

## 広告画像の修辭学

——歌麿筆「美人画」を手がかりに——

岸 文和

### はじめに

広告史研究によれば、日本の近代ポスターの歴史は、明治四〇年「二九〇七」に三越呉服店が制作した美人画ポスターに始まる。<sup>①</sup> 山本武利『広告の社会史』（一九八四年）は、波々伯部金州の手になるポスター（第1図）を指して、次のように紹介する。<sup>②</sup>

三井呉服店をデパートメント・ストア方式に衣替えした三越呉服店は、一九〇七（明治四〇）年三月の東京勸業博覧会に先立つ一カ月ほど前に、石版・色刷りで、「東京に来て博覧会を見ざる人ありや。博覧会を見て三越を見ざる人ありや」の文案（浜田四郎作）を入れた元禄美人画（モデルは新橋芸妓清香）のポスターを作成し、市中の浴場や理髪店に掲示して大好評を博した。三越の広告担当の浜田四郎は、これが「近代的意味に於ける広告用ポスターの始まりだ」と述べている。<sup>③</sup>

明治三八年「二九〇五」以来、「元禄模様」の和装品一式——和服、髪飾、履物、袋物を含む——を新商品として売り出して三越呉服店にとつて、兵庫番を結つた元禄風の美人表象を利用することには必然性があつたはずである。<sup>(4)</sup>しかし、浜田が言いたいことは、このポスター以後、およそ一九二〇年代の後半まで、酒類や煙草をはじめとする各種の商品を宣伝するために、まさに商品横断的に、美人表象が利用されるようになったといふことなのである。竹内幸絵『近代広告の誕生』によると、このような動向は、しかし、大正一〇年「一九二二」に朝日新聞社と読売新聞社が相次いで開催した二つの「大戦ポスター展」を契機として、徐々に見直されるようになった。<sup>(5)</sup>昭和二年「一九二七」に、日本初のポスター研究誌『アフィッシュ』が杉浦非水などによつて創刊され、その創刊号で「日本在来の所謂美人画ポスターに就き其の広告的効果及芸術的価値如何」というアンケートが行われたことは、まさにそのような見直しを象徴する出来事であつたといふ。第二号に掲載された杉浦によるアンケート結果の総評は、次のように言ふ。なお、「」内は筆者による補注である。

要は、「ポスターは」その広告するものに対して、密接なる、或いは暗示的なる内容的物を言い得るものでなければならぬ。日本の所謂美人ポスターなるものは、此広告の内容と美人とが何等の關係もない、唯單なる觀者の色情本能に訴へた遊蕩的興味ばかりな劣悪な考えの下に並べられた女優や芸者の死せる肖像ばかりである。<sup>(6)</sup>

近代ポスターは美人表象とともに歩み始めたが、その後の歩みは、「女優や芸者の死せる肖像」を温存しながらも、美人画ポスターの呪縛から解放されるプロセスであつたと言うわけである。このような見解は一見したところ妥当なようにも思われるが、竹内が、近代ポスターのルーツを江戸時代に流通したある種の浮世絵版画に求めて、次のよう

に述べるとき、いささか慎重にならざるをえない。<sup>(7)</sup>

江戸後期になると、有力商店は錦絵の背景に自店を描かせ、これを買取り顧客に配布した。このような「人銀もの」も、役者絵などの美しいプロマイドがまずありきで、これが個人に気に入られ、自宅内で愛好されてはじめて、横に書かれたスポンサー名が広告として機能するのだ。近世日本の広告の姿は、この「人銀もの」をルーツとする、「美しく」「見る人が限られる」「屋内で楽しむ」ための広告図だった。ということとは、ここから屋外に飛び出し、不特定多数の人に影響を与えうるコミュニケーション媒体へと脱皮することが、日本の広告が近代へ向かう第一歩だった。



第1図

三越呉服店ポスター《元禄美人（東京勸業博覧会掲出）》波々伯部金州画 明治40年 87.5×60.4cm 株式会社三越伊勢丹蔵

浮世絵の中に、明らかに特定の商品と分かるモノが描かれたり、商品名が書き込まれたりする場合、それを宣伝目的の入銀物——スポンサー付き版行——と考えることに問題はない。美人画——当時の言い方からすれば「女絵」——そのものからして、遊女の名前が書き入れられている限り、遊女という商品を売るための広告メディアとしても機能していたはずである。問題は、しかし、特定の商品とタイアップした浮

世絵の美人画が、一種のアイ・キャッチャーとして、ただ「美しさ」のためにのみ広告の用に供されたのではないという点にある。

本論の目的は、このことを踏まえた上で、この種の入銀物の代表例としてしばしば言及される喜多川歌麿（宝暦三年～文化三年「二七五三～一八〇六」）の二つの揃物——「名取酒六家選」と「夏衣装当世美人」——を取り上げ、それらはいったいどのようなメカニズムによって商品を宣伝することが可能であったのかを、隠喩と換喩という——それぞれ異なった二つのモノの間の類似性と隣接性に基づく——二つの代表的な修辭法を手がかりにして、明らかにすることである。

そのために、次のような手続きを取る。第一章では、「名取酒六家選」全六点を取り上げ、六人の名妓が六種の銘酒に見立られていることを確認したうえで、その見立が修辭学的な文脈では、類似性に基づく隠喩として説明可能であることを指摘する。第二章では、この見立において、名妓と銘酒の格が比較されていることを、吉原細見と酒番付を手がかりにして明らかにする。第三章では、同じように比較される可能性のある両者の性格を、洒落本『名とり酒』の言語表現を手がかりにして推測する。第四章では、「夏衣装当世美人」全九点を取り上げ、これらが、九人の美人と九軒の呉服屋の九種の新商品を、類似性ではなく、隣接性——原因と結果——の関係に置くこと（換喩）によって、美人の魅力（美しさ）が商品の効用によるものであると主張していることを明らかにする。おわりに、これらのことを踏まえて、この種の美人表象が近代ポスターのルーツでありうるのは、それらが類似／隣接という二種類のモノの間の意味論的關係を利用することによって、商品を魅力的／有用なモノとして表象するからであり、近代ポスターの表現の多くは、原理的に、これら二つのタイプの修辭法に還元できることを指摘する。

## 第一章 「名取酒六家選」と隠喩

「名取酒六家選」(第2図)は大判錦絵六点の揃物で、寛政六年(1794)〜九年(1797)頃、喜多川歌麿によって版下が描かれ、版元・蔦屋重三郎によって版行された。遊女を主題とする美人画であるが、それぞれの絵には、外題の記された朱漆塗りの大盃、花木の小枝の添えられた商標入り蔦被り四斗樽、そして妓楼名と遊女名、醸造元と酒名の書き込まれた細長い二連の題箋(葉)からなるコマ絵が添えられている。六点の妓楼名と遊女名、醸造元と酒名の組み合わせは次の通りである。

- |                             |                      |
|-----------------------------|----------------------|
| (1) 兵庫屋(角町/兵庫屋伊助)の華妻        | 坂上の劍菱                |
| (2) 若那屋(江戸丁二丁目/若那屋八郎右衛門)の白露 | 木綿屋の男山(第2図)          |
| (3) 玉屋(江戸丁二丁目/玉屋庄兵衛)の志津賀    | 満願寺の養命酒              |
| (4) 越前屋(江戸丁二丁目/越前屋喜四郎)の通路   | 紙屋の菊(白菊)             |
| (5) 大文字屋(京町二丁目/大文字屋市兵衛)の浅茅生 | 木綿屋の七ツ梅              |
| (6) 角玉屋(江戸丁二丁目/玉屋山三郎)の小紫    | 山城屋の山やま <sup>⑤</sup> |

「名取酒六家選」という外題は、遊女の「名取衆」——名高い/評判の人たち——を六人選んで、六種の「銘酒」——特別の名称が付けられた上等の清酒——に見立てることを意味しているばかりか、「六家選」——選ばれた六つの妓楼/酒屋——は「六歌仙」——古今和歌集の序に掲げられている歌道に秀でた六人の人物——にも通じる。このよ

うな見立は、小学館版『日本国語大辞典』の定義を借りるなら、「あるものを、それと共通点のある別のものだととして取り扱うこと。別のものになぞらえること」として、江戸時代の俳諧、戯作、歌舞伎、そして浮世絵の世界に深く浸透していた。浮世絵の世界では、錦絵の創始者として有名な鈴木春信の「浮世美人花見立」(明和期)をはじめとして、磯田湖竜斎「風流見立座敷八景」(明和期)、五渡亭国貞「七小町見立」(文化期)など「見立」という語を外題に含むものだけでも相当数にのぼる。<sup>9)</sup> 歌麿では、水茶屋の娘など当世美人を「仮名手本忠臣蔵」の登場人物に擬える「高名美人見立て忠臣蔵」(寛政九年頃)などがこの類の揃物であるが、「艶中八仙」(寛政六年頃)、「六玉川」(寛政七、八年)、「江戸名物錦絵耕作」(享和三年)など、「見立」の語を含まないが、類似の操作の予想される外題をもつ揃物は枚挙に暇がない。見立は、あるモノを別のモノに擬える比喩的な技法——修辞法の一つ——であるというよりも、江戸時代の文化全体に通底する知の技法とでも呼ぶべきもので、そのメカニズムを説明することはそれほど容易なことではない。実際、岩田秀行「〔見立絵〕に関する疑問」(一九九五年)を一つのきっかけとして、活発な議論が展開されたことは記憶に新しい。<sup>10)</sup> 議論は、近年、ようやく沈静化の萌しを見せてはいるが、研究が進めば進ほど、その文化装置としての奥深さはいっそう露わになると言ってもよい。<sup>11)</sup>

そこで、本論では、広告画像の意味作用を類型化するという目的を念頭に置いて、見立を、隠喩 (metaphor) あるいは直喩 (simile) という二つの事物の間の類似性 (similarity) に基づく比喩とみなし、言語学の成果を援用して、そのメカニズムを理解することを試みる。すなわち、隠喩とは、言語表現的には「AはBだ」の形式をとる発言で、発言 (主張) そのものが偽であることを特徴とするレトリックである。例えば、「男は狼である」とか「思い出を忘れないように心の宝石箱にしまい込んだ (心は宝石箱だ)」とかの主張がこれに当たる。一方、直喩とは、「Aは (まるで / あたかも) Bのようだ (みたいだ)」の形式をとる発言で、「林檎のようなほっぺ」「光陰矢の如し」「雪のように白い毛布」

「海のように深い愛」などのように、AがBに類似していることを主張するだけで、発言（主張）として逸脱している（不適切である）わけではない。

したがって、修辭的な技法とは、本来、聴衆の心を動かし、説得する技術として、普通ではない言葉の使用法であるとするならば、直喩は隱喩よりもインパクトが弱いことになるが、隱喩にしても直喩にしても、その解釈メカニズムに差異があるわけではない。本論の目論見は、この言語的な比喩の概念を、圖像の領域に拡大することにあるから、繪画表現上の問題として、隱喩（現実にはありえないことを描く）と直喩（比較するように描く）を区別することは、たしかに興味深い問題を提起する。しかし、解釈上の問題としては、Aを遊女の名取衆、Bを銘酒として、歌麿の圖像を「A（名取衆）はB（銘酒）である」という隱喩的表現（虚偽の主張）と理解しても、「A（名取衆）はB（銘酒）のようである」



第2図

喜多川歌麿画《若那屋の白露／木綿屋の男山》  
「名取酒六家選」大判錦絵揃物 1794-97年 東京国立博物館蔵 Image: TNM Image Archives

という直喩的表現（比較の陳述）と理解しても大差はない。そこで、以下、説明上の便宜のために、見立を隱喩の一種とみなして、論を進めることとする。<sup>(12)</sup>

隱喩の構造と解釈については種々の見解があるが、マックス・ブラック（M. Black, 1909）の「相互作用説（interaction view）」は有力なものの一つである。<sup>(13)</sup> それによれば、隱喩的主張には二つの異なる主題（subject）——（A）第一主題と（B）副主題——があ

ることになる。「男は狼である」の場合なら、「男」が(A)第一主題で、「狼」が(B)副主題で、隠喩は、(B)副主題から連想される「通念 (commonplaces) の体系」が、(A)第一主題にもあてはまると示唆することによって、(A)第一主題の諸特徴を選択し、強調し、抑制し、組織することになる。<sup>14</sup>すなわち、(B)「狼」から連想される通念の体系といえば、凶暴である／肉食である／他の動物を餌食にする／危険である／貪欲である／絶えず闘争している／腐肉を喰っている／咆吼する／怖いなどをあげることができるが、これが(A)「男」の通念の体系と比較されて、共通している特徴(凶暴である／危険である／貪欲である／絶えず闘争している／怖い)が選択／強調され、共通していない特徴(肉食である／他の動物を餌食にする／腐肉を喰っている／咆吼する)は背景に押しやられて、私たちの「男」観が組織されることになるわけである。ブラックは、このような隠喩の仕組みを、フィルター／スクリーンに喩えて、次のように言う。<sup>15</sup>

たとえば私が夜の空を、線状の透明部分をもつ濃い曇りガラスごしに覗いていたとする。すると私が見ることのできる星は、予めそのスクリーン上にしつらえられた線の上に位置づけるものだけであろう。そして私が実際に見る星々は、あたかもスクリーンの構造によって組織されたものであるかのように見えるであろう。我々は、隠喩をこのスクリーンと考え、焦点の語「副主題」にまつわる「連想された通念」の体系をスクリーン上の線の模様と考えることができる。我々は、第一主題が隠喩表現を「通して見られる」のだと言うことができる。或いは、好みによっては、第一主題は副主題の場に、「投影される」のだと言ってもよい。

このような言語上のメカニズムを画像に適用すると、見立とは、(A)第一主題を(B)副主題のスクリーンを通し

て見るように仕向ける技法のことであつて、歌麿の揃物について言えば、受容者が(A)名取衆を(B)銘酒のフィルターを通して見る(再組織化する)ことができれば、見立が成立していると言つてよい。ではいつたい、(B)銘酒にまつわる「通念の体系」とはどのようなものであり、(A)名取衆について連想される「通念の体系」のどのような特徴が、一方では、共通の属性として選択・強調され、他方では、共通しない属性として抑制されて、(A)名取衆の観念(イメージ)が再組織されることになるのだろうか。

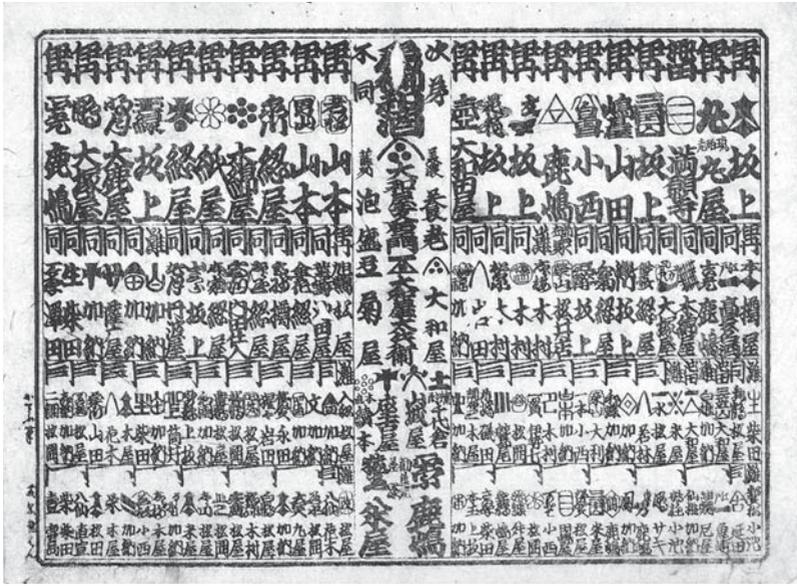
## 第二章 格の類似性——酒番付と吉原細見を手がかりに

「銘酒」とは、小学館版『日本国語大辞典』によれば、「銘柄のある上等の酒。特別の名称を付けた上質の清酒」のことである。しかし、歌麿の揃物が提示する隠喩を、本来の意味で——江戸の人のように——理解するためには、このような辞書的な知識では不十分である。西山松之助「江戸の酒」などに依拠して、銘酒を含む「清酒」について、江戸の人たちもつていたと思われる通念を箇条書きにすれば、次の如くである。<sup>(16)</sup>

- ①清酒は、慶長時代に、大坂の鴻池善右衛門のところ造り始められた。
- ②池田、伊丹、そして灘で造られるようになり、江戸に馬や船で運ばれる間に、杉樽の香りが酒に溶け、生々しさがまろやかで芳醇な味となり、江戸に下ると美酒になった。
- ③当初、諸白、生諸白と呼ばれて、その軟甘温濃でまるみの出た味は、江戸の辛苦猛烈な地酒よりも好まれた。
- ④値段は、極上酒／上酒／中酒／下酒によつて異なるが、通常は、米一升よりも酒一升の方がやや安かった。

- ⑤ 銘酒は、上質で、高価であった。
- ⑥ たくさん造れば、それだけ儲かるので、造り酒屋は金持ちの大商人が多かった。
- ⑦ 幕府は、しばしば減酒令を出し、酒の製造量、新規の酒屋開業を制限し、密造者を取り締まった。
- ⑧ 一月頃の新酒の入荷は年中行事の一つで、新川・新堀あたりに集中する酒問屋で大歓迎された。
- ⑨ 江戸の町々の小売酒屋は、酒問屋から酒を仕入れて量り売りし、茶店は、そこで飲ませた。
- ⑩ 多くの銘酒があったが、剣菱と男山は代表的な下り酒であった。
- ⑪ 銘柄を指定して喜ぶようになったのは、安永・天明頃からのことで、この頃から、どの酒が天下一だとか、木の香や芳醇さが随一であるとかの宣伝が行われるようになり、銘柄がはつきり意識されるようになった。
- ⑫ 七年酒、九年酒などの古酒は非常に高価である。
- ⑬ 酒は百葉の長と呼ばれるが、度を超すと、別人のようになり、しくじる人が多い。
- ⑭ 武士のみならず、商人や職人などの冠婚葬祭、四季折々の年中行事には欠かせぬもので、遊びにはつきものである。つた。
- ⑮ 飲み比べする酒宴も行われた。

これらの知識のうち、⑤と⑩と⑪は「銘酒」の属性についてである。しかし、その他は「清酒」一般の属性であって、そのすべてが、「名取衆」という名妓との関係において、直接的に、共通な属性として選択されて、名妓の特筆すべき特徴として強調されるわけではない。たしかに、④の酒の等級は、遊女の等級を連想させるし、⑦の幕府による酒の統制は、遊郭の取り締まりを、⑧の新酒を飲む習慣は、遊女の通過儀礼である「新造出し」や「突き出し」などに際して行われ



第3図

「酒番付」 刊年不明 伊丹市立博物館蔵

る祝いの行事を連想させることによって、また、  
 ⑫の古酒は、年季の入った遊女を、⑬の酒の上でのしくじりは、遊郭通いで身を滅ぼすことを連想させ、⑭の遊びとの密接な関係は、やはり遊女にも当てはまることによって、これらの属性は、「名取衆」と「銘酒」が比較されるときに選択・強調されるとしても、その選択・強調はあくまでも間接的であるにすぎない。一方、「銘酒」そのものの属性とは言っても、「名取衆」との間で直接的に共通なものともみなされるのは、⑤の上質で高価なこと、⑩の剣菱と男山が代表的銘酒である（銘酒には格付けがある）ことくらいで、これでは歌麿の隠喩の意味を十分に把握しえたいと言いがたい。

「銘酒」と一口に言っても、歌麿が主題化しているのは「銘酒」一般ではなく、特定のものである。そこで、「名取衆」と比較されている剣菱、男山、養命酒、白菊、七ツ梅、山やまについて、さらなる属性を確認するために、当時の見立番

付を検証してみることにする。見立番付もまた、それ自体見立の一種で、何らかの物事を、相撲の番付に擬えてランクを付けよう(評価しよう)とするもので、酒を扱ったものも数種知られている。次の表は、①「江戸積銘酒名寄」、②「名酒づくし」、③「天保改江戸積銘酒大寄」、④「表題なし」(第3図)におけるそれぞれの銘酒のランクを示したものである。<sup>18)</sup>③には、この種の番付には珍しく、「天保十一年」「一八四〇」の年紀があるが、その他については刊年が不明である。そこで、池田酒は明和年間「二七六四七二」以後衰退するという一般的傾向に基づいて、池田酒を高く評価する——番付全体に取り上げられている池田酒の数の多い——番付を早いものと考え、その番付内での各銘酒のランクを記してみた。<sup>19)</sup>

	①刊年不明	②刊年不明	③天保十一年	④刊年不明
(1B) 劍菱	西大関	東大関	東大関	東一枚目
(2B) 男山	東小結	東関脇	西小結	西二枚目
(3B) 養命酒	東関脇	東小結	東小結	東三枚目
(4B) 白菊	東前頭二枚目	西前頭三枚目	東前頭三枚目	東五枚目
(5B) 七ツ梅	東前頭六枚目	西前頭四枚目	西前頭三枚目	西四枚目
(6B) 山やま	東前頭一枚目	東前頭九枚目	東前頭一枚目	記載なし

この表を観察すると、六種の銘酒は、評価の点で、四つのグループに分類可能であることが分かる。すなわち、第一は(1B) 劍菱で、これは相対的に、常に一位にある。第二は(2B) 男山と(3B) 養命酒のグループで、両者の間には微妙



第4図

『吉原細見』総直段其外合印 1794-96年

な順位の変動があるとしても、常に二番手グループであることに変わりはない。第三は(4B)白菊と(5B)七ツ梅のグループで、④で順位が逆転するとしても、常に三番手グループであることに変わりはない。第四が(6B)山やまで、これはその他の銘酒に比較してかなり評価が低い。実際、④では記載されていない。ただし、山やまは、他のすべての番付と同じように、行司のところに記載されていて、おそらくその由緒によつて、別格の扱いを受けていたにちがいない。

したがって、銘酒の格という観点からは、(2B)と(3B)、また(4B)と(5B)の間の順位の変動を含めて、表のような序列を与えても問題はないだろう。ただし、揃物という観点からするならば、歌麿が「銘酒」と言いながら、例えば、宮中奉納酒として有名な山本の老松——第3図の西の筆頭——を取り上げていないこと、また山やまというかなり評価の低い銘酒を取り上げていることはいささか不審である。そこで、このような銘酒のランキング(順位)が、そもそも、名取衆の比較に際して、有意なものであるかどうかを確認するために、今度は、遊女のランキングを検証してみることにする。

遊女のランキングは相当に厳格で、吉原のガイドブックである「吉原細見」に記号(合印)をもつて明記されている(第4図)。ランキングの仕方は、時代とともに変化するが、ここでは、寛政六年「一七九四」春から九年「一七九七」春にかけて、それぞれの遊女がどのように位付けされていたかを見てみるこ

とにする<sup>(20)</sup>。なお、合印について説明しておく。第一位の「大夫」と第二位の「格子」は往時の高級遊女で、寛政年間にはすでに存在しなかった。したがって、当時の遊女の最高ランクは、第三位の「よび出し」金三分<sup>(21)</sup>（一日銀四五匁）で、道中をしたあと仲ノ町の引手茶屋で客と対面した。第四位が「さんちや」金三分片じまひ一分二朱<sup>(22)</sup>（一日なら銀四五匁、半日なら二・五匁）で、道中はせず張見世をして、昼または夜の一方だけなら半額で買うことのできる遊女、第五位が「付まはし」銀三十目<sup>(23)</sup>（一日銀三〇匁）で、三位・四位よりも格は下がるが、片仕舞のできない遊女である。そして、第六位が「金一分の印」尤ちうや三十目<sup>(24)</sup>（一日なら銀三〇匁、半日なら銀一五匁）、第七位が「金二朱の印」尤ちうや十五匁<sup>(25)</sup>（一日なら銀一五匁、半日なら銀七・五匁）、第八位が「座敷持」で、寝室と座敷を持つ遊女、第九位が「部屋持」で、座敷を持たない遊女である。また、（ ）内には、その遊女の妓楼内での序列を示した。

## ①寛政六年春

## ②寛政七年春

## ③寛政八年春

## ④寛政九年春

- |               |           |           |           |                      |
|---------------|-----------|-----------|-----------|----------------------|
| (1A) 兵庫屋・華妻   | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)             |
| (2A) 若那屋・白露   | よ         | 付まはし(筆頭)  | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)             |
| (3A) 玉屋・志津賀   | よび出し(三枚目) | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)  | よび出し(筆頭)             |
| (4A) 越前屋・通路   | よ         | よ         | よ         | 記載なし <sup>(24)</sup> |
| (5A) 大文字屋・浅茅生 | よ         | よ         | よ         | よ                    |
| (6A) 角玉屋・小紫   | よび出し(四枚目) | よび出し(三枚目) | よび出し(三枚目) | よび出し(二枚目)            |

これらのデータを観察すると、(1A) 華妻が最高ランクの遊女、(2A) 白露と(3A) 志津賀がその次のランクの

遊女ではほぼ同格、(4A) 通路と(5A) 浅茅生もさらに格の低い遊女であるが、ほぼ同格であるという点では、銘酒の格とぴたりと一致する。問題は(6A) 小紫で、この遊女は(1A) 華妻と同じ最高ランクであるから、もつと格の高い銘酒と組み合わされてもいいように思われる。しかし、(6A) 小紫が抱えられていた玉屋山三郎の見世は、元吉原以来の旧名家であつたから、その小紫が見立てられている(6B) 山やまが、その由緒によつて別格とみなされていたことを考慮すれば、この組み合わせも納得がいく。もつとも、例えば、寛政八年の時点で、これらの遊女以外にも、扇屋の瀧川、丁字屋の雛鶴、兵庫屋の月岡、松葉屋の瀬川など、最高ランクの遊女が大勢いるにもかかわらず、なぜこれらの遊女が「名取衆」に選ばれているかということになると、よく分からない。この段階では、しかし、歌麿が遊女を銘酒に見立てるに際して、格という属性が、直接的に選択・強調される属性であつた可能性がきわめて高いことだけはたしかである。

### 第三章 性格的な類似性——洒落本『名とり酒』を手がかりに

これまでの検討の結果、歌麿の挿物において、六人の遊女は、単に魅力的な美人として見られるのではなく、六種の銘酒との比較によつて、高級で高価で、それぞれ固有の格付をもつ美人として見られるべきであるということになる。もちろん、遊女をそのような美人(商品)として見させることが、歌麿の見立という修辭的技法の狙いのひとつであつたことは確かであろう。しかし、このような解釈で十分であるように思われたい。というのも、遊女と銘酒の間で比較される属性は、他にもあるはずだからである。したがつて、次に進むべき段階は、六つの銘酒のそれぞれについて連想される「通念の体系」——味、香り、産地、由緒、飲み方、愛飲家など——を明らかにすることである。

にちがいない。しかし、残念ながら、その種の史料は、後述する少数の川柳以外には、まとまったものが管見に入っていない。<sup>(26)</sup>そこで、特定の実在する遊女を酒に見立てた洒落本で、歌麿の着想の源泉となった可能性が指摘されている『名とり酒』を手がかりにして、遊女が、酒とどのような点で比較されているかを調査してみることにする。もつとも、この洒落本においては、特定の遊女が、特定の銘酒と比較されているわけではない。しかし、特定の遊女が酒と比較されるときに、どのような属性が共通なものともなされているかを分析することによって、歌麿が提示した隱喩の解釈の可能性を開くことができると考える。<sup>(27)</sup>

『名とり酒』は、安永六年「二七七七」末か七年頃のもので、作者は未詳。<sup>(28)</sup>新宿の細見——遊郭ガイドブック——の体裁をとり、一三〇数名にもほる遊女を、それぞれ、酒に見立てて穿つたものである。<sup>(29)</sup>以下、必要な範囲で、数人分を引用する。なお、引用に当たっては、読みやすさを第一として、私に句読点を付し、適宜、カタカナをひらがなに、ひらがなを漢字に改めた。また、冒頭に掲げているのが遊女名とお付きの新造名で、コロンの後が評言である。

- ① なにわづ／なみじ…これは家に醸せし美酒也。味ことよろしく、此家第一の嗜みの名酒なり。いまだ新酒の匂ひあり。
- ② 弁さん／小きち…この酒もと吉原にて用ひし酒。されど、今は此宿の酒となれり。もちろん味よし。呑み口びんとして、伊達衆なり。名酒といひつべし。
- ③ きせ川…これも味よろし。しかし酒の間には客を茶にするよし、大のあたじけなき酒也。
- ④ 志ののめ／ねざさ…此酒びんとして、辛き方也。呑む人忘れがたし。至極の名酒也。しかしいたって古酒なり。
- ⑤ あふぎの／もしほ…此酒むつちりとして、上戸下戸ともに酔ふ。呑み口きはめてよし。口あたりのよさに、皆人、呑みすぎる也。酌第一の名酒也。

- ⑥やばせ…味さつぱりとして、あまり酔わず。好んで酔はば、面白く酔ふべし。上酒也。
- ⑦をりづる…これも味よろしき酒也。いく杯呑んでも飽きのなひ上酒也。
- ⑧まきしば…これも味よろし。博多の練酒「濃く粘りけのある酒」也。眠気の付事折ふし有よし。はや飽きのする酒也。
- ⑨けしき…これも味よろしき酒也。尤一本気也。好ひて呑むべし。
- ⑩すま里／こひじ…此家の名酒也。口向きよろしく、上戸下戸ともに喜ぶ味なり。意地ありて酒盛りの場に臨んでは、ちつとも引けはとらぬ酒なり。好んで呑むべし。
- ⑪もと町／にしき／かめ…これは此宿第一の名酒也。味ぴんとして、辛口のやうなれど、呑めば甘露の日和ありとのやうなる。酒盛りの場にも、あとへさがらぬ酒なり。まことに少しも濁らぬ隅田川なるべし。
- ⑫みさほ／ちどり…此酒味よろし。評判よけれど、ちと婀娜なり。少し塩屋のよし。
- ⑬菊のへ…此酒味よろし。あつさりとして、うまみ有。好いて呑むべき上酒なり。
- ⑭きよてる／しん酒となみ／かぶろ小きち…此酒紀の国にんとう酒也。上戸下戸ともによく呑める酒也。此酒を呑むとき、そばに新酒をつけて出す。いたつて面白く味よし。心よく酔ふ上品の名酒也。
- ⑮まつはな／きん二…此酒味しごくよろし。辛いを好けば辛く、甘いを好けば甘くなる。奇妙なる名酒也。たとへ酒の上どのやうなることがあるとしても、少しも引く気のなき名酒也。よく／＼呑むべし。
- ⑯ひなまち…これは小づくりにして美酒也。しごくかわゆらしき酒なり。味よろし。少しぴんとしたる酒也。
- ⑰しづはた…此酒味よし。七年酒九年酒なるべし。うかうか呑むと大きに酔ふ。
- ⑱しづか…此酒まことに上諸白也。口あたりむつくりとして、やはらかに、しごくうまそうなる上酒也。
- ⑲みつ浦…呑むと色にでる。薄きゆへ少し安ひやうなれど、味よし。

⑳うきしま…此酒よほど美酒也。味口むきよし。少し下卑た風味あり。これはましませゆへ也。

これらの穿ちに使用されている言語表現がすべて、隠喩として成熟している——私たちが意味を共有できるほど流通している——わけではない。というのも、この見立では、「人(女)」と言うべきところを「酒」と言い換えているに過ぎないように思われるところがあるからである。例えば、②の「伊達衆な「伊達／粹好みの」酒」、③の「あたじけなき「けちな」酒」、⑨の「一本気」な酒、⑩の「意地」ある酒、⑫の「婀娜な「色っぽく艶めかしい」酒」と「少し塩屋「高慢な」な酒」、⑭「面白」い酒、⑯の「かわゆらしき酒」などがそうである。とはいえ、これらの表現がまったく意味不明であるかという点、そうでもない。敢えて言えば、隠喩の創造的力が感じられて、このような新鮮さにこそ、通人の文学的メディアであった洒落本の本領があると言うべきかもしれない。それに対して、新しい／古い(七年／九年)、甘い／辛い、ぴんとした「引き締まった感じ」／むっちり・むっくり「洗練されているものやわらかな」、さっぱり・あっさり／濃く粘り気のある、薄い／濃い、濁る／濁らない、上品な／下卑た、飽きる／飽きない、などの表現は、もはや「死んだ隠喩」の部類に属しているとしても、分かりやすい隠喩である。

歌麿の揃物にも、このような言語的表現で翻訳可能な隠喩的主張が含まれていた可能性がないわけではない。例えば、(6A)小紫が、格の点では、比較されることに違和感がある(6B)山やまのフィルターを通して見られたのは、両者の間に、何か性格上の類似性があって、その類似性は当時の江戸の人たちにはきわめて自然に連想される「通念の体系」の一部であったかもしれない。そう言えば、剣菱には「すき腹へ剣菱ぐるやうに利き」(文政七年『柳多留』第八〇編一七丁)、男山には「気の強さ江戸でこまぬ男山」(文政九年『柳多留』第九〇編三三丁)とか「ぴんとしてにがみばしった男山」(文政十一年『柳多留』第一〇二編一四丁)とかの川柳があつて、銘酒の性質と人間の性格との間に

相当強固な連合関係があったことが予想される。ただし、今日の私たちは、山やまを呑むことができず、遊女・小紫に会うこともできない以上、真相は闇の中としか言いようがない。<sup>(31)</sup>

#### 第四章 「夏衣装当世美人」と換喩

「夏衣装当世美人」(第5図)は、外題の書き込まれた題箋と、江戸の呉服店の商標が染め抜かれた暖簾をコマ絵とする揃物の女絵で、文化元年〜三年「二八〇四〜一八〇六」の間に、歌麿が版下を描き、版元印は捺されていないが、和泉

屋市兵衛によつて出版されたようである。<sup>(32)</sup>現在のところ、左記の九点が知られている。

コマ絵の下に、それぞれ「(B1) 呉服店仕入れの (B2) 衣装向キ」と記されていて、特定の呉服店が販売する特定の夏物商品に向いている／似合う美人——遊女ではない市井の女性——を示すという趣向である。

まず、(B1) 呉服店について言えば、これらの店はたしかに有名な店ではあるとしても、必ずしも江戸を「代表」する店だけが選ばれているわけではない。というのも、



第5図

喜多川歌麿画《白木屋仕入の乗布向キ》「夏衣当世美人」大判錦絵揃物 1804-06年 東京国立博物館蔵 Image: TNM Image Archives

呉服店についても、遊女や銘酒の場合と同じように、相当強固な格付けがあつたはずで、例えば、公許によつて独占的に商業を営む権利を得た五五店の呉服屋を記載する『江戸十組問屋便覧』(文化二〇年「二八三」刊、第6図)などを参照すると、順位が上である——格が高い——にもかかわらず、この揃物に選択されていない店が多いからである。<sup>33)</sup> ちなみに、左記の作品リストは、その掲載順(格)を基にして並べたものであるが、(2)と(3)の間には「尾張町二丁目／蛭子屋」が、また(4)と(5)の間には「尾張町二丁目／布袋屋」が入つていてもおかしくない。これら両店は、(4)の「亀屋」とともに、尾張町二丁目に軒を並べて、「尾張町目出度ものでおつぶさぎ」(安永七年『万句合』桜一丁)と川柳に詠まれる江戸の名所——恵比寿／亀／布袋と「めでたい」店名——を形成していたにもかかわらず、一店しか選ばれていない。おそらく、版元である鳶屋の営業上の戦略／結果がその原因であつたように思われるが、選択の経緯については憶測の域を出ない。

- |                     |         |                   |
|---------------------|---------|-------------------|
| (1) 越後屋仕入のちゞみ向キ     | 日本橋駿河町  | 縮・細かい皺のある織物(夏用)   |
| (2) 白木屋仕入の乗布向キ(第5図) | 日本橋通一丁目 | 乗布(上布)・上質の麻織物(夏用) |
| (3) 大丸仕入の中形向キ       | 日本橋通旅籠町 | 中形・小紋より大きい型染(浴衣用) |
| (4) 亀屋仕入の大形向キ       | 尾張町二丁目  | 大形・大きな紋の型染        |
| (5) 松坂屋仕入のしぼり向キ     | 芝口一丁目   | 絞り・絞り染め           |
| (6) 荒木仕入の織寫向キ       | 芝三田通新綱町 | 織寫(縞織)・縞模様<br>の織物 |
| (7) 嶋屋仕入の染しま向キ      | 馬喰町四丁目  | 染縞・縞柄の模様染め        |
| (8) 舩屋仕入のかゞ紋向キ      | 麴町五丁目   | 加賀紋・極彩色の飾り紋       |



第 6 図

『江戸十組問屋便覧』呉服問屋之部 1813 年

(9) 伊豆蔵仕入のもやう向キ 日本橋  
本町四丁目 模様・模様染め

次に、それぞれの店で売り出される (B2) 商品がどのような特性をもっていたのか (どのような点に新しさが認められていたのか) ということと、(B1) 呉服店と (B2) 商品の組み合わせについてはどうであろうか。服飾史の教えるところによれば、江戸時代の衣装には、もっぱら芝居と遊郭を発信源とする流行があったという。<sup>(31)</sup>しかし、残念ながら、歌麿が作画した文化元年〜三年の間にどのような流行があったかを、文献的に裏付けることはきわめて難しい。

では、(A) 描かれた女性たちはどのような属性をもつ人物たちであるのか、正確に言えば、当時の浮世絵の受容者たちはどのような人物とみなしていた／みなしえたのであろうか。すべてを挿図として掲載でき

ないのは残念であるが、それぞれの作品に描かれた美人の髪型、身振り、動作、置かれている状況などから、可能な限り、その女性の年齢、既婚／未婚、社会階層などを推測してみることにする。

- (1) 縁台に座り、腰をかがめて、一心不乱に手紙を読んでいる商家の若い女房（高い丸鬘）
- (2) 少し前屈みになって、片腕を着物の袖に通している落ち着いた感じの娘（派手なところのない低い島田鬘、第5図）
- (3) 飾付の簪を差し、前髪を赤紐で結び、座つて子どもと火花を楽しんでいる下町の若い娘（飾りが多く高く結った島田鬘）
- (4) 石菖せきしょうの植えられた水盤にいたずらしようとする子どもを引き留める粹な下町の女房（貝鬘<sup>(35)</sup>）
- (5) 頭を細布で縛り、直立して絞りの長襦袢に着物を羽織ろうとしている年増の女性（丸鬘）
- (6) 何かに気を取られている子どもを側に置き、膝を立てて座つて瓜の皮をむく下町の適齢期の娘（島田鬘）
- (7) 胸をはだけ、腰掛けて着物を洗う婀娜な下町の女房（貝鬘）
- (8) 飾付の簪を差し、前髪を赤紐で結んで、団扇を手にして衝立に寄りかかる振り袖姿の店の若い娘（飾りが多く高く結った島田鬘）
- (9) 直立し、扇をもって風を送りながら着替えする武家の奥向き（片はずし）

女性と衣装とのつながりはきわめて密接であった。というのも、江戸では、年に四回の衣替えを行うのが習わしで、夏の衣装の場合なら、端午の節句（五月五日）を区切りとして、一斉に、裕ゆたか（裏うらの付いた着物）から、帷子かたびら（裏のない麻織物）か単衣ひとえ（裏の付かない絹／木綿の着物）へと替えることは、生活上の必要であるとともに、一種のおしゃれとして楽しみにされていたからである。呉服屋へはあらゆる階層の男女が、新しいファッションを求めて押しかけたが、やはり女性——歌麿の揃物のターゲット——が多かったことは、次の川柳が教えてくれるところである。なお、以下の川柳に「駿河町」

が類出するが、これは言うまでもなく越後屋のことで、越後屋が有名な店であるが故のレトリック（換喩）である。<sup>(36)</sup>  
するが丁ひるは女の声がする（天明五年『万句合』信二丁）

女性のなかでも「豪商・名家の箱入娘」は最上の客であったという。<sup>(37)</sup>（8）の若い娘などはこの部類の娘かもしれない。

ごふくやへ来て迄すねるひぞうむす（明和四年『万句合』松二丁）

母おやは羽二重だとして加賀を着せ（明和七年『柳多留』第五編三三丁）<sup>(38)</sup>

半ぶんは駿河へはこぶ支度金（安永四年『万句合』松一丁）

庶民的な町人の女房も押しかける。（1）、（4）、（7）の女房などは、この部類に入るかもしれない。

去た女房にすり違う三井（安永八年『誹諧ケイ』第五編六九丁）

取りかへに女房の来るごふく店（明和七年『万句合』宮二丁）

ごふくやでおしをつよいは女なり（明和元年『万句合』義二丁）

ごふく店夫婦げんくわの行ところ（明和六年『万句合』松二丁）

御内義が来てごふくやのはてしなさ（安永二年『万句合』智二丁）

もちろんこのような賑々しさが出来るのは、越後屋を筆頭に、それぞれの呉服店が品揃えに意を用いたからである。

羽衣の外はこまらぬごふく店（文化三年『柳多留』第三四編一六丁）  
 ごふくやに無ひのをおがむたへま寺（天明四年『万句合』仁二丁）<sup>(39)</sup>  
 はずかしそうにごふくやは無ひとい、（天明二年『万句合』桜一丁）

そのような豊富な品揃えを前にして、最も流行に敏感であったのは「武家の妾」であったという。<sup>(40)</sup> ただし、この種の女性が、歌麿の揃物のなかに描かれているかどうかは、残念ながら、定かではない。

おめかけのたつとく通るごふく店（天明七年『万句合』八月二五日開き）<sup>(41)</sup>

越後屋の蔵中妾かき廻はし（天明八年『柳多留』第三編三二丁）

越後屋の蔵ごたまぜにてかけする（天明四年『万句合』鶴一丁）

新もやういっち早いがめかけ也（明和四年『さくらの実』三丁）<sup>(42)</sup>

めかけの声であのもやう此もやう（安永四年『万句合』天二丁）

このように見てくると、(B1)呉服店と(B2)「新もやう」との組み合わせに、さらに、それぞれに異なった属性(年齢、既婚/未婚、階層など)をもつ(A)女性との組み合わせが加わって、それぞれの美人表象が意味すること——当時の人たちが絵から受け取った情報——を十分に読み解くことは相当に難しい。もちろんまったく不可能というわけではない。例えば、(2)の「白木屋仕入の乗布向キ」(第5図)について言えば、島田髻を低く結った落ち着いた感じ

の娘が、白木屋で仕入れた上質の麻織物である「乗布（上布）」に向けた（似合う）女性として選ばれていることには、十分に納得できる理由があるように思われるからである。というのも、白木屋は、越後屋よりも、江戸での開業が早く、その点では老舗中の老舗なのであるが、初代以来「手固い商法」を守る地味な店と認識されていたからである。<sup>43</sup> 実際、川柳詠句の数なども、越後屋に比べると圧倒的に少なく、川柳作家であり研究者でもあった今井卯木は、その理由について「着実勤勉を家憲として地味であつたため、機知を迎へ派手を歓ぶ江戸人士の注意を惹かなかつた」とも述べている。<sup>44</sup> ここで言及されている「家憲」には、寛文一〇年「二六七〇」の「家法」や、宝永五年「二七〇八」の「御家式目」、また享保八年「二七三三」の「定法」などが含まれているが、それらを読むと、店員の服装などについても厳しい制限が設けられていて、例えば、「たとへ絹紬の衣類拵らふとも風流なる色合又は格別大模様の縞、はでなる中形の類は無用たるべき事」などという条文なども見える。<sup>45</sup> もちろんこれは男性の店員の服装についての制限であるとはいえ、女性用衣類の品揃えや、売り出しの「新もやう」の傾向にも何らかの影響を与えていたにちがいない。案の定、歌麿が描いている白木屋仕入れの新柄「繁菱模様」の越後上布は、それ自体、粹（意気）を感じさせるもので、落ち着いた感じの娘を、なお一層魅力的な美人に見せている。<sup>46</sup> このような呉服店の「ブランド・イメージ」でも呼ぶべきものはおそらく当時の消費者に共有されていたはずで、歌麿の挿物に描かれたそれぞれの呉服店の商品（ブランド）は、それぞれの美人に異なった魅力を付与する特別なものと見なされていたにちがいない。

このような美人画の解釈におけるコマ絵と美人との関係が、「名取酒六家選」のそれとまったく異なるものであることは言うまでもない。というのも、「名取酒六家選」の場合は、（A）美人が（B）銘酒に見立てられていて、その解釈にさいしては、両者について連想される「通念の体系」が比較され、類似した属性——名のある／格の高い／高価な／伊達な／一本気な／意地ある／婀娜な／高慢な／上品な／飽きないなど——が選択され、その属性が（A）美

人において強調されることによって、美人イメージが再組織されることになる。それに対して、「夏衣装当世美人」の解釈にさいしては、(A) 美人の魅力——落ち着いた／婀娜な／粹な／かわいい女性であること——と、特定の (B1) 呉服店が仕入れた (B2) 商品が、因果関係において——(B2) が原因で (A) 美人が魅力的になると——理解されることになるからである。<sup>(47)</sup> このような因果関係は、事物の間の隣接性 (contiguity) の関係の一種で、この種の関係を利用するレトリックのことを、一般に、換喩 (metonymy) と呼ぶ。<sup>(48)</sup> 言語表現の領域では、本来 B と言うべきところを A と言う (A で B を代理させる) レトリックがこれに当たる。その際、(A) 代理するもの「実際に言われること」と (B) 代理されるもの「意味されるもの」の間には、原因と結果以外にも、次のような関係を想定することが可能である。

結果と原因… (A) あくびが出た「(B) 退屈だった」「太陽「暑さ」が戻った」<sup>(49)</sup>

原料と製品… 「丹青「絵画」を能す」「身に寸鉄「小さな刃物」を帯びず」

道具と活動… 「筆を折る「活動を止める」」

属性と主体… 「社長「ある人」に会った」

作者と作物… 「芭蕉「俳句集」を読む」

容器と中身… 「鍋「鍋料理」を食べる」「電池「電気」がなくなった」

産地と産物… 「ボルドー「ワイン」を飲む」「瀬戸物「陶器」を買った」

持物と持主… 「角帯「商人」が来た」「碧眼「西洋人」に会った」

記号と実体… 「旭日「日本」」「グリーン「二等車」に乗った」

部分と全体… 「帆「ヨット」が見えた」<sup>(50)</sup>

もちろん絵画表現の場合、(A) 代理するもの「目に見えるもの」と(B) 代理されるもの「目に見えないもの」があるわけではない。ただ、ともに目に見える(A)と(B)があつて、両者が隣接性(原因/結果、部分/全体など)の関係において理解されるというだけである。したがつて、このような絵画表現をあえて「換喩」と呼ぶことに積極的な意味はないように思われるかもしれない。しかし、広告のコノテーションは常に、唯一「製品のすばらしさ」であるという罗兰・バルト(R. Barthes, 1915-80)の言を待つまでもなく、この絵画表現は、本来、宣伝すべき(B)商品だけを直接的に表象すればすむところを、わざわざ他のモノ(A)を導入し、そのモノとの隣接性において、(B)商品の魅力を間接的/婉曲的に理解させていると考えれば、これは歴とした換喩である。そう言えば、言語表現においても、換喩は、日常的に使用される婉曲的表現(もつて回つた言い方)として、何気なく使われることが多い。そのことを考慮するなら、この種の絵画表現が換喩という特殊なレトリックであることは意識されにくいのも当然と言うべきかもしれない。しかし、広告画像において、あるいは何らかの絵画表現が広告的機能をもつものと理解されるような場合、因果関係を含む多様な隣接性の関係が利用されていることを考えれば、この種の絵画表現を、「隠喩」や「直喩」といった類似性の関係において解釈されるものと区別して、「換喩」と呼ぶことには積極的な意味があるものと確信する。

## おわりに

ジョン・バージャー(J. Berger, 1926-)はかつて、都市の住民(労働者階級/中産階級)が、新聞・グラフィック雑誌・ポスター・テレビなどで出会うさまざまな商品——衣服・食物・自動車・化粧品・浴槽・日光——の広告イメージを念頭に置いて、

次のように述べた。

広告は、変身して人もうらやむほどになった人々を登場させることで、我々自身にもその変身を迫る。他人をうらやましがらせる状態、それが魅力をつくっているものである。広告とは、つまり魅力をつくりだすプロセスである。<sup>(52)</sup>

歌麿の「夏衣装当世美人」は、まさにこのような説明がびつたり当てはまる典型例である。というのも、この揃物は、多様なあり方を示す美人の魅力（羨ましい状態）が、有名呉服店のブランド商品の効用によってもたらされていると解釈される限りにおいて、呉服店の広告として機能するからである。このことは、本論の冒頭に掲げた日本の美人画ポスターの嚆矢ともみなされる三越呉服店のポスターにも当てはまる。なぜなら、ポスターの女性は、三越の商品の効能によって、魅力的な元祿風の美人に変身しているものとみなされるからである。

歌麿の「夏衣装当世美人」と三越のポスターを「換喩型」の広告と呼ぶなら、広告には、それとは原理的に異なる、もう一つ別の型が存在することになる。商品それ自体を魅力的なもの——私たちに欠如しているもの——として表象することによって、私たちに購入するように働きかける「隠喩型」の広告がそれである。歌麿の「名取酒六家選」がこのタイプの広告である。もともと、歌麿の場合、欲望の対象になるのは美人であって、銘酒ではない。しかし、美人と銘酒は、類似性の関係において、容易にその解釈上の位置——第一主題と副主題——を交代する。例えば、酒造メーカー白鹿の美人ポスター（第7図）はまさにその種のものの典型で、制作者は「酒美人の競艶」という制作意図について、次のように言う。



第7図

白鹿ポスター 辰馬本家酒造株式会社蔵

灘の酒、白鹿の良さを、誰にも分かる形で表現すれば、どのようなものになるか？これは白鹿がポスターなどの広告に力を入れ始めた頃、担当者に与えられた課題だった。そこで、さまざまな試案が出されたが、答えは最初から決まっていたともいえる。酒は日本の文化の華である。華を表現すれば、美女になる。こうして、酒美人の競艶となった。白鹿は、日本の酒を代表する銘酒である。とすれば、美女もまた日本を代表する美女でなければならぬ。きわめて自然な発想で当時、人気の絶頂にあつた田中絹代、山田五十鈴をはじめとする当代の美女に白羽の矢が立った。美女たちの最高の表情をイキイキと写し出すことが、ポスター制作に課せられた使命だった。出来あがつたポスターは全て「絵」であるが、実はあらかじめ写真を撮ってそこから描き起こしたものだ。美女の顔のクローズアップは、今でもポスターの主流となつて続いている。美女のタイプは時代と共に変わるが、イメージの基本は変わらない。

もつとも、日本最初のヌード写真を使ったポスターとして有名な赤玉ポートワインポスター《グラスを持つ半裸の女性》(一九二三年、第8図)の場合は微妙である。というのも、浅草オペラのプリマドンナであった松島恵美子をモデルに起用したこのポスターは、換喩として解釈することもできるし、直喩として解釈することもできるからである。換喩として解釈できるといふのは、(A)松島と(B)赤玉ポートワインを、(A)

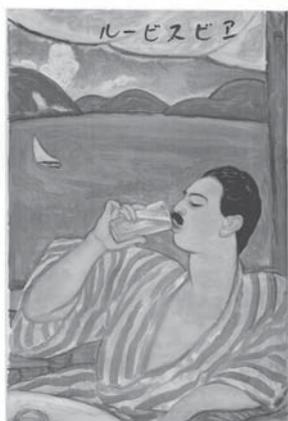
松島を魅力的に（色っぽく／健康に）する（B）赤玉ポートワイン」（結果と原因）とか「（A）松島が愛用する（B）赤玉ポートワイン」（持主と持物）とかといった隣接性の関係において理解することが可能だからである。一方、これを隠喩として解釈することができるというのは、松島が手にするワイングラスと手の形が、くびれがあるという点で、モデルの頭部と胸部の形によく似ていることが注目につながるからである。すなわち、この場合、（B）赤玉ポートワインは、（A）プリマドンナ松島のフィルターを通して見られることになって、両者の属性が比較され、赤玉ポートワインの、快楽をもたらす（美味）、元気を与える（滋養）という属性が強調されることになるにちがいない。

アルコール類というどちらかと言えば男性向け商品の宣伝に、換喩型のポスターが頻出するのは当然のことである。例えば、エビスビールポスター《湖畔でビールを飲む男性》（一九二三年頃、第9図）は、ビールの効用を端的に



第8図

赤玉ポートワインポスター《グラスを持つ半裸の女性》アートディレクター・片岡敏郎 デザイン・井上木宅 1922年 87.0 × 58.0cm サカツ・コーポレーション蔵



第9図

エビスビールポスター《湖畔でビールを飲む男性》満谷国四郎画 1922年頃 91.5 × 63.0cm サカツ・コーポレーション蔵

可視化する典型的な換喩型のポスターである。しかし、田島奈津子によれば、キリンビールと特約関係にあった明治屋の機関紙『嗜好』第八卷第五号には、「口にキリンビールを味わふは目に美人を見るが如し」と記されている。<sup>(55)</sup>おそらくこのような「直喩」が、美人画ポスターの最も単純な原理であり、現在でも、手を変え、品を変えて、多くの酒屋や居酒屋の店頭を飾っている美人ポスターの基本的なレトリックであるにちがいない。だとすれば、美人ポスターで微笑む美人は単なるアイ・キャッチャーとして、商品の広告に利用されているにすぎないということにはならないはずである。もちろん、ポスターの歴史は隠喩型か換喩型かという二者択一の歴史であつたわけではない。現実的には、同じポスターが、隠喩型として見られることも、換喩型として見られることも可能な場合が大半であつて、多義的・多層的な表象のあり方こそ、近代ポスターの豊かさを保証する原理であると言ふべきかもしれない。

## 註

- (1) 北野暁大『広告の誕生』（現代社会学選書、岩波書店、二〇〇〇年、八四頁）、竹内幸絵『近代広告の誕生』（青土社、二〇一一年）など参照。
- (2) 山本武利『広告の社会史』（法政大学出版局、一九八四年、一九六頁）。ただし、石版ポスターという形式の流布という点では、明治三六年「一九〇三」に制作された明治屋（キリンビール）のポスターの方が早いと言う。なお、浜田四郎『百貨店一夕話』（日本電報通信社、一九四八年、一五八頁）参照。
- (3) 制作の目的と経緯には異説がある。株式会社三越編『株式会社三越八五年の記録』（一九九〇年、四九頁）は、「四月、恒例の『新柄陳列会』『天売出し』用に、流行の元祿模様を着た艶麗な芸妓（モデルは新橋名妓、清香）の宣伝絵ビラを作成したところ、大変な評判となつて各方面から所望された。そこでこれに、『東京に来て博覧会を見ざる人ありや。博覧会を見て三越を見ざる人ありや』のキャッチフレーズを付して、開催中の東京博覧会会場に掲げた」と記す。
- (4) 神野由紀『趣味の誕生』（勁草書房、一九九四年、一二四頁以下）。

- (5) 竹内幸絵「近代広告の誕生」(前出、第一章)。
- (6) 杉浦非水「所謂美人画ポスター観」(『アフィッシュ』第二号、文雅堂、一九二七年、二九〜三〇頁)。
- (7) 竹内幸絵「近代広告の誕生」(前出、一二頁)。
- (8) 「角玉屋」は、江戸丁二丁目の角にあった妓楼「玉屋」のことで、他の「玉屋」と区別するために「角」を付けて呼ばれた。
- (9) 諏訪春男「浮世絵の見立」(『国華』二二三号、国華社、一九九六年)。
- (10) 岩田秀行「(見立絵)に関する疑問」(神保五彌編『江戸文学研究』新展社研究叢書六〇、新展社、一九九五年)。
- (11) 人間文化研究機構・国文学研究資料館編「図説／「見立」と「やつし」——日本文化の表現技法」(八木書店、二〇〇八年)。
- (12) J. Walker & S. Chaplin, *Visual Culture: an Introduction*, Manchester University Press, 1997 (J・ウォーカー&S・チャップリン『ヴィジュアル・カルチャー入門——美術史を超えるための方法論』岸文和・井面信行・前川修・青山勝・佐藤守弘共訳、晃洋書房、二〇〇一年、一三〇〜一三七頁)、また、岸文和「メディアとしての芸術」環境」(松井利夫・上村博編『芸術環境を育てるために』角川学芸出版、二〇一〇年)など参照。
- (13) M. Black, "Metaphor," *Proceedings of the Aristotelian Society*, 55, 1954 (M・ブラック「隠喩」佐々木健一編『創造のレトリック』勁草書房、一九八六年)。なお隠喩理論には、「代替説 (substitution view)」「比較説 (comparison view)」などがある。
- (14) 「通念の体系」とは、主題についての辞書的な意味ではなく、言語共同体によって共有された標準的な信念の体系のことである。したがって、生半可な「真実」や、ある観点からするなら「誤謬」と言われることも含まれることがある。
- (15) M・ブラック「隠喩」(前出、一九頁)。
- (16) 西山松之助「江戸の酒」(毎日新聞社出版局編集『豪華写真集』毎日新聞社、一九八三年)、また吉原健一郎「酒屋」(『江戸学事典』弘文堂、一九八四年) 参照。
- (17) 遊女の等級は、太夫／格子／散茶／梅茶／切見世の体系から、明和年間「二七六四〜七二」以後、呼出／昼三／附廻／座敷持／部屋持／切見世

の体系に変化した。また、「新造出し」とは、七、八歳頃から遊女屋に奉公する少女である禿が、一四歳頃になって、見習遊女である新造になること、また「突き出し」とは、新造が初めて客を取ることである。これらの吉原事情については、花咲一男編『江戸吉原図絵』正・続(三樹書房、一九七六・七九年)、尾崎久弥『吉原図会』(竹酔書房、一九三二年)など参照。

(18) ①は老松蔵、②は林英夫・芳賀登編『江戸明治庶民史料集成(番付・上)』(柏書房、一九七三年)、青木美智男編『番付集成…決定版』(柏書房、二〇〇九年)所収、③は石橋四郎編『和漢酒文獻類聚』(西文社、一九三六年)、石川英輔『大江戸番付事情』(講談社文庫、二〇〇四年)所収、④は伊丹市立博物館蔵。なお、④には大関/関脇/小結/前頭の格付けがないので、上から何枚目と呼ぶことにする。

(19) 池田酒の掲載数は、①が九種、②が六種、③が四種、④が三種である。なお、池田酒の歴史については、池田史談会編纂『池田酒史』(一九九一年)、『新版/池田市史』(概説編、一九七一年)、柚木学『酒造りの歴史』(雄山閣、二〇〇五年)など参照。

(20) この期間に限定したのは、(6A) 小紫が細見に登場するのが寛政六年春(関西大学)から、また、(2A) 白露が細見から姿を消すのが寛政九年秋(岩瀬文庫)からだからである。

(21) 値段は、金と銀で表記されている。そこで、比較のために、それぞれのランクの下に、金一両(≡四分≡一六朱)を銀六〇匁として換算した値段を記しておく。

(22) 後に見るように、華妻の寛政六年、白露の寛政八年以後、また志津賀の寛政六年以後の細見には「**よび出し**」という表記がある。「総直段其外合印」の記号に合わせて理解すると、「**よ**」は「付まはし」であるが、同じ「**よ**」でも、「よび出し」と表記されている遊女と、表記されていない遊女がいるから、ここではランクの差があると考え、もとのままの表記とした。

(23) ①寛政六年春は関西大学蔵本、②同七年春は西尾市立図書館岩瀬文庫蔵本、③同八年春は『江戸美女競/吉原細見』(平木浮世絵美術館、一九九五年)所収本、④同九年春は『江戸吉原叢刊』(八木書店、二〇一一年)所収本を参照した。

(24) 通路は、寛政九年春の記載はないが、同年秋(岩瀬文庫)に「**よ**(六枚目)」として記載されている。

- (25) 玉屋については、花咲一男「吉原細見の話」(『江戸美女鏡』吉原細見) 前出、註二) 参照。
- (26) 石橋四郎編『和漢酒文獻類聚』(前出)、渡辺信一郎『江戸川柳飲食事典』(平文社、一九九六年)、荻生待也『日本の酒文化総合辞典』(前出) などに断片的情報がある。
- (27) 浅野秀剛/ティモシー・クラーク『喜多川歌麿』展図録(千葉市美術館、一九九五年、一四〇頁)。
- (28) 水野稔編『洒落本大成』第九卷「解題」(中央公論社、一九七五年)。
- (29) 「穿ち」とは、江戸文芸に固有の理念で、「人の欠点を指摘するということには刺激的で鋭く、暴露ということには迫力に乏しく、風刺としては語り手即ち作者の主観があらわでなく、責任を問われることのないトビツク的な放言による裏面観風なもの」である。中村幸彦『戯作論』(角川書店、一九六六年、一二六頁、『中村幸彦著述集』第八卷、中央公論社、一九八二年、一一五頁) 参照。
- (30) 渡辺信一郎『江戸川柳飲食事典』(前出)、荻生待也『日本の酒文化総合辞典』(前出) 参照。なお、『柳多留』とは『誹風柳多留』(岡田甫校訂『誹風柳多留全集』全二二巻、三省堂、一九七六〜八四年) のことで、読みやすさを第一として、適宜、カタカナをひらがなに、ひらがなを漢字に改めている。
- (31) 河野元昭は、浅茅生が三番手の遊女であり、かつ、大文字屋内の序列でも最高位が二位であったにもかかわらず「六家選」とされていることについて、「おそらく浅ぢふを初めとする六人は、みな酒豪をもって聞こえていた遊女たちであったのだろう。そして、大文字屋ではもっぱら「七ツ梅」というように、各妓楼で使う銘柄は決まっていたのかもしれない」と述べる。もちろんこのような可能性も排除できない。河野元昭「解説」(植崎宗重監修『パレス・コレクション』「秘蔵浮世絵大観」別巻、講談社、一九九一年、二三三頁)。
- (32) ロジャー・キーズ「解説」(『ベルギー王立美術歴史博物館・アムステルダム国立美術館「浮世絵聚華」第二三巻、小学館、一九八一年、二〇三頁)。
- (33) 文政七年「一八二四」刊の『江戸買物独案内』では、「収載料などをめぐる手続き上の混乱」が、大商店の欠落や、商店の配列の混乱を招いたようである。西山松之助「『江戸買物独案内』解題」(『江戸町人の研究』吉川弘文館、一九七二年)。
- (34) 例えば、丸山伸彦編『江戸のきものと衣生活』(日本ビジュアル生活史、小学館、二〇〇七年)。

(35) 笄を立てて、髪を巻き付け、巻き貝のように見える髪型で、気楽そうに見える。

(36) 花咲一男『川柳江戸名物図絵』第五卷(近世風俗研究会、一九六六年)。なお、出典を示す『万句合』は『川柳評万句合勝句刷』(宝暦七年〜寛政元年、中西賢治編『川柳評万句合勝句刷』川柳雑俳研究会、一九九三年)、『柳多留』は『誹風柳多留』(明和二年〜天保十一年、前出)のことで、『くらの実』は千葉治校訂『初代川柳選句集』上(岩波書店、一九八六年)、『誹諧ケイ』は鈴木勝忠編『未刊雑俳資料』第二三期一四(私家版)を参照した。

(37) 同前、五三頁。

(38) 経費節約のため、本羽二重より劣る(安い)加賀絹を勧める。

(39) 当麻寺(大和)に伝わる曼荼羅で、中将姫が蓮糸で織ったというものはないという意。

(40) 花咲一男『川柳江戸名物図絵』(前出、一九五三頁)。

(41) 「たっとく」とは「貴／尊く」のことで、「身分・地位が高い。品位が高くすぐれている」の意。

(42) 「いっち」は「二番」の意。

(43) 『百木屋三百年史』(白木屋、一九五七年、七七頁)。

(44) 花咲一男『川柳江戸名物図絵』(前出、七三頁)。

(45) 『百木屋三百年史』(前出、八五頁)。

(46) 丸山伸彦編『江戸のきものと衣生活』(前出、六三頁)。

(47) (B1) 呉服店と(B2) 商品とは、作者と作物、あるいは産地と産物、あるいは最も包括的に言うなら、部分と全体の関係にある。

(48) 佐藤信夫企画構成・佐々木健一監修『レトリック事典』(大修館書店、二〇〇六年、二四四〜二六四頁)。

(49) 「あくびが出た」「退屈だった」の場合は、結果で原因を表すのに対して、「太陽「暑さ」が戻った」の場合は、原因で結果を表すことになる。

換喩の場合、一般的に、このような双方向性が可能なかどうかは慎重に見極める必要がある。

- (50) 「桜を見に行く」と言うべきところを「花見に行く」と言う場合、桜と花は種と類の関係にあつて、部分と全体の関係にあるのではない。このような表現は特に「提喩」と呼ばれる。

- (51) ロラン・バルト『記号学の冒険』(花輪光訳、みすず書房、一九八八年、七一頁)。

- (52) *Mys of Seeing*, based on the BBC television series with J. Berger, BBC and Penguin Books, 1972 (J・バージャー『イメージ——視覚とメディア』伊藤俊治訳、PARCO出版、一九八六年、一六三頁)。

- (53) 三百三十年記念誌編纂委員会『辰馬本家酒造三百三十年記念誌』(一九九二年、三二頁)。

- (54) 松島は、その後、販売元の壽屋がキャンペン部隊として組織し、全国で巡回公演を行ったオペラ団「赤玉楽劇団」のプリマドンナとして活躍した。

- (55) サカツ・コーポレーション編『明治・大正・昭和／お酒の広告グラフィティ——サカツ・コレクションの世界』(前出、一三頁)。

(きし) ふみかず・同志社大学文学部

Abstract

Fumikazu KISHI, *The Rhetoric of Visual Images for Advertising Purposes: Observations Derived from Utamaro's Beauty Prints*

Studies of Japanese advertising concede that the history of modern Japanese posters started with one depicting a beautiful woman in the Genroku style. That poster was produced by Mitsukoshi Gofukuten (the first department store), in 1907, and its roots can be traced back to Edo-Period ukiyo-e beauty prints. This study examines two series of beauty prints by Utamaro—*The Peers of Sake Likened to Select Denizens of Six Houses* (1794–97) and *Summer Outfits: Beauties of Today* (1804–06)—in order to determine what mechanism would be effective in promoting their respective products, from the perspective of two rhetorical devices: metaphor and metonymy. These devices defer to the similarities and contiguity, respectively, between two different things.