5 月 25 日(金) 15:15～16:45 九州大学 50 周年記念講堂

アジアのモダニズムの一側面―「仁丹」広告がつたえること

東京文化財研究所 田中 淳
TANAKA Atsushi

発表者が勤務する東京文化財研究所「美術部」（2007 年 4 月から同研究所企画情報部に統合。）では、2001（平成 13）年度から 2005（平成 17）年度まで、「日本における外来美術の受容に関する調査・研究」と題する研究プロジェクトを進め、その報告書を昨年刊行しました。この研究プロジェクトでは、日本、及び東アジア地域における「外来美術」の「受容」を、これまでの「影響」論から脱却をすることを意図しつつ、古美術から近代の美術までの領域にわたり多角的に議論してきました。この報告書は、研究所の所員に加えて、国内外の研究者 23 名の方々による、そのつどのテーマに基づく研究会、シンポジウム、公開講座等での発表を再録し、編集したものです。

また発表者自身は、『美術研究』390 号（2006 年 12 月）に「後期印象派・考―1912 年前後を中心に」（下）を論考として、同時に「アジアのキュビスム―境界なき対話」展（東京、ソウル、シンガポール巡回、2005 年 8 月～06 年 4 月）を「展覧会評」として執筆いたしました。前者の拙稿は、同誌 368 号（1997 年 11 月）に「上」篇を掲載以来、5 回（369、372、374 号）にわたる連載でした。この論考は、“Post Impressionists”が「後期印象派」と翻訳され、それが新しい視覚イメージとして広がり、受容される実態を「1912 年」に焦点をあて、美術だけではなく、文学、演劇にわたってひろく横断的に人（言説とネットワーク）と作品（視覚的イメージ）の両面から検証しようとするのが目的でした。そして、この拙論を改稿した上で一書にまとめ、その書名を『太陽と「仁丹」―1912 年の自画像群』としようと考えています。この書名については、1912 年当時から創作活動をはじめた青年画家たちがいう「個性」とは、ゴッホが表現し、同時にそこに生命感のシンボルとみなしていたであろう「太陽」のイメージと近代化のシンボルとしての都市における「仁丹」のイルミネーションの輝きに集約されるのではないかと考えているためです。

もとより「仁丹」とは商標であり、現在も商品として販売されています。（当初は「万能の懐中薬」として、1920 年代からは「口中芳香剤」として、現在は医薬部外品として販売されています。）1905 年の発売当初から大礼服姿に髭を蓄えた紳士の胸に記された「仁丹」の広告イメージは、トレードマークとして新聞、看板等の宣伝メディアをつうじて、「全国津々浦々の薬店」まで浸透していったとされます。しかも当時から日本国内だけではなく、同じ漢字文化圏である中国大陸への販路拡大をめざしており、その結果、第二次世界大戦終了までにはアジア各地に支店等を設け、各地域で国内に劣らないほどの宣伝活動をしていました。そこで本発表では、日本から発信された視覚イメージとしての「仁丹」広告をとおして、それをどのように見せようとし、一方でどのように見られていたのかということをひとつの側面として視野にいれつつ、1910 年代から 30 年代の「美術」（「美術史」研究を含む）におけるアジアのモダニズムを考えてみたいとおもいます。