



Title	大正・昭和初期の服飾における流行の創出：高島屋百選会を中心に
Author(s)	青木, 美保子
Citation	デザイン理論. 2004, 44, p. 1-17
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53173
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

大正・昭和初期の服飾における流行の創出 — 高島屋百選会を中心に —

青 木 美保子

京都光華女子大学

キーワード

大正時代, 昭和初期, 高島屋, 百選会, 和服, 流行
Taisho period, early Syowa period, Takashimaya,
Hyakusenkai, kimono, fashion

はじめに

I 百貨店による流行発信と百選会

II 百選会に対する評価

II-1 百選会の前身としての高島屋の懸賞募集

II-2 高島屋の商業的戦略と百選会の位置づけ

III 図案の傾向

IV 新図案創作の全容

おわりに

はじめに

近代日本の服飾に注目した時、大正・昭和初期の服飾に関する先行研究のほとんどは洋装に向けられたものであり¹、和服に関する研究は未着手の状態である。しかし実際には、この時期一般の女性達が身につけていた衣服のほとんどが和服であったことは、当時の雑誌から明らかである²。

和服の大量生産・大量消費が浸透しつつあったこの時期、その図案の流行には、大手呉服店から発展した百貨店が関与していた。百貨店で販売される和服の図案は、百貨店自らがシーズンごとに新しい傾向を企画し、業者がその趣旨に沿って制作したものであった。この企画によって、百貨店は流行を創り出し、消費者の購買意欲を掻き立てることで、販売を促進しようとしていたのである。そのような百貨店の一つが高島屋であった。

本稿では、その和服図案に着目し、高島屋の新案染織品募集及び展示販売の組織である百選会の動向を手がかりに、図案を提供する側の動向に焦点をあて、どのような傾向の図案がシーズンごとに提案されていたのか、そしてそれはどのようにして生み出されていたのかという視点で、そのメカニズムについて考察する。なお、実際に図案の流行はどのような展開を見せていたのか、そしてその流行に百選会の図案がどのように影響を及ぼしていたのかという流行実態の検証については、次の課題として別の機会に論ずることとする。大正・昭和初期に考案さ

れた和服図案はめまぐるしく変化し、一過的で落ち着きの無いものであるとの評価がある³。確かに百選会の図案も例外ではない。しかしこのような著しい変化は、社会状況の分析を基に、綿密に企画され導かれたものであった。このような図案を企画する側の動向を明らかにすることで、大正・昭和初期の和服図案評価の新たな視点を提示したい。

論考の流れとしては、まず第Ⅰ章で、消費者が百貨店の発信する流行にどのように反応していたのか、そして高島屋は自らの流行発信をどのように自覚していたのかということを確認し、その高島屋の意図が反映された百選会の組織の概要を述べる。次いで第Ⅱ章で、高島屋全体が、そしてその主力商品開発機関としての百選会が、服飾界でどのような位置づけにあったのかを考察し、第Ⅲ章では、シーズンごとに打ち出された百選会の図案が実際にどのような傾向であったのかを、制作の趣旨が記述された趣意書を中心に、標準図案および業者の応募作品の写真の分析も交えながら考察する。そして以上の考察を踏まえた上で、第Ⅳ章では、高島屋百選会の図案がどのような企画過程を経て創作されていたのか、その全容を俯瞰的に考察する。

I 百貨店による流行発信と百選会

日本の近代において、流行が商業的戦略として利用され始めたのは、明治後期に、三井呉服店が「伊達模様」「元禄模様」の流行を仕掛けた頃からとされており、その後、大正・昭和初期に、流行は大量消費を目的として企業が創出していくものであるという認識が、社会に定着していく⁴。

この流行が生み出される仕組みと、流行に対する享受者の反応を読み取る資料として、昭和3年(1928)4月11日発行の『アサヒグラフ』に掲載されている女性の服飾に関する記事、成澤玲川が記した「春の婦人の服装漫談」をみてみよう。成澤は、「美しく着飾りたい」という思いは女性共通の心理であり、「この心理が女のうちに働いている間は呉服屋が商売の一番であり、デパートが呉服中心でますます繁盛するであろう」として、呉服屋と流行と女性の関係を以下のように記述している。

流行色の基調が年々会議できめられる。持ち合わせの茶色が役立たなくなって、新流行色の何とか色に変わる。無地であった羽織や着物が地紋の上にぼかしをかけて、やれ絵羽模様がどうだ、ミラネーゼがどうだと、どこの国語かわからないやうな、片仮名の言葉が男子の知らぬ間にアルファベットも知らない婦人にさへ覚えられる⁵。

流行がどのように商品化され、消費者がそれをどのように受け止めていたのかが的確に捉えられており、流行商品が特に多くの女性達の心を掴んでいたことがよく分かる。さらに、成澤

は流行の本質を考察し、「流行は時代心理を基調として、その上に編み出される。……（中略）……呉服屋はそれを見分ける眼識がある。そこから生まれた流行こそ生命が長い。流行とは単なる変化ではない⁸」と記しており、百貨店の発信する図案は社会動向の研究に基づくものであると捉える。

ではこのような百貨店の一つである高島屋は、流行に対してどのような認識を持っていたのだろうか。

高島屋は、昭和2年、そのPR紙である『百華新聞』の中で、自らの正当性を需要者に向かって主張している。それによると、「流行の研究は本来需要者の手に依って行われるべきもの」とした上で、「我国の服飾は欧米洋服国の如く型色彩の上のみ流行の表れがあるのではなく、色彩、模様の上に絶えざる変化があるのであるからこそその研究は欧米の如く単純ではない。……（中略）……その複雑なる服飾の最も重要なものは染織の技巧である」として、供給者が社会動向を分析して流行を創り出すことは、需要者自らが流行を考案する時代が来るまでの過渡期には、止むを得ないことである。そして、百選会は有識者の助言を参考にしながら研究を重ね、自信あるもののみを発表しているのであるから、「これは、供給者のでっ上げた流行品ということは出来ない⁹」。若干弁解じみた主張ではあるが、確かに和服図案の流行には、染めや織りの技術開発が影響するものであるから、消費者が新しい傾向を提案するには限界がある。そこで世相と流行の関係を分析しながら考案した新しい図案傾向を多くの染織業者に提案し、その傾向の商品を大量に販売することで流行を生み出すシステムが必要となった。その機能を果す組織が、呉服店から発展し和服を主力商品とした百貨店だったのだろう。このような自覚を持ちながら和服販売を行っていた高島屋であるが、呉服店としては比較的後発で、明治期、国内外の博覧会への染織品の出品を機に発展し、不動の地位を築いていった。高島屋は、他の呉服店が大正前期に百貨店へと転身していく中で、呉服販売を主軸とする経営方針を貫こうとした⁹。その核となる呉服の図案研究を担うための機関として大正2年（1913）に創設されたのが、百選会であった。

百選会の作品募集および展示会は、大正2年から大正12年までは、毎年春・秋の2回、それ以降は春・夏・秋と年3回開催され、第68回の昭和15年秋まで続くが、大戦を機に一時中断する。その後、戦後復興第一回は昭和23年で、以後平成6年（1994）春まで続いていた。図1に示すとおり、百選会委員会を中心に組織され、心理学者、美術史家等、顧問の意見も参考にしながら、募集内容が検討され、毎回、趣意書として文書でテーマとその解説が提示された。大正10年からは趣意を徹底させるために、主に社員によって制作された標準図案（趣意を具象化した参考図案）が、数十枚添えられるようになる。そして染織業者は、この趣旨に沿った反物や帯地を制作して応募した。集まった作品の中から優秀なものが入選品として、京都、

大阪、東京各店の陳列発表会で展示販売されていたのである。

II 百選会に対する評価

II-1 百選会の前身としての高島屋の懸賞募集

百貨店にとって、博覧会で優秀な成績を修めることは、広告宣伝手段の一つにもなっていたのであるが、高島屋は、その博覧会と同じように応募者の開発意欲を掻き立てる企画を自らが仕掛けるという戦略に出た。他の大手呉服店に先駆けて、明治24年(1891)に外国向け帛紗図案の懸賞募集を行い¹⁰、以後度々染織品及び図案の募集を行っている。因みに明治24年、京都美術協会もまた年3回の図案募集とその陳列会の開催を決定しているし、友禅協会は明治25年に発足し同年より図案募集を開始している。このような様子から、京都の染織業界が懸賞募集をもって図案の発展を図る動きを見せ始めたのは明治24、5年頃であると推測される。三越が懸賞募集を

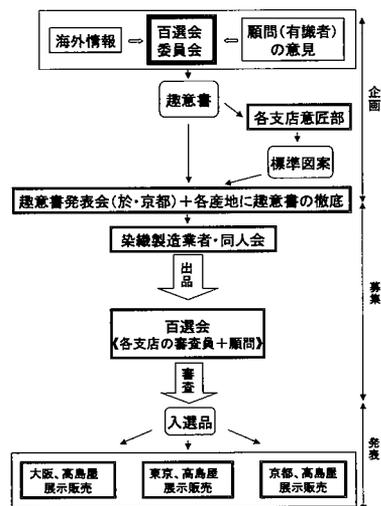


図1 百選会の仕組み

始めたのは明治32年であるから、高島屋を含む京都染織界が他に先駆けて、早くから図案改革に取り組む姿勢を打ち出していたことになり、この動向が後に全国的に流行する懸賞募集の嚆矢と推測される。

そして、この懸賞募集の有効性が工芸界全体に認められるようになったのは、大正に入ってからのことである。『日本工芸沿革史』の記述によると、大正初め頃から、懸賞募集によって新機軸を開発することは通例化しつつあったようであるが¹¹、この頃すでに高島屋は約20年間に亘って、懸賞募集による染織品および図案の改革に取り組んでいたのである。つまり、懸賞募集を基盤として大正2年(1913)に始まった百選会は、そのスタートから十分な信用を得ていたことになる。

『百選会百回史』の業者の回顧の記述には、百選会に応募し「優選」を獲得するために、損得を考えず取り組んでいた理由として、「大正時代の終わりとするれば、地方の百貨店にメーカーなり問屋を知らせるための非常なP・Rになるんですよ」¹²とある。つまり、百選会は業者にとっては宣伝機能を果たしていたのであり、高島屋が博覧会で得た名声を宣伝の手段としたことと同様の構図がみられるのである。

以上のことから、百選会は長年の実績を積んだ懸賞募集を発展させたものであり、服飾界に

大きな影響力を持つ組織であったことが推測されよう。

II-2 高島屋の商業的戦略と百選会の位置づけ

昭和7, 8年(1932, 1933)の『大大阪』に掲載されている、藤澤茂という人物の「百貨店アラベスク」その一・その二という記事に、当時の百貨店の実情が記されている。それによると、昭和初期のこの時期、百貨店は「虚栄の殿堂」から「民衆の殿堂」へと豹変した¹³。草創期の百貨店は、商品の購買層を上流階級に定め、百貨店で物品を購入することが彼らにとってステータスとなることで経営が成立していた。しかし急激に発展した大衆文化に対応し、大衆をも顧客のターゲットにする方向へと方針を転換したのである。そして次に、高島屋の商業的戦略の特徴が分析されている。

興行師もどきの大仰な催物、宣伝ビラの大散布、行商人的地方出張販売……(中略)……
戦術が案外に効果もたらし、一般受けがしているのである、殊に婦人子供には一層に受けがよいのだ¹⁴。

この行商人的地方販売に関しては、通信販売との関係から分析が加えられている。高島屋は地方の新聞に広告を載せ宣伝ビラを送付し、多額の経費をかけて地方の中産階級に商品を販売することでその後の通信販売のルートを開拓していた。しかも高島屋は通信販売を主な目的として、月刊誌『新衣裳』⁵を明治35年(1902)に創刊している。つまり高島屋は明治期からすでに通信販売のルートを開拓しており、その販売ルートの強化にこの地方出張販売が有効な手段となったと推測される。

さらに、藤澤は、具体的に各百貨店の服飾傾向の比較も行っている。

現在各百貨店にはそれぞれ店主唱の流行発表機関がある。例えば白木屋の綾呉会、三越の三彩会、高島屋の百選会、大丸の研彩会等と云ったものがその代表的なもので……(中略)……三越はお上品一点張りだし、白木屋は地味好みで常に渋みのある傾向を示しているし、高島屋はウルトラ・モダン好みで、シーズンごとに思ひ切って派手なものや、突拍子もないものを発表し、いろんな意味で同業者を驚かし、大丸は粋で押して来ている¹⁶。

このように各百貨店が特徴ある流行の発表機関を持っており、中でも百選会が際立った動きを見せていたことが察せられる。また、『百選会百回史』の業者の回顧の記述に、「出品者から聞いたことですが、『百選会の物品は一年位あとで全国的に小売屋さんが扱ってくれるように

なります。それだけ進んでいるんですね』と、全くそうであったと思います」[HH-p210]とある。あるいは、当時を知る証言として、「百選会の作品が流行市場に流れるのは、2、3年のちでしたね」[HH-p177]とも記されている。

以上の記述から、昭和初期に高島屋は全国的な知名度を持つ百貨店になっていたことと、百選会が服飾界をリードする存在であったことが、推測できよう。

他にも、百選会の社会的評価を測り知る当時の資料として、『新衣裳』大正9年(1920)春の巻がある。そこには大手新聞社『東京朝日』『時事』『中央』『読売』『二六』『大阪毎日』が掲載した同シーズンの百選会に関する批評記事が収集され、纏めて記載されている。各社とも開催場所、月日に加え、その回の傾向を詳細に分析している¹⁷。これらの新聞の読者数を考えると、高島屋自らが新聞社に流した百選会の情報であったとしても、この情報の影響力が察せられよう。

III 図案の傾向

それでは大正から昭和初期にかけて、百選会がどのような意図をもって各シーズンの図案の傾向を設定し、それが実際にどのような新図案として表現されていたのか、社会動向と照らし合わせながら考察していこう。図案傾向を分析するに当たっては、文書資料として『百選会百回史』に記載されている趣意書と、その補足として『新衣裳』¹⁸を、視覚資料として高島屋資料館所蔵の『百選会図録』および『百選会図案集』¹⁹に掲載されている標準図案、さらに入選した業者の応募作品の写真資料を用いた。なお、これらの資料を基に傾向の変化を考察した結果、大正2年(1913)から戦前までの期間は7期に分けることができるように思われる。そこで各時期に即してその傾向と特徴をみていくことにする。

(1) 第一期・西欧への憧憬——大正2、3年(1913、1914)頃——

大正初期の傾向については、その頃の趣意書は募集要項的なもので、傾向を探る記述や図案等が見当たらないため、それに代わって、『新衣裳』を参考に傾向を考察した。

大正2年12月発行『新衣裳』に掲載の「たかしまの流行品百選会」では、百選会は「全国各地の染織業者が苦心に苦心を重ねて製出した模範的、代表的のもの多数を蒐め一つは以て流行の魁となし一は以て技術研究奨励に資して居るので御座ります……」とPRした上で、10月から11月初旬にかけて開催された百選会の秋の傾向は、「今秋流行界の革命を来した動機となったマルホフ式の応用が盛んに行はれましたものですから益々其趣を一変せしめたと云う感じが御座りました」との報告がある。そして同号の「暮れ行く年」には、マルホフ式図案を日本の服飾界に最初に取り入れたのは高島屋であるとの記述があり、「マルホフ式の元祖」には

ヨセフ・ホフマン Josef Hoffmann (1870-1956) の履歴が掲載され、マルホフ式のルーツが当時のヨーロッパの美術工芸界にあることが解説されている。また、「大正三年新春の流行は如何？」には、春の流行を予想して、油絵風の模様の流行を謳った記述もある²⁰。これらの記事から、百選会は大正初期、西欧の美術工芸や絵画に注目していたと推測される。

(2) 第二期・伝統の自覚——大正4年(1915)頃から大正10年(1921)頃まで——

しかし大正中期、日本の伝統的図案に注目する傾向が強まってくる。大正6年の『新衣裳』では、古代の趣のあるもの、土佐住吉の絵巻物や広重の風景版画を模したものの、歌麿、師宣の筆致を模したもの、あるいは歌舞伎趣味などをモチーフにしたものが流行していることを解説している²¹。また大正10年春の趣意書に「三千年来の伝統に根ざした純日本趣味……(中略)……世界に誇るべき純日本的染織芸術」[HH-p. 280]と、自国の伝統への自負を強く感じさせる記述がある。

社会背景としては、大正4年の天皇の即位式がある。この大典以降、自国の伝統を意識した図案傾向へと大きく変化している。経済的には、大正3年に勃発した第一次大戦によって、日本は軍需景気に沸いた。この経済的発展は自国の国際的認識を生み、相対的に自己を評価する意識を形成した。そのことが伝統を意識した傾向に繋がったとも考えられる。第一期から一転しての傾向のようにもみえるが、これは異文化を知ってこそその自己発見という意味で、第一期の西洋を嗜好する傾向とは表裏一体の傾向として捉えることもできよう。

そして、ここでもうひとつの注目すべき傾向がみられる。大正9年秋、伝統美を源泉に創作を促す趣意に加え、経済的な視点が加わってくることである。第16回・大正9年秋の趣意書の「国民的平常着を要望す」の項に、「十円から十五円の価格」[HH-p. 279, 280]と趣意書では初めて金額の提示がなされ、続く大正10年には「七円から十円」と価格設定がさらに低くなっている。高島屋は大正8年に株式会社となっており、事業の拡大を目的に顧客層を大衆にまで広げようとする意図が感じられる。大正7年大戦終結後は、反動恐慌が発生した。『近代友禅史』によると、大正9年4月から10月頃までの約半年間、友禅染業者は殆んど休業状態にあったようである²²。このような不況を反映しての価格設定という側面も考えられる。斬新な図案の提案はリスクを伴う冒険であり、このような不況下では、安定した需要が予想される伝統的傾向を持続することが得策とされたのであろうか。この時期の伝統的傾向は、他の時期に比べ長い期間続いている。

(3) 第三期・西欧文化の本格的受容——大正11, 12年(1922, 1923)頃——

大正11年頃より、それまでの伝統重視の姿勢から大きく転換し、新しい西欧文化の影響が

窺え、それを冷静に受け止めようとする姿勢がみられるようになる。因みに日本の美術動向としては、洋画壇の新団体として大正9年に未来派美術協会が設立され、大正11年にはその未来派の動きが活発になる。また大正11年にはアクション、大正12年にはマヴォが結成され、日本の前衛美術の動向が極めて活発な時期であった。

第19回・大正11年春の趣意書は「新文化模様」をテーマとして、「現在は絵での思想や趣味の転向期」で、「絵の方では色彩や線条を用いて、音楽や文学の領分内の音響や運動を示そうとしたり……」と分析した上で、「自然観察の新表現」、「大戦後の欧州図案界に於ける新傾向の研究」、「レンズに美化せられたる新様式」など、テーマの要素項目を設定し、欧州のデザイン動向、あるいは、新しい写真技術、顕微鏡、山稜鏡によって得られる図像や配彩などを発想源として提示している。また、前衛美術の動向に対して、批判的な分析もある。「彼の所謂未来派や、表現派の絵画などの様式は余りに自然を毀損して気持ちの悪いものに陥って居ります」として、新傾向の芸術を踏まえながらも、それを服飾に応用する際には服飾工芸の持つ「優美」を忘れぬようにとの注意を促している [HH-p. 284, 285]。

(4) 第四期・伝統と革新 — 大正13年(1924)頃から昭和2年(1927)頃まで —

第22回・大正12年秋、この回より一科二科制を導入、この二つに分けての募集となる。同回の趣意書では、第一科に対して、「推古天平の昔から今日に至る美術工芸を回顧して、その名物と称せられるものの意匠風韻を妙用して現代にふさわしい復興的な純日本模様」を求め、第二科に対しては、「最も新しい現代芸術の傾向を服飾に応用したものです。……(中略)……線や形の面白い奇抜な単化、色の美しい強い素朴な調和、手答のある、底力のある、どっしりとした感じ、分り易いしかも動的なまとめかた、分離したまたは部分的な統一……」と表現方法を解説し、さらに表現の手がかりとして「装飾画の研究」、「原始模様の研究」の項を設けている [HH-p 293, 294]。

また、第27回・大正15年春の趣意書には、「現代服飾流行界の大勢をみますと、大きな流れがあるように存せられます。その第一は祖国主義の上に立つ伝統の尊重と云う事であり、第二は世界主義の上に立つ新文化の創造と云う事です。若しこの二つの中の一つが欠けたなら、この国民的文化の尊い生命の流動が失われて仕舞わなければなりません。……(中略)……第一科の標榜する所は伝統の美を過去に求める純日本趣味の服飾であり、第二科の主張する所は、独創の美を世界に示す現代趣味の服飾であります」 [HH-p. 310] とある。

この時期のテーマの流れを見ると、第一科は、「山楽趣味、宗達趣味」「新小袖趣味」「色絵趣味の新小袖模様」「絵巻趣味」、第二科は「新クロマ模様」「ボン・トン模様」「ラ・ヴィー模様」「ウルチマ・モオダ」となっている。ただし、このように一科と二科はそれぞれのテーマ

を打ち出しているのではあるが、第一科が具体的に参考となる人物や工芸品をテーマとしているのに対し、第二科は表現手法の分析は詳細に行っているものの、参考となる具体的な様式に対する言及は見られない。そこで以下、趣意書の第二科で指示された表現手法とその標準図案の傾向を分析する。

「新クロマ模様」は形より色調本位の模様を意味し、その雰囲気は「ドイツ式の深刻さよりもフランス流のボン・トンを多分に欲する」[HH-p. 302]とある。そしてここに表現された「ボン・トン」が次の第二科のテーマとなっている。「ボン・トン模様」は色調本位の「新クロマ模様」を発展させて、線と形の意義を強くしたもので、色調の要素が五分、線や形の要素が五分と言うことである [HH-p. 309]。この「新クロマ模様」と「ボン・トン模様」がテーマとなっている時期には、原色に近い鮮やかな色の多色配色や、植物や鳥のモチーフを単純化した図案など、アール・デコスタイルを思わせる模様が多く見られる。因みに大正14年は、パリで現代装飾・産業美術博覧会の開催された年である。

次に来るテーマ「ラ・ヴィー模様」は、第28回・大正15年秋の趣意書によると、「ボン・トン模様」をさらに美の理想に醇化した主観表現であり、外界の模倣ではなく、自由で新しい美の創造を求めている主張であった。そして当時流行していた新興芸術に対する言及が見られる。「このラ・ヴィー「新生」模様を創作するについて特に御留意を願いたいのは、所謂構成派を標榜して描かれた近頃のポスターや看板や押絵などを見ますと、いや味な色と色の衝突、かえって型にはまり過ぎた幼稚な幾何学的な線、乾き切った生硬な感じが……（中略）……かう云ふものが、徒に物騒がしいイライラした気持ちを与えているに過ぎませんが」と批判した上で、現代は洗練された文化が線や色に表れる状況なのだから、それを拒むことなくかつ伝統にも囚われないで、いかに理想を実現できるかが問題だとしている。この理想に近いものとしてアルベール・グレーズ Albert Gleizes (1881-1953)、アーキペンコ・アレクサンダー Archipenko Alexander (1887-1964)、ナターリャ・ゴンチャローバ Nathalie Gontcharowa (1881-1962) の色彩感覚を挙げている [HH-p. 319]。また第29回・昭和2年春には、オディロン・ルドン Odilon Redon (1840-1916) の作風を取り上げている [HH-p. 324]。図2は、同回の「ラ・ヴィー模様」の標準図案「春の迷想」と応募作品の帯である。この左の標準図案のパステル調の筆致と色彩感覚は、ルドンの作風を模したものであろうと思われる。ルドンの作風は晩年、それまで

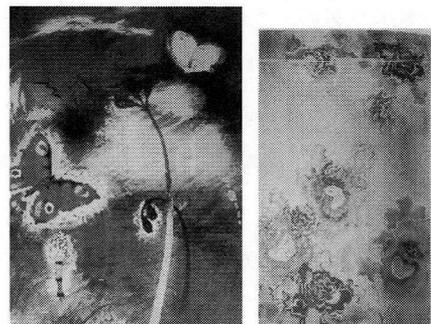


図2 第29回・標準図案「春の迷想」と応募作品の帯

の黒の作品から鮮やかな色調の作品へと変化している。また晩年、ゴブラン織製作所からの依頼により下絵を描いており²³、趣意書に取り上げられた背景に、その辺りの状況も影響しているのではないだろうか。右の帯の方は、標準図案からモチーフの蝶を応用し、その幻想的な雰囲気解釈し表現した作品であろうと思われる。

そして、この流れの最後に「ウルチマ・モオダ」がある。前述の構成派があまりに連想の味わいや感情のニュアンスに乏しいことに起因して欧州の芸術が転向期を迎えつつあると分析し、そこから出発した「ラ・ヴィー模様」が新しい局面を開き、洗練、高雅、典麗、純一なフランスの芸術及び服飾を摂取し醇化したものが「ウルチマ・モアダ様式」だとしている [HH-p. 328]。

以上のように第二科は、「新クロマ模様」「ボン・トン模様」「ラ・ヴィー模様」「ウルチマ・モオダ」と、趣意書においては、色の重視に始まり、次に色に形への関心が加わり、さらにはその形に精神性が付与される展開をみせており、標準図案もその趣旨に沿って、単純な図案構成と平面的な彩色から始まり、次第に細かな線表現や、色彩のグラデーション表現など複雑なものへと変化している。

一方、第一科の、「新小袖趣味」の後に続く「色絵趣味の新小袖模様」では、源泉となるモチーフが具体的に示されており、仁清、乾山、柿右衛門、あるいは色鍋島、古九谷などの特徴を分析し、そこに絵付けされた陶器の図案を小袖趣味の図案に取り入れる工夫を提案している [HH-p. 311]。図3は、第27回・大正15年春の第一科テーマ「色絵趣味の新小袖」の標準図案「窯爐の花」とその応募作品の帯「赤絵陶瓷」である。陶磁器の図案の応用を指示した趣意

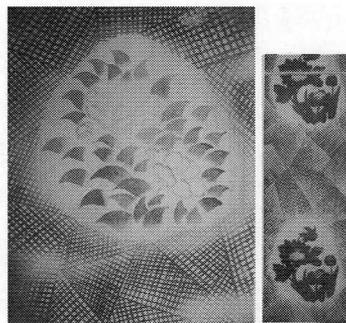


図3 第27回・標準図案「窯爐の花」と応募作品の帯「赤絵陶瓷」

書に従い、花模様を包み込むように配された交錯する赤い格子模様から、陶器に描かれた花の図案が、窯炉の炎の中に浮かび上がる様子をイメージして描かれたものと推測される。また「絵巻趣味」に関する趣意書には、絵巻の時代の特徴や構図の特徴を分析した上で、服飾に應用する際の絵巻の着目点が解説されており、そこから「現代の精神に置きかへた絵巻趣味の新古典趣味」を創造するようとの指示がある [HH-p. 317]。

- (5) 第五期・日本と西欧の伝統 — 昭和3年(1928)頃から昭和6年(1931)頃まで — 第四期から引き続き一科二科制である。しかし、両科とも伝統的傾向が強まっている。第一科に関しては、第30回・昭和2年秋から以後4回「万葉模様」が続いている。趣意書

には、「各時代の外からの付け味を、思い切って振り捨ててしまわなければなりません」[HH-p. 327]との記述がある。海外文化を吸収し咀嚼した結果として自国を認識し、その精神は海外からの影響を受ける以前の古代への憧憬へと帰着したというのである。また古典傾向が強まった理由のひとつとして、大典の影響も考えられる。このことは前述の、大典が挙行された大正4年(1915)に、大典模様を代表とする日本の伝統的模様が流行したことと考え合わせると、やはり昭和のこの時期の傾向も、日本国民の精神の根底にある天皇制を拠りどころとした民族意識を捉えての企画と言えよう。

次のテーマは「新光悦模様」である。趣意書では「時代が求めてゐる純日本趣味的なもの」を本阿弥光悦の芸術から導くべく、その芸術様式を絵画と蒔絵の分野において詳しく解説している[HH-pp. 343-346]。図4は、第36回・昭和4年秋の第一科「新光悦模様」の標準圖案3種である。「秋色流影」には光琳菊のように見える図柄が表現されており、標準圖案を描く際の趣意書の曖昧な解釈が感じられる部分もあるが、趣意書には光悦の最大の特徴を洒脱味と捉え、その表現方法として「薄墨色と金泥との幻想や、一切の形状を曲線のリズムにぼかしたこと」[HH-p. 358]が取り上げられており、その解説を受けてこれらの標準圖案には薄墨色と金泥、あるいは曲線の表現が用いられている。

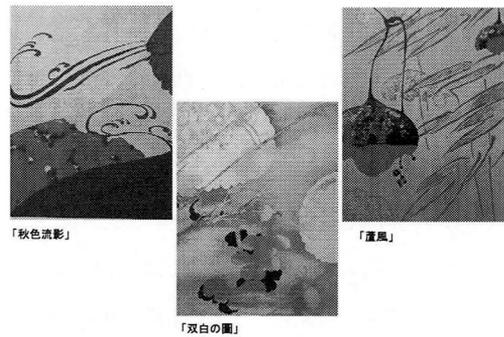


図4 第36回・標準圖案3種

このような伝統的傾向は、第二科にも見られる。昭和3年春、夏、秋、第二科のテーマは「新ゴシック模様」である。第33回・昭和3年秋の趣意書には、欧州の文化傾向を「形象的には、未来派以降の破壊運動によって失われた美の格調を古き伝統に求め、また、新鮮な生命の輝きを自然に求めて……」[HH-p. 340]とある。そしてその後、西洋の伝統に注目したテーマが続く。図5は、第31回・昭和3年春の第二科テーマ「新ゴシック模様」の標準圖案4種である。ゴシック建築に見られる装飾やステンドグラスが発生源であろうか。しかし明度の高い赤や

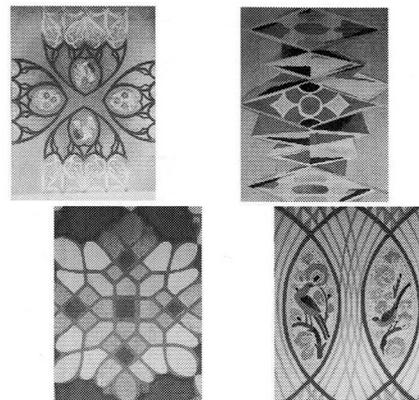


図5 第31回・標準圖案4種

青を中心にした配色からはゴシック様式のもつ重厚なイメージは感じられず、その点を新しさへの工夫と捉えることができよう。

(6) 第六期・国粹化 — 昭和7年(1932)頃から昭和13年(1938)頃まで —

一科二科制が廃止され一本化された第45回・昭和7年秋のテーマは「新日本趣味」である。趣意書には、一本化の理由として、近代日本の文化のあらゆる方面に西洋の影響を見るに至っていると断った上で、「日本民族の精神文化は全世界に誇るべき特殊の存在で、他に類例ない輝きをもったもの」[HH-p. 392]とある。また第46回・昭和8年春の趣意書では、軍事的に緊張の色が濃くなってきた世相を読んで、慎重な堅実路線の選択を説いている[HH-p. 396]。経済面では、昭和6年の金輸出再禁止令によって相次ぐ不況から脱し、繊維産業も一気に好転した時期でもあった。

この時期の標準図案は、一種類の花を大きく表現したものが殆どであるが、その背景にはこのような事情があった。つまり、西洋文化を吸収し自国の文化に同化させることによって我国は国際的発展を遂げたという自覚から、日本と西洋の二本立ての必要性がなくなってきたのである。モチーフとして用いられた花には、ことさらに西欧文化を強調した表現、あるいは日本の歴史的な事象を強くイメージさせる表現は感じられず、花の形そのものの面白さを捉えての表現であるように感じられる。加えて、モチーフの大胆な表現から感じられる華やかな印象は、不況から脱した社会の反映と捉えることもできよう。

しかしこれらの標準図案からは、以前のような斬新さへの工夫が感じられない。昭和12年発行の『現代美術』に、和服図案の流行のマンネリ化を批評した記述がある。それによると、服飾美術として染織は非常な興隆を示す一方で、精神的内容は乏しく、技術のみが昂揚し、国粹古典趣味がこれを援助した²⁴。また和服には伝統があり材料に恵まれすぎており、経済的観点からも、リスクの大きい創意を排除する傾向がある²⁵。和服図案の華やかさが増す一方で、創造性が乏しくなっている事情が窺える。

(7) 第七期・戦争に向けて — 昭和14, 15年(1939, 1940)頃 —

この時期、趣意書には西洋に関わるモチーフや表現方法は全く影を潜め、第63回・昭和14年春の趣意書には、「新東亜の建設」のため、「国家的指針」に従い、色調や模様を考え、「指導精神の透徹普及を計ることは適切な方策であろう」として、日本が国を挙げて戦争に突入しようとしていることがはっきりと記述されている[HH-p. 470]。そしてその後第68回・昭和15年秋を最後に百選会は中断し、代わりに発足した日本服装規正研究会が提唱した婦人国民服へと繋がっていくのである。

IV 新図案創作の全容

大正・昭和初期の社会に一貫する特徴は、西欧の文化を受容しようとする動向と、日本の伝統を守ろうとする動向がせめぎあっていたところにある。その複雑な風潮が百選会の図案にも反映されていたことが、以上の傾向から読み取れる。つまり、西洋という異文化と日本の伝統文化という二つの発想源を交錯させながら創作された意匠が、短い周期での展開を見せているのである。

ここで、このような変化に富んだ意匠を次々に創作することができた高島屋には、注目すべき素地があった点を指摘しておこう。高島屋は明治初期の頃より、博覧会出品のために著名な日本画家に下絵を依頼し、日本の伝統美を表現した染織美術品の開発に力を注いでいたことから、伝統的表現に関しては十分な情報を蓄積していたことが推測される。また、海外の最新の情報に関しても、京都博覧会をきっかけに早くから外国人への染織品の販売に着手し、さらに万国博覧会を契機として、海外への進出にも積極的に取り組み、その後貿易店として輸出だけでなく輸入業にも関わるようになる。海外事情にかなり精通していたことが考えられる。このような基盤を持っていた高島屋であったからこそ、これまで考察してきたような百選会の展開が可能となったのであろう。

ただし、形態において日本の伝統を絶対とする和服に、図案として西洋の意匠を取り入れ、享受者へのスムーズな浸透を図る上では、その意匠を日本の伝統に馴染む形に変容させることが必要不可欠な条件であった。図6は、第26回・大正14年（1925）秋の第二科テーマ「ボン・トン模様」の標準図案「秋の色草」と応募作品の帯2点である。左の標準図案は、形の面白さもさることながら、対照的な色相の組み合わせに加え、黒の効果的使い方が目に付き、アール・デコを強く感じさせる。第二科であるから、このように解釈するのが妥当であろう。しかし別の見方をすれば、この構成を日本の伝統美と捉えることもできる。つまり、この円弧の繰り返しに、古来、秋のモチーフとして多用されてきた薄の文様を読み取ることもできるのである。ここに西欧の美を解釈する際に働く、日本の美意識というフィルター働きを垣間見ることができよう。さらに、中央の帯の図案には、その日本の秋の美意識を明確にするように、鶉が添えられている。また右の帯の方は、一箇所斜めに柄を配す構図のおもしろさに加え、具象表現として植物を添えることで、いっそう華やかさが増しているように思われる。

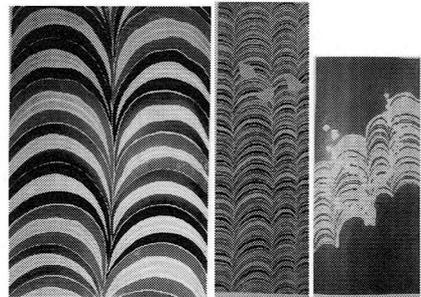


図6 第26回・標準図案「秋の色草」と応募作品の帯2点

しかし他方、国際意識の高まっていた時期に、日本の伝統的な図案は、新しい要素を添えるという変容をなさずして消費者の大きな関心を生むことは難しかったと考えられる。図7は、第28回・大正15年秋の第一科テーマ「絵巻趣味の新古典模様」の標準図案「三山」とその応募作品の帯である。左の標準図案はテーマ通り、平安や鎌倉時代の絵巻に見られる穏やかな景色を思わせるが、構図を斜めにとることで新しさを狙った図案である

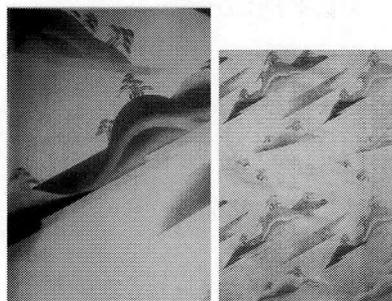


図7 第28回・標準図案「三山」と応募作品の帯「三つの山」

うか。そして右の帯「三つの山」はその斜めに配した遠山を小さくし並列させることによって、極めて日本の伝統を感じさせるモチーフであるにもかかわらず、西洋のテキスタイルのようにも見えるユニークな作品といえよう。

以上のように、百選会の標準図案は、異文化や過去の意匠から導かれ、そこに新奇性を意識してオリジナルとは違った表現となるよう工夫が加えられていたのである。そしてさらに、その標準図案と趣意書の解釈を基に、多くの染織業者は、多種多様な作品を制作した。こうして百選会が提案した図案傾向の反物や帯が、大量に生み出されたのであった。

おわりに

以上、大正から昭和初期の和服図案が、流行を創り出すことを目的としてどのようにして創作されていたのかについて、百選会の動向を解明することによって考察してきた。

日本の長い歴史の中で培われてきた和服の伝統は、西洋の影響が顕著なこの時期においても、その形態を容易に変化させることはなかったが、時代と共に常に変化してきた図案に関しては、刻々と変化する社会状況を反映させ、新しい図案傾向を次々に発信することが、大量の物品生産が可能となったこの時期の百貨店にとって商業的戦略の有効な手段となった。消費の拡大を狙って、意図的に流行が創り出されるという点においては、ここに現在のファッションビジネスの原点をみることもできよう。

中でも、高島屋百選会は、西洋文化や日本の伝統意匠を基に、そこに巧みなアレンジを施すことで、時代の嗜好する意匠をシーズンごとに考案し、趣意書や標準図案、あるいは広告宣伝によって、そのコンセプトを流布させ、流行を創出しようとしていたのである。また、百選会に応募した業者は、他の取引先に、百選会で優選品となった商品を紹介し、時には北海道や九州の呉服屋に懇願されて、地方でならということで優選品を百選会展示会の会期前に卸したようなこともあったようだ [HH-p. 211]。百選会の打ち出した新図案が地方各地に広がってい

くには、このようなルートもあったと考えられる。ただし、このような波及の実態については、実際の流行の検証とともに、今後の課題としたい。

本稿は意匠学会第175回研究例会（2003年5月17日 於：大阪芸術大学付属 大阪美術専門学校）の発表原稿を加筆修正したものである。

本研究を進めるにあたり、数ヶ月にわたる調査と貴重な資料・情報の提供を頂いた高島屋資料館の皆様には、記して感謝の意を申し上げたい。

なお掲載した写真は、高島屋資料館所蔵の百選会図録および標準図案集より抜粋したものである。

註

- 1 近代日本の洋装史に関しては、中山千代『日本婦人洋装史』（吉川弘文館，昭和62年）が社会学的分析も加えながら詳細な研究を行っている。他の日本の洋装史研究の内容の多くは、この大著に網羅されている。また写真資料により当時の洋装を視覚的に把握できる著書としては、遠藤武／石山彰『写真に見る日本洋装史』（文化出版局，昭和55年）がある。最近の研究では、青木淳子「モダンガールのファッション—大正末期から昭和初期の洋装化の過程にみる」（『国際服飾学会誌』No. 16，国際服飾学会，平成11年）が、モダンガールを論じる中で洋装に関する考察を行っている。
- 2 「東京朝日紙上討論 家庭婦人の洋装の可否」（『アサヒグラフ』第4巻第13号，朝日新聞社，大正14年3月25日）では、新聞アンケートの結果，洋装を可とするもの125名，否とするもの211名と，圧倒的に否定的意見が多いことが分かる。さらに，今和次郎「洋服の銀座 奥さんの新宿 和服の浅草」（『アサヒグラフ』第18巻第18号，朝日新聞社，昭和7年4月27日）においては「東京の三大盛り場」での服装調査の結果として，「婦人の洋装は奥さんと若奥さんのうちでどれだけあるかをみると，銀座では2%，新宿は1.5%，浅草は僅かに0.3%と出ます」とある。なお，この『アサヒグラフ』に関しては大正12年の創刊から昭和8年までのものを視覚的資料として参考にした。掲載されている街頭のスナップ写真は，注目に値する洋装の女性を撮影したものも確かに多いが，その背景に写る多くの女性達の服装のほとんどは和服である。また「婦人の服装と理容との研究」（『女性』5巻3号，プラトン社，大正13年3月）では，10名の有識者が座談会形式で，女性の日本服（和服）の問題点と改良案，洋服の導入の可否等が論じられている。つまりこの時点で，女性の一般的服装は和服であることが読み取れる。
- 3 山邊知行監修／むろまち染織絵巻開催委員会染織展部会編『京都の近代染織』，京都織物卸商業組合，平成6年，p. 14
- 4 神野由紀「近代日本と流行 — 社会の近代化に伴う流行の変質について」（『デザイン学研究特集号』第9巻4号，日本デザイン学会，平成14年）において，神野は流行論を取り上げ，社会学的見地から，

明治30年代に流行が資本によって操作され始め、大正後半から昭和初期にかけて、流行の商品化が生活のあらゆる局面に浸透し始めたことを明らかにしている。加えて新たな資料として、川村猪蔵「流行の帰趨」(『京都美術』第40号、京都美術協会、大正5年12月)を取り上げる。川村は、「流行は自動的にして現はる、染織家图案家の以って流行を作りたりとし、或は流行を促したりとなすものはこれ其の染織の作品が偶其時代の風潮に合致したる結果……(中略)……流行の来るや世間が現在のものに飽きてさらに何等かを求むる時機に投合せざるべからず、……(中略)……流行を作らんとする其根底に於いて大なる誤りあればなり」と記している。つまり「流行は操作される」とする世論を真っ向から否定している。しかし、このことは、大正前期頃「流行」が意図的に操作されることが社会動向として認識され始めていたことの左証とも捉えることができよう。

- 5 成澤玲川「春の婦人の服装漫談」『アサヒグラフ』第10巻第16号、朝日新聞社、昭和3年4月11日、p.25
- 6 同上
- 7 高島屋のPRを目的とした大正15年発刊のこの新聞は、大阪新聞社の輪転機にかけられ10万部が刷られた。この数は大阪新聞の部数より遥かに多く、第3種郵便物認可の新聞発行は百貨店では初めてであった。発行は毎月一のつく日、1日、11日、21日で、高島屋資料館には昭和5年9月21日までのものが保管されており、『高島屋135年史』には「4カ年にわたった」とあるので、おそらくほぼ全号保存されているようである。内容はPRもさることながら、「趣味の新聞」を謳って盛り沢山の幅広い文化的情報で構成されている。
- 8 「服飾の流行」『百華新聞』、昭和2年3月11日付
- 9 近代日本の百貨店に関する先行研究の多くは、三越を中心に考察しているが、この偏向を指摘し、高島屋を経営の観点から考察した論文に、藤岡里圭「高島屋草創期における博覧会の役割」「高島屋における百貨店化の過程」(『経営研究』第50巻第1・2号、第51巻第1号、大阪市立大学商学部、平成11、12年)がある。
- 10 村上文芽『近代友禅史』、芸艸堂、昭和2年、pp.105-106
- 11 金子清次『日本工芸沿革史』、共立社、昭和11年、p.203
- 12 『百選会百回史』、高島屋本社業務部、昭和46年、p.216(以後『百選会百回史』からの引用文及び参照箇所については、本文中において記号HHをつけてページを記載する)
- 13 藤澤茂「百貨店アラベスク——その一——」『大大阪』第8巻第8号、大阪市協会、昭和7年、p.70
- 14 同上論文、p.71
- 15 『新衣裳』は、高島屋が通信販売を主な目的として、明治35年に創刊した月刊雑誌で、呉服店の刊行物としては我国最初のものであると言われている。地方の顧客獲得に貢献したようで、創刊当初は300部に過ぎなかったが、次第に増加し数千部に達し、「流行便り」として評判になったようである。『高島屋135年史』には「大正5年までつけられた」とあるが、現在資料館にはその内のわずかしが保存されていない。なおその中に大正9年のものがあり実際にいつまで発行されていたのかは不明となった。

- 16 藤澤茂「百貨店アラベスク ― その二 ―」『大大阪』第9巻第1号, 大阪市協会, 昭和8年, p. 75
- 17 『新衣裳』大正9年春の巻, たかしまや飯田呉服店, 大正9年, pp. 31-33
- 18 高島屋資料館保存の『新衣裳』(脚注15参照)の大正2年十二の巻, 大正4年秋季増刊, 大正5年秋季増刊, 大正9年春の巻に, 開催された百選会の報告文が掲載されており, いずれも, 百選会が好評を博し, 百選会の新柄が流行界の趨勢であると主張されている。これらの記載から, 大正期の百選会は高島屋にとって呉服に関する企画の中でも流行を牽引するという意味において重要な位置にあったことと, 百選会の新柄傾向を伝える『新衣裳』の記事は, 百選会が発信する流行の流布の一端を担っていたことが推測される。
- 19 現在資料館で保存されている第二次大戦前の, 回ごとに纏められた百選会図録および図案集は, 第19回以降のもので, 若干の欠号もあり, それ以前に発行されていたかどうかは不明である。その形態は, サイズ295×210mmで標準図案(40点前後)と作品(100点前後)が一冊にまとめられている場合, 標準図案集と作品集とが別々の冊子になっている場合, 標準図案が綴じられている場合とそうでない場合(その場合は何枚か紛失しているものもある)などさまざまである。
- 20 『新衣裳』大正2年12の巻, たかしまや飯田呉服店, 大正2年, p. 29, 30, 31, 34
- 21 『新衣裳』大正6年秋季増刊, たかしまや飯田呉服店, 大正6年, p. 19
- 22 村上, 前掲書, 昭和2年, p. 155
- 23 山上紀子「政府注文と画家 ― オディロン・ルドンによるゴブラン織り下絵制作について ―」『美術史』Vol. 52, No. 2, 美術史学会, 平成15年
- 24 中島牧太「服飾美術界の展望」『現代美術』4巻1号, 現代美術社, 昭和12年, pp. 46-51
- 25 中島牧太「服飾流行と美術と両者の締結を望む」『現代美術』4巻3号, 現代美術社, 昭和12年, pp. 74-75

