OUKA
The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	明治期の美術工芸論における「嗜好」と「流行」：京都論壇での展開から
Author(s)	平光, 睦子
Citation	待兼山論叢. 美学篇. 2005, 39, p. 1-25
Version Type	VoR
URL	https://hdl.handle.net/11094/6083
rights	本文データはCiNiiから複製したものである
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

明治期の美術工芸論における「嗜好」と「流行」

――京都論壇での展開から――

平光睦子

はじめに

明治期の美術工芸において、海外への輸出という目的は重要な位置を占めている。とくに、不平等条約下にあった明治期前半の美術工芸に関する行政は、欧米への美術工芸品の輸出を伸長させることを大きな目標にかかげていた。美術工芸品の国際商品化という構想は、明治六年に開催のウィーン万国博覧会にむけてのゴットフリート・ワグネルによる出品計画にはじまり、同博覧会での好評をうけて軌道にのった。さらに、内国勧業博覧会の開催、教育制度の確立、古美術保護と博物館の設置など、それから明治二十年代までに次々と執り行なわれた美術工芸に関する諸事業において、海外輸出という目的が事業を推進する有力な根拠になっていた。

殖産興業政策の一環に位置づけられる国際商品としての美術工芸振興策の様相は、近年、いくつかの研究によって明らかにされてきた。樋田豊次郎氏による起立工商会社に関する論考(1)、また同氏と東京国立博物館資料部をはじ

めとする研究グループによる「温知図録」の調査研究[2]は、海外市場に対応するためになされた明治政府による行政指導の内容を解明すると同時に実際の図案や作例と照合することによって、この目的にかける行政や職人たちの熱意を浮彫りにした。また、北澤憲昭氏は著書『眼の神殿』[3]において、明治期の展覧会、美術団体、古美術保護、美術教育などの諸制度が行政の殖産興業政策といかに深く連動していたかを明解に論証してみせた。次いで発表された佐藤道信氏の『明治国家と近代美術』[4]では、十九世紀後半の美術工芸品の海外への輸出とそれを受け入れる西欧におけるジャポニスムの日本美術観が経済的、政治的視点から検証された。そのなかには、海外の需要と国内の供給を結ぶべく生産、流通、販売といった一連のシステムが構築されていく過程で、行政が市場情報の収集と伝達を行った具体的な方法があげられている。[5]日本が参加した世界各地の万国博覧会における出品作品への反響や他国の傾向の報告、年々開設地を増やしつつあった世界各都市の領事館からつたえられる詳細な貿易収支、そして、わずかな期間だけ行われた市場調査のための見本品の海外試送である。

こうした近年の研究によって明らかになったのは、海外への輸出という目的が美術工芸に関する諸制度、諸施設だけではなく、そこで承認されていく美術工芸品の意匠の方向性をも大きく左右したことである。日本と海外市場の需要における質的なちがい、すなわち嗜好や流行のちがいは、当時の美術工芸関係者たちにとって大きな関心事であり、こえるべき障壁であったにちがいない。

以上にあげた美術工芸品の海外輸出という目的に関連する研究は、いずれも明治期前半に焦点をあてている。それには次のような理由が考えられる。明治期前半という時期が日本美術の枠組みが準備される美術史上重要な時期にあたるという事情にくわえ、西洋におけるジャポニズムの沈静化あるいは輸出産業としての機械工業の台頭とい

った国内外の変化をうけ、この目的が次第に実効性を失っていったという当時の状況である。

本稿では、こうした日本近代美術についての近年の研究をふまえた上で、あえて明治期の半ばから後半にかけての期間を問題にしたい。確かに、美術工芸品の海外への輸出という目的の影響力は明治期後半には薄れていったに違いないだろう。それでもなお、完全に断念されたわけではなかった。当時の美術工芸に関する論説をみると、明治末期まで海外輸出という問題そして市場の需要にいかに対処するかという問題がさまざまなかたちでとりあげられており、その実現に向けての模索がつづけられていたことがわかる。本稿では、そうした論説のなかでたびたび用いられる「嗜好」と「流行」という言葉をとりあげる。市場の「嗜好」と「流行」を意識するということは、需要と供給という経済機構のなかで美術工芸品をひとつの製品あるいは商品としてみなす経済的な価値観の表明である。そして、それは作品を国家規模での文化発揚の場、あるいは制作者個人の自己表現の場として位置づける美術観と対極をなす価値観でもある。さらに明治末期には市場の需要に関する論説のなかに「嗜好」と「流行」という言葉に加え、「趣味」という新たな言葉がみられるようになる。本稿では、明治期の京都で展開された美術工芸に関する論説において、市場の「嗜好」と「流行」がどのように論じられ、またどのように解釈されたかについて考察する。

ここで、考察の枠組みとして設定した美術工芸という分野の成り立ちにふれておく必要があるだろう。「美術工芸」という言葉が、諸制度のなかで散見されるようになるのは明治二十年代のことである。一八七九（明22）年に美術工芸部を備えた帝国博物館が設置され、一八九〇（明23）年に東京美術学校がそれまでの図案科を美術工芸科に改めている。さらに、内国勧業博覧会においてはじめて「美術工芸」という出品区分が設けられたのは、一八九五（明

28）年に開催された第四回のことである。「美術工芸」という言葉は、この頃から全国的に定着していったと考えられる。

さしあたって、「美術工芸」を美術としての価値をもつ工芸といってもよいであろう。しかし先行研究によって明らかにされてきたように[6]、「工芸」自体が美術と工業という二つの領域のあいだで揺れ動く不確定な領域であることを踏まえれば、「美術工芸」という言葉の規定にも曖昧さが残らざるをえない[7]。したがって、本稿で「美術工芸」という時、そこには本来であれば「工芸」とよぶべき領域が含まれる可能性はさけられないであろう。

京都に着目した場合、美術工芸に関する議論の場が本格的に整ったのは明治二十年代はじめのことである。本稿では、明治期半ばから明治末期まで時間の経過をおって考察をすすめていく。まずはじめに、明治二十年前後の京都の状況としてこの問題に関するそれまでのとりくみを確認し、そこにフェノロサらによってもたらされた美術工芸論のなかで「嗜好」と「流行」がいかに解釈されていたかについて考察する。その上で、明治二十年代から三十年代の論説をフェノロサらの美術工芸論からの展開として検討する。そして最後に、「嗜好」や「流行」に関する論説に新たに「趣味」という言葉がくわわった明治末期の様相にせまりたい。

一　嗜好と流行に関する議論の典例として——明治二十年前後

京都におけるもっとも初期の美術工芸に関する論説として、アーネスト・F・フェノロサ（一八五三—一九〇八）の講演録をとりあげたい。一八八六（明19）年の京都中村楼で行われたこの講演は、以下のような文章ではじめられた。

東京ニ在リテハ此ノ如キ振動アリタレドモ、京都ノ画家ハ自カラ其技術ニ安ンジテ熟睡猶未ダ醒メザルモノノ如シ。（中略）当地ノ如ク美術工芸ヲ以テ有名ナル所ニ於テ工芸考按ノ変化適用ニ因テ商路ヲ拡張スベキ理ノ見易キモノナルニ、余ハ未ダ京都ノ画家ガ本府ノ利益ニ関シテ大ニナストコロヲ聞見セザルナリ。(8)

美術品の調査蒐集のため一八八〇（明13）年から毎年のように関西を訪問していたフェノロサは、この年幸野楳嶺（一八四四－一八九五）の招きをうけ京都画学校の学生らおよそ四十名を前に講演した。フェノロサの関西訪問は、一八八八（明21）年には美術取調委員としての古社寺宝物調査旅行へと発展することになる。これに前後して、フェノロサの関西訪問に同行していたウィリアム・S・ビゲロウ（一八五〇－一九二六）や九鬼隆一（一八五〇－一九三一）もまた、京都や大阪で講演を行っている。この頃東京では竜池会をはじめ、鑑画会、内国絵画共進会などの活動がすでに始まっており、美術及び美術工芸に関して盛んに論じられていたが、京都ではまだ充分にそうした場が整備されていなかった。美術工芸に関する国家行政にも関与したフェノロサらの講演は、東京での美術工芸観を直接的に京都の美術工芸界に注入する役割を果たしたと思われる。

一－一　海外市場を意識することへの抵抗感

冒頭に記した引用文にみられるように、フェノロサの目には、京都における美術工芸品の国際商品化にたいするとりくみは消極的なものに映ったようだ。とはいえ、明治初頭の京都の美術工芸に関する行政は、他にはない迅速なものであった。一八六九（明2）年には京都舎密局が開設され、その翌年には京都博覧会が開催されはじめてい

る。舎密局はもとより、「欧米等ノ事物ヲ模製シ文化ヲ裨補スルモノ」[9]が京都博覧会の受賞対象とされていたことからも、これらの事業は西欧の科学技術の移入とその模倣によって諸産業の復興をめざすものであったと考えられる。京都博覧会はいわゆる物産展のような性格のものだったことで知られるが、博覧会で品評方をつとめた外国人の談に「若シ欧米人ノ用ニ供セントナラバ須ク初ニ西洋所用ノ形状及ビ所喜ノ模様ヲ詳期シテ製出ス可ベシ否ラザレバ其品イカホド一等タリトモ海外ニ輸出恐ラク労シテ功ナキ患アルベシ……」[10]とあるように、その多くの出品物に海外への輸出がどれほど意図されていたかについては疑問が残る。

さらに、一八八〇（明13）年には「美術ノ美ヲ増進シ諸工芸諸製作ノ基礎ヲ正フセンカ為メニ」[11]として、京都府画学校が設立される。フェノロサに講演を依頼した幸野楳嶺は、この京都府画学校の設立に尽力した人物のひとりである。設立の二年前には久保田米僊（一八五二―一九〇六）らと連名で、『画学校設立建議書』を府に提出している。その建議書には「数千年往昔ノ風俗ヲ観幾万里海外ノ景況ヲ察スルモノ皆画ノ力ラニ依ル」とあるように、楳嶺もまた絵画を諸産業の基礎になる「国家有益ノ業」だと考えていたが、その国益は美術工芸品の輸出による収益とは一線を画していたように思われる。当時生計をたてるために陶器の絵付けや友禅の下絵の仕事に従事する画家が多いなか、楳嶺自身は工芸に手をだすことを潔しとしなかったともいわれている。[12]しかし、楳嶺の私塾には職業上意匠や装飾を学ぶ必要があった工芸家たちが籍をおき、一門から竹内栖鳳（一八六四―一九四二）らすぐれた美術工芸作品を手がけた画家たちを排出している。また、楳嶺は清水六兵衛家や川嶋甚兵衛（一八五三―一九一〇）らとも親交を重ねており、明治初期の京都の美術工芸界を主導する画家のひとりであったことにはまちがいないであろう。[13]その楳嶺によって、フェノロサが招かれたということは意味深い。

フェノロサが京都で講演をおこなった二ヶ月後、京都青年絵画研究会が結成される。後に煥美協会と改名するこの会は主に三十歳以下の若い会員四十名あまりからなり、幸野楳嶺は副会長に、久保田米僊は理事長におさまっている。活動期間は短かったが、この会が京都では明治期以降おそらくはじめての本格的な美術家団体だったと思われる。こうしたことからも、明治二十年前後のフェノロサらが説いた美術及び美術工芸論が、京都の美術工芸関係者たちにあたえた影響の大きさをおしはかることができる。(14)

ところで、当時美術工芸にたずさわった画家たちは、美術工芸品の輸出にたいしてどのような意見をもっていたのだろうか。京都青年絵画研究会が発足した当初の会長、森寛斎（もりかんさい）（一八一四―一八九四）の言葉をみてみよう。森とフェノロサの間には私的な交流があり、明治二十年前後にフェノロサが森のもとを訪問した際に、森が語ったという画論の記録が残されている。その一部には、「諸工織物又は陶器等の類いと大いに異なり（中略）我日本は其邦土の風を現示し、聊かも他国の風致を交えざるこそ善しとす、然るを他国の好みに媚びてその需を博せんとするは全く幇間遊伎にも劣れりと云はむ。」とある。さらにつづけて、「他の国の好みに媚びむとて徒に力をついやすはかえって笑を招くの種たり。」と森は述べている。(15)このような当時の絵画界にたいする森の批判的な視点は、裏をかえせば、「諸工織物又は陶器等の類い」においていかに「他国の好み」が意識されていたかを示唆している。森はそれを一種の「媚び」という。この頃森はすでに七十歳代、美術工芸を主導する立場にあった楳嶺や米僊らとは一世代以上の開きがあったことを思えば、海外市場の好みにあわせることを一種の「媚び」として批判するこのような考え方は、旧態然とした古い考え方だったのかもしれない。しかし、画業のかたわら美術工芸にたずさわっていた若い世代の画家たちのなかにも、こうした考え方との葛藤がなかったとはいいきれない。

海外の市場を意識することへの抵抗感は、同時期の論説のなかにもみうけられる。一八八八（明21）年に煥美協会が発行した『美術叢誌』に、執筆者不明の論説が掲載されている。[16] そのなかには、「應用美術家は専ら當今の海外人を喜すべき奢侈品を作らんを望む者なり」とあり、海外の市場を意識することは「一時の好尚に媚びる」ことであり「正眞の美術」の修身に反することだとも記されている。明治初期の京都では経済的な事情から工芸意匠を手掛けた画家も少なくはなかったという状況を顧みれば、そうした画家たちのなかに、「正眞の美術」にたいして応用美術をあくまでも「正眞」ではないものとする、美術と工芸のヒエラルキー意識が流れていたとも考えられる。[17]

フェノロサの「未ダ京都ノ画家ガ本府ノ利益ニ関シテ大ニナストコロヲ聞見セザルナリ」という、京都の美術工芸界にたいする指摘には、海外市場を意識することへのこうした抵抗感にも要因があったのではないだろうか。

一―二　フェノロサらにおける嗜好と流行

では、一八八六（明19）年のアーネスト・F・フェノロサによる講演録の内容を、九鬼隆一やウィリアム・S・ビゲロウの論説、フェノロサの他の論説に照し合わせながらみていこう。

この講演のなかで、フェノロサは日本の美術工芸品の海外での需要について少なからず論じている。その一部を引用してみよう。

> 内国ハサテ措キ外国ニ於テノ需求ハ、日本美術ハ急ニ欧州人ノ目ニ触ルヤ一時之ヲ奇トシ、品格ノ美悪ニ関セズ求メタリシタガ、其結果粗物多クシテ価ノ廉ナル為メニ之レガ習慣トナリ、高価ナル美術ヲ求メズ安価ナル

モノヲノミ需要スルニ至レリ。（中略）今日ハ之レト異ナリ、外国人モ愛スル所ヲ変ゼリ。日本貿易商ノ常ニ困ム所ノモノハ外国人ノ需求少キニ坐ス。其少キモ好マザルニ非ズ、良品ヲ求ムルノ時期到レリ。依テ画家考按家尽力シ日本美術ノ改良ヲナセバ、更ニ非常ノ需求ヲ起スベシ。(18)

明治中期、日本の美術工芸品をとりまく海外市場は、概してここに記されたような状況にあったと推察される。開港以降、流出した日本の美術工芸品は西洋で人気を博していた。一八七三（明6）年に日本政府としてはじめて参加したウィーン万国博覧会で美術工芸品が好評をえ、そのことが貿易品としての可能性を確信させたということは広く知られている。しかし、その後輸出向けの粗悪品や西洋で模造品が乱造されたことで信頼を失い、同時にその新奇さゆえに熱狂した人々からは次第に飽きられていったのである。

こうした実状にも係わらず、九鬼隆一もまた一八八九（明22）年に京都で行った講演のなかで「美術ニ係ル工業ハ本邦ノ學術制度中最モ稱賛ヲ海外ニ博シ欧米ノ市場ニ於テモ別ニ顕然タル旗旌ヲ翻シ」(19)と述べている。フェノロサらは、美術工芸品を日本の生産品のなかでも特に有力な輸出品とみなし、他国にはない日本の独自性を追求することにさらなる可能性をみいだしていた。そして、真の実力を示す好機だと京都の美術工芸家たちを鼓舞したのである。

フェノロサは、一八八一（明14）年に発表した『美術真説』においてもその一部を美術工芸品の輸出という問題にさき、また、京都での講演に前後して「日本美術工芸ハ果タシテ欧米ノ需要ニ適スルヤ否ヤ」と題した論説と、「日本美術工芸ノ将来如何」という論説を残している。これらの内容からも、フェノロサらがこの問題を美術学校

や博物館の設立といった現実的な課題を推進する力としてだけではなく、そうした課題を乗り越えた上でたどりつくべきひとつの到達点と考えていたといってもよいであろう。

では、この問題にたいする方策はどのように論じられたのであろうか。当然ながら、その具体的な方策とは、美術工芸品の需要を促進することにあり、市場を予測するということにあった。

フェノロサの場合、基本的にはこの問題を輸出品に限定して考えていないことに特徴がある。京都での講演のなかで、フェノロサは、美術工芸は「人生実際ノ必要」に基づくべきだとし、その必要とは「日常ノ用」と「社会公衆ノ感激」にあると述べている。フェノロサにおいては、実生活のなかの具体的な用途だけではなく「人心ヲ娯楽シ気格ヲ高尚ニスル」こともまた美術工芸の「実用性」と考えられていたことをふまえると、まさしくこの「人生実際ノ必要」は美術工芸がそなえるべき要素であり、その価値そのものでもあった。そして、美術工芸品の需要が一部の骨董趣味の古美術蒐集にしかない理由にとして、国内においては一般的な習慣として同時代の作品に価値をおく傾向が希薄なことを、そして西洋への輸出においては主に生活習慣が異なることから具体的な実用性に適わない場合が多いことをあげている。一八八六（明19）年の講演で「凡テ経済上ニ伴ヒ需用ナキコト能ハズ」と述べているように、フェノロサは国の内外を問わず、充分な教育をうけた大衆にたいして実用性を考慮したものを制作すれば、市場原理の上で美術工芸品が製品としても成立すると考えていた。

このような美術工芸品のありかたは理想論にすぎないようにも思われるのだが、フェノロサはより実効性が高い方策についても論じている。とくに京都での講演の前年に発表された「日本美術工芸ハ果タシテ欧米ノ需要ニ適スルヤ否ヤ」は、その方策について多くを語った講演である。このなかでも美術工芸品の理想的なありかたについて

話題が展開されているものの、注目されるのは「嗜好」に合わせ意匠を考案すべきだと述べている点である。西洋では日本の美術工芸品がかつては物珍しさから好まれたがその「嗜好」はさり今の「嗜好」にはあわなくなってきている、と当時の状況を分析し、その方策として新しいものと古いものとを結合し同時代の「嗜好」にあわせた新たな意匠を考案すべきだ、と述べている。この提案は、過去の美術工芸品の模倣に終始し種類や意匠が画一的なものにおちいりがちだった傾向にたいしてなされたものであった。ここで「嗜好」という言葉が、需要の重要な要素として用いられる。さらに文中には「嗜好」とは別に、「時好」や「流行」という言葉も用いられている。フェノロサは、「流行ヲ逐イ時好ヲ迎エル」のを待つ日本人商人たちの態度は、輸出品の可能性を抑制するものだと批判している。また別の部分では、日本の美術工芸品は「時好」に合わせたために堕落した、とも述べてもいる。つまり「嗜好」がそれに従うべきものであるのにたいして、「時好」や「流行」はそれを追うべきものではないのである。

九鬼隆一は「流行」を次のように解説している。「流行ハ概ネ其根據ヲ當時ノ美術思想ニ取ルモノニシテ千變万化ノ間多少一定ノ方則アリテ多年ノ經驗ヲ統計スレバ稍其大体ノ方向ヲ判定シ得ベキナレドモ亦偶然ニ發スル原素ナキニ非ズ」[20]。さらにこの一文に続けて、世界有数の大都市では「時好」の変動がはやく、それらの都市部ではとくにその変化が激しい服飾品をはじめ室内装飾品や日用品は「時好」の奴隷になっている、と述べている。日本の美術工芸品が西洋の「流行ノ上ニ立テ時好ヲ製スルノ勢力アランコト」は疑う余地がないと断言する一方で、遠方にあり通信事情がよくない日本が西洋の「流行ニ勝ヲ制スル」ことは難しい、とも述べている。そして、「時好」や「流行」という言葉で指し示される「千變万化」の動向とは別に、「全体の風潮」や「全体の方針」というものを想定している。しかし、その「全体の風潮」や「方針」もまた一定したものではなく、「流行」や「時好」と同様に常に変

化するものだという。

フェノロサも九鬼隆一も、「時好」や「流行」には従うべきではないと主張する。それにたいして「嗜好」、九鬼の場合には「全体の風潮」や「方針」といわれる流れには、適応することを勧めている。このふたつの流れの違いを、フェノロサは「美術工芸品購入者の注意十五則」においてさらに明確にしている。このなかで、フェノロサは「泰西諸国ニ於ケル工芸上ノ嗜好ハ時々変更スルモノ」とし、その「嗜好変遷ノ大勢ヲ支配スベキ原動力ノ所在」を知ることが肝要だと述べている。[21] 一方、「流行」とはすなわち「一人モシクハ一階級ノ嗜好」であり、「終ニ衰頽ニ傾ク」ものだとされている。つまり、ここでは「流行」はより社会的な広がりは大きいが短命な「嗜好」ということになる。

二　嗜好の追求

京都において美術工芸に関する議論の場が本格的に整ってきたのは、東京にやや遅れ、明治二十年代のことになる。前章でみてきたように、そのはじまりには、前提となるフェノロサらの美術工芸論があった。そこには市場の需要の傾向を「流行」と「嗜好」という二つの質の異なる流れにわけてとらえ、「流行」よりも「嗜好」を問題とする姿勢がみられた。ここではその後の美術工芸をとりまく状況の変化にともなって、この「嗜好」の追求がどのような展開をみせたかについて、京都での議論を明治二十年代、明治三十年代と年代を追ってみていきたい。

二―一　図案家の台頭――明治二十年代

フェノロサらが京都で講演を行ってから間もなく、一八九〇（明23）年に幸野楳嶺や久保田米僊らが中心となって京都美術協会が発足する。この団体は展覧会の開催、図案の募集など多岐にわたって精力的に活動し、その機関誌は京都における美術工芸論の中心的な舞台となった。明治二十年前後にフェノロサらが残した美術工芸品の国際商品化についての論説の後をうけるように、そこでもまた、海外市場の需要への対処が模索されつづける。

明治二十年代になってはじめにあげられる変化は、誰が海外市場の「嗜好」をみきわめるかという点である。先述の論説で海外市場での美術工芸品の需要をよみとる必要性を説いたフェノロサは、その役割を日本人商人たちに課していた。フェノロサの主張は、比較的高価で手のこんだ製品を先方の注文に応じて生産するという受注方式で、その際、日本人商人が発注先と製作者を媒介し嗜好や要望を伝達するというものだった。明治二十年代になって、その役割を担う専門家として図案家が出現する。

一八九一（明24）年に京都府画学校は京都市美術学校と名称を改め、応用画学科は工芸図案科へと変更され、それと同時に依頼に応じて図案を作成するという規定が設けられた。それに続いて、関連団体や業者によって定期的な図案の公募がはじめられる。こうした動向は当時の産業界の図案への要望を反映していたが、その専門家である図案家には市場における需要の「嗜好」をみきわめることが期待された。

一八九五（明28）年の『京都美術協会雑誌』には、「考案家ノ必要」と題した論説が掲載されている。執筆者、中川霞城は次のように述べている。

海外輸出ハ今後ニ最モ力ヲ盡シテ貿易ノ擴張ヲ計ラザル可カラス、從テ我製作ニ、彼地ノ風俗、彼地ノ嗜好、彼地ノ實要如何ヲ考慮シ、種々ノ新案ヲ發明シテ、絶エス新奇ノ物品ヲ送リ、愈々輸出ノ増加ヲ致スヘキナリ(22)

ここでもまた、海外市場の「嗜好」を考慮した新しい意匠の考案がもとめられている。そして、国内市場はともかくとして、特に需要が予測し難い海外への輸出に向けて、製作者とは別に「専門ニ輸出物品ノ考案ヲ研究スル人ノ輩出センコトヲ望ムヤ切ナリ」と述べている。製作に要する技術や知識が急速に進歩するなか、市場の嗜好や実用性を考慮する専門家としての考案家、図案家の必要性が問われるようになったのである。

中澤岩太（一八五八－一九三四）は一九〇二（明35）年の講演で、「今日ハ日本全國ハ勿論全世界ヲ相手ニシテノ藝デアリマスカラ（中略）技術家ト考案家トハ是非別々ニナラネバ到底一人デハ双方ヲ全クスル譯ニ行キマセン」(23)と述べている。中澤は美術工芸品は生活必需品というよりはむしろ贅沢品にあたるとし、その主な購入者である資産家たちの知識や見識を理解しそれに応じるために、製作者たちにもより高い教養が求められているという。このようなことからも、市場の需要を判断する専門家として図案家の必要性を説いた。

こうした要望が、京都の美術工芸界全般で高まっていたのであろう。中澤自らが校長に、浅井忠（一八五六－一九〇七）が教頭に就任し、一九〇二（明35）年に京都高等工芸学校が設立された。京都では神坂雪佳（一八六六－一九四二）が京都市立工芸図案調整所の主任をつとめ工芸図案において主導的な役割を果たしていたが、京都高等工芸学校の設立に際して浅井忠を招くことで、京都の美術工芸界は二つの新流派の時代ともいわれる(24)充実した時期を迎えることになる。

二－二　海外輸出という目的の陰り――明治三十年代

明治三十年前後になって、日本の諸産業において生産手段の機械化が本格的にすすみ一部の機械工業が輸出産業として有力視されるようになると、美術工芸品の輸出をめぐる状況にも変化がみられるようになった。フェノロサらが唱えた国際商品としての美術工芸策は、ここにきて終息の兆しを見せ始める。

一九〇四（明37）年に開催されたセントルイス万国博覧会を訪れた東京美術学校図案科の教師、福地復一（一八六二－一九〇九）は、その報告のなかで、美術工芸品は西洋の最新の様式を察しながらも日本的な考案を示すべきだとし、廉価な量産雑貨品には西洋の嗜好を取り入れることをすすめている。[25] また、視察を終えた横山大観（一八六八－一九五八）は以下のように述べている。

> 當業者何故に深く此國嗜好の趨向を探り流行の根元を尋ね以て時流を呼起さんとする作品を得るの方を講ぜざるか時流に投ずるが如き若しくは流行に隨ふが如き作品は藝術として其價値を有せざるなり[26]

大観は海外市場の「時流」に投じ「流行」に従うべきではないとし、「時流」を呼び起こそうとする業者の姿勢を批判する。そうしたことよりも、美術工芸品にはむしろ芸術としての価値が問われるべきだというのである。

さらに、日本大博覧会事務官、山脇春樹は次のように述べている。

> 大阪は大工業地にして多数製造に便利なれば對外貿易を以て其繁栄を得るべきも、京都は土地人情共に美術工藝に適して、我國唯一の美術國なり、この尊重すべき特徴を無造作に放棄して、輕々しく大阪に倣はんとする

は取も直さず、京都の自滅を計るものにして愚の極みなり(27)

技術を革新してもその手段が手工業の域にとどまる傾向にある京都にたいして、大阪をはじめ関西各地では急速に大規模な工業化がすすめられていた。山脇は安価な量産品に準じて輸出による収益を追求するあまり美術工芸の質が低下することを危惧し、海外への輸出に積極的にとりくむこと自体に疑問を呈したのである。

以上のように、フェノロサらの論説から明治三十年代までの論説への展開を検討した。まず一つ目の変化としてあげた図案家の出現は、フェノロサらの論を基本にさらにそれを充実させるための方策の一環として捉えることができる。つまり、海外市場の嗜好への適応をさらに追求することが図案家の台頭のひとつの要因になったのである。しかし、その後に生じた二つ目の変化は、明らかな路線変更ということができるだろう。フェノロサらがもとめたのは、海外市場の需要の嗜好に適応するためのなんらかの意匠の刷新だった。しかし、工業製品との差別化を図る必要が生じると、美術品としての質という規準でその意匠を測ろうとする考え方があらわれる。海外市場の嗜好にあわせるための意匠の改変は、ある種の質の低下につながるとみなされたのである。

三　嗜好から趣味へ——明治末期

明治末期になると、図案についてかかれた文章のなかに、「趣味」という言葉が度々用いられるようになる。先にみてきたフェノロサ、九鬼隆一、ビゲロウらの明治二十年前後の論説のなかには、「嗜好」と「流行」の他にこれらに近い意味をもつ言葉として「時好」や「好尚」などもみられたが、「趣味」という言葉はほとんど用いられていな

かった。しかし、明治三十年代末に書かれた美術工芸の「嗜好」や「流行」に関する文章のなかには、「趣味」という言葉が頻繁にあらわれる。その典型的な例をいくつか引用してみよう。

一九〇五（明38）年の九鬼隆一の講演録のなかには次のようにある。

> 日本人種の趣味は決して幽遠なる深刻なるものではない極めて恬淡清雅なる淺薄なる方面の趣味であるから（中略）畢竟美術工藝には敢て幽遠なる深刻なる趣味の必要がない優美高雅で澤山である洵とに日本人の特性において嗜好すべき發展すべき必適のものであると見へる(28)

九鬼によれば、「趣味」とは国民の本質的な特性にかかわるもので「嗜好」はそれに従って発展するべきもの、ということになる。このように、「趣味」という言葉は「日本趣味」や「日本人の趣味」について言及する際に用いられることが多い。京都商品陳列所の所長、丹羽圭介の「日本の美術工藝と海外の思潮」と題された論説のなかにも、西洋人と日本人の趣味についての次のような記述がある。

> 彼等が既に日本の美術工芸について左様に趣味を解して来た以上は、今後ますます日本獨特の趣味を發揮し、種々なるものを作つて之をどしどし外國へ出すがよい。（中略）我々が歐洲各國を巡遊すると、伊太利は伊太利、英國は英國、和蘭は和蘭、佛國は佛國と、それぞれ皆其國固有の趣味があり、特徴がある。(29)

ここでもまた、「趣味」とはその国固有のものとして規定されている。そして、日本の美術工芸品には、日本独自の「趣味」が生かされるべきだというのである。フェノロサらの論説では海外市場の「嗜好」に準じることが求めら

れたが、丹羽は日本独自の「趣味」を打ち出すことをすすめている。

のちに京都市立美術学校の校長になる中井宗太郎（一八七九－一九六六）は、一九〇九（明42）年に「趣味の本質」という短い論説を記している。[30] 中井は趣味の本質として六つの因子をあげている。そのなかでもとくに自己感情と価値判断の二つの因子によって個人による趣味の違いが生じるとし、ひいてはその個人が所属する社会全体の趣味の違いが形成されると述べている。ここでは中井の趣味論の詳細にわけいることは控えるが、その冒頭に「一國文藝の根本基礎となり、その成立及び推移の方向を決定するものは之を趣味と名くる。」とあることからも、美術工芸だけではなく一国の文化芸術全般の基礎をなしそれを方向付けるものとして、「趣味」という概念が認知されはじめたことがわかる。[31]

これまでみてきたように、明治期の多くの論説において、本来個人の好みを意味する「嗜好」は国というより規模の大きな単位で語られてきた。そしてまた、それは美術工芸の意匠の方向性を左右しうるものでもあった。しかし、明治末期になって「趣味」概念が成立することによって、その「嗜好」の根源には美術工芸だけではなく歴史や風土を共有する他の文化領域にも通じる美意識が底流しているという図式が描かれていく。

中澤岩太は一九〇七（明42）年に「圖案と京都」という文章を発表している。そのなかには、「素人のお客の嗜好に従うのは固よりであるが、之と同時に素人のお客の趣味を高めて之を支配する、開拓するといふことを忘れてはならぬ。」とある。[32] ここでは、「嗜好」という言葉が顧客個人の好みという意味合いで用いられている。従来のとおりその「嗜好」には従うべきだというのだが、さらにそのことによって顧客の「趣味」を高めることをも要求している。顧客の「嗜好」に応えることは需要にたいする供給である。しかし、そうした経済的な活動が、同時に人々

の「趣味」を高める、つまり大衆の文化程度を高めるという活動でもあるべきだという認識が広まっていたのである。このように、「趣味」という概念があらわれることによって、美術工芸品に課せられた「嗜好」を充たすという課題は、経済の問題から国民レベルにおける文化形成の問題へと徐々に発展していったと考えられる。

四　おわりに

明治期の美術工芸論のなかで語られてきた多くの「嗜好」や「流行」に関する議論は、結果的には功をそうさなかったといってもよいであろう。実際には、論者たちがのぞんだようには美術工芸品は有力な輸出品とはなりえなかったのである。

明治二十年前後のフェノロサらの論説のなかで、「流行」は需要の表面的な変化とみなされ、「嗜好」はより潜在的な傾向の流れとして把握されていた。そして、「流行」以上に「嗜好」が市場の需要を予測する上での主要なテーマになっていた。「流行」とはある集団が一時的に同じような行動をとるという現象であり、一方「嗜好」とは本来各個人がもっている好みである。その「流行」という社会的な現象よりも、「嗜好」がより本質的なものとしてとらえていた。

明治二十年代には、市場の需要の問題を含め、美術工芸についての活発な議論の場が京都でも徐々に整えられていった。それは同時に、画家から図案家へと美術工芸の主導権が移り変わる時期でもあった。図案家の出現は生産の計画から流通にいたるものづくり全体の制度化、システム化のあらわれでもあり、図案家の台頭は、そうしたシステムをとおしてさらに市場の「嗜好」への適応を追求するものであった。しかし明治三十年代になると、諸産業

の機械工業化を背景に美術工芸品の国際商品化という目的は次第に陰を潜めはじめ、それに代わって美術工芸品には美術としての質が問われるようになっていく。

明治末期になって、「嗜好」は「趣味」という概念に集約される。つまり、九鬼や丹羽の論説に見られるように、歴史的、社会的に同じ背景をもっている同時代の人々が共有する文化の一環として解釈しなおされたのである。「趣味」という言葉に美的判断の能力という語義が新たに加えられるのはカントの『判断力批判』をとおしてのことだと思われるが、その日本語翻訳版が出版されたのは一九二六（大15）年である。しかしそれに先行して、明治六年刊行の『勧善訓蒙』續編第八、趣味の項に「趣味は又美醜を辨ずる有理の感たり」とあることからも明治初期にはすでに一部にはそうした意味での「趣味」が認識されはじめていたことがうかがえる。明治四十年前後になってこの意味での「趣味」が一般に浸透することで、[33] 美術工芸における「嗜好」の問題は、市場の問題であると同時により包括的な文化全般の問題として捉えなおされたのではないだろうか。仮にこの推論が的をえたものであるとすれば、このことは作品の良否をはかる上でも少なからず影響を及ぼすことになったであろう。

注

（1）樋田豊次郎『明治の輸出工芸図案　起立工商会社の歴史』、京都書院、一九九六年。
（2）『明治デザインの誕生――調査研究報告書『温知図録』――』東京国立博物館編、一九九七年。
（3）北澤憲昭『眼の神殿』、美術出版社、一九九九年。
（4）佐藤道信『明治国家と近代美術――美の政治学――』、吉川弘文館、一九九九年。
（5）佐藤道信、前掲、一九九九年、九三―九六頁。

(6) 工芸概念の成立については、『明治デザインの誕生――調査研究報告書『温知図録』――』所収、佐藤道信「『温知図録』の歴史的意義」、北澤憲昭「『工芸』概念の形成に関する試論」、井上善博「美術と工業のはざま――内国勧業博覧会への工芸出品区分をめぐって――」(『世紀の祭典万国博覧会の美術　パリ・ウィーン・シカゴ万博に見る東西の名品』、東京国立博物館他編、二〇〇四年。)などで論じられている。

(7) 塩田眞や大村西崖は、明治三十年代半ばに「工芸」と「美術工芸」を「工芸」の一語に統一するべきだと主張した。彼らの論説からは、明治三十年代半ばの美術工芸と工芸概念の混乱した状況がうかがえるが、多くの論説のなかで、その後も「美術工芸」と「工芸」という言葉が平行して使用され続けている。

(8) アーネスト・F・フェノロサ「フェノロサの演説」(『日本近代思想大系一七　美術』、青木茂　酒井忠康　校注、岩波書店、一九八九年、六七頁。)

(9) 明治八年発行「京都博覧会賞牌授与目途」(『京都博覧会沿革誌』)

(10) 明治六年第二回京都博覧会の品評方をつとめたアメリカ人、トルヘレムヘー氏の談話として博覧会品評録「陶器品評録」に記載されている。(『京都博覧会沿革誌』)

(11) 「京都府画学校規則」(『百年史　京都市立芸術大学』京都市立芸術大学)、一九八一年、六八頁。)

(12) 岩尾由美子「画工楳嶺と京の工芸界」(『京都画壇の系譜　幸野楳嶺とその流派』、滋賀県立近代美術館・京都新聞社、二〇〇一年　一〇四―一〇七頁。)

(13) 原田平作『日本の近代美術　欧米と比較して』、晃洋書房、一九九七年、三三二頁。

(14) フェノロサの演説が幸野楳嶺をはじめとする京都画壇に与えた影響については、神崎憲一『京都における日本画史』(京都精版印刷社　一九二九年)、岡崎麻美「幸野楳嶺の絵画理念『十格』とフェノロサ『美術真説』」(美術史學會『美術史』一五七号、二〇〇四年一〇月)などですでに指摘されている。

(15) 粟原信一『フェノロサと明治文化』、六芸書房、一九六八年、二一二頁。

(16) 旅人春のや朧「煥美協會の諸君と浮世話せる序に」(『美術叢誌第二号』、煥美協會、一八八八年、一三―二〇頁。)

(17) 美術と工芸に関するヒエラルキー(位階制度)については、近年、クリストフル・マルケ氏によって論じられて

いる。（「明治の画家たちと『美術』・『工芸』のヒエラルキー」『美術のゆくえ、美術史の現在　日本・近代・美術』、平凡社、一九九九年、二二五―二三七頁。）マルケ氏は、明治初期から三十年代にかけての美術制度成立の過程において、美術についての西洋のヒエラルキーが取り入れられ、新たな価値の秩序が現れたと述べている。

(18) アーネスト・F・フェノロサ、前揚、七二頁。

(19) 九鬼隆一「論説」（『内外名士日本美術論』岡部宗久編、山中勘次郎発行、一八八九年、二一頁。）

(20) 九鬼隆一「論説」（『内外名士日本美術論』、一八頁。）

(21) アーネスト・F・フェノロサ「美術工芸品購入者の注意十五則」、（『フェノロサ美術論』山口静一編、中央公論美術出版、一九八八年、一六一―一六二頁。）

(22) 中川霞城「考案家の必要」（『京都美術協会雑誌』三六号、三頁。）

(23) 中澤岩太「論説」（『京都美術協会雑誌』一二一号、八頁。）明治三十六年七月十一日京都市議事堂における京都美術協会総会での中澤の演説記録。

(24) 黒田天外は「京都に於ける美術工藝革新の機運」（『京都美術』第二一号）のなかで、「最近十年間に於いて京都の美術工藝界に二派の新潮流ありき」とし、「其一は故浅井默摺語氏を中心とせし奨陶会」、そして「之より先き京都には猶ほ谷口香喬神坂雪佳の二氏を抱擁せる一派ありき」と述べている。

(25) 「福地復一氏の意匠調査」（『美術協会雑誌』第一四五号、一七頁。）

(26) 「工藝品の缺点」（『京都美術協会雑誌』一四八号、一九頁。）海外実業視察員をつとめた横山大観の談として掲載されている。

(27) 山脇春樹「競争上唯一の餘地」（『京都図案』第四巻五号、三頁。）

(28) 「九鬼男爵演説筆記」（『京都美術』第一三号、一五―一六頁。）

(29) 丹羽圭介「日本の美術工藝と海外の思潮」（『京都美術』二一号、七頁。）

(30) 中川宗太郎「趣味の本質」（『美』第五号、一九〇九年十一月、一〇頁。）

(31) 神野由紀氏によると、明治四十年頃に趣味という言葉に英語の「taste」に該当する意味が新たに加わり、一般に

も広くその意味で使われるようになったが、その際、従来あった「おもむき」という意味と「taste」という意味が未分化なまま用いられることも多かったという。（神野由紀『趣味の誕生　百貨店がつくったテイスト』、勁草書房、一九九四年、六－一一頁。）

(32)　中澤岩太「圖案と京都」（『日出新聞』一九〇七年一月一日。）

(33)　一九一二年（明45）発行の『哲學大辭書』の趣味の項（一三九四－一三九五頁、乙骨三郎）には、「人の趣味は日常の嗜好、身邊の用具等にまでも表はるる者にして、箇人もよりて多少發達の程度を異にするのみならず、又た歴史的にも變移す。」とあり、さらにカントの趣味論が紹介されている。

（大学院後期課程学生）

SUMMARY

'*Shikou*' and '*Ryukou*' in the arguments concerning decorative arts in the Meiji era—A consideration based on its development in the Kyoto press

Chikako HIRAMITSU

The objective of export trade assumed an important position during the field of decorative arts in the Meiji era. Some contemporary articles state that the people who were involved in the decorative arts had groped their way towards achieving the objective until the late Meiji era, despite the outlook with regard to the objective being rather bleak during the mid-Meiji era. In such articles, the primary aim was to appeal the importance of grasping the tendencies of foreign markets. This study will investigate the awareness of the problem concerning the tendency of market demands using the two key words *'shikou'* (liking or taste) and *'ryukou'* (fashion). These words are frequently used in contemporary articles.

The systematic argument concerning the export trade of decorative arts began around 1900, particularly, in Kyoto. As a premise, there had been some arguments put forth by Ernest F. Fenollosa and others. These explain that two qualitatively different trends—*'shikou'* and *'ryukou'*—were observed in the tendencies of market demands and that the former was considered to be more significant than the latter. Based on this, the arguments in Kyoto had developed into the following. In the 1890s, the pursuit of *'shikou'* according to the market demands led to the request for designers. In the 1900s, it became apparent that it was almost impossible to produce decorative arts on an international commercial basis in earnest. Further, it was considered that decorative arts should be of artistic worth rather than commercial value.

Furthermore, the concept of *'syumi'* (taste) began to spread for *'shikou'* during the late Meiji era. Therefore, the problem area of decorative arts gradually shifted from the commercial market to national culture.

25　　明治期の美術工芸論における「嗜好」と「流行」

キーワード：美術工芸，明治時代，嗜好，流行，海外市場