

日本再生の1950年代

——想像力と手法の模索

森仁史

はじめに

日本の戦後復興は戦争が終わって直ぐにはなく、1950年に勃発した朝鮮戦争による特需景気に始まっている。戦後日本は政治的にはなく、まず経済的な地歩を固めることから復興への道を見出し、これを足掛かりにいわゆる「奇跡の復興」に踏み出すことができた。しかし、そうした方向と手段に最初から自信があったわけではなく、敗戦という眼をそらすことができない現実、あらゆる意味——軍事的、政治的、経済的、科学的、技術的……——で打ちひしがれた状態からどう立ち上がればいいのか、その根拠を見出すためにそれこそ必死の思いで模索を続けたことを見逃すことはできない。つまり、敗北は理念の上でも現実の上でも、明治以来追求してきたものを打ち捨てなければならないのだから、どこに、またどのように拠りどころを求めればいいのか、その追求は絶望と隣り合わせの必死の闘いにならざるを得なかった。

本稿では、1950年代のグラフィックデザインの成果がこうした時代情況と無関係ではなく、むしろこれを課題として意識せずには前に進めなかったからこそ産み出され得たものとして考えてみたい。そのため具体的なプロセスの検討の前に、当時デザインを取り巻いていた状況のうち物的な環境と精神的環境の分析を折り込みつつ、具体的な経過をたどることとする。

1 遺産としての戦時

戦争が終わって、雨後の筍のごとく次々に創刊された雑誌は、印刷物に飢えていた日本人に内容やデザインに拘らず歓迎され、もてはやされた。しかし、混乱期を過ぎると生き永らえるものと、短命に終わるものが選別された。その雑誌群は戦時の国策宣伝活動で才能を鍛えられた人材によって担われていた。

例えば、戦後の大衆ジャーナリズムを代表すること

になる『平凡』（1945年11月創刊）は大橋正の表紙デザインと清水達夫の編集というコンビで創刊されたが、この清水、大橋を組ませたのが岩堀要之助 [1] であり、彼らは大政翼賛会の宣伝業務で互いの腕を認め合った間柄であった。彼らは庶民感覚から遊離せず、同時にかけがえのない平和をそこここに滲ませる誌面によって、徐々に戦後雑誌の王者に成長する [挿図 1]。あるいは、同じく大政翼賛会で活動していた花森安治は『美しい暮しの手帖』（1948年創刊、1953年から『暮しの手帖』（no.1-226）という、庶民のレベルからあたらしい生活を創造していく姿勢を貫くことに生きる路を見出し、戦後民主主義のひとつの典型ともいべきジャーナリズムの型を創り出して、装幀、編集に腕を振るった。それが花森にとって戦時の活動の裏返しであることは言うまでもない。また、日本工房を率いた名取洋之助は、1948年に『週刊サンニュース』を創刊したものの撤退、その後1950年に『岩波写真文庫』（no.1-212）で単行本によるグラフィズムという新しいジャンルを開拓し、レイアウトと組写真の魅力をジャーナリズムにもたらした [2]。

また政府のデザイン指導機関であった工芸指導所（1952年から産業工芸試験所と改称）も、戦時には物資節約のための国民家具デザインや軍事技術としての合板開発、接着剤研究などの領域でかろうじて活動を維持していた。戦争によって日本国内の殆どの生産拠点を破壊され、また軍事にかかわる生産を禁止された戦後の体制下では、伝統技法による製品か雑貨品の輸出振興が追求すべき課題となった。なぜなら、賠償償還のためには外貨獲得こそ国家的急務だったからである。指導所が1928年に創設されて以来一貫してデザイン指導の根幹とした課題であった日本製品の輸出振興に、急速に立ち返る必要があった。

戦前までの日本のデザインへの主要な影響はドイツに源があり、インダストリアルデザインにおけるパウ

ハウスやブルーノ・タウトを通じた機能主義、印刷媒体におけるレイアウト技法やアイソタイプ技法もみなドイツから学んだものであったが、こうしたデザイン関係者の見方を変えたのは、占領軍が具体的施策のなかで垣間見せたデザイン水準と、その圧倒的な物量であった。

まず、1946年4月にGHQから日本政府に來日軍人のための住宅2万戸の建設とその什器の支給が命令され、商工省を通じ工芸指導所に衣服タンスほか30種の設計が発注された。いわゆるディペンデント・ハウスと呼ばれる規格住宅である【挿図2】。これ以外に食器や日用品が日本政府から各メーカーに発注された。これらは敗戦国の義務であったが、規格化された家具が日本でこれほどの規模で生産されたことはなく、殆ど初めての量産家具製造の経験となった【3】。しかも、これを監督したGHQのクルーゼ少佐はきわめて当然の要求として、一定水準以上の機能性とそれを支える簡潔な造形を要求した。建築家であったクルーゼはスウェーデン・モダンに影響され、簡潔で機能的で実用的なデザインを要求したが、1930年代に機能主義の洗礼を受けていた工芸指導所の設計者ですらこの水準を満たすことはなかなか難しかった。逆に言えば、機能主義デザインの実験はそれまでに10年余り行われていたにもかかわらず、充分実用的な水準には達していなかったとも言える。すでに戦前1930年代の市場調査によっても、日本の関係者はアメリカ合衆国では歴史主義的デザインと一般市民向けのモダンデザインに分化発展している実態を報告してはいたが【4】、この事実はアメリカのデザイン力を知るうえで日本国内の関係者にとって衝撃的ではあった。

このこととはほぼ同時期になるが、GHQ民間情報教育局(CIE)は主要都市に23館の図書館を設置し、都内では新宿と有楽町に2館が設けられた。ここではアメリカを中心とする最新の雑誌、図書が大量に開架で提供されたため、デザイン、建築ばかりでなく科学、機械製造など日本がこの時点で世界に大きく立ち遅れていた分野の最新情報を得ることができると同時に、そのなかを示されたアメリカデザインの国際的地位も急速に明らかになった【5】。つまり、アメリカで

は1930年代にバウハウス関係者の移住やモダンデザインを支持する中間層の形成によって、1940年代にはアメリカ社会がデザインでも世界をリードできる力を獲得していたという認識を、日本の関係者が共有するようになった。こうしたアメリカから豊富にもたらされる情報の提供には、1950年以降に急速に進んだ米ソ東西対立下でのアメリカの囲い込み政策という意図が潜んでいたことも見逃せない。

2 伝統——自覚と発見

すでに1930年代において雑誌『NIPPON』や国際文化振興会によるいわゆる外客誘致のための海外向け宣伝活動は、国際標準となっていた組写真と誌面レイアウト、それに際してのアイソタイプの活用やフォントの選択などという技法を身につけていた【挿図3】。しかし、これらの先端的活動は日本工房(名取洋之助、山名文夫、河野鷹思、亀倉雄策)、東方社(原弘、蓮池順太郎、高橋錦吉、多川精一)、報道技術研究会(山名文夫、前川國男、今泉武治、新井静一郎)などごく一部のデザイナーがかかわったものであり【6】、とくに1940年代の活動は軍事行動との連携のもとに展開されたので、広く周知されていたとは言いがたかった。

だから、多くの実験と経験を経たデザイナーほど戦時の資産を利用することができ、その水準は際立っていた。例えば、50年代初期の今竹七郎と宮永武彦を比較すると、今竹が伝統的なオーガニックな造形と大き目のゴシック体を組み合わせることで古いものの新たな発見を印象付けているのに対し、宮永は画家としてのあるがままの現在をただ具象化して日本を表現しようとしている。この差は今竹の戦時宣伝における体験に由来するとは思うことができるのではないかと。

さらにまた、戦後日本の再生が皇国史観の否定から出発しているのであるからには、「伝統」というモチーフすら取り上げることすら躊躇しなければならない状態だったことを思い浮かべる必要がある。それゆえ、旧来の伝統を否定しつつ、かつ新たな視点で自らの誇りを固有の伝統から掘り起こすという営為がどうしても必要となったのである。こうした心情と意識のアン

ビヴァレントなせめぎあいが1950年代に展開されたいわゆる「伝統論争」の出発点となっていることを認識しないと、ここで議論されたことの意味を正しく受けとめることができない。

1947年、谷口吉郎は『藤村記念館』**[挿図4]**を地域住民との協力を基盤として完成させた。谷口はこのとき在来の日本の伝統家屋の造形を強調することによって、歴史的風土とそこに生い立った作家の精神を表現しようとした。谷口は「文化とは無形なもの」ではなく、むしろ「『形ある物』にまで結実されねばならぬ」とし、それによる「現代に相応しいスタイルの探求」**[7]**が目標であるとした。その発生の期に「清純な美」こそが「簡素な美」なのであり、これこそが日本の現実に生まれねばならないと強く自覚していた。こうした谷口の根拠が故郷である古九谷の作品や千利休の営為にあることは自明であった。1951年に猪熊弦一郎は「日本古代文化展」(於東京国立博物館)を見て、埴輪の「シンプルなもの、美」こそ「世界性」があるのだと主張した**[8]**。これらの背景には、世界平和への希求とアジア・アフリカの民族的覚醒に基づく西欧的価値観の克服願望を指摘しておく必要があるだろう。また、1956年のスターリン批判以前では、社会主義による資本制生産の克服もありうべき路であったので、後進地域勢力が世界平和を達成することには充分リアリティが存在していた。

1950年来日し、デザインと美術に大きな波紋を投げかけたイサム・ノグチは、日本の古代文化に対して猪熊と見解を同じくしていた。ノグチは谷口吉郎に依頼され、谷口が設計した慶應義塾大学校舎に新万来舎と名づけられたゲストルームの庭とインテリアを完成させた。これには猪熊と剣持勇が協力したが、これは素材において日本の伝統を意識しつつ、造形意識としてはまったくモダンデザインの系譜に連なるものだった。「東洋は西洋の文明を学びましょう。そしてfreedomの世界でこそ、お互いの国々は自然とrelationshipを生んでいくのです」**[9]**との言葉を残し、日本のデザイナーに計り知れない自信を与え、進むべき方向を指し示した。それまで日本文化に絶望していた岡本太郎は、1952年に縄文土器を知っ

て、「非情なアシンメトリー、その遅い不協和のバランス」に狂喜する。それは彼が伝統を「己というものを土台にし、常にそれを通して過去を見る」**[10]**ようにしてきたからであった。これらの視点は、いずれもこの先日本の造形が拠って立つべき地点を模索する行為であることで共通のものなのである。

3 海外への展開

[1] 輸出と演示

通産省の日本経済再生の基本方針はあくまで重工業育成とそれに基づく輸出拡大、貿易収支改善であり、このためむしろ国内消費の伸張は輸出を阻害する要因とまで見なしていた**[11]**。従ってデザイン育成もその範囲内に収められ、それ以上積極的な政策を展開するとすれば、この原則とは別な次元の理由が必要であった。恒常的に輸出振興を図るために、まずサンフランシスコ講和発効の1951年、海外市場調査会JETRO(現・貿易振興会)が設立された。また1955年に創設された生産性本部は、アメリカの戦後戦略ときわめて密接な関係をもつ団体であるが、活動目標として工業生産の安定化の一項目にデザイン活動の普及が掲げられていた**[12]**。

こうした見地からは、日本の輸出拡大のための各種見本市への出品や見本市船の建造、巡航はきわめて重要な国家事業であったと言わなければならない。これらの事業は1950年代を通じて次のように矢継ぎ早に展開されていった。

- | | |
|-------|--|
| 1953年 | カナダ国際見本市(トロント) [挿図5] |
| 1954年 | 第1回日本国際見本市(大阪)
戦後日本初の本格的国際見本市 |
| 1955年 | スウェーデン国際工業博覧会(H55展、
戦後ヨーロッパで最初の国際建築、デザイン博)
シアトル国際見本市 |
| 1957年 | 第1回米国世界見本市(ニューヨーク)
第2回日本国際見本市(東京大手町、晴海) |
| 1958年 | ブラッセル万博
前川國男設計日本館グランプリ獲得
[挿図6] |

この間、見本市船として日昌丸（日本機械輸出組合、1956年）^[挿図7]、アトラス丸（巡航見本市船、1958年）、さくら丸（1962年）が次々と建造され、最初の2艘の展示設計は工芸指導所が担当した。展示デザインを見れば一目瞭然なのだが、初期の展示のいかにも外国人好みの日本趣味から、次第に洗練され、日本の伝統に基づくデザイン要素をモダンデザインの感覚で整合させていった道筋が見える。またポスター・デザインの基調も展示に同調しているように見える。この転機となったのが1955年のH55展への出品であったとされ、それらは剣持勇、丹下健三が中心となって設計したのであった^[13]。こうした経験が、ブラッセル万博での高い国際的評価として結実することになる。彼らは伝統を古い造形そのものの抜書きとしてではなく、モダンデザインの空間制作における性格づけのポキャプラーとして組み込む方法を身につけようとしていた。国際的舞台ではこうした明確な基調が必要とされ、その質が成否の鍵になっていたのである。海外の顧客にとってはそのような明確で時代錯誤に陥らない日本的個性の表現にこそ訴求力があり、市場性をもつことがここで先駆的に証明されていた。繰り返されるが、通産省の貿易政策の主眼はここにはなかった。それは政府全体の産業育成におけるデザイン政策の比重を見れば理解されるはずである。

[2] 輸出と包装

既に触れたように、日本の重工業生産は空襲によって壊滅的な被害を蒙っていたから、対外輸出は雑貨品を中心とせざるを得なかった。従って政府の輸出政策の主要なターゲットもこの分野になり、これら雑貨品の海外に対する輸送方法は、輸出拡大にとって重要なテーマとならざるを得なかった。1950年に通産省は第一回輸出包装展を開いているが、工芸指導所でも翌年4月、下丸子移転に伴う職制変更のなかで梱包技術研究を業務としてとりあげることになり、1952年には指導部、意匠部、技術部、包装部と四部編成のうちの一翼となっている^[14]。1954年3月の『工芸ニュース』は包装特集を組み、河野鷹思が日本のパッケージ・デザインを語っている。同誌にはアメリカの

『モダン・パッケージ』誌の包装計画をたてるためのチェック・ポイント表や各種の段ボール箱のデザインや展開図14種が具体的に紹介されている^[15]。

この時点で問題となっていたのは、デザインよりは具体的技術であった。例えば、1953年2月に松坂屋で開催された第3回輸出包装展で通産大臣賞を得たのは鐘淵化学工業のカネプルーフ・ペーパーであり、知事賞は菓子容器（資生堂）・鶏卵包装用パルプ成型品（大井川パルプ工業）・陶器人形の緩衝包装段ボール容器（山田ダンボール）^[挿図8]であった。つまり、入賞上位4点のうち3点が梱包材だったのである。また、同展には94社から3547点が出品され^[16]、いかにこの分野が活気づき、新しい技術開発に懸命であったかを裏付けている。もっとも主要な輸出相手国であるアメリカ合衆国では、この分野において材料でも技法でもはるかに進んでいたという現実があり、こうした基礎技術の開発がやがて日本のパッケージ・デザインの展開に道を開こうとしていた。

こうした趨勢のなかで工芸指導所がデザイナー指導のために展開した事業に、海外からのデザイナー招聘がある。また海外留学などが難しかった時代には、現に海外で活動しているデザイナーを日本へ招聘し、講義や実技指導をしてもらうのは手取り早い方法だったに違いない。日本の経済成長が進めば当然ながらインダストリアル・デザインの果たす役割はもっと大きなものになるに違いなかったが、戦前の日本の産業には陶磁器などの伝統技法を除けば殆ど工業デザインというものは存在しないに等しかった。こうした諸条件のもとに輸出振興にかかわる分野で重点的にデザイン指導を進めるためには、国が主導して海外から最新の知識、技術を注入することが必要とされたのである。

工芸指導所はまず1952年11月、第1回招聘としてロサンゼルスにあったアート・センター・カレッジ（1930年アート・センターとして創設、1949年大学に改組）から4名のデザイナーを選んだ。創設者でもあるエドワード・A・アダムス校長（生産企業とデザインの関係を担当）と、ジョージ・A・ジャークソン（工業デザインの技術、とくにモデリング）、ジョン・コールマン（エア・ブラシ、レンダリング実習）、フランク・ナカムラ（助手、渉外）で

あった。講習はAコース「生産企業とデザインの関係」(アダムス)が11月12-16日に国際文化会館で、Bコース「工業デザインの技術」(ジャーゲンソン、コールマン、ナカムラ)が11月12-30日に産業工芸試験所で開催された【挿図9】【17】。Aコースでは製品開発のシステムとマーケティングとそのフィードバックの進め方が具体的に講義された。彼らは当然のように「デザインに審美的な観点は必要ない」とした。Bコースでは市場調査からアイデア・スケッチ作成、その再検討と修正から組み立て図面とレンダリング、最終のドローイングへと進むプロセスを具体的に実技指導した。この講習はアメリカのインダストリアル・デザインのすべての課程を教授し、初めてその実際的な進歩を学ぶことができる貴重な機会となったはずである。指導では製品の開発から販売までの総てのプロセスにデザイナーがどう関わるかが明らかにされた。Aコースの講義のなかでアダムスは販売における包装の重要性を指摘し、「文字の読みやすさ、商品の特色を訴える色彩の使用、その取扱い方等の明快な表現」【18】が必要だと説明した。この主張はアメリカ合衆国では一般的だったスーパーマーケットでの販売形態を前提としていた。日本で最初のスーパーマーケットが出現するのは1952年であったが、百貨店の売上げを上回ったのはじつに1970年代末のことであり、この時点で直ちに彼らの手法が実践できないのは当然であった。しかし、その後1957年には包装の専門誌『パッケージング』(印刷時報社)が創刊されており、このことはデザイナーよりも印刷・梱包材製造メーカーの技術開発が活気を帯び、市場が確立され始めたことを物語っている。鉄道貨物においては、1952年に12.6%であった木箱は61年には1.11%に激減し、反対にダンボール箱は0.4%から10.0%に上昇しており【19】、確実にアダムスが講義した方向に日本の包装が変化していったことは紛れもない事実であった。

この講習では、たんにアメリカにおけるデザイン手法の実際を知るだけでなく、きわめてプラクティカルにビジネスとしてのデザインを明確にした点で、日本のデザイン界に大きな影響を与えた【20】。1955年には通産省最初の海外派遣意匠改善研究員として繊維・

雑貨・陶器・軽機械の各部門から1名ずつが同校に派遣され、翌年はJETROから伊東作次・栄久庵憲司・平野拓夫・永松幹生が、57年四本和巳(日産)、58年森本真佐男(トヨタ自動車)とメーカーが続いた【21】。これらの事実は、1950年代初頭に日本のデザインがアメリカの手法を手本として受容し始め、50年代後半以降この方式が日本の企業にとってもビジネスの一環としてはっきり意識され始めたことを裏付けている。また、1952年5月渡米して全米広告年次大会に出席した新井静一郎はアメリカ広告界の現状を吸収し、9月には今泉武治・山名文夫らを中心として19名で東京アド・アートディレクターズ・クラブが結成された【22】。もはやデザインのシステムがあげてアメリカナイズされてゆくのは押し留めようがなくなっていた。1961年には再び同校からパッケージの専門家マリー・B・シェリダンを招聘され、5月20日から6月14日にわたって講習と実技指導を行った。また、1956年に日本生産性本部は初めて工業デザイン・アメリカ視察団(小池新二団長ほか12名)を派遣するのだが【挿図10】、1958年には同様に包装調査団(村瀬憲臣団長ほか12名、工芸指導所から福岡和夫参加)をアメリカに派遣している【23】。

[3] 理念と現実

1950年代前半にデザインが企業戦略の一環として企業活動へビルドインされる見取り図が示され、実際に企業がそれを承認し、ひとしなみに市場競争への有力な武器として整備に励もうとしはしたが、直ぐにその成果が現われたとはいえない。教えたアメリカが手にしていた工業技術水準が日本にとっては全く未知の世界だったからである。同様に、自在なカラー印刷を可能とするオフセット印刷はすでに日本に技術として伝えられてはいたが、カラー印刷は1950年代にはまだ殆どが職人の勘に頼る手動分解製版による人工着色印刷だった。それらはなべて世界水準に対する遅れと見なされ、日本製品が二級の安売り商品として販売されることを余儀なくさせていた。

そして、1957年にイギリス訪問中の藤山愛一郎外相が英国製パッケージ・デザインを模倣した日本製品

を突きつけられ、これがきっかけとなって、デザインの模倣・盗用問題が表面化する。内外デザイン類似問題として通産省意匠奨励審議会に処方が要望されることになった結果、翌年から意匠省令審議会でグッド・デザインの選定公表を行うこととなった。これが現在に続く G マーク制度（1974 年から日本産業デザイン振興会に移管）である。さらに 1958 年 5 月には通産省貿易振興局振興部にデザイン課が初めて設置された [24]。本来企業活動の根幹に位置づけられるべきデザイン振興の発端が対外的なスキャンダル対策であったことは、きわめて象徴的だったと言わねばならない。

しかしこれは同時に、日本製品のデザインが欧米製品の補完物でないとすれば、何をセールス・ポイントとするべきなのかを考える契機となった。すでに 1950 年代前半、もう一方で模索され始めていた「日本固有のものをいかに近代性をもって表現するか」を考えるとという方向以外には方策は見出せなかったが、これはパッケージだけでなく、グラフィックやプロダクト全体を貫いて問われる日本デザイン全体の問題だった。

おそらく、商品販売の多寡を離れてデザイン全体の基本的方向を考えようとしたとき、時代を問わず常にこのテーマにたどり着くことになるのだろう。1950 年代前半のグラフィック・デザインにおいて今竹、粟津、栗谷川、宮永らはおしなべて伝統的形象（文楽人形、富士山など）を引用することで日本のイメージを表現しようとしている。しかし、こうした傾向は 50 年代半ばを境にして明らかに変化する。つまり、抽象的な構成の亀倉雄策、伊藤憲治や日本的色感を打出した河野鷹思、あるいは筆のタッチを効果的に使った早川良雄らがそれぞれに日本的個性を表現し、これらが国際的にも評価を得ていく。それはデザイナーの個人的資質であると同時に、敗戦国日本の固有の文化をどこまで咀嚼し、どれだけ自信を深められたのかに依拠しているように思われる。重要なのはことさらな日本固有の形象の表現ではなく、日本のデザイナーがモダンデザインを実践するに際して滲み出る個性を主張することが、とりもなおさず日本的であることにほかならないと気づくことであったろう。これに引きかえ、原弘は

50 年代、とくに前半は低迷している。戦時には誰よりも早くかつ深くユニヴァーサルなデザインを実践していたことからすると、やや意外に感じられるが、それはむしろ戦時において日本的個性から遠ざかることに進路をとってきたために、それが一般化されたあとでは個性を打出す方途に悩んでいたようにも思われる。

4 分水嶺から

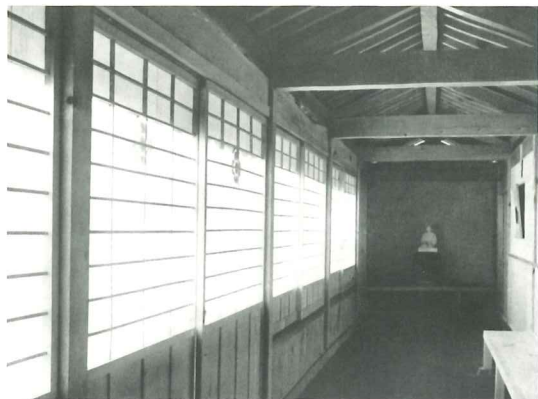
1950 年代前半には日本の貿易収支は大幅な赤字であった。好転するのは 1958 年からであり、東西冷戦構造下でアメリカの傘によりかかりつつ経済的復興に専心する、いわゆる 55 年体制が固まってからであった。これは逆に言えば、この頃から日本がそれまで保持してきた伝統的価値観や風土を失い始めたとも言える。1957 年から岡本太郎は「芸術風土記」の連載を開始し、世界的進行を謳ったアンフォルメル旋風が吹き荒れようとしていた。

第二次大戦の戦後処理は次第に東西対立の様相を深め、日本では 1951 年にサンフランシスコ講和条約が発効、1956 年には自由民主党の成立によって、経済成長を第一義とする戦後復興がシステムとして完成していく。1955 年に丹下健三は社会的尺度を基準として建物と都市計画とを湊合させる広島平和記念資料館の計画案を実現し、さらに 1958 年には香川県庁舎によってコンクリート打ち放しでありながら和風のニュアンスを表現し、戦後日本建築に伝統を表現する経路を指し示すことに成功する。丹下は「伝統のなかにある方法の発展であるのではなく、この現実と建築的実践をぶつけあうことによって発展させられる」と主張した。丹下は「現実のなかの問題」として伝統をとらえようとしており、それを「技巧的・趣味的」に陥ることを排斥しようとしている [25]。これは確かに現代の問題としての伝統との遭遇を意識するうえで真つ当な方針であるのだが、他方でその実現に現実との妥協や概念の持続的批判を招きかねない危険を孕んでもいた。しかし、谷口の指摘するように丹下が伝統とのせめぎあいのなかで必死に「典型」を捜し求めようとしていたときに、その瑞々しさと日本文化に対する信

頼は、否定しようもなく美しかったのは事実である。

1955年に『世界大百科事典』**【挿図11】**によって原弘がブックデザインに新たな指標を提出し、トヨタ自動車はトヨペット・クラウンRS（八重樫守デザイン）を発表し、その頃からテレビ・冷蔵庫・洗濯機が三種の神器と呼ばれ始めた。デザイナーの確信が形に変わる時代はもうすぐそこに来ていた。試行と熟慮の時は拡大と急展開に転換し始めることになる。このとき、走り始めた時代のテンポに応えるデザイナーはこの10年間の営為と思考を糧にするほかにはないはずであった。この意味で1950年代のデザインがとりわけ日本の個性の発見に力点を置かざるを得なかったことはその後の日本デザインにとっても重要な資源となったことは間違いないし、またそれは所与のものではなく、様々な格闘のうえに導かれたのだということをもう一度思い起こす必要があるだろう。

(神戸市教育委員会学芸員)



【挿図4】『藤村記念館』内部(1947年)



【挿図5】カナダ国際見本市日本ブース(1953年)



【挿図1】雑誌『平凡』大橋正レイアウト頁(1950年代)



【挿図2】ディペンデント・ハウス(食堂家具)



【挿図3】雑誌『NIPPON』8号(1936年)土門拳撮影頁



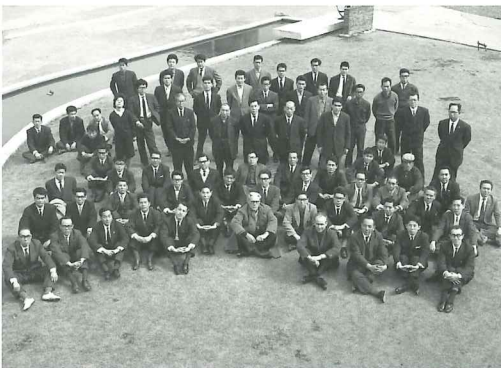
【挿図6】 ブラッセル万博日本館(1958年) 前川國男、剣持勇、山城隆一ほか



【挿図8】 山田ダンボール緩衝包装容器(1953年)



【挿図7】 見本市船記念切手 (1956年)



【挿図9】 アート・センター・スクール講師と受講生たち



【挿図10】 工業デザインアメリカ視察団(1956年)



【挿図11】 平凡社 『世界大百科事典』 (1955年)

- 【1】 拙稿「図案からグラフィックデザインへ——もしくは『平凡』からマガジンハウスへ」【大橋正展図録】松戸市教育委員会 2002年
- 【2】 白山眞理『にっぽん 1950年代——「岩波写真文庫」の世界』JCIHライブラリー 2007年、桑原涼「再発見! 戦後グラフィジャーリズム」『季刊 d/SIGN』15号 2007年12月
- 【3】 『工芸ニュース』第14巻第2号 pp.2-15
- 【4】 貿易局編・水町和三郎報告『南北亞米利加乃工芸概観』日本輸出工芸連合会 1941年、拙稿「戦時における機能主義デザイン」『20世紀における戦争と表象/芸術』千葉大学 2005年 pp.104-111
- 【5】 渡辺力『素描』建築家会館 1995年 p.37
- 【6】 山名文夫・今泉武治・新井静一郎編『戦争と宣伝技術者』ダヴィッド社 1978年 pp.9-18, 35-38
- 【7】 谷口吉郎『意匠日記』読売新聞社 1954年 p.84
- 【8】 猪熊弦一郎『最初之美・最後之美』『芸術新潮』第2巻第13号 1951年12月
- 【9】 剣持勇「工芸指導におけるイサム・ノグチ」『工芸ニュース』第18巻第10号 p.23
また、剣持とノグチの協作業については次の文献とそのなかの拙稿を参照。The Meeting and Its Meaning, Design: Isamu Noguchi and Isamu Kenmochi, N.Y., Five Ties Publishing, 2007.
- 【10】 岡本太郎『縄文土器論』『みづる』1952年2月号
- 【11】 経済審議庁『経済白書』大蔵省印刷局 1953年
- 【12】 拙稿 Japanese and American Design through Russel Wright. on www.livingwithgooddesign.org.
- 【13】 『工芸ニュース』第23巻第3号 p.45
- 【14】 工業技術院産業工芸試験所編『産業工芸試験所三十年史』工業技術院産業工芸試験所 1960年 pp.182-191, 224-225
- 【15】 『工芸ニュース』第22巻第3号
- 【16】 『工芸ニュース』第21巻第5号
- 【17】 『工芸ニュース』第25巻1号 (12月2、4日に名古屋で、6、7日には大阪でも講習会が開催された。)
- 【18】 『工芸ニュース』第25巻1号
- 【19】 宮野武雄「鉄道輸送と荷造包装雑感」『パッケージング』第60号 1962年6月 p.35
- 【20】 アート・センター・スクール『日本産業意匠の将来 アート・センター・スクール・デザインチームの報告と勧告』(産業工芸試験場 1957年)に彼らの提言がまとめられ、関係者に配布された。
- 【21】 『工芸ニュース』第24巻第5号 p.51
- 【22】 新井静一郎「広告のなかの自伝」マドラ出版 1989年、『アメリカ広告通信』(復刻)ダヴィッド社 1977年
- 【23】 『工芸ニュース』第26巻第4号 p.62
- 【24】 出原栄一『日本のデザイン運動』ベリかん社 1989年 p.163、『工芸ニュース』第26巻第10号 p.39
- 【25】 丹下健三「現代建築の創造と日本建築の伝統」『新建築』第31巻第6号 1956年6月

執筆 榊山紘一（印刷博物館館長）
柏木博（武蔵野美術大学教授）
森仁史（松戸市教育委員会学芸員）
梶祐輔（クリエイティブディレクター）
中井幸一（画家、評論家）
永井一正（グラフィックデザイナー）
細谷巖（アートディレクター）
寺本美奈子
高島直之
石井亜矢子
肴倉睦子
川井昌太郎

写真撮影 木奥恵三（作品 1-163）
トッパンアイデアセンター

写真提供 アド・ミュージアム東京
宇都宮美術館
大阪市立近代美術館建設準備室
金沢 21 世紀美術館
亀倉雄策資料室
キリンホールディングス株式会社
河野鷹思デザイン資料室
国立国際美術館
資生堂企業資料館
たばこと塩の博物館
千葉謙デザイン事務所
特種製紙株式会社
西宮市大谷記念美術館
松戸市教育委員会
武蔵野美術大学美術資料図書館
森永製菓株式会社
ライオン株式会社

1950年代日本のグラフィックデザイン——デザイナー誕生

2008年9月20日 初版第1刷発行

編者 凸版印刷株式会社 印刷博物館

発行者 佐藤今朝夫

発行所 株式会社 国書刊行会
東京都板橋区志村 1-13-15
電話 03-5970-7421（代表）
<http://www.kokusho.co.jp>

装丁・造本 美柑和俊+田中未来 [MIKAN-DESIGN]

印刷・製本 凸版印刷株式会社

ISBN978-4-336-05075-5

©2008 Printing Museum, Tokyo
Toppan Printing Co., Ltd.
All rights reserved.
Printed in Japan

本書を無断で複製・転載することを禁じます。
乱丁・落丁の場合はお取り替えいたします。

1950年代

日本の

Japanese Graphic Design in the '50s :
The Designer is Born

グラフィックデザイン

——デザイナー誕生

印刷博物館 編

国書刊行会

ポスター、新聞・雑誌広告、
包装紙、パッケージ、書籍など
500点に及ぶ作品から検証する
戦後グラフィック始源の時代。

国書刊行会 [定価：本体4,800円+税]