

1920年代上海の月份牌における女性像

一目線の表現と手の仕草を中心にー

陳 夢瑤

はじめに

1842年の南京条約によって中国の広州、福州、廈門、寧波、上海の5港が開港され、香港島もイギリスに割譲した。中国に進出した外資系企業の影響により、「月份牌」というカレンダーと広告を組み合わせた新しい商業絵画形式が生まれた。「份」とは物の単位を計るという意味であり、「月份」は暦の上の一个月という時間の単位の意味である。そのため、日本語では月份牌が「カレンダー年画」あるいは「カレンダーポスター」と呼ばれる。

19世紀末から20世紀初頭にかけて、上海が最大の貿易都市となり始めたころ、広告の需要が急増し、同地は月份牌の製作と販売の中心地となった。月份牌は、主に商品購入者への景品として提供されたり、一定量の商品を購入した後で交換されたりした。また、市場では小売業者もそれを低価格で供給し、月份牌は広く社会に浸透していった¹。人々は月份牌を入手した後、家中に飾ったり、カレンダーとして使ったりし、月份牌は生活において重要な存在となった。

1910年代から、月份牌はその発展に伴って、商品の広告という本来の目的よりも、女性像が次第に主題になった。企業が商品の図像より女性像の描写に重きを置いて、より魅力的なイメージを持つ月份牌を製作するようになったからである。さらに、1920年代以降、カレンダーや商品の図案の有無に関わらず、月份牌と呼ばれる例もあった。

描かれた女性像は、「古装」と「時装」という二つの種類に分けられる。「古装」とは、中国の伝統的な服や装飾である。「時装」は、当時のファッションを指している。1912年中華民国が建国されてから、清朝の服飾制度が瓦解し、服装の近代化・洋服化が始まった。大都市である上海は、徐々にファッションの中心地となった。これらの影響を受けたのだろう。1914年、上海に「時装」の美人が描かれた月份牌が出現した²。これは中国におけるファッションイラストの始まりと見なされている³。

2009年に「擦筆水彩（カーボンで立体感を作る水彩技法の一種）」という技法の独自性が評価され、月份牌が上海市の無形文化財に指定された⁴。その後、歴史研究やポスター研究など多くの領域で研究が進

められ、月份牌の起源と発展、描かれた服飾、画中の枠のデザインなどの分析がなされた。そして、月份牌の女性像に関する研究では、ジェンダーの視点からの研究は複数あるものの、細部の表現を重視した研究は十分なされていない。

月份牌における「古装」の女性像の目と手は主に伝統的な神話や戯劇など物語に応じて描写されたため、本稿では「時装」の女性像における目線と手の仕草の表現に着目する。1910年代と1920年代の表現を比較し、その変化について詳述する。最後にそれらの変化の背景を明らかにする。

第1章 月份牌についての既往研究

第1節 中国における上海月份牌の既往研究

中国の上海月份牌に関する既往研究としては以下がある。中国年画史の視点から、最初は美術史研究者である王樹村が着目し、月份牌を伝統年画⁵の一種として、上海の「月份牌年画」という言葉の起源を考察した⁶。また、上海図書館研究員である張偉も上海年画史を考察した上、月份牌を製作する企業の歴史、画家たちの生涯や関係を明らかにした⁷。上海広告発展史の視点から、上海大学新聞伝播学院の教授である許正林が月份牌を広告の一種として、その販売形式の変化、絵師の役割、広告宣伝の戦略について研究した⁸。商業美術史の視点から、上海大学の美術学博士である楊文君が杭稚英という月份牌画家を中心に、彼の履歴と「杭派」というスタイルにおける女性像の技法や特徴などを明らかにした⁹。

一方、ミシガン大学中国研究センターの研究者であるエレン・ジョンストン・ライング (Ellen Johnston Laing) の著作の『Selling Happiness: Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai』があり、2023年に中国語に翻訳刊行された。ライングは、月份牌を広告として、製作と販売過程、外国広告に受けた影響、代表的な画家と題材などを明らかにした¹⁰。ここで注意すべきは、本書の第4章において中国初の月份牌は1854年に香港で印刷された《英中月份牌》であると指摘された点である¹¹。というのも、1870年代の上海にあらわれたという既往研究をくつがえしたからである。

第2節 日本における既往研究

日本では、月份牌に関する既往研究としては以下がある。ポスター研究の視点から、田島奈都子が月份牌を広告ポスターの一種としてとりあげ、日本印刷・広告界との密接な交流、香港の製版印刷会社の役割、デザインの特徴などを明らかにしている¹²。

月份牌の女性像に関する論考は複数ある。印刷物の視点から、著述家・中国版画研究家である瀧本弘之が日本で製作された痕跡を残している月份牌の作品に着目し、日本人画家が描いた月份牌の女性像の表現との差について検討した¹³。ジェンダーの視点から、上海の同済大学教授の張磊が異文化影響のもとで、月份牌の女性像における植民地主義的なイメージについて明らかにした¹⁴。香港大学外国語文化学院特別研究員の吳詠梅も月份牌と同時代の雑誌広告を手がかりに、近代消費主義の理想モデルとしての主婦像はいかに構築し表象されたのかを明らかにした¹⁵。

さらに、神戸大学の博士である于曉尼、中山修一が上海で創刊された商業新聞である『申報』に記載された月份牌について、その誕生から衰退まで、印刷術、絵画技法、題材などの変化について明らかにした¹⁶。しかし、月份牌における女性像の目と手の表現の変化については詳細に論じられていない。

本稿では、1910年代～1920年代の「時装」の月份牌における女性像の目と手の表現の変化を詳細にみることによって、当時の新しいファッションとの関係性を指摘する。

第2章 月份牌の女性像における目線の表現の変化

古今東西を問わず、女性像は、目がもっとも重視されてきた。1910年代～1920年代の月份牌の様式は、縦型の長方形が多数である。そして、描かれた女性像の顔は、つねに画面の真ん中に配されている。つまり、目はつねに画面の中心的な位置に置かれた。描かれた人物の目線は観者の視線を誘導する役割がある。本章では、描かれた女性像の目線を中心に上げ、目線の角度と対象の変化を分析することで、月份牌に描かれた女性像の役割の変化を明らかにする。

第1節 1910年代の月份牌の女性像における目線の表現

1910年代の「時装」の女性像は、立ち姿であれ、座り姿であれ全身像であるという特徴がある。女性像の頭部と体の向きは基本的に観者側に向いており、背中を向ける表現はほとんどない。

1910年代の女性像の目線の対象物を分析すると、顕著なのは、画面内にいる他の人物や対象物などに目線を向けておらず、画面の外に向けられている点である。では、これらの女性像は画面の外の何を、どのように見ているのかを分析してみよう。第一に、ただ遠くの何処かに向けたぼんやりとした目線で描写されていることが多い。例えば周慕橋の《協和貿易会社》(図1)では、風光明媚な山水風景の背景の中に

女性が描かれており、周囲の花は数種類の色で細かく描写され、そして女性の手は花とハンカチの小道具を持っているのも丁寧に描かれているが、女性の目線(図2)はそれらと交わらないように表現されている。また、1914年の《英米煙草会社》(図3)には複数の人物が一つの画面内に描かれているが、その三人の人物の目線も交わらない。

第二に、画中の女性が向ける目線は画面の外、我々の観者側に向けられている表現が多い。そして、観者側に向けられている場合には、直視ではなく、作者不明の《魯ト良藥公司》(図4)のように、斜めの目線で表現されている月份牌は多数ある。直視の目線は視覚的に観者に対して強い印象を与え、注意が特定の部分に集中させる。それに対して、斜めの目線は観者の視線が一つの焦点に集中することなく、画面の複数の部分に自然に目を向けることができる。この分散効果により、観者が描かれた女性像以外に、会社名や背景など画面全体のあらゆる部分を自由に見ることができると考えられる。

以上見てきたように、1910年代の女性像の目線は、その先に対象物がない描写が多数ある。また、画面の外の観者側を見る場合は、真正面から直視する表現は少ない。

では、1910年代の月份牌の女性像における目線の表現がどこからきたのか。明・清両朝の統治者が推し進めた「程朱学派」は、中国の儒学における学派の一つであり、禁欲主義的な思想を強調し、人々の欲望を抑制することだった。そのため、伝統的な礼儀としては当時の女性に「歯を見せずに笑う」ことを要求し、顔の表情を抑えることが適切であると見なされた。こうした背景から、1910年代の月份牌における目線の感情表現も抑えられ、当時好まれた「病態的な美」を表現することになった。以上はこれまでの既往研究によくみられる説である。確かに当時の絵画における女性像、清朝の絵画の仕女図(女性を主題とした伝統的な絵画)も、表情や動作を抑えて描く傾向があったが、果たしてこれだけだろうか。

当時の文学からの影響も女性像に反映されていると考えられる。例えば清朝の著名な小説『平山冷燕(へいざんれいえん)』¹⁷では、美しい女性である主人公の容貌を「淡弱煙雲(淡い煙と雲)」と書かれている。「淡弱煙雲」という言葉は、中国文学や詩において朦朧としていて美しい風景を表現するときに使われる古典的な表現であるが、女性を形容する際には、まるで朧な煙のような雰囲気漂わせて、触れられないような女性像を示唆している。

1910年代の月份牌の女性像において、何かを凝視

するのではなく、ぼんやりとした目線で描かれるのが多いのは「淡弱煙雲」の女性像からの影響だと考えられるのではないかと。表情の表現がある場合でも、ほのかな微笑みしか描写されてないのも同根だろう。

「淡弱煙雲」以外に、「眉如初月（三日月のような柔らかい眉毛）」、「髮綸烏雲（黒雲のように濃密で黒い髪）」など女性の外見を描写する言葉がある。これらの共通点は、全部自然の風物を通じて、女性の外見を比喻している¹⁸。つまり、中国古代からの美意識では、女性を自然景色と結び付けながら称賛する習慣があったと考えられる。

このことは、月份牌にも影を落としたのではないかと。1910年代の女性像は、背景がかなり大きい部分を占めている。そして、背景に描かれた多数は山、空、川など自然の風景であった。例えば、《協和貿易会社》（図1）では、女性の後ろの背景が朦朧としている山が描かれており、その山の後ろの空にも暈した技法で輪郭がない雲を表現している。描かれた女性の目線の先には対象物がなく、背景に応じて画面全体の朧な煙のような雰囲気表現しようとした可能性がある。さらに、描かれた服装の色は画面上部にあるリボンのような鮮やかな赤色ではなく、暗い色で表現された。また、下半身のスカートも後ろの山や石と似ている冴えない同系色が使用されている。

以上のことから、この時期では、服装、背景や表情など画面全体が調和していることが重要視されたと考えられる。これに加えて、画中の女性が観者の視線を真正面から直視するのを避けることによって、観者は人物と服装を背景の自然景色とあわせて、鑑賞するように促されていると考えられる。

第2節 1920年代の月份牌の女性像における目線の表現

1920年代以降、「時装」を主題とする月份牌の構図は大きく変化した。単身像の構図が増え、二人以上の女性像の構図がほぼ見られなくなった。しかも、半身像を中心に描写する月份牌が大量にあらわれた。背景の描写が画面全体で占める割合が小さくなり、人物、特に顔の部分が拡大され、より細かく描写できるようになった。さらに、背景にある風景や室内などの描写を完全に省略し、無地の色だけで表現されている月份牌もあらわれた。これによって、女性像における顔の表現がより際立つことになった。

1910年代と比べて、1920年代の女性像の目線の表現にも変化があらわれた。まず、ぼんやりとした目線の表現が減った。次に、目線はつねに画面の外の観者側に向けるように表現されるようになった。また、目

線の対象が観者である場合には、1910年代のような斜めの表現ではなく、真正面から直視する表現が増えた。

例えば、胡伯翔の《永泰和煙草会社》（図5）に描かれた女性では、顔の角度が真正面で表現されており、その目線も観者を直視するように描かれている。この目線の表現は、視覚的に観者と対話しているように感じさせている。これによって、観者が月份牌を見るとき、最初は女性の目の部分に注目し、次に目の部分から周囲へ視線を広げることができる。そうすると、自然に女性の瞼、眉毛、頬などにも目を向ける。それらの部位の描写（図6）を1910年代（図2）と比較してみると、明らかに顔の化粧が描写されるようになった。目元の上下にアイライナー、アイシャドウと濃いチークが緻密に描写されている。

それは、1920年代化粧品の種類は、外国貿易や近代化粧品産業などの影響によって、種類がかなり増えてきたからだ。関税通関総帳によると、1925年には化粧品の輸入が340万だったが、1926年には急増して480万に達した¹⁹。この時期の顔周りの化粧品の種類は香り付けの白粉などパウダーと頬紅が最も多く、その次は口紅製品であった²⁰。月份牌は主に既存の服装スタイルを模倣していたが、当時のファッション流行の方向性に大きく関与した²¹。つまり、描かれた女性の服装に限らず、その髪型、アクセサリ、メイクなどにも対応する流行を牽引したと考えられる。それゆえ、1920年代の目線の表現は真正面から観者を直視するように表現され、観者の視線を顔の部分に誘導させると考えられる。

では、一体誰の視線を誘導しようとしたのか。月份牌を通じて宣伝された商品の中の大半はタバコ類の広告である。当時の中国社会では男性が主な消費者層であったため、男性が月份牌の主要な観者であったとすでに語られてきた。しかし、実は女性も重要な観者の一部であった。上海図書館研究員である張偉は当時の漫画家の葉淺予（1907年-1995年）が撰した回顧録を考察し、次のように論じている²²。

漫画家の葉淺予の晩年に書かれた回顧録においては、商品に付設する月份牌が町で大人気だった様子が生々しく描写されている。彼の父親は浙江の小さな町で南貨店²³を経営しており、「最初は紙巻き煙草の専門会社から少量ずつ仕入れていたが、その後商売が上がったりになり、都会からまるごと一箱で仕入れるようになった。上海の煙草会社は用意周到で、大きな木箱におまけとしての時装美人月份牌を入れて、一緒に送

った。同じ月份牌が複数あり、これは広告としても機能し、また贈り物としても適している。父は毎回箱を開けると、月份牌を店員に分け与え、自宅には一枚だけ持ち帰り、食卓の壁にかけた。月份牌が届くたびに、親戚や隣人の女性たちが訪れて鑑賞しにくる。(後略)」(論文執筆者記)

これは、「時装」の月份牌に描かれた女性像が、男性だけでなく、女性たちにとっても新鮮であり、大都会のファッションを象徴する魅力的なものだったため、楽しんで見ていたことの証左であろう。この時期の月份牌が当時の若い女性にとって、最先端のファッションの情報を伝える憧れの手段であったと考えられる。

第3節 月份牌における女性像の役割の変化

1910年代の月份牌は、すでに「時装」の女性像が表現されているようになった。しかし、この時期の女性像の表現において、仕女図や伝統的な礼儀の影響以外に、過去の美意識も依然として存続していた。描かれた女性像の服装、表情などは背景の風景に応じて表現され、画面全体の調和を整えることが重要視されていた。そのため、女性像の目線は、観者の視線を避けるように斜めから見る、またはぼんやりとした表現が多数あり、画面内で目立たないようにしている。これにより、観者の視線と交わらない。このことによって、観者は思いのままに画面の各部分を見ることができる。

1920年代から、外国との貿易によって、取り引きされる化粧品の商品は1910年代と比較して多様化した。また、服飾だけでなく、顔の化粧にも人々の関心が高まった。この時期の月份牌の女性像に描かれた目線は画面内の存在感が増した。観者側を直視する表現を通じて、より一層視覚的に観者の視線を画面全体から顔の部分に集中させて誘導するという役を担うことになった。

第3章 月份牌の女性像における手の仕草の変化

女性像を形作る際に、前述した目の他に、手も通常身体美の重要な指標となる。手は身体の一部としての外面描写だけでなく、感情や心理状態を表わす内面描写という役割もあるからである。しばしば顔の表情と合わせて、女性像の雰囲気を強調するために手の仕草を作って表現される。これは、月份牌においても同様である。本章では、月份牌における手の仕草に注目しながら、ファッションを表現するために、画家が手の表現において、どのような工夫をしたのか

について考察を進めていきたい。

第1節 1910年代の月份牌の女性像における手の仕草

全体的に見ると、1910年代～1920年代の女性像には、両手が描かれていない月份牌はほぼ存在しない。画家は手を単なる身体の一部として観察するだけでなく、画面全体の一部として配慮していると思えることができる。したがって、月份牌における手はその仕草の描写によって、より細かい表現がなされるのではないだろうか。

1910年代の女性像に描かれた手の大きさは頭部の三分の一くらいで、小さいのが特徴である。描かれた手をその位置とポーズに分類し観察してみると、まず1910年代の女性像に描かれた手の位置は、頭部から離れて、身体の腰と胸の辺りに置かれるという特徴がある。続いて、一方の手を隠している表現がかなりある。《英米煙草会社》(図3)はその好例の一つである。この月份牌に描かれた左の女性の両手は胸や腰の前に置かれたが、右に描かれた二人の女性は、それぞれ一本の手があえて背中あるいはもう一本の手の後ろに隠され、指と手のひらの部分が描写されていない。そして、左の女性の左手だけが胸の前に描かれた以外に、右の二人の女性の手は全部腰の辺りに置かれるようにしている。つまり、この時期では、手を画面中央に置かれており、観者に見せることが少ない。

次に、何かを持っているポーズの手が多く表現されている。《英米煙草会社》(図3)と《魯ト良薬公司》(図4)二つの月份牌では、どちらも同じく手で花を持っている女性が描かれている。後者(図4)の手は、白い芍薬を持っている。古来、中国では芍薬が美人を象徴する花の一つである。そして、白い芍薬の蕊は黄色であり、女性が着ている服装や床と同じ色である。これは、前述した画面全体の調和のために表現されている可能性がある。また、両手を使って花を持つように表現がされているが、左手も花の後ろに隠され、描写しないようにしている。1910年代の月份牌が、手よりも、むしろ持っている物を通じて、女性像を表現する傾向がある。

では、なぜ手を隠そうとしているのか。このことは当時の貞潔観念に関連している可能性がある。中国では、古代の女性は夫以外と接触することが許されず、そのようになった場合には、「不浄」と見なされることがあった。そして、女性が貞潔であることは命よりも大事であると考えられていたとされている。宋朝の文学家である欧阳修(1007年—1072年)の『新

五代史』においては、王凝の妻である李氏が旅館の男性主人に追い出された際、手を引っ張られた。その後、李氏は貞潔を示すために斧で手を切り落としたというエピソードが記されている。この記述によると、当時の女性の手は「貞潔」を象徴する部位に含まれていたと考えられる。その後、「王凝の妻」の話は清朝の思想家である黄宗羲（1610 年-1695 年）の『南雷文案・唐烈婦曹氏墓誌銘』に引用され賞賛された。

1912 年、清朝が倒れて、封建制度も崩れかかってきた。女性の服装の規制が変革されたことから、女性の身体の露出が緩和された。しかしながら、過去の貞潔観念の影響はまだ根強く残っている。この点について、社会学研究者である董金平は次のように指摘している²⁴。

（前略）徐珂が記述した上海の女性たちが履いた手籠²⁵は、中華民国時代における女性の服装が隠蔽から露出への微妙な変化を示している。一方で、袖の長さが清朝末期よりも短くなったため、手と前腕の一部が必ず露出された。しかし、精神面では、当時の上海の女性たちはこのような身体の露出を完全に受け入れておらず、その代わりに手籠を持つことによって、新しい服装を着用できる一方で、手の露出による不快感を和らげる役割も果たした。（論文執筆者訳）

こういった背景から、1910 年代の月份牌はしばしば女性の片手が背後に隠されて表現されたと考えられる。

第2節 1920 年代の月份牌の女性像における手の仕草

1920 年代以降、半身像を中心に描写する月份牌が大量にあらわれたことに伴って、手の造形も変わった。手の大きさが頭部の三分の二くらい拡大されて表現される女性像が多くなった。では、手の仕草はどうのように変化したのか以下の三点から考察する。

（1）「貞潔」の象徴としての手を隠す表現の減少

描かれた手の位置を観察してみると、徐々に腰や胸から頭部に近づいて、《永泰和煙草会社》（図 5）のように、手が顔の辺りにある表現が多くなった。つまり、手が画面の中心に置かれた描写が増えたことである。一方、手を後ろに隠す表現は減少した。例えば鄭曼陀の《中国山東煙草会社》（図 7）のように、左手は頭部の後ろに置かれている仕草で描かれている。それは、1910 年代と同じく単純に手を後ろに隠すこ

とではない。なぜなら、その手のひら部分（図 8）には、丁寧に明暗の微妙な変化が描写されているからだ。この時期から、手を画面中央に描き、観者に見せるのは、この時代から女性の手が徐々に「貞潔」の象徴とされる部位からはずれたからだと推測できる。

（2）手の豊かな表現と文字

1910 年代の物を持つポーズ以外に、同時に両手を使うポーズをとる表現があらわれた。前述したように、1910 年代では、画一的な物を持つ仕草が最も表現されている。しかし、1920 年代になると、例えば胡伯翔の《哈德門煙草広告》（図 9）では、手に物を持つことを通じてポーズをつくるのではなく、人物の手だけで仕草を表現している。両手の中指、薬指と小指を交差させたり、左右の手を組み合わたりすることで複雑な表現がされている。これは、手そのものが魅力的な部分の一つになったためではないだろうか。

そして、この月份牌の上部を見ると、「哈德門」のブランド名の下に、「香煙」という文字が書かれている。画面の左下には「芳香」の文字があり、これは当時の社会で煙草を良い香りの煙草と呼ばれたことを意味している。さらに観察してみると、それは煙草だけでなく、描かれた女性も示していることがわかる。なぜなら、中国の戦国時代からの詩における女性の描写によると、香りも美人とする要素の一つであると見なされてきたからだ²⁶。加えて、「芳香」と「可愛（可愛い）」の文字の位置が女性の右肘の先にあり、そして両手の人差し指は女性自身に向けられて、顎を支えている。したがって、「芳香」と「可愛」は手の仕草を通して、描かれた女性と煙草の香り、両方を同時に示していると考えられる。

この画家が英米煙草会社のために描いた《冷艶広告》（図 10）では、女性の両手が重なって寒さを凌いでいるような様子が描写されている。また、楕円形の枠の上にはやや不鮮明だが、「冷艶」の文字（図 11）もある。これは、冬の雰囲気や文字と画像で表現している。

作家の周瘦鵬（1895 年-1968 年）は 1928 年 2 月 4 日の『申報』に、実は、「冷艶」というタイトルは作家でなく、同じく英米煙草会社の広告部に属する人が付けたものであったと次のように論評した。

（前略）最近彼は英米煙草会社のために一枚の月份牌を描いた。絵の中の美人は、肩に淡い緑色の赤い花柄の長い衣装を掛けて、白い駝鳥のファーショールを巻き、そして両手を肩に掛けて寒そうな様子が描かれている。波のように柔ら

かく揺れる眼差しで見つめ、頬に微笑が感じられる。実に魅力的で、見る者を惹きつける作品である。蔡子廬の手による『冷艶』と題して、とても相応しいと思う。(後略)(論文執筆者記)

これは、画家が先に女性像を創作し、その後他の人が画面に描かれた女性の雰囲気に応じて適切な題目を付けて、それによって観者が文字と絵を合わせて見て、より一層冬の冷ややかな美が感じられていることを示唆している。つまり、この時期の企業は月份牌の製作過程において、女性像を文字と関連付け、画面を表現することに重きを置いた。ここでは、手の仕草が重要な役割を果たしている。したがって、1920年代から、手に何を持つ以外に、手の仕草を通じて画面全体の調和を整えたり、文字とリンクさせて雰囲気を表現したりするようになったと考えられる。

(3) 手の仕草と当時の最先端のファッションとの関係

さらに、1920年代では、何かに触る表現があらわれた。例えば、上記の《冷艶広告》(図12)のように、軽くファッショールに触れている仕草が描写されている。ファッショールが当時最新のファッションであったことは、1928年第32期の『良友』画報から確認できる²⁷。

同様に、作者不明の《中国江浙煙広告》(図13)も片手がボタンに触れている仕草が描写されている。1920年代のチャイナドレスにおける細部の変化は、襟や袖の部分に集中していた。1919年にはチャイナドレスの襟が一時的になくなったが、1921年ごろから襟付きのスタイルが再び流行し、襟のデザインも多様化し始めた²⁸。そのため、襟のボタンに宝石を使うことによって、強調されるようになったと考えられる。これにより、画家は左手(図13)を襟の位置に置かれて、宝石ボタンに触る仕草で表現されている。

したがって、この時期の月份牌には、手が何かに触れるという仕草を通じて、当時の最新のファッションのポイントを示し強調している。これによって、観者の視線をその部分に注目することができる。

第3節 月份牌における女性像の手の変化の背景

宋朝にさかのぼると、中国には古来より女性の手に対する貞潔観念が存在していた。この観念は清朝まで流布され思想家に讃えられてきた。1910年代から、中華民国臨時政府の政策によって、「纏足の廃止運動」、「胸元解放運動」が展開され、女性の身体に関する束縛や露出が緩和された。しかし、当時の女性に

とって、まだ手の露出による不安や不快な感じがあった。そのため、この時期の月份牌中の女性像の手が隠されて表現され、代わりに手の持ち物を通して、女性像の雰囲気や性格を描写するようにしている。

1920年代以降、女性の手が「貞潔」を象徴しないようになったのは、1919年からの女性解放運動との関係があると判断できる。それは、「五・四期」と呼ばれる第一波フェミニズムが世界を席卷していた時期で中国もその影響を受けた頃である。上海で創刊された『新青年』という新文化運動の中心的な役割を担った雑誌に掲載された文章はこの後も、貞潔に関する論争を引き起こした²⁹。以上のことから、1920年代以降、女性は真の意味で手を自由に露出するようになったと考えられる。この背景から、月份牌の女性像では手を画面中央に描き変え、文字や最新のファッションに合わせて手の仕草を表現するようになった。

おわりに

以上みてきたように、19世紀半ばに上海が開港されたことから、都市の近代化の進展が推進された。その過程において、必然的に新しい思想と文化の誕生がもたらされた。外来文化が当時の社会に衝撃を与え、封建社会の影響が根強く残っている人々の思想が一変した。その中でも特に女性解放思想の影響により、当時の人々に女性の身体に関する論議が引き起こされた。このことによって、古来より女性の身体に対する貞潔観念が次第に薄れ、1920年代から女性の手は「貞潔」を象徴しなくなった。

一方、海外との貿易によって、人々は新しい物事を受容し、大都会である上海でファッションという概念が生じた。その後、服装に限らず、流行の化粧品、アクセサリ、コーディネートなどの面にも人々の関心を寄せた。当時社会の女性たちも華やかな西洋風のアイテムを身につけ、伝統社会から変貌を遂げた。

こういった背景をもとに、月份牌の主題は「古装」の女性像から「時装」の女性像に変容した。「時装」の月份牌においてはしばしば女優やモデルを参考にして、最新流行の豪華な衣装、メイクなどを身にまとった女性像を表現するようになった。要するに、月份牌の性格は徐々にファッションイラストに類するものになったと言える。そのため、主な消費者層である男性よりも、若い女性たちの間で人気を博していた。つまり、本来の月份牌が宣伝する商品より、描かれた女性像のほうが人々の興味を喚起した。

1910年代～1920年代の「時装」の月份牌における

女性像の目と手の表現の変化を比較し分析した結果、当時の新しいファッションの出現と拡散と密接な関係があることが明らかになった。それは、1920年代から、女性像の目線と手の仕草は観者の視線を最先端のファッションに誘導する一翼を担う存在になったということも意味する。1910年代の女性像は画面全体の一体感、特に背景の風景との調和をもたらすため、目と手の表現は比較的に存在感が薄く、観者の視線を避けて、斜めまたはぼんやりとした目線、そして片手が隠されるなどで表現されている。これにより、女性像に自然の景物を取り合わせて鑑賞することができた。

これに対して、1920年代以降の女性像は全体でなく、上半身にクローズアップし、背景を省略することによって、女性像における目と手の存在感が増した。目と手は大きく描写され、それ自体が人々に惹きつけられる部位になった。さらに、目線と手の仕草の表現を通して、最先端のファッションの一部を提示し強調するようになった。描かれた目線が観者の視線を直視したり、手を画面中央に置き、ファッションの一部を触ったりするなどの表現で、観者の視線が最新流行のものに向くように工夫されている。

月份牌における女性像は、当時の主要な消費層である男性を引き付けるために「愛嬌」の姿に仕上げたと指摘されてきた。しかし、以上のように、月份牌は風景に女性を組み合わせるという手法から、目線と手の仕草に工夫が凝らされ、さらに文字や流行と合わせて、男性だけでなく、女性にもより魅了することになったと指摘できるだろう。結論として、1920年代の女性像はファッションの影響によって、流行の情報を伝えるという新たな役割が与えられたと考えられる。

¹ Ellen Johnston Laing (梁庄愛倫編)・王樹良 (王樹良)・巴亚岭 (巴亜嶺) 訳『20 世紀早期上海月份牌与视觉文化』(20 世紀初期における上海月份牌と視覚文化)、上海、上海人民美術出版社、2023 年、pp. 41-42。

原著: Laing, Ellen Johnston, *Selling Happiness: Calendar Posters and Visual Culture in Early-Twentieth-Century Shanghai*, Honolulu, University of Hawai 'i Press, 2004.

² 于曉妮「近代中国における商業印刷物「月份牌」に関する基礎的研究—日刊新聞『申報』(1872-1949 年)を基本資料として」、神戸大学、2013 年、pp. 14-62。 <https://da.lib.kobe-u.ac.jp/da/kernel/D1005743/> (2024 年 5 月 26 日閲覧)

³ 楊秋華 (楊秋華)「中西方时装画的起源与特征比较」(中国と西洋におけるファッションイラストの起源と特徴の比較について)、『服飾導刊 (FASHION GUIDE)』05 号、2021 年 5 月、p. 27。 <https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2021&filename=FSDK202105009&uniplatform=OVERSEA&v=1uZiQUyxrlLbZfZWgzy6zVQoFjXxdF0dyV9LehDWwJSrMPkk0nKYp2tMSyxxzMzML> (2024 年 7 月 1 日閲覧)

⁴ 第 2 期上海市の無形文化財、番号: VII-14。上海市人民政府の HP https://www.shanghai.gov.cn/nw23216/20200820/0001-23216_19050.html (2024 年 5 月 28 日閲覧)

⁵ 年画とは、北宋時代 (960 年-1127 年) にあらわれた中国画の一種であり、吉祥を象徴するものを題材として、人々が新年を迎えるに当たって玄関と室内に装飾用としての木版画である。

⁶ 王樹村 (王樹村)『中国社会民俗史丛书 年画史』(中国社会民俗史シリーズ 年画史)、上海、上海文芸出版社、1997 年。

⁷ 张伟 (張偉)『海上花開 月份牌历史与艺术』(海上花開 月份牌歴史と芸術)、上海、上海大学出版社、2021 年。

⁸ 許正林 (許正林)『上海广告史』(上海廣告史)、上海、上海古籍出版社、2018 年、pp. 210-237。

⁹ 楊文君 (楊文君)「杭稚英研究」、上海大学博士論文、2012 年。 https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CDFD&dbname=CDFD1214&filename=1013107275.nh&uniplatform=OVERSEA&v=gaVPvrEFhISQwInqyNEe7prVh2b0r0chDeGUHr1_KjgRzzwvWp8s-3rY_hAdc46- (2024 年 5 月 25 日閲覧)

¹⁰ Ellen Johnston Laing (梁庄愛倫編) 前掲書 (1)

¹¹ Ellen Johnston Laing (梁庄愛倫編) 前掲書

(1)、p. 109。

¹² ポスター研究者である田島奈都子が月份牌に関する論考は以下がある。(出版・掲載順による)

・田島奈都子「戦前期日本と中国の印刷界の関わり」『特集『良友』画報とその時代』、アジア遊学 103 号、勉誠出版、2007 年、pp. 118-127。

・田島奈都子「戦前期日本の印刷会社の中国進出と商業ポスターの製作に関する考察—中国語表記のポスターは果たして 100%中国製なのか?!—」『年報 非文字資料研究』11 号、神奈川大学日本常民文化研究所非文字資料研究センター、2015 年、pp. 37-72。 <https://kanagawa-u.repo.nii.ac.jp/records/8240> (2024 年 6 月 6 日閲覧)

・「戦前期の中国製ポスターに関する研究—1880～1920 年代半ばに製作された中国語表記の作品に見られる特徴について—」『非文字資料研究 = The study of nonwritten cultural materials en: The study of nonwritten cultural materials』22 号、2021 年、pp. 35-72。 <https://kanagawa-u.repo.nii.ac.jp/records/14099> (2024 年 6 月 6 日閲覧)

¹³ 瀧本弘之「美人ポスター「石印月份牌」のつくられかた—中国初期月份牌の日本における制作例雑考—」瀧本弘之編『日中藝術研究』38 号、日中藝術研究会、2012 年 12 月、pp. 124-133。

¹⁴ 張磊 (張磊) 編・汪文磊 (汪文磊) 訳「民国期日本企業のカレンダーポスター (月份牌) の女性像: 異文化圏応用と再構築」『戦間期東アジアにおける大衆の図像の視覚文化論: 新聞広告を中心に (『大正イマジュリィ』別冊)』、国際シンポジウム報告書編集委員会、2020 年、pp. 114-131。 <https://nichibun.repo.nii.ac.jp/records/7555> (2024 年 5 月 28 日閲覧)

¹⁵ 吳咏梅「モダニティを売る: 1920～1930 年代上海における「月份牌」と雑誌広告に見る主婦の表象」『いま構築されるアジアのジェンダー: 人間再生産のグローバルな再編成 en: Asian Gender under Construction: Global Reconfiguration of Human Reproduction』、国際日本文化研究センター出版、2010 年、pp. 43-63。

<https://nichibun.repo.nii.ac.jp/records/2462> (2024 年 5 月 27 日閲覧)

¹⁶ 于曉妮、前掲論文 (2)

¹⁷ 清初の作家、荻岸散人による長編小説であり、現在見られる最も古いバージョンは順治 15 年 (1658 年) のものである。

¹⁸ 代菲「清代世情小説中の“淑女”形象研究」(清代世情小説における「淑女」女性像の研究)、陝西理工大学修士論文、2023 年、p. 38。

https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CMFD&dbname=CMFD202401&filename=1023517288.nh&uniplatform=OVERSEA&v=umhBK9zW4Npi8pH0w_X-

[anL_vMEKoGL8NbqenXZ6t0Z5tsuZGEm9MOz3ew0fpy_](https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=WOTiXAdNI6Pvltj8cPbpWbUtX-uZpB7HLC9in48tuB-KRu8k20DTBJ4zBTP1UKL51EUu3Z2GBJJqByCDeH1L9FnRBX6iWGAkET3yrzw3ZaCYkAYwZ9qxP1IKqkI9jC1KILxnnCEz_1I-)
(2024年6月25日閲覧)

¹⁹ 张鑫(張鑫)「美丽经济——近代上海化妆品业研究(1903-1949)」(美しさの経済——近代上海の化粧品業界の研究(1903-1949))、華中師範大学博士論文、2017年、p. 89。

https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=WOTiXAdNI6Pvltj8cPbpWbUtX-uZpB7HLC9in48tuB-KRu8k20DTBJ4zBTP1UKL51EUu3Z2GBJJqByCDeH1L9FnRBX6iWGAkET3yrzw3ZaCYkAYwZ9qxP1IKqkI9jC1KILxnnCEz_1I-

[rTm21euM4kWoqvjVlx_L1LUHC0eVXm0igoNWIBSGnTbvVKeENgjetjKZbb288zKmhvEiBhPldelMDeAXaf&uniplatform=NZKPT&language=CHS](https://kns.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=WOTiXAdNI6Pvltj8cPbpWbUtX-uZpB7HLC9in48tuB-KRu8k20DTBJ4zBTP1UKL51EUu3Z2GBJJqByCDeH1L9FnRBX6iWGAkET3yrzw3ZaCYkAYwZ9qxP1IKqkI9jC1KILxnnCEz_1I-) (2024年6月25日閲覧)

²⁰ 李芽、蒋婉仪(蔣婉儀)「民国时期的妆品与都市女性妆容形象解析」(中華民国期における化粧品と都市女性の化粧のイメージに関する解析)『服飾導刊(FASHION GUIDE)』05号、2022年10月、p. 78。

<https://chn.oversea.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2022&filename=FSDK202205011&uniplatform=OVERSEA&v=4URnv-jwa0k6GeZPPRD2oZ98M-hD3poUmTMkQ43sy9-8ySiCE99TfWZVFiw1D1p1> (2024年6月25日閲覧)

²¹ 杨秋华(楊秋華)、前掲論文(3)、p. 28。

²² 张伟(張偉)前掲書(7)、p. 24。

²³ 南貨店とは、南方産の食品など貨物を主に扱う店舗である。

²⁴ 董金平『从缠足到美容手术：中国女性身体的建构』(纏足から美容手術へ：中国女性の身体構築)、南京、南京大学出版社、2017年、pp. 50-51。

²⁵ 手籠とは、女性が防寒のために使用した手袋である。その形は両手を入れるため、籠みたいな円筒状に作られた。

²⁶ 张鑫(張鑫)前掲論文(19)、pp. 38-39。

²⁷ 1928年第32期の『良友』画報には、漫画家の葉淺予が「冬季の装いの美しさ」というタイトルの五人の女性が着ている服のイラストを記載していた。そして、中の三人の首の部分には、ファースコールが描写されている。

²⁸ 王琚英『月份牌画中的民国服饰研究』(月份牌に描かれた中華民国期における服飾の研究)、北京、中国紡織出版社有限公司、2021年、pp. 54-55。

²⁹ 赵林(趙林)『中西文化的精神分野：传统与更新』(中国と西洋の文化における精神の分界：伝統と革新)、北京、九州出版社、2023年、p. 299。

参考文献

王树村(王樹村)『中国社会民俗史丛书 年画史』(中国社会民俗史シリーズ 年画史)、上海、上海文芸出版社、1997年。

田島奈都子「戦前期日本と中国の印刷界の関わり」『特集 『良友』画報とその時代』、アジア遊学103号、勉誠出版、2007年。

呉咏梅「モダニティを売る：1920～1930年代上海における「月份牌」と雑誌広告に見る主婦の表象」

『いま構築されるアジアのジェンダー：人間再生産のグローバルな再編成en：Asian Gender under Construction：Global Reconfiguration of Human Reproduction』、国際日本文化研究センター出版、2010年。

瀧本弘之「美人ポスター「石印月份牌」のつくられかた—中国初期月份牌の日本における制作例雑考—」瀧本弘之編『日中藝術研究』38号、日中藝術研究会、2012年12月。

杨文君(楊文君)「杭稚英研究」、上海大学博士論文、2012年。

于曉妮、中山修一「近代中国における商業印刷物「月份牌」に関する基礎的研究—日刊新聞『申報』(1872-1949年)を基本資料として」、神戸大学、2013年。

田島奈都子「戦前期日本の印刷会社の中国進出と商業ポスターの製作に関する考察—中国語表記のポスターは果たして100%中国製なのか?!—」『年報 非文字資料研究』11号、神奈川大学日本常民文化研究所非文字資料研究センター、2015年。

董金平『从缠足到美容手术：中国女性身体的建构』(纏足から美容手術へ：中国女性の身体構築)、南京、南京大学出版社、2017年。

张鑫(張鑫)「美丽经济——近代上海化妆品业研究(1903-1949)」(美しさの経済——近代上海の化粧品業界の研究(1903-1949))、華中師範大学博士論文、2017年。

许正林(許正林)『上海广告史』(上海広告史)、上海、上海古籍出版社、2018年。

张磊(張磊)編・汪文磊(汪文磊)訳「民国期日本企業のカレンダーポスター(月份牌)の女性像：異文化圏応用と再構築」『戦間期東アジアにおける大衆の図像の視覚文化論：新聞広告を中心に(『大正イマジュリィ』別冊)』、国際シンポジウム報告書編集委員会、2020年。

王琚英『月份牌画中的民国服饰研究』(月份牌に描かれた中華民国期における服飾の研究)、北京、中国紡織出版社有限公司、2021年。

张伟(張偉)『海上花開 月份牌历史与艺术』(海上花開 月份牌歴史と芸術)、上海、上海大学出版社、2021年。

杨秋华(楊秋華)「中西方时装画的起源与特征比较」(中国と西洋におけるファッションイラストの起源と特徴の比較について)、『服飾導刊(FASHION

GUIDE)』05号、2021年5月。

李芽、蒋婉仪（蔣婉儀）「民国时期的妆品与都市女性妆容形象解析」（中華民国期における化粧品と都市女性の化粧のイメージに関する解析）『服飾導刊（FASHION GUIDE）』05号、2022年10月。

代菲「清代世情小说中的“淑女”形象研究」（清代世情小説における「淑女」女性像の研究）、陝西理工大学修士論文、2023年。

Ellen Johnston Laing（梁庄愛倫編）・王树良（王樹良）・巴亚岭（巴亞嶺）訳『20世纪早期上海月份牌与视觉文化』（20世紀初期における上海月份牌と視覚文化）、上海、上海人民美術出版社、2023年。

赵林（趙林）『中西文化的精神分野：传统与更新』（中国と西洋の文化における精神の分界：伝統と革新）、北京、九州出版社、2023年。

（文字数：15668字）



(图1) 周慕橋《協和貿易会社》、1914年。



(图2) 周慕橋《協和貿易会社》の目の部分、1914年。



(图3) 作者不明《英米煙草会社》、1914年。



(图4) 作者不明《魯卜良藥公司》、1918年。



(图5) 胡伯翔《永泰和煙草会社》、1929年、個人蔵。



(图6) 胡伯翔《永泰和煙草会社》の顔の部分、1929年、個人蔵。



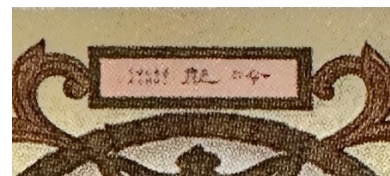
(图 7) 鄭曼陀《中国山東煙草会社》、1920 年代。



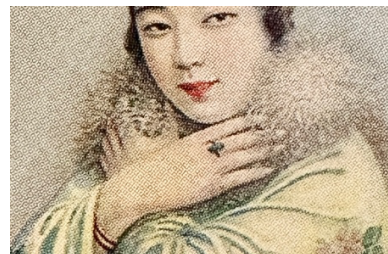
(图 10) 胡伯翔《冷艷廣告》、1920 年代年、個人藏。



(图 8) 鄭曼陀《中国山東煙草会社》の手の部分、1920 年代。



(图 11) 胡伯翔《冷艷廣告》の一部、1920 年代、個人藏。



(图 12) 胡伯翔《冷艷廣告》の一部、1920 年代、個人藏。



(图 9) 胡伯翔《哈德門煙草廣告》、1927 年。



(图 13) 作者不明《中国江浙煙廣告》、1920 年代。

図版一覧

- (図1) 周慕橋《協和貿易会社》、1914年。龔建培『摩登佳麗一月份牌与海派文化』上海人民美術出版社、2015年、p. 15より転載。
- (図3) 作者不明《英米煙草会社》、1914年。龔建培『摩登佳麗一月份牌与海派文化』上海人民美術出版社、2015年、p. 71より転載。
- (図4) 作者不明《魯卜良藥公司》、1918年。龔建培『摩登佳麗一月份牌与海派文化』上海人民美術出版社、2015年、p. 74より転載。
- (図5) 胡伯翔《永泰和煙草会社》、1929年、個人蔵。張信哲、張藝安『民・潮 月份牌圖像史』上海人民美術出版社、2021年、p. 78より転載。
- (図7) 鄭曼陀《中国山東煙草会社》、1920年代。『老月份牌』上海画報出版社、1997年、p. 23より転載。
- (図9) 胡伯翔《哈德門煙草廣告》、1927年。『老月份牌』上海画報出版社、1997年、p. 113より転載。
- (図10) 胡伯翔《冷艷廣告》、1920年代、個人蔵。張信哲、張藝安『民・潮 月份牌圖像史』上海人民美術出版社、2021年、p. 31より転載。
- (図13) 作者不明《中国江浙煙廣告》、1920年代。『摩登佳麗一月份牌与海派文化』上海人民美術出版社、2015年、p. 111より転載。

On the Female Images in Shanghai's Calendar Posters in the 1920s

—Focusing on the expression of gaze and hand gestures

CHEN Mengrong

The Treaty of Nanking in 1842 opened five Chinese ports—Canton, Fuzhou, Xiamen, Ningbo, and Shanghai—to foreign trade and ceded Hong Kong Island to Britain. The influence of foreign companies in China led to the creation of a new form of commercial art that combined calendars and advertisements, known as "yuefenpai."

From the late 19th century to the early 20th century, as Shanghai began to emerge as the largest the demand for advertisements surged, making Shanghai the center for the production and sale of "yuefenpai" (the calendar posters). Starting from the 1910s, the theme of calendar posters gradually shifted from their original purpose of product advertisements to primarily featuring images of women. In 1914, these calendar posters depicting fashionable women appeared in Shanghai, and the representation of women began to transform gradually.

This paper primarily focuses on the expression of gaze and hand gestures in the depiction of fashionable women, comparing and analyzing the representations from the 1910s and 1920s, and clarifying the background of these changes. As a result, it was found that from the 1920s, the presence of eyes and hands became more prominent, closely related to the emergence and spread of new fashion at that time. From the 1920s onwards, the gaze and hand gestures of female figures played a role in guiding viewers' attention to the latest fashion trends. Firstly, the eyes and hands were enlarged and depicted in such a way that these parts themselves became attractive elements. Secondly, through expressions where the depicted gaze directly stared at the viewer or the hand was placed centrally in the frame touching a part of the clothing, viewers' attention was directed towards the position of the latest fashion trends. The cause of this was the impact of foreign culture and trade on society at that time, leading people to accept new things, and the concept of fashion being promoted in the metropolis of Shanghai. Based on this background, the nature of the calendar posters gradually became similar to fashion illustrations and became popular not only among men but also among young women. In other words, the depicted female figures aroused more interest in people than the products advertised by the "yuefenpai."

Therefore, it can be pointed out that the calendar posters evolved from the method of incorporating women into landscapes in the 1910s to employing innovative gaze and hand gestures, combined with text and fashion trends, to captivate people more effectively. In conclusion, the depiction of women in the 1920s was given a new role in conveying information about fashion trends due to the influence of fashion.