



Title	斎藤佳三の芸術観：「表現浴衣」におけるデザイン実践
Author(s)	西, 晃平
Citation	デザイン理論. 2025, 85, p. 70-71
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/100279
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

斎藤佳三の芸術観

「表現浴衣」におけるデザイン実践

西 晃平 四天王寺大学短期大学部

はじめに

本研究は、大正から昭和にかけて活躍した図案家である斎藤佳三の「表現浴衣」に着目することによって、商業デザインでの斎藤の実践を取り上げ、斎藤の芸術観がどのように商業作品に表出されているのか、斎藤はどのように製品を用いて、その芸術観を社会へ働きかけようとしたのかを明らかにするものである。

斎藤佳三の芸術観の根底を成すもの

斎藤は大正元年から大正三年にかけて、当時二十世紀アヴァンギャルドの中心的な都市であったドイツへ一度目の留学をし、最先端であった芸術動向の中、西洋の芸術を享受していくことになる。

当時のドイツで各国の新しい造形芸術を紹介していたヘアヴァルト・ヴァルデンによる芸術雑誌『デア・シュトゥルム』が主催する展覧会では、ドイツ表現主義の芸術作品が展示されており、斎藤はこの展覧会で、ワシリー・カンディンスキーをはじめとする芸術家達の作品と出会う。そして、それらの作品の中に内包されている作者の「生命」や表現欲というものを感じ、徐々にその芸術観を自身の言葉で紐解きながら受容していく。斎藤は、表現派の芸術において、何かの模倣や視覚的な美しさを追求する芸術表現には見られない、作品に作者の内面や精神が反映されていることに感銘を受けたのである。再びドイツに留学した大正一二年に、斎藤はマクデブルク市を訪れ、そこで調度品や街の景観が表現派の様相に彩られていたことを目の当たりにし、日本においても生活と芸術を

結びつけることを標榜した。

斎藤佳三の図案観・新しい和服のイメージ

大正時代の図案の一般的な概念は、明治期から続く輸出産業の流れを汲む、技巧を中心としたものであった。それに対して、斎藤をはじめ若い図案家達は従来の図案概念に抗おうとしていたことが長田謙一による先行研究で示されている。また、当時は「工藝」という言葉が、不明慮に使用されていた時代でもあった。このことに斎藤は疑念を抱き「工藝」という用語の整理を行い、斎藤は「工藝」を「實用と美術要素とを等分に合成した」ものであると定義する。さらに「工藝美術」は、「純粹美術」とも混同されていた背景もあり、「工藝美術」は「生命」の発展ではなく、生活の発展であると示し、純粹美術との分別を行った。斎藤にとっての図案とは「工藝」を生み出すための制作プロセスを示すことであり、「工藝」は人が使用するものであることを前提として、「實用と美」が合わさったものであるといった考えを持っていた。

「圖案構成法」に記されている斎藤による着物図案の制作プロセスは、人が着物を着用した際に美しさが最大化されるような方法が用いられており、ファッショングデザインというよりもプロダクトデザインのような制作プロセスが見られる。斎藤は、図案は設計図のようなものなので図案家が考えた設計図を他の人に示し、他の人がそれに沿って制作した制作物は図案家の自作の範疇であるという考え方を持っていた。さらに、指揮者としての図案家という職業が成立する必要性も主張し

ていた。

「表現浴衣」の製品としての特徴と「表現浴衣」によるデザイン実践

「表現浴衣」は斎藤が二年間に渡り、雑誌『婦人世界』と雑誌『朝日』にて発表した新型の浴衣図案であり、国際趣味に傾く日本の時代観や女性の嗜好性に合う浴衣図案として考案された。考案された背景には、西洋文化の移入による、和と洋の生活文化が交差している二重生活と、西洋化に伴う女性の洋装化、西洋の流行に目を向ける女性の趣味の変化がある。斎藤は、当時の女性が、全体の統一感という意識を持たずに和服を着ていたことを問題として捉え、西洋のスーツのように全体が調和した和装を掲げようとした。また、柄に関しては西洋文化の移入に伴って、日本趣味ではない、西洋のエッセンスを取り入れた柄が必要であると考えていた。このように斎藤は、流行を踏まえつつ、時代に即した新たな和服として「表現浴衣」を提案しようとしていたのである。

斎藤は当時、輸入品に比べて国産品の品質が劣っていたということと、舶来品は高価や上質なものとして扱われていたことを指摘しており、これらの問題を解決するべく「表現浴衣」の生地や染色において、日本のかつ高品質な製品を考案しようと取り組んでいた。斎藤による新しい浴衣図案への着手は、一般的な木綿製品のイメージの転換と、国内製品の品質や価値向上という命題を抱えていたのである。

「表現浴衣」は、模様の柄合わせが特徴的である。それらは和服において、斎藤が描いていた絵を着るというイメージを実現しているとも考えられる。「表現浴衣」の実作品の調査から、斎藤は図案設計の時点では仕上がった浴衣上での模様の表れ方を考慮し、模様の配置や構成までを含めて図案を考案していたことが確認できた。

「表現浴衣」は雑誌社によって販売されていることから、多くの商業戦略が見られる。特に著名

人を起用したグラビア写真や、各界のトップランナーで構成された座談会は、「表現浴衣」のブランド価値を高めるための目的であったと思われる。加えて、特集記事や懸賞などによる販売促進によって購買欲を刺激するような仕掛けも多く存在している。このようなメディアの企画や言論と、斎藤の論述を組み合わせた商品展開は、誌面全体で斎藤が描く理想を形成しており、社会へその思想を訴求する点において有効であったのではないだろうか。

「表現浴衣」は柄の展開数の多さに加え、生地と染色の組み合わせを選択可能であったことから、既製品でありながらも個人の趣味性を商品選択に反映することが可能である。このことから「表現浴衣」は当時の流行に沿いながらも、自身の個性を発揮することができるという画期的なものであったと考えられる。

結びに代えて

西洋文化の移入によって日本の生活様式が西洋化していく中で、大衆の流行も西洋からの影響を強く受けたものになり、また日本の製品に対する価値観も西洋からの輸入品と比較して低迷していた。このように日本の文化が変化していく時代の中で斎藤は、日本らしさを軸に西洋文化を受けつつ、生活と芸術の調和を図ることで、流行や時代に即した新しい日本のイメージを描き出したのである。また、西洋と日本の二つの視点から独自に芸術観を発展させ、自身の図案観をもって製品において日本のアイデンティティを追求したと言える。

斎藤は服飾においても、表現主義の芸術観と同様に、人間の個性や人間性を重要とみなしていたことが分かった。斎藤の考える理想的な服飾意識は、自身の表現が核として表出した美術と同様に、表層に見える模様や衣服よりも、その人の個性や人間性が服飾の中に存在していることの方が重要であった。