



Title	明治期における清国市場向け日本陶磁器とその意匠について
Author(s)	前崎, 信也
Citation	デザイン理論. 2011, 58, p. 108-109
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53449
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

明治期における清国市場向け日本陶磁器とその意匠について

前崎信也／立命館大学

はじめに

日本の陶磁器の発展は古来大陸と深い繋がりがあり、日本陶磁史は中国陶磁器の技術発展の後を追うように展開をしてきたともいえる。しかし、歴史上たった2度、日本陶磁器が中国磁器を凌ぐほど大々的に海外に進出した時代がある。17世紀から18世紀に生産された肥前の輸出磁器、そして、1858年の開国から20世紀初頭の輸出陶磁器の時代である。

本発表が目としたのは後者、明治期に世界市場を席卷した日本陶磁器についてである。関連の先行研究では、特に近代陶磁研究、ジャポニスム研究、万国博覧会関連の研究において、明治期の陶磁器産業がいかに近代化・西洋化を果たし、欧米で享受されたかを解明することに重点が置かれてきた。しかしながら、西洋向け輸出に注目するあまり、特にアジア諸国を中心とする欧米以外に輸出された陶磁器については未だその実態が解明されているとは言えない。

日本の清国向け陶磁器輸出は開国以前から長崎の唐人屋敷を経由して行われていたが、それが1873年の日清修好条規の施行により、輸出額が急激に伸張することとなる。そして、1880年代には日本陶磁器の輸入において清国は米国に次ぐ第2位の輸入額を記録したのである。

本発表では明治期の日本陶磁器輸出を清国との関係から論じ、明治期の日清間の陶磁交流を各方面の統計資料・歴史資料などを用いて考察、清国向けの日本陶磁器にはどのような意匠が用いられたのかに重点を置き、その特長について明らかにした。

1. 明治期における対清陶磁貿易

1892年の官報にはそれまでに他国から磁器を輸入することのなかった清国が、1883年頃から日本の磁器の輸入を始め、その品質と低価格で大変な人気を博したとの報告がある。1882年の時点で清国向けの日本の陶磁器輸出額は既に76,000円以上、その年の全陶磁器輸出高のおよそ13パーセントにあたる。そして、5年後の1887年にその額は385,000円を超え、清国は日本陶磁器の最大の貿易相手国になった。その後、日清戦争の影響によって一時落ち込むなどの理由で米国向け輸出額の後塵を拝することとなったが、1912年の宣統帝の退位まで、その貿易額は米国に次ぐ値を常に保っている。

2. 清国向け陶磁器輸出の拡大

清国向け日本陶磁器の市場拡大の要因として最も重要であると考えられるのは、清国が自国の需要に必要な磁器生産を維持できなかったことである。清朝磁器は17世紀から18世紀にかけての、康熙帝、雍正帝、乾隆帝の治世下で隆盛を極めたとされているが、19世紀に入ると、度重なる戦禍により清国の国力は衰退し、それにつれて磁器輸出の規模も徐々に縮小していた。1851年に勃発した太平天国の乱では、景德鎮を有する江西省一帯が太平天国軍の支配下に入るなど混乱の渦中にあり、その生産力は中国の国内需要にさえ答えられないほどに減退していたのである。

1877年、内海吉堂（1852-1925）は京都陶器会社の発足に際し対清貿易に関する提言を行う中で、清国への輸送費は欧米輸出よりも

遥かに安価であること、そして、戦乱の影響で清国が自国の需要に必要な磁器製品を生産できていないことを指摘している。そして、それから時を置かずして日本の対清陶磁貿易が急激な伸びを見せるのである。つまり、清朝磁器の海外市場への供給不足こそが日本の貿易陶磁器の伸張、及び、日本陶磁器の清国への輸出と密接につながっていた。

3. 清国市場向けの日本陶磁器とその意匠

清国に輸出された日本陶磁器は、大きく「日用品」「洋食器」「中国古陶磁の倣製品」の3種類に分類できる。安価で低品質のものが大部分だったようであるが、1～2割の高級品が含まれていたとされる。特に日本人陶工による中国陶磁器の写しの評価は高く、多くの作品がオリジナルの中国陶磁器として取引されたとの記録が残っている。

また、明治期の対清陶磁器輸出に関する資料に共通するのは、清国各地で需要があった陶磁器の多くが、器形、意匠のどちらをとっても日本国内で生産されていた製品との共通点が多かったという点である。

そして、輸出額伸長のために輸出される陶磁器の意匠は徐々に輸出先の嗜好を反映したものとなっていった。1907年に農商務省商工局から発行された『輸出品ノ製作上ニ及ホス海外ノ風習』（同年に『大日本窯業協会雑誌』に転載）には、諸外国の地域別の風習と、そこで好まれる意匠について詳細な説明がなされている。清国の8都市が挙げられ、それぞれの地域で製品が好まれているかについて、構造、形態、図様、配色、商品の販售に関する風俗習慣といった項目に分けて詳細に解説されている。

いくつか具体的に挙げるとするならば、日本の意匠では頻繁に利用される「亀」や「兎」は、多くの地域で好まれない画題であ

ること。ヨーロッパで評価の高い日本の景色風俗を描いたものは人気がないこと。アール・ヌーボー風の意匠は敬遠すべきであるといった指摘がなされている。

このように現地の日本人や市場調査の報告の内容を斟酌し、清国市場にふさわしいと思われる製品が選ばれ輸出された。つまり、1900年代前半には清国向けの製品に関して、詳細なマーケティングが実施されていたことを確認することができた。

結 び

明治期の日本陶磁器の海外市場での成功は、清朝磁器の衰退と密接に関わっていた。そして、国際市場における中国陶磁器の不足が、世界的な日本陶磁器に対する需要を生んだ要因の1つであったことを忘れてはならない。

景德鎮の磁器生産減退の影響はそれだけにとどまらず、中国国内においても供給不足が深刻化し、結果として大量の日本陶磁器が清国に輸出された。そして、国内向けの陶磁器をそのまま改変することなく輸出でき、輸送費も安価ですむ清国市場は魅力的な市場となり、明治期を通じて日本陶磁器の重要輸出先であり続けたのである。

歴史・統計資料に反して、中国に現存する日本陶磁器コレクションは極めて少ない。その結果、清国向けの日本陶磁器輸出がこれまで注目されてこなかったといえる。しかし、本研究の結果から、近代陶磁史において清国市場が果たした重要な役割の一端が見えてきたように思われる。そして、清国市場の果たした役割は、おそらく陶磁器の分野のみに留まるものではない。近代工芸史全体の発展における清国市場の役割について、今後多方面からの研究が進められることを期待する。