されているものの、その日が中国人には旧暦のどの日に該当するかがわかりにくい、といった事情があったものと推察される。

宝くじ商にとっての合暦を伴った月份牌の配布は、従来からの顧客サービスであると同時に、それらの囲い込みや開拓にも有効であり、なかなか戦略的であったといえる。と同時に、合暦贈呈の告知広告が、その後も同じ時期の『申報』にしばしば散見される事実からは、合暦が上海市民にとっては便利な存在であった実態も垣間見られる。そしてだからこそ、申報館は『申報』の購読者に対して、より実用的なカレンダーを、自ら製作・配布することを企画実行したのである。

（2）申報館による1889年用の《光緒十五年之申報月份牌》の配布

1884年1月25日の『申報』第1面を見てみると、そこには申報館が新年用の月份牌を、新年最初の発売日に購読者用の景品として挟み込んで配布する旨の社告が、題字の横に掲載されていることにすぐに気づく。残念ながら、申報館が点石齋石印書局に製作を依頼した、中国暦を赤い字で、西洋暦を緑の字で記した、厚くて白い外国紙に、多色石版術を駆使して仕上げた1884年用の月份牌は現存しない[(9)]。しかし、『申報』を見る限り、申報館はこれを皮切りとして、翌年以降も購読者への贈呈品として、旧暦の新年に合わせて月份牌を製作し、それは年々趣向を凝らしていったようである。なぜなら、初回となる1884年用の月份牌は、カレンダーの周囲を縁飾りで囲っただけであったもの、翌年のカレンダーの周囲には、緑色で12の芝居の絵が、白描画形式で描かれようになったからである[(10)]。

さて、今日その存在が確認されている、申報館が配布した最も古い月份牌は、1889～90年用の《光緒十五年之申報月份牌》【図3】であり、この贈呈を告げる広告は1889年1月24日の『申報』第1面に掲載された。本作は例年通り、洋紙に石版印刷術を用いて製作されており、本稿で取り上げるポ

図３　1889年　申報館《光緒十五年之申報月份牌》上海図書館蔵

図４　明末清初《二十四孝》海の見える杜美術館蔵

スターと素材・技法の点においては、先に取り上げた1896年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図１】よりも、要件を満たしていることになる。ただし、本作の画面の大部分は旧暦と西暦を合わせた合暦に費やされており、文字通りの月份牌、すなわちカレンダーであってポスターではない。けれども、カレンダーの周囲には、父母に対する孝徳を説く24の物語から成る『二十四孝』が白描画形式で描かれており、社告によると、これは有名な絵師に依頼して、このために描いてもらった作品らしい(11)。

『二十四孝』は一枚刷りの中国版画においても、たびたび絵画化されてきた画題であり、連史紙に多色木版印刷術を用いて製作された、明末清初の《二十四孝》【図４】が現存している。しかし同時に、洋紙に多色石版印刷術を用いて製作された、1906～07年用の《旗昌洋行》【図５】や、洋紙に写真製版術を用いて製作された、1930年代の関恵農による《雷寶星電機衫襪廠　乳姑不怠》【図６】も現存していることからもわかるように、この画題は中国においては、普遍的な人気を誇るものでもあっ

図５　1906 ～ 07 年用《旗昌洋行》香港文化博物館蔵

図６　1930 年代　関惠農《雷寶星電機衫襪廠　乳姑不怠》
香港文化博物館蔵

た。もっとも、ポスターにおける『二十四孝』は、《光緒十五年之申報月份牌》【図３】のように、24 の全ての場面を１枚の中に盛り込むことは稀で、「老莱子」を主題とした 1906 ～ 07 年用の《旗昌洋行》【図５】や、「乳姑不怠」を主題とした 1930 年代の関惠農による《雷寶星電機衫襪廠　乳姑不怠》【図６】のように、『二十四孝』中の特定の場面を、大きく描くことの方が一般的であった。なぜなら、広告効果を得たいのであれば、ある程度離れた距離から作品を眺めても、何が描かれているのか分かる必要があり、1889 ～ 90 年用の《光緒十五年之申報月份牌》【図３】のような線の細い小さな図柄では、人々の注意を引くことはできないからである。

カレンダーの周囲に『二十四孝』が巡らされた最大の理由は、実用的なカレンダーだけでは素っ気なく、装飾的効果を期待したからであろう。加えて、『二十四孝』は誰もが内容を知る人気の画題であり、そもそも 24 の場面で構成されていることから、カレンダーの周囲を取り囲むように配するに当たっても、均等な大きさに揃えられる点で適当であり、この年の採用に至ったものと思われる。

ちなみに、1889 ～ 90 年用の《光緒十五年之申報月份牌》【図３】や 1896 年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図１】を、「絵暦」とした場合、この歴史はかなり古く、「沈萬山」を主題とした多色木版印刷術による、1766 年用の《大清乾隆卅一年迎喜図》【図７】が現存し、しかも同作に関しては、カレンダー部分だけが異なる 1772 年のものも現存している。一方、今日から見た場合、《光緒十五年之申報月份牌》【図３】の中央の市松模様の合暦は、必ずしもわかりやすくはない。しかし、1936 年の杭穉英による《廣生行の裏のカレンダー》【図８】が示すように、中国においては 1930 年代半ばを過ぎても、この形式のカレンダーが印刷されており、ここからはこの形式がある種の定番として、市民生活に浸透していた実態もうかがえる。

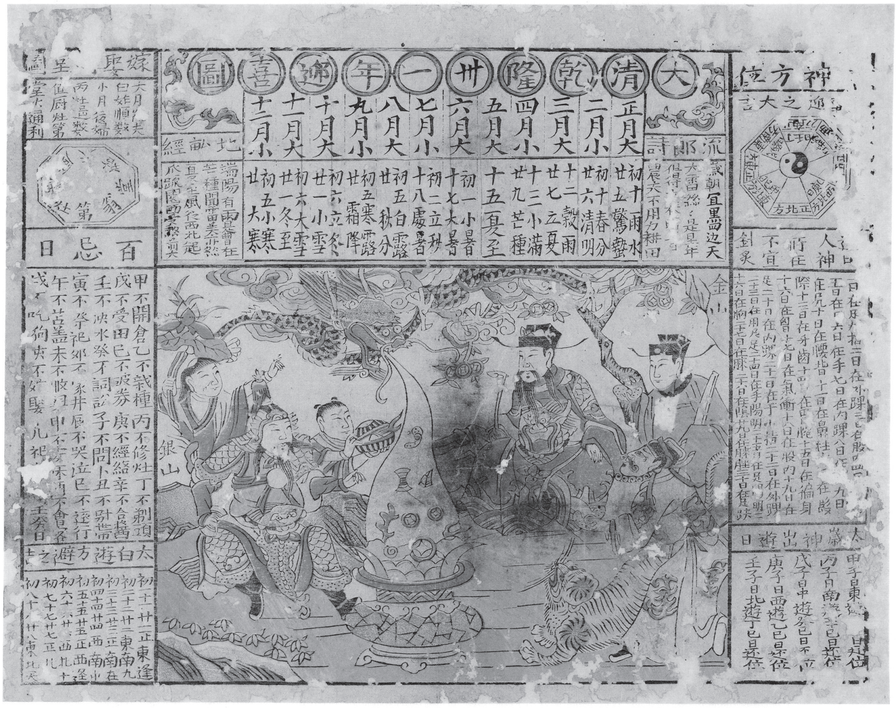

図 7　1766 年用《大清乾隆卅一年迎喜圖》
海の見える杜美術館蔵

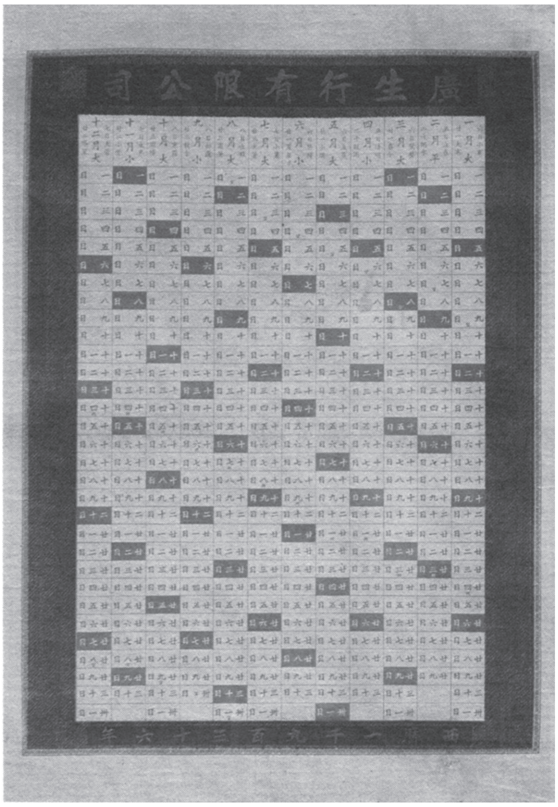

図 8　1936 年用　杭穉英《廣生行の裏面のカレンダー》
香港文化博物館蔵

申報館が読者への贈呈用として月份牌を配布していたのは、『申報』を見る限り 1908 年までである。(12) 四半世紀にわたって続けてきた月份牌の製作と配布を、同館が停止した理由は不明である。ただし、年末年始の『申報』にはこの前後から、自社に対して各社から贈呈された、月份牌に対するお礼広告

が増加しており[13]、実際、それを裏付けるような、外資系企業を依頼主とする洋紙に多色石版術を用いた、カレンダー入りの美麗なポスターも現存している。要するに、この時代になると、従来通りの月份牌では十分な効果が得られなくなってきていたのであり、1908年が申報館にとっては、月份牌の配布開始から丸25年目の節目に当たることも踏まえ、これを契機に月份牌から退場した可能性は、大いに考えられる。

（3）ポスター化の進んだ《泰隆洋行》

連史紙に木版印刷術を用いて製作された、1896年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図１】は、素材と技法の点では前時代の一枚刷りの版画に近いものの、画面中央に西暦と旧暦が併記された合暦があり、それを取り囲むように同時代風俗を主題とした絵画がめぐらされている点は、後に本格化するポスターと近い。

一方､洋紙に多色石版印刷術を用いて製作された1889～90年用の《光緒十五年之申報月份牌》【図３】は、材料と技法の点で《滬景開彩図中西月份牌》【図１】よりも、本稿で取り上げるポスターと近似性が感じられる。しかし､《光緒十五年之申報月份牌》【図３】は周囲に『二十四孝』を配することによって、視覚化が追求されているとはいっても、明らかにカレンダーであり、中国におけるポスター史を考える上で、視野には入れておく必要はあるであろうが、主流として位置づけることは必ずしも得策ではない。ただし､『二十四孝』は明清期の版画のみならず、1930年代の写真製版術を用いたポスターにおいても人気の主題であったことから、画題の継承を考える上では興味深い。

このように､《滬景開彩図中西月份牌》【図１】と《光緒十五年之申報月份牌》【図３】は､本稿で「何らかの事物を人々に知らせる目的のもと、洋紙に石版印刷術以降の洋式印刷術を用いて、量的に製作され、流布されたもの」と定義づけるポスターとは、それぞれに合致する点と合致しない点を持つことになる。要するに、これらは中国のポスター史を概観する上では、過渡期の作品と呼べる存在なのである。

翻って、中国における本格的なポスターの始まりがいつからかであるが、中国版画の研究者である三山陵氏は､1998年に大英図書館にて行った調査において､1889～90年用のカレンダーを持つ､アート紙に金色も使った多色石版印刷術によって製作されている《泰隆洋行》【図９】を発見し､本作が《滬景開彩図中西月份牌》【図１】よりも６年早いことから、これこそが中国製ポスターの嚆矢の例であると主張している[14]。

《泰隆洋行》【図９】はいくつかの部分によって構成されており、上から順に見ていくと、最上段にあるのは横長のリボンもしくは幡である。リボンは全体が蛇行し、両端が燕尾に切られることによって、たなびいているように見える。そしてその上には、中国語による縦書きの細字で、依頼主である企業名とその活動内容が、詳細に記されている。

リボンの下には、さまざまな事物がコラージュ風に10種以上、ほぼ左右対称に配されている。中でも目を引くのは、リボンの中央真下に縦３段に描かれた、比較的大きな事物である。これらを上から見ていくと、一番上にあるのは東王父と西王母と思われる、男女の神像を両脇に配した三幅対の掛軸であり､この存在によって《泰隆洋行》【図９】は､全体が神棚のようなありがたさをたたえている。そしてその下、画面全体の中央に位置する部分には、地球儀が描かれている。これはイギリスを本拠

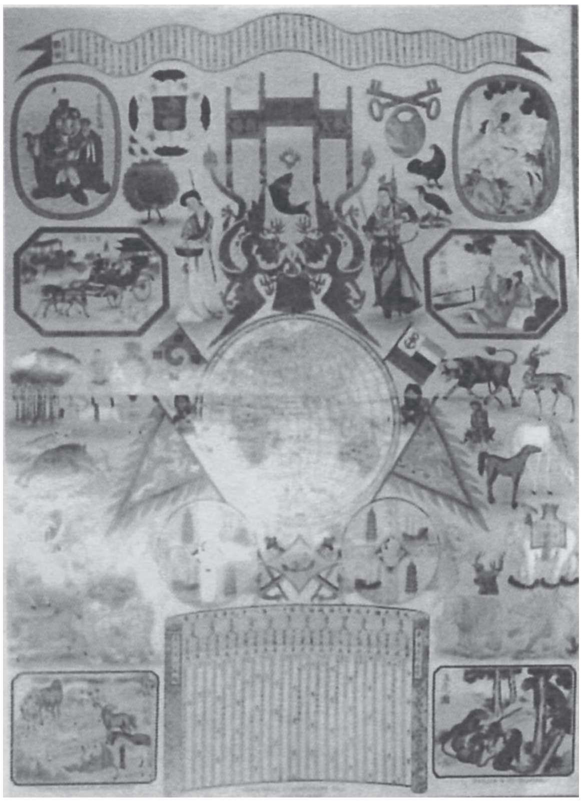

図９　1889 〜 90 年用《泰隆洋行》大英図書館蔵

地としながら、同国が植民地としていた国や地域に支店を構え、茶やコーヒー、天然ゴムなどを商うイギリス系商社である、泰隆洋行自身を象徴するものとして、選ばれたものであろう。ただし、神棚のようなものの真下に、交差した旗に支えられるような格好で、丸い地球儀があることから、一見するとそれは神器としての鏡や、呪術に用いる水晶玉のようにも見えてくる。

さて、この地球儀の下にあるのが、中国製ポスターにおいて主要なモティーフとなっている、西暦と旧暦を併記した合暦のカレンダーである。《滬景開彩図中西月份牌》【図１】においては、画面中央に位置していたものの、《泰隆洋行》【図９】では画面中央最下段に収まっているが、大きさとしては前者と同じく、画面全体に対して８分の１くらいを占有していることから、下方に置かれてもそれなりに存在感を示している。

では、こうした特徴を持つ 1889 〜 90 年用の《泰隆洋行》【図９】を、どのように位置づけるかであるが、一言で述べれば「ポスター化が進んだ作品」といえる。特に、依頼主が中国に進出した外資系企業であり、四六半切のアート紙に金色も使った多色石版印刷術によって製作されている点や、画面最上段にポスターの依頼主となる企業名を、たなびくリボン状のものの上に記したり、画面下方にカレンダーを配したりする点は、詳しくは後述するものの、続く時代の中国製ポスターと多くの点で共通している。ただし、ポスターにおける画面中央部分は、一つの場面として描かれることが多く、《泰隆洋行》【図９】のように 10 種以上のさまざまな事物が、コラージュ風に配されることは、現存する作品を見る限り他に例を見ない。

残念ながら、1889 〜 90 年用の《泰隆洋行》【図９】がどこで製作されたのか、作者が誰なのかは、現状の画面からは情報が得られないらしい。また、現存する中国製ポスターで 19 世紀中に製作されたことが断定できる作品は存在せず、泰隆洋行を依頼主とする作品もこれ以外に確認されていない。

このため、《泰隆洋行》【図９】に見られる特徴が、19 世紀の中国製ポスターとしてある程度一般性があったのか、それとも突然変異的に現れ、たまたま現存したものであったのかは判然としない。ただし、前述したように、《泰隆洋行》【図９】に見られる特徴は、続く時代の中国製ポスターに多くの点で引き継がれており、この点をもっても本作は、現時点で確認できる現存する最古の中国製ポスターであることは確かであり、三山氏による発見は大きい。

Ⅲ　初期中国製ポスターの特徴

（１）外資系企業の中国への進出とポスター製作の開始

現在の中国製ポスターに関する研究は、原画を描いた画家と、描かれた図柄を中心に進められており、受発注に関わった企業や、用いられた素材や技術についての関心は、概して高くない。しかし、いうまでもなくポスターは、製作を依頼する者とそれを請け負う者が、手を結ぶことによって生まれる産物であり、片方の存在だけでは十分な発達は望めない。

さて、中国（当時は清国）は、1842 年の南京条約によって広州、福州、廈門、寧波、上海の５港を開港すると共に、香港島をイギリスに割譲し、また 1860 年の北京条約によって天津を開港し、かつ香港島と対峙する香港の九龍地区をイギリスに割譲したことによって、欧米列強と本格的な外交や貿易を始めることになった。また、前述した開港地においては、時代を経るに従って、中国に進出した外資系企業が互いにしのぎを削るようになり、それらが商戦を勝ち抜く手段として注目したのが、19 世紀後半に本格的に実用化された、多色石版印刷術によるポスターであった。

ただし、写真製版術が普及する以前のこの時代のポスターは、「描画」と呼ばれる、熟練した製版工が原画を肉眼で見て、何色（＝何版）に色分解するかを見極め、その数だけ版を製作し、それらを刷り重ねることで最終的な作品とする、非常に手間隙のかかるものであった。特に、フルカラーの美麗なポスターに仕上げるためには、10 ～ 20 度刷りにしなければならず、こうした作品は技術的にも請け負える製版印刷会社が限られていた。しかし、それ以上に限られていたのが、その製作に大金を投じられる依頼主であり、この時代の中国においてそれが可能であったのは、自国における経験からポスター製作に精通し、かつ財政基盤が盤石な外資系企業に限られていた。従って、現在確認できる最も古い中国製ポスターが、世界を股に掛けて商売をしていた、イギリス系商社の泰隆洋行を依頼主とする、1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図９】となるのは当然の帰結であり、中国製ポスターの場合、時代を遡れば遡るほど、依頼主に占める外資系企業の割合が高くなる。事実、香港コレクションと蕭コレクションから、製作・使用年が判明している作品を古い順に挙げていくと、いずれもその年のカレンダーをあしらった、1901 ～ 02 年用の《屈臣氏大薬房》【図 10】、1906 ～ 07 年用の《旗昌洋行》【図５】、1907 ～ 08 年用の《香港源安水火保険匯兌附揭積聚按揭貨倉有限公司》【図 11】、1908 ～ 09 年用の鄭古珍による《英那頓火燭保険燕梳公司》【図 12】、1909 ～ 10 年用の《咪地洋行》【図 13】などとなり、これらは全て香港もしくは上海に上陸し、同地にアジアの拠点を据えた外資系企業である。ちなみに、依頼主の業種としては、貿易に関わる損害保険、商社、海運、エネルギーがその四天王であった。

図 10　1901 ～ 02 年用《屈臣氏大薬房》蕭春源氏蔵

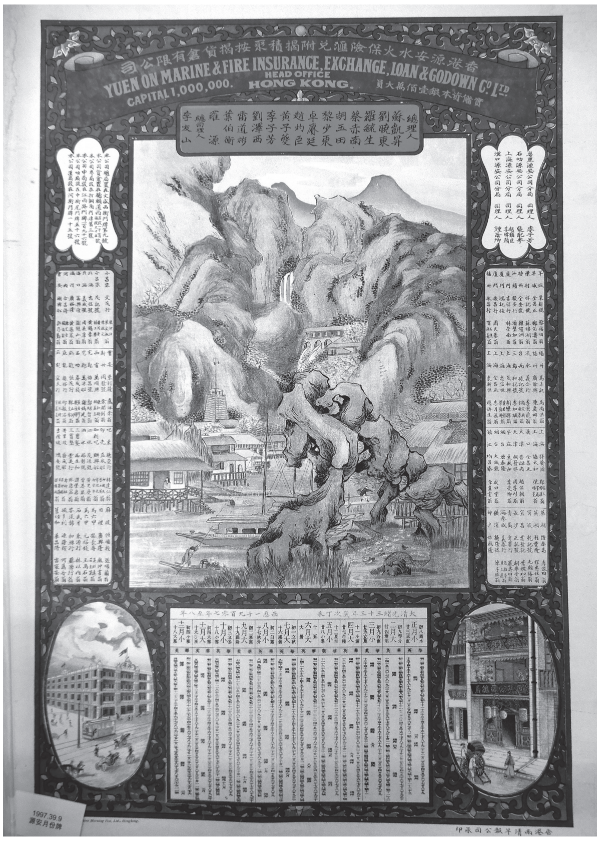

図 11　1907 ～ 08 年用《香港源安水火保険匯兌附掲積聚按掲貨倉有限公司》香港文化博物館蔵

図 12　1908 ～ 09 年用　鄭古珍《英那頓火燭保険燕梳公司》香港文化博物館蔵

図 13　1909 ～ 10 年用《咪地洋行》香港文化博物館蔵

（2）多色石版印刷術の伝播と初期ポスターの担い手

ポスター製作に用いられる石版印刷術は、1796 年にドイツ人のゼネフェルダーによって、偶然その原理が発見され、以降は楽譜印刷に多用されてきた。ただし、今日の誰もがポスターと認めるような、多色の大判作品が製作されるようになるのは、19 世紀後半以降であり、それが芸術の域にまで到達したのは、芸術の都パリにおいて万国博覧会が開催された頃である。

1900 年のパリ万国博覧会は、別名アール・ヌーヴォー博覧会と呼ばれ、ポスターは「アール・ヌーヴォー（＝新しい芸術）」を最も体現化したものと見なされた。もっとも、実際のポスター・ブームはそれ以前から始まっており、原画を描く画家は時代の寵児としてもてはやされ、作品は収集や売買の対象と目され、専門誌が相次いで創刊されたり、好事家向けの展覧会や頒布会なども催されたり[(15)]、19 世紀末のポスターとそれを取り巻く環境は、非常に華やかであった。

けれども、熱狂的なポスター熱もしばらくすると沈静化し、20 世紀以降のポスターは、基本的に「芸術作品」としてよりも、商工活動の手助けとなる「広告媒体」として、より現実的な需要の中で、堅調に発展していくことになった。ただし、中国においてポスターが製作流布されるようになった時代は、欧米においても芸術性の高いポスターを尊ぶ傾向が強かったことから、中国におけるポスターは、広告でありながら鑑賞に堪えうる芸術性を兼ね備えた作品が優品と見なされ、こうした志向は詳しくは後述するものの、ポスターのデザインにも大きな影響を与えることになった。

次に、ポスター製作に用いられる多色石版印刷術が、いつどのようにして中国にもたらされ発達したかであるが、1931 年に賀聖鼐が著した「三十五年来中国之印刷術」によると、中国において初めて石版印刷術が用いられたのは、フランス人宣教師によって上海に設立された、徐家滙教会に併設された土山湾印刷所であり、それは 1876 年であった。ただし、土山湾印刷所が製作したものは、布教のための印刷物であり、それらは信徒以外の手には入らなかった[(16)]。このため、一般市民が手にした最初の石版による印刷物は、申報館と同じメジャーによって設立された点石齋石印局によって、1884 年に創刊された『点石齋画報』【図２】と見なされている[(17)]。もっとも、土山湾印刷所や点石齋石印局によって世に出された石版による印刷物は、いずれも単色であり、賀聖鼐によると点石齋石印局時代（1879 ～ 1909 年）の上海には、多色石版術によるポスター製作を請け負える製版印刷会社が存在しなかったという。そしてその結果、それを欲する者はイギリス租界の雲錦五彩石印公司に依頼すれば入手できたものの、同社は実際の製作をロンドンの同社工場で行っており、画面上にそれを裏付ける記載を持つ、1915 年用の《亜細亜火油公司》【図 14】も現存している。

ところが、1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図９】と 1901 ～ 02 年用の《屈臣氏大薬房》【図 10】の製作を担った製版印刷会社に関しては、画面上にそれらに関する情報が存在しないことから不明であるものの、1906 ～ 07 年用の《旗昌洋行》【図５】と 1907 ～ 08 年用の《香港源安水火保険匯兌附揭積聚按揭貨倉有限公司》【図 11】と 1908 ～ 09 年用の鄭古珍による《英那頓火燭保険燕梳公司》【図 12】は、1903 年に創業し日刊新聞『サウス・チャイナ・モーニング・ポスト』を創刊した香港南清早報公司によって、また 1909 ～ 10 年用の《咪地洋行》【図 13】は 1888 年に香港に創業し、1905 年に雲威街に移転拡張した、香港號印字館によって製作されたことが、各作品から判明している。要するに、多色石版印刷術による最初期の中国語表記のポスターは、ロンドンを本拠地としつつ上海に支店を構えた雲錦五彩石印公司のみならず、イギリス領香港に所在した複数の製版印刷会社によっても

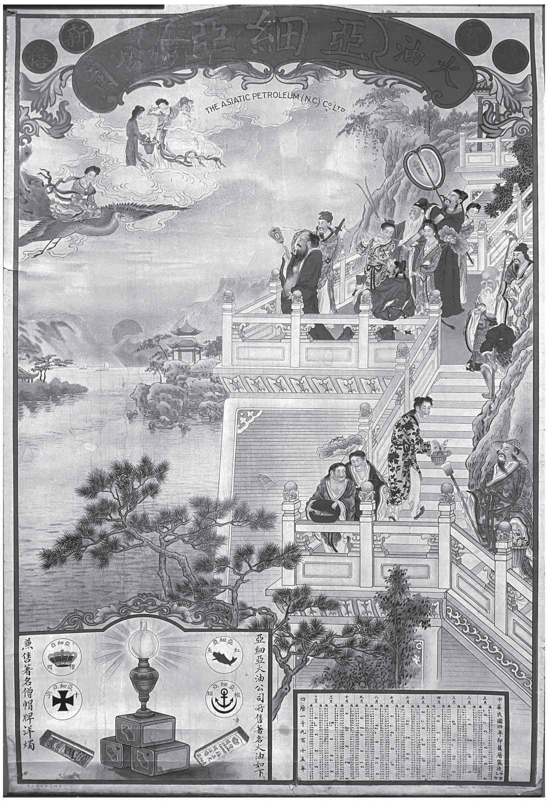

図 14　1915 年用《亜細亜火油公司》蕭春源氏蔵

担われていたのであり、今回判明したこの事実は、中国におけるポスターの発達を考える上で、非常に重要な事項と思われる。

（3）デザイン的特徴

①カレンダーの有無とその位置

これまでに紹介した清末民初期のポスターは、依頼主が外資系企業という共通点を持っていたが、それらを概観してみると、1920 年代半ば以降に訪れる、最盛期の中国製ポスターと比べて、デザイン的な相違がいくつか存在することにも気づく。

第一に挙げられるのは、1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】以降、カレンダーがほぼもれなく存在し、それが画面下中央に配されていることである。もっとも、《泰隆洋行》【図 9 】と香港コレクションの中で最も古い 1906 ～ 07 年用の《旗昌洋行》【図 5 】の間には、製作年に 17 年の開きがあり、なおかつ 1896 年用の《滬景開彩図中西月份牌》【図 1 】におけるカレンダーが、画面中央に存在することを考慮すると、ポスターにカレンダーがつけられ、その位置が画面下中央に定まるまでには、紆余曲折があった可能性も考えられる。なぜなら、ポスター上のカレンダーに関しては、1904 年用の《亨寶輪船公司》【図 15】のように、左右二つずつの合計四つの花瓶の中に 3 か月ずつ配したものや、1908 ～ 09 年用の周慕橋による《英美煙公司》【図 16】のように、半年分ずつ左右に縦に細長く分かち書きした作品が存在するからであり、特に後者の配し方については、その後は前述した画面下中央以上に、一般的な様式にまで昇格した。

清末民初期に製作された現存する大多数のポスターに、カレンダーがなにがしかのかたちで存在していることは、この時代の中国製ポスターにおいてはカレンダーが、必須に近いモティーフであった

図 15　1904 年用《亭寶輪船公司》

図 16　1908 ～ 09 年用　周慕橋《英美煙公司》
鄧明、高艷『最后一瞥：老月份牌年畫』上海画報出版社、
2003 年 p.76

ことをうかがわせ､これが中国製ポスターを「月份牌」即ち「calendar poster」と呼び表す根拠ともなっている。ただし、実用的なカレンダーが伴ったポスターは、1892 年の《ルフェーヴル＝ユティル・ビスケット》【図 17】が示すように､ヨーロッパにおいても製作されており､中国固有のものではない。しかし、中国においては「萬壽山」を主題とした、多色木版印刷術を用いた 1766 年用の《大清乾隆卅一年迎喜図》【図 7 】のような、「絵暦」が古くから存在していたことから、装飾的なカレンダーはそれが木版か石版かを問わず、必然的に中国人に歓迎される要素を持っていたといえる。そしてだからこそ、申報館は 1888 年に、同年用の西暦と旧暦を併記した月份牌を紙面に挟み込んで、景品として読者に配布して以降、1908 年までは毎年何らかのかたちで絵入りのカレンダーを旧暦の新年に合わせて製作・配布したのであるし、『申報』と同じ上海で日刊紙として存在していた『中外日報』も、月份牌を贈呈していたのであり、後者に関してはカレンダーの周囲に「八仙図」を巡らした、多色石版術による 1908 年用の《中外日報館月份牌》【図 18】が現存している。

清末民初期に外資系企業を依頼主として製作されたポスターを、当時の中国人がどのように受け取ったかといえば、おそらくそれは旧暦の新年に合わせて、絵暦や年画を新規購入する習慣と相まって、ポスターではなくカレンダーとして存在したと思われる。しかも、連史紙よりも真っ白で厚みのある、光沢を持つアート紙に、多色石版術によって刷られたポスターは、木版よりも色鮮やかで大判であることから、より近代的で魅力的なものに映っただろう。しかも、配されたカレンダーは西暦と旧暦を併記した合暦であることから実用的で、その点でも大いに評価されたものと推察される。

図 17　1892 年《ルフェーヴル＝ユティル・ビスケット》
『les Cent plus bells images de Champenion』La fertoise2004 p.25

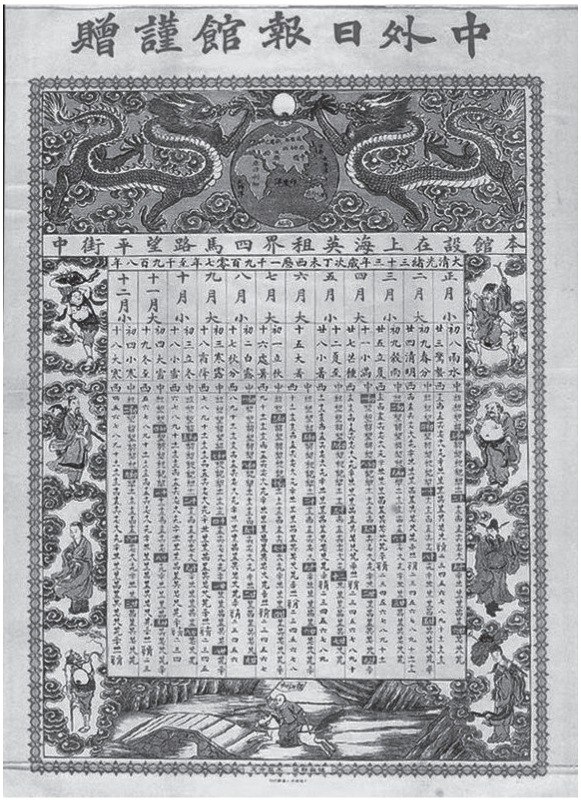

図 18　1908 年用《中外日報館　月份牌》

②全体の構成と文字情報の入れ方

第二に挙げられるのは、画面は全体的に左右対称で、文字情報が装飾的な各種枠の中に、横書きに記されている点である。しかも、枠とその背景の地紋などは、後述する中心の図柄と同様に「中国風」、もしくは少なくとも当時の欧米人には、そのように解されるデザインが施されることが多かった。事実、1906 〜 07 年用の《旗昌洋行》【図 5 】や 1907 〜 08 年用の《香港源安水火保険匯兌附揭積聚按揭貨倉有限公司》【図 11】、及び 1908 〜 09 年用の関恵農による《亜細亜火油公司》【図 19】における中国語表記の社名は、いずれも右から左に横書きであり、1906 〜 07 年用の《旗昌洋行》【図 5 】に関しては、カレンダーより上の部分が、龍の施された柱の存在も相まって、全体が中国の楼門のように見える。また、1907 〜 08 年用の《香港源安水火保険匯兌附揭積聚按揭貨倉有限公司》【図 11】に施された青地の地紋は蓮をかたどっており、1908 〜 09 年用の関恵農による《亜細亜火油公司》【図 19】における社名は、翼を広げた鳳凰のようなものによって掲げられており、ここに挙げた龍、蓮、鳳凰はいずれも中国的なモティーフといえる。

ところで、ポスターの依頼主である企業名や、周知したい商品やサービスの名称は多くの場合、具体的に「文字」でポスターに記されることになる。しかも、それは最も目立つような位置に、それなりの大きさやデザインで表されることになり、ポスターにおいては画面上方がそれらを入れる定位置となる。ただし、当時の中国語の書き方を考慮すると、あるべき書き方は縦書きとなるはずである。しかし、これまでに挙げた作品は、いずれもポスターの依頼主の中国語の企業名が、右から左への横書きで、中央揃えで記されている。

ポスターにおいて最も重要な部分が、中国の伝統や習慣とはいささか異なるかたちで記されるよう

図 19　1908 〜 09 年用　　関恵農《亜細亜火油公司》
蕭春源氏蔵

になった背景には、中国製ポスターの初期の依頼主が、中国に進出した外資系企業であったことが大きく関係している。なぜなら、それらは中国語圏で活動をするために、自社名の発音や業務内容に照らし合わせて、漢字表記の中国風な社名を名乗っていたものの、それは各社にとっては便宜上名付けたものでしかなく、国際的に既に浸透している本来の社名と、新たに付けた中国名が同一企業を示すことを知らせる必要性があったからである。ただし、欧文は左から右への横書きが一般的であり、縦書きはほぼあり得ない。一方、中国語は縦書きを基本としながらも、1766 年用の《大清乾隆卅一年迎喜図》【図 7 】のような、図画を主体とするものに関しては、表題を画面上段に横書きで記すこともあり、二つの社名が同一企業であることを示す方法として採用されたのが、中国名と本来の名称を横書きで併記する方法であったと思われる。

もっとも、ポスターが中国語圏で活動をするためだけのものであれば、外資系企業がポスターに本来の社名をあえて併記する必要性は、ほとんどなかったはずである。従って、ここにはそのようにすることによって得られる、何らかの利点があったはずであり、その一つが外資系企業であることの明示であったと考えられる。

19 世紀のアジア諸国にとっての欧米は、先端的な科学技術や効率的な製造・販売方法を確立した国々として、ある面では憧れられる存在であった。このため、本来の社名を欧文で、中国名と併記することは、自社が外資系企業であることの表明にもつながり、ある時期まではそれだけで、中国国内においては十分な広告効果があった。

ただし、外資系企業が中国語の社名を伴った中国風なポスターを製作した背景には、自社が中国において活動をしていることを、内外に知らしめる目的があったとも考えられ、実際にはこちらに重き

が置かれていた可能性が高い。なぜなら、最初期の中国製ポスターの主たる依頼主であった外資系の損害保険、商社、海運、エネルギーは、当時の中国の一般市民にとっては無縁な業種でしかなく、それらが彼ら向けにポスターを製作する必要性はほとんどなかったからである。ただし、中国風なポスターは、実際に中国で事業を行っていなければ製作する必要がなく、今後の著しい成長が見込める中国に、いち早く進出していることを示す証拠としては、各方面に対して十分な説得力を持っていた。

1910 年代半ば以降になると、第一次世界大戦の影響から外資系企業も中国から撤退したり、業務を縮小したりせざるを得なくなり、それらと入れ替わるようなかたちで中国人が経営する企業が台頭し、ポスターの依頼主としても存在感を示すようになる。しかし、それまでの数十年間、中国製ポスターは外資系企業を依頼主として発達してきたことから、それらがポスター製作において採用してきた各種仕様は、以降の時代においても多くが踏襲されることになった。ポスターにおいて最も重要な企業名や商品名を、最上段に横書きで中央揃えで記すことは、その最たる例の一つであり、実際にこの手法は、戦後の共産党によるプロパガンダ・ポスターにまで受け継がれた。

③印刷用紙の大きさ

戦前期の中国製ポスターの大きさは､現時点で確認できる最も古い 1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】から、1944 年用の金梅生による《新成洋品百貨店》【図 20】に至るまで、縦 760㎜×横 560㎜程度、つまり日本の用紙の規格では四六半切（縦 788㎜×横 545㎜）となり、これは同時代の日本製ポスターの一般的な大きさが、菊判全紙（縦 939㎜×横 636㎜）であることを踏まえると、二周りほど小さいことになる。

戦前期の中国製ポスターの中には、日本の製版印刷会社が担ったもの(18)や、その発達に日本人技術者

図 20　1944 年　金梅生《新成洋品百貨店》香港文化博物館蔵

が大きく関与したものがあり[19]、現存する一部の中国語表記のポスターには、日本からの影響が大きさの点でうかがえる作品もある。しかし、標準的な戦前期の中国製ポスターは、前述したように四六判半切であり、実はこの大きさこそがヨーロッパにおいては、伝統的に水彩画や版画に用いられる、枚葉紙の中判（縦760㎜×横560㎜）に匹敵した。また、19世紀末のフランスにおいては、街路に面した壁面がポスターの有料掲示場となった関係から、ポスター大きさは徐々に規格化され、四六判半切はその一つであるエーグル・サイズ（縦1100㎜×横700㎜）の半切とも近似していた[20]。

日本の美術館において収集されたり、展覧会において公開されたりする、戦前期の欧米のポスターの多くは、ロートレックやミュシャに代表される、著名なポスター作家の手になるものであり、長辺が１ｍを優に超える大型作品を主体としている。このため、そうしたものに見慣れてしまった日本人は、ヨーロッパのポスターは日本のものよりも、常に大きいと思い込んでいるきらいがある。しかし、先に挙げた作家のポスターをよく見てみると、大型になればなるほど、部分刷りしたものを何枚かつなぎ合わせて、１枚の大型作品としている場合がほとんどである。また、流行作家の陰に隠れて、今日では作者も製作年も、依頼主となった企業についてさえ、十分な情報がないような作品の場合、大きさは前述したエーグル・サイズであり、19世紀後半〜20世紀初頭のヨーロッパのポスター製作においては、この大きさも規格として一般化していた。

ポスターは工業的に製作されるものであり、その原画を描くに当たっては、効率よく製作するためにも、通常は「規格内」に収まることが求められる。特に、大きさに関しては、印刷に用いられる機械類の大きさ以内でなければならず、実際には印刷用紙自体が工業的に製作される関係から、ポスターの大きさは機械と用紙によって二重に制約を受けることになる。ただし、ポスター製作に用いられる石版印刷術は、近代以降は産業界においても重宝されたものの、実際には芸術上の表現技法の一つである「石版画」として、より長い歴史を持っており、それよりも古くから存在する「銅版画」においても、中判用紙は一枚刷り版画用紙として標準的な大きさであった。

戦前期の中国製ポスターの大きさとして、四六半切が定着した背景には、中国におけるポスター史の黎明期に、その依頼主として存在した外資系企業が、この大きさでポスターを製作していたことが、直接的には関係している。しかし、その系譜をたどると、石版印刷術の発祥地であるヨーロッパにおいては、この大きさが版画と版画用紙の規格であったことに行き着き、この事実は新しい技術である多色石版印刷術が、どのような経緯で中国国内に紹介され、発展していったかを考える上でも重要である。

ちなみに、1914年8月21日の『申報』１面には、商務印書館がポスター用原画を懸賞募集する旨を知らせる広告として、「商務印書館懸賞募集五彩月分牌畫稿」が掲載されており、ここで提示されている応募規定は紙幅英寸長三十一濶二十一英寸半、つまり787.4㎜×546.1㎜となる。いうまでもなく、商務印書館は上海を拠点とする中国最大の出版印刷会社であり、この頃から本格的にポスター製作に乗り出している。そのような同社が実施したポスター用原画の懸賞募集の応募規定が、四六半切とほぼ一致する事実は、遅くとも中国においてはこの頃までに、この大きさがポスターの標準として、共通認識されていことを裏付けている。ただし、ポスターの大きさについては、次に取り上げる印刷用紙の質と絡めて、もう少し丁寧に見ていく必要があるようにも思われる。

④印刷用紙の質

図録や画集を通してポスターを鑑賞する場合、製作に用いられている素材は、大きさ以上にほとんど実感できず、従って注意が向けられることも少ない。また、展覧会における作品は額装されており、ある程度離れたところから、ガラスやアクリル板越しに鑑賞することになり、照明の加減も相まって、ポスター製作に用いられている素材や技法の確認は、必ずしも容易ではない。しかし、ここ数年取り組んできた香港コレクションや蕭コレクションの閲覧は、所蔵者のご理解とご協力の下、直接作品を見る機会となったことから、それらについても注意を向ける機会になり、これらを通して得られたことは大きかった。

さて、戦前期のポスター製作において、最も一般的に用いられた用紙はザラ紙であり、これは洋の東西を問わず同じである。しかし、この時代の中国製ポスターに関して述べると、実は古い時代のものほど、「アート紙」が用いられている割合が高く、かつその使用が長く続いた。

アート紙とは紙の表面に、きめの細かい白粘を塗り固めた特殊紙の一種であり、独特の光沢や優れた発色性を特徴としている。このため、図画像を主体とした図鑑や画集においては本紙として、書籍や雑誌においては巻頭口絵として、厚口のものは雑誌の表紙として用いられることが多く、ポスターをより美麗に仕上げたいと望むのであれば、用紙としてのアート紙の採用は、非常に理に適っていることになる。

しかし、基本的にポスターは広告であって、それ自体が売り物ではないことから、用紙代を含めた製作経費を、書籍や雑誌のように直接的に販売価格に転嫁して、回収することができない。特に、既存の商品やサービスの場合、販売価格は既に周知されており、高価なアート紙を用いたことによって、ポスターの製作費が高額化したからといって、販売価格を改訂することは商業道徳上も望ましくなく、実施されることはまずない。ただし、そうなるとポスター製作の経費は、依頼主が全額負担しなければならないことになり、それを良しとしない場合は、印刷用紙としてアート紙よりも価格の安い用紙を選択することになる。ところが、前述したように、戦前期の中国製ポスターに関しては、古い時代のものほどアート紙が用いられている割合が高く、これまでの本稿で紹介した香港コレクションと蕭コレクションの中国製ポスターは、いずれもアート紙に印刷されており、その使用は 1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】にまで遡れるのである。

中国におけるポスター史の黎明期を飾る作品が、アート紙に印刷されていた理由は定かでない。ただし、1884 年 1 月 25 日の『申報』第 1 面に掲載された、申報館が同年用の月份牌を、新年最初の発売日に購読者用の景品として配布する旨の社告には、その説明として「厚くて白い外国紙に、多色石版術」[21]との記載があることから、厚くて白い外国紙としてのアート紙と多色石版術は、この時代の中国においては既に同一視、もしくは不可分なものとして存在していた可能性が高い。

ではなぜ、そのようになったかであるが、多色石版術を用いたポスターの発祥地であるヨーロッパにおいても、ポスター製作に割高なアート紙を用いることは、必ずしも一般的ではなかった。ところが、19 世紀末の同地においては、空前のポスター・ブームが起こり、それを受けて専門誌の創刊や展覧会の開催が相次ぐようになると、広告を目的としない、収集や鑑賞を目的とした好事家向けのポスターの製作や頒布が、盛んに行われるようになった[22]。こうして世に出た枚数を限定したポスターの中には、ロートレックやボナールといった、当代を代表する画家が手がけたものも多く、この場合

は原画の再現性を考慮して、発色の優れたアート紙を用いて印刷されることがあった。

中国においては、ポスターが東漸する以前に、アート紙に多色石版術を用いた中国暦と西洋暦を併記した月份牌が存在し、それよりも古い時代から、連史紙に多色木版印刷術を用いた年画が、生活の中に息づいていた。そこに西洋から作家性や作品性が際立ったポスターが、物理的に流入したのであるから、それらが中国においては既存の月份牌や年画の豪華版、もしくは西洋版として見なされたとしても不思議ではない。しかも、それがアート紙に多色石版印刷術を用いて製作されたものだったとすれば、中国におけるポスターに対する認識が、そのような状態で定着した可能性は極めて高くなる。

なお、ポスター上にカレンダーを配する行為は、基本的に1年に1種しかポスターを製作しないことを意味しており、企業によってはポスター製作がそうした頻度で済むのであれば、高価なアート紙を用いて鑑賞性の高い作品を、新年に合わせて世に出すことは、非常に合理的に映ったとも考えられる。それが証拠に、ポスター製作にアート紙を用いることは、中国においても世界的な潮流を受けて、1910年代半ば以降は全般的に下火になったにもかかわらず、1932年用の《三井洋行》【図21】や1938年用の杭穉英による《廣生行》【図22】が示すように、1930年代になっても依然としてアート紙を用いて、ポスターを製作するところが存在した。もっとも、三井洋行（＝三井物産株式会社）にとっての外国製のアート紙は、少なくとも日本においては同社が輸入総代理店を務める主力商品であり(23)、同社が自社ポスターにあえてアート紙を利用した背景には、取扱商品のデモンストレーション的な意味が、多分に含まれていたと思われる。ただし、中国ポスター史における三井洋行と廣生行が、1910年代からポスターの依頼主として存在し、1930年代になっても毎年カレンダー入りのポスターを世に出していた、代表的な老舗企業であることを考慮すると、この二者によるアート紙の利用には、原画の再現性の云々と併せて、詳しくは後述するものの、画面上辺の企業名の記し方を含めて、中国

図21　1932年用《三井洋行》広岡今日子氏蔵

図22　1938年用　杭穉英《廣生行》蕭春源氏蔵

製ポスターの牽引者としての自負や矜持のようなものが強く感じられる。

ポスター用紙としてアート紙を用いることは、時代を経るに従って減少していった。特に、1914年に勃発した第一次世界大戦を機に、ポスターには広告としての具体的な機能や役割が、より強く求められるようになったこと、及び製版印刷方法が暫時改良されたことから、世界的にも1910年代半ば以降ほとんど行われなくなった。しかし、中国においてはカレンダー入りのポスターを中心に、アート紙の利用が比較的長く続いており、ここにも外資系企業を依頼主とする、黎明期のポスター製作の影響がうかがわれる。

⑤外国作品からの影響

これまで述べてきたように、中国においては外資系企業が、ポスターの依頼主として最初期に存在したことから、それらが採用した文字の入れ方や、用紙の大きさや質が、結果的に中国製ポスターの定型として定着することになった。しかし、この時代の外資系企業のポスターにおいて、特徴的に見られたものの中には、中国人の感性には合わなかったのか、その後に引き継がれず終焉を迎えたものも存在した。

第一に挙げられるのは、1889～90年用の《泰隆洋行》【図9】にも遡れる、画面上辺にたなびくリボンに社名や商品名を記す方法であり、この手法は1908～09年用の周慕橋による《英美煙公司》【図16】や、1910～11年用の《三達美孚火油公司》【図23】など、外資系企業にとっては中国製ポスターを製作する際の仕様として広く浸透していた。ただし、ある面ではそれゆえに、ポスターの依頼主として中国人資本の企業が増えてくると、この仕様がそれらには採用されず、前述した1932年用の《三井洋行》【図21】や1938年用の杭穉英による《廣生行》【図22】のように、ポスター製作に長い歴史を持つ企業のみが、既に自社のポスター・デザインとして定着してしまっていたことを背景として、継続使用するような状況に至った。

第二に挙げられるのは、画面上辺に旗を掲げるものであり、これは古くは1904年用の《亨寶輪船公司》【図15】に遡り、1914～15年用の《瑞記洋行》【図24】を経て、1921年用の《太古汽船》【図25】にまでは、断続的に用いられた。ポスター上に配された旗は、多くが外資系企業の本拠地の国旗と、清国ないしは中華民国の国旗、そして外資系企業自身の社章をかたどったものであり、それらの掲揚には、画面を華やかに彩る以上に、友好関係や対等な取引を内外に対して示す、政治的意図が強い。特に、黄色地に青龍をあしらった清国国旗の掲揚は、清国に対する敬意の表明であると同時に、自社が清国政府から営業活動を認められた、正統な企業であることを証明するものとして重要視された。ちなみに、中国に進出して間もない時期の企業ほど、自社の存在を知らしめるために、各種旗をポスター上に多用する傾向が見られた。

ただし、「眠れる獅子」の弱体化が顕著になり、1912年に正式に中華民国が成立すると、その頃には既存の外資系企業が、中国国内でそれなりの活動実績を有していたことも相まって、旗はポスター上に積極的に使用されなくなった。しかもその後は、ポスターの依頼主として、中国人資本の企業が増え、かつ政治的及び経済的理由から、外資系企業に対する中国人の眼差しは、かつての憧れから敵視へ変化していたため、外資系企業は自衛策として、自らが外資系企業であることを積極的には名乗らなくなり、そうした考えはポスター製作にも影響を与えることになった。

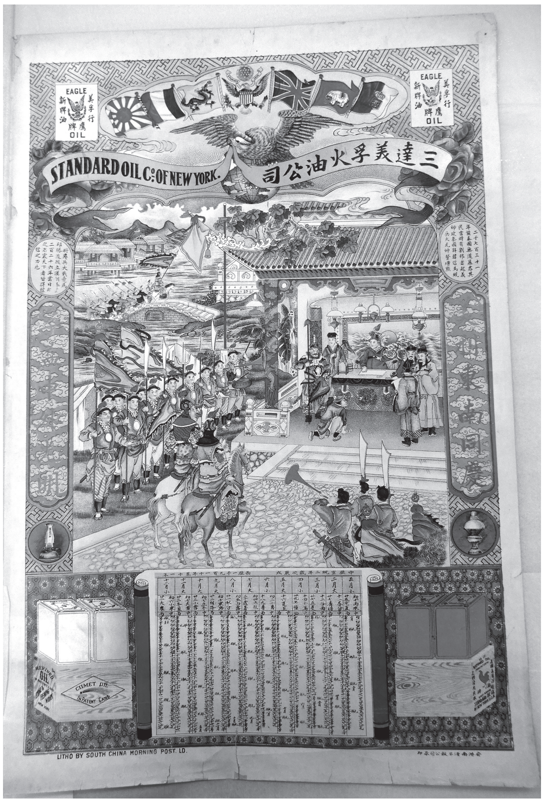

図 23　1910 ～ 11 年用《三達美孚火油公司》
香港文化博物館蔵

図 24　1914 ～ 15 年用《瑞記洋行》香港文化博物館蔵

図 25　1921 年用《太古汽船》香港文化博物館蔵

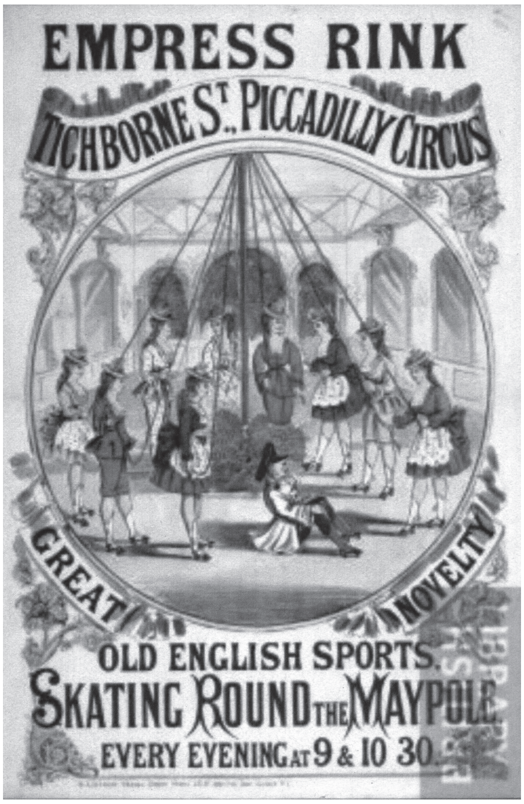

図 26　1885 年頃《皇后リンク》大英図書館蔵

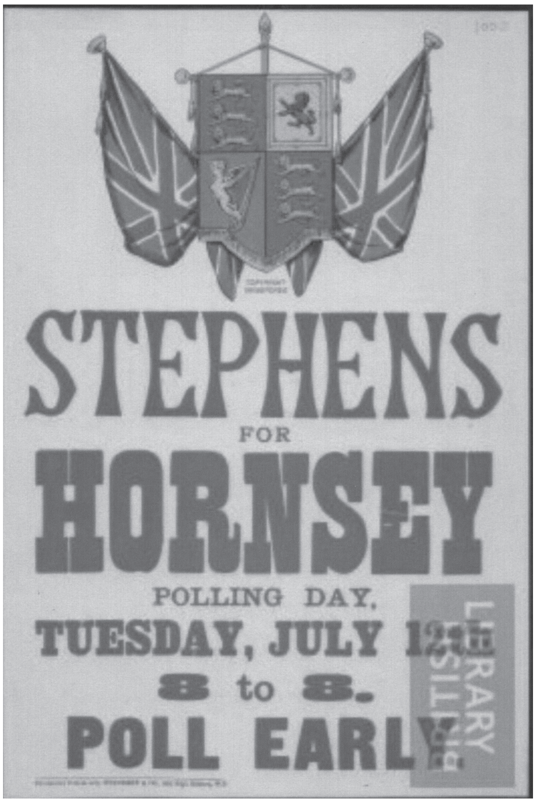

図 27　1892 年《候補者ヘンリー・ステファン》大英図書館蔵

図 28　1897 年　ミュシャ《ムーズ・ビール》大英図書館蔵

第三に挙げられるのは、ポスターの依頼主を識別するモティーフを、ポスター上に描くことであり、1907 ～ 08 年用の《香港源安水火保険匯兌附掲積聚按掲貨倉有限公司》【図 11】の画面下辺、カレンダーの左右に配された建物や、1908 ～ 09 年用の鄭古珍による《英那頓火燭保険燕梳公司》【図 12】の画面上辺の社屋は、その役割を担わされた代表的な事物であった。製造業の場合、自社商品をポスターに配すれば、自ずとそれはその企業の広告となり、他社との識別が可能となる。しかし、商社のように多品種を取り扱う業種や、金融業や保険業のようなサービス業の場合、業務内容を視覚化することは非常に難しく、この場合、最も市民に対してわかりやすかったのが、一等地に建つ堅牢な、西洋建築による自社の建物をポスター上に描くことであった。

前述したように、1910 年代半ば以降になると、ポスターの依頼主として、中国人資本の企業が増えるようになった。しかし、それらは外資系企業のように、ポスター飾るにふさわしい立派な社屋や工場を、最初期から持つことは叶わなかった。また、中国人資本の企業とは、煙草会社に代表される製造業が多く、それらが依頼主となるポスターには、自社商品を描く方がふさわしく、建物がモティーフとして選択されることはほとんどなかった。

ところで、ここで紹介した黎明期の中国製ポスターには見られたものの、その後に継承されなかった三つの特徴は、いずれも 19 世紀末のヨーロッパのポスターに多用されていたものであり、中国製ポスターが本家本元というわけではない。事実、第一に挙げたたなびくリボンに社名や商品名を記す方法は、1885 年のものと思われる《皇后リンク》【図 26】、第二に挙げた画面上辺に旗を掲げるものは、1892 年の《候補者ヘンリー・ステファン》【図 27】、第三に挙げた建物をモティーフとして用いる手法は、1897 年のミュシャによる《ムーズ・ビール》【図 28】にそれぞれ見られる。

これまで述べてきたように、中国におけるポスター製作は、技術的にもデザイン的にも、ヨーロッ

パからの強い影響を受けて始まり、文字の入れ方と用いる用紙の大きさや質については、ヨーロッパにおける伝統をそのまま受け入れ、少なくとも戦前期いっぱいは、それらが継承された。ただしその一方、本項で取り上げたたなびくリボンや旗と建築は、黎明期の外資系企業を依頼主とするポスターに散見されたものの、時代を経るに従ってそれらからも徐々に消え、中国人資本の企業においては、ほとんど採用されずに終焉を迎えることになった。このように、同じヨーロッパ製のポスターに見られる特徴でありながら、中国においては受容・継承されたものと、されなかったものに二極化した事実は、中国における西洋由来のポスターの受容や発達を考える上で、再考を要する点と思われる。

もっとも、文字の入れ方や用紙の大きさや質は、ポスターの本質に関わる部分であることから、「仕様」として継承されやすく、現実問題として、中国においてはポスター製作にまつわる機械類と原材料の多くが、長期にわたって外国から調達されていた関係から[24]、それらに従うしかなかった面もある。

一方、たなびくリボンや旗や建築は時代と共に変化する「デザイン」に属することから、流行が過ぎ去れば継承されず、新たなものが採用されることになる。それが証拠に、1908 ～ 09 年用の鄭古珍による《英那頓火燭保険燕梳公司》【図 12】の全体デザインは、1905 年にアメリカのポートランドにおいて開催された、《ルイスクラーク 100 年記念万国博覧会の褒状》【図 29】とよく似ており、ここからは当時の中国人ポスター画家が、諸外国の最新のデザインに対して、常に注意を払っていたことがうかがわれる。

ちなみに、外資系企業が製作した中国語表記のポスターは、後から中国に進出した日本企業にとっては、同国向けにポスターを誂える際の、見習うべき「手本」と見なされた。このため、1909 年用の周慕橋による《日本郵船会社》【図 30】は、人気画家であった周の起用を筆頭に、四六半切の大きさやアート紙への印刷を含めて、同時代の中国で用いられていた、これまで紹介した外資系企業を依

図 29　1905 年《ルイスクラーク 100 年記念万国博覧会の褒状》
甘楽富岡農業協同組合蔵
（富岡市立美術博物館・福沢一郎記念美術館 寄託）

図 30　1909 年用　周慕橋《日本郵船会社》
日本郵船歴史博物館蔵

頼主とする、中国製ポスターと多くの点で共通点を持つことになった。

⑥中国美術の伝統

企業が外国において広告活動を展開する場合、本国で用いているものをそのまま流用し、外国企業であることを前面に打ち出して勝負するか、それとも現地の習慣や風俗を考慮して、別途新たなものを製作するかは、常に悩ましい問題であり、それはポスターにおいても全く同じである。外国に対して強い憧れがある場合は、前者の方が高い広告効果が見込める。しかし、あまりにも文化や嗜好が異なる場合は、嫌われないように心がけることが賢明であり、その最も適当な方法が、その国の伝統文化を踏襲したり、評判の良い既存のものを翻案化したりすることである。

さて、1889 〜 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】を筆頭に、本稿でこれまで紹介してきた清末中華民国初期に製作された、外資系企業のポスターの中心図柄は、いずれも中国的なモティーフや風俗を描いたものであり、これらには「蘇州版画」を中心とする、中国美術からの影響が強く感じられる。

ところで、蘇州版画が何かであるが、これは前時代までに蘇州を中心に製作された、一枚刷りの中国木版画の総称である。主題としては、年画にも通じる各種吉祥図をはじめ、著名な戯曲や小説の一場面、宮廷や妓楼を舞台に活躍する才色兼備な女性を主題とした仕女図や、花卉図などが人気で、こうした主題選択は、中国ポスター史の黎明期を飾った外資系企業のポスターの中心図柄と重なっているのである。

例えば、蓮池に浮かぶ楼閣内の様子を描いた 1909 〜 10 年用の《咪地洋行》【図 13】は、嘉慶期の《碧沼荷香》【図 31】とよく似ており、1914 〜 15 年用の《瑞記洋行》【図 24】に見られる、鹿のいる宮廷の庭で戯れる子女を主題にしている点は、少し後の時代にはなるものの、乾隆期の松崖主人による《陶朱到富図》【図 32】に遡れるともいえる。また、1906 〜 07 年用の《旗昌洋行》【図 5 】は『二十四孝』の「老萊子」を主題としているが、これは 24 の全ての場面が絵画化されている《二十四孝》【図 4 】の中から一つを選んでクローズアップしたものと呼べるであろうし、乾隆期の《九里山大戦楚覇王》【図 33】と 1908 〜 09 年用の関惠農による《亜細亜火油公司》【図 19】は、共に『三国志演義』の一場面を主題としている。なお、10 種近いモティーフをコラージュ風に配した、1889 〜 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】は、一見すると蘇州版画とは何の関係もないように思われるかもしれない。しかし、蘇州版画には一枚の画面にいくつもの事物を配しながらも、全体で一つの意味内容を示す作品も存在し、清初の《孝悌皆天性図》【図 34】は実は『二十四孝』を表している。

『二十四孝』や『三国志演義』は、『木蘭従軍』や『西廂記』などと並んで、蘇州版画においては「天仙送子」や「沈萬山」「漢帝図」といった吉祥図と共に人気の画題であり、これらは中国においては旧暦の新年に、人々が自宅の玄関や室内を飾るために用いる年画の主題とも重なっている。そして実際には、前述した主題は商業ポスターにも脈々と受け継がれ、1930 年代以降もさまざまなポスター画家によって描かれた。ただし、この時代のポスターの主流は「時装」と呼ばれた、着飾った当代風の美人を主題にすることだった。

清末民初期に製作されたことが判明しているポスターの中から、これと同様の意味内容を持つ、同時代風俗を主題とした作品を探すと、1904 年用の《亨寶輪船公司》【図 15】の下辺の汽船と一緒に描かれた人々や、ミシンに集う人々を主題とした 1909 年用の《徳茂洋行》【図 35】などが見つけら

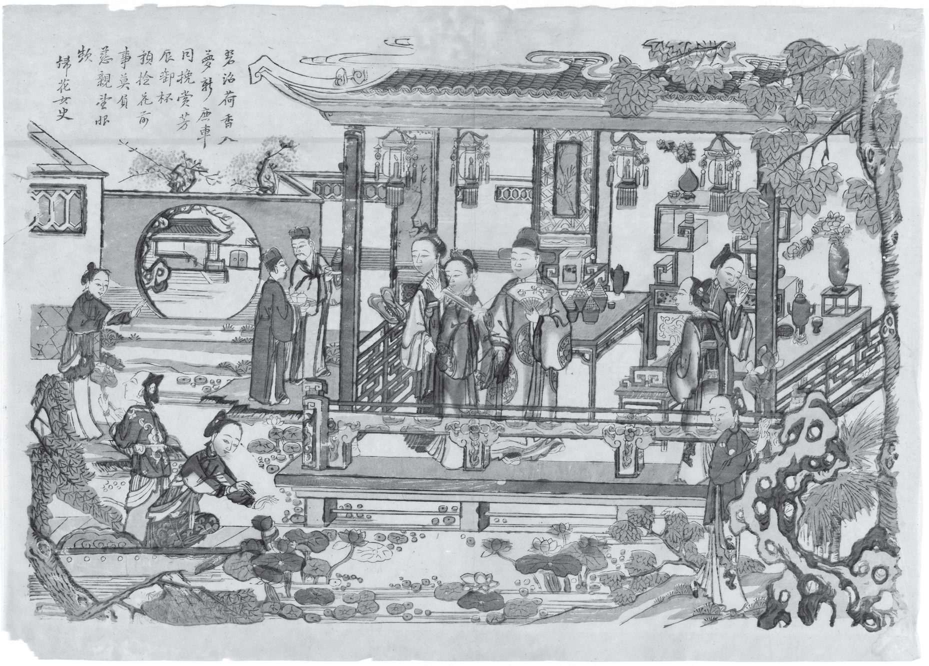

図 31　嘉慶期《碧沼荷香》海の見える杜美術館蔵

図 32　乾隆期　松崖主人《陶朱到富図》海の見える杜美術館蔵

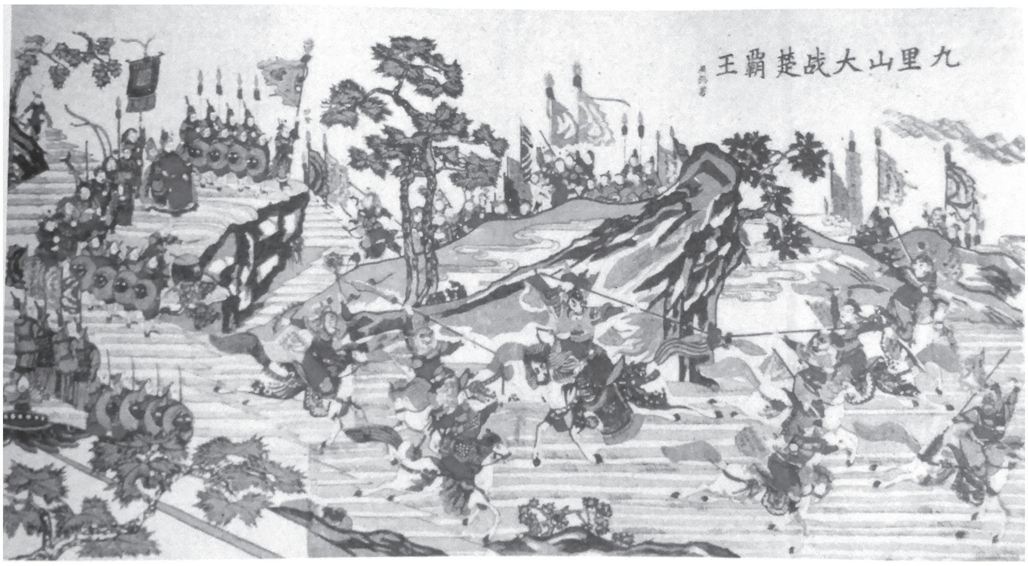

図 33　乾隆期《九里山大戦楚覇王》フランス国立図書館蔵

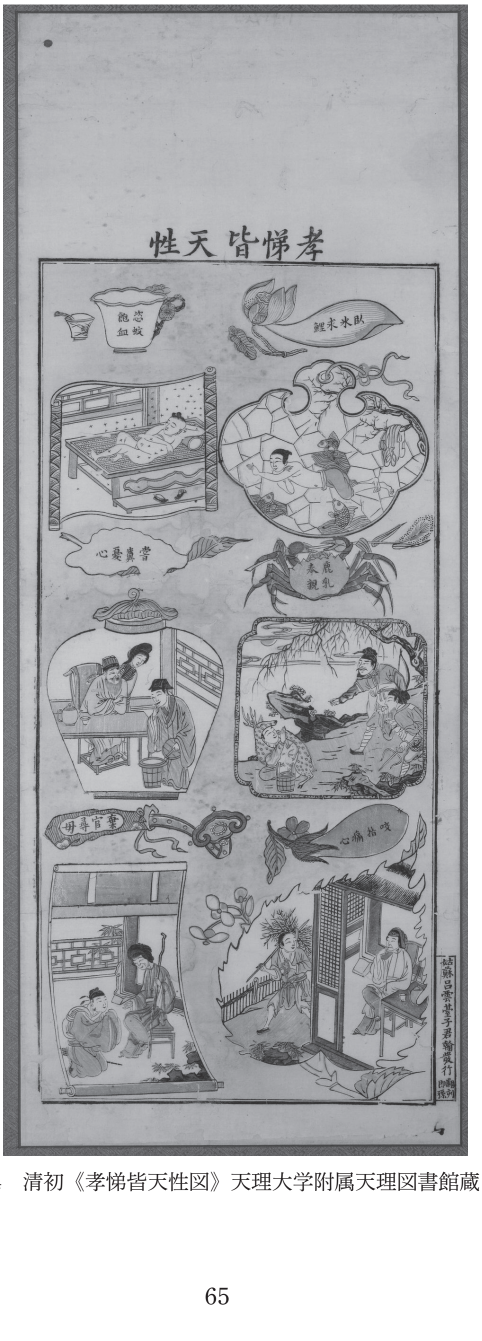

図 34　清初《孝悌皆天性図》天理大学附属天理図書館蔵

れる。ただし、この種の作品は、古典や故事に依拠したものと比べて現存数が極めて少なく、こうした現状から察するに、外資系企業はポスター主題としては、同時代風俗を好まなかったものと推察される。

「仕女図」と総称されることの多い、女性を主題とした絵画は、中国においては唐代にまで遡れる伝統的な画題であり、蘇州版画においても《双美愛華図》【図 36】のような、2 人の女性を主題とした「二喬図」は人気が高かった。このため、この画題は 1923 年の《哈德門香煙》【図 37】や 1940 年の杭穉英による《五洲大薬房》【図 38】が示すように、後の時代のポスターにおいても積極的に活用された。ただしそうなると、外資系企業が中国向けポスターを誂える際に、同国市民に人気の画題を選択しなかった理由が、どこにあったのかより気になってくる。

前述したように、外国企業が文化や習慣が異なる国に新規参入するに当たっては、まずは嫌われないようにすることが重要視された。そのうえ、描画・石版時代のポスターは、製作に膨大な手間隙と費用を要したことを背景として、時代を遡れば遡るほど、ポスターは広告というよりもステータス・シンボル的な色彩を強め、依頼主である企業の趣味や教養、財力を内外に誇示する場としても機能した。そしてそうであるならば、中国に新規参入した外資系企業が、ポスター主題として甘美な時装の女性像を採用することによって、市井の人気を博すことよりも、自社が中国の歴史や文化に精通し、それらに敬意を払っていることを、事業に関する許認可権を握る政府や高位の役人に示すべく、古典や故事にちなんだ作品を世に出したとしても、それは当然の帰結でしかない。ちなみに、「文字絵」による《壽字》【図 39】や、花卉を中心に身近な事物を並べて、学問の成就や経済的成功などの吉祥を表す 1744 年の《瓶花》【図 40】も、蘇州版画においては定番的な画題であった。このため、これらはポスターにも脈々と受け継がれ、1911 ～ 12 年用の寶という字を基調とした《香港旗昌洋行、青洲英坭公司》【図 41】や、1937 年以降の《奉天太陽煙公司》【図 42】の誕生を促した。

中国のポスター史の最初期を彩った、外資系企業によるポスターの画題選択に、蘇州版画と総称される版画からの影響があったこと、ただし、主題としては採用されたものとされなかったものが存在したことを、同時代の記録や証言から補強することは、残念ながら現時点においては不可能である。しかし、何かが新たに生み出されるとき、類似の過去作品が下敷きにされることは、いつの時代においてもよくあることである。加えて、参照したいと思っても、それが入手できなければそれは叶わず、外資系企業がポスター製作において、参照されたと思われるものが、優品ほど中国以外の国に所蔵が多い、蘇州版画という「複製芸術」であったことはなかなか興味深い。特に、蘇州版画の影響が認められる、現存最古の中国製ポスターとなる 1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】の所蔵先が大英図書館であり、かつ同館が蘇州版画の主要な収蔵機関である点は、当時の交易・交流状況が招いた結果ではあるものの、《泰隆洋行》【図 9 】の不明な作者や製作地を検討する上においても、注意すべき事項となるはずである。

なお、外資系企業がポスター主題として半ば敬遠した同時代風俗は、中国人資本の企業においては、逆に積極的に採用された。この背景には、それが外資系企業との「違い」を打ち出す方法として、最も容易かつ効果的だったことが関係している。しかし、それ以上に大きな要因となったのが、当時の中国の一般市民が真に欲していたものが、同時代の風俗や状況を主題とした作品だったという事実である。それが証拠に、この時代に人気を博した雑誌の表紙や口絵を概観してみると、それらはいずれ

図 35　1909 年用《徳茂洋行》

図 36　清　中期《双美愛華図》海の見える杜美術館蔵

図 37　1923 年《哈德門香煙》香港文化博物館蔵

図 38　1940 年用　杭穉英《五洲大薬房》福岡アジア美術館蔵

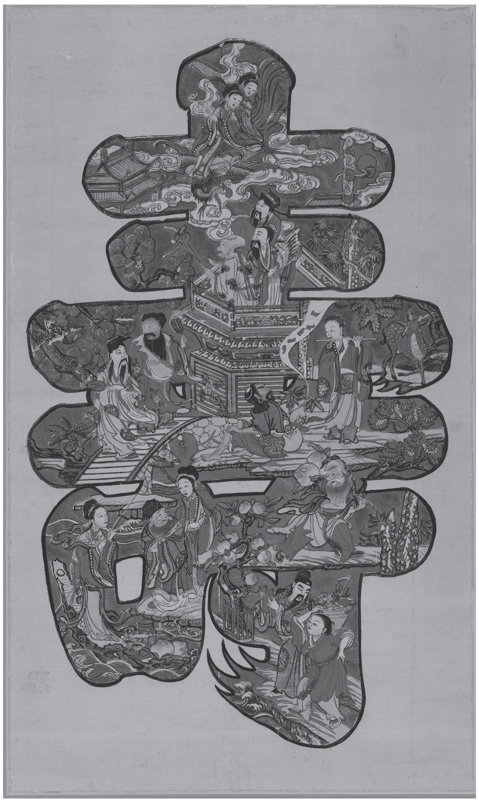

図 39 《壽字》海の見える杜美術館蔵

図 40　1744 年《瓶花》海の見える杜美術館蔵

図 41　1911 ～ 12 年用《香港旗昌洋行、青洲英坭公司》香港文化博物館蔵

図 42　1937 年以降《奉天太陽煙公司》香港文化博物館蔵

も、同時代の女性を主題とした絵画や写真で彩られ、古典や故事を主題としたものは、人気俳優が京劇の一場面として演じているものくらいしか存在しない。ちなみに、1911年7月発行の《『婦女時報』第2号の表紙》【図43】を描いたのは、後にポスター画家としても活躍した徐詠青であり、この時代に雑誌の表紙や口絵等で彩管を揮った画家たち、具体的には先に挙げた徐詠青をはじめとして、周慕橋、丁雲先、鄭曼陀、周柏生、謝之光などは、中国人資本の企業がポスターの依頼主として登場する1910年代半ば以降、それらの需要に応えるポスター画家として大いに活躍した。

外資系企業の場合は、ポスター製作においても時の政府や有力市民の反感や不興を買わないように、心がける必要性があった。しかし、同胞企業の場合はそのような忖度の必要性がなく、ポスターが広告であると同時に、顧客に対する景品として存在した事実を踏まえれば、市民の好みに合致した作品の提供こそが、売り上げ増のためにも至上命題となった。従って、時装の美人が人気を博せば、それらを主題にしたポスターを盛んに製作し、1931年の満州事変や翌年の上海事変を機に、中国国内で愛国的な機運が高まれば、戦う女性の代名詞であった「孫夫人」を主題とした、胡維敏による《太陽煙草公司》【図44】のような作品も世に出した。ただし、1937年に中国人資本の煙草会社として、奉天に設立された太陽煙草公司は、同じ時代にポルノに近い裸体の女性を主題とした、呉志厂による《太陽煙草公司》【図45】も製作しており、ポスター戦略は硬軟取り混ぜながら進められていたようである。

図43　1911年7月　徐詠青《『婦女時報』第2号表紙》

図44　1937年以降《太陽煙草公司》香港文化博物館蔵

図 45　1937 年以降　呉志厂《太陽煙草公司》蕭春源氏蔵

Ⅳ　まとめ：中国ポスター史の黎明期における外資系企業という存在

これまで論じてきたように、現存する作品を見る限り、中国におけるポスター史はイギリス系商社である泰隆洋行を依頼主とする、1889 ～ 90 年用の《泰隆洋行》【図 9 】によって幕が開いた。そして以降も 1920 年代後半まで、つまり技術的には製版方法が描画で、製作に膨大な手間隙と資金を要した時代にポスター界を牽引したのは、香港や上海を拠点に営業活動を展開した外資系企業であった。中でも、損害保険、商社、海運、エネルギーの四業種は、貿易業の発達を背景として、ポスターを依頼する四天王として君臨し、度重なるポスター製作を通して、後世につながる中国製ポスターの基本的な仕様、具体的には四六半切のアート紙を用いて、上段のリボン状の部分に社名を横書きで記載し、下段にカレンダーを配することなどを、実質的に規定・定着させるほど影響を及ぼした。

また、画面中央部のポスター主題に関しては、外資系企業は古典や故事といった中国の伝統文化に則ったものを選ぶ傾向が強く、こうした画題が前時代に製作・流布された、蘇州版画と重なる点を多く持つことは、画題の継承や蘇州版画自体の流布を考える上でも、興味深い現象といえる。ただし同時に、こうした画題は 1910 年代半ば以降になって、ポスターの依頼主としてようやく登場した、中国人資本の企業にはあまり採用されず、それらが好んだものが、同時代風俗であったことについては、別途注意を払う必要があるであろう。

ポスターにしても版画にしても、年代を遡れば遡るほど現存作品が少なく、この点がこの時代の作品を対象とした調査研究の、大きな妨げになっている。従って、これまで本稿で論じてきた内容は、

論者がこれまで行ってきた、実物作品の閲覧調査を踏まえた結果であることから、今後より多くの作品の閲覧調査が叶ったり、情報公開が進んだりすれば、おのずと加筆修正を余儀なくされると思われる。それでも、中国製ポスターに関する既往研究においては、それ以前の中国美術との関係に言及したものがほとんどなく、黎明期の実態について解明が進んでいないことを考慮すると、香港の存在や活動にも着目した本稿は、それなりに意義あるものと自負している。

今日、中国ポスター史の最初期を飾る作品の多くが、香港において製作されていた事実は、その後の中国におけるポスターが、製作においても消費においても上海を中心にしたことから、全く忘れ去られている。しかし、当時の香港はポスターの依頼主となり得る外資系企業が拠点を置く、世界屈指の貿易港であり、同地を租借していたイギリスは、ドイツと並ぶ工業的な印刷技術の先端地であった。要するに、19 世紀末から 20 世紀初頭のイギリス領香港は、ポスターに関する受容と供給が、上海以上に併存していた土地だったのであり、今後はこれらの点にも留意しながら、続く時代の中国製ポスターの調査研究を進めていきたいと考えている。

参考文献

張燕風「老月份牌廣告畫　上巻　論述篇」『漢聲雜誌』61 号，漢聲雜誌社，1994 年

張燕風「老月份牌廣告畫　下巻　圖像篇」『漢聲雜誌』62 号，漢聲雜誌社，1994 年

卓伯棠，呉昊『都会摩登―月份牌 1910s ～ 1930s』三聯書店有限公司出版，1994 年

越深『中国近代広告』吉林科学技術出版社，2001 年

鄧明，高艶『最后一瞥―老月份牌年畫』上海画報出版社，2003 年

張錫昌『美女月份牌』上海錦綉文章出版社，2008 年

于暁妮，中山修一「月份牌―中国近代のカレンダー・ポスター―」2013 年 http://www2.kobe-u.ac.jp/~shuichin/work8/ex2-00.html

龔建培『摩登佳麗―月份牌与海派文化』上海人民美術出版社，2015 年

田所政江「天理図書館蔵中国版画―実権と実測の記録を中心にして―」『ビブリア　天理図書館報』第 103 号，天理大学出版部，1995 年

謝辞

本稿執筆にあたり、下記の機関及び個人から多大なるご協力をいただきました。末筆ではありますが、この場をお借りして改めてお礼申し上げます。

香港文化博物館
蕭春源氏
陳嘉適氏
海の見える杜美術館
福岡アジア美術館
天理大学附属天理図書館
日本郵船歴史博物館
甘楽富岡農業協同組合
富岡市立美術博物館・福沢一郎記念美術館
東京都立中央図書館特別文庫
広岡今日子氏

註

(1)　田島奈都子 2014 年「戦前上海印刷界的日中交流」『圖像與商業文化―分析中國近代廣告』pp.135-172, 香港 : 香港大学出版会。

(2)　田島奈都子 2015 年 3 月「戦前期日本の印刷会社の中国進出と商業ポスターの製作に関する考察 ―中国語表記のポスターは果たして 100% 中国製なのか ?!―」『年報 非文字資料研究 』11 号 ,pp.1-33, 神奈川 : 神奈川大学日本常民文化研究所非文字資料研究センター。

(3)　田島奈都子 2015 年 3 月「印行名を用いたポスターの製作年代の特定方法について―精版印刷会社を例として―」『大正イマジュリィ』No.10,pp.124-140, 愛媛県 : 大正イマジュリィ学会。

(4)　(2) 前掲。

(5)　(2) 前掲。

(6)　賀聖鼐 1931 年「三十五年来中国之印刷術」『最近三十五年之中国教育』下巻 ,pp.183-202, 上海 : 商務印書館。

(7)　王樹村 1959 年 5 月「記 “ 滬景開彩図・中西月份牌 ”」『美術研究』第 10 期 ,pp.56-57, 天津 : 中央美術学院。

(8)　于暁妮 , 中山修一 2013 年「月份牌―中国近代のカレンダー・ポスター―」p.35。

(9)　(8) 前掲 ,p.35。

(10)　(8) 前掲 ,p.36。

(11)　(8) 前掲 ,p.36。

(12)　(8) 前掲 ,p.35。

(13)　(8) 前掲 ,pp.50-51。

(14)　三山陵 2013 年 11 月「月份牌―民国に栄えた「商業美術」の代表格」『アジア遊学』168 号 , pp.127-131, 東京 : 勉誠出版。

(15)　アラン・ヴェイユ著 , 竹内次男訳 1994 年『ポスターの歴史』(クセジュ文庫 756), pp.70-72, 東京 : 白水社。

(16)　(6) 前掲。

(17)　(6) 前掲。

(18)　(2) 前掲。

(19)　(6) 前掲。

(20)　(15) 前掲 ,p.30。

(21)　(8) 前掲 ,p.35。

(22)　(15) 前掲 ,pp.70-72。

(23)　著者不詳 1914 年 8 月「欧州大亂と印刷界 (二)」『印刷世界』第 8 巻第 8 号 , p. 43, 東京 : 東京印刷同業組合。

(24)　(6) 前掲。