

1930年代末の「産業美術」について

——『デセグノ』と『芸術と技術』にみる「商業美術」思潮からの脱却

川瀬千尋

はじめに

1937年の日中戦争開戦にともない、日本は軍国化の一途を辿る。自由主義経済から統制経済への移行を背景として「産業美術」という美術のジャンルが興ったが、先行研究においてそれは国策宣伝機関の名称として採用され、商業宣伝から国策宣伝へと仕事内容を拡大した「商業美術家」が、すなわち「産業美術家」であったと指摘されているに過ぎない⁽¹⁾。一方で山名文夫(1897-1980)は『デセグノ』(多摩帝国美術学校図案科会機関誌)に拠った人たちは「他の商業美術団体にはあまり接しない前衛的別派的存在」であり、更に「デセグノとは別に『芸術と技術の会』を起し、(中略)戦時体制下の全日本産業美術連盟や日本産業美術協会とはアンチテーゼを持った産業美術の運動を推進した」⁽²⁾と述べ、戦時下の産業美術に関わる複雑な様相について示唆していた。

戦後1950年代から60年代にかけてのグラフィックデザイン界で大きな役割を担った日本宣伝美術会の源流が1938年4月結成の広告作家懇話会⁽³⁾にあることは多くの作家が残した回想文によって明らかにされているが、この会は戦前に目立った活動をしておらず、不明な点が多い。しかし、山名が指摘した産業美術の思潮は、広告作家懇話会の主要メンバーが抱いていた革新的な芸術思想と共通するものであり、戦前の彼らの活動を考察する上で重要な意味を持つと考えられる。

本稿では、まず「商業美術」の概念とその周辺について整理する。次に『デセグノ』と『芸術と技術』において展開された商業美術批判の動向を追い、その延長線上に興った産業美術について検討する。さらに、産業美術の思潮と広告作家懇話会のメンバーが抱く芸術思想との間に見出せる共通点について考察を行う。

第1章 濱田増治による商業美術と1920-30年代のグラフィックデザイン

(1) 先行研究における商業美術の位置づけ

美術史において、濱田増治(1892-1938)が提唱したとされる商業美術⁽⁴⁾はモダニズムを代表する芸術分野のうちの一つとみなされており、多くの研究が進められている。川畑直道氏は商業美術を「デザイン啓蒙運動」とみなし⁽⁵⁾、その語が一般社会に認識されるようになった要因として、展覧会の開催とジャーナリズムの拡充という2点を挙げている⁽⁶⁾。また田島奈都子氏は濱田増治が中心的な役割を担った商業美術家協会⁽⁷⁾の結成(1926年4月)の背景にある、商業宣伝の専門誌『広告界』と同協会との連携関係について言及している⁽⁸⁾。一方で前村文博氏は、1927年2月に発行された『商業美術第一回パ

ンフレット』に所収された「商業美術家協会設立趣意」から、濱田自身が商業美術の性格を「目的の芸術、手段のための芸術」、「最も多数者に話しかけやうとする芸術」、「实际的な効用をもつ芸術」という3つに大別している点を明らかにしており、商業美術の概念を具現的に示す役割を担ったものが『現代商業美術全集』(図1)であったと分析している⁽⁹⁾。

また、「目的のための芸術」の「目的」を、「受け手である大衆(美術に対する教養を持たない人々)にとって実用として、娯楽として楽しむというものであり、『芸術のための芸術』がゆきづまりつつあった当時の美術界に一石を投じるものであった」と解釈している⁽¹⁰⁾。また、広告史やメディア史の分野においても濱田が主張した商業美術の概念が変革期を創出した点について評価がなされている⁽¹¹⁾。

七人社や商業美術家協会が、「展覧会を敢行したことは、むしろ、純粋美術家の社会的優越性に対する挑戦であったとも見られる」⁽¹²⁾と濱田自身が言明しているように、先行研究からは大衆との関係を重視した商業美術が社会的な地位を獲得すべく純粋美術に対抗して多くの展覧会を行い、ジャーナリズムと協力したことから多くの発言を専門誌に行ったことが明らかになった。

(2) 濱田増治による商業美術の対象

濱田の主張する商業美術の具体的な対象について、前村文博氏は『現代商業美術全集』全24巻の内容を検討することから、グラフィックデザインの領域だけでなく、建築やディスプレイデザインなどの領域に加えて、映画や漫画、挿絵や劇、商品、運動宣伝なども含まれていた点において、「大衆にひらかれた美術という理念」を基盤として商業美術に含まれるジャンルの多様性を指摘している⁽¹³⁾。

ここで、『現代商業美術全集』の刊行から約5年を経て1935年に濱田が執筆した『商業美術構成原理』を対象として検討したい。濱田は、純粋美術、工芸美術、商業美術の中でも特に商業美術が経済に立脚した実用的な美であり、「人間の生活目的」の上に「創作の基礎」が置かれていることを強調し、その優位性を説いている⁽¹⁴⁾。ここ

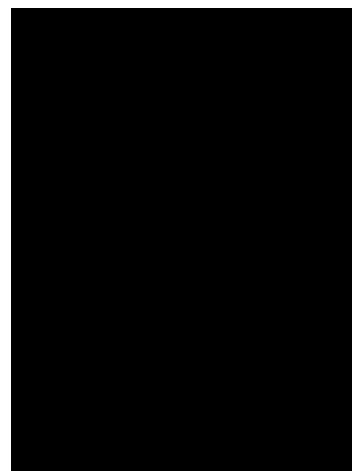


図1 『現代商業美術全集』第1巻外箱

までは『現代商業美術全集』での主張と変わらないが、同書において試みられた「商業美術の範囲と種類」という分類は以下のようなものであった。

- ①「顧客を吸収するための商業美術」
店舗の設備、商標、看板、目印等に属するもの、或は陳列、店頭装飾等
- ②「顧客を吸収せんとする前提として行はれる宣伝広告に関する商業美術」
引札、新聞雑誌広告、ポスター広告、口上等、積極的な宣伝に併せられるもの
- ③「顧客に十分の要求を喚起するために試みられる商品製作其物に関する商業美術」
商品の体裁、品質、容器包装等、直接顧客に働きかけるもの
- ④「顧客との接衝、説明紹介等を容易ならしむるために試みられる商業美術作品」
商品図解、カタログ、説明書等、販売の補助をなすもの⁽¹⁵⁾

この分類を見ると、商業美術の範囲は『現代商業美術全集』刊行の頃に規定した範囲よりも狭められ、宣伝を目的とするものへと限定されていることがわかる。また②に関しては、特に「商業美術の主要な本体とも見られるべきもの」との記述が見られた。更に、1937年に刊行された『商業美術講座第一巻・入門編』において、濱田は「商業美術なる概念はポスターの概念を根幹として発達する」と述べ、その発達した形式は、広告冊子や新聞広告等の平面的なものと看板や店舗の構成等の立体的なものであると論じている⁽¹⁶⁾。これらの刊行物からは、濱田自身がポスターを重要なものとして捉えていたということと、当時において商業美術から連想される概念が平面的な媒体を介した視覚的な宣伝物であり、現在のグラフィックデザインに近いものであったということがわかる。

(3) 1920-30年代の団体結成ブームと商業美術

次に濱田増治が中心的な役割を担った商業美術家協会以外の団体に視点を移し、商業美術の周辺を見ていく。

1920年代に結成された七人社（1925年結成）、商業美術家協会（1926年結成）、実用版画美術協会（1929年結成）はデザイン啓蒙の活動を牽引した代表的な団体であるが、山名文夫が「〔昭和〕10年ごろになると全国的に20団体を越え、集団活動のブームが起こった」⁽¹⁷⁾と述懐しているように、1920年代から30年代にかけては他にも多くの団体が結成されている。濱田増治の提唱した商業美術という語が一般に最も広く知られた言葉であり、それを端

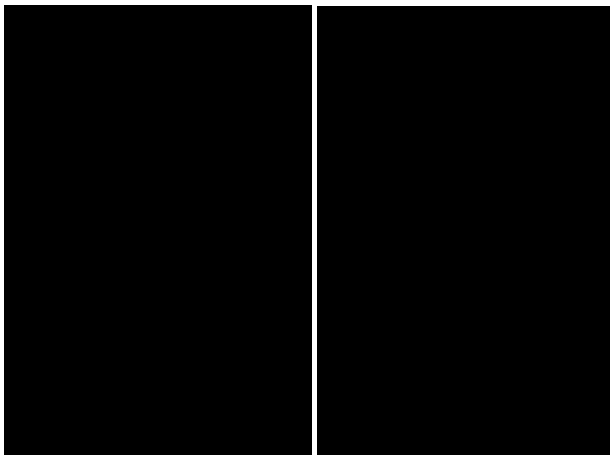
的に表す事象として30年代半ばに日本国内の有力な団体を糾合する全日本商業美術連盟（1938年に全日本産業美術連盟へと改称）が結成された。その一方で杉浦非水（1876-1965）の主張した「図案」そして多田北鳥（1889-1948）の「実用美術」、また山名の言う「広告美術」⁽¹⁸⁾など、それに類する言葉も広まっていた。しかし、それらの名称は商業美術と主張の違いこそあれども、大きくくりとしてはグラフィックデザインを中心として、商業宣伝の方面や大衆の文化的な生活の方面から社会との密接な関わりを主張した芸術のジャンルであり、社会的な地位の向上や技術の向上を図るために団結して研究を行っていたことが指摘できる。

第2章 『デセグノ』誌上の商業美術論争と産業美術の萌芽

(1) 多摩帝国美術学校の設立と『デセグノ』の創刊

このようにして商業美術は社会的な認識を得ていくのであるが、1930年代後半には理論的な立場から商業美術の思潮に異を唱える動きが生じた。それは、多摩帝国美術学校図案科会⁽¹⁹⁾の機関誌『デセグノ』創刊号（図2）における企画、「商業美術とは何か」に端を発した「商業美術論争」である。商業美術論争は、商業美術という概念を根底から問い直し、それに代わる芸術分野を打ち立てようとした点で大きな転機であった。

多摩帝国美術学校（現・多摩美術大学）は1929年開設の帝国美術学校（現・武蔵野美術大学）の移転問題をめぐる紛争の後に分裂し、1935年9月に開設された。帝国美術学校で工芸図案科長を務めていた杉浦非水は多摩帝国美術学校に籍を移すと同時に、校長と図案科主任教授を兼任した。図案科の指導者および学生は帝国美術学校



左 図2 宮長兵衛（宮桐四郎）装幀『デセグノ』創刊号表紙 1936年5月
右 図3 杉浦非水 ポスター《杉浦非水図案生活三十年記念連合展覧会》1936年8月

工芸図案科から移籍したかたちであり、非水、新井泉（新井参夫・新井泉男・鈴木三男・本名＝竹内三男：1902-1983）、小池巖（生没年不詳）など七人社の同人や非水の門下生が指導にあたり、それに染織工芸の木村和一（1888-1963）が加わっていたという⁽²⁰⁾。このような講師陣のなかでも1925年に七人社の創立メンバーとなり、同年に東京美術学校図案科を卒業した新井泉は特に学生から熱い支持を得ており、池辺義敦（1902-1989）との共著『ポスターの理論と方法』（アトリエ社、1932年）や『ポスターの科学的研究』（ナウカ社、1934年）に見られるようにロシアを中心としたポスター研究に力を入れていた。また土方重巳（1915-1986）によると、新井泉が1936年に香川県立工芸学校へ移り実技の指導者を失ったことから、学生がひとつの学級単位で「研究室」をつくり、自主的な研究活動を行うようになったという⁽²¹⁾。

そして1936年には非水に縁の深い七人社、多摩帝国美術学校図案科会、新図案家集団、構図社といった4団体合同の「杉浦非水図案生活30年記念連合展」（図3、4）が開催された。なお、多摩帝国美術学校図案科会の基礎は帝国美術学校工芸図案科の第1回、第2回卒業生によって1934年に結成された新図案家集団⁽²²⁾にあり、非水をはじめとする図案科教員や新図案科協会を含む卒業生や学生を会員として結成されたという⁽²³⁾。

1936年5月に「商業美術特集号」として創刊号を刊行した『デセグノ』の題名は、平松幸彦（生没年不詳）が「画、図、図案」などの意味を持つエスペラント語「desegno」を誌名として採用し⁽²⁴⁾、委員が賛成したことによって決定したという⁽²⁵⁾。第1号の巻頭言によると「図案とは、商業美術とは、工芸とは何か」という問題の研究を目的としているという点、そして非水の図案生活30年を記念する運動の一環であるという2点を軸として創刊されたものと考えられる⁽²⁶⁾。なお、あとがきには非水を慕う作家だけの内部的な機関誌ではなく、広く

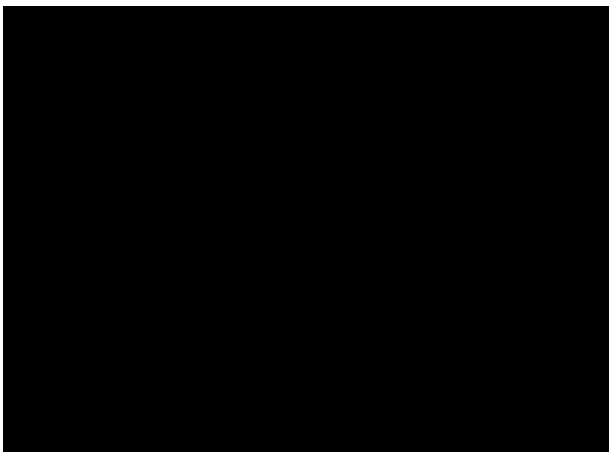


図4 「杉浦非水図案生活三十年記念連合展」『広告界』第13巻第8号 1936年8月

「図案界の人々」にとっての研究雑誌としたいという抱負が述べられており⁽²⁷⁾、実際に図案科会会員以外の執筆者も多く見られ、舞台装置家の吉田謙吉（1897-1982）や美術批評家の瀧口修造（1903-1979）、そして福沢一郎（1898-1994）や長谷川三郎（1906-1957）など前衛美術の作家のほか、片野一男（生没年不詳）、高橋錦吉（1911-1980）、山名文夫などといったグラフィックデザイナーの名前が散見された。

『デセグノ』は1年に2、3冊のペースで刊行され、1939年12月までに計10冊が刊行された⁽²⁸⁾。第5号から第7号にかけて裏表紙に「a magazine devoted to the study of design」の副題が添えられることとなり、その副題は第8号から第10号にかけて表紙へと移り、「a magazine devoted to the study of industry art」へと変更されている。ここからは、『デセグノ』の扱う内容が商業美術を意味する「Commercial Art」ではなく「Design」を意識したものとなり、更に変更が加えられていることから、「産業美術」に通じる「Industry Art」への意識が強まっていることがうかがわれる。これに関しては、1934年刊行のハーバート・リード（Herbert Read、1893-1963）による著書 *ART and INDUSTRY*⁽²⁹⁾ やイギリスの雑誌 *Commercial Art and Industry*（1926年に創刊された *Commercial Art* から1931年に改題）が1936年7月に *Art and Industry* へと改題されたこと⁽³⁰⁾ が関係している可能性も指摘できる⁽³¹⁾。

編集兼発行人は、創刊号から第3号にかけては多摩帝国美術学校図案科会委員長の岩淵秀夫（生没年不詳）が名義人となっていたが、第4・5・6号は福浦三郎（生没年不詳）であり、第7・8号は長谷川七郎（1913-没年不詳）、第9・10号は関正（生没年不詳）である。その終刊に関して第10号で次号の原稿を募集しているところから⁽³²⁾、意図せぬものであったことが推測される。また、長谷川七郎は「学校側の干渉がうるさくなくなったりしてか自然消滅したようである」⁽³³⁾ と述懐している。

(2) 『デセグノ』誌上における商業美術への問い

図案、商業美術、工芸についての研究を目的とした『デセグノ』の創刊号には、「研究室」名義で「商業美術とは何か」という企画が組まれている。この特集には、商業美術が「一部日本に於ける商業美術の指導者達の、手前味噌の意義」によって「歪曲」されているため「正しい規定を客観的につけておく」ことを目的とし、「図案科学生は商業美術を如何に考へ規定してゐるか」という課題に基づいて約一時間で書かれた答案が収録された⁽³⁴⁾。

この企画は新井泉が受け持ったクラスで計15名の学生への課題であり⁽³⁵⁾、実質的な企画者が新井泉であったことが推察される。各学生の回答における商業美術は、純

粹美術と対を成すものだという立場からの回答が多くみられた。具体的な例を挙げると、まず商業美術に関しては「自然を対象としてゐるのではなく用を目的としている」「近世、資本主義的社会機構の發展に並行し生み出された必然的な産物」だという記述が見られ、一方で純粹美術に関しては「自然等を対象として生まれる」「一個人のアイデアによつて完成された芸術品」であるという。また、商業美術の様式は工芸形態（立体図案）と広告形態（平面図案）から成り立つという意見や、商業美術は「大衆の為のもの」でなければならないという意見が見られた。

続く第2号の特集「商業美術とは何か―に答える」⁽³⁶⁾に際して、新図案協会の片野一男、中央図案家集団の高橋錦吉、構図社の島田乃二郎（生没年不詳）、印刷美術家集団の大久保武（生没年不詳）、新図案家集団の三浦和美（生没年不詳）が筆を執っている。高橋錦吉と大久保武は、両者とも純粹美術と商業美術を別の次元で捉える姿勢であるが⁽³⁷⁾、高橋は「商業美術は常に産業主義と結びつき、あらゆる機械文明―印刷、写真、建築その他の一切の技術を動員して、最も多数の人間に呼びかける科学的な即物的な芸術である」と「技術」との結びつきを強調した⁽³⁸⁾。また、三浦和美は商業美術家を「技術家」と言い換え、彼らが制作を行うにあたって「常に技術家の側と企業家の側との対立に似たもの」を見出し、その対立から起こる苦痛は「利潤のための競争が絶へ、人間が統一された生活を生活し得る日までは、吾々の内より消し得ない苦痛であらう」と主張し⁽³⁹⁾、商業主義という立場自体を問い直そうとした点で他の寄稿者とは異なる立場を示した。

(3) 『デセグノ』誌上における商業美術論争

このようにして誌上では「商業美術論争」を惹起する布石が敷かれていたのであるが、問題の所在は純粹美術と商業美術との関係にあることが推測される。この関係を明らかにすべく、ここからは商業美術論争の本題を検討する。

1937年4月に刊行された第3号において三浦和美は、第2号の企画について単に回答者の意見であり「商業美術そのものを具体〔的〕に解答してはいない」と問題点を指摘し、「商業美術を否定するものの理論的立場」⁽⁴⁰⁾をとり、商業美術に真っ向から対立する姿勢から「商業美術への抗議」を執筆している。「商品の大量生産に沿ふて行はれる作品の大量生産化―印刷化―を以て純粹美術の一品製作に対抗せしめ大衆的であるなどと興奮する様は実に滑稽そのものである」⁽⁴¹⁾として、商業美術と純粹美術の対立構造に異を唱え、「純粹美術の純粹とはそれ自体が商品であると云ふことに於ける純粹なのである、商業

美術が商品のための美術であるのを本質的に異なるものでは決してない、まして対立的な関係などは少しも存在しない」と主張し、商業主義に「隷属」する両者の間にある限界を取払い、ふたつの美術を融合したその名称を「商業的美術」とすべきだと結論づけている⁽⁴²⁾。三浦は戦後「私は資本主義体制を支持しない立場にあり、従つてあらゆるものを商品化し、人間の生活に役立つか否かより、儲かるか否かを優先して考える商業主義には反対である」⁽⁴³⁾と補足的に述べているところから、より明確に商業主義を否定する姿勢がうかがえる。三浦が発表した文章は物議を醸し、多摩帝国美術学校図案科会の会員とともに座談会が催され討議される予定であったものの、機会に恵まれずになかなかじまいであったという⁽⁴⁴⁾。

同年7月の『デセグノ』第4号において、多摩帝国美術学校図案科に在籍していた長谷川七郎は三浦による「商業美術への抗議」の難点を指摘した論文『「商業美術への抗議」への抗議』を発表した。長谷川はまず、三浦が根本的な問題を取りあげて検討を行ったことに対して好意的な評価を与えている。しかし、商業美術と純粹美術を「商業的美術」という名の下に統一するという三浦の主張に対して、長谷川は「商業美術を純粹美術と並立の関係で認識する」という立場を示している。そして商業美術を「商品の宣伝と広告を目的とする美術形式の一つとでも言へよう」と規定した後、「正しい意味の宣伝と広告と謂ふものは商業主義に奉仕しなくともよい他の生産機構に於ても立派に存在理由を持つものである」と結論づけている⁽⁴⁵⁾。ここからは三浦よりも冷静な論調であるが、長谷川も商業主義からの制約を受けた商業美術を否定する立場をとっていることがうかがわれる⁽⁴⁶⁾。

三浦は当時を振り返り『日本デザイン小史』において、「商業主義への奉仕を拒否した立場での造型的諸技術を課題として提起し、商業美術と同義語のように扱われている図案との関係を解明して論及する芽を育てようと試みた」⁽⁴⁷⁾と、『デセグノ』での発言の要旨を述べている。一方の長谷川も同書において、「デセグノ誌上に展開された商業美術論は浜田に代表される卑俗な商業美術の止揚を目的としたが、追求の過程を通して一つの共通した立場がみられた。多かれすくなかれ、その基定にマルキシズムによる方法論が指摘されることである」⁽⁴⁸⁾とまとめている。

ここで、マルクス主義と彼らの関係について補足したい。三浦和美は帝国美術学校図案科に入学した翌年に左翼運動の罪で検挙されている⁽⁴⁹⁾。長谷川も同様に「政治運動のトバッチリで一ヶ月余ほど留置されたことがあった」⁽⁵⁰⁾と述べているところから、思想的な共通点が浮かびあがってくる。さらに言うなれば、1933年から35年にかけて左翼的な傾向の強い「ソビエトの宣伝美術に情熱をもやし」ていた新井泉を長谷川が教師として慕っていた

たという様子から⁶¹⁾、政治的な思想の共通性は一層強まるように思われる。

濱田が主張した商業美術の概念と、三浦・長谷川が主張した商業主義の否定という概念を対比させて整理してみると⁶²⁾、濱田がブルジョアをマルクス主義的に批判しながら資本主義を否定できない立場であったことに対して、三浦と長谷川による主張の根底にあったものは資本主義そのものを否定するという立場であったという点が明確になる。つまり、濱田が不徹底なマルクス主義的姿勢であったことに対し、商業美術論争によって導き出された共通の立場というものは、資本主義の否定と生産を重視する姿勢であって、より徹底したマルクス主義的立場へと向かっているように見受けられる。いずれにせよ、商業美術論争は濱田増治の主張した商業美術思潮から脱却するための大きな一歩であったが、それは政治的な思想が深く絡んだ芸術論であったことが指摘できる。

第3章 産業美術の萌芽と展開

(1) 芸術と技術の会の発足と『芸術と技術』の刊行

新井泉は戦後、雑誌『デザイン』に「産業美術1940年」を寄稿し、商業美術論争の顛末や芸術と技術の会の発足および『芸術と技術』の刊行について詳細に記述している。新井は商業美術論争と芸術と技術の会の活動を一連の「デザイン運動」とみなし、明確に「デザイン」の概念と対応させている。これまで見てきた商業美術論争は三浦の召集によって打ち切られてしまったが、「このテーマを更に展開する意味もあって」1939年4月に新井が中心となって芸術と技術の会が発足し、「地方から中央への組織化をはかる」ために、機関誌『芸術と技術』が刊行され、金須孝（生没年不詳）と長谷川七郎によって商業美術論争の結語が述べられたという⁶³⁾。新井が創刊号の内容をまとめた一文を引用すると、「すべてが生産的な方向に向いつつあった当時の社会情勢からも、商業美術なる用語にいささかの疑問があったとしたものであった⁶⁴⁾ということから、つまりは消費に依存した商業と生産との対比がその論争の核であったことがうかがわれる。また、「産業デザイン」の語が1962年の段階で産業美術に対応する言葉であると述べ、文章を締めくくっている。

『芸術と技術』は新井泉が編集兼発行人となり、季刊のかたちをとって1939年4月から1940年8月にかけて計5冊刊行された⁶⁵⁾。長谷川の回想によると、1939年に長谷川が多摩帝国美術学校を卒業したことを機に「関正、小谷博貞らの主としてシュルレアリズムのグループに〔『デセグノ』の〕編集がバトンタッチされた。しかしそれと期を同じくして商業美術論争のスタッフならびにイデオロギーは同年四月に創刊された『芸術と技術』に移行さ

れた感」があったという⁶⁶⁾。

産業美術の語は、新井泉が『デセグノ』第1号と第3号ですでに用いているが⁶⁷⁾、その時点では明確に規定されていない。産業美術という語がその概念と結びつく以前には、「芸術と技術」がキーワードとされており、1937年7月の『デセグノ』第4号に新井泉が発表した以下の文章にその源流を見ることができる。

「今年度は、次の問題を具体的に究明し、論争する方針で拡く有為な諸君の参加を切望してゐる事を報告したい。

一、工芸問題研究

一、商業美術論争

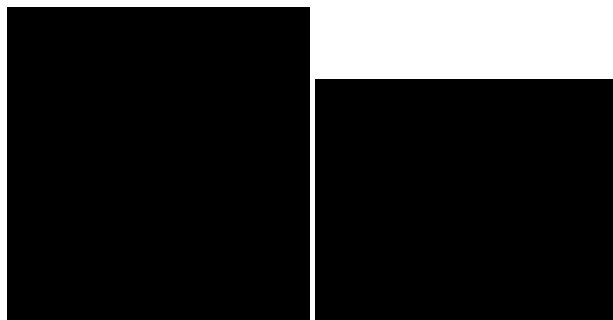
尚、両報告書共、発行期は未定だが、討論を九月より開始し、今年度内に一応締括り、印刷化し、更に来年度の活動に入る方針である。

（略）投稿に関しては僕の感想を返信する以外に、更に、芸術と技術の会『略称テクニコ』の各専門委員へ回送し、問題を追及し発展させ、編集発行の過程に入る予定である。」⁶⁸⁾

ここでは、芸術と技術の会の前身にあたる研究団体の発足が予告され、商業美術論争の問題について工芸問題研究とともに議論の場が移されようとしていることが確認できる。また、『デセグノ』第5号と第6号には『TEKNIKO』の刊行を知らせる囲み記事（図5、6）が掲載された。「TEKNIKO」とは、「芸術」および「技術」を意味するエスペラント語であり⁶⁹⁾、「芸術と技術」という言葉に結び付くように思われる。

明確な概念を掴むことの出来ない産業美術の名称であったが、新井泉は1938年12月発行の『デセグノ』第8号で具体的に述べている。

「産業美術は芸術と産業〈技術〉との有機的、総合的、結合であり、大衆的な生活的物資との芸術的形成であ



左 図5 「TEKNIKO」刊行の告知記事『デセグノ』第5号 1937年11月

右 図6 「TEKNIKO」刊行の告知記事『デセグノ』第6号 1938年3月

ると、我々は産業美術が一定の芸術的手段をもつて、大衆的生活的芸術文化の要因として、建設的なパートを、美術の一ジャンルとして発展的であることを確信するものではある。」⁽⁶⁰⁾

ここから、産業美術は「芸術」と「産業〈技術〉」が密接に関係することによって形成される概念であったと解釈できる。なお、1939年4月の『デセグノ』第9号では「産業美術—工芸的生産芸術の様式—科学主義に立つ新美術様式」⁽⁶¹⁾とルビがふられている点から、産業美術の語と「Industry Art」との強い関連性が見られた。

さらに、長谷川七郎はやや時代を下って1941年11月に『現代産業美術』を上梓している。長谷川は「産業美術の特殊性」について「所謂純粹美術より生産技術（科学）過程における、より密接な関係に依存」していると述べる⁽⁶²⁾。また、産業美術のジャンルについては「壁画、フォト、工芸、絵画、彫刻、舞台美術、印刷美術等々」⁽⁶³⁾と規定し、現在で言うところのグラフィックデザインの枠に収まりきれない広範囲に及ぶものとみなしていた。

(2) 産業美術1940年運動と第1回産業美術前衛賞

上述の経緯を経て刊行された『芸術と技術』であるが、

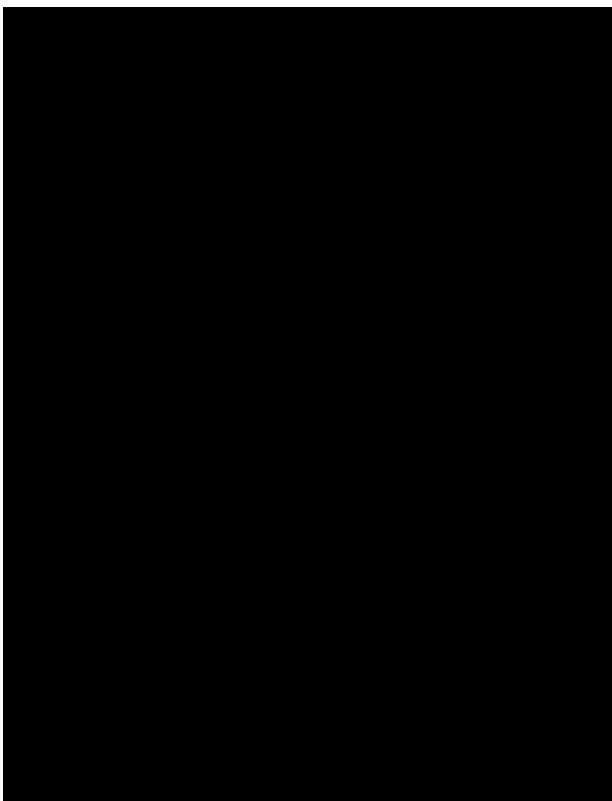


図7 「産業美術1940 産業美術前衛賞」『芸術と技術』第2号 1939年8月

商業美術論争の顛末が掲載されている第1号を確認することができなかったため、1939年8月に刊行された『芸術と技術』第2号から産業美術について検討する。

第2号で発表された「第一回産業美術前衛賞」(図7)は、産業美術を向上させようとして1938年に始まった産業美術1940年運動⁽⁶⁴⁾の一環であり、1939年度の受賞者は広告作家懇談会の会員であった氏原忠夫(1915-1999)、高橋錦吉、山本武夫(1910-2003)、亀倉雄策(1915-1997)、祐乗坊宣明(1913-2000)の5名である。

1939年4月の『デセグノ』第9号に企画された「アンケート」⁽⁶⁵⁾には「期待すべき新人」という項が設けられている。森永広告課の小池富久(本名=小池福太郎:1903-1962)は氏原をその一人に挙げており、また回答者としての高橋錦吉は「常に啓発して呉れる作家」として氏原と亀倉を挙げ、大久保和雄(生没年不詳)⁽⁶⁶⁾は高橋、氏原、亀倉の3名を挙げている。さらに原弘(1903-1986)は「高橋錦吉氏の仕事が好きです」と述べたように、産業美術前衛賞受賞者の名が散見された。また、1937年から1939年にかけて『広告界』のグラフページには「目を惹いた広告印刷物」(図8)という特集が組まれており、そこには頻繁に氏原、高橋、亀倉による写真を利用したポスターやパンフレットが掲載されていた。『デセグノ』のアンケートや『広告界』からは、特にこの三

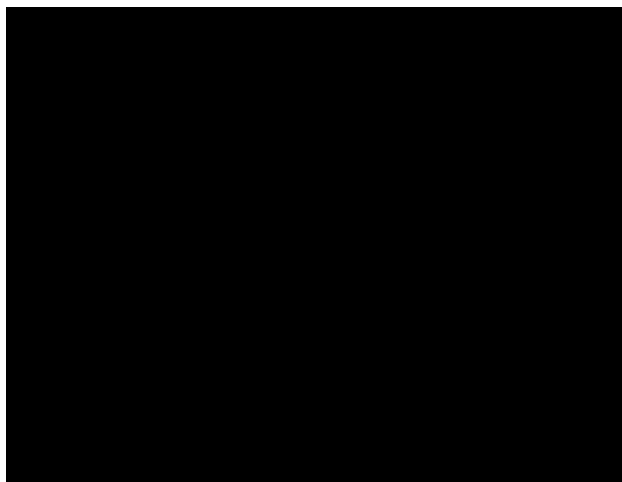


図8 「目を惹いた広告印刷物」『広告界』第15巻第10号 1938年10月
右頁は亀倉雄策《芝浦モートル》・左頁上段中央は高橋錦吉『エコー』表紙・左頁下段右下は山本武夫《資生堂コールドクリーム 資生堂バニシングクリーム》・左頁左中段は氏原忠夫《森永牛乳》

者が1930年代末のグラフィックデザイン界において一目置かれた存在であったことがうかがわれる。次に各受賞者と受賞者への推薦文を検討する。

森永製菓の氏原忠夫（図9、10）については、同じ職場に勤めていた今泉武治（1905-1995）が推薦文を執筆している。レイアウトへの好評価に加え、イラストレーションについては「こんなならかな把握は広告美術を、孤独的な芸術追放の派生的、副産的曖昧な態度からは決して生まれる筈のものではない」と述べる⁶⁷⁾。この一文からは氏原の制作姿勢が「芸術追放」という立場ではなく、商業美術対純粋美術の姿勢ではないことが評価されたと読み取れる。

高橋錦吉（図11）は三省堂に勤務しており、PR誌である『エコー』のレイアウトを行っていた。高橋の推薦文は高橋と公私での付き合いがあり、もと単位三科のメンバーであった詩人の北園克衛（1902-1978）が執筆し、「現代産業美術の最も顕著なキヤラクタアは『技術』である。これは過去の産業美術のキヤラクタアであつた『自

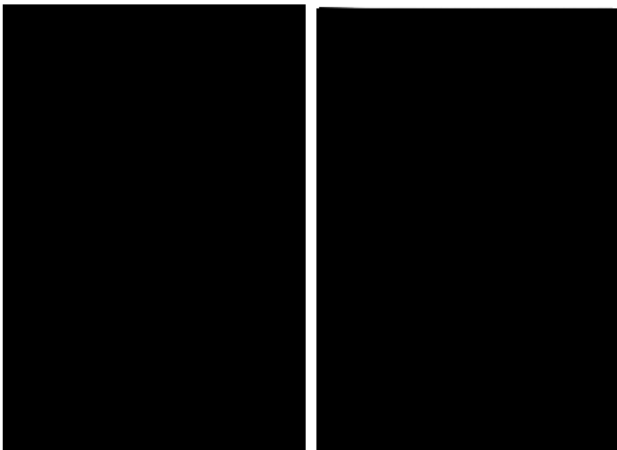
然』と全く対立する所のキヤラクタアである。（中略）この『技術』は過去の美術に於けるか如き自然の果てしなき模倣の為め的手段、即ち芸術の属性ではなくより高度な純粋技術である」と、産業美術と「技術」の関係を述べている⁶⁸⁾。

小村雪岱（1887-1940）に師事して舞台美術を学んだのち資生堂の宣伝部に所属していた山本武夫（図12）には、アクションや造型に参加して舞台美術を手がけていた吉田謙吉が筆を執っている。吉田は『デセグノ』第3号に舞台装置に関する記事を寄せており、その関係から推薦文の執筆を依頼されたものと推測される。吉田は資生堂での山本の仕事を賞賛し、山本を「産業美術戦線の勇士」だと評している⁶⁹⁾。

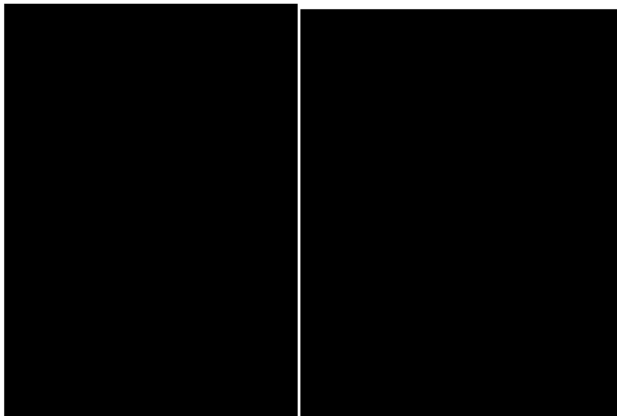
対外宣伝雑誌『NIPPON』を刊行していた日本工房（1939年に国際報道工芸株式会社へと改組）へ1937年に入社し、そこでレイアウトを担当していた亀倉雄策（図13）への推薦文は、美術批評家の瀧口修造が担当している。瀧口は『デセグノ』に論文を寄せており、加えて亀倉とも親交を結んでいたことから推薦文の執筆を依頼されたと考えられる⁷⁰⁾。瀧口は日本工房での亀倉の仕事と『広告界』誌上で亀倉が連載した「流動するページ PAGES À LA PAGE」を取りあげ、以下のように述べた。

「これまで純粋美術（この言葉も漸くあいまいになつて来た）と商業美術乃至宣伝美術とは、日本でははつきりした限界を認識しない癖に、互ひに敬遠し合つてゐた。（中略）彼はかうした境界に石を投げて掻きみだしてしまふやうに見えるが、その面が澄んだ時に見るとちゃんと自分の領域に帰つてゐる。」⁷¹⁾

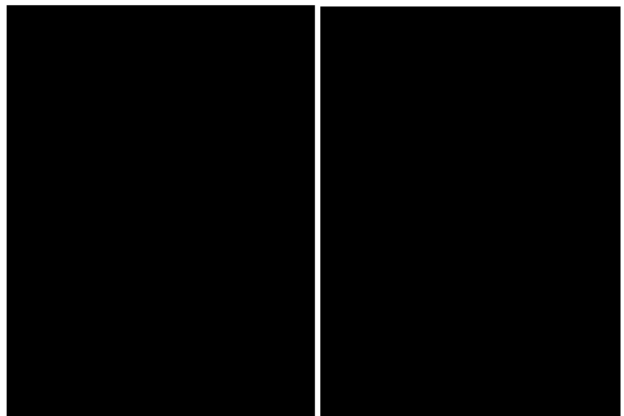
亀倉に対する瀧口の評価は、商業美術と純粋美術の関係を良い意味で刺激する「青年デザイナー」であると



左 図9 氏原忠夫《森永ビスケット》『広告界』第16巻第5号 1939年5月
右 図10 氏原忠夫「カット五案」『広告界』第15巻第5号 1938年5月



左 図11 高橋錦吉 ポスター《日本スキー》
右 図12 山本武夫 ウインドウバック
《資生堂コールドクリーム 資生堂パニシングクリーム》1938年



左 図13 亀倉雄策「日本の日用工芸品展」図録表紙と見開き 1939年3月
右 図14 祐乗坊宣明『印刷と広告』第5巻第8号表紙 1938年

して非常に好意的なものであった。また、同時代の商業美術運動に関わっていた「図案家」たちが「画家」に対して劣等感を抱いていたことに対して、亀倉は嫌悪感を募らせていたという⁽⁷²⁾。ここから、亀倉はそのような図案家と距離を置くことと引き換えに、純粹美術の分野へと接近していたのではないかと推測される。

祐乗坊宣明は1933年に東京印刷美術家集団を結成した後、35年から38年まで印刷技術と印刷美術の研究誌『印刷と広告』(図14)の編集長を勤めていた。祐乗坊の推薦文を執筆した原弘は東京印刷美術家集団の中心的な役割を担っており、祐乗坊と深い付き合いのある作家であったが、「この国の印刷界又は図案界に比較的正しいジャーナリズムを導入し、その両者を啓蒙した点で、一般需要家を啓蒙した点でほめられていゝと思ひます」と述べている⁽⁷³⁾。ジャーナリズムを通じた印刷技術の分野への祐乗坊の貢献は従来にない革新的な視点に基づいたものであるとして、原から高評価を得ている。

芸術と技術の会は産業美術を産業と結びつけた広い範囲の美術として捉える立場を示していたが、特に産業美術前衛賞の受賞者はグラフィックデザインの分野で活躍していた。推薦文からは、受賞者が商業美術対純粹美術という立場ではなく制作への純粹な研究姿勢をとり、写真や印刷技術を発展させるべく技術の追求を行っていたことが評価のポイントだと推察される。なお、付記の欄には「産業美術の逞しき前進のために、第二回産業美術(新人賞)若干名の、推薦委員を第一回(前衛賞)の諸氏に依頼し、われわれとの共力により真に青年のための賞であることを明確にしたい」⁽⁷⁴⁾とあり、第2回の審査員が第1回の受賞者に委ねられていたことと、新人の抜擢を目的としていたことが確認された⁽⁷⁵⁾。

(3) 産業美術前衛賞受賞者たちの交友関係

産業美術前衛賞受賞者の交友関係について、『日本デザイン小史』に寄せられた椎橋勇(生没年不詳)と高橋錦吉の回想文をもとに述べたい。1933年頃は三省堂の宣伝部に片野一男や高橋錦吉が在籍していたことから、藤好鶴之助(1912-1979)、亀倉雄策、椎橋勇、氏原忠夫、亀倉雄策、柘植仁(生没年不詳)などのデザイナーや、土門拳(1909-1990)、藤本四八(1911-2006)、光墨弘(生没年不詳)、田村茂(1909-1987)などのカメラマンや渡辺勉(1908-1978)、祐乗坊宣明に加え、美術批評家の尾川多計(1906-1945)らが「常に集まって雑談、放談或いは芸術論をかわしていた」という。それは内部的な交流ではなく、「誰れもが自然と仲間に入って、そして友人になってしまう」ものであったという⁽⁷⁶⁾。また、三省堂に集まった理由について高橋錦吉は「U・S・S・R、ゲブラウス・グラフィック、ノイエ・リニエ、コンマーシ

ヤル・アート(後、アート・アンド・インダストリー)、ヴァニティ・フェア、ハーバース・バザー、ボグ、アダム、BU、カイエダール」など海外の雑誌があり、「デザインや写真の作品について議論をたたかわせる楽しみがあった」と述べている⁽⁷⁷⁾。

さらに、高橋の言うロシアの雑誌「U・S・S・R」(『建設されるソ連邦』)(図15)に関して付言するならば、1920年代に日本で開催された展覧会におけるロシアのポスター展示によってロシアの印刷物への関心が高まり、1932年には三省堂の高橋錦吉が「ソヴェート印刷文化展」を銀座伊東屋で企画し開催していた⁽⁷⁸⁾。ここからは1930年代初頭から、高橋たちの興味の対象はロシアの印刷物をはじめとした海外のグラフィック表現へと向かう傾向にあったことがうかがわれる。

1934年に開催された「国際商業美術交歓展覧会」に始まる団体間や作家間の交流を受けて1938年に結成された広告作家懇話会は後に産業美術前衛賞を受賞する5名が参加していた組織である。先に挙げた高橋の回想文から、その会は以下のような主張をもって結成に至ったことが確認できる。

「この会をデザインの新しい運動とするために、写真家や画家、編集関係者などをも含めた総合的な立場から会員の個々に呼びかけを行った。当時の図案家の団体は商品を売るための、大衆に迎合するような動き方であったが、われわれはこれに強く反対し、文化的であり、啓蒙的、機能的であろうとするために、少数の世話人の、やや主観的ではあったが、会員を選択して入会を求めた。」⁽⁷⁹⁾

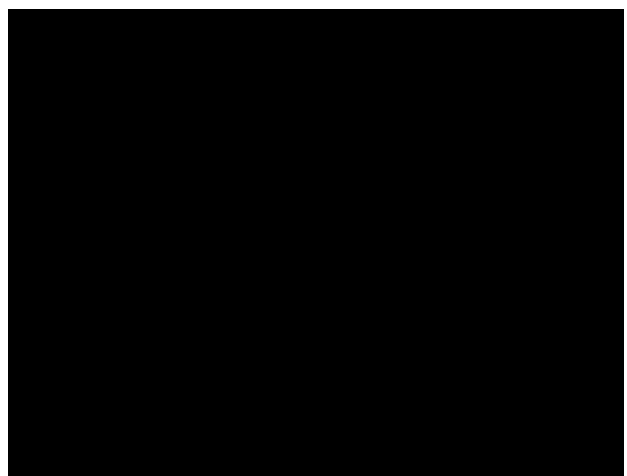


図15 構成：エル・リシツキー、ゾフィー・リシツキー＝キュッパース
『建設されるソ連邦』6号「特集 ソ連の科学」見開き 1934年

これは、商業主義への反発と捉えることができ、芸術と技術の会が掲げた産業美術を発展させるための姿勢と共通する点が見出せる。

おわりに

本稿では『デセグノ』と『芸術と技術』を検討することにより、商業美術思潮からの脱却を促す革新的な産業美術の思潮について論じた。

濱田増治は純粋美術や工芸美術よりも低い位置に見られていた商業美術の社会的認知を得るために、活潑な言論活動と展覧会を行った。それは商業美術が工芸美術や純粋美術よりも大衆に近い美術であるという主張から、他の美術を敵視するものでもあった。そのような商業美術観に異を唱え、そこからの脱却を迫る中心的な役割を担ったのは新井泉、長谷川七郎、三浦和美たちであり、長谷川と三浦は『デセグノ』誌上で商業美術論争を展開した。その立場は、従来の商業美術が純粋美術を敵視しつつも資本主義的で商業主義的な立場にあった点を批判することから形成されていったが、「生産」を主張するその姿勢はマルクス主義的な思想を帯びていた。商業美術論争から始まった議論を発展させるために、新井泉が中心的な役割を担って芸術と技術の会が発足し『芸術と技術』が発行され、やがて商業主義を否定する概念には産業美術の名称が与えられた。

産業美術は広範囲にわたる美術の分野を含むものとして捉えられていたが、産業美術1940年運動の一環である産業美術前衛賞はグラフィックデザインに携わる者に与えられた。受賞者を中心とする交友関係は、ある一定の方向性を持つ芸術論と制作理念を芽生えさせていた。特に高橋錦吉や亀倉雄策、氏原忠夫はそれまでの絵画的な「図案」とは異なり、写真を利用した作風であったことに加え、純粋美術に積極的な歩み寄りを見せる態度を示しており、制作上の技術を追求する姿勢が確認された。それは芸術と技術の会が掲げる産業美術の概念と共通し、好意的な評価を受ける姿勢であった。

広告作家懇話会のメンバーが抱いた革新的な芸術思想は、濱田増治が提唱する商業美術と一線を画したものであり、その思想と強く共鳴するものこそが山名の指摘した産業美術の思潮であった。ここから、産業美術はグラフィックデザイン界の潮流において転換期を創出し、戦後への指針を示す重要な思潮であったと言える。

(1) 主な先行研究として、以下のものが挙げられる。難波功士『「撃ちてし止まむ」太平洋戦争と広告の技術者たち』講談社、1998年12月、43-44頁。川畑直道「混沌とした一九三七年 美術と商業美術の領域をめぐって」『モダニズム／ナ

ショナリズム 1930年代日本の芸術』せりか書房、2003年1月、151-154頁。宮島久雄「大阪毎日新聞社の商業美術振興運動」『デザイン理論』47号、2005年、120頁。

- (2) 山名文夫「概説・日本の広告美術」『日本の広告美術1ポスター』美術出版社、1967年4月、28頁。
- (3) 会員は大久保武、片野一男、亀倉雄策、椎橋勇、高橋錦吉、山名文夫、祐乗坊宣明（以上、世話人）、今泉武治、氏原忠夫、遠藤隼児、大久保和雄、金丸重嶺、木村俊徳、栗田次郎、熊田五郎、河野鷹思、斎藤太郎、沢令花、田中雅夫、登村ヘンリー、永田一脩、野口久光、蓮池順太郎、原弘、藤本東五、藤好鶴之助、山村一平、山本武夫、横山薫次の29名（川畑直道「日本グラフィック・デザイン年表1920-30年代」『紙上のモダニズム 1920-1930年代日本のグラフィック・デザイン』六耀社、2003年12月、219頁）。
- (4) 「商業美術」という語の発生には諸説があり、当時からCommercial Artを訳したものだと言われているが、「商業美術」の提唱者とされている濱田増治は1926年7月に創刊されたイギリスの雑誌 *Commercial Art* の日本渡来よりも早い大正10年頃に「商業美術研究会なるものを設立」していたとして、それを否定している（濱田増治「商業美術総論」『現代商業美術全集』第24巻、アルス、1930年9月、6-8頁）。
- (5) 川畑直道「モダニズムと“日本的なるもの”」『紙上のモダニズム 1920-1930年代日本のグラフィック・デザイン』前掲3、9頁。
- (6) 川畑直道「モダニズムと商業美術」『モボ・モガ1910-1935』展日本版図録、神奈川県立近代美術館、1998年、246-247頁。
- (7) 設立同人は以下の通り、池上重雄、濱田増治、原万助、富田森三、吉川正一、多田北鳥、中島俊吉、室田久良三、藤沢龍雄、杉阪鎮吉、須山浩、鈴木泉造（川畑直道「日本グラフィック・デザイン年表1920-30年代」前掲3、185頁参照）。
- (8) 田島奈都子「モダニズムの商業美術家たち—デザイナーの目覚めと団体の誕生の頃—」『デザイン学研究特集号』第6巻2号（通巻22号）日本デザイン学会1998年3月、36-42頁。
- (9) 前村文博「商業美術の1930年代—『現代商業美術全集』と実用版画美術協会の活動から—」『芸術学研究』第4号、2000年、80頁。
- (10) 前村文博「商業美術の1930年代—『現代商業美術全集』と実用版画美術協会の活動から—」1999年（平成10年度筑波大学大学院芸術学研究科修士論文【未刊行】）、10頁。
- (11) 北田暁大『広告の誕生』岩波書店、2000年3月、106-113頁。加島卓「〈広告制作者〉の起源—1920年代における「商業美術家」と形式主義の言説空間—」日本マス・コミュニケーション学会『マス・コミュニケーション研究』第71号、2007年7月、66-86頁。

- (12) 濱田増治「日本商業美術の生立ちと現在」『帝国工芸』第7巻第5号、1932年5月、21頁。
- (13) 前村文博「商業美術の1930年代—『現代商業美術全集』と実用版画美術協会の活動から—」前掲10、8-13頁。
- (14) 濱田増治『商業美術構成原理』高陽書院、1935年5月、3-5頁。
- (15) 同前、149-150頁。
- (16) 濱田増治『商業美術講座第一巻・入門編』アトリエ、1937年4月、12-14頁。
- (17) 山名文夫『体験的デザイン史』ダヴィッド社、1976年2月、118頁。
- (18) 同前、59-62頁。
- (19) 『デセグノ』第1号には、会員として杉浦非水、新井泉、岩淵秀夫、宮長兵衛、平松幸彦、土方重巳、福浦三郎、長谷川七郎、関正、小谷博貞、遠藤隸児、三浦和美ら90名が列記されている（『デセグノ』第1号、1936年5月、31頁）。
- (20) 大淵武美「多摩帝国美術学校の教育」『多摩美術大学50年史』多摩美術大学、1986年11月、27頁。
- (21) 土方重巳『「デセグノ」の頃』『日本デザイン小史』、ダヴィッド社、1976年9月、244頁。
- (22) 同人は、江坂実、桜井善郎、遠藤隸児、三浦和美ら。（川畑直道「紙上のモダニズム 1920-30年代日本のグラフィック・デザイン年表」前掲3、208頁）。
- (23) 土方重巳『「デセグノ」の頃』『日本デザイン小史』前掲21、242-243頁参照。
- (24) 岡本好次編、増補改訂版『新撰エス和辞典』日本エスペラント学会、1935年、41頁。
- (25) 新井参夫「響に答へる」『デセグノ』第4号、1937年7月、36-37頁。
- (26) 岩淵比手男「技術の獲得と理論の確立へ」『デセグノ』第1号、前掲19、1頁。
- (27) 中野菊夫「あとがきにかへて」『デセグノ』第1号、前掲19、32頁。
- (28) 1954年2月発行の『新しいデザイン』表紙には「DESEGNO」と書かれているが、本稿では戦前に刊行された10冊を考察の対象とした。
- (29) *Art and Industry* の論点は機械による生産と美術との関係であり、ハーバート・リードは機械生産に対して肯定的な立場を示している。
- (30) 社説によると、売れ行きを気にして製品の装飾を行う「商業美術家 (Commercial Artist)」という芸術家を産業生産に関する技術的な知識を持ったデザイナーへと転身させ、彼らの地位を向上させようとする意図を持って改題に至ったという。（“Editorial. Explaining the change of title” in: *art & industry*, vol. 21, no.121, London, July 1936, p. 3）。
- (31) 1930年代の日本における「Design」「Art」「Industry」にまつわる概念の受容と展開については、グラフィックデザイン領域に限定せず幅広い美術・デザイン領域の研究を視野に入れて、更なる考察を重ねる必要がある。
- (32) 関正「後記」『デセグノ』第10号、1939年12月、36頁。
- (33) 長谷川七郎「美術論争とソビエトの宣伝美術」『日本デザイン小史』前掲21、256頁。
- (34) 研究室「商業美術とは何か」『デセグノ』第1号、前掲19、26-30頁参照。
- (35) 土方重巳『「デセグノ」の頃』『日本デザイン小史』前掲21、243頁。
- (36) 「商業美術とは何か—に答へる」『デセグノ』第2号、1936年11月、11-14頁。
- (37) 大久保武「商業美術とは何か芸術との関連から」『デセグノ』第2号、前掲36、12-14頁。高橋錦吉「商業美術とはなにか……に答へる」『デセグノ』第2号、前掲36、12頁。
- (38) 高橋錦吉「商業美術とはなにか……に答へる」『デセグノ』第2号、前掲36、12頁。
- (39) 三浦和美「商業美術に就て」『デセグノ』第2号、前掲36、14頁。
- (40) 三浦和美「商業美術への抗議」『デセグノ』第3号、1937年4月、18-22頁。
- (41) 同前、20-21頁。
- (42) 同前、21-22頁。
- (43) 三浦和美「私の1931-1941年 当時の事情と背景」『日本デザイン小史』前掲21、203頁。
- (44) 同前、204頁。
- (45) 長谷川七郎『「商業美術への抗議」への抗議』『デセグノ』第4号、前掲25、19-23頁。
- (46) 同号で三浦は「続・商業美術への抗議」を発表し、「吾々は商業美術をこの名称の故に問題とするのではなく、その内容に於て検討すべきである」として、更なる議論の必要性を訴えている（三浦和美「続・商業美術への講義」『デセグノ』第4号、前掲25、24-27頁）。
- (47) 三浦和美「私の1931-1941年 当時の事情と背景」『日本デザイン小史』前掲21、204頁。
- (48) 長谷川七郎「商業美術論争とソビエトの宣伝美術」『日本デザイン小史』前掲21、255頁。
- (49) 「帝国美術学校二年生三浦和美（二二）ほか三名を大森、杉並両署に留置取調べてあるが同人等はプロ美術家同盟に関係し共青フラクとして学内組織の拡大につとめて来たものである」『読売新聞（東京版）』1932年9月27日夕刊2面。
- (50) 長谷川七郎「美術論争とソビエトの宣伝美術」『日本デザイン小史』前掲21、256頁。
- (51) 同前、256-259頁。
- (52) 濱田の主張とマルクス主義の関係については以下の論文を参照した。加島卓「〈広告製作者〉の起源—1920年代における『商業美術家』と形式主義の言説空間—」前掲11、77頁。
- (53) 新井泉「産業美術1940年」『デザイン』9月号、美術出版社、1962年9月、47-48頁。
- (54) 同前、48頁。

- (55) 土方重巳『『デセグノ』の頃』『日本デザイン小史』前掲21、244頁。
- (56) 長谷川七郎「商業美術論争とソビエトの宣伝美術」『日本デザイン小史』前掲21、256頁。
- (57) 新井泉「記念展におくる決意」『デセグノ』第1号、前掲19、14頁。新井泉「恩師の国近く」『デセグノ』第3号、前掲40、28頁。
- (58) 新井参夫「響に答へる」『デセグノ』第4号、前掲25、37頁。
- (59) 岡本好次編、増補改訂版『新撰エス和辞典』前掲24、207頁。
- (60) 新井泉「産業美術の友へ」『デセグノ』第8号、1938年12月、21頁。
- (61) 新井泉「旗の芸術的形成に就いて」『デセグノ』第9号、1939年4月、21頁。
- (62) 長谷川七郎『現代産業美術』東和出版社、1941年11月、2頁。
- (63) 同前、54頁。
- (64) 川畑直道氏は新井泉が独自に産業美術1940年会を組織し、「産業美術前衛賞」を設定したと指摘している(川畑直道「日本グラフィックデザイン・年表1920-30年代」前掲3、221頁)。しかし、産業美術1940年会が産業美術の範囲をグラフィックデザインに特化した背景については明らかにされておらず、今後はその解明に努めたい。
- (65) 「アンケート」『デセグノ』第9号、前掲61、6-8頁。
- (66) 「知雄」と誤記。
- (67) 今泉武治「逞しさを」『芸術と技術』第2号、1939年8月、7頁。
- (68) 北園克衛「新しいタイプ」『芸術と技術』第2号、前掲67、7頁。北園克衛は1935年7月に結成した「VOUクラブ」の機関誌として『VOU』を創刊した。しかし1940年12月には誌名を『新技術』へと改題しており、ここにおいても「技術」が重視されている点が指摘できる。
- (69) 吉田謙吉「双手をあげて」『芸術と技術』第2号、前掲67、7頁。
- (70) 亀倉と瀧口修造は小松清を通じて知り合っており、亀倉が1938年1月から12月にかけて『広告界』に連載していた「流動する頁 PAGES À LA PAGE」のタイトルは瀧口によって名付けられたものである(永井一正「亀倉雄策の軌跡」『亀倉雄策のデザイン』六耀社、1983年10月、238-240頁)。
- (71) 瀧口修造「君の仕事について」『芸術と技術』第2号、前掲67、6頁。
- (72) 前村文博氏は亀倉雄策が記した「青春時代の友情」(『デザインジャーナル』第48号、1970年12月)を取りあげている(前村文博「デザイン・日本・亀倉雄策」展図録、宇都宮美術館、2006年、100-101頁)。なお、亀倉は『亀倉雄策の直言飛行』においても同様の発言を行っている(亀倉雄策『亀倉雄策の直言飛行』六耀社、1991年12月、22-23頁)。

- (73) 原弘「祐君へ」『芸術と技術』第2号、前掲67、6頁。
- (74) 『芸術と技術』第2号、前掲67、5頁。
- (75) 第2回の受賞者は、本津恵三、土方重巳、小池岩太郎(川畑直道「日本グラフィック・デザイン年表1920-30年代」前掲3、221頁)。
- (76) 椎橋勇「昭和初期の商業美術運動」『日本デザイン小史』前掲21、135頁。
- (77) 高橋錦吉「若き時代 昭和五年から戦前まで」『日本デザイン小史』前掲21、213頁。
- (78) 五十殿利治「ソヴィエト・ポスター上陸! —プロパガンダと芸術の間」[サンクトペテルブルクロシア国立図書館所蔵 ポスターのユートピア ロシア構成主義のグラフィックデザイン]展図録、アートインプレッション、2003年、22頁。
- (79) 高橋錦吉「若き時代 昭和五年から戦前まで」『日本デザイン小史』前掲21、215頁。

〔図版典拠〕

- 図1 『現代商業美術全集』第1巻 アルス 1929年2月
- 図2 奥野健男ほか編『多摩美術大学50年史』多摩美術大学 1986年11月
- 図3 「日本モダンデザインの旗手 杉浦非水」展図録 たばこ塩の博物館 1994年10月
- 図4 『広告界』第13巻第8号 1936年8月
- 図5 『デセグノ』第5号 1937年11月
- 図6 『デセグノ』第6号 1938年3月
- 図7 『芸術と技術』第2号 1939年8月
- 図8 『広告界』第15巻第10号 1938年10月
- 図9 『広告界』第16巻第5号 1939年5月
- 図10 『広告界』第15巻第5号 1938年5月
- 図11、12 東京アートディレクターズクラブ編『日本の広告美術—明治・大正・昭和 1 ポスター』美術出版社 1967年4月
- 図13 川畑直道編『ggg Books 別冊4 亀倉雄策』トランスアート 2006年1月
- 図14 田中一光企画『聞き書きデザイン史』六耀社 2001年6月
- 図15 「サンクトペテルブルクロシア国立図書館所蔵 ポスターのユートピア」展図録 川崎市市民ミュージアム・山形美術館・浜松市美術館・新潟市美術館 2003年

〔付記〕

本稿は、平成21年度博士前期課程修士論文「日中戦争期における『産業美術家』としてのグラフィックデザイナー —『商業美術家』の意識変革と国策宣伝への関与について」の一部を加筆・修正したものである。なお本稿の執筆にあたり、前村文博氏より資料のご提供とご助言を賜りました。ここに記して深謝申し上げます。

(かわせ ちひろ)