

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

森 仁史

グラフィックデザインという呼び名や機能はデザインの歴史のなかでは比較的新しいものである。なぜかと言うと、その表現は複製手段の開発や流通システムという優れて近代的な装置の発達によってその存在意義と影響力を発揮できるようになったからである。つまり、印刷技術の達成できる美しさやポスターや雑誌などが届けられる範囲によって、そこに従事するデザイナーの役割や志向を左右しさえしてしまうのだ。

ここでは、戦後の大橋正の活動と戦後文化の一翼を担った『平凡』の足跡に焦点をあてながら、グラフィックデザインを時代の変遷のなかで考えてみたい。

*

大橋正は1916(大正5)年に京都の花柳界に生まれ、1937(昭和12)年に東京高等工芸学校工芸図案科を出ている。彼がデザイナーとして世に出た時期にグラフィックは「図案」として個性的表現が商品や販売業者の消費者に対して購買行動に訴えかける力や魅力として価値を発揮するようになっていた。消費行動への付加価値や消費者の充足感を満たす手段として、商品のイメージをつくりだすポスターやパンフレットが必要とされたのであった。このなかで、大橋は大丸百貨店で最初から広告デザイナーとしてそのキャリアを重ねることになる。デザイン原画から描き版による凸版や金属平版にする印刷技術では、杉浦非水、多田北鳥ら作家のイメージや描線の個性こそが総てであった。大橋の初期作品の見事さはそうした制約のなかでの技量であった。(図版1~4)日本のグラフィックの動向は技法の世界水準の追尾であり世界動向の部分的な消化であった。と同時に、日本人デザイナーに日本的なるものの表現が求められていた。(図版2)世界のデザインは1940年代に入る頃には、普遍的な表現、構成的な手法へと変貌を遂げつつあった。これは日本では『NIPPON』に代表される日本工房(山名文夫、河野鷹思、亀倉雄策ら)の一連のプロパガンダ雑誌や『FRONT』などの東方社(原弘)によって達成され、グラフィック表現を描画から構成へと転換させたのだった。

*

敗戦によって価値観が一変した社会に即して、新しい文化を実体あるものとしてしようと数多く創刊された雑誌はまさしく時代の旗手であった。このなかで1945年(昭和20)年12月創刊の『平凡』(凡人社、1954年~平凡出版 図版69~79)をあげなくてはならない。その中心人物は岩堀喜之助(1910-1982)であり、彼は『時事新報』方面版記者から北支派遣軍山東省宣撫班・中華民国新民会を経て、

大政翼賛会宣伝班で働いた。徴兵から帰って直ぐに岩堀は中国帰還者のための共同農場「新しい村」造りに着手するが、翌月には雑誌創刊に転進する。⁽¹⁾彼が編集者として選んだのが清水達夫(1913-1992)であった。

『平凡』創刊号(図版69)の表紙をつくるに際し、清水は題字を山名文夫に依頼し、その原案に大橋が手を加えた。表紙デザインを頼まれ、線描による女性像を描いた。⁽²⁾その後もずっと使用され『週刊平凡』にも引き継がれる題字はゴシック体に近いものの、近代的なフォント概念の明快さというよりユニークな描き文字として秀でている。戦中の国策宣伝(図版39, 41, 48ほか)が肉太の明朝体を多用して精神性を強調していたのとは明らかに対照的だった。また、正面つまり読者の方を向いた女性像は戦時社会を抜け出した混沌のなかで社会を直視する力を漲らせていた。編集後記で「明るい表紙」と自負したように、確かに同時期に続々と創刊された雑誌のなかでは際立っていた。

しかし、山名は報道技術研究会の会長であり、大橋はその会員でもあった。そもそも『平凡』は岩堀が戦時中に知り合った『戦時画報』の用紙配給と事務所を引き継いで創刊されたのであった。⁽³⁾こうした戦時中の人的ネットワークから戦後文化の一方の旗頭が紡ぎだされていったことは極めて象徴的である。それは社会環境の激変にも関わらず、この時期のメディアの技術が戦時中に日本が獲得していた手法や技法のうえに成立し、大政翼賛会や報道技術研究会といった日本の戦時宣伝の主翼を担った人々の戦後への処方こそが戦後文化の骨格をかたちづくっていったのだ。

小説家志望であった清水には小説作家としての野心とパラレルな動機は明確であったが、岩堀には雑誌創刊の明快な動機が見当たらないように思われる。「講談社が永い間やってきた忠孝一本の思想は、あれはタテの糸です。…これに対して私は、戦後は横のモラルを確立せねばいかんと考え」⁽⁴⁾「疲れた労働者が引っくり返って読める雑誌」⁽⁵⁾を志したと言っている。反権威主義の基調が流れていた。清水は日本電報通信社(現、電通)の『日本電報』(図版32, 33 後、『宣伝』)の編集長として、1940年から表紙、レイアウトを担当した大橋とともに雑誌づくりに熱中した息のあった間柄であった。⁽⁶⁾商業宣伝が逼塞する1944年に、清水は旧知だった新井静一郎(元森永製菓広告課長)の後任として大政翼賛会宣伝班に移った。ここで知りあったのが岩堀喜之助であり、『平凡』にとってもこの岩堀の志が重要だったろう。「凡人社という出版社が大好きだから無我夢中で働いた」⁽⁷⁾という柴崎文(後、『平凡』第二代編集長)の証言はこの若い出版社のすべてを語っている。岩堀言うところの「同人」の全体会議が会社を動かしていた。こうした組織が新しい戦後文化の脈を探り当てるのはむしろ当然過ぎるかもしれない。岩堀はこの視点から「読者とともに 読者を大切に」というスローガンを掲げた。⁽⁸⁾

『平凡』が雑誌として成功したのは、1948年2月号以降に「歌と映画の娯楽雑誌」(同年3月号から「百万人の娯楽雑誌」というサブタイトルが登場している)に生まれ変わり、B5版にサイズが大きくなりグラビアページが中心となってからであった。大橋の『平凡』での役割は娯楽雑誌の生命ともいえるグラビアページの構成レイアウトになった。このとき大橋が採った手法は縁取りやカット、無理のない視線の誘導によって読者を和ませると同時に、ストーリーを強化することであった。この当時のグラビア写真は殆ど初歩的な演出写真であり、それ



大橋アトリエの清水達夫(左)と大橋正(1952年)



挿図1 『平凡』1955(昭和30)年7月号より

〔註〕

- (1) 新井恵美子『腹いっぱい食うために—『平凡』を創刊した父岩堀喜之助の話—』近代文芸社 1994年 p.10
- (2) 清水達夫『二人で一人の物語 マガジンハウスの雑誌づくり』出版ニュース社 昭和50年 p.318-319
- (3) 新井 前掲書 p.11-12
- (4) 江藤文夫『見る雑誌 する雑誌—平凡文化の発見性と創造性—』平凡出版 1966年 p.28
- (5) 新井 前掲書 p.25
- (6) 大橋 正『存在するだけで大きな安心感』『淡淡』清水達夫追悼号 1993年12月 p.59
- (7) 清水 前掲書 出版ニュース社 昭和50年 p.108
- (8) 『創造の四十年 マガジンハウスのあゆみ』マガジンハウス 1985年 p.132, 134, 360

に読者を抵抗感なく誘導することが重要であった。すでに1930年代のグラフィジャーナリズムには、ストレート写真やキャンデイドフォトを使った構成主義的な手法が多用され成功を収めていた。50年代にはグラビアや表紙の印刷技術は向上したが、グラビアを飾る写真は対象を抉り取るのではなく、スターを親しみのもてる人間として描写しようとしていた。この手法は皇太子に対しても等しく向けられた。⁽⁹⁾このため、大橋が採った手法はカットだけでなく縁取りや地紋まで総て手描きにしてヒューマンなタッチを押し出すことであった。(挿図1)

しかし、高度成長経済とメディアの急成長とによって、人々の見る愉しみを月刊のグラビアだけに押しとどめることはできなくなった。1959年4月の皇太子御成婚はテレビ契約を前年の198万件から415万件(全世帯数の23.1%)⁽¹⁰⁾へと一挙に押し上げ、国民は競ってこの一大ページントをブラウン管を通して一斉に体験した。こうした動きに追いつこうとしたのがその一月後に創刊された『週刊平凡』であった。表紙にアイデアを求めた清水に大橋は「異種交配」をサゼスチョンし、『平凡』のスターのクローズアップポートレートから明確な脱皮をアピールすることに成功した。⁽¹¹⁾活字誌面の主体も挿絵入りの小説から向田邦子を始めとする若いライターによって、見る愉しみを補完する文章に交替していった。⁽¹²⁾また、『週刊平凡』は社として初めて創刊から広告営業活動を展開した。1958年に日本の総広告費は1,000億円を超え、翌年には36%という驚異的な伸びを記録した。⁽¹³⁾このなかで、かつての図案家はグラフィックデザイナーとして時代の寵児となった。また、マスメディアによる視覚の疑似体験の拡大は一方で人間社会の自然乖離をもたらし、同時に戦前の家族制度やそれに付随する道徳観念を擬制と化し、反対に見えない共同体をメディアのうえに成立させることにもなった。⁽¹⁴⁾大人社会とは別な回路を持つ若者文化の登場である。1964年の『平凡パンチ』の登場は象徴的であった。この雑誌を成功させた表紙デザイン(挿図2)は大橋歩(1940-)であり、グラビアレイアウト(挿図3)は堀内誠一(1932-1987)であった。街が東京オリンピックに沸く頃、清水は大橋にこの雑誌のシンボルマーク(挿図4)デザインを依頼しているが、『平凡パンチ』が成功を収める刹那には大橋に活動の舞台がなかったことは確かである。

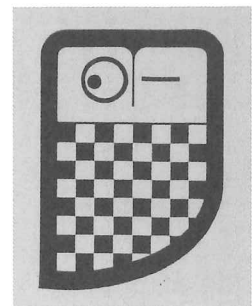
こうした日本近代の新たな様相は岩堀や清水、大橋ら戦中世代が担ってきた戦後日本の近代化の所産であり、それがもたらす相克を外在化させていった。成長と達成神話に邁進するあまり、気づかないまま自ら振り捨てたものと自ら生み出した望まざるものの確認であった。内省とエコロジカルな態度は個人生活への引きこもりとなり、日本では四畳半フォークやマイホーム主義として現象し、高度成長への反問となった。しかし、これとて豊かさの費消の方向が均質な流行からアンノン族風(『アンアン』平凡出版1970年3月創刊)な個性化に振り向けられたに過ぎず、日本文化の再発見が「ディスカバー・ジャパン」キャンペーンのような旅行ブームにさらわれたように、消費型レジャーの枠内で渦巻いたのだといえる。こうした流れに着目して平凡出版は1977年に『クロワッサン』を創刊した。大橋はこの創刊に大きく関与した。「雑誌が一番大切なのは、まず表紙だ」⁽¹⁵⁾という信念の清水は大橋の温もりのあるイラストがこうした時代の欲求にふさわしいと判断したのだった。大橋はこのときクレヨンとペンを



挿図2 『平凡パンチ』創刊号



挿図3 「パンチメンズモード」(『平凡パンチ』創刊号)



挿図4 『平凡パンチ』アイドル・マーク

〔註〕

- (9) 『平凡』1954年12月号のグラビア巻頭には、岩堀を感動させた争議後の女工たちをテーマとした「動き出した近江絹糸」に次いで、「憧れの皇太子アルバム」が並んでいた。岩堀と同じ経歴の花森安治が率いる『暮らしの手帖』が元東久邇宮妃のエッセイ「やりくりの記」(第5号掲載)で経営を立ち直らせたこととパレルなように思われる。
- (10) 内川芳美編『日本広告発達史』下 電通 昭和55年 p.321
- (11) 註6 p.192
- (12) 新井 前掲書 p.178-179
- (13) 内川 前掲書 p.244
- (14) 中野収『戦後日本の世相を読む』岩波書店 1997年
- (15) 清水 前掲書 p.104



挿図5 「クロワッサン」創刊号

用い手書きを強調した女性像で創刊号の表紙(挿図5)と宣伝ポスターを制作した。しかし、雑誌がターゲットとしたキャリアウーマンにこのメッセージはふさわしいものではなかった。それは清水や大橋の読み違いであり、カタログ文化を掘り当てた『ポパイ』(1976年創刊)以降のマガジンハウス(1983年に『平凡出版』から改称)の活動領域に岩堀を含めた世代の役割がそぐわなくなったことをあらわにしたのだ。70年代には成長への反問にノスタルジイをとり合わせてみても、個人化へと踏み至っていた人々の意識には届くすべがなかった。

しかし、戦後日本が経済的にもっとも高揚したバブル期に消費者は個別に分かれながら購買行動に埋没しつつ、そこに自分自身の投影を危ぶむ契機もうまれた。つまり、価値や充足への飢えではなく等身大の自己像の確認のほうに安心感を求め始めていたのだ。人々が物の豊かさから心の豊かさ意識を切り替えたのは1980年のことであった。⁽¹⁶⁾1970年代にメインテーマとなってきた大橋の食材の細密描写(図版202, 212ほか)は大橋自身の自己確認作業でもあったと思える。そうすると、大橋は自らのデザイナーとしての出発から終焉までをかけて、日本のグラフィックデザインが半世紀をかけて螺旋を一周するプロセスを歩んだことになる。それはデザイナーとしてひとつの歴史サイクルを丸ごと表現したことになるが、デザインを消費するものも産み出すものともに自己像の発見に至ったのは歴史のめぐり合わせなのか近代日本の着実な成熟の故なのか、まだ時代は判定を下せていないように思える。

(松戸市教育委員会学芸員)

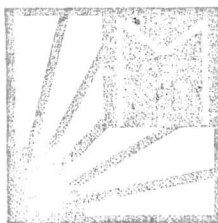
〔註〕

- (16) 内閣総理大臣官房審議室編『国民生活に関する世論調査』大蔵省印刷局 昭和33年～平成9年

暮らしを彩ったグラフィックデザイナーの60年

大橋 正展

2002年9月1日(日)～9月29日(日)



松戸市立博物館

主催：松戸市教育委員会・(財)松戸市文化振興財団

後援：(社)日本グラフィックデザイナー協会

キッコーマン国際食文化研究センター

写真提供

大橋 昭

キッコーマン国際食文化研究センター

武蔵野美術大学美術資料図書館

写真撮影

内田芳孝（ノマディック工房）

小林嘉樹

輸送・展示

株式会社ビコン

会場設営

株式会社東京スタデオ

額装

有限会社メセナ

修復

小林嘉樹（小林絵画保存修復工房）

暮らしを彩ったグラフィックデザイナーの60年

大橋正展

会期：2002年9月1日(日)～9月29日(日)

会場：松戸市立博物館

主催：松戸市教育委員会・(財)松戸市文化振興財団

担当：松戸市教育委員会・社会教育課美術館準備室

構成：田中典子

制作：共同印刷株式会社

発行：松戸市教育委員会© 2002年8月31日

〒271-8588 千葉県松戸市根本356

電話047-366-7463
