

江戸の引札とパリのポスター

江戸とパリ。18世紀から19世紀後半にかけて、隆盛を誇った江戸の引札。そして19世紀後半、黄金時代を迎えたパリのポスター。この二つの広告メディアを生んだ江戸とパリに共通していたのが、急速な都市化と消費社会化によるポピュリズムの登場、印刷技術の進歩であった。大量消費時代と複製技術時代の始まり。この二つの関係の中で、広告メディアは遊びの空間として、見世物として、あるいはアートとして発展していくことになる。江戸の引札とパリのポスターを比較しながら、近代広告誕生の一端を垣間見てみよう。



江戸菜屋の店頭風景 (江戸名所図会 本町菜種店)

江戸 -- 引札を生んだ大衆社会

引札とは、商店が、開店披露や大安売りの際に配ったもので、現在のチラシ広告にあたるものである。引札の登場は17世紀後半の天和年間にまでさかのぼるといわれている。やがて19世紀初頭の文化・文政期には江戸の広告メディアとしての地位を不動のものとするようになる。

引札が江戸という大都市に生まれた社会的な背景には、三つの要因が考えられる。

一つはいうまでもなく、商品経済の活発化である。当時は手工業の時代であったが、それが逆に商域内での安定的消費をうながした。その結果、人口の密集する大都市での宣伝・広告が経営上必要になったと思われる。

二つ目は、木版印刷を量産する体制が整備されていたことである。記録によれば、ある呉服商は江戸市中に5万枚もの引札を配布したという。こうした大量生産は、当然、一人の浮世絵師や摺師の力では不可能であった。何十人もの絵師や摺師、彫師、さらには文章を作成する戯作者(今でいうコピーライターの役割)という、分業体制が整っていたと推測できる。



高崎屋 引札

注目すべきは、初期の引札制作を担っていた人物たちに、滑稽本や人情本の作者がいたことである。

文化の商品化と引札

実は、この戯作者たちに代表される庶民文化の発展が、引札を生んだ三つ目の要因として考えられる。貨幣経済の発達や庶民の経済的向上と



神田久保田屋源四郎 引札

いう条件の中で、江戸の庶民たちは、浮世絵や書籍文化に代表されるように、文化そのものを商品として購入できる存在になっていた。つまり、作り手と受け手に共通の文化的基盤があったのである。

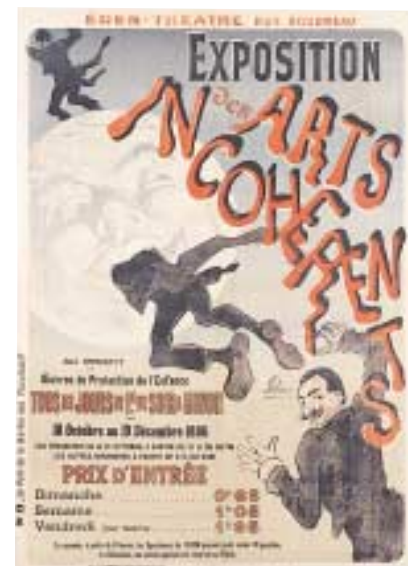
実際、引札は店や商品を多くの人に宣伝する機能とともに、作者と受け手が共に楽しむという遊びの機能もあわせ持っていた。引札には「口上」「報祭」「世利譜」「東西東西」などといった行商人や歌舞伎のセリフを真似たものや、洒落、地口といった言葉遊びが圧倒的に多い。つまり、こうした広告主の遊びの精神を享受できる庶民文化が成熟していたのである。

商品経済の活発化、印刷技術の進歩、そして庶民文化の発達。この三つがからまりあうことで、世界にも類をみない広告メディア、引札が発展していったのである。

広告・二都物語

パリ -- ポスターの黄金時代

現在、広告メディアとして大きな地位を占めているものに、ポスターがある。ポスターの起源を、広く広告掲示という意味にとらえるならば、モーゼが神からの十戒を板に刻印した律法に求めることもできる。が、ポスターという形態を使った広告掲示を普及させたのは、ルネサンス以降の活版印刷術の発明である。



ジュール・シェレ《支離滅裂芸術展》1886

その後、産業革命によって工場生産品が次々と市場にあふれ、事業家たちはかつてない競争を余儀なくされるとともに、その効果的な宣伝の手段としてポスターが使われるようにな

った。工業化社会がもたらす都市化と人口集中、そして消費社会。ポスターはパリという都市の中で、急速に発達していくことになる。

ポスターの拡大を決定的にしたのが、18世紀末の石版印刷術の発明である。石版印刷とは、平らな石の上に、印刷する文字や図柄をじかに描いて版を作る印刷方法である。これによって、多様な表現が可能となった。19世紀後半には、完全な色の転写法が編み出され、安価で大量の図版を印刷することができるようになった。この技法を駆使し、多色石版によるポスターを制作したのがジュール・シェレである。シェレによる最初の多色石版ポスター「ヴァレンチノ舞踏場」は、たちまち一世を風靡することになる。

広告からアートへ、そしてジャポニスム

シェレ以降、多くの画家がポスターを手がけるようになり、ポスターはアートと不可分のものとなった。風刺画家オノレ・ドーミエ、初期印象派の巨匠エドゥアール・マネ、そして数多くの傑作ポスターを描いたトゥルーズ・ロートレック。当時の大女優サラ・ベルナルルをモチーフに数々の傑作を描いたアルフォンス・ミュシャの存在も欠かすことができない。



ジュール・シェレ《リブレリ・エド・サゴ》1891

この時期、パリ万博を契機に起こったのが日本ブームである。当時、印象派の画家を中心に広まっていた浮世絵ブームは、「ジャポニスム(日本趣味)」としてさまざまなジャンルの芸術に影響を与えた。

ロートレックの「ディヴァン・ジャポネ」は、浮世絵が持つ平面的で単純かつ装飾的な表現方法を取り入れた代表的なポスターである。

以上述べてきたように、近代広告メディアの母体となった引札とポスターが、共に浮世絵を介して結びついていることに驚かすにはられない。

監修：緒方宏大、寺本美奈子(印刷博物館学芸員)

参考文献
『広告の誕生』北田暁大著(岩波書店)
『江戸学事典』西山松之助他(弘文堂)
『江戸時代を考える』辻達也著(中公新書)
『江戸のニューメディア』高橋克彦著(角川書店)
『ポスターの歴史』A・ヴェイク著(文庫クセジュ)
『視覚デザインの歴史』白石和也著(大学教育出版)