

# ハヴェーリーにおける「インド的近代」の表象

——植民地インドにおける商業集団マールワーリーの変わりゆくアイデンティティ——

宮城学院女子大学附属キリスト教文化研究所 客員研究員

国立民族学博物館 外来研究員 豊山 亜希

## 1. はじめに一問題の所在と本稿の目的

イギリスによるインド支配が本格化した19世紀、カルカッタ、ボンベイ、マドラスという植民地経営の中核を担う3管区の中心都市には、植民地経済に参入すべくインド各地から商人たちが進出していった。特に、1772年から1911年までイギリス領インドの首都が置かれたカルカッタにおいては、北西インド出身で、現代インドを代表する商業コミュニティの一つである、マールワーリー(Marwari)と呼ばれる人々が著しく台頭した。彼らが得た経済的利益は、遠く離れた故郷の村へ持ち帰られ、邸宅、寺院、井戸、貯水池、キャラバンサライなどの建造物へと姿を変えた。

現在、観光開発に有益な文化遺産として注目が高まりつつあるそれら建造物群の造営期間は、1830年代から1930年代の約100年間にわたる。この100年は、施主マールワーリーが一介の移住商人からインドを代表する産業資本家へと、社会的地位を上昇させていく時期と重なり、彼らが建てた建造物群もこれに歩を合わせるかのように、建設規模が大きくなり、装飾も精緻化するといった変化を示す。つまりマールワーリーが建てた建造物群とは彼ら自身を投影した表象物であり、とりわけハヴェーリー(*haveli*)と呼ばれる邸宅建築は、施主自身の住処であるがゆえに、その自己像を最も強く映していると考えられる。またマールワーリー商人の社会的地位の上昇は、イギリス領インドにおける政治や社会経済の展開と不可分であるがゆえに、彼らのハヴェーリーにおける自己表象の変遷からは、植民地インド社会の変化を読み取ることが可能であると思われる。

本稿においては、イギリス領インドにおける在地社会の自己規定の変容を迎える試みとして、マールワーリーたちの自邸であるハヴェーリーについて、二つの観点から考察していく。第一に、多くのハヴェーリーに残された壁や天井の彩色装飾に注目する。それらの多様な表現形式を類似する作例毎に分類し、造営年代が判明しているハヴェーリーを基準作例として分析を進めることにより、表現上の変化を編年的に理解することを試みる。その際、描かれた図像がマールワーリーのいかなる自己を表象するのか、当地で伝統的とされてきた建築様式や絵画からの影響、そしてハヴェーリー造営と同時代の視覚文化との関連性も検討していく。

第二に、先行研究からは看過されてきた、一部のハヴェーリーを特徴づけるタイル装飾に注目し、その歴史的意義を考察する。上述したように、ハヴェーリーの装飾は主には彩色であるものの、造営最終段階にあたる1920年代から1930年代にかけては、量産的な装飾タイルがしばしば壁面に施工されており、その事例数は決して無視できるものではない。そして現在までの調査で、それらのタイル

が日本からもたらされた可能性が浮上した。そこで本稿においては、タイルの製造元の同定を試み、彩色が主流であったハヴェーリー装飾において、量産品であるタイルがどのような経緯で用いられることとなったのかを明らかにする。それとともに、それらが日本製である可能性がイギリス領インドにとって、いかなる意義をもっていたのかを考察する。

## 2. 考察対象の概要

### (1) 商業集団マールワリー

ハヴェーリーの施主であるマールワリーとは、どのような集団範疇を指すのか概観しておきたい。「マールワリー」という語は、逐語的には「マールワール地方（ラージャスターン州中西部旧ジョードプル藩王国一帯）出身者」を意味する。もとはムガル朝支配下の16世紀に当該地方出身の商人を指す語として使われはじめ、転じてマールワール地方のみならずラージャスターン出身の商人は皆こう呼ばれるようになった（Timberg 1978 : 10）。そのため、マールワリーの概念には、商業を生業とする点では共通しつつ、宗派やカーストの異なる多様な集団が含まれる<sup>1</sup>。

マールワリーのなかでも特に成功者を多く輩出したのは、シェーカーワーティー地方と呼ばれる一帯である。イギリス統治期にはラージプターナーと呼ばれた現在のラージャスターン州の北東部に位置し、旧ジャイプル藩王国および旧ビーカーネール藩王国の一部にまたがる<sup>2</sup>。古来この地方は、グジャラートやシンドといったアラビア海沿岸部とデリーなどの内陸都市とを結ぶ、交易路沿いの市場町として発展してきた（Wacziarg and Nath 1982 : 18）。しかしイギリスの植民地化が本格化する18世紀後半には、綿花やアヘンなどといった商品作物の栽培地と、ボンベイやカルカッタなどイギリスが開発した新興の港市とが新たに結ばれ、シェーカーワーティー地方を通る既存の交易路は荒廃していった（Timberg 1978 : 43）。

そのため、この地方の商人は新たな経済活動の機会を求めて、1830年代頃からボンベイやカルカッタに進出しはじめた。彼らはそこで外国商社の現地プロカーとなり、植民地経済に不可欠な存在として重用されるようになった。1880年代までには、例えばカルカッタにおいては、彼らは当地出身のベンガル商人らを凌駕するほどの存在へのし上がっていた（Timberg 1978 : 52, Kudaisya 2009 : 88）。しかしこうした急速な成長ぶりから、進出先の社会においてしばしば嫌悪の対象となり、「マールワリー」の語には、けちで腹黒いといった含意が付け加えられた（中谷 2011 : 23）。19世紀後半になると彼らの中から、商品作物の先物取引に成功する者が次々にあらわれた（Kudaisya 2009 : 103）。さらにそうして得た富を元手に、第一次世界大戦後には紡績工場やジュート工場などの製造業へ進出していき、産業資本家としての歩みを本格化させる者も出た（Timberg 1978 : 53-63, Taknet 1986 : 83-89, Kudaisya 2009 : 104-106）。発展著しい現代インド経済の一翼を担うマールワリー資本の基盤は、こうして確立されたのである。

### (2) 邸宅建築ハヴェーリー

マールワリー商人は、植民地経済への参与で得た富をそれぞれ故郷の村に持ち帰り、寺院の建立や水利施設の寄進といった慈善事業に投資したほか、自らの一族の祖先に奉じられたチャトリー

(*chhatri*) と呼ばれる記念碑や、自邸であるハヴェーリーを競うように造営した<sup>3</sup> (Nath 1993 : 208-209)。「ハヴェーリー」とは広義には、中庭式住宅を指して北インド一帯で用いられる語である。この語は、古代アラビア語で「仕切り」を意味した“*haola/haowala*” がペルシア語に入って「囲い地」を意味するようになり、ペルシア語を公用語としたムガル帝国期に、語彙と住居形式がともに北インド全域に広がったとの理解が一般的である (S. Jain 2004 : 20)。

シェーカーワティー地方を擁するラージャスターンは、ムガル朝第3代皇帝アクバルの時代(在位1556-1605年)に帝国版図に編入されることとなった。自らはムスリムでありながら大多数を占めるヒンドゥーの臣民を統治するため、ムガル朝は帝国内へと編入した各地のヒンドゥー美術を自らの造形芸術へと積極的に摂取した<sup>4</sup>。そうして生み出された絵画や建築の新様式は、北インドを中心に帝国各地へ規範として伝えられると、地方諸侯の宮殿において再現され、さらには彼らに仕える貴族の邸宅へと伝播していった。こうした旧来の支配階級の文化的営為が、イギリス統治期に台頭してきた新興コミュニティであるマールワリーによって模倣されるようになった証左が、シェーカーワティー地方に現存するハヴェーリーなのである (Thakkar 2008 : 9)。施主層の変化から分かるように、ハヴェーリーとは単に住居形式を指す語彙ではなく、施主の富や身分、およびそれを建築規模に反映させた大邸宅という含意をもつ (Pramar 1989 : 108)。

具体例を通して、ハヴェーリーの基本的構造と機能を概観してみよう。ここで取り上げるアルジュン・ダース・ゴーエンカー・ハヴェーリー (Arjun Das Goenka *haveli*、以下ゴーエンカー・ハヴェーリー) は、ドゥンドロードの町に1870年に建てられた (図1)。施主のゴーエンカー家は、カルカッタでブローカーとして成功した一族で、故郷のハヴェーリーは集落の中心部にあたる四辻に立地し、ドゥンドロード領主の住む城館と中心路で直接通じている。ゴーエンカー家はカルカッタで得た利益



図1 アルジュン・ダース・ゴーエンカー・ハヴェーリー、1870年、ドゥンドロード

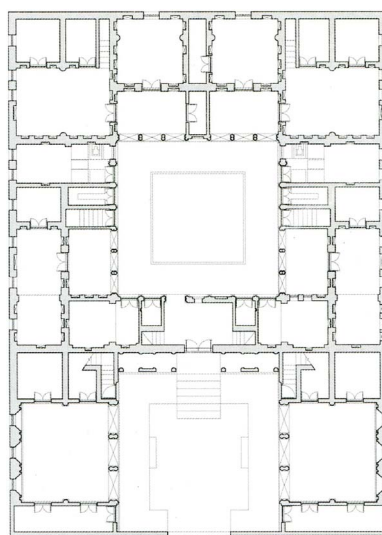


図2 アルジュン・ダース・ゴーエンカー・ハヴェーリー平面図 (画面下側が正面入口。K. Patel 2006 : 53より転載)

を元手に領主にも融資を行っていたことが知られており、植民地経済における成功が、故郷における彼らの存在感を高めたであろうことが、ハヴェーリーの立地から見て取れる。

ゴーエンカー・ハヴェーリーには、多くのハヴェーリーと同様に二つの中庭が設けられ、それぞれを囲むように数多くの房室が配されている（図2）。正面門扉を入ると最初に現れる中庭の左右には広間が設けられ、それらは男性成員が訪問客をもてなしたり、商談や決済を行ったりする空間として機能した。この中庭の奥に設けられた大きな門口を通り抜けると二つ目の中庭へと至り、台所や寝室がその周囲に配されている。つまり二つの中庭のうち前者は公的領域、後者は私的領域であり、さらに言えば前者は男性の領域、後者は女性の領域である。この空間性差は、イスラーム文化圏を起源とするパルダ（*pardah*：女性隔離）の習慣が、ヒンドゥーの上流階級においても実践されたことを示している。またハヴェーリーは、商空間、生活空間であることに加えて、結婚式や新生児の男児の剃髪式など、通過儀礼の執行空間でもあった。このように、マールワリー一族にとってハヴェーリーとは単なる住居ではなく、さまざまな社会関係を結節する場であり、さらには集落という公共空間においては社会的地位を示す装置でもあった。

### 3. ハヴェーリーの彩色装飾

#### (1) 表現形式の編年的理解

マールワリーのハヴェーリーを最も強く特徴づける要素が、室内外の壁や天井に施された彩色装飾である。描かれた主題は宗教的・世俗的の両方から様々で、なかでも最も頻りに登場するのは、マールワリーの多くがヴィシュヌ派のヒンドゥーであることに由来して、ヴィシュヌ神の十化身やそれに関する神話である。動物、植物、人物肖像、風俗といった画題も頻出するほか、19世紀後半以降には後述するように近代西洋文明を象徴するような画題が描かれるようになった。

時系列に沿って彩色画の展開を辿ってみると、最初期（1830年代-1850年代頃）のハヴェーリーにおいては、ムガル絵画を規範に地方のヒンドゥー諸王朝が発展させたラージプートと呼ばれる様式を踏襲している。具体的には、騎乗人物像や動植物といった伝統的モチーフ、頭部を側面観にする身体表現などに、ムガル時代に帰される宮殿建築の壁画や細密画からの影響が色濃く反映されている。

1860年代になると、植民地都市の視覚文化の影響がハヴェーリー壁画にも表れ始める。例えば、1864年にピラーニーに建てられたシヴ・ナーラーヤン・ビルラー・ハヴェーリー（Shiv Narayan Birla *haveli*）のファサードは、画面がアーチ状に上下に分割され、下半部に騎象像、上半部に神像、騎乗像、男性坐像が描かれている。注目されるのは男性坐像で、インド絵画の伝統的な肖像表現である側面観の頭部表現ではなく、全身を4分の3正面観とし、且つヨーロッパ式の高脚椅子に腰かける姿で表されている（図3）。この坐像の類似表現が、例えば1860年代に撮影された写真（図4）に見出されることから明らかなように、写真技術の到来によって、その表現形式が絵画に影響を与えたことが見て取れるのである<sup>5</sup>。また、写真の表現形式が植民地都市で流行した大衆美術へ影響を与え、それがハヴェーリー壁画に取り入れられた例もある。ジュンジュヌーに19世紀末頃に建てられたモーハンラール・イーシュワルダース・モーディ・ハヴェーリー（Mohanlal Ishwardas Modi *haveli*）に描かれた男女の肖像画を見ると、それらの頭上にはカーテンが描かれていることが確認で

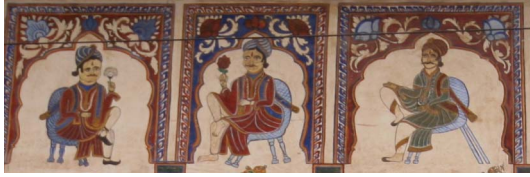


図3 シヴ・ナーラーヤン・ビルラー・ハヴェーリーのファサード壁画(椅子に座る男性)、1864年、ピラーニー



図5 モーハンラール・イーシュワルダース・モーディ・ハヴェーリー壁画(男女肖像)、19世紀末頃、ジェンジュスー



図4 ジェームズ・ウォーターハウス《マラッタ》、1862年10月20日にインドールにて撮影、鶏卵紙、13×17.6 cm、アルカズィ・コレクション(ニューデリー)(Pinney 2008 : 27より転載)



図6 《女性像》バッター版画、19世紀、木版、43.6×29.6 cm、個人蔵(Paul 1983 : 41より転載)

きる(図5)。このカーテンは、写真スタジオのセットにみられる背景幕が原型で、19世紀以降にカルカッタで発達したカーリーガート画(Kalighat painting)と呼ばれる安価な水彩画や、カーリーガート画を複製してより安価に流通させたバッター版画(Battala woodprint)と呼ばれる木版画(図6)(Paul 1983 : 17-19)にも、同様にカーテンが描かれている<sup>6</sup>。こうした大衆美術はマールワリーによって故郷へもたらされ、ヒンドゥーの大祭であるディーワリー(Diwali)など特別な機会に、パブリック・ビューイングのためにハヴェーリーに陳列されたという<sup>7</sup>。このことから、写真に影響を受けた大衆美術が、ハヴェーリー壁画に直接的なイメージソースを提供したと考えられるのである(豊山 2012 : 64)。

19世紀末までには、西洋からの影響はより直接的なものとなる。つまり、近代西洋の機械文明や西洋人の肖像といった画題が流行するのである。例えば鉄道、自転車、自動車、飛行機、蒸気船と





図7 バンシーダール・ネワティアー・ハヴェーリー壁画（西洋由来の乗物）、1915年頃、マンダーヴァー

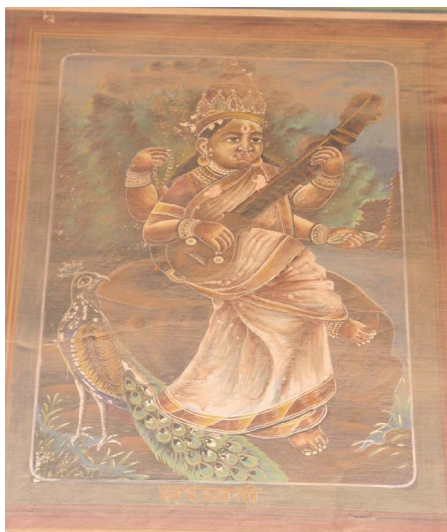


図8 シヴチャンドラ・シャー・ハヴェーリー壁画（サラスヴァティー）、1920年頃、ナワルガル



図9 ラージャー・ラヴィ・ヴァルマー《サラスヴァティー》、1896年、カンヴァスに油彩、54×71 cm、マハーラージャー・ファテースィング・博物館（ヴェードーダラー）（Chawla 2010 : 93より転載）

いった乗物、蓄音機、ミシン、電話などの機械、さらにはテーブルセットといった風俗などがハヴェーリーに盛んに描かれた（図7）。そこでは表現形式の点においても、遠近法や陰影表現など西洋絵画の影響が顕在化していく。表現上の変化を可能にした一因として、画材が変化したことも考慮されるべきである。1890年代にはシェーカーワティー地方にもヨーロッパ製の人工顔料がもたらされたといわれ、それが主題のみならず画法のうえでも西洋的な表現の忠実な再現を可能にしたのであろう<sup>8</sup>。

さらに時代を下って1910年頃になると、当時流行していたオレオグラフ（油彩風石版画）やクロモリトグラフ（多彩色石版画）の印刷複製画を壁画に写すのが大流行し、ハヴェーリーの造営が行われなくなる1930年代までこの現象が続いた。そこでは、人気画家ラージャー・ラヴィ・ヴァルマー（Raja Ravi Varma, 1848–1906）の絵画作品がイメージソースとしてしばしば用いられている（図8・9）。ラヴィ・ヴァルマーは油彩を用いて伝統的な神話主題を写実的に描き、インド近代絵画の確立の立役者となった。彼はまた、1892年にボンバイで印刷会社「ラヴィ・ヴァルマー美術石版画印刷所（Ravi Varma Fine Arts Lithographic Press）」を設立し、自らの絵画作品を複製して広く流通させ、商業的にも大きな成功を収めたことでも知られる（Neumayer and Schelberger 2003 : 35-49）。こう

した印刷文化の発達、イギリス統治下のインド全域におけるイメージの共有を可能にしたのであり、それは言い換えればインドにおける国民文化の形成を準備したことを意味する<sup>9</sup>。ハヴェーリーにおいて、そうした印刷メディアのイメージが頻出することは、シェーカーワージーという地域単位がインドという国家単位へと統合されていく過程を示していると解釈することができる。

## (2) 表現形式の変化に関する先行研究の見解

ハヴェーリーの彩色装飾の展開について、先行研究は19世紀後半を全盛期として高く評価し、20世紀以降を衰退期とみなしてきた。例えば、社会人類学の観点からコミュニティとしてのマールワリーの特質を論じたハードグロヴは、ハヴェーリー壁画の殆どは1860年から1900年の間に制作されたものであると述べているが (Hardgrove 2004 : 102)、それはハヴェーリーに関するそれ以前の研究が、この特定の時代に焦点化されたものであったことに起因すると考えられる。そうした研究においては、20世紀以降の壁画について、西洋の模倣を实践した結果として生命力と独自性が失われたとの見解が示されており (Rakesh and Lewis 1995 : 75)、その直接的要因としてオレオグラフなどの印刷メディアがもたらされたことが挙げられている (Singh and Rakesh 2001 : 82)。しかし実際には、20世紀以降に造営されたハヴェーリーの数は、管見の限りそれ以前に劣るものではない。それらが看過されてきたのは、ハヴェーリー壁画の美点を土着性に見出し、印刷メディアや西洋絵画といった近代西洋からもたらされた要素によって、20世紀以降のハヴェーリーにおいてはそうした美点が失われたと考えられてきたためである (豊山 2012 : 62)。

このような造営後半期のハヴェーリーが伝統を喪失しているとの批判は、実は造営当時からすでに存在しており、例えば富裕な銀行家 (=マールワリー) の邸宅はけばけばしいとの記述が官報に確認される (*Imperial Gazetteer of India* 1908)。ただし、こうした批判が常に宗主国イギリスによって提出されていた点に留意する必要がある。つまりイギリスが批判の対象としているのは自らの立場を脅かすものであり、マールワリーが20世紀に入って社会的地位を上昇させていく状況は、植民者にとってはまさしく脅威であっただろうと考えられるのである。先述したように、マールワリーの中には19世紀後半から先物取引に進出し、そこで得られた富を元手に大戦間期には製造業へ本格的に進出する者が現れた。それはイギリス側からすれば、伝統という後進性によって特徴づけられてきたはずの被植民者が、植民者の独占的領域であった製造業という近代セクターを侵そうとしているように映ったはずである。近代西洋文明からの影響を強めていくマールワリーのハヴェーリー装飾はそうした文脈において批判されたのであり、先行研究もそうした見方を継承していると考えられる (豊山 2012 : 71)。

近代セクターへの進出と歩調を合わせてハヴェーリーが西洋的な形式で装飾されたことは、先行研究が述べてきたように伝統を顧みなくなった態度として説明できるかもしれない。しかし一方で、マールワリーが製造業への参入に植民者との力関係の転換を思い描いていたとすれば、こうした装飾形式を植民者の文化に対する迎合的態度と捉えることはできない。考えられるのは、マールワリーにとって西洋美術を摂取することが、先進的な技術を獲得し且つそれによって植民地支配を克服しようとする、近代人としての自己表象であった可能性である。この仮説を実証しようと考えられるのが、

表1 シェーカーワーティー地方においてマールワーリーが施主でタイル装飾のある建物

集落名	ハヴェーリー名	造 営 年
Bagar	Piramal <i>haveli</i>	1928
Churi Ajitgarh	Nemani <i>kothi</i>	c. 1930
Churu	Malji ka <i>kamra</i>	c. 1925
	Shantinath Temple	1935
	Dugarmalji Baid <i>haveli</i>	不明
	Mannalal Hanutmal Surana <i>nivas</i>	不明
	Sugarmalji Hanutmal Baid <i>haveli</i>	不明
Fatehpur	Joharlal Bhartia <i>haveli</i>	1920s
	Gopiram Jalan <i>haveli</i> *	不明
	Goenka <i>haveli</i> *	不明
	Mahendra Lal Devra <i>haveli</i> *	不明（初期造営は1870年代？）
	Nand Lal Devra <i>haveli</i> *	不明
Lakshmanagarh	Rama Shrine*	1954年？（増築の寄進年か）
Mandawa	Sonthaliya Gate and <i>haveli</i>	1930s
Ramgarh	Hanuman Temple	1885年（初期造営年）
	Johari <i>haveli</i> *	不明
	Hanya Lal Modi <i>haveli</i> *	不明
	Moti Lal Sawanlika <i>haveli</i> *	不明

\* 建物の正式名称不明

1920年代から1930年代にかけて造営されたハヴェーリーにおいて、近代的な量産品であるタイルを用いた壁面装飾が流行したという事実である。

#### 4. 大戦間期のハヴェーリーにおけるタイル装飾

##### (1) タイルの特徴とハヴェーリーにおける装飾原理

マールワーリーを施主とするシェーカーワーティー地方の建造物のうちタイル装飾が施された例は、筆者が確認した限りで少なくとも18物件にのぼる（表1）。そのうち本稿においては、造営年代が明らかで保存状態も良好である事例として、1928年にバガルに建てられたピーラマル・ハヴェーリー（Piramal *haveli*）を取り上げ、そこに飾られたタイルそれ自体の特徴と、タイルを用いた装飾形式について検討していきたい。

ピーラマル・ハヴェーリーは、内部が中庭式構造を呈するという点においてはハヴェーリーの概念に一致するが、列柱式の回廊が庭園を取り囲むファサードは、堅牢な壁に門扉を備える伝統的なハヴェーリーのそれとは一線を画しており、西洋のヴィラを参照して建てられたことは明らかである。タイルはこの回廊壁面の腰羽目部分に張り巡らされている（図10）。用いられているタイルは後に詳述するとおり、さまざまな文様が施された装飾タイルであり、いずれも文様の輪郭を隆起させてレリーフ状に表し、複数色の釉薬が施されている。こうしたタイプのタイルは多彩レリーフタイルと総称





図10 ピーラーマル・ハヴェーリーのファサード回廊、1928年、バガル



図11 ピーラーマル・ハヴェーリーのファサード回廊壁面のタイル、1928年、バガル

されており、19世紀中頃にイギリスで開発された量産型装飾タイルの一種として知られるものである（世界のタイル博物館（編）2000：50）。

ヴィクトリア期イギリスにおいて衛生観念や美意識が広く社会に浸透したことは、タイル工業の発展を後押しした。当時の中産階級の住宅においては、玄関部分の両側壁の腰羽目を装飾的なタイルで飾ることが一般化し、そこに住む人々の美意識や社会的地位が記号化された（吉村 2000：38-43）。このタイル装飾の原則は、ヴィクトリアン・タイルが輸出されたイギリスの植民地においても踏襲され、例えばシンガポールの混血商業コミュニティであるプラナカンの店舗兼住宅においては、床面から1m程度の高さ、すなわち腰羽目に相当する箇所にはタイルが張られているのを確認することができる。ピーラーマル・ハヴェーリーにおいても先述したとおり、やはり腰羽目部分にタイルが施されている。造営年代を少し遡ってタイル装飾のないハヴェーリーを見てみると、多くの場合この箇所は植物文様による縁装飾を除いてほとんど彩色が施されていない。その理由として、こうした壁面の下方部分が建物の主体部ではなく基壇の一部と見なされたことと、実際的な空間利用の問題として床面に近く汚れやすい箇所には、彩色装飾が避けられたことが考えられる。タイルが衛生的に優れた建材として普及したことを考えると、雨期の降雨量がきわめて多いシンガポールや砂塵の多い乾燥したシェーカーワーティー地方において、ヴィクトリアン・タイルの装飾原理は土着の建築の空間構成原理と無理なく結びついたと思われるのである。

## (2) ハヴェーリーを飾る多彩レリーフタイルの製造元同定

ピーラーマル・ハヴェーリーに使用されている多彩レリーフタイルを詳細に観察してみよう。確認される意匠は以下のとおり合計6種類である（図11）。

- ① 上縁部に嵌めこまれた緑地のもの
- ② 白地に花綱を表す
- ③ 緑地に花菱形を抜き2輪のバラを表す
- ④ ③と類似の素地に3輪の花を配する
- ⑤ 白地と緑地に草花文を表す
- ⑥ 別意匠のタイル間に挿入されたボーダータイル

壁の一部にはタイルが剥落した箇所があり、露出した漆喰下地にはこれが乾かぬうちにタイルを貼りつけたことで生じた裏型が刻印されている(図12)。タイルの裏型には製造国やメーカーの商標が記載されることから、この剥落箇所からタイルの製造元を同定する可能性が示唆されているのである。ここでは、外縁部に縦横2本ずつ帯を走らせ、その内側をさらに9区画に分けて中央に菱側の商標を表していることが読み取られる。菱形部分をよく見ると、“DK”というアルファベットの大きな文字を読み取ることができる。この裏型がどの製造元に帰属するものであるのかを調査した結果、日本のタイルメーカーである淡陶株式会社(現・株式会社 Danto、以下淡陶)すなわち“Danto Kaisha = DK”が、昭和初期に使用していた意匠であることが判明した<sup>10</sup>。

淡陶の創業地である兵庫県淡路島には現在も同社の技術研究所が置かれており<sup>11</sup>、創業当時から製造されてきたタイルや商品カタログが保管されている。これらのタイル製品や、昭和5年(1930)頃に編纂され No. 12 および No. 13 と付番された商品カタログを調べた結果、ピーラーマル・ハヴェーリーの6種類の意匠のうち、以下のことが判明した。

- ② カタログに意匠番号402番として掲載あり
- ③ カタログに意匠番号509番として掲載あり(図13)、および同一意匠の現物タイルあり(図14)
- ④ 同一意匠で別配色の現物タイルあり
- ⑤ 同一意匠の現物タイルあり

ここで現物タイルの存在が確認されたものについてその裏型を見てもと、ピーラーマル・ハヴェーリーの剥落痕において確認されたものと一致している。淡陶では創業当時から裏型の意匠を数回変更しており(深井 2008: 11-12)、ピーラーマル・ハヴェーリーに残された意匠は昭和初期から戦前期にかけて使用されていたことから、ハヴェーリーの造営時期とも重なる。これらの調査結果を踏まえると、ピーラーマル・ハヴェーリーに使用されたタイルは淡陶製であると考えられることができる。

シェーカーワーティー地方のハヴェーリーには維持管理の困難性から解体される例も少なくないが、そうした物件から回収されたタイルや未使用のまま保管されていたタイルが、現地の古美術商によって所有されている場合がある。それらのうち裏型が確認できるものを調べた結果、淡陶の他にも以下の製造元を同定することができた。

I. 佐治タイル合資会社(日本、以下佐治タイル)<sup>12</sup>

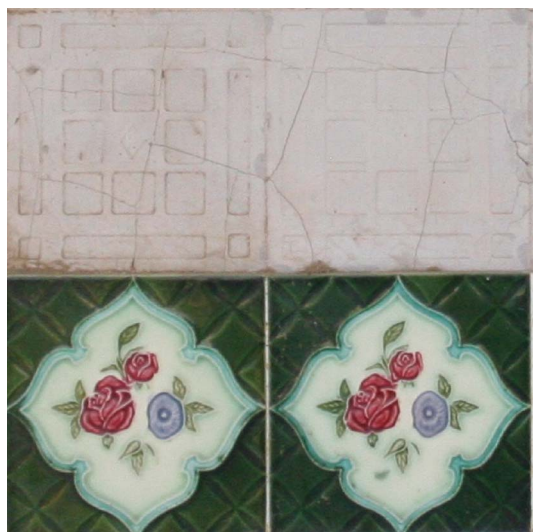


図12 ピーラーマル・ハヴェーリーのファサード回廊壁面のタイル剥落箇所、1928年、バガル



図14 ピーラーマル・ハヴェーリーの③と同一意匠のタイル、淡陶製、昭和初期（1920年代後半）、株式会社 Danto 技術研究所（兵庫県南あわじ市）



図13 淡陶の商品カタログ No. 12、昭和5年（1930）頃、株式会社 Danto 技術研究所（兵庫県南あわじ市）

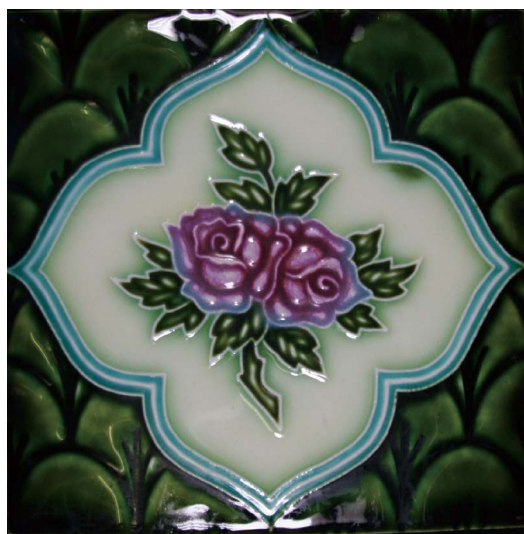


図15 ピーラーマル・ハヴェーリーの③と同一意匠のタイル、不二見焼製、大正末から昭和初期（1920年代）、INAX ライブミュージアム世界のタイル博物館（愛知県常滑市）

- II. 不二見焼合資会社（日本、以下不二見焼）<sup>13</sup>
- III. 佐藤化粧煉瓦工場（日本、現・上山製陶株式会社）<sup>14</sup>
- IV. ジョンソン（H&R Johnson、イギリス）<sup>15</sup>
- V. ワンカーネール（PPW Wankaner、インド）<sup>16</sup>
- VI. グワーリヤル（Gwalior、インド）<sup>17</sup>

このようにシェーカーワーティー地方には少なくとも日本製、イギリス製、そしてインド国産のタイルが流通していたようである。ただしこれらの製造元が、しばしば同じ意匠の製品を生産していた点に注意が必要である。例えば、ピーラーマル・ハヴェーリーの③の意匠は淡陶だけでなく、不二見焼とジョンソンによっても用いられている（図15）。これは、ジョンソンの意匠を日本のタイルメーカーが模倣していたことによるもので、日本の近代タイル工業が、ヨーロッパからの輸入品を模倣することを端緒としていたことと関係するのである。

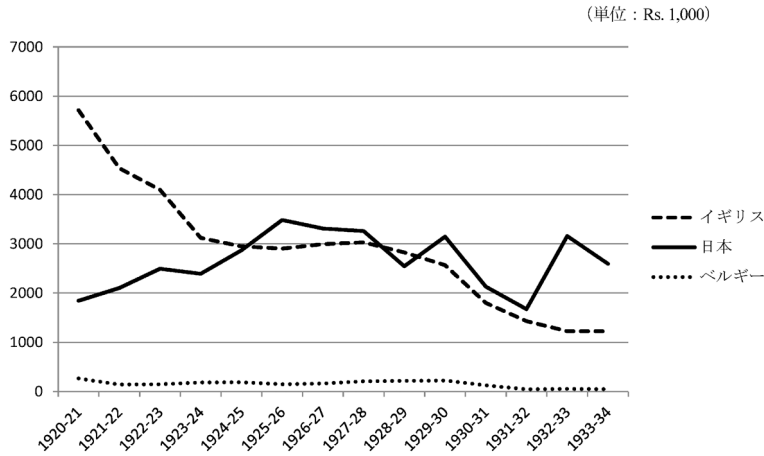
## 5. 近代日本におけるタイル工業の発達

日本のタイルは、シェーカーワーティー地方のハヴェーリーにもたらされるまでに、そもそもどのような発達を遂げてきたのだろうか。「施釉されたやきもの（陶器・磁器）の建築材」としてのタイルの歴史は、日本においては仏教寺院の土間に敷瓦が敷き詰められた7世紀頃まで遡ることができる（世界のタイル博物館（編）2000：72）。16世紀に茶道が確立されると、茶の湯で用いられる風炉の敷板として敷瓦の需要が急増し、江戸時代には製陶技術が飛躍的に発展したことで、鑑賞価値の高い陶板が愛好されるようになった（山本（監修）1983：7、世界のタイル博物館（編）2000：74）。幕末になると、洋風建築の内装にイギリスなどヨーロッパから輸入されたタイルが利用されるようになり、明治時代になるとこれを手本にタイルの国産化が模索され始めた（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：13-15）。輸入品に劣らないタイルの製造法が確立されたのは明治41年のことで、不二見焼の村瀬二郎磨と淡陶の能勢敬三が、それぞれ粉末乾式圧縮法による硬質陶器タイルの製造をほぼ同時期に成功させ、高品質なタイルの量産化を可能にした（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：166-169）。

シェーカーワーティー地方に現存するような多彩レリーフタイルは、イギリスからの輸入品を規範として、国産タイルの量産化に成功した最初期、すなわち明治40年代から昭和10年代まで生産されていた（世界のタイル博物館（編）2000：79、竹田 2000：38）。日本国内においては特に、多彩レリーフタイルが「マジョリカタイル（majolica tile）」と総称された。この名称は本来、イギリスの主要メーカーの一つであるミントン社が、自社の多彩レリーフタイルを宣伝する際、15世紀のイタリアで発達した色絵陶器の鮮やかな色彩になぞらえて付けたものであった。日本にもミントンのタイルは頻繁に輸入されていたことから、多彩レリーフタイルの製造が本格化するにつれて、その愛称としてマジョリカタイルの語が定着していったのである（竹田 2000：39-40）。本稿においては以下、日本製多彩レリーフタイルを指してマジョリカタイルと呼ぶこととする。

マジョリカタイルは特に大正末から昭和初期にかけては、全生産量のうち半数が中国や東南アジア

表2 イギリス領インドにおける陶磁器類の国別輸入額推移（出典：  
*Statistical Abstract for British India*, Nos. 64-68, 1932-37, London: HSMO)



などアジア市場へ輸出されたといわれる（竹田 2000 : 40）。アジア市場でその時期にマジョリカタイルのシェアが拡大したのは、第一次世界大戦によってイギリスのタイル産業が疲弊した状況と、日本国内のタイル産業が、関東大震災（1923年/大正12年）の復興に伴う耐火・耐震建築の建設ラッシュで大きく成長したことが重なったためである（柴辻 1976 : 37、『日本のタイル文化』編集委員会（編）1976 : 92-98、110年史編纂委員会（編）1989 : 64-65）。イギリス製タイルは19世紀中頃から中国、海峡植民地、インドなどアジア各地において、新興富裕層を中心に受容されていた。日本のタイル業界は当初、こうしたイギリス製タイルのニーズをくみ取ったうえで、イギリス製タイルと同じ意匠の廉価版を生産してアジア市場における販路拡大を図った（柴辻 1976 : 39）。第一次世界大戦後にイギリスにおけるタイルの生産力低下によってマジョリカタイルはシェアを伸ばし、震災復興による日本のタイル工業の生産力向上がそれに拍車をかけることとなったのである。インド市場においても、タイルを含む陶磁器類全体の国別輸入額をみると、1920-21年には日本からの輸入額はイギリスからの輸入額の3分の1程度であったのが、1925-26年には日本がイギリスを上回っている（表2）。

## 6. インド市場向けマジョリカタイルの開発

当初はイギリス製タイルの模造品をインド市場に輸出していた日本のタイル工業であったが、さらなる市場開拓を進める過程でインド向けの独自製品を開発するようになった。なかでも、6枚から12枚のタイルで構成されたパネル画が富裕層から人気を博した。シェーカーワーティー地方においては少なくとも、第4項において事例として取り上げたピーラーマル・ハヴェーリーのほか、マNDERヴァーの町の中心路に1930年代に建てられたソントリヤ門（Sonthaliya Gate）の回廊部分の壁面に、こうしたタイル・パネルが確認される。それらの造営例において確認される図像は、以下のとおりである。



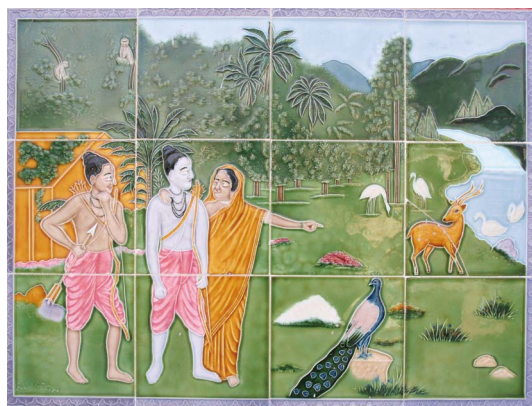


図16 ピーラーマル・ハヴェーリーのファサード回廊のタイル・パネル、1928年、バガール



図17 2010年のオークションに出品されたタイル・パネル (*Bid and Hammer* 2010 : 25より転載)

- ① ホーリーを祝うクリシュナとゴーピー
- ② 笛を吹くクリシュナとゴーピー
- ③ 満月の下のクリシュナとゴーピー
- ④ ラーマに鹿狩りを所望するシーター (図16)
- ⑤ ヴィシュヌ三尊像
- ⑥ ガネーシャ

このように、画題は全てヒンドゥー神話に取材したものであることがわかる。製造元については、2010年にベンガルールで開催されたオークションの出品目録が有益な情報を提供している。このオークションにおいては、上記④⑤と同じ図像の作例が出品され、目録によるとそれらの製造元は“Saji Tileworks of Nagoya Yamadachou”との記載がある (図17) (*Bid and Hammer* 2010 : 25)。これはシェーカーワーター地方に流通したマジョリカタイルのメーカーの一つで、名古屋市山田町に本社を置いていた佐治タイルのことを指している。

こうしたタイル・パネルに表現されたヒンドゥー神話の図像プログラムは、日本のメーカーが独自に生み出したものではなかった。不二見タイルすなわち戦前の不二見焼の社史には、昭和初期の状況について次のような言及がある。

「インドから、英国で印刷された涅槃図のような立派な絵を数枚、製作見本として送ってきたが、その大きさは、五寸角の六枚つづきから十二枚つづきぐらいのものであった。かなり高価なものになると見られたが、値段には糸目をつけないということで、この注文を引き受けた。」  
(110年史編纂委員会 (編) 1989 : 72)

この製作見本とは、当時インドで広く流通していた印刷複製画を指すと考えられる。その印刷工程は



しばしば西欧で行われていたため、イギリスで印刷された絵がインドから送られてきたとの証言は確かなものであろう<sup>18</sup>。そして「涅槃図のような」と表現されるそれらの印刷複製画は、日本において仏涅槃図として一般に想起されるものが、沙羅双樹に囲まれて入滅する横たわった釈迦の周囲で会衆が悲嘆にくれる図像であることを考えると<sup>19</sup>、主神が中央に表され、その周囲を眷属が取り囲む様子を表したものの一例例えばクリシュナとゴービーを表す図像群—を指すものと考えられる。

さらに、先述したオークションの出品目録には、他にも佐治タイル製というタイル・パネルが掲載されており、そのなかにラージャー・ラヴィ・ヴァルマーの有名な作品《ラクシュミー》と《サラスヴァティー》をイメージソースとした作例が確認される(図18) (*Bid and Hammer* 2010 : 16)。このことも、タイル・パネルのイメージソースが当時インドで流行していた印刷複製画であった可能性を補強するものである。不二見タイルの社史にはまた、中国市場に関しては輸出の増加とともに中国側から中国的な意匠が要求されるようになり、取引先の中国商社に好みの意匠を考えて送るよう依頼していたと述べられており、インド市場向けのタイル・パネルの開発経緯を考えるうえでも興味深い証言である(110年史編纂委員会(編) 1989 : 62)。その詳細については今後さらなる調査が必要であるものの、インドにおけるマジョリカタイルのパネル画が、少なくとも2つのメーカー、すなわち佐治タイルと不二見焼によって、インドに広く流通していた印刷複製画をイメージソースとして製作されたことは、ここまでの考察から間違いないであろう。

タイル・パネルというフォーマット自体は、ヴィクトリア期のイギリスですでに発達したものであった。例えば、衛生的であるとの特質を生かして食品品店やパブといった店舗には、その取扱商品に関連する図像をタイル・パネルに表して宣伝も兼ねた空間装飾が行われた (*Austwick and Austwick* 1980 : 38-43)。インドにもヴィクトリア期イギリスのタイル・パネルはもたらされており、例えばカルカッタに1853年に建てられたマーブル・パレスと呼ばれる邸宅建築には、農村風景や静物などの西洋的な画題が表されたタイルの連作が、室内装飾に用いられているのを確認することができる。しかし、インドに輸出されたイギリス製タイルのなかに、ヒンドゥー神話などインド的テーマを表した作例はこれまで全く確認されていない。つまりマジョリカタイルでヒンドゥー神話を表したパネル画は、イギリス製タイルの模倣ではなく、日本のタイル業界が独自に開発した製品として位置づけられるのである。



図18 2010年のオークションに出品された、ラージャー・ラヴィ・ヴァルマー《サラスヴァティー》を複製したタイル・パネル (*Bid and Hammer* 2010 : 16より転載)

## 7. イギリス領インドにおけるタイル文化の変容

### (1) タイルのもつ記号性とマールワリーの自己表象

植民地化以前のインドにおいて、タイルはイスラーム文化圏で現在はパキスタンにあたるパンジャーブ地方やシンド地方などにおいて、限定的に製作されているにすぎなかった (A. Patel 2008 : 81-95)。タイルで建築を飾る手法は従って、ハヴェーリーがイスラーム建築の影響を受けたのとは異なり、イギリスの中産階級の文化が植民地にもたらされて広がったものである。タイルが19世紀にイギリスからもたらされた当初、それは植民者との共犯関係によって得られた富や権力を記号化していた。主な受容層は先述したように植民地都市の富裕層や各地の藩王らで、そこでは西洋で流行している意匠が好まれた<sup>20</sup>。大戦間期までには、タイルは清潔性という特徴によって、寺院などの公共空間にも使用されるようになっていった。これは、当時のインドにおいて公衆衛生への認識が高まっていたことと関係すると思われる。

特にマールワリーに関して言えば、カルカッタにおけるコミュニティの中心であるボロ・バザール (Burra Bazar) は当時、その不衛生さが都市計画の領域から指摘されていた (Hardgrove 2004 : 67-69)。マールワリー・コミュニティに対するこうしたイメージの払拭にとって、タイルは最適な素材を提供したのである。彼らにとって、自己表象の装置として機能してきた故郷の邸宅ハヴェーリーにおいて、他者からの視点を受ける箇所の特化してタイルを施工したことには、装飾という目的に加えて、衛生的であるという自己表象も含まれていたと考えられる。また大戦間期に造営されたハヴェーリーのなかには、腰羽目部分にタイルを張るのではなく、タイルのように壁面を彩色する例も

みられる (図19)。ここからも、マールワリーにとって、タイルが清潔性の記号であり、彼らの自己表象にとって重要な位置を占めていたことが理解される。

マールワリー資本家のなかには1920年代以降、G.D. ビルラー (G.D. Birla, 1894-1983) を筆頭に、ガンディー (Mohandas Karamchand Gandhi, 1869-1948) を支持し国民会議派に資金援助を行った者が少なからず存在した (Hardgrove



図19 ジヴァーラー・プラーサード・バルティア・ハヴェーリー壁画 (タイル風の彩色)、1925年、ファテール



図20 ラームリクダース・パラスランブリア・ハヴェーリー壁画 (ジャワーハールラール・ネルーの騎馬像)、造営年不詳 (1920-30年代?)、ナワルガル

2004 : 199-205, Markovits 2008 : 212-213)。こうした民族運動においては、伝統という概念が大衆への訴求力をもつ重要な要素であり、ヒンドゥー神話画という伝統の視覚表象は、国民統合を図るプロパガンダ・イメージとして大いに利用された (J. Jain 2004 : 94-104)。印刷メディアを通して流通したこれらのイメージは、タイル装飾が登場する大戦間期のハヴェーリーに、壁画として頻繁に描かれることとなった。

この時代のハヴェーリー壁画に代表的な印刷メディアからの採用イメージとしてまず挙げられるのは、ガンディーやネルー (Pandit Jawaharlal Nehru, 1889-1964) といった民族運動を主導する国民会議派の指導者の肖像である。こうした指導者像はしばしばヒンドゥー神話と結びつけられており、例えばネルーはヴィシュヌの第十の化身カルキと同一視され、騎馬像で表現されることが多い (図 20)。他には、マラーター (Maratha) 王国の創始者チャトラパティ・シヴァージー (Chhatrapati Shivaji, 1627-1680) は、外敵を駆逐してヒンドゥー王国を建設した功績から、外敵イギリスに抗する英雄として歓迎された図像であったほか、母なる大地としてのインドを擬人化した女神バーラト・マター (Bharat Mata) 像も頻出する。つまり、これらの図像は植民地インド全体で誰もが共有しうる民族主義のイメージではなく、ヒンドゥーの国家を希求するいわゆるヒンドゥー・ナショナリズムに裏打ちされた図像群なのである。こうしたイメージは壁画のみならず、近代国家の要件である公衆衛生の向上をかなえる、タイルという建材=メディアにおいても表現されることとなったのである。

## (2) インドの反英運動とマジョリカタイル輸出の戦略

大戦間期のインドにおける民族運動の高揚は、イギリス製品のボイコットを促進することとなった。日本の窯業界にとってインドはアメリカに次ぐ重要な輸出先であったことから<sup>21</sup>、インド市場拡大にとって彼の地の民族運動の盛り上がりがある益と認識されていたことは、昭和8年刊行の業界誌における以下の言及から明らかである。

「……あの有名な聖雄ガンジー氏を中心といたします排英熱が國內に瀰漫して (中略) 絶対不服従主義といふものを發明しました。英國いぢめの政策でありまして (中略) 英國品は一つも買はない。(中略) 印度人は日本を最良してはゐないが、イギリス品を買ふよりは日本品のほうがよいといふのであつて (中略) これによつて日本の瀬戸物は印度に非常に輸出されるやうになり、將來もこの機運を利用して販路を開拓して行きたいと思ひます。」(浅井 1933 : 206-27)

このように述べてはいるものの、日本のタイル業界にとって輸出先のインドでどのように製品が消費されているのか、その実態は全く知られるところではなかったようである。その一因には、インドにおける商取引のシステムが日本側にとって複雑であり、インド市場内での流通や意匠の嗜好に関する情報など全ての事柄が、貿易港の輸入業者に委託されていたことが考えられる (商工省貿易局 (編) 1930 : 430-431)。

また一方で、日本のタイル業界はインド市場の嗜好に合わせた製品としてタイル・パネルを開発し

たが、そこに表されたヒンドゥー神話画にプロパガンダ性が強く付与されていたという状況については意識されていなかったようである。つまり、マジョリカタイルがイギリス製品の代替品としてのみならず、図像的側面からマールワリーのような受容層のイデオロギーと結びついてナショナリズムの記号として機能したことは、当時の日本においては認識されていなかったと思われるのである。またそれゆえに、マジョリカタイルが大戦間期のインドにおいて果たした役割が時間の経過とともに忘れられていたものであり、その歴史的意義を今後の調査研究においてさらに詳細に明らかにしていく必要がある。

## 8. おわりに—議論のまとめと今後の課題

本稿においては、1830年代から1930年代にかけて北インド出身の商業集団マールワリーが故郷シェーカーワティー地方に建てたハヴェーリーについて、それらが一介の移住商人からインドを代表する産業資本家へと成長を遂げていく施主の自己表象を、時系列的に示していることを彩色装飾の表現形式から分析した。そのうえで、1920年代から1930年代にかけて造営されたハヴェーリーには、タイルが壁面装飾として頻繁に用いられている事実に着目し、その製造元が日本であることを明らかにした。マジョリカタイルと呼ばれるそれら日本製多彩レリーフタイルは、当初はイギリス製タイルの模造品として海外販路を拡大したが、インド市場におけるシェアの拡大とともに市場の嗜好に合わせた独自製品として、ヒンドゥー神話画を表したタイル・パネルが開発されるに至った。こうしたタイル・パネルにデザインソースを提供したのは当時のインドで広く人気を博した印刷複製画であった。

ヒンドゥー神話を題材とした印刷メディアは、タイル・パネルだけでなくハヴェーリー壁画の画題としても盛んに取り入れられた。それらの図像にはヒンドゥー・ナショナリズム的なプロパガンダ性が付与されており、民族運動が大衆に訴求力をもつ宗教的伝統を巧みに利用していたことが理解できる。そこではインド的近代として固有の伝統をアイデンティティの創出に利用しようとする意図が働いており、その意味ではこうしたナショナリズムを支持したマールワリーは、近代的な産業資本家であると同時に伝統主義的な側面も持ち合わせていると考えられる。そうすると、大戦間期のハヴェーリーには西洋的な要素が採り入れられているとはいえ、その壁画もタイル・パネルも主題は一貫して神話という伝統であり、そうした伝統主義的傾向は西洋の文物が頻繁に描かれた19世紀後半のハヴェーリーよりもむしろ強化されている。このように考えると、20世紀以降のハヴェーリーを先行研究が述べるように伝統破壊としてのみ解釈することは不可能であり、インド的近代の表象として捉え直すことができよう。そしてマールワリーがそこに投影したのは、近代国家の建設に貢献する民族資本家という自画像だったのである。

マールワリーに受容されナショナリズムの記号として機能したマジョリカタイルは、シェーカーワティー地方以外にも、インド国内さらにはアジア各地において受容されていたことが判明している。インド国内においては主に、タミル地方に出自をもつチェットィヤール商人が故郷の邸宅と経済活動拠点となる東南アジア各地のコミュニティ空間の双方において、マジョリカタイルによる装飾を施していたことが知られている。また同時代の中国系商人も同様に、邸宅やコミュニティ空間

の装飾にマジョリカタイルを盛んに用いていた。今後の課題として、こうしたマジョリカタイルの使用事例を収集していくことで、植民地アジアにおいてマールワリーをはじめとする移住商人が、帝国ネットワークの人・モノ・情報を結びつけた実態をその空間表象から明らかにするとともに、彼らが交差する地理的空間を行き来しながら、そのアイデンティティをどのように形成していったのかを視覚表象の側面から考察していきたい。

## 謝辞

本研究は、平成25-28年度科学研究費補助金（基盤研究（B）研究代表・中谷純江、課題番号25283007）「南アジアの移住商人（マールワリー）の研究：実体と表象への学際的アプローチ」による研究成果の一部である。作品調査に際しては、株式会社 Danto 開発部商品開発課主任の秋本英理氏、INAX ライブミュージアム主任学芸員の竹田格氏、シェーカーワーティー地方のハヴェーリー所有者の皆様からご高配を賜りました。記して深謝申し上げます。

## 註

- 1 ヒンドゥーのパニヤー (*bania*)・カーストであるアグルワール (Agrawal)、マヘーシュワリー (Maheshwari)、ジャイナ教徒のオスワール (Oswal) などがある (Tripathi 1996 : 192-193)。
- 2 旧ジャイプル藩王国に属した現在のジュンジュヌー、シーカル両県に加えて、旧ビーカーネール藩王国に属したチュールー県の一部が含まれる (Cooper 2009 : 15)。
- 3 ビルラーによると、こうした建物の造営活動は単に故郷愛によるものではなく、課税を免れるための投資であった (Birla 2009 : 103-139)。
- 4 例えば、ムガル建築の特徴的な尖端形アーチ (*cusped arch*) は、インド土着の建築において、柱と天井とをつなぐ持ち送りが左右から合体する構造とイスラーム建築のアーチが融合したものである。また、尖端形アーチの上部に掛かる庇とその下方を支えるチャッジャ (*chajja*) と呼ばれる持ち送りは、ヒンドゥー建築に特有の要素である。さらに、バンガルダール (*bangaldar*) と呼ばれる湾曲屋根は、ベンガル地方の土着建築を規範としている。こうしたムガル建築様式の折衷的特徴とその伝播については、ティロットソンの研究に詳しい (Tillotson 1987)。
- 5 インドに写真技術が到来したのは1840年頃である (Pal and Dehejia 1986 : 182)。
- 6 カーリーガート画とは、ポトゥア (*patua*) と呼ばれる民俗絵巻の絵師がカルカッタに移住し、カーリーガート寺院の巡礼者向けに描いたものである (J. Jain 1999 : 18-19)。そこでは手早く製作するために背景を空白にしておく代わりにカーテンを描き込むことで、画面に空間性を生む工夫がなされている。
- 7 シェーカーワーティー地方のハヴェーリーにカーリーガート画が大量に保管されていた事例を報告したジョティンドラ・ジャインによると、それらはヨーロッパからの輸入印刷画やカルカッタで制作された印刷画とともに、額装されてハヴェーリーの室内空間を飾っていたという (J. Jain 1999 : 42)。
- 8 ハヴェーリーの彩色装飾の制作方法には、ブオン・フレスコ法 (湿式画法) とセッコ法 (乾式画法) の二通りがある。前者は漆喰下地が湿った状態の画面にヨーグルトなどを混ぜたペースト状の顔料を施すもので、乾燥過程で下地と顔料が一体化するため耐久性に優れており、外壁装飾にはこちらが適するとされる。後者は乾燥した画面上に接着剤を混ぜた顔料で彩色するもので、精緻な表現が可能な反面、経年変化で顔料が剥離するという欠点があり、室内装飾に採用される技法である。人工顔料は接着剤を混ぜて乾いた画面に使用するものであることからブオン・フレスコ法には適合しなかったが、鮮やかな色彩再現力がもてはやされ、外壁も人工顔料を用いたセッコ法で施すことが一般化していった (Wacziarg and Nath 1982 : 25-26, K. Patel 2006 : 20-21, Cooper 2009 : 81-82)。
- 9 ピニーはこうした展開について、多くの民族主義者の語法であるとして「国民感情 (national feeling)」という概念で説明している (Pinney 2004 : 103-104)。
- 10 明治から昭和戦前期にかけて操業していた日本のタイルメーカーの商標に関する資料 (INAX 日本のタイル

- 工業史編集委員会（編）1991：458-467）と、世界のタイル博物館（愛知県常滑市）に所蔵されているタイルの裏型、シェーカーワーティ地方の古美術商に所蔵されているタイルの裏型を調査した。
- 11 文政年間（1818-1830）に賀集**珉**平が始めた**珉**平焼を継承して明治18年（1885）に淡陶社が設立され、明治26年（1893）に株式会社へ組織変更された。昭和60年（1985）に株式会社Dantoに社名変更し現在に至る（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：462）。
  - 12 尾張藩の陶器御蔵元をつとめた宇佐美屋佐治春蔵が、明治末期に磁器タイルの専門家となり、大正6年にタイル工場を建設して製造業に乗り出した。大正14年（1925）合資会社に改組、昭和24年（1949）に株式会社化したのち組織解散（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：461）。
  - 13 明治12年（1879）に村瀬美香と亮吉が食器製造を始め、明治41年（1908）に不二見焼合資会社を設立した。大正期に硬質陶器タイル専業となり、昭和18年（1943）不二見工業株式会社、昭和23年（1948）不二見焼タイル株式会社、昭和41年（1966）不二見タイル株式会社、平成2年（1990）不二見セラミック株式会社へと改称、現在は組織解散（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：466）。
  - 14 大正5年（1916）設立、昭和5年（1930）に上山化粧煉瓦工場合名会社、昭和22年（1947）上山製陶所合名会社、昭和49年（1974）に上山製陶株式会社へと改称し現在に至る（INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）1991：461）。
  - 15 1901年にストーク・オン・トレントにて設立された。1968年にはヴィクトリア期に創業されたミントン・ホリンズ（Minton Hollins）やモー（Maw）といったメーカーを吸収合併し、イギリスを代表するタイルメーカーとなっている（Johnson Tiles、2013年12月10日アクセス）。
  - 16 メーカー名ではなくグジャラート州に所在する製造地名である。
  - 17 メーカー名ではなくマディヤ・プラデーシュ州に所在する製造地名である。
  - 18 インド向け印刷複製画はイギリスのほかドイツにおいても多く印刷された（Mitter 1994：208-215, J. Jain 2004：73, Pinney 2004：86-87）。
  - 19 金剛峯寺（和歌山県）所蔵品などが作例として挙げられる。
  - 20 例えばラージャスターン州ジャイサルメールの城砦内にある19世紀造営のモーティ・マハル（Moti Mahal）には、同時代のイギリス製と思われる多彩レリーフタイルが壁面の腰羽目部分に貼られている。
  - 21 イギリス領インドにおける日本製陶磁器のシェアは、1922年には27.3%であったのが、1935年には58.6%へと著しく増加している（大森 2003：29-48）。

## 引用文献

- 浅井竹五郎、1933、「我が陶磁器と東南洋の市場」、『大日本窯業協會雑誌』41-484、203-209頁。
- Austwick, Jill and Brian Austwick, 1980, *The Decorated Tile*, Don Mills: Collier Macmillan.
- Bid and Hammer*, Sale No. 0005, 2010, Bengaluru: Bid and Hammer Auctioneers.
- Birla, Ritu, 2009, *Stages of Capital: Law, Culture, and Market Governance in Late Colonial India*, Durham and London: Duke University Press.
- Catalogue of Tiles, Nos. 12-13*, 昭和5年頃、淡陶株式會社。
- Chawla, Rupika, 2010, *Raja Ravi Varma: Painter of Colonial India*, Ahmedabad: Mapin.
- Cooper, Ilay, 2009, *The Painted Towns of Shekhawati*, New Delhi: Prakash Books.
- 深井明比古、2008、「淡陶タイル編年と横浜市山下居留地遺跡出土タイルについて」、『タイルの本』4、10-16頁。
- Hardgrove, Anne, 2004, *Community and Public Culture: The Marwaris in Calcutta*, New Delhi: Oxford University Press.
- 110年史編纂委員会（編）、1989、『不二見タイル110年史 タイルフロンティア』不二見タイル。
- Imperial Gazetteer of India, Provincial Series, Rajputana*, 1908, Calcutta: Superintendent of Government Printing.
- INAX 日本のタイル工業史編集委員会（編）、1991、『日本のタイル工業史』、INAX。
- Jain, Jyotindra, 1999, *Kalighat Painting: Images from a Changing World*, Ahmedabad: Mapin.
- , 2004, *Indian Popular Culture: The Conquest of the World as Picture*, New Delhi: National Gallery of Modern Art.
- Jain, Shikha, 2004, *Havelis: A Living Tradition of Rajasthan*, Gurgaon: Shubhi Publications.
- Johnson Tiles, 2013, “A Potted History of Johnson Tiles”, <[http://www.johnson-tiles.com/media/filer\\_public/84/9c/849c8d46-75cb-41e5-ad67-803d1b9b4e0d/jt\\_about\\_our\\_history.pdf](http://www.johnson-tiles.com/media/filer_public/84/9c/849c8d46-75cb-41e5-ad67-803d1b9b4e0d/jt_about_our_history.pdf)>, accessed 10 October



- 2013.
- Kudaisya, Medha, 2009, “Marwari and Chettiar Merchants, c.1850s–1950s: Comparative Trajectories”, in Medha Kudaisya and Ng Chin-Keong (eds.), *Chinese and Indian Business: Historical Antecedents*, Leiden, Brill, pp.85–120.
- Markovits, Claude, 2008, *Merchants, Traders, Entrepreneurs: Indian Business in the Colonial Era*, Ranikhet: Permanent Black.
- Mitter, Partha, 1994, *Art and Nationalism in Colonial India 1850–1922*, Cambridge: Cambridge University Press.
- 中谷純江、2011、「『マールワーリー』の故郷、ラージャスターン」、三尾稔・福内千絵（編）、『インドポピュラー・アートの世界—近代西欧との出会いと展開—』、財団法人千里文化財団、22–23頁。
- Nath, Aman, 1993, *Jaipur: The Last Destination*, Mumbai: India Book House.
- Neumayer, Erwin and Christine Schelberger, 2003, *Popular Indian Art: Raja Ravi Varma and the Printed Gods of India*, New Delhi: Oxford University Press.
- 『日本のタイル文化』編集委員会（編）、1976、『日本のタイル文化』、淡陶。
- 大森一宏、2003、「戦前期日本の海外情報活動—陶磁器輸出を中心に—」、『社会経済史学』69–4、29–48頁。
- Pal, Pratapaditya and Vidya Dehejia, 1986, *From Merchants to Emperors: British Artists and India 1757–1930*, Ithaca and London: Cornell University Press.
- Patel, Alka, 2008, “Of Merchants, Courtiers, and Saints: The Islamic Architecture of Sindh”, in Pratapaditya Pal (ed.), *Sindh: Past Glory, Present Nostalgia*, Mumbai: Marg, pp.81–95.
- Patel, Kireet, 2006, *Arayish: Wall Paintings of Shekhawati*, Ahmedabad: SID Research Cell.
- Paul. Ashit, (ed.), 1983, *Woodcut Prints of Nineteenth Century Calcutta*, Calcutta: Seagull Books.
- Pinney, Christopher, 2004, *Photos of the Gods: The Printed Image and Political Struggle in India*, New Delhi: Oxford University Press.
- Pramar, V. S., 1989, *Haveli: Wooden Houses and Mansions of Gujarat*, Ahmedabad: Mapin.
- Rakesh, Pankaj and Karoki Lewis, 1995, *Shekhawati: Rajasthan's Painted Homes*, New Delhi: Lustre Press.
- 世界のタイル博物館（編）、2000、『世界のタイル日本のタイル』、INAX 出版。
- 商工省貿易局（編）、1930、『印度經濟事情』、日印協会。
- 柴辻政彦、1976、「日本におけるデコレーション・タイルの系譜その2」、『月刊タイル』165、35–41頁。
- Singh, Kishore and Pankaj Rakesh, 2001, *Shekhawati: Painted Townships*, New Delhi: Cross Section Publications.
- Statistical Abstract for British India, Nos. 64–68, 1932–37*, London: HSMO.
- 竹田格、2000、「日本のマジョリカタイル」、『月刊タイル』450、37–44頁。
- Taknet, D. K., 1986, *Industrial Entrepreneurship of Shekhawati Marwari*, Jaipur: D. K. Taknet.
- Thakkar, Richa, 2008, *1727–1840: Life in the Havelis of Jaipur*, Ahmedabad: SID Research Cell.
- Tillotson, G. H. R., 1987, *The Rajput Palaces: The Development of an Architectural Style, 1450–1750*, New Haven: Yale University Press.
- Timberg, Thomas A., 1978, *The Marwaris: From Traders to Industrialists*, New Delhi: Vikas Publishing House.
- 豊山亜希、2012、「『土着の伝統』と『複製の近代』—ハヴェーリー壁画にみる英領インド期の大衆美術とマールワーリー・アイデンティティー—」、『南アジア研究』24、56–80頁。
- Tripathi, Dwijendra, 1996, “From Community to Class: The Marwari in a Historical Perspective”, in B. L. Bhadani and Dwijendra Tripathi (eds.), *Facets of a Marwar Historian*, Jaipur: Publication Scheme, pp.189–196.
- 山本正之（監修）、1983、『日本のタイル』、INAX 出版。
- 吉村典子、2000、「ヴィクトリアン・タイル 住宅の中でのもう一つの顔」、世界のタイル博物館（編）『世界のタイル日本のタイル』、INAX 出版、38–43頁。
- Wacziarg, Francis and Aman Nath, 1982, *Rajasthan: The Painted Walls of Shekhawati*, London: Croom Helm.

## 質疑応答

〈八木祐子〉(宮城学院女子大学国際文化学科) 豊山さん、ご発表有難うございました。すごくスケールの大きい話を、このような短い時間でまとめてもらうのは申し訳なかったと思うんですけど。

〈豊山〉 時間オーバーして申し訳ないです。

〈岩川亮〉(宮城学院女子大学附属キリスト教文化研究所客員研究員) ちょっと、帰らなきゃいけないので質問します。大変中身の濃い発表で感心しました。そして最後の小結ですね、あの最後のまとめの部分に、私としては非常に謝意を与えたい。その辺を、できればもっといろんなことを教えていただきたいと思いました。有り難うございました。

〈市野澤潤平〉(宮城学院女子大学国際文化学科) よく調べましたね。そのタイル会社の社史のなかでは、ある意味そのタイル会社とタイル業界の観点からすれば、まあかつてそういうこともあった、という程度のことかもしれないですけど。でもその社史のなかでの小さな事実について、インド側の方からいろいろ調べていって、タイル会社のある意味忘れられた記憶と、インドの歴史を接続することで、非常に豊かな歴史と文化の意味世界が開ける。そこにすごい面白さ、研究としての価値を感じます。

〈豊山〉 そのタイルメーカーの話で補足をさせていただきますと、タイルだけではなくて食器も含め、陶磁器全体の問題も関わってくるんですけど、例えばノリタケなんかも今でもこう花嫁、嫁入りするときのディナーセットなんかも非常に今現在でも人気があったりします。これ戦前からもおそらくずっと富裕層の一つの文化的規範の流れがあったりすると思うんですけど、まあしかしながらそのタイルメーカーであるとか、陶磁器メーカーの方のお話を実際聞いてみますと、そのインド国内でどのように流通したのかを日本側はまったく伺い知らないところだっというのを、日本側の方はおっしゃっていて、やっぱりその例えばインドのブローカーがたくさん…おそらく私より八木先生の方がお詳しいと思うんですけど。まあそういった形でブローカーから注文が来るので、そのまま発注を受注して輸出するんだけど、まあ実際にそれはおそらく現在でもそうだというふうにおっしゃっていて、なのでまだまだ多分その接続できる部分っていうことだと、多分そのタイルももちろんそうなんですけど、現在にまで多分つながってくる問題というか、ではないかとちょっと思っているところもあって。

〈市野澤〉 戦前のタイルがインドに流れているという話がありましたけど、ブローカーっていうか代理店に引き渡しさえすれば、あとは作る側の方としては、売れてるからとりあえずいいやっていう感じで。

〈豊山〉 そうなんだと思います。

〈八木〉 注文で、お金はね、いくらでもって感じでしたから。その頃のインドのお金持ちはすごかったですから。

〈豊山〉 多分もともとそのいきなりハヴェーリーにタイルが登場するっていうのがインドにおけるタイルの登場ではなくて、まあ先程写真一枚しか出せなかったんですけど、カルカッタとかムンバイでマールワリーより成功していた外国商人、さらに強いて言えば、在印イギリス人たちのその住居に

おそらくイギリスの中流階級の住宅をモデルにしたタイルの需要っていうのもおそらくあって、そしてそれがこうインドのなかに入っていったっていうのがおそらく そのそしてそれをさらにマールワリーが模倣する流れなのかなとも思ってるんですけど。

〈市野澤〉 第二次大戦でこう、するっと切れるじゃないですか、そこら辺って日本ではどうなんですか。

〈豊山〉 第二次大戦のときに、日本から来る船が入らなくなるので、昭和16年から、そして日本のタイルメーカー自体も、非国策品指定のタイルといわれたりするんで、まああの金属に代わる製品をいろいろ造るように、煙草の代わりになるような陶製キセルなんかそういうものを造ったりしてしのでいくんですけども、その後戦後になってくると、インドからの受注っていうのはわりと早い時代からあったみたいで、1950年代に、私もまだ詳しく調べられてないんですけども、わりと日本に早くからその受注を再開したなかでもインドっていうのはものすごく早かったということがわかってまして、まあしかしながらそのいかに日本から輸入物ですよ、まあ日本のタイルっていうのは。そのいわゆるインドはその当時わりと経済も閉鎖していたので、日本製のタイルっていうものを日本からの輸入品として直接輸出するということはあまりしてなくて、淡陶会社さんなんかもそうなんですけども、スリランカに工場を持っていて、スリランカから出荷をしてという形でインドにおいてはずっとやってきていたということをおっしゃっていたので、わりとその現在でもインドに行きますと村落の祠なんかにも、わりと表面にタイルが貼り付けられた祠なんかもけっこう見られるんですけど、もともとインドでは神の住居って石であるとか、高級性のある石の素材っていうのがやっぱり重要なもので、石であれば石であるほど、大理石のようなものであればあるほどいいというような、おそらく、まあもともとは建材に対するその聖性ヒエラルキーがあると思うんですけど、まあしかしながらそのタイルっていうものが、使われるようになったっていうのは比較的最近っていうかまあおそらく戦前からの話で、けっこう現在のインドのお寺なんか見ますと、タイルがけっこう普通に使われていて、まあものすごくやっぱり需要が一般化していくっていうのはやっぱり独立後のインドの国内で造られるようになり、まあそしてさらにはスリランカなんかから入ってきたり、あるいはイギリスのH & R ジョンソンなんかもインドに製造拠点を最近持つようになってきてたりするんですけど、なのでいろんな形でインドにおけるタイル需要っていうのも、始まりがこのあたりで、そして戦後それがさらに独立後さらに大きくなってきたという。でもそのあたり私も完全に調べられてないんですけど。

〈八木〉 あのラジャスタンのハヴェーリーの話が、いつのまにか日本の銭湯のところにつながっていくという面白さがありますね。

〈豊山〉 まあその同じ時代にマールワリーも同じように植民地経済で成り上がっていく商人というのが例えば南インドのチェッティヤール商人なんか、まあ彼らは特に東南アジアで成功したりするわけなんですけども、彼らの邸宅にもタイルが同じように使われていて、マールワリーのヴェーリーにしても、そのチェッティヤール商人の邸宅にしてもいえるのは、その壁面装飾であったり、建築の形態なんかが、まあその南インドの場合は、寺院建築の本殿前に柱の回廊があって奥に奥に入っていくというような形をとってたりするのが、だんだんファサードの外観なんかが似てくるという

か、まあこのラクシュミーとかサラスヴァティーの表情のあり方とかそれをテラコッタ装飾でファサードを西洋建築みたいな形で設けるようになるとか、まあその建築自体がタイル装飾を使うような時代になると、各地の建築要素が重なるので、おそらくその比較っていうことをしてみると、マルワリーの特質っていうものがより鮮明になる、であるとか、同時代性みたいなものも、もう少し詳しくいえるのかなとも思っているんですけど。

〈八木〉 学生のみなさん、なにかあれば質問してください。三浦さんも千田さんも、ちょうど、昨年のインド実習で、私がアグラフォートとかアンベールフォートとかに連れて行ったインド経験者ばかりなので。事前に聞いていればもっとじっくり見てきたのに、なんかもったいなかったなと思うんじゃないでしょうか。何かありますか。

〈三浦文香〉(宮城学院女子大学国際文化科学部生) 予備知識もなにもないまま聞いてしまったので、ただひたすら発表がすごいなとしか言いようがないです。

〈八木〉 なにか気になることはありましたか。もし何かあれば。せっかくですから。

〈千田理子〉(宮城学院女子大学国際文化科学部生) すみません、なんていうか、質問なんですけど、その人がつくった印刷社で。

〈八木〉 ラヴィ・ヴァルマー？

〈千田〉 その人が描いた、ちょっと変えているのって、誰かそういうのを描く人がいて、そのあたりどうなんですか？

〈八木〉 みんなインドの怪しい神様ポスターとかいっぱい見てるから気になるんですね。

〈千田〉 これは、こういうのを描き加える人みたいな人がいて、変えていくのかなと。

〈豊山〉 印刷技術者とかイメージソース自体はまあそもそもラヴィ・ヴァルマーという家があったり、あるいはその20世紀前半くらいになってくると、ラヴィ・ヴァルマー自身も前代からのいわゆる西洋絵画が、美術学校がイギリス植民地時代にできて、イギリス人がつくった美術学校で西洋絵画が享受されると。ラヴィ・ヴァルマー自身はその出身ではないんですけども、そういうものに接していくなかで才能を築き上げていくと。彼が印刷会社をつくったりするなかで、いわゆる美術学校、各地の美術学校の卒業生たちがそういった印刷工房に雇い入れられて、そしてこういういわゆる印刷、画廊原画になるようなオリジナル画というものを描くようになるという流れだと思っただけですね。こういった、いわゆる西洋画、絵画風の神話画というものを描ける描き手というものがインドの国内で本格的に育ってくるのが20世紀前半だと思っただけなんですけど。そういった人たちが、いわゆるその版元という、印刷会社には版元があるので、そういった版元でオリジナルの絵を制作して、そしてそれを印刷業者に委託して、その印刷をされた形で、商品化されるわけですね。それがいわゆるアートディーラーを通じて、流通していくというような流れなんですね。なので色がよりこう鮮明になっていたりするというのが、なんていうか例えばこういう印刷画が、絵画として享受されるというのはもちろんなんですけど、例えば時代が下って来ると、お菓子会社の販売促進カレンダーですとか、なんかこう当時イギリスから布が大量に輸入されてくるわけなんですけど、そういった布を包んでいるパッケージとか、そういったものに使われたりとか、印刷メディアはけっこうしていて、よりインド人に人気があるイメージをパッケージデザインに採用することによって、商品の需要拡大を図るということもあ

って、そのいわゆるあざやかな色で、オリジナルイメージを改変させるというか、そういうことも行われていたというふうに考えることができる。

〈八木〉 今のヒンドゥー神話のポスターとかね、これがベースなので。これですよ、まさに、ラヴィ・ヴァルマーの世界観。

〈市野澤〉 基本模写ですかね。オリジナルに手を加えた。

〈豊山〉 そうですね。例えばこの右二つのものの場合に関していいますと、これは完全に景観が遠近法になっているような形の、景観画のような形で、描かれているものだと思うんですけど、例えば正面観の強い女神像なんかの場合は、額装された形で、一種礼拝画といえますか、家庭内祭壇における礼拝画みたいな形で、こういったイメージっていうのが享受されていくのが一つの現象でもあって、おそらく現在の宗教画としての印刷メディアの需要の拡大という意味でも、こういったいわゆる女神像とか正面観の神様を写實的に描いたイメージっていうのは非常に流通していきそうですね。ここに出してるものは違うんですけど、例えばまったく同じラクシュミーという女神のイメージでこのサリーの部分にいわゆるアートディーラーがさらに手を加えてといえますか、サリーの部分に本物の布をつけて女神を飾りたてたり、さらに肌の部分に非常に薄いシフォンのような布で蓮の花びらを表したりということによって、より作品をデコレートしていくようなものもけっこうあるんですね。まあこれは今ここにも出していますオレオグラフという油彩風石版作品に手を加えてやっけて、そういったものを額装をさらにして、富裕層なんかの家庭に享受されているっていう流れがあるんですね。なのでさらに印刷画としてより広く流通した形にも、おそらくいろんな流通の需要のされ方っていうのがあって、例えばパッケージデザインとかいう形でよりポピュラーになっていくものもあれば、富裕層たちの間での、ラヴィ・ヴァルマーのサインの入ったいわゆる通し番号の入った印刷画、限定版みたいなものを非常にきらびやかな形で持っているっていうことがステータスになるっていう別の流れもまたあると思うんですよ。なのでその印刷メディアという形でもいろんなおそらく流通経路があって、現在のこういったいわゆる植民地美術をインドにおいてどのように享受されているのか広がりを考えるうえでもいろんな自由経済がこの当時出てきたっていうことがいえると思います。

〈杉井信〉 (宮城学院女子大学国際文化学科) 私も宮殿画のことはわからないんですけど、東南アジア、フィリピンを研究地域としています。東南アジアとの関わりでいうと、プラナカンが出てきましたね。プラナカンっていうのは、土着化した、チャイニーズで、西洋の文化的な影響といえますか、マレーと、西洋の文化をうまく融合させた、そういう文化を発達させた人々といわれていますし、私もそのように理解していたんですけども、まさかその建築物に、日本製のタイルが使われているとはですね、全然思ってもみませんでした。しかもプラナカンだけでなく、他のチャイニーズの寺院でも、よくよく詳しく調べてみると、それとはわからない形で、日本の文物、商品が、いろんなところに使われているんだなということを教えていただきました。そのこととちょっと関わるんですけども、オークションサイトで、日本のタイルメーカーの物があげられていたとのことですが、それはかなり古い組タイルなんですか、あるいは比較的最近つくられたものなんですか。

〈豊山〉 組タイル自体がおそらくつくられていたのが時代としては非常に限定的というか、そもそもああいうレリーフタイルっていうもの自体が、おそらくその、まあイギリスなんかではもともとアー

ルヌーヴォーなんかの関わりのなかで文様化された植物なんかが出てくるんですけども、またその流行に模倣する形で日本に1920年代くらいから本格的につくられてまして、そのいわゆる単体レリーフタイルのアールヌーヴォーから継承されたような技法でつくられたタイルは基本的には戦前期に限定をされてるんですね、その戦後インドにおいてこういったタイルが日本から行ってるってことはおそらくまったくないと。考えられないものでして、日本においてそういうものをつくってたっていうのがそもそもまったくなくて、戦後のメーカーのものなんかを見ますと、装飾的なタイルはむしろ影をひそめていって、いわゆる単色のつるつとした建材としてのタイルというものが完全に主流になっていくんですね。タイルが装飾的なものとして使われるとしたらそれはもはや一枚タイルというよりもモザイクタイルが主流っていう。モザイクタイルでなにかを、大画面で、公共建築において表象するみたいな流れが新しく出てくるので、特にカルカッタなんかでも独立後に建てられた建物なんかは、モザイクタイルの民族画みたいなものがけっこう出てきたりするんですけど、なのでむしろそのタイルで壁を装飾するっていうのが違う形になっていくんですね。なのであいった組タイルは戦前期の限定的なもので、中国市場なんかを見ますと、転写紙でプリントした組み絵っていうのは出てくるんですね。中国の個人に売られているような、シンガポールでもたまに見かけるものなんですけど、そういったものがむしろ出てきて、レリーフタイルみたいな形で表と裏の金型がやらないといけないものよりもむしろ下絵があって転写紙で大量生産できるような組み絵タイルが主流になっていくんですけども。

〈杉井〉 それはどこでつくられているんですか？

〈豊山〉 私もそこはちょっと詳しく調べてないんですけど、おそらく日本メーカーのものもあったんじゃないかと思うんですよね。転写の技術ももちろん持っていたんですけど、具体的にどのようにつくられていくのかというのを調べてみないといけないんですけども。例えば中国市場にも日本は相当輸出していたので、それがさらに中国で国産化されるようになったという流れも想定できるかもしれないですね、東南アジアなんかでも。

〈杉井〉 そのじゃあ転写ですか、そちらのほうが比較的簡単に。

〈豊山〉 そうです。そのあと塗るっていう工程は必要ないと思うんですね。レリーフタイルっていうのは金型をつくるまで量産できるんですけど、色を塗るところまで女工さんがやってたんですよ、当時の女工さんの写真なんかけっこう残ってたりするんですけど。戦前の名古屋とか神戸の都市経済の雇用の創出にもなって、ああいうのもけっこう陶磁器の絵付けも戦後になるとそれが工業化されていくので、ああいう内職の絵付けみたいなものっていうのはむしろなくなっていくと思うんですね。日本国内の市場にしても。

〈杉井〉 それで、オークションの話にまた戻っちゃうんですけども、それなりに結構なお値段が、やっぱりオークションですから、つくかと思うんですけど、何を評価して値が付けられるのでしょうか。今ではまったくつくられないものであるがゆえに高い値段がつくというのがひとつあるかと思うんですけど、出品説明には日本製ということも書かれていたので、なにかその日本風の色合いだとか、描き方だとかが評価されているがゆえに高い値が付くということがあるのか、あるいは、もう今ではほとんどつくられてないものだということで貴重になっているのか、そのあたりはどうなんでし



ようか。

〈豊山〉 ちょっと今一枚写真を出したんですけど、この横に書いてるのがオークションサイトの解説文なんです。これを読みますと、いくつかキーワードとして、なぜこれがうけるんだろうというのがちょっと読み取れるのかもと思って。そのヴィンテージ・アールヌーヴォー・マジョリカっていうのはイギリスのもともともこういうレリーフタイルをつくるようになったミントンっていうメーカーが、スパニッシュ・マジョリカ、あのいわゆるイタリアとかスペインの陶器の、色の鮮やかさの再現みたいなものをリヴァイヴァルの流れのなかで継承するようになってマジョリカっていう名前をこういうタイルにつけていて、日本はそれをまねてマジョリカタイルって言い出してるんですけど、これはヴィンテージ・アールヌーヴォー・マジョリカタイルというふうにいってまして、portrait in the manner of Raja Ravi Varma's famous painting といってるんですね、つまりラージャー・ラヴィ・ヴァルマーの絵をタイルで写した陶板画ですっていうことをいってまして、それでまあその manufactured in Japan ってこともいってるんですけど、つまりその私自身が考えているのはその現在のインドにおいて一種の骨董熱みたいなものが富裕層のなかで非常に起こっているっていうのがひとつの流れとしてあると思うので、その骨董熱が、どういうところで特に起こっているのかというと、ラヴィ・ヴァルマーのような特にインドの、近代インド絵画をつくったような、いわゆるその新しい形でのナショナルリズムというか、そういうものが現在のインドのなかでリヴァイヴァルみたいなものがちょっとあると思うんですね。なのでそのラヴィ・ヴァルマーの作品というものの自体が非常に重宝されるというか珍重されていて、しかもそれがなんていうか骨董熱のヴィンテージみたいなもの流れと結びついて、なのでこういうものがインドのいわゆるお金持ちが新しく家を建てたりするときにこういうタイルを壁にはめ込んだりですとか、いわゆる家庭内祭壇において、まあその例えば今だと、普通はきんきらの安い額縁に印刷メディアを入れて、お寺の参道で売ってるようなものを買って家に飾ったりすると思うんですけど、例えばそれが現在また新しくお金を持つようになった人たちは、家庭内祭壇にこういうものを置くとか、おそらくそういう需要がされていると思うんですね。なのでその日本製だからというところがどうとかっていうよりも、むしろそのなんていうかラヴィ・ヴァルマーの作品が非常に喜ばれたりとか、そのいわゆるなんていうか古いものがそもそも非常に熱を帯びて歓迎されるとかそういった流れっていうのが、需要層が新たに出てきてるっていうのがあると思うんですけど。

〈杉井〉 古くて質がいいってことですかね。必ずしも日本風だからとか、エキゾチックだからというのが理由ではないというんですね。

〈豊山〉 はい、なのでそのイギリスの美術のオークションサイト、たとえばクリスティーズであるとか、ポーナムズとか非常に有名なオークションサイトがたくさんあると思うんですけど、同じようないわゆる2000年代に入ってから作品がどういうものが売ってるのかっていうのを見ましても、特にこの佐治タイル製っていうタイル画が出たのはインドのベンガールのオークション会社なんですけど、特にインドのオークション会社がこういうのを出しているっていうのはひとつ特徴で、例えばオークションサイトなんかだと、やっぱりそのオリジナリティみたいなものがすごく尊ばれていて、例えばそのラージャー・ラヴィ・ヴァルマーのプリント・ペインティングなんかを見ても、型番

の通し番号の入った、レアものがあるものが好まれるんですけど、そのインドのオークションを見ると、インドの金持ちが買うっていう、ちょっと層が違うと思うんですね。そういう意味で、こういうものがインドで最近、例えば古いハヴェーリーを解体して建て直したいっていう、その解体する人もまたいたりすると思うんですね、それをまた買う別の趣味の人がいるっていうおそらくその流れがあると思うんですね。

〈杉井〉 有り難うございました。

〈八木〉 1930年代くらいのある種のナショナルリズム、アイデンティティの話と、また今ちょうど、インドが経済自由化して、中間層、ミドルクラスが増えていて、お金をどこに使うかという、宗教やお祭りに使ったりとか、そういうものに対してアイデンティティを持つという、ミドルクラスのオーセンティシティみたいな、そういう話とも結びついてくる話ですよ。あとは、ミニアチュールなんかは、以前は国外にどんどん持ち出されたのが、今は持ち出し禁止になっていますね。その法律がしっかりしてきて。前はこんなことは、ふつうにあったと思うんですけど。

〈豊山〉 ラヴィ・ヴァルマー、そうだと思います。

〈八木〉 多分インド側がきちっとし始めたところで国外に持ち出せなくなって、発掘されてきたっていう、そういう事情も関係してるのかなって思うんですけど。面白いですね。

〈杉井〉 だからインドのお金持ちは、質がいいものであれば、今おっしゃったように作家や時期、何番目に作られたものかにはあまりこだわらずに、いいものであれば、高い金を払って買う、評価をするということなんでしょうかね。

〈豊山〉 多分、もともとなんていうか、これは買う人も例えばヒンドゥー教徒だったり、インドの人だとわりと、せっかく家庭内祭壇に飾るものだからやっぱりこう綺麗で見栄えのいいものというか、そういうものを求める傾向があると思うんですけど、例えばイギリスなんかはインドの美術もともおそらくオークションのなかでも流通していると思うんですけど、やっぱりこう古いもの、例えばガンダーラ(?)とか、そういうものも出回ったりするわけですけど。インドの人でそういうものに対して投機的に買うっていうのはやっぱりすごく限定された層で、そのへんなんていうか美術史上、アートマーケットのなかで、古いものをどういうふうに見ているのかっていう意味でも、今は、なんかもう本当にインドのちょっとお金を持っている人たちは自分で持つために買うっていうかたちのほうがおそらく多くて、なので綺麗なものというかそういうものが求められているのかなっていう感じがしますね。

〈杉井〉 今後の日本の物作りについて考える上でも示唆的ですね、今そのように評価されるものを、戦前の日本の企業といいますかね、タイルメーカーは作っていたということですから。

〈豊山〉 はい、そうですね。

〈杉井〉 質的にも高いものを、価格競争にも勝てるような安い値段で作っていたってことですよ。あと、話は変わりますが、イギリスではそういう神様が描かれたタイルっていうのは作られてなかったのでしょうか？

〈豊山〉 まったく確認されてなくてですね、いくつかおそらく理由があると思うんですけど、そもそもそのイギリス製のタイルを需要していた富裕層っていうのは、わりと、プラナカン話もそうだと

思うんですけども、プラナカンは初期はやっぱりイギリス製のタイルをすごく使っていて、なのでイギリス的なモチーフとか、あるいはイギリス人が好きなオリエンタリズムのモチーフみたいなものがやっぱり珍重されたっていう流れがあると思って、例えば孔雀とか。孔雀の4枚組タイルみたいなものをイギリスは昔から作っているんですね、それで日本だと、古い時代にはそういうものを真似たりもしているんですけど、そもそもその、いわゆる大戦間期に入る以前のイギリスのシェアが広く強かった頃っていうのは、例えばイギリスの暖炉の脇なんかにあるような、女性が立っていて一対になってる、または振り向いているイギリスの貴族女性の肖像であるとか、そういうイギリス的なモチーフがすごく珍重されていたんだと思うんですけど、イギリスの需要がなくなってきた時と、インドにおいてそういった印刷メディアがプロパガンダと結びついてきた時期っていうのがおそらく一致したというかかぶっていて、そこに日本の需要がうまくマッチしたというか、そういうおそらくいくつかの事情というのがある時代に重なったんだということが考えられると思うんですね。

〈八木〉 マッチも日本で作っていると思いますが、あれもちょうど同じ時期ですか。

〈豊山〉 そうだと思います。

〈八木〉 日本でマッチのあの外側のラベルは作っていたって、けっこうね、有名な話なんですけど。だいたいそのくらいの時期ですか。

〈杉井〉 マッチ箱の？

〈八木〉 マッチ箱のです。

〈豊山〉 そうですね、だいたい同じ時期にあたると思います。

〈八木〉 そういう意味では、インドと日本のその時期の関係史としても面白いですよ。

〈豊山〉 マッチ箱とかタイルとかっていうものもそうだと思うんですけど、もともと国内でどんどん国産化して、国内でまず需要が拡大していくものだと思うんですけど、おそらく日本の海運がどんどん発展していくなかで、もともと多分日本のアジア航路って綿花が主な積み荷だったと思うんですね、そういういわゆる特に大戦間期になりますと綿花のアジア市場も航路が拡大していったりするなかで、そのいわゆる船腹をどういうふうに積むかっていうときに日本の雑貨ってその当時綿花と一緒に持っていつているんですね、なのでそのタイルとかマッチがどのようにアジア市場に出てきたかっていうのは、日本の海運がどのようにアジア市場で需要を拡大していくのか、イギリスの航路を変換させていくのかっていう流れともおそらく関係があるというふうに思っているんですけど。

〈八木〉 マールワリー商人ってけっこう世界に出て行っていますよね。私もアフリカのザンジバルに行った時にザンジバルドアとかを見て、もう本当にインドだなんて思っていたんですけど、ハヴェーリーとか、ああいうタイル系は東アフリカとかまで行っているんですか？

〈豊山〉 ちょっとそこまではわからないんですけど、でもそのタイルは近東の方にも行っていたってことは書いてあって、おそらくアフリカまで行く時にインドに来ている海運の流れっていうのがインド航路というのでおそらく来ているんですけど、カルカッタにさらにいわゆるアメリカ航路とか、カルカッタから例えば日本の三井とか大阪商船なんかはカルカッタを起点にしてさらに航路をアフリカとかアメリカ、南米とかに持っていたみたいなんですね。なので、そこからどういうふうに流れていったのかっていうことを考えると、可能性はゼロではないと思うんですけど、日本で私が今確認して

いるデータっていうのは、日本のいわゆる輸出港からどのようにタイルが出たのかっていうデータなので、おそらくカルカッタを介してさらに出たっていう可能性がなきにしもあらずっていう気はしません。

〈八木〉 じゃあカルカッタでも探さなきゃいけないっていうことかな。日本で探すより大変だと思いますが、今日、インド移民の研究をなさっていた富永先生がいらしゃってないから、もし来られていたら、多分、その辺の話、マールワリーから話がつながって面白かったのかなと、ちょっとそれが残念だったんですけど。それで、ハヴェーリーも北インド文化ですよ。そのタイルとかその需要とか、インド国内のどの辺まで広がっていったのかとか知りたいと思います。私が調査しているバラナシはハヴェーリーが入っていますからだいたいわかるんですけど、多分中央インド、南になるとまた違って来る。地域性っていうのがかなりありますね。時代性プラス地域性っていうのでも見ていく必要があるのかなと思います。カルカッタの方、ベンガル文化は同じ商人文化でもまた違うので。そこはビルラーのビルラー財閥とか、ああいう財閥系の分布を支えた背景もありますし。大変でしょうけど、そのあたりの地域的な分布を見ていくと、多分デザインもだいぶ違うだろうと思います。また、ムガル帝国の文化が一番北インドに入っているんで、ムガル様式とヒンドゥー様式、おまけに西インドってミニアチュールの文化があるから、それが混然一体と混じっているような感じがするので、やっぱりその地域の特性っていうのはかなり出ているのかなって思うんですね。多分南は南、東は東で、だいぶ違いが出てくるでしょうか。

〈杉井〉 そういった時代差だとか地域差だとかっていうのはあるんでしょうけど、その一方でなにか時代や地域を越えた構造的なものですかね、ハヴェーリーの様式、タイルというよりむしろ絵画なのでしょうけども、なにか文化構造のようなものがあるのかなとちょっと想像しました。お話を伺ってですね、単純に、近代化以前、それ以降を批判するのは偏った見方だというふうにおっしゃられて、それはまったくそうだと思うんですけど、そうであれば、なおさら近代以前も以降も貫くようななんらかの構造のものだけが評価に値するものも、まあ私はまったく思い浮かばないんですけど、もしかしたらあるような気がします。

〈八木〉 面白いですよ、ミニアチュールだけでも学派がいろいろあって、あの絵画のスタイルも違いを細かく見ていくと、その辺もマールワリーとかも反映しているのかなと思います。

〈杉井〉 そもそもそういうふういろんな文化を取り込んでいるものだと。ですから19世紀、20世紀以降も西洋的なものを、まあ日本も含めてですね、取り込むのも当然ということですよ。

〈八木〉 ヒンドゥー文化は吸収する文化ですからね。排除というよりもどんどん神様が增えたりとか、いろんなものを自分たちに合わせて取り入れる。まあ日本も近いのかもしれないですけど、取り込んでいって上手に配置していくところがあるので、そういう意味では共通するものももちろんあると思いますけど。何を取って何を捨てているかっていうのを見ていくのも非常に面白いですね。

〈豊山〉 そうですね。今大陸の話が出たんですけど、まさにそうで、印刷メディアが流通していく時に、やっぱりその構図とかいうのは細密画とかそういう見慣れたものの影響っていうのは、流通していくうえでいかに大衆的人気を獲得するかっていうイメージソースを念頭に求めるっていうのがすごく行われていて、なので例えばある地域でものすごく描かれ続けていた、特に山岳地域の細密画なん

かですと、虎刈りとか、牛、馬に乗った騎人像みたいなものがものすごく描かれたりするわけですけど、その馬に乗った騎人像がナショナル・ヒーローであるとか、やっぱりその細密画の流れがあるなかでそういうイメージっていうのが登場すると思うんですね。なので例えばさっきのコラージュ作品にあったと思うんですけど、あれなんかももともとコラージュが作られるようになったのはナート・ドヴァーラーでしたっけ、特にクリシュナ神ものものすごく盛んな地域の絵師たちが始めたものだったりするので、やっぱりそのいかに彼らがどういうものをそもそも見ている、それがいかに再現されたかっていうのがものすごく先ほどの伝統と近代の継承という形では考えなくてはいけない問題だと思っています。

〈八木〉 他に質問はありませんか？ 今日、省略していただいた部分も含めて、もっといろいろ聞きたいところなんですけど、時間がきてしまいましたので、続きは、懇親会でいろいろお話をいただけたらなと思っています。

〈杉井〉 また機会があれば、ぜひ、お願いします。

〈八木〉 ぜひバージョン2をよろしくお願いします。今日は本当に有り難うございました。