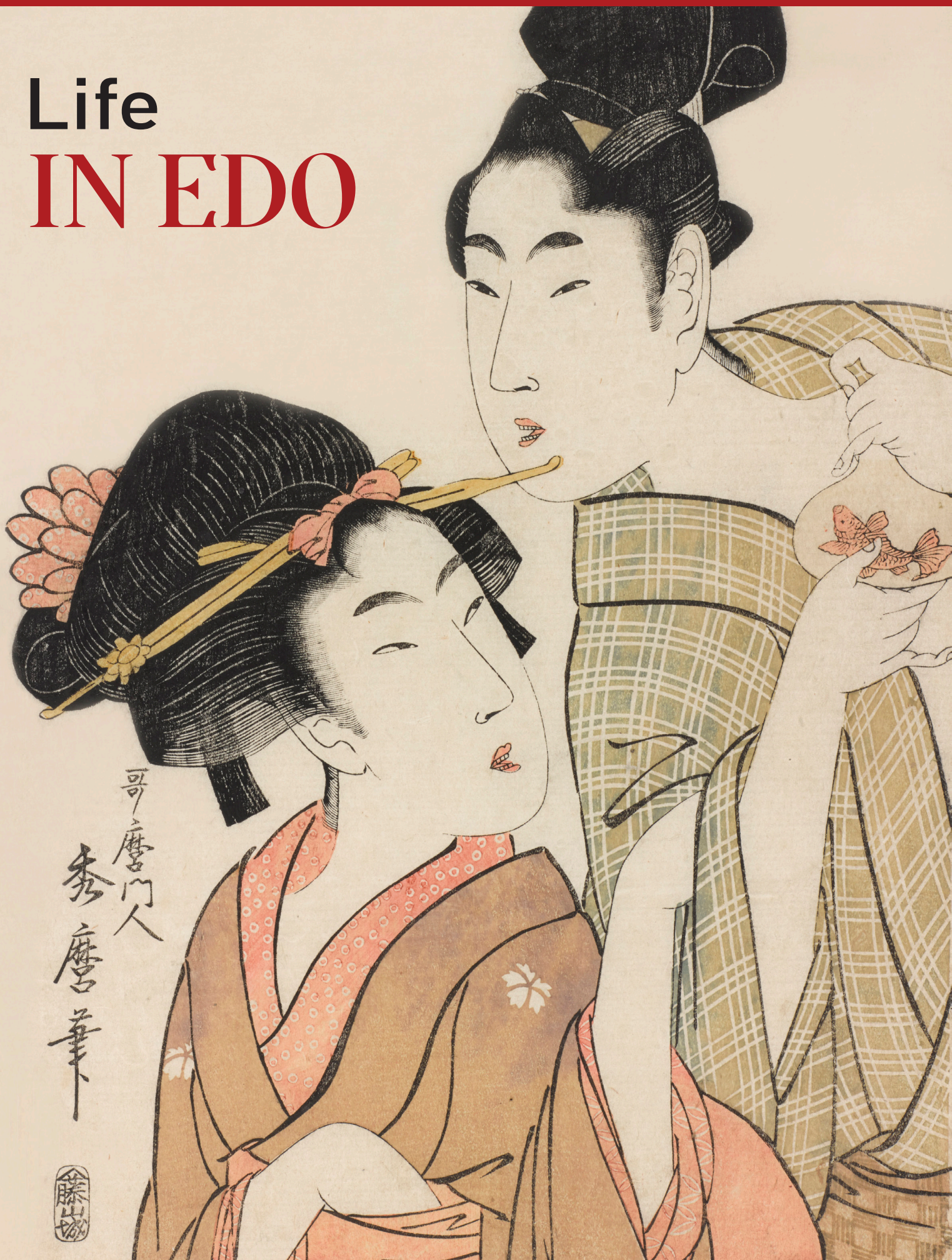
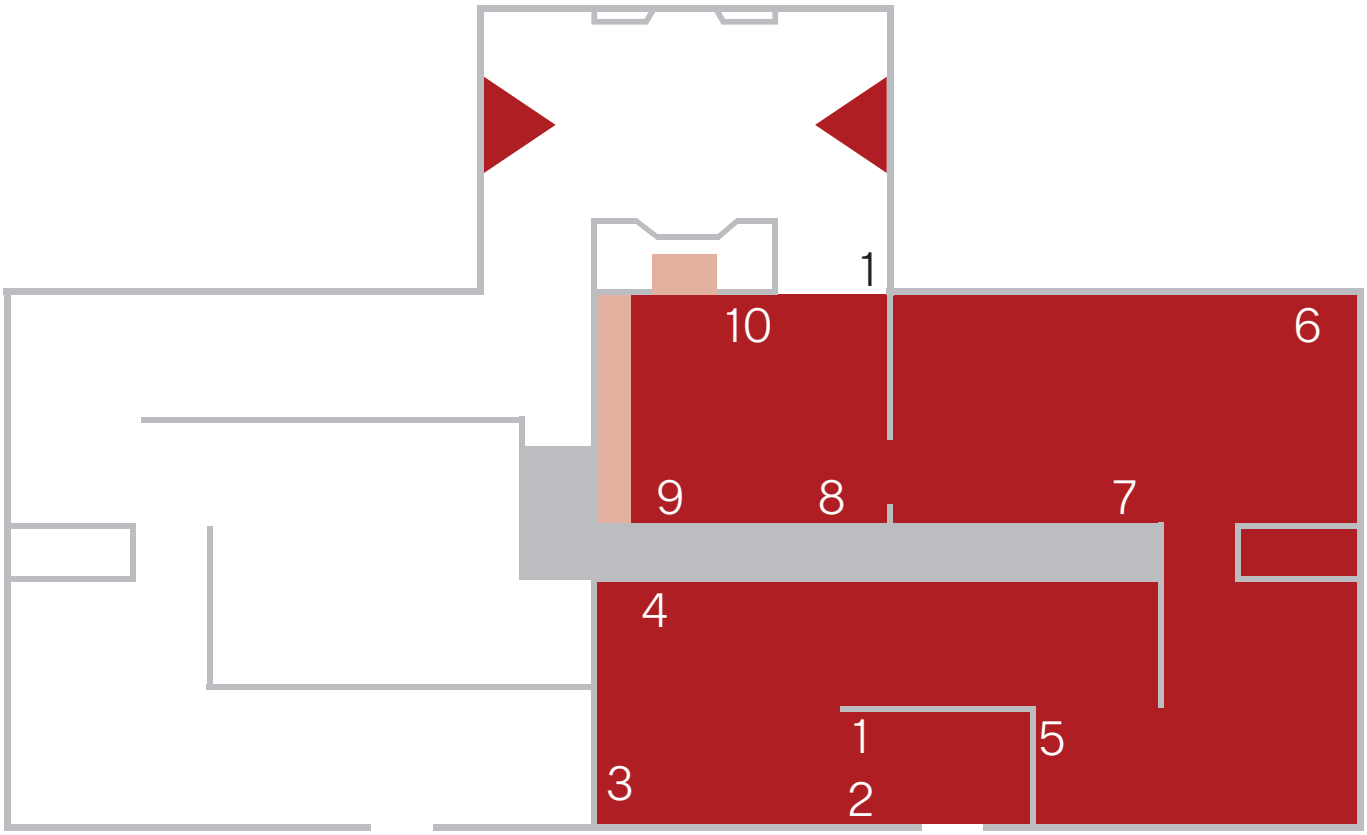
日本語訳

Life IN EDO





ギャラリーのフロアマップ

Life in 江戸 x Russel Wong in 京都

1 江戸

江戸（現在の東京）は、1603年に徳川幕府が開府されその所在地とされて以降、大都市へと発展していった。そして開府100年後には、人口100万人を超える世界有数の大都市のひとつとなった。江戸は、武士や有閑（裕福）な町人の需要に応える知識人、商人、芸術家、職人、芸能人などを強烈に惹き付けていった。250年以上にわたる徳川時代(1603～1867年）に、日本の芸術は、この江戸と1869年まで天皇の住まいであった京都の発展によって形成されていった。

浮世

「浮世」は、まさに文字通り「儚い世界」を意味し、「時流に乗る、現代的なスタイルに沿う」という精神が込められている。当時の学者たちは、浮世とは一瞬の出来事や時間の流れを大切にする想像力の領域であると定義していた。かくして、江戸、京都、大阪の歓楽街と芝居小屋は、人々を魅惑し、人々の想像力をかき立てた。浮世絵と呼ばれる日本の

版画や絵画のジャンルは、それらのつかの間の瞬間を捉えるために生まれた。

流行のテーマ

今日、浮世絵は、江戸時代の人々が何に興味を持っていたのかを私たちに示し、私たちの日本観も形成している。江戸の人々は、現代におけるInstagram、TikTok、Twitter、その他のソーシャルメディアプラットフォームと同じように、浮世絵を消費していた。

この展覧会では、版画と絵画を通して、徳川幕府支配下にあった250年以上にわたる歴史の中の文化の変遷を考察している。これらの芸術作品を通して、私たちは江戸という洗練された都会とそこに住まう人々、彼らの洗練された生活様式や習慣、文化の移り変わり、それらの名声と儚い美しさを賞賛している。今日でも私たちは、多くの伝統的な祭りや伝統芸能を観ることが出来る。それらは、今尚日本で引き継がれ、生き残り続けている。

2　東海道五十三次の旅

徳川家康将軍は、天下を取る以前から、江戸と地方を結ぶルートの整備と管理に取り込んでいた。幕府は東海道を皮切りに、木曽街道（別名　中山道）、日光街道、奥州街道、甲州街道を次々と整備していった。これらの街道を総称して「五街道」と呼ぶ。各街道には、宿場がおかれ、旅人へのサービスをするだけではなく、交通や物資の流通の管理も行われていた。

高まり続ける人気

17世紀初頭、江戸と京都を結ぶ東海道は、主に幕府の役人や大名、中国などの外交団などによって利用されていた。宿場は発展し繁栄し、人々は旅人にサービスを提供したり商品を販売したりすることで繁栄した。18世紀半ばになると、旅行は裕福な庶民の間で人気を博した。多くの旅館や店では、特産品や土産物を販売していた。街道沿いの歴史的名所を巡る観光業も盛んになり、地域文化の普及にも大きな役割を果たした。

観光産業の発展

観光の増加に伴い、旅路の地図や案内、旅行記や旅物語の出版が活気づいた。特に十返舎一九の滑稽本、「東海道中膝栗毛」は驚異的な成功だった。19世紀初期、旅はかつてないほど盛んになった。江戸の人々は成田、小山、江ノ島など近場を訪れた。また、伊勢神宮や四国の金比羅宮へ一生に一度の参詣を夢見る者もいた。このような旅は現代においても日本人、外国観光客に人気である。

五街道からの風景や話は芸術家の想像力をかきたて、時空を超えて人々を魅了する美しい版画や絵画を生み出した。

3　江戸の美

江戸時代（1603-1868年）は、社会的な制約のある時代だった。衣服、髪型、化粧品の使用は社会階級、年齢、職業、宗教、婚姻の有無によって厳しいルールが定められていた。それでもなお、女性（及び男性）は、ファッションや化粧、装飾品によって個性を表現する方法をみつけた。

長い黒髪

女性の髪型の変化は、美に対する考えを反映していた。平安時代（794-1185年）は、長い黒髪が日本人女性の基本であり、女性の美しさを評価するポイントだった。江戸時代以前は、女性の髪型は、長い髪をそのまま結ばないか、または、ゆるく結んで後ろに自然に流すものだった。江戸時代、何百もの異なる髪型が現れた。髪飾りが儲かるビジネスになった。女性は髪を飾るのに慣例的に櫛やヘアピン(簪、笄) を身につけた。これらの髪飾りは現代でも人気がある。

役者や遊女が流行を作る

江戸の初期、公家や武家の女性は、髪を長く伸ばしていた。しかし間もなく、歌舞伎役者の女形や遊女が異なる様々なスタイルで髪を結い上げるようになった。それらのスタイルは広く一般に人気となった。

化粧品

女性向けの礼儀作法のための手引きでは化粧品の正しい使い方について詳しく説明されている。基本のパレットには、赤（唇、頬、爪）、白（おしろい）、

黒（歯、眉毛）の3つの色があった。歯を黒くすることと眉毛を描くことは、成人、結婚、出産などのライフイベントと関連があった。たとえば、歯を黒くしている場合は、女性が成人または既婚であることを示している。また最初の子供が生まれると眉毛を剃った。

4　ペットブーム

今日のように、江戸の人々はペットを好んだ。人気があったのは猫、犬、鳥、金魚だった。ダチョウ(1658年) 、カナリア (1709年) 、ワニ (1780年) 、オランウータン（1792年）、シロクマ(1799年) 、ライオン（1865年）などの外来種の動物も日本に持ち込まれた。多くは将軍に献上するために外国の支配者によって送られた。

猫

日本人と猫には長い付き合いがある。宇多天皇の「寛平御記（かんぴょうぎょき）*1」(867-931年)には、飼っていた黒猫についての項目があり、体の特徴とユーモラスな行動について書かれている。清少納言が1002年*2に完成させた枕草子では、一条

天皇が飼っていた猫について言及している。猫をペットとして飼うことは、武士や庶民の間でも一般的だった（ネズミを捕ってくれたため）。浮世絵師の歌川国芳や歌川広重は作品に猫を描くことが多かった。

＊1:　『宇田（うだ）天皇御記』ともいう。同天皇の日記で、現存する天皇の日記として最初のものとされる。宇多・醍醐（だいご）・村上（むらかみ）3天皇の御記を合わせて「三代御記」と総称する。
＊2:　正確には完成年ははっきりしていない。

犬

日本の古代の狩猟採集民である縄文人は犬を仲間として飼い、丁寧に埋葬した。15世紀から16世紀の屏風には犬が描かれている。江戸時代の木版画や絵画からは、犬がペットとして世話をされていたことがわかる。小型犬、特に日本原産の狆は、貴族、武士、裕福な家庭の女性に非常に人気があった。

5　金魚

1500年頃、中国の商人によって持ち込まれた金魚は、貴族や武士の間でエキゾチックなペットとして売られていたが、やがて一般に広く親しまれるようになった。夏の暑い時期の夏祭りでは今でも「金魚すくい」という生きた金魚を紙製の柄杓で掬うという伝統的な遊びが行われている。また、金魚を飼ったり、鑑賞するための綺麗なガラスや陶器の鉢（金魚鉢）も生産された。

金魚は、木版画でも人気があった。金魚の優雅な動きは「浮世」を表現することが出来た。その浮遊美を強調するために優雅な長い尾びれを持つように品種改良された金魚もあった。歌川国芳は、金魚を描いたことで有名である。

その他の動物

木版画には、ペットとして認識されていない動物も登場する。鷹狩り（鷹などの調教された猛禽類を使った狩りのこと）は、武士に人気の娯楽だった。猿の調教師（猿まわし）は、余興のために猿に芸をさせ披露した。田舎では、牛や馬が農耕や運搬に使わ

れていた。オウムやラクダ、ゾウなどは外国から輸入されたエキゾチックな動物として描かれた。

6　江戸の美食

五街道は、江戸に特産品を持ち込むことを容易にした。それが新しい食を楽しむことを可能にし、新しい料理を生み出したのである。木版画には、江戸の人々に愛された美食の数々が描かれている。日本橋川の北岸では、旬の新鮮な魚介類が手に入った。築地市場が開場するまでの300年以上の間、17世紀初頭に設けられた魚市場は、江戸の人々の食生活を支えてきた。

ソウルフード

江戸の「ソウルフード」といえば、そばや握り寿司(海苔の有無にかかわらず、酢飯の上に新鮮な魚を添えたもの) が思い浮かぶ。これらの料理は古くからあるものだが、その製法は、江戸時代に磨かれ、洗練された。蕎麦は、素材のシンプルさと色々な食べ方で人気を博した。特製包丁（そば切包丁）が作られ、麺が作られた。江戸市内のどの地域にも1軒か2軒の蕎麦屋があった。

高級料理屋や屋台

今日のような寿司の様式は、江戸時代後期（1820～30年代）に人気を博した。当時はすでに高級料理屋と屋台がたくさんあり、寿司だけでなく、うなぎの蒲焼や天ぷらも提供され、大衆が利用できた。

懐石とグルメガイド

希少で贅沢な食材を専門とする高級料理屋の急増により、懐石料理（伝統的な日本の複数メニューをコースにした上流の料理）が確立された。これらの料理屋の多くは街の郊外にあり、庭園を見下ろす2階席がある料理屋もあった。料理人や料理屋経営者によって五感を刺激するような料理が提供された。競争の激しい食品業界は、グルメや旅行者に支えられ、ガイドブックの需要を生み出した。絵師の版画や絵画は、食文化の普及に大きな役割を果たした。

7　庭園 - 花への愛

古事記には、穀物や材木のほか、桜や椿なども登場する。日本には植物の美しさを愛でる習慣が古くからある。江戸時代、庭師たちは植物を採集し、中には珍しい品種や栽培に適した器に夢中になる人もいた。特別なコレクションを記録するために、イラスト入りの本が出版された。

菊 - 菊

秋に咲く花である菊は、日本で非常に人気がある。長寿の象徴であり、皇室と常に結びついている。菊は奈良時代（710～94年）に中国から持ち込まれた。菊のデザインは、鎌倉時代（1185～1333）に皇室のシンボルとなった。当時は盆栽や寄せ植えも人気を博し、花や木を楽しむために栽培されるようになった。

園芸の流行

政治の安定に伴い、江戸時代には園芸文化が花開いた。大名屋敷を管理する武士階級を先頭に、園芸は急速に一般大衆にも広まった。徳川家の三代にわたる将軍（家康、秀忠、家光）は花をこよなく愛し、特に椿を好んだ。多くの大名も園芸を趣味とするよ

うになった。観賞用植物や花と共に野菜や薬草を育て、屋敷の敷地を一変させた。花、鉢植え、苗木が、将軍や大名の間で贈答品として交換された。園芸は、平民の間でも本格的な趣味となった。籠の付いた天秤棒を肩に担いだ花売りの姿や声は、町の至る所で日常的な光景となった。

花見

室町時代（1336 - 1573）から江戸時代初期にかけて、花見に出かけることが盛んになった。京都の醍醐寺で盛大に行われた、有名な醍醐の花見をはじめ、大名は大規模で贅沢な花見を行った。花見は、かなり前から行われていたが、徳川家の将軍吉宗(在位1716 - 45）が、庶民の娯楽のために各所に桜を植樹したことから人気となった。

8 季節の行事

あらゆる階級の人々の楽しみであった季節の行事や娯楽は、絵師にとって格好の題材であった。こうした行事の多くは今日でも行われており、浮世絵は伝統と習慣が如何に存続し進化したかを示す貴重な歴史的記録となっている。

五節句

五節句とは江戸時代に宮中で行われていた５つの節句のことである。旧暦の特定の日が人生にとって重要であるという考えに基づき、季節の食べ物や花で祝ったものである。

人日 - 1月7日、新年の行事のひとつ。

上巳 - 3月3日。桃の節句とも呼ばれる。廷臣や官吏は、宮中の御苑の遣水に盃を浮かべた。客人はそれぞれ盃から酒を飲み、歌を一句詠む。雛祭は現在でも3月3日に祝う。

端午 - 5月5日、菖蒲の日とも呼ばれ、夏と梅雨の始まりに当たる。現在は、5月5日はこどもの日であり国の祝日である。

七夕 - 7月7日。たなばたとも呼ばれ、年に一度、織女（ヴェガ）と牽牛（アルタイル）の星が出会うことを祝う。

重陽 - 9月9日。菊の節句とも呼ばれ、米の収穫とも関連がある。

その他の行事

五節句の他にも、広く親しまれた季節の行事があった。春に行われた花見は、おおかた物見遊山を兼ねていた。3月や4月には、干潮時の汐干狩りが人気の行楽であった。

夏の川開きには、多くの人たちが隅田川花火大会を楽しみにしている。12月下旬に餅用の米をつくのも、年の終わりと新しい年の始まりを告げる、長く続いてきた日本の風習だ。神様に供えた餅を食べることで、来る年の健康を祈る。

9　絵師の原画

西洋の注目を集め、グラフィックデザインとして紛れもなく素晴らしい木版画だが、それらを制作した絵師たちは、ほとんどが、自分たちを画家であると考えていた。彼らはしばしば「自らの『筆』によるもの」として、版画にも絵画にも署名をした。中には評判になると、版画のデザインをやめて本格的に絵を描くようになった絵師もいた。

顧客

人気の出た絵師は、収集家から直接、あるいは仲介人を通して特別に依頼された仕事を受けることがあった。通常、これらの注文は掛軸用であった。珍しいものとしては、木版画や屏風絵などがあった。絵の注文を引き受けることは、絵師としての真の実力が試されると考えられた。彼らは繊細な筆遣いの中に自分自身を最大限に表現し、様々な陰影や色調を操って抽象的に描くか写実的に描くかを決める。日本では、この種の絵画は肉筆画と呼ばれる。

肉筆画

肉筆画は、筆と絵の具を用いて、紙や絹に描かれている。ほとんどが木版画の下絵も描く絵師によって制作された。そのため多くの肉筆画は、題材とスタイルが浮世絵版画に近いものが多い。今日、16世紀後半から17世紀前半の筆で描かれた類の絵画を広く「肉筆画」と呼んでいる。また、19世紀後半から20世紀前半の日本画（伝統的な日本絵画）家たちによる近代的な作品も「肉筆画」と呼ばれている。

10 浮世絵の制作

大量生産により木版画は大衆文化の一部になった。浮世絵は憧れの芸術作品であると同時に、重要な情報媒体でもあった。浮世絵の市場は競争が激しく、人々の関心を引く絵を考案する為に絶え間ない努力をした。

分業制

浮世絵は大量に制作され、書店(絵草紙屋)で販売された。浮世絵は、出版社(版元)、下絵を描いた職人(絵師)、版木を彫った職人(彫師)、そして色ごとに個々の版木に絵具を乗せ、圧力をかけることで版画に着色する職人（摺師）の共同作業のたまものである。

全権を握る版元

下絵を描く絵師が注目されやすいが、実際には版元の企画力、そして彫師と摺師の技術が売れ行きを左右していた。浮世絵は営利目的で販売されたため、ほとんどの場合テーマ設定、絵師、彫師、摺師の起用、彫りや摺りの技法選定の権限を版元が握っていた。したがって、浮世絵は利益を挙げるために版元

によって演出された、共同の芸術的創造性による創作品である。

浮世絵の受容

浮世絵の鑑賞者には富裕層も庶民も含まれていた。浮世絵は手ごろな価格で簡単に購入することが出来た。絵師達はトレンドを先取りし、常に流行の一歩先を行くよう期待されていた。このような競争の激しい環境の中で、需要に応えまた従来の表現法へ挑戦するため、才能ある絵師達が何世代にも渡り現れた。絵師は一般大衆を喜ばせるために常に革新的なデザインを求めていた。