



Title	田中一光作品《JAPAN》について
Author(s)	輿石, まおり
Citation	デザイン理論. 2006, 48, p. 33-46
Version Type	VoR
URL	<a href="https://doi.org/10.18910/52954">https://doi.org/10.18910/52954</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# 田中一光作品《JAPAN》について

興 石 まおり

京都工芸繊維大学大学院（博士後期課程）

キーワード

田中一光, 広告, 視覚文化, 琳派, 俵屋宗達  
Tanaka Ikko, Advertisement, Visual Culture,  
the Rin school, Tawaraya Sotatsu

はじめに

- 1：先行研究について
- 2：JAGDA ポスター展
- 3：《JAPAN》
  - A－主題
  - B－色彩
  - C－造形美
- まとめ

はじめに

広告の視覚的表現, 画像と文字の構成が各視覚文化の枠組みを越え意思疎通を可能にするとは如何にして成されるのか, を事例分析を通して考察, 検証することが本研究の趣旨である。ここでは, 特定の視覚文化圏の独自性を画像と文字の構成によって共通言語とすることを試みた作品, ‘日本的なもの’を広告する田中一光(1930-2002)による《JAPAN》 図1 (1986, B1=1030×728mm) を事例として取り上げる。‘日本的なもの’とは他地域に伝播してゆく可能性をもった, 日本という特定の視覚文化圏の独自性の総称である。更に言えば ‘日本的なもの’とは日本側が了承する, 日本以外の視覚文化圏からの視点を含んだ日本に対する見方の提示である。



図1：《JAPAN》

《JAPAN》を事例として選択した理由は大きく三点挙げられる。第一に, 田中一光の意向のみが反映されたといえる《JAPAN》は, 田中一光の日本という主題理解, その視覚化の方策が広告された作品だといえること。《JAPAN》が出品された88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉は, 日本という解釈に多種多様性が見越される主題を提示する以外は表現技法, モチーフ選択等すべて, 各作家の裁量に任された作品の展覧会である。同展は主題を統一するこ

とで主題理解、表現方法等の各作家の独自性を、いわばカタログ様に紹介する機会としてもあったといえる。第二に、《JAPAN》は常に田中一光という作者名と共に展覧会、出版物上で公開されてきたという特徴があること。《JAPAN》は企業等のクライアントから依頼された広告ではない。そのため、ポスターという広告の一媒体形式を採るのではあるが、《JAPAN》が田中一光との関連を離れて日常的な公共の場に提示されたことはない。第三に、《JAPAN》は田中一光が自身の代表作として選択していた作品であること。《JAPAN》は日本国内外で開催された田中一光の個展に出品され、田中一光関係の諸出版物への図版掲載の選に漏れることのほとんど無い作品である。また戦後の国内外を代表するポスターを選出する企画にも選ばれる等、広く認識される作品である<sup>1</sup>。

広告が共通言語である場合‘日本的なもの’とはモチーフ、素材、技法の問題として検討され、その視覚的表現はモダンデザインの観点から論じられてきた。しかし田中一光の広告には、そうした従来の視点からは十分に説明できないものがある。各視覚文化の枠組みを越え‘日本的なもの’を広告してきた田中一光作品であるが、その中には日本に関連しない作品も多く含まれ、視覚的表現にはモダンデザインとは異質な点が指摘される。様々な広告内容、モチーフ等を扱いながらも‘日本的なもの’を伝え得た田中一光の視覚的表現とは如何なるものなのか。非モダンデザインの要素とは果たして田中一光の個性、感性の表現なのだろうか。そこで、以下では田中一光が自らの見解である‘日本的なもの’を表現し、広告した《JAPAN》を取り上げ、そこにおいて田中一光の提示した‘日本的なもの’を明らかにしたい。

尚、田中一光の提示する‘日本的なもの’の是非を議論することが目的ではない、ということを予め断っておく。

## 1- 先行研究について

作品解説<sup>2</sup>の他にはジャン・カルロ・カルツァ (Gian・Carlo・Calza)、水尾比呂志による論評<sup>3</sup>が確認されるが、何れも《JAPAN》制作の際に田中一光が参照した作品について述べることに重点が置かれたものである。《JAPAN》については作品評の段階に止まっているとあっていい。そこで、本稿が田中一光の提示する‘日本的なもの’を検証することから、《JAPAN》に限らず田中一光作品について述べられたものを先行研究として取り上げ、その内容を挙げておきたい。

先行研究は大凡三種類に分けることが出来るだろう。第一に作品の技法とその視覚的効果を取り上げたもの、第二に田中作品をモダンデザインという視点から論じるもの、第三に西欧と日本の特徴と相違点から論じるものである。

視点、方法は異なるが一連の先行研究には三つの共通点が挙げられる。第一は田中一光作品

に日本の伝統美術・伝統芸術と同じ‘日本的なもの’を指摘することである。これは田中一光作品に日本を実感させるエッセンスがあるということだ。第二は第一の内容に関係するが、奈良という出自、京都市立美術専門学校（現京都市立芸術大学）図案科にて修学したこと等、関西と田中一光との関連性を紹介することである。田中一光作品が関係する日本の伝統美術・伝統芸術のほとんどは関西圏に誕生し育成、継承されてきたものであることから、田中一光作品に‘日本的なもの’が確認される理由の一つとしてこうした紹介がなされているといえる。第三は田中一光作品に西欧と‘日本的なもの’という二つの異なる要素を見ることである。片岸昭二は‘日本的なもの’を表す新たなグラフィック表現を田中一光が創造したことに言及し<sup>4</sup>、柏木博は田中一光作品のモダンデザインから逸脱する点を田中一光作品の個性として指摘した<sup>5</sup>。高階秀爾は作品の視覚的構成また美術史の観点から<sup>6</sup>、梅原猛は作品と制作態度から受ける印象また西欧哲学の観点から<sup>7</sup>、それぞれ西欧と日本という異質な二要素が田中一光作品に確認されることを指摘している。重要な点は各論評は表現また観点は違っても同様の状態を指し示しているということだ。それは二要素が対立ではなく、また別のものへと変容するのではなく、自律性を保ちつつ融合しているということだ。これは田中一光作品の独自性を指すものといっている。この第三に挙げた内容が、田中一光作品が‘日本的なもの’を共通言語と成す、また田中一光作品の特徴として他の二点が挙げられる要点なのではないだろうか。このことを念頭に、以下において論考を進めたい。

## 2-JAGDA ポスター展

《JAPAN》は1988年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉へ出品された作品である。同展は社団法人日本グラフィックデザイナー協会（Japan Graphic Designers' Association。78年に亀倉雄策らにより創設された職能団体、84年に現経済産業省の所管となる。以下 JAGDA とする。）主催の展覧会であり、田中一光は創設時から同協会の理事に就いていた。

JAGDA 展開催の趣旨は「現代グラフィックデザインの多彩な姿を社会にアピールし、時代に即したメッセージを発信するためにグラフィックデザイナー自身がテーマを企画し、多くの会員が自主的にポスターを制作し、展覧会に参加すること。」<sup>8</sup>である。JAGDA 展は自由参加であるが応募資格を同協会会員に限定しており、主題は同協会側が統一し、作品は印刷されたB1サイズのものに限られ、展示パネル料金等として出品料が徴収される。表現また技法に規制はなく、応募者は作品制作費を自己負担し自主制作する。JAGDA が企画する JAGDA 展としては83年にスタートした〈JAGDA 平和ポスター展〉がよく知られている。88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉はこの平和ポスター展への反響を受け、新たに企画された JAGDA 展の第一回である。

JAGDA 会報84号(86年7月)に記載された記事, 88年 JAGDA 展への企画書(86年6月23日)<sup>9</sup>には, 第六回理事会で観光ポスターという提案があったが6月9日の展覧会部会(イベント委・展覧会部会リーダー福田繁雄)での協議の結果, 会員の参加を容易にするため日本=JAPAN という大きな枠で主題を捉えることの他, ①会員の主題に関する見解, 提案, 意見が視覚的に表現されること, ②国内のみならず海外へ広告する視点が作品に求められること, ③主題解釈の例として「JAPAN・IMAGE……ランドスケープ, 四季, 伝統, 未来, ハイテクテクノロジー etc……」<sup>10</sup>, が挙げられている。86年7月には会員向けに〈JAPAN〉展について, 参加申し込みを兼ねたアンケートが配布されている。アンケート回収時の参加申込者数は202名であったが, 実際に参加したのは亀倉雄策, 田中一光, 永井一正等, 総計193名である。JAGDA 会報94号(87年11月)に記載された88年 JAPAN 展への応募要項<sup>1</sup>を見ると①主題は JAPAN, ②サイズは B 1, ③一作品につき 5 枚提出(同一作品), ④印刷されたポスターであること, ⑤応募申し込み締め切り日は88年1月29日, ⑥搬入締め切り日は88年2月29日, とある。

88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉ではクレジットまたフォントは特定されていなかった。そのため同展に出品された作品群の表記には欧文 JAPAN と邦文日本の両方が確認され, 使用フォントも様々である。また文字情報も規定されていなかったため, キャッチコピー等, 主題以外の様々な文字情報が確認され, 日本, JAPAN という主題を使用しない作品もある<sup>12</sup>。

88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉の特徴は二点挙げられるだろう。第一に国内外に広告する視点を持つ, 日本を主題とした作品を募ったこと。第二に同展の主題が大きく, 作品制作上の規定が緩いことから, 各グラフィックデザイナーの主題に対するアプローチ方法, 及び視覚的表現方法, つまりは個性と能力が十分に発揮される機会であったこと, である。

田中一光は日常生活の中で浮かんだ案を常にアイデアソースとしてストックし, それを作品制作に活用する方法を採っていた。《JAPAN》の画像も88年の JAGDA 展応募を契機にして創られたものではない。《JAPAN》の画像の原型は73~74年に, 既に線描において完成していたことが確認されている。この線描を基に画像のみのグラフィックアート(モノクロ)が制作され, 87年出版の文部科学省検定教科書『新明解国語 I』(三省堂)の表紙図2に使用される。教科書制作の過程を鑑み, 87年に出版される教科書の表紙デザインであれば86年には完成版の提出は済んでいることから, 教科書の表紙及び《JAPAN》に使用されたグラフィックアートは85年には完成している<sup>13</sup>。このグラフィックアートに文字表記が加えられ《JAPAN》となる。

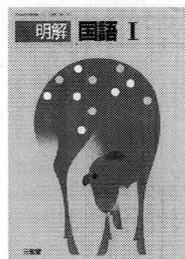


図2：教科書の表紙

《JAPAN》にはシルクスクリーン版とオフセット版がある。初版となるシルクスクリーン版は共栄シルクスクリーンにて86年に制作される。シルクスクリーンが用いられた理由は《JAPAN》が、部数が必要ではないJAGDA展への出品を目的にしたものであったからだ。シルクスクリーン版《JAPAN》は88年〈JAGDAポスター展 JAPAN〉に先立ち、87年1月2日～1月21日開催の個展〈田中一光デザインのクロスロード〉（東京、西武美術館）、88年1月7日～2月7日開催の個展〈田中一光デザイン展〉（奈良県立美術館）に出品されている。オフセット版は復刻版として後年に制作されたものだ。オフセット版は『日本のポスター100 Best 100 Japanese Posters, 1945-1989』（1990）の企画と出版を機会にした90年、及び田中一光作品をあらためて一括して制作した99年の二回、いずれも凸版印刷にて制作された<sup>14</sup>。

先述したように、87年の応募前に実施された86年7月のアンケートで既に参加希望者が募られていることから、86年には88年にJAGDA展が開催されることは事実上決定されていたといえる。田中一光は88年〈JAGDAポスター展 JAPAN〉の企画進行に合わせて《JAPAN》制作を進め、86年には画像と文字による視覚的構成及び色彩を決定し作品とし、87年及び88年に開催された個展に出品していた。こうした、同展への応募二年前に作品が完成するという《JAPAN》制作における田中一光の決定の早さは、日本を主題にした場合に当該なアプローチ方法、及び視覚的表現方法に田中一光が確信をもっていたことを示すものだ。

以上を踏まえ、田中一光による《JAPAN》を見ていきたい。

### 3-《JAPAN》

上部一列に等間隔で配置された一単語そして中央部に大きく配置された一画像で構成される《JAPAN》図1は、観者が文字と画像を単純明快に対応させて見る作品だといえる。JAPANという英文アルファベット表記は、西欧からの視点を含んだ日本という特定の視覚文化圏を示す情報である。JAPANの文字は、地域性が希薄な近代化以降の時代を示すサンセリフであり、フォント名はEras Boldである。このフォントは画像の形態と調和することから選択された。また各文字は異なる色彩を用い提示されている。画像は共通言語の鹿であることに併せて《JAPAN》の画像の題材である俵屋宗達による《平家納経願文の見返し 鹿図》（1602、慶長7年27.5×24.8cm 紙本金銀泥 広島厳島神社所蔵。以下では宗達の鹿図とする。）図3を表し、文字表記と同様に二つの異なる要素を示す情報である。

画像の鹿はコンパス、楕円定規、雲形定規の機器のみを用い曲線主体で成形された平面、及び砂目による階調にて提示されている<sup>15</sup>。この画像の単純明快、且つ過不足のない、充足した造形は、確かに琳派、宗達の鹿図の作品の特徴を表すものであるが、田中一光の造形表現の特

徴をよく反映したのものである。この《JAPAN》の造形表現においては、田中一光が円、直線以外の要素つまりは微妙な曲線表現を無駄なものとして削除せず、無視しなかった点に注目したい。また《JAPAN》には色彩においてヴァリエーションがあるように認識されている点<sup>16</sup>についても見ておこう。

以上、画像に関して指摘した、曲線表現と色彩についての二点は《JAPAN》の特徴に関連する重要な要素だといえる。以下において、これら二点に焦点を当て《JAPAN》の検証、考察を進めたい。まずは《JAPAN》とその画像の題材とされた琳派、宗達の鹿図との関係から見たい。

### A：画像

《JAPAN》図1の画像は宗達の鹿図 図3を題材とする。宗達の鹿図は琳派最初期の作品といえるが、後に琳派の特徴とされる表現の多くが確認される。造形表現では、例えば①輪郭線の不在、②明確に形態を示す色面、③豊かな余白空間、④曲線主体の柔和な表現、⑤背面と同様に対象を平面として捉えること<sup>17</sup>、である。田中一光の《JAPAN》はそうした琳派の特徴の中でも、平面性<sup>18</sup>を取り上げ、強調した作品だといえる。《JAPAN》における平面性の強調は①《JAPAN》には琳派特有の技法であり

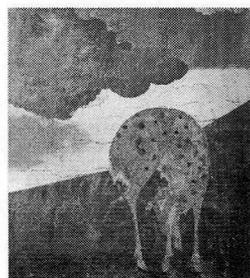


図3：《平家納経願文見返し 鹿図》

奥行き感、立体感の表現に用いられる、たらし込みに相応する表現が確認されないこと、②背景において《JAPAN》は宗達の鹿図の背景にある雲形等を排し、奥行き感を無くしていること、③宗達の鹿図において立体感が指摘できる鹿の毛の表現を、《JAPAN》は平面的表現である砂目の階調に置きかえていること、の三点に見て取れる。

田中一光が《JAPAN》制作において琳派を選択した理由としては、第一に琳派に田中一光の考える三つの日本的表現<sup>19</sup>が確認されること、第二に田中一光がエッセイ等で再三取り上げ評価しているように、琳派が造形的に田中一光の嗜好に叶うこと、が挙げられるだろう。しかし、それら二点は琳派特有の視覚的要素を部分的に取り上げた、例えば流水模様という表現、燕子花という題材が確認される他の田中一光作品を説明はしても、宗達の鹿図を特定する《JAPAN》に十分な説明を与えるものではない。そこで、更に琳派、宗達の鹿図と田中一光、《JAPAN》との関連性を見ておこう。

宗達派・光琳派というように、今日一般に琳派を取り上げる場合、その誕生と派としての成立の時期は一七世紀初頭から一八世紀前半の江戸前期に求められる。当時の日本は封建体制の

強化、鎖国による排他的な文化情勢下にあり、人々の視点は自ずと国内に向けられた。そして琳派を典型に、伝統の見直しと再興が江戸と京都という新旧の二つの文化圏において試みられた<sup>20</sup>。一方《JAPAN》が制作された80年代、二〇世紀後半の日本は鎖国とは逆ではあるがグローバルズムという類の国際化を契機として、自国の独自性つまりは日本の伝統美術・伝統芸術といった古典に目を向ける状況にあった。また関西出身であり東京に活動拠点を構える田中一光はそれら二つの文化圏に関係が深く、日本の伝統美術・伝統芸術に縁があり関心も高かった。更に、田中一光のフリーランスのグラフィックデザイナーという立場は、琳派の作家がそうであったように特定の注文主に雇われるわけではなく、民間にあって都市に居住する人々全般を相手に作品制作をするものである。琳派の興った状況及び作家の有り様と田中一光の間に多くの類似性が指摘できることから、田中一光は琳派を嗜好するという以上に、琳派に対して同化ともいえる認識を抱いていたと考えられる。

田中一光は《JAPAN》において琳派作品の中から、その祖とされる宗達の、初期の作品である鹿図を選択し、更に、そうした典拠が容易に認識される画像として提示した。宗達は、典拠情報が重要となる和歌という本歌取りの形象版を行ったことで知られる<sup>21</sup>が、《JAPAN》はそうした宗達の方策に田中一光が準じた、単なる造形のコピーとは異なる作品だといえる。宗達の鹿図を特定することから、《JAPAN》は田中一光が琳派に私淑したことを示す作品だといえる。また、琳派、宗達の鹿図という典拠を明らかにすることから田中一光は、それら典拠先が担う二つの情報、第一に伝統として継承される日本独特の視覚的表現方法、第二に古典の再認識と復興、の二点を《JAPAN》に託したといえるだろう。しかし日本国外を含め不特定多数である観者総体が、《JAPAN》を見た際に琳派、宗達の鹿図を認識し、それら二点の情報を共有するとは考えられない。では観者総体が《JAPAN》の画像に認識し、共有する情報、つまり《JAPAN》が広告するものとは何であろうか。それは造形美であろう。観者が《JAPAN》の造形美を文字表記つまりは JAPAN=日本に対応するものとして受け取ることから、《JAPAN》の造形美には田中一光が琳派、宗達の鹿図に認識した、田中一光作品が‘日本的なもの’とされる表現が表されていると考えられる。

以上において、第一に《JAPAN》は田中一光が琳派に私淑したといえる作品であること。第二に観者総体が《JAPAN》から受け取る情報は宗達の鹿図はもちろん琳派でもなく、造形美であること。第三に《JAPAN》の造形美は JAPAN=日本と対応する情報として伝達されること、の三点を挙げた。

次に、《JAPAN》の色彩について見ておこう。

## B：色彩

《JAPAN》として一般に知られているものは図版1である。図版1が《JAPAN》として一般に定着した原因は88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉以降、図版1が《JAPAN》として出版物上の図版に主に用いられたことにあると述べている。図版1の他には88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉の図録に掲載された図版4、また個展〈田中一光デザイン展〉(奈良県立美術館)の図版5が確認される。図版5では鹿の斑点が総て白で表現されている。図版1と図版4及び5では、画像の鹿の額と胴部の斑点以外の色彩の明度が極端に異なる。

色彩構成から作品を評価するならば、現在《JAPAN》として知られる図版1の完成度が最も高いといえる。図版1では形態の似るPと画像が同じ色彩であるように見えること、更に文字の下、画面中央に位置する画像の色彩の明度が低いことによる効果から画面に統一感および安定感がある。加えて画像の明度が背景よりも低いことから、画像の輪郭が際だつと共に引き締まって見え、画面にほどよい緊張感がある。一方、図版4及び5は画像の明度の高さは画面を明るくする反面、画像ばかりを目立たせ、肝心の画面全体の印象を弱く不安定なものとしている。

ところで田中一光に限らず、作品の視覚的構成は変えずに色彩、サイズ、技法等に変更を加え再版する、また部分を他作品へ転用することはグラフィックデザインにおいては珍しいことではない。そのため《JAPAN》における図版1の普及、及び図版4等の存在は、《JAPAN》が色彩においてヴァリエーションのある作品だという誤解を招くとともに、それを広く一般に承認させた要因だといえる。

問題は、これら図版が《JAPAN》の本来の広告内容とは異なるものを観者に伝えているということだ。《JAPAN》は観光広告として使用されたことはなく、田中一光が観光広告として述べたこともない。しかし図版1で知られる《JAPAN》には観光広告として観者に読まれる傾向がある。観者側からは《JAPAN》に鹿が用いられる理由が不明であるという意見等、観光広告という観点からの作品解釈が聞かれる。しかしながらこうした観者側の見解は統計化されたものでも、文章化されたものでもない。広告の観者である不当定多数の大衆の見解は、作品の受容者側の問題として大変重要である反面、その客観性が従来の方法で証拠づけられるものではないという問題がある。その扱いを如何にするかは、広告を対象とした研究にとっての今後の大きな課題であろう。本稿では、図版1で知られる《JAPAN》が観光広告と解釈さ

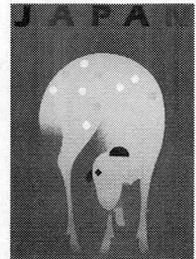


図4：《JAPAN》

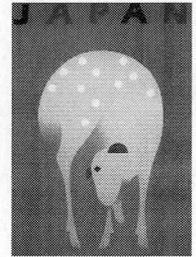


図5：《JAPAN》

れる場合の要点を以下において紹介するにとどめておきたい。

《JAPAN》が観光広告と読まれる場合、観者が《JAPAN》の画像を、鹿一般を指すものと見ているという共通点がある。その場合、観者が琳派、宗達の鹿図を知っているか否かはほとんど関係ない。《JAPAN》として一般に知られる図版1の色彩が共通言語である鹿の固有色といえるものであるため、観者は《JAPAN》の画像を、鹿を総称した情報であると判断するのである。そこから更に、日本を象徴する図像とはいえない鹿が使用された理由を locality を指すものと読み、例えば田中一光の出身地であり、国際的観光地でもある奈良と関連付ける、また JAPAN という文字表記が日本という広域を観光地として示す情報でもあることから、観者は《JAPAN》を観光広告として見るのである。

以上において、第一に図版1が《JAPAN》として現在一般に知られていること。第二に《JAPAN》には色彩によるヴァリエーションがあると認識されていること。第三に図版1で知られる《JAPAN》は、その画像の色彩が鹿の固有色であることから、鹿を総称するものと読まれること。第四に第三で挙げた理由から、図版1の《JAPAN》は観光広告と読まれる傾向があるということ、の四点を挙げた。

次に、《JAPAN》を含め、田中一光の広告における造形美の役割を見ておこう。

### C：造形美

広告は、簡単にいえば、主題に当該である画像と文字つまりは題材を選択し、それらを視覚的に表現するものだ。そこで以下において、田中一光の広告における造形美の役割を見るために、広告、題材とその視覚的表現に対する田中一光の認識から確認していこう。

戦後日本の広告は日本宣伝美術会（51～70年、Japan Advertising Artists Club。以下 JAAC とする。）から現在に至っているといっている。JAAC は日宣美展として知られる、サイズ（B1=1030×728mm）を規定した<sup>22</sup>ノンコミッションの広告を公募した。当時はこの日宣美展入選がグラフィックデザイナーの登竜門であった<sup>23</sup>。51年設立から70年に JACC が解散するまでの時期と田中一光のグラフィックデザイナーとしての成長期はほぼ重なり、また日宣美展に再三挑戦した事実から、田中一光は JAAC の嗜好また動向の影響を大きく受けた作家の一人だといえる。日宣美展に対する理解を田中一光は

「……ポスターという媒体基準ばかりではなく、グラフィックデザインとしての自己表現がフォーマット化したともいえる。……（中略）こうしたクライアントのいないコンペティションのポスターでは、もっとも大きな評価の対象となるのは、自己表出性、時代感覚をもったその新しい概念、表現のオリジナリティ、つまり個性、流行、前衛が不可欠な要素

であり、クライアントの目的性を代弁するような、機能にそった表現より、独創性が重視される。いい換えれば日本のポスターは、どれだけ自由に刺激的なポスターがつけられるかということが最大の課題とされ、訓練され成長してきたといえる。』<sup>24</sup>

と述べている。こうした内容は、田中一光が広告の一要素つまりはアート作品として鑑賞に堪える点に注目していたことを示すものだといえる。

次に題材とその視覚的表現についてだが、田中一光は

「デザインとモチーフとの関係には、のっぴきならない選択と表現の関係が望まれるのである。……（中略）いい形態と魅力ある色彩で人の心を引きつけてしまえば、その時点でまず外堀は攻略できたことになる。それからおもむろにインフォメーションをすればいいので、美しくてしかも独創的造形や色彩の前には、モチーフそれ自身はさほど問題ではない。むしろユニークで美しいということが先行する。この場合、人はこれを装飾的な表現または様式的な美しさなどと評価するが、この美意識にかんじていえば、日本人のグラフィックは、突出した才能をもっている。この特質は伝統的にもいえる。』<sup>25</sup>

と述べている。更に、田中一光は画像の鑑賞が目的である絵巻を文字と画像による修辞と理解し、広告と絵巻に類似性を指摘<sup>26</sup>している。これら見解から田中一光の特徴として、第一に造形美の創造を作品の目的とすること、第二に造形美を作品の価値を左右する第一義的な要素だと捉えていたこと、の二点が挙げられる。これらは、広告制作における田中一光の関心と才能が画像と文字の組み合わせによる修辞にではなく、視覚的要素の選択と操作により作品に造形美を与えることにあることを示すものといえよう。田中一光は画像また文字の扱いにおいて得手不得手のない、それら視覚的要素に対する的確な判断と構成力が評価されてきたが、厳密に言えば、それは視覚的造形に特定される評価だといえないだろうか。

以上のように、田中一光の広告、題材とその視覚的表現に対する見解は、田中一光作品が‘日本的なもの’を共通言語としワールドワイドな意思疎通を可能とするのならば、その方策が作品の造形美にあることを示している。更に言えば、田中一光作品の造形美は、必ずしも主題と対応するものではないことから、造形表現における田中一光の個性としても認識されているといえるだろう。

次に、日本を主題に琳派、宗達の鹿図を題材とした《JAPAN》が、日本独特の造形美を‘日本的なもの’として提示するという、田中一光の目的と手段が合致した作品であることを念頭に、《JAPAN》の‘日本的なもの’である造形美について見ておこう。

田中一光の造形表現は、過不足のない、単純明快、且つ適確な対象把握が評価されている。そうした田中一光の造形表現は幾何学形態が確認されることから、モダンデザインに分類さ

れてきた。また田中一光のモダンデザインとはいいがたい造形表現は、柏木博が指摘する<sup>27</sup> ように田中一光の個性として見られてきた。田中一光作品をモダンデザインとする観点から、その独自性を指摘したものには81年《Nihon Buyo》図6について高階秀爾が述べた、西欧と‘日本的なもの’とのダブル・イメージ<sup>28</sup>がある。しかしながら、こうした従来の田中一光の造形表現に対する見解は、田中一光作品がその主題、モチーフ、技法に関わらず‘日本的なもの’と評される理由を説明しえるものではない。ここで、田中一光の代表作の一つである

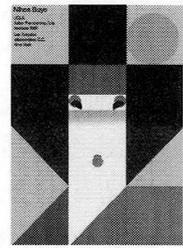


図6：Nihon Buyo

《JAPAN》は、田中一光の琳派に私淑するという意図が認識される作品である、ということをおぼえておこう。田中一光は幾何学形態を用いた造形美の創造において、モダンデザインではなく、日本の伝統美術・伝統芸術を成す造形表現を用いていたと考えられないだろうか。田中一光は造形表現の諸事を最初に図案科において学んでいる。図案科において、田中一光は琳派の造形表現と縁の深い京都の地場産業、伝統的美術工芸の意匠制作に関連した訓練を受けている。

近代化以降の広告において、幾何学形態はモダンデザインの要素つまりは西欧のものとして分類されてきたといっている。しかしモダンデザインの発祥以前、つまり近代化以前の日本の伝統美術・伝統芸術にも幾何学形態が確認されるように、それ自体は共通言語である。また、モダンデザインは題材を象徴化する方法でもあるが、同様の方法は日本の伝統美術・伝統芸術を成す造形表現にもあり、田中一光は便化を挙げている。

「便化とはものの特徴を引き出しつつ強調し、単純な造型に置きかえる、いわば図案のデザインである。」<sup>29</sup>

便化は、琳派はもちろんであるが寧ろ紋の造形表現として知られているものだろう。田中一光による紋の説明を確認するならば、紋の特徴は洋の東西を問わない森羅万象を題材として扱い、その具象、抽象を綯い交ぜた内容には幾何学形態も含まれ、また画像と文字の別なく視覚的構成要素として同等に扱うことが挙げられている<sup>30</sup>。更に加えるならば、便化は題材の部分ではなく総体を捉えようとする一方法だといえよう。例えば、宗達の鹿図の鹿は、その外観のみならず動作の特徴、生き物である様子までもが簡潔な表現の中に捉えられている。

《JAPAN》の題材である琳派、宗達の鹿図は、宗達が便化により鹿を捉えた造形表現である。その宗達の鹿図を機器のみを用いた造形表現とすることで更に便化を押し進め、共通言語としたものが《JAPAN》の造形美だといえる。更にいえば、便化により表現された《JAPAN》の造形美は田中一光の個性としてではなく、しかし田中一光の造形表現にも確認される、平安時代以降、現代に至るまで日本に伝統として継承される財産、‘日本的なもの’

として紹介されているといっている。

以上において、第一に田中一光が広告を含め、造形美の創造を作品の目的とし、また造形美を作品価値とすること。第二に田中一光作品が‘日本的なもの’を共通言語としワールドワイドな意思疎通を可能とする要因がその造形美にあること。第三に《JAPAN》の造形美が‘日本的なもの’として認識される理由は、共通言語である幾何学形態をもつがモダンデザインではなく、便化という日本という特定の視覚文化圏独特の‘視覚的要素を構成する関係性’が用いられたためである、の三点を示した。

#### まとめ：

本稿で論じたことを以下のようにまとめておこう。

88年〈JAGDA ポスター展 JAPAN〉に出品された《JAPAN》は日本を主題に、琳派、宗達の鹿図を題材に、‘日本的なもの’である造形美を、コンパス等の機器のみを用いて提示した作品である。《JAPAN》の主題である日本は、文字表記では欧文 JAPAN という、日本国内外の不特定多数である観者総体が理解し、共有し得る情報にて示されている。一方、文字表記と対応する画像、その題材である琳派、宗達の鹿図は観者総体が認識する情報、共通言語とはいえない。画像を共通言語とするために田中一光の採った方法は、その造形表現において共通言語である幾何学形態を要素にしながら、モダンデザインではない、日本という特定の視覚文化圏独特の‘視覚的要素を構成する関係性’を用いた造形美を提示することである。これは《JAPAN》の題材にも深く関連する、造形表現の一方法である。

《JAPAN》は琳派、宗達の鹿図という題材の典拠を明確にする、田中一光が琳派に私淑したことを示す作品である。琳派の造形表現の特徴は、モダンデザインにも確認される、題材の特徴を引き出しつつ強調し、単純な造型に置きかえ、象徴化する視覚的表現にある。しかし琳派の方法は、題材の外観等の部分ではなく総体を捉えようとする、日本という特定の視覚文化圏独特の‘視覚的要素を構成する関係性’である。この便化とも呼称される造形表現の方法を用いた《JAPAN》を見た観者は、その造形美に幾何学形態という共通言語を認識する一方、モダンデザインとは異なる何か、‘日本的なもの’を感じ取るといえる。更に言えば、《JAPAN》は田中一光が琳派に私淑したことを示す作品であることから、その造形美は田中一光の個性ではなく、田中一光の造形表現にも確認される、平安時代以降、現代に至るまで日本に伝統として継承される財産、‘日本的なもの’として紹介されているといえる。

紙幅の関係上、本稿は《JAPAN》の画像に焦点をあて、その文字表記については十分考察することができなかった。この点に加えて、他の田中一光作品の‘日本的なもの’について、また田中一光の造形表現の個性についての検証は今後に残された課題である。

謝辞 《JAPAN》の調査にあたりご協力くださった皆様、特に太田徹也氏に心から感謝したい。

註：

- 1 田中一光の国内外で開催された個展、及び出版物については、サントリーミュージアム（2003）『田中一光回顧展 われらデザインの時代』サントリーミュージアム の年譜 pp. t302-t309, 文献目録 pp. y38-y39を参照のこと。
- 2 日本のポスター100選定委員会（亀倉雄策, 田中一光, 永井一正, 中村誠, 福田繁雄）編（1991）『日本のポスター100 Best 100 Japanese Posters, 1945-89』講談社, p. 206-207  
ポスターと同じく、金刷りが用いられた図版が掲載されている。
- 3 ジャン・カルロ・カルツァ（2002）「田中一光——きらめく閃光」『田中一光——伝統と今日のデザイン——』トランスアート, pp. 16-21  
水尾比呂志（2002）「宗達と田中一光」モリサワ『たて組ヨコ組』第57号 モリサワ T20
- 4 片岸昭二（2002）「田中一光の明快なデザイン」『田中一光——伝統と今日のデザイン』トランスアート, pp. 226-228
- 5 柏木博（2003）「組織するデザイン」朝日新聞社, 東京都現代美術館, サントリーミュージアム [天保山]『田中一光回顧展 われらデザインの時代』朝日新聞社, pp. 10-17
- 6 高階秀爾（2002）「比類無い『構想力』」モリサワ『たて組ヨコ組』第57号 モリサワ T56  
高階秀爾（2002）「田中一光と日本文化の最良の部分」トランスアート『田中一光——伝統と今日のデザイン』トランスアート, pp. 13-15
- 7 梅原猛（1981）「序文」田中一光『田中一光のポスター その発想と造形』講談社, pp. 6-10
- 8 JAGDA は JAGDA 展を同会員による自主参加の展覧会であるとし、ノンコミッションという言葉は使っていない。  
社団法人日本グラフィックデザイナー協会事務局
- 9 JAGDA（1986年7月）「JAGDA 会報84号」社団法人日本グラフィックデザイナー協会, p. 4
- 10 同上  
JAGDA 展覧会部会 JAPAN 展チーム編（1988）「JAGDA ポスター展 JAPAN」社団法人日本グラフィックデザイナー協会, pp. 5-6
- 11 JAGDA（1987年11月）「JAGDA 会報94号」社団法人日本グラフィックデザイナー協会, p. 4
- 12 JAGDA 展覧会部会 JAPAN 展チーム編（1988）「JAGDA ポスター展 JAPAN」社団法人日本グラフィックデザイナー協会
- 13 太田徹也氏よりご教示を頂いた。同氏は60年代以降田中一光のアシスタントとして活躍し、87年出版の文部科学省検定教科書『新明解国語 I』（三省堂）の表紙デザイン等を手がける。独立後は太田徹也デザイン室を主催。
- 14 同上
- 15 同上

- 16 《JAPAN》に使用された技法‘金刷り’に関する作品の再現性、及び出版物上における作品技法の掲載については、本稿での議論の枠組みを超えるため取り上げなかった。
- 17 辻邦生、河野元昭編（1989）『日本美を語る 9』ぎょうせい、pp. 6-8, 17-23, 130-133  
狩野博幸、奥平俊六、安村敏信編（1993）『琳派美術館 1～4』集英社 他を参照。
- 18 平面性は田中一光が考える三つの日本的表現の一つでもある。
- 19 平面性、装飾性、数色の平面的な色の対比。  
田中一光（1989）『デザインの周辺』新装版 白水社、p. 206 他を参照。
- 20 村重寧（1990）「琳派の装飾画」小林忠、村重寧、灰野昭郎編（1990）『日本美術史全集 18』講談社、p. 146
- 21 辻惟雄（1991）『岩波日本美術の流れ⑤ 17・18世紀の美術 浮き世の慰め』岩波書店、p. 21
- 22 JAGDA 展は日宣美展と同じく B 1 に作品サイズを規定している。しかし、これは日本のポスターサイズの基準が B 1 に定められたということではない。  
社団法人日本グラフィックデザイナー協会事務局
- 23 瀬木慎一、田中一光、佐野寛監『日宣美の時代 日本のグラフィックデザイン1951-70』（2000）トランスアート 他を参照。
- 24 田中一光（2003）『デザインと行く』第四版 白水社Uブックス、p. 75
- 25 田中一光（2003）『デザインと行く』第四版 白水社Uブックス、pp. 209-210
- 26 同上、p. 211
- 27 柏木博（2003）「組織するデザイン」朝日新聞社、東京都現代美術館、サントリーミュージアム〔天保山〕『田中一光回顧展 われらデザインの時代』朝日新聞社、pp. 10-17
- 28 高階秀爾（2002）「比類無い『構想力』」モリサワ『たて組ヨコ組』第57号 モリサワ T56
- 29 田中一光（2003）『デザインと行く』第四版 白水社Uブックス、p. 90
- 30 同上、pp. 110-115

#### 図版：

サントリーミュージアム（2003）『田中一光回顧展 われらデザインの時代』サントリーミュージアム  
安村敏信編（2002）『週刊日本の美をめぐる 江戸 2 奇跡の出会い 宗達と光悦』小学館  
奈良県立美術館（1988）『田中一光デザイン展』奈良県立美術館  
JAGDA 展覧会部会 JAPAN 展チーム編（1988）『JAGDA ポスター展 JAPAN』社団法人日本グラフィックデザイナー協会

本文中に使用した ‘ ’ は強調、《 》は作品名、〈 〉は展覧会名、『 』は文献名（図書及び雑誌）、「 」は引用である。尚、氏名への敬称は省略した。