19世紀におけるジャポニスムと日本製洋食器

今給黎　佳菜

１．はじめに

19世紀後半の万国博覧会の開催と共に欧米で巻きおこったジャポニスムは、絵画・工芸・室内装飾など様々な面で西洋人の生活に影響を与えた。なかでも日本の陶磁器への評価は高く、欧米各地の陶磁器デザインに日本風の意匠が取り入れられたり、個人や美術館の体系的なコレクションが形成されたりした。例えばパリ、ウィーン、フィラデルフィアなどで開かれた万国博覧会会場では多数の陶磁器が出品・販売されたし、エドワード・Ｓ・モースを始めとする熱狂的な陶磁器コレクターが登場したりもした。

これまでのジャポニスム研究では、日本の文化が西洋に与えた影響について論じる場合が多いが、今回私が注目したのは、このようなジャポニスムという一種の社会現象ともいえる動きが、逆にどのような影響を日本に与えたのかということである。ジャポニスムが西洋に与えた美術的・文化的影響が多く論じられる中で、それが逆に日本に与えた影響、またはジャポニスムへの日本側の積極的な関わり方を提示することができれば、新たなジャポニスム理解の可能性ともなるであろう。今回の発表はそのきっかけとなることが期待された。

そこで、19世紀から盛んに欧米に輸出された日本製陶磁器に焦点を当てることにした。当時の陶磁器輸出における日本窯業の状況の変化を簡潔に説明すると次のようになる。まず、1860～70年代、万国博覧会の開催と共にジャポニスムが起こり、大量の陶磁器がヨーロッパやアメリカに輸出され、好況を呈した。しかし、1880年代になると、質の低下やデザインの不向きなどから輸出減退という問題が浮上した。そしてそれを克服する形で、1890～1910年代から「日本陶器合名会社」がさきがけとなり、西洋風テーブルウェアという新しいジャンルの陶磁器生産が発展していった。

本発表では、ジャポニスムが日本における西洋風テーブルウェア生産にどのようにつながったのかを近代窯業発展のプロセスの中で見るという課題を設定し、日本製陶磁器輸出の盛衰を追った。ジャポニスム以降の陶磁器輸出好況が不況に変わる時、日本の窯業界はどのような問題に直面したのか、そしてそれはどのように解決されていったのか、その試行錯誤の時代について、主に日本側の史料を用いて考察した。そして、19世紀後半に起こったジャポニスムの結末として1910年代の日本陶器合名会社による洋食器、つまりテーブルウェアの輸出があったという結論に達した。

そもそも本発表の関心は、次のような筆者自身の研究目的を背景とする。第一に、19世紀後半以降の日本から西洋への陶磁器輸出の実態を経済的に明らかにしたいと考えている。これは従来主にとられてきた美術史的方法論とは異なる。なぜなら、美的価値のある陶磁器だけでなく、美的価値を持っていないが実際に人々に愛好され広まっていた陶磁器も対象にするからだ。このように対象の枠組みを広げることは、ジャポニスムを正確に捉えるという意味でも不可欠な視点だと思われる。第二に、先述したようにジャポニスムに対する日本側の関わり方を明らかにしたい。要するに、先行研究はこのように美術的・芸術的観点に偏っており、経済的・商業的にジャポニスムという現象や陶磁器輸出の実態を捉えようとするものが極めて少ないという問題点があり、この点の克服が筆者の目指すところである。

ところで、岡部昌幸（2007）[1]は、「17～18世紀における日本の陶磁器は、その陶磁器コレクションを飾るため専用の部屋を用意した例や、建築の装飾に組み込んだ例があることでわかるように、鑑賞と室内装飾を主要な目的としたものであった。それが19世紀末のジャポニスムの作品では、基本的にはそれらは実用のものとして製作されていたが、同時に美的鑑賞を味わうものとして機能していた」と述べている。この美的価値を持ちながらも「実用のものとして製作されていた」ものとは、花器や香炉などに加え、まさに「西洋風テーブルウェア」である。確かに、19世紀末から輸出陶磁器の用途は変化する。その変化の瞬間に何が起こったのかを本発表では追究しようと試みた。以下、初めにジャポニスムによって輸出が好況だった時期、次に種々の問題により輸出が不況に変わった時期、最後にそれを打開しようと日本窯業が試行錯誤する時期という三期に分け、順を追って論じたい。

２.万国博覧会とジャポニスム

ジャポニスムとは、広義には「西洋における日本文化および日本のモノに対する熱狂」と定義され、19世紀後半および20世紀初頭にかけてとくにその熱を増し

た。それは一部の富裕層の間だけで起こったことではなく、大衆を巻き込んだ一種の社会現象といっても過言ではない。

そのジャポニスムが本格的に欧米に巻き起こる端緒となったのは、19世紀後半に世界各地で開催された万国博覧会である。とくに、パリ万博（1867年・1878年）、ウィーン万博（1873年）、フィラデルフィア万博（1876年）などに日本は参加し、それらの会場は大勢の観客に日本のイメージを発信する空間となった。【図１】は、フィラデルフィア万博の日本会場の様子である。「帝国日本」と掲げられた旗の下の中央に、陶磁器類が目立って整然と並べられているのが分かる。初期の万国博覧会で西洋人の目を引いたのは陶磁器を含む美術工芸品であった。ここから始まったジャポニスムは、このような万博の会場においてのみではなく、日本的な家具や置物で室内を飾るなどという形で欧米の日常生活の中にも浸透していった。

では、実際のジャポニスムにはどのような形が見られたのであろうか。その様相を陶磁器に対する欧米の受容の仕方という観点から、以下４つの項目にカテゴライズしてみた。

① 個人・美術館のコレクションとして

例えば、イギリスでは大英博物館、ヴィクトリア＆アルバート美術館、アシュモーリアン博物館、アメリカではボストン美術館などが、現在にも残る体系的な日本陶磁器コレクションを形成した。また、エドワード・Ｓ・モースに代表されるように、来日した欧米人の中から熱心な陶磁器コレクターも少なからず登場した。

【図１】 フィラデルフィア万国博覧会の日本パビリオン（1876年）

② 取引商品として

また、オークションや店舗での売り物、商品として日本製陶磁器を見る者たちもいた。例えばロンドンでは、クリストファー・ドレッサーやレインズビー・リバティがデパートなどで戦略的に売るための商品として日本製陶磁器を輸入した。さらに、日本の貿易会社が直接海外へ出てビジネスを始める場合もあった。ニューヨークでは1878年から森村ブラザーズが陶磁器を含む日本の美術工芸品を仕入れ、店頭で販売した。

③ デザインソースとして

日本製陶磁器は西洋製陶磁器のデザインソースとしても用いられた。これはドイツのマイセン窯が柿右衛門洋式の写しをつくったりなど、18世紀頃からすでになされていたことではあるが、それに加えて19世紀にはイギリスのウェッジウッドやロイヤルウースター窯、アメリカのロックウッド窯などが、積極的にコピー製品をつくったり日本風のモチーフを自身の製品に取り入れたりした。

④ 研究対象として

一方で、詳細にその特徴、歴史などが西洋人によって研究された。オーズリーとボウズは「ケラミック・アート・オブ・ジャパン」という日本の陶磁器に関する膨大な解説書を1881年にロンドンで出版した。他にも、日本の陶磁器に関する本やレクチャーが各地で出回るようになった。

このように、ジャポニスムの波に乗って、日本製陶磁器は様々な形で西洋人の生活に入り込んでいったのである。ちなみに、当時もっとも人気のあった輸出陶磁器は、伊万里焼（柿右衛門に代表される有田焼を含む）、九谷焼、薩摩焼などであった。概して、鮮やかな色味と金箔を多くほどこし、きらびやかで比較的大きいサイズの作品が欧米では好まれ、盛んに輸出された。

これを受け、廃藩置県以後大名などの従来の顧客を失い経済的に困窮していた日本の陶工たちは、この急増した欧米の需要を受け、輸出陶磁器制作に力を入れるようになった。ここで、ジャポニスムの動きが、直接的にしろ間接的にしろ、生産増加・輸出増加という点で日本窯業を刺激したことは確かである。このジャポニスムを受けて急増した欧米向け陶磁器生産・輸出についての当時の総合的な統計データは見当たらないが、領事報告などから断片的に知ることはできる。例

えば、ニューヨーク領事の報告によると、アメリカ向け輸出は、フィラデルフィア万博の開催年の翌年である明治10年に37,807円、同11年：33,839円、同12年：133,677円、同13年：167,239円、同14年：282,503円であり、急増傾向が見受けられる。とくに11年と12年の差は約４倍増しである。全国各地の陶工たちが積極的に輸出向け製品をつくっていた様子がうかがえる。

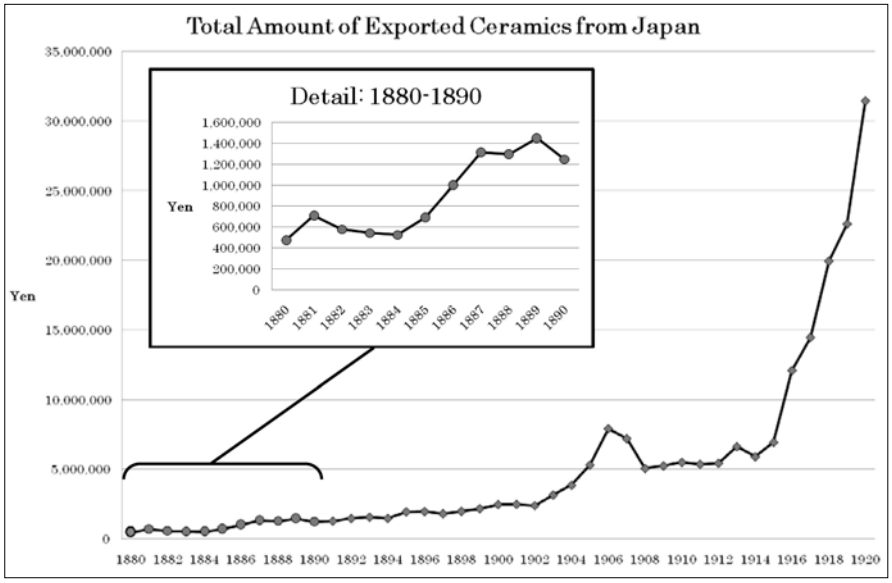
３．近代日本窯業が直面した問題

しかしながら、この好況はそう長くは続かなかった。【グラフ１】は、1880年（明治13年）から1920年（大正９年）までの陶磁器輸出総額の推移を表したものであるが、1880年から1890年の詳細部を見ると、とくに1880年代前半は輸出が停滞しているのが分かる。この原因については領事報告などからいくつかのことが考えられる。第一に、質的低下の問題である。それぞれの窯元ですべての工程を手作業で進める近世以来の生産方法では、急激に増大した欧米からの需要に対応しきれなかった。つまり、大量生産技術や分業体制は未だ国内には十分に備わっていなかったのである。よって必然的にひとつひとつの製品の質は落ちていき、壊れやすいものや、見本品よりも明らかに質の劣る粗悪品を輸出して欧米消費者から非難された。第二に、デザインの問題である。日本の陶工たちは、ジャポニスム以降毎年同じようなモチーフや形状をもって華美で日本的なデザインの陶磁器をつくり続けていたが、実際のところ欧米の消費者たちはそれに飽き始め、新しいデザインのものを求めるようになっていた。しかし、海外でどのようなものが求められているかという確かな情報を十分に知る術をもたない日本の陶工たちは、従来通りのデザインでつくり続け、次第にそれが輸出不況につながった。

このような理由から、1880年代以降、輸出は減退し、日本窯業は克服しなければならない様々な問題を突き付けられた。その中でも最も求められていた改善点とは、西洋人が実際必要としている陶磁器をつくることであった。つまり、それまでの鑑賞目的の装飾的な陶磁器ではなく、実際に使用される飲食器などの日用品が生産される必要があった。以下、その必要性を訴えている史料を二つ引用する。

【史料１】は明治24年（1891年）にニューヨーク領事が本国に報告した「米国陶磁器商況」の一部抜粋である。

【史料１】通商報告　第2411号　明治24年７月14日[2]
〇米国陶磁器商況
昨年六月ニ終ル一年度間北米合衆国ニ於ケル陶磁器ノ商況ニ附キ、紐育駐在帝国領事藤井三郎ヨリ五月二十日附ヲ以テ左ノ如ク報告アリ。(外務省)
[中略]　然ルニ曾テ其売行キノ盛大ナリシ九谷焼、伊萬里焼等ノ如キハ今日ニ至リ殆ト顧ル者ナシ。蓋シ製造者カ千篇一律ノ彩色形体等ヲ墨守シテ、時ノ流行ニ投スルヲ知ラサルノ致ス所ナリ。当業者宜シク反省スヘシ。日本陶磁器ノ進歩ヲ計ルニハ第一当国人日用ノ食器類ニ注目シ肉皿、珈琲茶碗其他数種ノ小皿類、茶器類等実用ニ供スヘキ品



【グラフ１】陶磁器輸出総額の変遷（1880～1920年）

柄［下線筆者、以下同］ニ意ヲ注キ、其形状、寸法、画柄等当国人ノ好ニ応スヘキ様心掛ルコト肝要ナリ。［後略］

欧米の流行を知らないことによってかつて人気を博した九谷焼や伊万里焼はもはや売れなくなったので、これからは当国人（アメリカ人）の「日用ノ食器類」である「肉皿、珈琲茶碗其他数種ノ小皿類、茶器類等実用ニ供スヘキ品柄」を生産するべきであると主張している。

【史料２】は明治26年（1893年）に送られたロンドン領事の報告であり、今後生産が必要な陶磁器について実に詳細な指示が出されている。

【史料２】公使館及領事報告　第3044号
明治26年８月21日[3]
〇倫敦ニ於ケル日本雑貨商況
［前略］　陶器ニ附キ之ヲ論スレハ茶器ハ朝食用ノモノハ形状大ニシテ午後用ノモノハ稍〻小形ナリ。且ツ之ニハ下皿ノ外尚ホ菓子皿一枚ツヽト牛乳入ト砂糖入ヲ要シ十二人前ト六人前揃物トハ大小ノ差アル等ニ注意シ其他「サラド」入「バタ」入器「ビスケット」壺等日用欠クヘカラサル器物ヲ模造スヘシ。又土瓶ノ如キモ当国ニテ使用スル大サニ作ラサレハ実用ニ適セサル等種々ノ工風最モ肝要ナリトス。尤モ其形ノ大小寸方等は当国普通ノモノヲ標準トセサルヘカラスト雖モ其形状意匠ハ勿論我固有ノモノヲ使用スヘシ。［後略］

では、このような製品内容の変化の必要性を目の当たりにした日本窯業は、その後どのようにこの問題に取り組んでいったのか、その試行錯誤の時代について、日本初のディナーセット生産に成功した日本陶器合名会社を中心に以下で見ていく。

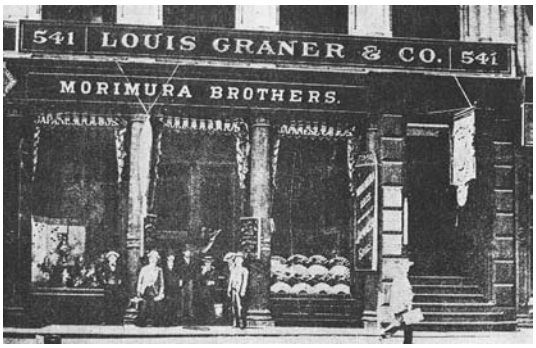
４．試行錯誤の時代

日本陶器合名会社（現ノリタケカンパニーリミテド）は、森村組という商社から生まれた企業である。森村組自体は、かねてから海外貿易の必要性を感じていた森村市左衛門によって1876年に設立され、日本の美術工芸品などを海外へ輸出、販売することを目的としていた。市左衛門は福澤諭吉とも親交があったと伝えられている。この森村組の初の海外支店はニューヨークのモリムラブラザーズであり、市左衛門の実弟である豊（とよ）を経営者として1878年に創業し、陶磁器や漆器、屏風など日本の工芸品を幅広く日本から取り寄せ販売した。【図２】は1883年当時のニューヨーク・ブロードウェイにおける森村ブラザーズの写真である。この支店は、ジャポニスムの恩恵を被りながら当初はいわゆる「ファンシー・グッズ」、つまり実際に使用されるものではなく部屋を飾る装飾目的の陶磁器を扱っていた。【図３・４・５】は森村組が扱っていた鑑賞用陶磁器の代表的な例である。

当初は輸出販売だけを行っていた森村組であったが、いずれ独自の製品をつくり売るようにもなった。そして、その製品向上のため海外へ積極的に研究や調査に出かけた。例えば、1889年にはヨーロッパの陶磁器工場に視察に行ったり、1893年にはシカゴ万博を訪れ西洋の陶磁器と日本の陶磁器のレベルの違いを目の当たりにしたりした。さらに1897年には研究員の一人である飛鳥井孝太郎が農商務省海外貿易練習生としてヨーロッパに派遣され、イギリスのストーク・オン・トレントや、オーストリア（現チェコ）のカールスバッドで現地の陶磁器の調査を行った。これらの森村組の活動は、【史料１・２】で見たような、日本窯業に実用目的の陶磁器を生産することが求められていた時期と一致し、この産業の最前線にいた彼らもその必要性を大いに感じていたことは想像に難くない。

折しもモリムラブラザーズは、ニューヨークの大手デパートのオートマンから、アメリカでは陶磁器の素地は灰色では無く純白のものでなければ売れないという指摘を受けた。また、当時の最大顧客であったヒギンズ＆サイターの経営者から「ディナーウェアや純白素地が今後のアメリカ市場においては可能性がある」とアドバイスされた。

しかし、彼らの努力にも関わらず、純白で堅牢なテーブルウェアをつくることは決して容易ではなくその後長い月日を要した。まず、日本国内でそのようなテーブルウェアに適した原料を見つけることが困難であったし、土の配合や釉薬の調合、焼成温度など複雑な製作過程のためにおびただしい回数の試焼を繰り返さなければならなかった。しかも実はこのような具体的な製造方法はヨーロッパの陶磁器生産地では外部の者には機密とされていることであったので、調査に行ってもそこまでを知ることはできなかった。このような状況の中、カールスバッドに製陶工場を持ちロンドンやニューヨークで小売商をやっているローゼンフェルド兄弟が来日し、金盛り画付けの技法を教える代わりに純白な洋食器生産に協力してくれることになった。彼らの斡旋で飛鳥井孝太郎は1903年ドイツ・ベルリンの粘土工業化学研究所のヘヒト博士を訪ね、純白磁器の焼成実験を依頼した。ここでヘヒト博士は



【図２】森村ブラザーズ（1883年）

具体的にどのような原料が必要か、また釉薬調合の仕方などを教授してくれた。ここにきて初めて国内の原料で純白磁器がつくれる見通しがついたのである。

これを受け、翌1904年、森村組は独自の窯をもった日本陶器合名会社（以下、「日陶」）を設立した。そして会社設立からさらに10年後の1914年、ついに日本初のディナーセット「セダン」（【図６】）が誕生した。この10年間の間にも何度も実験が重ねられたのであるが、いかにその誕生までが苦難の道であったかを物語っている。その後、セダンは次々に注文を受けた。これは当初目標とされていた2,000セットを大幅に上回り、1916年に11,000セット、1917年に32,000セット、1918年に39,000セットという驚くべき受注数であった。とくにアメリカにおいては、第一次世界大戦によるヨーロッパ製陶磁器の一時衰退も手伝って、日陶のテーブルウェアはめざましい好況を呈した。ちなみに、このセダンの成功によって、日陶は多品種少量生産から、少品種大量生産へと移行したと言われている。

そして、この成功は日陶だけでなく日本窯業全体に影響を与えたと考えられる。【グラフ１】を再び見てみると、1914年、まさにこのセダン完成の年を契機として輸出額が急激に伸びている。この急増に関してはまだ数的データを用いた緻密な分析を行っていないが、少なくとも日陶によるセダン完成が大きく貢献していることは間違いないであろう。今後の優先課題と

森村組が販売していたジャポニスム製品の例

【図３】

【図４】

【図５】

したい。そしてこの急激な伸びの内容は、従来の装飾品ではなく大量生産から生まれた実用の洋食器であったに違いない。

最後に、1916年に当時の著名な陶磁器研究者、北村弥一郎が報告した「北米合衆国窯業調査報告」を引用し、本発表のまとめとしたい。この【史料３】は、以上見てきたような19世紀末から20世紀にかけての状況の変遷を如実に表している。

【史料３】北村弥一郎「北米合衆国窯業調査報告」[4]
［前略］　抑モ従来本邦ヨリ米国ニ輸入セシ陶磁器ハ、主トシテfancy goods[5]ニシテ日用的器物トシテ使用ニ適スルモノニ乏シク、而シテ此等ノ我製品ハ米国各地ニ行渡レルカ故ニ珍奇トシテ歓迎サレシ時代ハ既ニ経過シテ前途望ナキニ至レリ。日本品ハ質弱ク形整ハス、稀ニ使用スルモ尚速カニ破損ストノ小言ハ、彼国使用者ヨリ屡聞ク処ナリ。実ニ従来ノ我輸入品ハ其質不良ナル、購求者ノ満足ヲ得ヘキモノニアラサルナリ。従テ既往ニ於ケル我製品ヲ以テシテハ到底将来ノ発展ヲ望ムヲ得ス、真ニ根底アル行末アル商売ヲ為サンニハ、実用ニ適スル信頼シ得ヘキ安定ナル器物ヲ供給スルニアラサレハ不可ナリトシ、今ニ於テ実用的食器類ヲ製出シテ新生面ヲ開クニアラサレハ、将来ニ於ケル我陶磁器輸出入ノ発展ヲ期スル能ハサルニ至レリ。
幸ニ日本陶器合名会社ノ如キ先覚者ノ茲ニ注目シテ其製品品質ノ改良ニ苦心シ、近来実用的食器類ノ輸入ヲ開始シ、続テ名古屋製陶所モ亦之ニ倣ヒツヽアルハ、斯業ノ前途ニ向テ大ニ欣賀スル處ナリ。［後略］

５．おわりに

本発表において強調したいことは、日本陶器合名会社によって生産されたテーブルウェアは、西洋のジャポニスムに影響を受けた一企業が積極的なアクションをとった結果であるということである。つまり結論としては、日本窯業の近代化プロセス全体を見るとき、日陶によるテーブルウェア生産の成功は、19世紀末に起こったジャポニスムの結末として位置付けることができる。初め、ジャポニスムは需要の増加という形で日本窯業を刺激したが、それによって露呈された様々な問題に日本窯業は直面することになった。そして試行錯誤の末、欧米市場でも勝負しうるテーブルウェア生産を成功させたのである。この点において、近代日本窯業発展のプロセスの中で、洋食器生産による日陶の貢献は非常に大きかったといえる。

西洋における「テーブルウェア」とは、美的に優れ、かつ食器としての機能を持ち合わせた西洋文化において客人をもてなすには不可欠な要素である。この背景には西洋において18世紀から19世紀にかけて、食生活・食文化の発展と共にテーブルウェアのスタイルが確立したということがあるであろう。そこで、これまでの装飾的な陶磁器では輸出が伸び悩んでいた日本の窯業界は、洋食器という新たなジャンルに可能性を見出し、生産・販売に乗り出していったのである。

最後に、近代日本の陶磁器輸出には二つのシフトがあることを提示したい。一つは本発表で見たような「ファンシー・グッズ」から「テーブルウェア」への製品内容のシフトである。もう一つは、ここで新たに提起したいヨーロッパからアメリカへの「市場」のシフトである。輸出市場の変遷を示した【グラフ２】

【図６】日本初のディナー・セット「セダン」

【グラフ２】陶磁器輸出先の変遷（1880～1897年）

を見ると、1891年を境に輸出先市場がヨーロッパからアメリカへ転換している。この転換の背景にあるものは何か。これを解明するにはヨーロッパとアメリカの市場構造、ひいては社会構造などを考慮すべきであり、容易ではないことは明らかであるが、今後多角的な視点から取り組んでいきたい。ただ、今回発表後に頂いたご意見の中に、「ヨーロッパには伝統的な王室の窯などがあるが、アメリカにはない。従ってヨーロッパでは、ジャポニスムブームの後、つまり日本風のデザインを自分たちでつくることができるようになった後に、わざわざ日本から製品を輸入する必要がなくなった。これに反して伝統的な窯業地をもたないアメリカは海外からの輸入に頼るしかなかったので、そこでの日本製洋食器の市場獲得の可能性は大きかったのではないか。」というものがあった。この点はもっとも重要な理由のひとつであると考える。また、1910年代以降日本からアメリカへの陶磁器輸出が伸びた理由に、第一次世界大戦によるヨーロッパ製品の一時衰退ということもある。この周辺の問題は、さらに丁寧な分析が必要とされるので今後の課題としたい。

さらに、1910年代から日本における洋食器生産が本格的に始まったものの、一方で伝統的な有田焼や薩摩焼、九谷焼などの製品は各地でつくられ続けて現在に至る。この「洋食器生産」と「伝統産地の焼きもの生産」という二つの流れを混同しないように、近代化された部分とされなかった部分の区別を意識しながら今後の研究を進めていきたい。

参考文献

・農商務省商工局編『商工彙纂』第45巻　1916年
・外務省通商局編『通商彙纂』第14巻・16巻　不二出版　1988年
・大蔵省編『大日本外国貿易年表』東洋書林　1990年
・ノリタケ100年史編纂委員会『ノリタケ100年史』 2005年
・岡部昌幸「ジャポニスムのテーブルウェア―19世紀末、欧米の食卓を彩った日本の美意識」（カタログ『ジャポニスムのテーブルウェア』展　2007年　pp.8-16）
・松下久子「近代日本の洋食器生産と輸出について―日本陶器のディナーセット完成前史」（カタログ『ノリタケデザイン100年の歴史』展　2007年　pp.8-13）

注

1　カタログ「ジャポニスムのテーブルウェア」展　p.10
2　『通商彙纂』第14巻　p.299
　読みやすいように適宜句読点・スペースを入れた。下線筆者。以下の史料も同様。
3　『通商彙纂』第16巻　p.360-361
4　農商務省商工局『商工彙纂』第45号　1916年（大正５年）
5　報告書本文にも英語で“fancy goods”と書かれている。

いまきいれ　かな／お茶の水女子大学大学院　人間文化創成科学研究科　比較社会文化学専攻
歴史文化学コース　博士前期課程 2 年