



✧ 研究会報告 ✧

租界とメディア研究会

「中国の煙草とカレンダー広告が伝えるもの」

日 時：2011 年 7 月 22 日（金）16：00～

会 場：神奈川大学横浜キャンパス 21 号館 4 階 405 会議室

孫 安石（非文字資料研究センター 研究員）

神奈川大学 21 世紀 COE プログラムの研究成果を継承する非文字資料研究センターの研究テーマの一つに図像資料の研究がある。その研究の中心が神奈川大学日本常民文化研究所編『絵巻物による日本常民生活絵引』全 5 巻（平凡社、1984 年）の「マルチ言語版」（英語、中国語、韓国語）を作ることと『日本近世・近代生活絵引』の編纂、『東アジア生活絵引』の中国江南編と朝鮮風俗画編を作ることであったことは言うまでもないが、その関連資料の収集は多くの副産物を生み出した。

筆者が関わっている中国近現代史分野においては、清末から中華民国時期に発行された各種の画報と絵葉書の復刻版、商品広告の資料集などを収集することができた。例えば、張燕風編『老月份牌広告画』（台北、漢声雜誌社、1994 年）、益斌編『老上海広告』（上海画報出版社、1995 年）、左旭初編『老商標』（上海画報出版社、1999 年）などの広告画を通して、私たちは 19 世紀末から 20 世紀初の中国で発行された美人画カレンダーや広告画の世界を垣間見ることができるようになったのである。

これらの図像資料については近年、多くの研究成果が発表されてはいるものの、その制作と印刷技術、そして、流布や消費過程などについてはまだ不明なところが多い。そこで、本非文字資料研究センターの「東アジアの租界とメディア空間研究班」（以下、租界班）は、香港大学・香港人文社会研究所の李培徳教授をお招きし、1920 年代から 1930 年代に制作された中国の美人画や煙草のラベル印刷などについて最近の研究成果を聞く機会を設けることにした。

以下、李報告の内容に基づき、中国の美人画の宣伝広告の制作背景や工房の存在について触れたのち、これら広告画をめぐって展開された欧米と中国の煙草会社の販

売競争と広告戦略などが如何なるものであったのかについて紹介していきたい。

まず、李は、中国側の資料集に登場する 284 種類のカレンダー広告を分類し、(1) 広告宣伝画の大部分が「英美煙公司」（イギリス資本）と「南洋兄弟煙草公司」（中国資本）によって制作されたこと、(2) 最も多くの広告画を手掛けた画家は杭穉英で、「英美煙公司」と「南洋兄弟煙草公司」はそれぞれ専門の画家を抱えていたこと、(3) これら広告画は「モダン」美人を描くだけではなく、中国古来の美人画や故事などから素材をとった作例も数多くみられることを指摘した。

それでは、欧米系と中国の民族資本系を問わず、煙草会社はいかなる理由で、美人画カレンダーという広告分野に莫大な投資を続けたのだろうか。李は、その理由として「英美煙公司」と「南洋兄弟煙草公司」との間に展開された熾烈な販売競争を取り上げる。即ち、1924 年を前後した時期の「英美煙公司」の資料によれば、同社は日本の「仁丹」広告が中国で多くの人々に認知されて

神奈川大学非文字資料研究センター

東アジアの租界とメディア空間 第 3 回 研 究 会

日時: 2011 年 7 月 22 日(金)
16 時～18 時

会場: 神奈川大学横浜キャンパス
21 号館 4 階 405 会議室
(非文字資料研究センター内)

報告:
「中国のタバコ産業とカレンダーの印刷」
(香港大学香港人文社会研究所・李培徳教授)
「1930 年代の東京の風景」
(非文字資料研究センター研究協力者/
韓国漢陽大学校建築学科・高井正憲教授)

使用言語: 日本語

*事前予約不要 来聴歓迎です

お問い合わせ先
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事務局
〒221-8686
横浜市中区日枝 4-2-1
Tel: 045-481-5661 (内線 3-27-1)
Fax: 045-481-9839
Email: info@nonverbalcenter.ac.jp

いる、と分析し、中国資本の煙草会社との競争に打ち勝つためには、広告宣伝に大きな資金を注ぎ込まなければならなかった。この両社の販売競争は、1931年の統計によれば、「南洋兄弟煙草公司」が香港、広東、華南一帯で圧倒的な販売優勢を示したが、中国の東北地域では「英美煙公司」が70%以上にまで販売をのびし、上海でも関連企業の永泰和を迂回する手法でほぼ50%の販売を占めていたという（上海社会科学院経済研究所編『英美煙公司在華企業資料匯編』、1983年、中華書局）。

この販売競争に打ち勝つために、両社は莫大な資金を広告費に投入し、競って美人画カレンダーを制作することになったのである。また、李報告は、広告画の制作分野において、1920年代の上海では、煙草のパッケージや美人画のカレンダー、そして映画や演劇などの背景を専門に制作する広告会社があり、既に機能していたことを指摘した。現存するカレンダー広告画の中で最も多くの作品を残している抗糧英は、最初は中国の教科書出版を代表する「商務印書館」の仕事から始め、1922年にはスイスの化学工場のカレンダーを制作した後、上海の福州路で独立した画室を運営し、多くの弟子と共に広告の工房として多くの作品を残すことになった、という中国側の研究成果を紹介した。

ところが、このような上海における欧米資本と中国の民族資本の衝突には、1930年代以降になると間違いなくもう一つの日本資本という要素が加わることになる。勿論、印刷や広告の分野においても例外ではなかった。

筆者が紹介した「戦前の上海と日本人印刷業」（『人文学研究所報』、No41、2008年、神奈川大学人文学研究所）の中で触れた鹿内勤氏の回顧録「私の歩んだ道」は、印刷と広告の分野で日本資本がどのようにかわることになるか、を如実に説明してくれている。

すなわち、鹿内勤氏は、1917年頃に上海で設立された「上海印刷所」の経営について、「主に支那側の煙草の包装紙、独逸の大染料顔料会社、独逸の製薬会社Bayerが支那全土に亘る多量の宣伝物やレッテル等の仕事があり、邦人関係では各紡績会社の綿布、綿糸のレッテル、捺染関係のレッテル等を一手に引き受け、安定した経営を継続して居った次第でした。」と回想し、中でも日本の「在華紡」関連の紡績会社からの多くの印刷物を授受していたことを、次のように述べている。

「幸い三井物産関係の重役も居られたため各紡績会社、例えば上海紡績、日華紡績、同興紡績、東華紡績等は三井関係の各社に居られた方が経営して居られた様でした。

其の他、日本内地に本社を有する鐘紡、東洋紡、大日本紡、内外棉会社、豊田紡、日清紡、長崎紡など紡績全盛時代で日本経済を左右して居った時代でしたから、極めて安定した裕福な会社を独占的に得意先として居ったので、収益も高く、最高2割8分の配当をした事もあり、安定した経営の会社でした。」

1920年代に入ると、上海印刷所は中国国内の政情の不安と世界大恐慌などに伴う事業の低迷を打開するために青島のビール工場のラベル印刷などへと販路を拡大し、1930年代に入ると上海事変や満州事変などの戦乱に巻き込まれながら、中国内陸へとその営業を拡大することになる。

「東洋葉煙草会社は軍の命令により現地で専売局より専門の技師を招聘し、煙草の製造を開始する準備の真最中で、その包装紙を印刷する照会があり、最初に百花（Flower）と云う5色刷の美人絵の包装紙を印刷する事になり、一日平均5万枚（毎日）の注文があり、印刷中にどんどん増加し、一方皇軍は次から次へと上陸したため、其需要に応じられず、毎日10万枚から20万枚、30万枚、50万枚、80万枚と云う莫大な注文になったため、賃借して居った宝塔印刷所では間に合わないほどであった」というからその急速な成長ぶりをうかがうことができる。

日本軍の内陸への進出は、実は煙草の供給をも必要とし、上海印刷社は「漢口にも分工場を設置せねばならなくなり、東洋煙草の前田支店長と私が調査に漢口に赴く事になりました。（中略）1週間もかかり、漸く漢口に到着し、陸軍の協力を得て英租界の紡績工場跡に工場を設置する目標を付けて、一旦上海に帰り、其の後飛行機で往来できるようになり、一ヶ月に2回往復し、オフセット機10台を輸送し、開設することが出来ました。」とのこと。

中国の煙草ラベルと美人画のカレンダー広告は、まずは「百聞は一見に如かず」のことで多くの人の好奇心を引くものに違いない。すでに、中国だけに限らず東アジアの各地において制作された広告と制作工房などについて、注目すべき研究成果が数多く発表されている。今後、これらの研究成果から多くのことを学びながら、欧米と中国、そして、日本の煙草産業、紡績産業の資本競争が、広告の印刷と宣伝にどのような影響を与えたのか、李培徳教授の報告をうかがいながら、その究明を急がねばと思った。