

昭和の台湾 (1)、洋装とファッション：近代日本のカフェ文化 (3)*

山路 勝彦**

1 はじめに

前号まで、日本におけるカフェの歴史を辿ってきた。とくに大阪発のカフェ、美人座が東京へ、そして満洲、朝鮮、台湾にまで営業を展開してきた過程を見てきた。本稿では視点を変え、昭和期初頭、おおよそ1930年代頃の台湾のカフェ文化の状況を二編に分けて、論じようと思う。その年代は華やかな夜の歓楽街が登場し、人々は消費生活を楽しんでいた時代でもあった。日本統治下において、当時の人たちはどのようなファッションや流行のなかで日常生活を送っていたのであろうか。一般的な言葉を使えば、日本発のモダニズムが移植され、一大変革の時代が出現した、と言うことになろうか。その現象は、大阪や東京で出現した光景と相同関係にあった。これから台湾でのカフェ文化の展開を見ていくが、二編に分けたうち、本論に先立って、当時の世相を知るために最初にファッション界の問題を扱う。

まずは、昭和時代の台湾は近代への扉が開け、その深部に入り込み始めたことと認識することから始めたい。この時代、生活改善運動が叫ばれ、日常生活には近代的な規律が導入されていくが、そればかりではない。なかでも、消費生活は変貌を遂げ、都市部では夜の歓楽郷が眩いほどに成長していった。その背景には鉄道網の整備、電力事情の好転などインフラが整備され、台湾が工業化への道を進み始めたことが大きな原因であった。生活環境の変化は、当然ながら人々の暮らしぶりに大きな影響を与えていった。陳柔縉は、歯磨きなどの日常生活用品から始まって自由恋愛を含む様々

な社会生活の局面で、近代の台湾に「西洋文化」が影響を及ぼしていることを論じている。その「西洋文化」とは、ほとんどが日本統治時代に始まる、しかも日本発のもので、日本統治によって生じた生活様式の変化を認識する重要性を指摘するものであった。従来の研究、とりわけ植民地研究は領有初期の台湾人の抗日運動か、あるいは後期の問題では皇民化運動に議論を集中してきて、その反面、人々が営んできた日常的な生活感覚への配慮は乏しかった。陳の研究にはこの方面への反省が込められている（陳柔縉 2011：14-15）。

陳の問題提起にあわせ、一例をあげて考えてみたい。日本人の食卓で不可欠な食材、味の素は池田菊苗のグルタミン酸の発明から始まり、初代・鈴木六郎によって商品化された調味料である。株式会社としての「味の素」は明治41年、川崎市で創業を開始し、その後、アメリカなどの海外にまで市場を拡大していった。台北には昭和4（1929）年に特約店を開設している。昭和9年にはそれを出張所に昇格させ、さらに台湾での販路開拓に努めていった（鈴木六郎編 1951：449-457）。開業以来、順調に発展してきた味の素でも、台湾で成功すると偽商品の出現に悩まされるなど、試行錯誤の過程があった。それが普及した現在では日本由来と知っていても、ことさらその出自が日本だと意識して食卓に並べられるのではない。上水流の適切な表現を使えば、日本出自のものが「脱色化」され、現地の食文化へ「埋没化」したのである（上水流 2011：46-47）。この用語は興味深い。けれども、ここで考慮すべきことが二点ある。その一番目は、初期の段階では、新市場への進出とは、大げさに言えば異文化との接

*キーワード：ファッション、クラブコスメチック会社、洋装、化粧品、メディアと広告、植民地台湾、近代化

**関西学院大学名誉教授



a) 味の素の宣伝広告 (台湾)



b) 味の素の宣伝広告 (朝鮮)

a) 出典：『台湾日日新報』、正 13 年 7 月 15 日。

b) 出典：『東亜日報』、昭和 4 年 5 月 22 日。

図 1 『味の素の新聞広告』

触なわけで、売り手（日本）側は買い手（台湾）側の事情を考慮しなければならなかった。この点で、味の素の戦術は巧妙であった。図 1a は『台湾日日新報』（大正 13 年 7 月 15 日）に掲載された味の素の広告で、このデザインは台湾の大家族を念頭において描かれている。現地住民に受容されるためには、円満な家庭生活での食事風景を脳裏に刷り込ませることが効果的、と判断したためであろうか、その作戦は功を奏したようである。グルタミン酸という旨味成分は人類にとって普遍的であるかもしれないが、現地の文化を考慮せずには「脱色化」は難しかったに違いない。味の素が「日本由来」とは知りつつも、「脱色化」「埋没化」しながら家庭生活へと浸透していった例である。

二番目の考慮すべき点は、こうである。その後、企業としての成功を収めた味の素は、昭和 6 年には本社の屋上に巨大なネオン塔を建てている。この年、台北では大企業が競い合うかのようにネオン塔を建造し始めていて、味の素もその隊列に加わったのである。電力消費に支えられた近代都市文明の象徴と言えるほどに輝いていた夜の台北、その威容は次章で扱うカフェ文化の繁栄の

土台を作り上げるのに大いに貢献した（図 2）。過去の出来事はいつかは忘却されてしまうものだが、当時の台湾人にとってみれば、突然に出現した、この巨大な「味の素」と刻印されたネオンの輝きに驚愕し、近代日本という存在を意識したはずである。あるいは台北のランドマークとして、人々の脳裏に「日本」と「近代」を刻印し続けたはずである。台南市の「ハヤシ（林）百貨店」をこの論文の後半で扱うが、台南一の高さを誇るこの百貨店はランドマークとしての役割を帯び、市民には「近代」という時代の変化を意識させていった。後にあわせて検討してみたい。

もっとも議論の流れから言えば、「日本」であろうが、「近代」であろうが、その形容語句自体はさして根本的な省察を促さない。問題は、時代を牽引する原動力は何であったのか、問うことである。この 30 年代の台北は、電力をはじめとしたインフラ事業が進捗し、消費文化が爛熟した時代である。同時に、大阪のカフェ業界が東京に進出し、比喩的に言えば、東京を大阪の「植民地」にしたと同時に、その流れをくむカフェ業界が台湾にも進出した結果、カフェが乱立し、その繁栄ぶりを謳歌するようになった時代でもあった。カ



図2 新聞記事「ネオンサイン台北」

出典：『台湾日日新報』、昭和6年11月1日。

フェと味の素、この両者はまったく異なった職種ではあるが、30年代の台湾の世相を象徴していた。両者は消費文化の到来を告げる旗頭として輝いていた。近代史を考える時、こうした消費生活の内側にまで入り込んで分析する必要がある。

この論文での課題は、前号から引き続いて近代日本のカフェ文化を記述する試みである。筆者は、今までに大阪のカフェ「美人座」、そしてカフェで働く「女給」を論じてきた。そこで見出したのは、昭和初期に繁栄を誇ったカフェ文化は、時代を彩る存在として消費文化の華であったということである。大阪道頓堀の美人座を例にとれば、飲食業界ではトップクラスの多額納税者の位

置を確保していて、今日の言葉を使えば GDP (国民総生産) の増加に少なからず貢献していた。しかし、議論はこれだけで済むものではない。カフェをめぐる問題は、単に酒食を伴う施設という次元で収まることなく、それを取り巻く社会現象、例えばファッション、モダンガール、おおよそ日常的に接する流行現象など、生活全般に深く関係する問題だったのである。しかも、注目すべきことは、この華やかな消費文化が、日本のみならず東アジアへと事業を展開していったことである。この意味で、日本と植民地台湾は同じ歴史の土俵内で生きてきたことになる。では、植民地台湾ではどのように展開していったのであろうか。

これから、話を始めていきたい。

2 近代への入口

本論に入る前に、別の角度から議論を始め、糸口をつけておく。話題は一転し、自転車と洋傘を取り上げるので、唐突感を抱く読者もいることだろうと思う。両者は幕末から明治期に西欧から日本にもたらされたもので、自転車は近代を代表する乗り物として、ジェンダーギャップ（性差別）に深くかかわりながらも、定着していった。和傘自体は以前から日本にあったが、洋傘は近代の装飾品として受容され、昭和期には女性のファッションとして趣向を添えていった。この両者は、日本から東アジアへと伝わり各地に定着したが、それぞれの社会でこの新商品は どう受け止められたのであろうか。洋装とファッションを追求課題とする本稿で、その準備運動として最初に議論しておきたい。

1) 自転車と「お転婆娘」

夏目漱石は、ロンドンに滞在していた時に自転車乗りに興味を感じていて、その経験を「自転車日記」と題した日記風のエッセイのなかで書き留めている。しかし、なかなか上達しなかった漱石は、その日記で苛立った感情を隠し切れずにいた。乗り方の勝手がわからず、右往左往する様子が書かれていて、その書きぶりからは機械操作に不器用な一面が浮んでくる。最初のうちはペダルに足を掛けることもできず、自転車は「力学の原理」にしたがって進むだけで、それだから「人もよけず馬をも避けず水火をも辞せず」に前進するばかりと、いささか恐ろしかった体験を綴っている（藤井淑禎編 2016: 177）。漱石はこの新文明の出現に戸惑いの感情を押さえられずにいたようだ。少し時代を下った頃、萩原朔太郎も「自転車日記」と題したエッセイを書いている。大正10年、朔太郎が36歳の時に自転車乗りに初挑戦した時の話である。朔太郎はすぐに熟練していた。東京市中を縦横に乗り廻したことを誇らしげに語る時の朔太郎の弁は、「天下アニカクノゴトキ爽快事アランヤ」であった（萩原 1991: 237）。

西欧の自転車が日本に紹介されたのは幕末、慶

応年間のことであった（橋本・庵 2014: 5）。それから時間が経ち、先に見た文豪たちの時代にはかなり普及していたのだが、その普及は富裕層と下層階級とでは著しく違っていたし、それにもまして男女の性差による普及度はまったく様相が異なっていた。とりわけ、明治期においては女性の自転車乗りには冷ややかな視線が向けられていた。良妻賢母の思想が唱えられていた明治・大正期によく使われていた言葉が「お転婆娘」であったことは、その時代の雰囲気をよく伝えている。娘は家庭内にいて、家事に励むべきという考えが支配的であった時代、女子の自転車乗りには冷淡な眼差しが向けられていたのも不思議ではなかった。

文部省学校衛生主事であって、高等師範学校教授も務めた三島通良は、こうした世相に批判的で、女子の自転車乗りを推奨していた。当時、東京では『をんな』と題した雑誌が発刊されていて、明治34年に三島は一編のエッセイを発表している。そこで展開された主張は、女子の自転車乗りに対して世間の反発があるのはなぜかと質し、その理由をいくつか列挙して反論する内容であった。紹介してみよう。第一には、「女子の外出嫌ひ」が習慣的になっている状況では、嫁入り前の娘は「お転婆」という批判に晒されてしまう。実際に聞かれる世評は厳しい。自転車の形態からして、サドルに跨ってこぐという動作は生理的見地から悪いもので、女の身体、例えば子宮に悪影響を及ぼしかねないという世評が聞かれた。乗る際、和装のままであれば、その服装での活動は不適當であるという考えも巷には流布していた。こうした俗説に対して、三島は反発し、女子の自転車乗りを推奨する。その理由は、自転車に乗って遠乗りすれば、その爽快さを知ることができるし、その結果は従来の服装を改めることにもなる。それがもたらす結果は洋装化への道であり、そこからは自転車乗りは女子の外出する環境を整える、という考えに結びつく（三島 1901: 1-9）。明治期に活躍した三島は、まるで生活改善運動の一環として意識改革を促していたようである。

この女子の自転車乗りについて、豊富な資料を収集し、自転車乗りと性差の問題に一石を投じた

のは谷田貝一男である。明治期には自転車は上流階層の乗り物であったと同時に、女性に対しては厳しい視線が向けられていたことを指摘している。とりわけ、明治期に刊行された雑誌の手記を検証した谷田貝が、自転車に乗る女たちに投げかけられた罵声をいくつも紹介していて、その記録からは当時の性差の問題が浮かび上がってくる。例えば、ある大蔵省の官僚が若い女と競争したところ巧みな技術に圧倒され、「生意気で小癪な女」と思わず叫んでしまった、というエピソードが語られている。自転車利用の女性に対して、下賤な人たちという意味を込めた「自転車芸者」という造語が作られたのもその頃である。ひどい場合だと沿道から嫌がらせを受け、家の中から石を投げつけられたり、水を掛けられたりした経験を持つ当事者の告白も紹介している（谷田貝 2014：36-39）。このことから、「男尊女卑」という観念が支配的であった時代、女子の自転車乗りに対する世

間の冷たい視線を読み取ることができる。あえて冷たい視線を浴びてでも自転車に乗るのは、その女子の立場からすれば、社会的通念に対する異議申し立ての行為を実践していた、ということになる。

その一方で、自転車乗りに好感を示す人たちもいたようだ。2017年11月、京都嵯峨野にある「想い出博物館」では、特別企画として「開花ガール展」を催した。この時、明治・大正期を語る多くの画像が展示されたが、そのなかに宣伝広告用として自転車をこぐ女学生の画像も含まれていた。謳い文句は「開花ガール」である（図3）。満開に「開花」した桜の下で自転車乗りに興じる女学生は、まさに文明「開化」の時代を満喫している。颯爽としたその風姿は、当時の世相を感じさせ、女学生もまた因習にとらわれずに文明開化の時代を生きていく意気込みを表現している¹⁾。自転車は近代の産物である。そうみると、この画



図3 「開花ガール展」のチケット

画像には「自転車で袴をなびかせる文明開化を突っ走る女学生——」の文字が見られる。展示場所は「想い出博物館」（京都・嵯峨野）。チケットの原図は Kitagawa collection の「明治 団扇絵」。

1) この自転車に乗る女学生の画像は絵葉書としても流通している。



図4 自転車とハイカラ女性
これは長野県松本市の自転車屋の宣伝広告。
出典：『信濃毎日新聞』（明治39年6月19日9）

像で重要なのは、女もまた自転車に乗る行為を演じたことで、男との同等性を社会に見せつけたことに意味がある。

明治期の「開花ガール」の画像は、しばしば眼にすることができる。自転車に乗る女性の服装は時代や個人の趣向性によって変わるものである。図4は『信濃民報』（明治39年6月19日）に掲載された、ある自転車販売店の広告である。この自転車に乗ろうとしている女性はエキゾチックな西欧風の顔立ちをしていて、着衣も洋風化し、明治の鹿鳴館を思い起こさせる洋化の世界を映し出している。女と自転車という組み合わせの画像が与える印象は強烈である。自転車には文明の最先端を行く乗り物というメッセージが込められていて、まさに文明開化の象徴としての意味を負わされていた。したがって、この画像の伝える意味は女の自己主張の強さである。

もちろん、自転車乗りの服装は洋風ばかりとは限らず、大正・昭和初期の絵葉書には、先に見た「開花ガール」のような和装の女学生姿もある。また、和装であっても首にかけてのショールを着けるという折衷した風姿も登場している（図5）。「首巻」（襟巻）自体は江戸期の風物詩にも見られたが、この絵葉書の女性が身体に纏っている肩掛



図5 絵葉書（戦前）：和装でショールを身につけた女性と自転車

けは西欧由来のショールである。大正期には、この種のショールが国産化され、新しいファッションとして流行するまでになっていた（黒川1968：283）。いずれにせよ、服装の如何を問わず、「女と自転車」という組み合わせは近代の女性観を特徴づけている。

女学生の服装について、谷田貝はさらに検討を加えているので、取り上げてみたい。谷田貝は、一時期に洋装が用いられたが、明治期末には袴姿の和服が全国的に広まったと言ひ、髪型についても束髪、あるいは結流しが流行した、と指摘している。こうした装束は女学生にとっては卒業式などでの正装にもなっていて、式典に華やかさを醸し出す効果を伴っていた。ここで先ほどの和装とショール、西欧からもたらされた近代の乗り物としての自転車、こうした組み合わせの意味を考えてみよう。そうすれば、この組み合わせは不自然ではないばかりか、この両者が結び付き、さらにいっそう「時代の先端としての知的印象」与えることになったという谷田貝の指摘は納得できる（谷田貝2015：35）。

台湾に眼を転じた時にも、同じ光景を連想することができる。ここで一枚の絵葉書を見た時、どのような世相が読み取れるであろうか。その絵葉書では、比較的大きな鏡台らしきものが置かれた部屋で、少女が自転車に両手をかけている姿が映



図6 絵葉書(戦前): 自転車と台湾女性
纏足と自転車との組み合わせは何を語っているのだろうか?



図7 台湾での自転車広告
出典:『台湾日日新報』(昭和8年10月11日)

し出されている(図6)。この絵葉書の制作者の意図は分からないが、興味をそそる事柄が即座に思い浮かぶ。昭和期にはすでに日本の自転車メーカー、例えば宮田自転車、富士自転車が市場に参入していたので(図7)、台湾の家庭、といっても裕福な家庭であろうが、自転車が普及していた

ことは間違いない。この絵葉書には二つの特徴がある。その第一は、被写体は台湾服を着た少女であって、自転車に手をかけている姿が写っている。この絵葉書自体は、自転車に足をかけて騎乗しているのではないにしても、和装をした少女が颯爽と乗っていた「開花ガール」を思い起こさせる。台湾服と和装、両者は相違すれども伝統と近代との接合として描かれている。ただし、車輪に手をかけているだけの画像なので、撮影はいささか作為的に行われたという疑問を抱かせる。第二に興味を引き付ける事柄は少女の小さな靴である。この画像は、明らかに纏足をしている姿を体現している。纏足について、いささか補足しておきたい。宋代以来の中国の慣習として若い女子に纏足を強いる慣行が存続してきたが、清代末に至って反対運動、すなわち天足運動が起り、開化派の梁啓超らによって上海を根拠地とした纏足反対運動が展開された歴史がある。女子の身体に悪影響を及ぼすという理由で、中華民国時代になると纏足を禁じる法令も出されている(高洪興〈鈴木博訳〉2009:第6章)。

日本統治下の台湾でも、纏足を禁止する政策がとられていた。1900年には「台北天然足会」が成立し、1914年には台中で「風俗改良会」が成立し、纏足を禁止する方向に社会の大意は形成されていく。総督府は纏足を守旧的慣習と考え、大正4(1915)年には「纏足禁止及解纏」に関わる通牒を発している。その成果は歴然としていた。では、当時どの程度の割合で纏足行われていたのだろうか。台湾総督府の公式資料では、5歳以下の幼児を除いた人口(女)1,604,195人のうち、天然足は849,141(52.94%)に達し、解纏足をした少女は476,016(29.67%)というから(金湘斌・大久保英哲2015:244-245)、短期間でかなりの成果をあげたことになる。

こうした趨勢を考えたい。先の絵葉書を振り返ってみたい。片や「台湾服」と「纏足」、一方で「自転車」、あるいは伝統と近代、この対比した関係構図の中に少女は位置づけられている。この絵葉書が印刷された時代は伝統が批判され、自転車に代表される近代的な産物が登場し始めた時代であり、「解纏足」が盛んに唱導されていた時代であった。纏足の少女が自転車を乗り廻すこ

とができるのか、はなはだ疑問であることを考えれば、この絵葉書には実際のところ宣伝臭さが漂う。むしろ、解纏足のプロバガンダと考えた方が正解であろう。しかしながら、この絵葉書の特徴は纏足と自転車という組み合わせにあり、それはまた伝統と近代という組み合わせを語っていることにもなる。この少女は、その組み合わせのなかに位置していたのである。そうすると、纏足という負の側面を自転車という乗り物で克服する少女像は、がぜん意味を発揮してくる。この少女が生きていた時代、自転車乗りの少女が「お転婆」と揶揄されていたとする証拠は乏しいが、先の「開花ガール」と同じく、男の乗り物に挑戦する、進取の気性に富んだ少女の姿を表現していたと思える。

2) ファッションとしての洋傘

明治・大正期には、今はすっかり廃れてしまったが、興味ある婚姻風習が辺鄙な地域には残されていた。それは婚姻時に蛇の目傘を翳すという風習である。大月隆は、日向の国（宮崎県）の結婚について語っている。それによると、花嫁行列に際して、花嫁は他人に顔を見られないように蛇の目傘を半分ほど開いて顔を隠すのが仕来りである、と。しかも、この傘は晴雨に関らず必ず用いる、とすることである（大月 1913: 62）。さらにまた大阪近在でも、「嫁入の荷物の中には、何はなくとも必ず雨傘を入れる」（大月 1913: 134）習慣があった、と言う。ここで言う蛇の目傘とは和傘のことで、竹の骨組みに防水用に油を塗った和紙を張って作成した、古くからの伝統的な傘である。ところが、江戸幕末期に西欧から洋傘（蝙蝠傘）が持ち込まれ、明治になってからは文明開化の波にもまれたこともあって、和傘は次第に廃れていき、洋傘が日常生活で流行していった（黒川 1968: 52-53）。江戸末期の洋傘の流行を紹介した斎藤月岑（今井校訂 2004）によると、慶応3年の記事に、「此の頃、西洋の傘を用ふる人多し。和俗蝙蝠傘属といふ。但し、晴雨ともに用ふるなり。始は武家にて多く用ひしが、翌年よりは一般に用る事になりぬ」（斎藤・今井校訂 2004: 186）と記されている。文中に「翌年から」と言うので、この洋傘の使用は明治期になってのことであ

ろうか、その頃には洋傘がファッションとして流行し出したようである。

福沢諭吉の語る洋傘のエピソードにも、見慣れぬものを見た時の、興味津々とした気分が入り混じった奇妙な感情が語られている。安政6年、軍艦奉行の木村撰津守や勝海舟らが咸臨丸でアメリカを訪問した時のことである。撰津守が当地で蝙蝠傘を買ってきたところ、皆は珍しいものだと思ってたかって囁し立てていた。その時の話題を福沢は、こう述べている。

「どうだろうこれを日本に持って帰ってさして廻ったら」——「イヤそれはわかりきっている、新銭座の艦長の屋敷から日本橋まで行く間に浪人者に斬られてしまうに違いない、まず屋敷の中で折ふしひろげてみるよりほか用のない品物だ」（福沢（土橋校訂）2010: 133）。

現在からすれば、いささか笑い話になってしまうが、洋傘を見たことのない、当時の武士たちにとっては奇妙な形をした飾り物としか映らなかったのかも知れない。しかしながら、明治期を迎えると、和傘は姿を消し去ったわけではないが、洋傘の方は一般にもファッションとして全国的に広がっていく。それは、洋傘は文明開化の象徴としての意義を持っていたからである。そのため、女性のファッションとして洋傘は絵葉書の対象として扱われることになる。その多くは和装に洋傘という組み合わせが珍しくないが、昭和になってもファッションを彩る携帯品として用いられていた。その好個な例は図8の絵葉書、「軽井沢本通り」である（図8a）。日本の著名な避暑地、この軽井沢を歩く姿は上流階層の貴婦人を連想させる。ロングドレスの洋装に、白い帽子、いかにも高貴さを漂わせている貴婦人は洋傘をさしている。日除けの効果のためかも知れないが、洋傘もまた「おしゃれ感覚」を表現する小道具であった。

日本を代表する彫刻家、岡本太郎の父、岡本一平には洋傘を描いた漫画スケッチがある。昭和2年、『肉筆漫画 開国六十年史図絵』が出版された時、岡本は「カフェとモダン」という題目での



a) 洋傘、白い帽子、ロングドレスの貴婦人



b) 山荘の前で傘をさす和装の女性

図8 絵葉書(戦前): 軽井沢の光景の二題



図9 岡本一平のスケッチ画「カフェとモダン」

出典: 岡本 1927。

スケッチ画を寄せている(図9)。ネクタイを締め、ステッキを手にした紳士、これに向き合っ
てモダンガールが描かれている構図は昭和初期の風
景を端的に表現している。そのモダンガールは断
髪であり、尖端的な風俗を象徴するハイヒールを
履いていて、昭和期の新しい女性像を表現してい
るのだが、それにもまして注意を引き付けるのは
椅子に立てかけられた洋傘である。対する男はス

テッキを持っていて、女の洋傘はそれと対照的に
描かれていた(岡本 1927)。

浜辺で遊ぶ乙女らを写した戦前の絵葉書には、
洋傘を持って戯れる光景がみられる(図10)。沖
縄の絵葉書に登場するのは和傘である。図11は
スタジオで撮影したかのような作為性を感じさせ
るが、図12はサトウキビ市場を背景にした日常
性が読み取れる。サトウキビ市場での光景は、沖



図 10 絵葉書 (戦前) 「新潟海岸はまあそび」



図 12 絵葉書 (昭和期) 「琉球風景 甘蔗市場」
サトウキビを前に和傘をさしているのは、日除けか？ファッションか？それとも両方か？



図 11 絵葉書 (明治・大正期) 和傘を持つ沖縄女性 (タイトル不詳)

縄のありふれた日常性を映し出したにしても、和傘をさすこと自体がファッション性の表現、という解釈も否定できない。戦前の朝鮮を題材にした絵葉書にも、小間物として傘を持つことでファッション性を印象づけている姿を見ることができる。図 13 a は水着姿で和傘、図 13 b は朝鮮の伝統衣装であり、かつしゃれたデザインの洋傘をもつ姿で、いずれもスタジオでの撮影のように見える。図 14 の朝鮮の絵葉書は日常的な空間を背景としていて、この光景からは、防雨でもなく日傘

でもなく、女たちのファッションとして洋傘が題材になっているように思える。

文明開化の象徴として洋傘が身辺を飾っている光景は台湾でも見ることができる。日本統治時代に作成された絵葉書には、台湾人(福佬人)が洋傘を手にした姿が描かれている(図 15)。絵葉書のキャプションでは「台湾土人の女」とあるが、この場合の「土人」とは「土着(native)の人」という意味であって、江戸時代に使われていた用語と連続性をもつ言葉である²⁾。この台湾女性の衣装は台湾服であり、纏足の有無は確認できないが、頭には花飾りを挿し、富裕な階層に属することが見て取れる。写真撮影を意識したのか、顔の表情には硬さが現れている。この絵葉書の写真で眼を引くのは、左手に洋傘を持っている立ち姿である。台湾服と洋傘との組み合わせ、言い換えると、伝統的な服装と日本から持ち込まれた近代、この二者の混在した光景が映し出されていたことになる。

伝統と現代との衣装の組み合わせは意外な場所でも出現する。多文化社会としての台湾には、漢族とは文化伝統を異にする、言語学的にはオーストロネシア語族(南島語族)に属す 16 の民族が暮らしている。中部台湾のブヌン族は、そのうちの一つである。図 16 は、このブヌン族少女である。この少女も洋傘をファッションとして身につけて

2) 明治期に使用された「土人」の「土」とは「土着」の意味である。この語彙は江戸時代に見られた。例えば、森嶋中良には、沖縄の風俗を紹介した通俗的な書籍、『琉球談』(寛政2年)がある。そのなかの「琉球国の略説」では、「此国の下郷に居る土人どもは——」という一文があって、その「土人」の語には「くにびと」とルビがふられている。このように、江戸期では「土着」の意味で使われていた。今日のような差別的な意味にすり替わり出したのは明治もかなり経った時期からである。



a) 和傘を持つ妓生



b) 洋傘を持つ妓生

図13 絵葉書：朝鮮妓生（二題）

いずれもスタジオでの撮影と思われる。



図14 絵葉書（戦前）：「朝鮮風俗 キイサン」

洋傘はファッションとして持参されているようだ。



図15 絵葉書（大正期）：「台湾土人の女」

大正11年、「平和記念東京博覧会」が開催された時、「台湾土産」として「台湾館」で発行された絵葉書。

いる。この写真は『台湾日日新報』（昭和8年3月3日）に「紅一点の山のモガ」という題目で掲載された記事の一部であって、ブヌン族を中心に博物館、商品陳列所などをまわる観光旅行団が組織された際、その一員として台北を訪れた時の写真である（図16）。新聞紙上ではこの少女は「モダンガール」として紹介されている。何がモダンガールなのか、記事では説明がない。ただ、日本語が達者で物腰は「内地人」そっくりと紹介されているだけである。「紅一点」という表現からすれば、大勢の男たちに混じって一人だけの参加であったことになる。そうしてみると、この少女は積極的で、気丈夫な性格の持ち主と考えられ、その立ち居振る舞いが新聞記者には「モダンガール」と思わせたのかも知れない。この写真は鮮明ではないが、その服装は当時流行したアッパッパのように見える。憶測せざるを得ないなかで、ただ一つ強調できることは右手に洋傘もっている姿である。これこそが、少女の存在感を高めていることで、近代との遭遇を実演して見せたのが、この絵葉書である。洋傘を持つことがモダンの証とみなされ、モダンガールという評価が下されたと考えられる。

洋傘をさす少女は台湾の別の社会でも見ることができる。図17の絵葉書は、北部台湾セデック族の少女が伝統的な衣装で身を包み、洋傘をさし



図 16 傘を右手に持つブヌン族少女。この少女はモダンガールと新聞紙上では囃し立てられていた。
出典：『台湾日日新聞』（昭和8年3月3日）

て吊橋の上を歩いている光景の絵葉書である。明らかに、洋傘はファッションの一部として映し出されている。

話題をずらして和装を問題にしてみよう。台湾の諸民族のあいだには、それぞれ独自性のある伝統的服飾が見られる。日本統治が進行した昭和期には、とりわけ昭和10年代以降の皇民化政策のもとでファッションの世界は大きな変貌を遂げ、画一的な国民服が登場したが、伝統服飾が衰退したわけではなく、同時に日本式服装（和装）とともに混在している光景を見ることができる。東台湾の花蓮県に住むタロコ族の少女を見ると、恐らく若い頃に額に入れ墨をしたと思われるが、2人の服装は違っている。図18aの髪型はタロコ風で伝統的衣装を着て、装飾品としては赤いネックレスが人目を惹く（図18a）。これは日本から持ち込まれた毛糸で作られた飾り物である。一方、図18bは日本風に調髪されたうえに、和装で扇子を手に行っている。絵葉書の正確な製作年代は不明であるが、昭和期には多様なファッションが見られたのである。



図 17 絵葉書（戦前）「吊り橋のういで傘をさす少女。北部台湾のセデック族伝統の衣服を着ている。

さらに、いささか脇道にそれるが、もう一つ的话题を提供しておきたい。阿里山に拠点を置くツォウ族である。中央にはツォウの伝統服を着た男、左右には足袋と下駄、帯締め和服というようにまったくの和装の二人の女性が立っている絵葉書である（図19）。もちろん、毎日のようにこのような和装で暮らしていたわけではなく、この画像は何かの機会での記念写真であろう。絵葉書のキャプションには「教化され内地化したる阿里山蕃婦」と書かれている。しかし、この表記は総督府側の宣伝文句であって、この二人はその政策に応じたのではなく、新しいファッション、いや「おしゃれ感覚」として着用していただけなのかも知れない。

さて、こうした多様な世界が展開されているなかで、今までの叙述を通して分かったことは、日本、朝鮮、台湾、これら地域は同時代的な関係で結ばれ、それぞれの表現で「おしゃれ」を楽しんでいた、ということである。従来の主要な研究動向を回顧すると、日本発の新しい文化の受容を理解せず、植民地統治の負の側面を強調し、支配と従属の論理を過度に強調した時代が続いていた、と反省してよい。しかしながら、このような視線で見ると、人々の日常的な生活感覚はとうてい理解され得ない。本稿で見えてきた現象は人々の憧



a) 伝統的意匠



b) 和装の少女

図 18 絵葉書 (戦前)「タロコ族少女」

- a) 伝統的衣装だが、朱色の毛糸は日本との交易で入手した。髪型はタロコ伝来のもの。
- b) 額の入れ墨は大正期に総督府によって禁止された。和装と扇子のほか髪型も和風。正確な撮影時期は確定できないが、a、bともに当時のおしゃれ姿であった。



図 19 絵葉書「ツォウ族と和装」

絵葉書のタイトルには「教化され内地化したる阿里山蕃婦」とあるが、記念行事での服装のように思える。和装はその時の「おしゃれ」感覚で着用したと思われる。

れの世界を代弁していた。ここで論じてきた洋傘、あるいは自転車という日用品は、人々の憧れの世界を象徴していたし、新しいファッションであった。それは、東アジア全体が共有する近代史を象徴する事象でもあった。大正末から昭和初期にかけて、これらの地域の住民は同時代性を生きてきたことになる。都会からかなり離れた台湾山地においても、近代からの伝言がファッションという形式を通して及んでいたのである。このことを理解したうえで、これからは別の角度からファッションの世界、衣装や化粧を題材にして語っていくことにしよう。

3 洋装、化粧品と台湾

1) 大阪の化粧品会社、クラブコスメチックスのファッション戦略

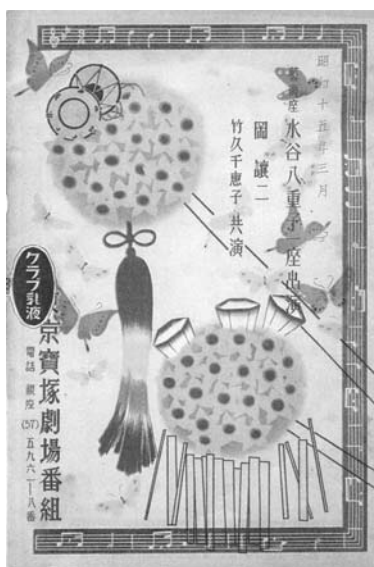
さて、ここでファッションの世界に入ることとし、大阪の化粧品産業の土台骨を背負ってきた中山太陽堂に照準を置くことから始めたい。今日では世界的なブランドの資生堂がまだ弱小企業でし

かなかった時代、戦前日本の化粧品業界は、東のレート（平尾賛平商店）、西のクラブ（中山太陽堂）と呼びならわされるように、この二社が国内市場を主に占有してきた。レート（あるいはレート化粧品本舗）は平尾賛平の築き上げた化粧品会社である。明治11年に創業したが、戦後まもなく倒産する。このレートに対峙した西の巨頭がクラブ（現：クラブコスメテックス、以下クラブと略称）であった。

この日本を代表する化粧品会社、クラブの前身は中山太陽堂で、明治36（1903）年に中山太一によって創業された（株式会社クラブコスメテックス編 2013）。中山太陽堂は、1905年に商標を「クラブ」と改称し、大阪を拠点として「クラブ洗粉」「クラブ白粉」「クラブ美身クリーム」「クラブ歯磨き」「カティ石鹸」などのヒット商品を生み出し、企業を拡大させてきた化粧品会社である。クラブは、とりわけ女性ファッションの興隆に多大な実績を残してきた。その成長の過程では、化学的知識を導入して品質向上を果たしてきた一方、販売戦略の一環として数多くのチラシや広告、あるいは絵葉書などを発行し、また大手新聞にも自社の製品を掲載するなどして商品の宣伝

に努めてきた歴史がある。そのメディアを利用した作戦の影響力は絶大であった。

映画や演劇などの公演に際して作成されるプログラムには、百貨店、製薬会社、化粧品会社などの企業が広告を出すのが慣行になっていたが、クラブも例外ではなかった。図20は、昭和15年3月、東京宝塚劇場に水谷八重子一座が出演した時のパンフレットの表紙および裏表紙である。裏表紙には、全面借り切りでクラブ美身クリームの宣伝が掲載されている。絵葉書でも、クラブは熱心に宣伝活動を行っていた。クラブが発行した絵葉書の種類は数多い。図21aは「クラブあらひ粉」の絵葉書で、明治期を表徴するデザインである。図21bは「明治41年3月11日」の消印を押されていた絵葉書である。この、中山太陽堂名義の化粧品、「クラブ洗粉」の効用を説いた絵葉書は、白い帽子を被り清楚感を漂わせた洋髪姿が印象的である。明治・大正時代の化粧品会社の宣伝には和装姿の登場がが普通で、洋髪の女性が主役になるのは昭和初期が一般的なことを考えると、ある種の特異性を感じさせる。しかも、この絵葉書が「舶来石鹸」に対抗して「国産品」が強調されていて、国産品の使用で西洋的美身になれる、と



a) 表（おもて）面



b) 裏面

図20 クラブの広告(1)

東京宝塚劇場で水谷八重子一座が出演した時のパンフレット（昭和15年3月）。裏面に「クラブ美身クリーム」の広告。

宣伝している印象さえ与えている。その画像提示は明治期の鹿鳴館時代の名残かも知れないが、むしろこれからの時代を先取りしていた、とその先見性を見ておくべきであろう。昭和期に登場する化粧品関係の画像は、それまでと異なって洋装化された画像が圧倒的に多くなっているからである。この絵葉書の文面には、洋風で飾った女性の顔写真とともに「舶来石鹼に優る」という一文が添えられていて、すでに化粧品業界では世界に通じる製品が生産できた、との強い自負心が感じられる。絵葉書の文面では、洗粉について、こう言う。

素顔の美を尊ばるゝご婦人は益々倶楽部洗粉を愛用せられつゝあり／舶来石鹼に優るクラブ洗粉は今や男子の愛用又盛なり／クラブ洗粉は信用ある東京松屋呉服店始め各化粧品店にあり

中山太一は化粧品の製造以外にも多くの事業に関与していて、女性雑誌の出版もその一つであった。中山はプラトン社という出版社を創設し、大正11年には文芸雑誌、『女性』を刊行、ついで大

正12年には大衆雑誌、『苦楽』を出版している。この雑誌には多くの著名人が執筆していて、雑誌の権威を高めたが、同時に山名文夫ら著名なデザイナーを採用し、新鮮な挿絵で体裁を整えるなど、読者層を開拓する努力を重ね、新しい世界を切り開くことに成功している。そのうえ、中山は大正13年1月に「中山文化研究所」を開設する。この研究所には「整容美粧研究所」「口腔衛生研究所」「女性文化研究所」「児童教養研究所」が設置されていて、女性文化研究所では「家政講座」「文芸講座」「科学講座」などを開講し、啓蒙活動に取り組んでいた（株式会社クラブコスメチックス編2013：68-77）。

この一連の幅広い活動のなかで、やはり評価すべきは『女性』などの雑誌の発行であり、短命に終わった雑誌といえども、広告媒体としての役割を十分に果たしていた。表紙には洋風で、しかもエキゾチック感を漂わせた図案の数々を掲げ、人々に強い印象を与えていた。これらの画像は雑誌以外にも、人目に触れやすい大手新聞紙にも登場し、人々にクラブ製品の存在感を植え付けていった。クラブを含め、大手化粧品会社は自社の化粧品を宣伝目的で、競うようにして当時の新聞に



a) 明治期



b) 明治期

図21 クラブ広告(2)

- a) クラブ洗粉の宣伝絵葉書（明治期の装い）
- b) クラブ洗粉の宣伝絵葉書（明治42年3月11日の消印。明治期だが、洋風装束）

頻繁に広告を載せているが、それらのなかにおいてクラブの宣伝活動はかなりの反響を呼んでいた。その特徴は、昭和期になると欧米人をモデルにした挿絵が多く掲載されていくことにあった。大正期には和装、しかも画一的な表情で描かれていた女性像は、昭和期にはいると洋装姿が多く目についてくる。図22のデザイン広告は『大阪朝日新聞』に掲載されたばかりか、まったく同じ広告が『台湾日日新報』にも掲載されている。これについては後ほど触れてみたい。この洋装姿が人々のイメージ作りに貢献したのは確かだと考えてよいが、そのイメージが定着するにあたっては、これまでに見てきたようなメディアの果してきた影響力の強さを認識しておく必要がある。

大正末といえは洋装が女性たちの間で浸透し始めた頃であって、その着用の賛否をめぐって激しい意見が交わされていた時代である。『東京朝日新聞』では、「家庭婦人：洋装の可否」という紙上討論を企画したことがあった。洋装の可否を論じた議論の応酬は、ファッション界のみならず、一般人を巻き込んでの論争を引き起こして、当時の世相をよく代弁している。「可」とする者（洋装推進派）は、「和服の長袖は家事に不向

き」、「活動的で経済的である」と主張すれば、「否」（洋装反対派）は「和式家屋の設備、調度品に洋装は不調和」、「和装は古来からの伝統で、優美性の表現を保て」と理由を述べて譲らない（『東京朝日新聞』、大正14年3月3日、4日）。『アサヒグラフ』も、その調査を補完する意味で同じ特集を組んでいる。その紙上討論への参加者希望者は多数にのぼり、それによると125名が可とし、否とした者は211名であった（無署名 a 1925:14）。この数字から浮かび上がってきた事実は、洋装が浸透しつつも、なおかつそれへの抵抗感は強かった、ということである。

大正時代末、洋装の是非論を引きずったかのように、昭和初期に至っても実際には女性の洋装姿は少数派に属していた。考現学の主唱者の今和次郎の著書には、道行く人々の服装を観察した東京・銀座街での当時の光景が記録されている。関東大震災のしばらく後、大正14（1925）年5月に和服と洋服の比率について観察したところ、男は洋服が多かったが、女はほとんどが和服であった、と今は見ている（今1925〈1987:107、124〉）。この傾向は昭和8年の段階でもさほどの変化は見られない。2月25日、土曜日の晴れの時点で、和装は81%、洋装は19%であった（今1947〈1972:167〉）。今和次郎の観察では世代間における趣向の差異が触れられていないが、中・高年世代には和装、若者世代には洋装が相対的に多いという推測も成り立つかも知れない。例えば、戦前の銀座街を映し出した絵葉書には（図23）、祖母、母、娘と見られる三世代家族を被写体に据え、その服装の差異を表現したと思われる画像がある。この絵葉書の狙いは、子どもは洋装で年配者は和装という世代間の差を印象づけることにあったと推測される。しかしながら、今和次郎のデータに従えば、この絵葉書を以てしての一般化は難しい。ただ、この絵葉書は、後に扱う台湾の写真（図32）と対比した時、興味が湧いてくる。それについては後で議論しよう。それにしても、今和次郎に従って、一般的には和装が若い層にも支持し続けられていたとすれば、その理由は何であろうか、考慮すべき事柄は残されている。今和次郎は、その現象を「和装の近代化」という概念で説明している。近代的な洋装が和装に



図22 クラブビシン（美身）を宣伝する広告（『大阪朝日新聞』昭和9年6月11日）。これと全く同じ広告が『台湾日日新報』（昭和9年5月24日）に掲載されている。



図23 絵葉書「新東京 銀座通」(昭和期)

この絵葉書は銀座通りを歩く、おそらく3世代家族の連れ添った姿であろう。

影響を及ぼし、和装自体が派手な色彩に変化していったから、と言うのが今の主張であった。今和次郎の言葉を借りれば、和装が衰退しなかった理由は、「柄合いに、色彩に、無限に自由な天地が創作的に求められた」結果とされる。これに加えて、和服の原材料としての絹と人絹とが十分に確保されていたからだ、とも言う（今1938〈1972:176〉）。和装のデザインの新鮮さが「おしゃれ」と見なされ、近代日本ではファッションとして受け入れられたことになる。とりわけ、この時代、伊勢崎を中心に関東地方では大衆向けの絹織物「銘仙」が生産され、1920年代には百貨店を中心に廉売を売り物にした流通体制が整えられていった。この時代は織物産業は不振に陥ったが、銘仙に代表される絹織物の消費は高まっていく。その原因は低価格のほかに、そのデザインの斬新さの魅力に理由がある。それは、外出に際しての女性たちの「おしゃれ感覚」がおおいに刺激的になったから、である（山内2009:9）。

たしかに和装の流行は「おしゃれ感覚」によるものであろう。しかしながら、洋装か、和装かという問題は年齢とともに、また着飾る状況によってもおおいに変わるはずであり、同一人であっても状況に応じて服装選びは多彩になる。ファッション性をいかに表現するのか、これが服装選びの選択基準である。このように考えると、服装を選択する際、場と状況を考慮する必要性を意識させるクラブ化粧品会社の宣伝戦略は示唆的である。この企業自らが作成した娯楽作品には、昭和9（1934）年12月に発売された「クラブ化粧双六

（スゴロク）」がある。それには会社の方針が見えていて、遊び道具としてのスゴロクに多くのメッセージを込めた、クラブの販売戦略が写し出されているのを知ることができる（図24）。その図案は、一青年の少年期を「振り出し」にして、学生時代を経て、就職と女性との恋愛が成就し、「上り」は結婚へと至るという過程を題材とした人生劇場の内容で、人生の節目ごとに応じた自社の化粧品を紹介する作戦が示されている。一貫した宣伝目的は、「すべての女性に美と幸福を贈る クラブ白粉」という謳い文句に集約されている。その制作意図には、年齢に相応した美的感覚を作り上げていこうとするクラブ化粧品会社の戦略が読み取れる。このスゴロクで化粧品の宣伝とともに気になる場面は服装である。人物の服装は年齢、性別、職業によって差異化されていて、当時の世相を上手く表現している。とはいっても、どちらかと言えば洋装に拘っているようにも思える。図中で12コマ、15コマ、17コマ、19コマの女性は洋装であり、8コマ、13コマ、18コマ、20コマは和装である。和装と洋装との使い分けは、大まかに見ればフォーマルな場面では和装を、個性美を引き出す場面では洋装という作戦が透視されてくる。このように、1930年代は一般には和装が中心であったにしても、一人の間では状況に応じての使い分けが試みられていた現実をクラブは認識していた。これがクラブ化粧品会社の経営戦略であった。

2) 台湾での宣伝活動

日本と対照的に、台湾では現地の新聞広告に登場する女性の洋装化の割合は、かなり高い。馴染みの薄い和服よりは洋装の方が需要が高いことを考えれば、当然である。化粧品はどうであろうか。日本製品を売り込むには、最初の段階でのイメージ戦略が重要であり、知名度を高めるための工夫が必要である。それだから、各企業は新聞や雑誌の広告でしのぎを削って、自社の製品を売り込むための戦略をたてていた。読者の注目を惹きつけるために射幸心を煽る手段を考えたり、また豪華賞品が当たる景品目当てのクイズを出題することで読者の関心を集める方法は、この種の常套手段であった。



図 24 クラブ化粧 双六

発行：昭和 9 年 12 月、編輯兼発行人：千早正寛、発行所：中山太陽堂出版部。

「味の素」を含め台湾に進出した大手企業は「懸賞募集」の広告を紙上に掲載している。多くの優秀なデザイナーが、多彩な分野から集められ、イメージ作りにしのぎを削っていた。例えば国産品の尊重を促す「産業的爱国運動」が全国的な規模で起きた時、大阪の産業振興研究会が主催して「標語並に爱国ポスター」の募集を全国的規模で始めたことがあった。これには台湾からの応募も可能であった（『台湾日日新報』大正 13 年 6 月 10 日）。クラブ傘下の「中山児童教養研究所」もまた、「懸賞活動」を試み、「児童愛護ポスター」の懸賞募集を開始したことがある（『台湾日日新報』大正 13 年 4 月 26 日）。一等の賞金は「金百円」という高額であり、「佳作」でも「クラブ歯磨」、「カティ石鹸」が貰えた。

大正期に遡れば、クラブの化粧品関係の部門では、台湾代理店の主催のもとで「美人人気投票」が実施されている（『台湾日日新報』、大正 14 年 9 月 11 日）。方法は簡単である。台湾島内に数カ

所、台北、基隆、宜蘭の代理店に投票所を置いて、クラブ製品の空き箱の裏に自己の姓名を記入し、併せて美人名を書いて投票させる仕組みで、結果はそれぞれの地域の美人 12 名が選ばれた。その時の応募数は総数 392、700 余だった（『台湾日日新報』（大正 15 年 2 月 10 日）。集計方法に疑問が残るかもしれないが、空き箱さえあれば、その数だけ投票することが可能であった。一等の景品は自転車、2 等は化粧箱、3 等は絹洋傘ということなので、多数の応募者があった（図 25 a、図 25 b）。

クラブは、会社業務とはまったく関係がない、意表を突く内容のクイズを出題したことがあった。それは、「新春三ヶ日の天気予想」と題したクイズである（『台湾日日新報』大正 14 年 12 月 19 日）。日常的には化粧品と関係がない人々にも応募可能なクイズで、自己の住む札幌、東京、大阪、福岡、京城、大連、台北、上海のいずれかの都市の正月の天気を予測する内容であった。応募



a) 投票案内 (『台湾日日新報』大正 14 年 9 月 11 日)

b) 美人人気投票當選発表 (『台湾日日新報』、大正 15 年 2 月 10 日)

図 25 クラブ化粧品美人人気投票

対象者は、当然、その都市住民が中心になる。寄せられた応募は総数が 237,214 通だったというから、かなりの人が関心を持っていたことになる。ちなみに正解数は 12,612 通であった (『台湾日日新報』、大正 15 年 2 月 7 日)。的中すれば懸賞が貰え、一等では「家庭用活動写真映写機」、五等でも「クラブ美身クリーム」「カティ石鹸」が 800 名、六等でも「練歯磨」が 1600 名に当たることになっていた。一方では射幸心を煽り、他方では景品という名目で自社製品の普及を図る、こうした手段を通じてクラブは各地での知名度を高めていった。

昭和時代になってからもクラブの広告宣伝は続

く。日焼け止めによく効くという触れ込みの「クラブ美身クリーム」の宣伝は、新聞を含め、多数のメディアに登場している。図 21 に登場した西欧的なスタイルのモデルは、朝鮮、台湾を含め、幅広い年代層の人気を集めるのに貢献していた。「日ヤケ止ハ〇〇〇白粉」、「クラブ□□クリーム」の穴埋めクイズには、一等の腕時計 (20 名)、あるいは 10 円の「勸業債券」(30 名) を目指して、336,900 余名が応募してきた。出身地と姓名から判断する限り、朝鮮人 1 名、台湾人 3 名が当選している (『大阪朝日新聞』、昭和 5 年 1 月 9 日、『大阪朝日新聞』昭和 5 年 4 月 2 日)。

朝鮮で発行されていた『東亜日報』(昭和 9 年

4月5日)を見ると、知名度を上げるクラブの戦略が、ここでもはっきり現れてくる。その「大懸賞当籤」の懸賞は豪華であった。特等は50名で、「重ねタンス」「腕時計」「ラジオ・セット」「ポータブル蓄音機」のいずれかであり、四等でさえも「クラブ石鹸」が2万名、五等も「クラブ歯磨き」か「クラブ洗粉」が4万名に当たったということだから、購読者はかなりの射幸心を煽られたに違いない。応募方法はクラブ製品の外函を添付して送ることが必須であった。応募者総数は、台湾、朝鮮を含め、総計が518,913通であったというから、多数の人たちが関心を寄せていたことになる。特等の当選者名簿には京城の朴姓も含まれていた。入賞者総数は61,550人であったので、8.4人に1人がクラブ製品を受け取る計算になる。複数回の応募が可能だったので、9通も応募すればクラブ製品を受け取れる確率になる。言い換えれば、クラブ製品を9個買えば、1個のおまけがつくという勘定に等しい。クラブの戦術は巧妙であった。

クラブの市場開拓の戦術は、時代が進むにつれ、さらに深化していく。台湾の事例で見ると、「クラブ美身クリーム」の市場拡大戦術は大衆の娯楽性の向上と結びついていた。台北の映画館、栄座で演じられた「映画と舞踊と奇術」の催しに招待する戦術をクラブは用いたのである。アメリカ・ワーナーブラザース製作のレビュー映画、「裸女の竜宮」への招待である。その資格は「クラブ化粧品何品によらず五十銭以上お買い上げの方」であり、当日外箱を持参した者に適用された(『台湾日日新報』昭和10年3月12日)。こうして市場開拓に精力を入れ込みながら、クラブは会社イメージの刷新をも視野に入れて活動を進めていく。台湾では、大正末から昭和期にかけて、クラブは欧米系の容姿端麗な女性に自社の製品で化粧させ、美的イメージを高める製品の売り込みを推進していった。例えば、図22の『大阪朝日新聞』(昭和9年6月11日)と寸分変わらない広告が『台湾日日新報』(昭和9年5月24日)に掲載されている。デザイナーが同一人なのであるのか、掲載時期に関係に若干のズレがあるものの欧米系スタイルの美人を主人公に選んだのは時流に即したやり方であった。大阪の主要新聞の広告宣伝で

は、確かに大正期まで主流であった和装姿のモデルが漸減し、洋装化が著しい。新聞広告は、和装姿の多かった現実との間にいささか乖離を生み出していたのである。だが、洋装化モデルを多用するイメージ上での戦略は、対照的に台湾では功を奏したようである。台湾では洋装した女性は東京よりはるかに多くなっている。その大きな原因の一つは、次に見るように、『台湾日日新報』が洋装化を先導する尖兵の役割を果たしていたからである。

4 台湾の洋装

日中戦争が勃発した昭和11年、台湾では国防意識との関連で衣服の統制がしきりと唱えられ、「国民服」着用の論議が一部では起き始めていた。その一方で、東京、上海、そしてアメリカなどの風俗や文物が紹介され、ファッション界には多様な世界も展開されていった。この動きが顕著になり出した1930年頃から、大阪や東京とともに、台湾でも都市の景観は一変し始めていた。

この時代、1930年頃は中国の上海では同じ現象が生じていて、西洋の文物が持ち込まれ、近代的世界が出現していた。「摩登上海 (Modern Shang Hai)」の登場である。夜の街を含め、上海の新たな都市文化の光景は現地の雑誌、『現代』、『文芸画報』、『婦人画報』などに見ることができる(陳子善2001、2003)。とりわけモダンガールは注目的であって、上海で刊行されていた『上海漫画』にはモガを風刺した戯画が多数、掲載されている(図26)。実に上海は、東京、大阪と並んでモダンガールが闊歩する都市であった。対岸の台湾にこの動静が伝わらないはずはなかった。例えば、『台湾日日新報』(昭和7年1月6日)は大きく紙面を割いて「革命支那のモダンガール」と題した記事を載せている。辛亥革命以降に上海で起こっていた社会現象を報道した記事である。見出しを読んだだけで、その内容が理解できる。「纏足姿も断髪して／ヨチヨチ姿で街頭へ」という表題に続いて、ダンスホールやカフェで活動する上海モガの生態が紹介されていて、当時の台湾で生じていたのと同質な変化が起きていることを伝えていた。

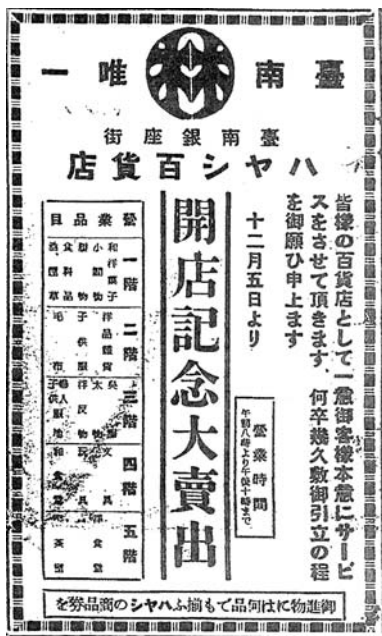


図 26 『上海漫画』表紙 (1928 年 13 期)
上海のモダンガールの生態がよく描写されている。

昭和 7 年は台湾でも大きなうねりが押し寄せてきた一年であった。この年の 12 月、台北と台南との二大都市に日本の資本に基づく高層ビルの百貨店が開業している (図 27 a、図 27 b)。台北の百貨店は「菊元百貨店」と命名され、台南の百貨店は「ハヤシ (林) 百貨店」と名乗りをあげていく。後者の「ハヤシ (林) 百貨店」については陳秀剛によって詳細な研究が刊行されていて、台湾の百貨店の成立史を知るうえでも参考になる。このハヤシ (林) 百貨店の創業者は山口県出身の林方一である。若き頃に台湾に来て呉服商を営んでいたが、間もなく台南市で市区改正のため都市改造計画が策定されると、その気運に乗じ、高層建築に基づいた日本式の百貨店の設立へと林の野望は沸き立っていった。開業後間もなくして林は他界するが、その後、同郷の山口県人らによって経営は支えられ順調に活動していく。それまでの台南の商業建築物と言えばせいぜい二階建てにすぎなかったため、この百貨店の登場は画期的であった (図 28)。ハヤシ百貨店は戦時中にアメリカ軍の爆撃で一部、破損し、戦後は閉店していたが、近年では古跡保護のため修復が施され、2014 年 6



a) 菊元百貨店 (『台湾日日新報』、昭和 7 年 12 月 3 日)



b) ハヤシ (林) 百貨店
 (『台湾日日新報』、昭和 7 年 12 月 6 日)
 図 27 台湾の百貨店の開業

月には台南市指定の「古跡」として登記され、「林百貨」としてリニューアルされている (陳秀剛・姚嵐齡 2015 : 277)。

ハヤシ百貨店が建てられた場所は、この洗練された台南市の目抜き通り、末広町の通称・銀座通り (現・中西区中正路) に面したところである。



図 28 絵葉書「台南銀座通り」
左端にハヤシ百貨店が見える。

この百貨店は5階建てで、各階の売り場は近代的な商品で満たされ、人々の欲望を掻き立てて、まさに銀座通りに並ぶ百貨店にふさわしい威容を誇っていた。『台湾日日新報』（昭和7年12月6日）は各階ごとの商品を紹介している（図27b）。

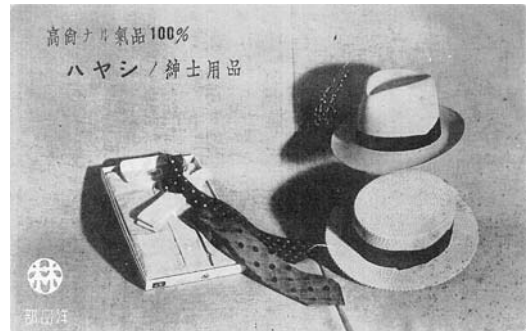
- 一階：和洋菓子、小間物、履物、食料品、酒・煙草。
- 二階：洋品雑貨、子供服、毛布。
- 三階：呉服、太物、洋反物、婦人子供服飾。
- 四階：文具、玩具、和食堂。
- 五階：洋食堂、喫茶室。

屋上には遊戯施設があり、また神社も建てられていて、日本の百貨店を直ちに連想させてしまうなかで、従来の台湾には存在しなかった商業施設として脚光を浴びることになった。当時、台南一の高層を誇ったハヤシ百貨店はランドマークとしての意義を持っていて、一時代を創り上げた近代化の象徴として君臨していた（陳・姚 2015：305）。ここで表現を変えて陳の言葉を補足すれば、消費文化の到来を告げる象徴的な存在が誕生した、ということである。

この百貨店の登場、あるいはその前後の時代を含め、日常生活へ及ぼした急激な社会変化は様々な点から読み取ることができる。モダンガールの登場がその一つの現象なら、濃度の違いはあるものの東京や大阪の流行が再現されたのも、この昭和初期、あるいは1930年前後の時代であった。ファッションといっても女性ばかりではなく、男



a) 表



b) 裏

図 29 絵葉書「ハヤシノ紳士用品」
a) 表 「夏のネクタイ逸品会」案内状。
b) 裏 紳士用品の展示。

性にも配慮していて、紳士用品としての帽子の流行にも先鞭をつけていた（図29）。しかし、やはり購買対象の主役は女性であった。その頃の『台湾日日新報』の6面には「ホームセクション」や、「婦人と家庭」という表題で、時流に即して、「女性」や「家庭」をテーマにした記事が定期的に組まれていた。このような連載記事に眼を通すと、日常世界に押し寄せきた変化の波を感じさせる。いや、そればかりか『台湾日日新報』などは、そうした変化を促進させるための重要な情報源としての役割を果たしていた、と言った方がよい。「ホームセクション」という家庭記事欄は『大阪朝日新聞』にも見られ、記事の相互配信が示唆されるなか、台湾と大阪、あるいは東京との

距離を縮める意図も見え隠れしている。それぞれの内容には地域の生活環境に配慮した独自色も打ち出されているにしても、育児や食生活など多岐にわたった記事からは、あるべき女性像、あるいは主婦像の確立に人々の意識を向かわせようとした戦略が見えてくる。同時に、美意識を刺激してファッションの流行を作り上げ、人々を欲望の世界へと誘い込んでいったことも忘れてはいけない。昭和8年から9年にかけての時代、言い換えると台北市や台南市に百貨店が開業した直後、「ホームセクション」、「婦人 家庭」あるいは「家庭と婦人」欄などに掲載された記事のタイトルを見ると、その時代の台湾の状況が理解できる。健康、病気、家庭医療、被服、贈答、育児、教育、スポーツ、レジャーなど、おおよそ家庭での主婦の役割を効率よく遂行するための知識や方策を紹介する内容が紙面を飾っていたとともに、洋装をイラストした紹介記事も少なからず現れてくるという特色が指摘される(図30)。そのイラストを描いたデザイナーは明記されていないが、東京、あるいは大阪の専門家が発案したと考えて間違いない。

その頃、1930年代中頃の東京では、洋風スタイルを専門的に取り扱ったファッション系の専門雑誌が相次いで出版されていて、そのなかには『モード』という月刊雑誌を出版する東京のモード社もあった。この出版社は、雑誌の表紙には *MODE Suit*、*MODE Coats* などの英語表記を取り、ファッションを通して西欧自身を身近に感じさせる体裁を整えていた。洋装したモデルのイラストとともに、裁断するための型紙も示されていて、寸法の測り方の方法も手際よく説明されている。これら雑誌は、明らかに家庭内での作業のための指南書という性格を持っていた。ほぼ同時期に、モード社は季刊誌としての *Fashion Quarterly* を出版している。この雑誌には、幼児服を含め多様なポーズをとるモデルのイラストが493例も登場する(図31)。「編集雑記」には、「美と実用」の観点から婦人服の型取りの見本を示すことが狙

いであった、との説明がなされている(今田編1935)。やや遅れて、昭和11年には、小池元子監修による月刊誌、『洋裁春秋』が洋裁春秋社から出版されている。この雑誌はもっぱら洋装のための型紙の提供を目的にしていた。やや遅れて服装生活社からは『服装生活』が刊行されていて、洋装のデザインを受け持っていた³⁾。

こうした東京発の雑誌が先導しても銀座での洋装化はさほど進まなかったようだが、台湾では事情が変わっていた。『台湾日日新報』に登場する図象は、あくまで理想の姿の提示だとしても、台湾での洋装化にかなりの程度、影響を及ぼしていたように思える。『台湾日日新報』自身が積極的に洋装化を促進していたとする根拠を見つけることは、さほど困難ではない。先に今和次郎の銀座での風俗調査を取り上げた時、東京・銀座の大通りを歩く人たちには和装が多く、洋装が少ないという調査結果を確認しておいた。図23の絵葉書に映し出された銀座の光景を見ても、そこでは世代間の違いがあったにしても、壮年者は和装であった。ところが『台湾日日新報』(昭和5年7月16日)は真逆な銀座の姿を描き出していた。それは、単発的に紙上に挿入された「後姿-銀座の女」という写真(図32)である。どういって掲載した写真なのか、真意は明らかではないし、単純に考えても7月の季節感を表現するためなのかどうか、その掲載の意図は分からない。とはいえ、この画像、すなわち、この洋装姿には意図的な作戦が込められているようにも思える。確かに、おしゃれな帽子を被った三人の後ろ姿は、モダンガールが銀座を闊歩している光景を強調している画像である。新聞が虚偽報道しているわけではない。だが、この画像が銀座で一般的な光景だと言え、それは虚偽である。今和次郎なら、この画像は事実を正確に反映していないと批判したことだろう。台湾日日新報社と今和次郎とは真逆な銀座象を描いていて、そのことが、かえって新聞社の意図的な報道を思わせてしまう。観方によっては、台湾の新聞の方が進取の気性に富んでい

3) ほぼ同じ時期、著名なデザイナー、宇野千代が編集した、同系統の雑誌『スタイル』が刊行されている。この『スタイル』は読本的な内容を掲載して読者の興味を誘っていたが、刊行時期は *Fashion Quarterly* の方が、やや早い。最大の違いは、後者の *Fashion Quarterly* には読本的な要素はなく、もっぱらデザインと型取りの紹介に特化していたことにある。

日六十月八年八〇昭和 (六)

家庭欄

主婦の心

初夏 輕羅・洋装!

流行の婦人服

色とりどり
型は日本人化

初夏の到来を告げる。主婦の心は、軽羅・洋装の流行に目を奪われる。日本人化の型は、清潔感と上品さを兼ね備えている。色とりどりの生地が、夏らしい爽やかさを演出する。

1. 胸元を強調した、優雅なデザイン。
2. シンプルで洗練されたスタイル。
3. 袖口にアクセントを加えたデザイン。
4. 胸元に大きなリボンが特徴的なデザイン。

軽羅・洋装の流行は、主婦の心を捉えている。清潔感と上品さを兼ね備えたデザインが、夏らしい爽やかさを演出する。色とりどりの生地が、夏らしい爽やかさを演出する。

a) 「輕羅・洋装 / 流行の婦人服」(昭和8年4月20日)

日六十月五年八〇昭和 (六)

家庭欄

主婦の心

これから多い 幼い皮膚のいたみ

抵抗力を増すに 入浴第一

夏は、皮膚のトラブルが増える季節。幼い皮膚のいたみを防ぐには、抵抗力を増すことが第一。毎日の入浴は、皮膚を清潔に保ち、免疫力を高める効果がある。

入浴の仕方にも注意しよう。湯温は38度前後が理想。入浴時間は10分程度が目安。入浴後は、すぐに保湿剤を塗布し、皮膚を乾燥させないよう心がけよう。

夏の暑さから肌を守る

夏は、紫外線が強い季節。肌を守るためには、日焼け止めを塗布し、帽子や日傘を上手に活用しよう。また、肌の保湿も大切。乾燥を防ぐことで、肌のトラブルを防ぐことができる。

主婦の心

主婦の心

主婦の心

b) 「婦人服 (婦人服?)」「腰がつまり袖がふくらむ」と紹介されている。(昭和8年5月16日)

図30 『台湾日日新報』の「家庭欄」(6面)記事



図31 *Fashion Quarterly* の表紙（第4号、1935年）



図32 東京・銀座のモガを写した写真、
「後姿—銀座の女」
『台湾日日新報』、昭和5年7月16日。

た、と言ってよい。時はモダンガールが話題になり始めた時代で、よく言えば先取りの、悪く言えば無批判的に、銀座のファッションは尖端的という思い込みを持たせ、この銀座を真似せよと言わんばかりにモガの存在を煽り立てていた、と理解すべきであろうか。少なくとも、台湾日日新報社による情報操作が作為的な銀座像を形成し、以後の台湾における洋装化への道筋に弾みをつけてしまったことは、確かに言える。新聞報道は台湾での流行に先鞭をつける尖兵の役割を演じていた

のである。

文学作品に眼を転じてみよう。西川満の編集した『台湾絵本』（台北：東亜旅行社、1943年）は、西川を中心に、池田敏雄らが参画して台湾風物を綴ったエッセイ集で、立石鉄臣の版画も挿入された美しい作品である。それぞれのエッセイは短文ながら、台湾情緒が美しく表現されていて、そのなかに台湾の銀行員で、作家という異色の経歴を持つ台湾人の龍瑛宗のエッセイ、「夏の庭」「南の女」「東部断章」なども含まれている。「日本語作家」としての龍瑛宗を有名作家にしたのは処女作、「パイアのある街」である。その日本語の小説が『改造』に掲載されたのは昭和12年であった。その内容は、台湾中部の街で村役場の吏員を務める陳有三を主人公として設定し、日常生活の風情を題材にしなが、乙女に思慕の感情を寄せつつ、近代的知識を持った青年の境遇を描いた小説である。主人公は和服を着用し、日本語を常用し、知的向上心に燃えていたことで同僚たちに優越感を感じていた人物、として設定されているが、筋書きの展開、そして内容自体はさしたる感動を与えるほどのものではない。とはいっても、モダンガールに対しての描写には興味深い表現が見られる。ある薄暗い路地の家で見た女の姿態を表現した文章は、こうである。

彼女らは淡色のあくどい色彩の長衫を着たり、そして洋装してゐる者さへあった。みんなお河童のやうに断髪してゐた。一様に白粉をバタバタと眩結ばかりに塗り、濃いルーチュ、くつきりと弓型に描いた眉、そして黄ろい歯ぐきを見せてゐる（龍瑛宗1937〈龍瑛宗2008:45〉）。

長衫を身に纏い、断髪し、どぎつく厚化粧した女とは何を指すのであろうか。断髪という言葉からはモダンガールを思い出させる。この時、龍瑛宗は過去に直面した経験を思い出したのかも知れない。龍瑛宗が『台湾時報』に寄せた短編、「南に死す」という文章を読んでみよう。その内容は、台北に出張した時、繁華街の大稲埕のカフェを訪れた時の感想を書き留めたもので、そこでの体験を龍瑛宗は正直に語っている。「女給の美し

いこと、豪勢なこと、田舎者は度肝を抜かれてしまひました」と(龍瑛宗 1942〈龍瑛宗 2008: 278〉)。ここで、先に紹介した西川満の編集した『台湾絵本』の出番になる。その著作で、龍瑛宗は「南の女」と題した短い詩を寄稿している。その詩の冒頭には、「扇子は、夏の女にとって、かくことのできない装飾のひとつである。／ 蝶々のやうに、ひらひらすると、ふしぎに、女はいきいきとみえる」と、南国の陽を浴びた女を牧歌的に謳いあげる言葉を綴っている(龍瑛宗 1943: 25)。この詩には一枚の挿絵が添えられている。扇子を右手に、深く帽子を被った長髪の女は西欧的な、あるいはモダンな装いで描かれている(図 33 a)。この絵の作者は、「鉄」のイニシャルがあるところからすれば、立石鉄臣である。立石は『民俗台湾』などで民俗的な光景を描いてきた画家で、その画風はいささかモダニズムの世界から離れているが、ここでの立石は龍瑛宗の詩文をよく表現している。この『台湾絵本』では、ほかにも濱田隼雄が「湾生の娘」と題した文章を表している。その挿絵を描いたのも立石鉄臣であって、同じくモダンな装いを描いていた(図 33 b)。

西川編『台湾絵本』が出版された当時、日本は

太平洋戦争の最中であって、台湾を含め、皇民化政策のもとで国民服が推奨されるという状況が展開していた状況を思えば、台湾で見られた光景はいささか対照的で、東京とは趣を異にしていたようだ。洋装化の進捗という点では台湾の方が先んじていたように思える。昭和 17 (1942) 年、「皇民化政策」が全国的に叫ばれていた時、台北では「生活科学展覧会」が開かれていた。「皇民報公会」主催によるもので、その開催の目的は衣食住の合理化を図ることにあり、テーマの中心は洋装化の問題であった。展覧会側の示した結論は、この年の 9 月に繁華街で実施された服装調査では国民服や和服を越え、圧倒多数を占めたのは洋装、という内容であった(編集部 1942: 37)。母数字が小さいのが気かりであるが、台湾人女性でさえ、台湾服をはるかに超えて洋服が多いという結論が出されている。この観察記録は、別の機会に実施された立石鉄臣の観察とも同じある。立石によれば、日本人女性も圧倒的に洋服が多く、和服は少数であったことになる(立石鉄臣 1941: 29-30)。もっとも、『台湾日日新報』は不可解な報道をしていて、昭和 13 年 12 月 7 日の記事では「めっきり増えた本島人の和服姿」という見出しが眼



a) 龍瑛宗「南の女」の挿絵
出典：西川満編 1943: 25。



b) 濱田隼雄「湾生の娘」の挿絵
出典：西川満編 1943: 67。

図 33 『台湾絵本』の挿絵

a) b) いずれも「鉄」(立石鉄臣)の描いた版画。

に飛び込んでくる⁴⁾。しかし、記事は皇民化運動の成果を強調したいだけで、統計的資料はいっさい出さず、記者の主観的思惑を述べたてたすぎないように思える。

先にハヤシ（林）百貨店について話をしておいた。ここで、さらに一人の証言をあげておく。台南で生まれ育った、大正12年生まれの今林作男は、幼少時の思い出を回顧し、台南の光景を一冊の書物にまとめている。その著書を読んでいると、この都市の賑わいが伝わってくる。それによると、通称、銀座通りの光景は垢抜けした印象を抱かせる（今林2011:189、192）。

我が家の表側の方角には、すぐ目の前に銀座の向かいのビルがある。……角に、七回建ての林百貨店、薬局の愛国堂、貴金属や時計やレコードの店、履物店の正直屋、運動用品や書籍などを売っていた五階建の小出商店、田中写真館、森永キャンデーストアー、今中歯科医院、……一番端にレコード店があった。

……森永キャンデーストアーは間口が広くて、明るいモダンな店だった。一階は洋菓子やパン、ケーキなどを売っていて、……二階は当時としては珍しい、洒落た洋風のレストランになっていた。

この通りの賑やかさは、さらに夜ともなると極彩色のネオンサインで照らされていた。そればかりではなかった。都市の華やかさは芸能の輝きでも映しだされていた。

内地からやって来るいろんな興業の顔見世や宣伝隊の賑々しい行列は、必ず銀座通りを通った。毎年のように西市場の盛り場で興行するサーカスは、象やラクダや馬などを先導に、楽隊、ピエロ、座の花形などを連ねた派手な宣伝隊を繰り出してくる（今林2011:184）。

台南は歴史のある町、古都であるが、時代の先端を突っ走る都市であり、台湾一のきらびやかな

都会であった。台湾文学」と称される文芸活動が展開していた土地柄でもあった（大東2015）。同時に商業活動も盛んであった。ハヤシ百貨店は、エレベータの設備を持ち、屋上は遊園地化していて、都市の中核的存在であった。それだから、この高層ビルを訪れた人たちは「おしゃれ感覚」を楽しんでいた、と誰しもが想像するだろう。この台南では、さらに別の物語が紡がれていて、それを讀むと生き生きとした人たちの息吹を実感できる。鄭鴻生が著わした伝記、『台湾少女、洋裁に出会う』は、台南に住む少女の洋装に憧れていた話である。それを讀むと、この時代のファッションの最先端を知るうえで参考になり、この時代の少女たちの憧れの先にあるものが見えてくる。鄭鴻生の母が青春を過ごしていた1930年代の台南は、「キラキラとまばゆいような洋装店が目抜き通り」に建ち並び、「都市に暮らす新しい世代の女性たちは、上下ともに洋装で過ごすようになっていた」と、著者は印象的に語りかける（鄭2016:60-61）。この環境のなかで、やがて洋裁に取り組む人々が生まれてくる。著者の母は『主婦之友』、『婦人倶楽部』、そして『装苑』などの日本の雑誌を愛読していて、洋裁について深い関心を抱き、手押しミシンを修得し、自ら洋裁に励んだ。ミシンも日本から持ち込まれたものなら、「洋裁」という言葉自体もまた日本語由来で、目新しく、魔術のように人の心を魅惑させたようだ（鄭〔天野訳〕2016:38）。台湾人女性にとって、〈洋裁〉という言葉はとびきり新鮮で、ファッションナブルだった、と言う。そこで母親は日本行きを決断し、「東京洋裁技芸学院」に通い、本格的に洋裁の技術を習得した（鄭〔天野訳〕2016:105）。けだし、洋裁を通して学んだことは技術だけではなく、それを支える近代の知識の習得でもあった。婦人雑誌を手にすること自体が新しい世界への導き手になったのである。植民地台湾の歴史は、こうして昭和期になって目まぐるしく一変し、近代的な消費社会への道を辿ることになった。

4) 「本島人」とは、主に福佬系の台湾の漢族を指している。

引用文献

- 伊集院齋 1931 「スポーツと女性と臍と」『文学時代』3-6、pp.43-49。
- 今田勤吾編 1935 『編集雑記』『Fashion Quarterly』、1-4、東京：ファッション・クオタリー社。
- 今林作男 2011 『鳳凰木の花散りぬ：なつかしき故郷、台湾・古都台南』、福岡：海鳥社。
- 大月隆 1913 『結婚白話』、東京：東京滑稽社。
- 大東和重 2015 『台南文学：日本統治期台湾・台南の日本人作家群像』、西宮：関西学院大学出版会。
- 岡本一平（中央美術協会）1927 『肉筆漫画 開国六十年史図絵』、東京：中央美術協会。
- 株式会社クラブコスメテックス編 2013 『百花繚乱：クラブコスメテックス百年史』、大阪：株式会社クラブコスメテックス。
- 上水流久彦 2011 「台北市古跡指定にみる日本、中華、中国のせめぎ合い」、植野弘子・三尾裕子 2011 『台湾における〈植民地〉経験』、pp.25-53、東京：風響社。
- 金湘斌・大久保英哲 2015 『纏足から天然足へ：日本統治期台湾の学校女子体育』、東京：不味堂。
- 黒川留一 1968 『洋傘ショールの歴史』、大阪：大阪洋傘ショール商工組合。
- 今和次郎 1925 「東京銀座街風俗記録」、『婦人公論』1925年7月号、(後、1987『考現学入門』、東京：筑摩書房、所収)。
- 1947『服装研究』東京：長谷川書店(後に、今和次郎 1972『今和次郎集』、第8巻、東京：ドメス出版、所収)。
- 1938「昭和13年の和洋装」『三越』、(後に、今和次郎 1972『今和次郎集』第8巻、東京：ドメス出版)。
- 高洪興(鈴木博訳) 2009 『図説 纏足の歴史』、東京：原書房。
- 齋藤月岑(今井金吾校訂) 2004 『定本 武江年表(下)』、東京：筑摩書房。
- 鈴木六郎編 1951 『味の素沿革史』、東京：味の素株式会社。
- 立石鉄臣 1941 「本島人女性の服装：夏の街頭に見る」『民俗台湾』3：29-30。
- 鄭鴻生(天野健太郎訳) 2016 『台湾少女、洋裁に出会う』、東京：紀伊国屋書店。
- 西川満編 1943 『台湾絵本』、台北：東亜旅行社台北支店。
- 萩原朔太郎 1991 『萩原朔太郎(ちくま日本文学全集)』、東京：筑摩書房。
- 橋本小百合・庵正美 2014 『発明に見る日本の生活文化史』(乗り物シリーズ 第2巻 自転車)、東京：株式会社ネオテクノロジー。
- 福沢諭吉(土橋俊一校訂) 2010 『福翁自伝』、東京：講談社。
- 藤井淑禎編 2016 『漱石紀行文集』、東京：岩波書店。
- 濱田隼雄 1943 「湾生の娘」、西川満編 1943 『台湾絵本』、台北：東亜旅行社台北支店。
- 編集部 1942 「皇民奉公会主催〈生活科学展〉に拾ふ」『民俗台湾』18：36-37。
- 三島通良 1901 「をんなと自転車」『をんな』2-1：1-9。
- 谷田貝一男 2014 「明治期の自転車利用女性に対する差別化の様子」『自転車文化センター研究報告書』6号：31-40。
- 2015 「明治期の女性：自転車乗車時の服装と髪型」『自転車文化センター研究報告書』7号：27-38。
- 山内雄気 2009 「1920年代の銘仙市場の拡大と流行伝達の仕組み」『経営史学』44-2：3-30。
- 龍瑛宗 1937 「パパイヤのある街」『改造』19-4、(後に、龍瑛宗 2008『龍瑛宗全集〈日本語版 第一冊 小説集1)』、台南：国立台湾文学館、に収録)。
- 1942 「南に死す」『台湾時報』24-9、(後に、龍瑛宗 2008『龍瑛宗全集〈日本語版 第一冊 小説集1)』、台南：国立台湾文学館、に収録)。
- 1943 「南の女」、西川満編『台湾絵本』、台北：東亜旅行社台北支店。
- 無署名 a 1925 「東京朝日新聞紙上討論：家庭婦人の洋装可否」、『アサヒグラフ』、4-13：14(大正14年3月25日)。
- 陳子善 2001 『摩登上海：30年代的洋場百景』、桂林：広西師範大学出版社。
- 2003 『夜上海』、北京：経済日報出版社。
- 陳秀琍・姚嵐齡 2015 『林百貨』、台南：台南市政府文化局。
- 陳柔縉 2011 『台湾西方文明初体験』、台北：麥田出版。

European Fashion in Colonial Taiwan: A History of an Iconic Café in modern Japan (3)

ABSTRACT

This paper describes aspects of modernization in colonial Taiwan. While the Japanese colonial government sought to promote improvement in living conditions, many consumption goods made in Japan were kept for sale in the department stores in the cities of Taiwan as well. Japanese cosmetics were made more popular in large cities with subtle advertisements that appeared in newspapers. *Club Cosmetics*, a famous manufacture in Osaka, adopted skillful strategies to make their styles appear European. This was successful, and people were convinced to adopt Western modes of dressing rather than a Chinese or Japanese one. This phenomenon was in contrast to the mode of fashion in Tokyo, where a Japanese mode of costume (*wasou* in Japanese) was common for women due to its charming design although in newspapers and magazines, Western modes of fashion (*yousou* in Japanese) were most commonly portrayed.

Tainan, in the southern part of Taiwan, was the most modernized city during the time. After a department store was constructed in Tainan in 1932 by a Japanese entrepreneur, local inhabitants were fascinated by the illumination brought to the main street, called the *Ginza-douri* (street). A woman described in her autobiography that she was very impressed by the new style of city life. Upon becoming an adult, she decided to attend a dressmaking school in Tokyo to study Western fashion. This story tells us that the modernization of Taiwan was beginning at this time.

Key Words: fashion, media, *Club Cosmetic Company* (in Osaka), European mode of dress, cosmetics, Colonial Taiwan, modernization