



Title	在阪百貨店新聞広告の近代化 : 大阪朝日新聞に見る大丸・高島屋の宣伝競争
Author(s)	宮島, 久雄
Citation	デザイン理論. 2004, 44, p. 105-118
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53002
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

在阪百貨店新聞広告の近代化

— 大阪朝日新聞に見る大丸・高島屋の宣伝競争

宮 島 久 雄

国立国際美術館

キーワード

新聞広告, 百貨店, イラスト, 図案家

newspaper advertisement, department store, illustration,
designer

- 1 白木屋の「カタログ広告」
- 2 森脇高行による大丸の広告
- 3 高岡徳太郎による高島屋の広告
- 4 柴田可寿馬による大丸の広告
- 5 今竹七郎による高島屋の広告

在阪百貨店の新聞広告は大正12年3月に白木屋呉服店が「カタログ広告」を出したが、図案的な展開ということでは大正14年12月に大丸呉服店が出した「カット広告」及び翌15年6月の「カタログ広告」で始まった。図案的展開とは図案家の存在を思わせる個性的な作品であることを前提とする。大丸呉服店の場合、「カット広告」は前年に入社した森脇高行の作品であり、おそらくこれに刺激されて高島屋呉服店も高岡徳太郎が漸次広告にイラストを入れ始めたからである。森脇は「カット広告」と「カタログ広告」を完成させ、昭和初めに柴田可寿馬がそれを引き継ぐ。一方、高岡は丸顔の和服女性像を創り上げ、大丸の柴田より少し遅れて、今竹七郎に仕事を譲る。いずれも百貨店が近代的大企業として発展を遂げつつあるときで、柴田は昭和6年から7年にかけてそれぞれモダンな和服女性像を完成させ、今竹もすぐに追い付き、昭和10年代初めにかけて華やかな宣伝競争を展開させ、関西のモダンな広告図案を創作したのである。本稿はその過程を明らかにし、これまでほとんど知られていなかった大阪におけるモダンデザインの代表例として紹介するものである。なお、彼らは、拙著『関西モダンデザイン前史』において一部明らかにした大阪の図案家第一世代「町の図案家」に続く、第二世代の「企業内図案家」たちに当たる。

1 白木屋の「カタログ広告」 大正12年3月8日から大正12年末まで

在阪百貨店の新聞広告で最初に本格的に図を入れたのは大正12年3月の白木屋呉服店の「カタログ広告」である（図1）。白木屋呉服店は2年前の大正10年10月に堺筋備後町に開店したばかりで、これをきっかけに堺筋に百貨店が進出することになった。翌大正11年10月には高島屋呉服店が長堀橋に、12年3月には松坂屋いとう呉服店が日本橋に開業し、明治40年5月に新規開業した高麗橋の三越呉服店も大正6年10月には鉄筋コンクリート造9階建の新館を完成させていた。心斎橋筋の大丸呉服店、十合呉服店も増築、改築を繰り返しており、これに伴って顧客獲得のための激しい宣伝競争が始まることになった。

白木屋呉服店では経営者の交替と堺筋における新規開店の時期が一致している。白木屋呉服店（東京）はもともと欧米型の近代化をめざしていたが、経営が悪化し、大正10年7月西野恵之助が社長に就任し、再建にあたることになった⁽¹⁾。西野は娘婿石渡泰三郎を入社させて大正11年秋に欧米の百貨店を視察させる。帰国した石渡は大正12年支配人に就任し⁽²⁾、広告係を置き元萬朝報（東京）社員光林武雄を招いて、広告活動にも新方針を打ち出した⁽³⁾。そのひとつが標語「最も買ひよき店」の採用であり、もうひとつが「6段大型カタログ広告」の掲載だった。

西野の評伝には標語「最も買ひよき店」を採用したとあるが、大阪店の場合、大正10年10月1日朝刊の開業広告にそれは見当たらない。翌大正11年3月20日朝刊広告の標語でも「安く売る店白木屋」であり、やっと4月14日朝刊広告で初めて標語「最も買ひよき店 安く売る店」を謳っている。大阪ではまず安売りを強調したようである。

新社長西野恵之助は「6段大型カタログ広告」（図1）のなかで、読者即ち顧客に次のように呼びかけている。「我々が欧米の大都市に参り新聞紙を見ますと、百貨店の商品広告記事が大部分を占めて居るのに驚くのでありますが、現今我邦では此点未だ発達されて居らぬやうであります。……若し百貨店にて販売する各種商品を始め流行品、新製品、輸入品其他時候に応じたる百般の割安商品が絶えず新聞広告によつて詳細に披露されるのであれば、如何程読者即ち購買客の御便利であるかは明かなる事と思はれるのであります。……」と欧米の新聞広告を手本にしたことを述べ、自店の新学期商品を学童姿とともに図入り、価格入りで掲載した⁽⁴⁾。このような商品カタログ広告は当初二週間に一度くらい出し、年内は継続したようなので、かなりの掲載回数に上ったと思われる。イラストなども例えばシアーズのカタログ図（図6～8）にも類似しているが、あまり個性的なものではない。とにかく、時期尚早だったのか、他店はいずれも追随しなかった。

2 森脇高行による大丸の広告 大正14年12月16日から昭和初年まで

在阪百貨店で新聞広告に本格的に図を入れたのは大正14年12月16日夕刊大丸呉服店の「カッ

ト広告」(図2)である。カットの絵は鞆売場を写生ふうに描いたもので、東京美術学校卒業生森脇高行(1902-1988)の手になるものと推測される。森脇は大正13年3月に東京美術学校西洋画科を卒業し、まもなく大丸に入社した。旧知の『広告界』編集者室田庫造は森脇の入社後まもなく、「君の美術学校時代には、よもや、図案をやるとは考へて居なかつた。洋画家のメシの喰へないのが、図案家に這入つて行くのは、ざらにあるが、洋画を五年もやつて、さうして、思い切つて、図案家になつたのは、私の知る範囲では、君位であらう」と書いている⁶⁾。

大正14年12月の鞆売場のカットはたしかに西洋画科出身の手を思わせる絵であるし、当時としてはきわめて珍しい、欧文と同じ左横書きのコピー「大丸の旅行用品」も西洋ふうである。後年、競争相手だった今竹七郎は「柴田〔可寿馬〕が〔大丸〕大阪店へ入つた当時〔昭和3年〕は森脇高行君の華やかなりし頃で、大丸はヴァニティフェアばり、或は、シカゴのマーシャルフィールド〔百貨店〕ばりの森脇色でぬりつぶされていた」と書いている⁶⁾。PR誌『だいまる』はともかく、新聞広告で見る限り大丸の広告が「森脇色でぬりつぶされていた」というのは少し言い過ぎのようだし、カット広告における写生ふうの絵と『虚栄の市』の挿絵(図3)とはかなり相違しているが、恐らく写生素描ふうの絵が今竹にはそのように見え、長く記憶に残つたということだろう⁷⁾。

しかし、森脇高行がやったのはこのような写生素描ふうのカットを広告に入れたことだけではない。白木屋呉服店が3年前に試みたカタログ広告をあらためて自分独自の方式で制作しなおし、そればかりかモダンな線描女性像を考案し、広告に登場させたのである。そういう意味で、森脇は在阪百貨店新聞広告における近代的図案の創始者だったといえる(図12~16)。

森脇のカタログ広告の第一号は大正15年6月15日夕刊広告(図4)である。蒲団など六点の商品を横一段にならべた構成で、文字はやはり左横書きである。やがて、単品商品図をただ並べるのではなく、昭和2年4月23日朝刊広告(図5)に見られるように複数の商品図を中央に集めて「集積的商品図」にするという森脇独自の方式を考案した。この手法は静物画に似た絵画的なものというべきで、以後それをさまざまに展開させている。白木屋呉服店のカタログ広告のような単品商品図には、例えばシアーズのようなアメリカの通信販売カタログに先例がみられるが⁸⁾、絵画的な集積的商品図広告には森脇らしさが出ているようだ。シアーズのカタログにも商品集合図(図8)はあるが、集合の仕方に構図的配慮はまったく欠けている。それに対して、例えば昭和2年12月13日夕刊広告(図9)や昭和3年8月4日夕刊広告(図10)の多様な集合のさせかたにおいて、森脇は画家としての構図的感覚を発揮しているといえよう。

さらに、森脇らしい試みは人物像においても見られる。当時、大丸呉服店は顧客向けにPR誌『だいまる』を発行しており、森脇はそこでも描いていた。先の室田が「君の作品、広告物としての大丸の唯一のパンフレットは『だいまる』であつて、その表紙から、中のかつと、挿

画まで、君一人の手でやつてゐるのを、始めて見たときには驚いた」と書いているように、同誌のイラストは森脇が一人で描いたらしい。森脇の手元に残されていた同誌の表紙や挿画には、のちに柴田が華やかに展開させたモダンな女性像への先駆的な展開過程が見られる⁹⁾。例えば『だいまる』大正15年1月号表紙は自身の油画「ロシヤ更紗の前で」(図11)であるが、12月号は森脇独自のイラスト画(図12)であり、昭和2年3月号は藤田嗣治ばりの線画(図13)となっている。なかの挿画においてもシアーズのカタログから抜け出したような人物画や単品の商品図から粹な和装姿の婦人を思わせるカットまでである(図14~16)。ここに油彩画から出発して線描による近代的な人物像を模索する森脇の試みと努力を見ることができる。

PR誌『だいまる』に見られたこのような森脇の人物イラストは、わずかに二、三回カット広告として掲載されただけで、すぐに新聞広告に登場することはなかった。昭和4年後半まで大丸呉服店の新聞広告は主に商品図によるカタログ広告であって、その中に人物が登場することはほとんどなかった。わずかに昭和3年3月14日朝刊広告(図17)と6月13日朝刊広告(図18)の広告に子供や婦人が小さく描かれただけである。ところが昭和4年6月17日朝刊広告(図19)で傘を持つ男女子供がやや大きく描かれ、秋にかけて商品図のなかに人物が混じり始め、年末になって一人の人物だけが大きく描かれた広告が掲載され、人物画が注目されることになった。12月15日朝刊広告(図20)では和装婦人、紳士、子供がいずれも正面を向いた姿で描かれている。12月21日夕刊広告(図21)には和服訪問着姿で正面を向く婦人がひときわ大きく描かれる。描き手はおそらく15日の広告と同じ人だろう。21日朝刊広告(図22)にはステッキにトンビ姿の紳士、25日朝刊広告(図23)にはコート姿の婦人がただ一人大きく描かれる。この婦人像は『だいまる』昭和2年10月号に描かれた森脇の婦人像(図16)の雰囲気少しばかり似ている。しかし、当時すでに柴田可寿馬が入社しており、これらの描き方だけでは描いたのが森脇なのか柴田なのかを特定することはできない。同じ時期の『だいまる』誌がさらにあれば、おそらく特定は可能であろうが、現在それを目にすることはできない。

このように大丸呉服店が新聞広告に人物画を登場させ始めたきっかけは競争店である高島屋呉服店の動向に影響されたからだと思われる。その高島屋呉服店はおそらく大丸呉服店のカタログ広告や白木屋呉服店、十合呉服店の人物画に刺激されて、広告に絵を入れ始めたのだろう。大丸呉服店のカタログ広告第一号直後の大正15年7月に高岡の描く女性が登場するのである。当時、新聞広告では白木屋呉服店や十合呉服店のほうが活発で、時折、商品図や人物図を入れているが、単発的であり、イラストとして特徴のあるものではない。在阪百貨店の新聞広告では高島屋呉服店の広告において初めて個性的な人物図が現れたのである。

3 高岡徳太郎による高島屋の広告 大正15年7月31日から昭和6年10月まで

大阪生まれの高岡徳太郎(1902-1991)は松原三五郎の天彩画塾に学んだあと上京し、本郷洋画研究所に入って岡田三郎助の教えを受けていた。ところが、大正12年9月関東大震災に遭遇して帰阪し、小出権重に学んだ。高島屋呉服店宣伝部には大正15年に入ったという⁽¹⁰⁾。時は大丸呉服店の広告に図が入り始めたところで、高島屋呉服店も図入り広告を考えようとしていたのだと考えられる。

高岡徳太郎の絵が新聞広告に最初に登場するのは既述のように大正15年7月31日夕刊広告(図24)である。和服姿の女性3人が並んで腰をかかめて風呂敷包みの贈り物を差し出している。描きかたは線画ではなく、面的な木版画の絵である。古代ギリシャの壺絵でいえば、黒絵である。このあと、しばらく間をおいて昭和2年3月13日夕刊広告(図25)に再び黒絵が現れる。高島屋のマークを取り囲むように、凸状装飾稜堡の上に鳥のとまった城郭のアーチのなかに一人ずつ和服姿の女性を配したもので、装飾ふうの扱いである。

この黒絵は翌昭和3年3月になって、線描に変わる。3月16日朝刊百選会などの広告ページに、回廊アーチを背景にしたファッション・ショウの仮想舞台に和服モデルを線描で描いている(図26)。背景のアーチや女子の一部は黒絵になっているが、モデル自体は線で描いている。この線画による黒髪、和服姿、丸顔の女性モデルの容姿はその後の高島屋女性像の原型になった。高岡を紹介する『広告界』誌が「高岡氏の物するカットはその卓抜の手法と構想で断然タカシマヤ型を形成」していると云っているのはこのタイプのことだろう⁽¹¹⁾。

昭和3年4月に長堀橋高島屋で現代婦人キモノ博覧会が開かれ、実際にファッション・ショウが婦人美装員によって実演されている。高岡は4月7日朝刊キモノ博覧会の広告(図27)に和服姿の婦人を画面縦半分に大きく載せ、着物の柄、手に持つ花を黒絵で描き、身体部分にファッション・ショウを告知する文字を入れている。彼はこの博覧会のためにポスターも制作しているが(図28)、多色印刷が可能であるゆえ、そこでは線画や黒絵を採用していない。ただ、ポスターに描かれた婦人の顔は新聞広告の婦人と同じく先の原型そのものである。

ポスターは高島屋呉服店独自の媒体だったらしい。先の『広告界』誌一記者はこれを次のように説明している。「関西の多くの百貨店の中にあつて催し物で鳴つてゐる高島屋がその都度、街頭を飾る華麗なポスター、然も悉くサインのないポスター、世放快適な手法、純粹商業美術作品、その豊かな芸術味は、如何に無関心な大阪人でも、『高島屋のポスターはいゝ』と触手を延ばすのである。高島屋のポスターは全部高岡君の作品である。」しかし、博覧会のテーマはさまざまであり、いつも女性が登場するわけではない。いま残されているポスターを見る限り、そこにはたしかに芸術味はあるかもしれないが、近代的に洗練された図案とはいえない。

それは女性像においても同じである。高岡は森脇と違って、この女性像原型をこれ以上近代

化しようとしてはいない。もともと高岡は画家志望であり、白木屋や十合の広告に女性が多く描かれたことに刺激されて独自の女性像を創出したようだが、それを近代化する気配はまったく感じられない。むしろ西洋ふうではなく、呉服店らしい和風の独自表現を目指したのだろう。森脇がモダンなイラスト制作に苦心したのに対して、高岡は広告の仕事をごなしながら、その一方で二科展に出品する風景画制作に精を出していた⁽¹²⁾。たしかに高岡が黒絵式女性像原型を創作したことは見事であり、それはしばらく高島屋式女性像原型としてシンボルの効果を発揮したが、いわゆる図案の近代化という点になると少し方向が違うというところだろう。

昭和3年10月16日夕刊広告(図29)における女性の二人の主眼点は着物の柄であるし、昭和5年5月17日朝刊広告(図30)や9月16日朝刊広告(図31)の婦人たちは具象的抽象的背景を伴ってひとつの風景を構成している。イラスト自体も小さく、カットふうの扱いである。それはイラストの近代化というよりも絵画化であろう。高岡と絵画、風景画とは切っても切れなく結びついていたのである。高岡は二科賞受賞を契機に絵画制作に専心するため、大阪を離れて上京し、替わって神戸大丸から今竹七郎が転じてくる⁽¹³⁾。

先の『広告界』誌一記者がいうように、ポスターは高島屋呉服店独自の媒体であったようで、現在在阪百貨店のポスターで残されているのは高島屋呉服店に限られている。それだけ高岡もポスターには力をいれたようで、一記者も「民衆との交渉」を強調する高岡の談話を引いているが、その表現ということになると、やはり芸術味が勝ちすぎているといわざるを得ない。

4 柴田可寿馬による大丸の広告 昭和3年10月から10年頃まで

大丸呉服店の広告イラスト近代化の口火を切った森脇高行のあとを継いで、モダンな大丸型広告を完成させたのが、昭和3年入社した柴田可寿馬(1907-1944)である。ちょうど高島屋の高岡が人物像を入れ始めたころである。柴田は昭和3年3月に京都市立美術工芸学校図案科を卒業し、10月に森脇のいる大丸呉服店宣伝部に入社したという⁽¹⁴⁾。柴田がちょうど自分のイラスト・スタイルにたどり着いた頃、上司森脇は柴田を次のように紹介している。「人に負けるのが嫌ひである、相当議論もするが、口よりも技の方で来い、なあにやつて見せると云ふ風な、元気に満ちた好青年である。それが君の画の上にもよく出てゐる、力強い裡に美しいリズムを持った独自の線を持つてゐる。……特に新聞広告は数も多く描いたし、君独特の技法を以て描かれて行つた、描かれた人物にも君独自の形態を持ち、顔の表現法にも君自身が生み出した効果的な単化が幼稚な一年から逐次洗練へ向つて進み遂に百貨店新聞広告に独自の境地を造り上げたのである⁽¹⁵⁾。」後輩の作品を少し持ち上げすぎていると思われるかもしれないが、以下に見るように森脇の言は決して誇張ではない。「特異な洗練されたアドキヤラクター」で「関西の百貨店新聞広告に一つの導向を示した」ことは間違いない。

柴田と同じ年に入社し、専らディスプレイを手がけた重成基は早くに亡くなった柴田が独自のイラストに達した過程を、終戦後、次のように回顧している。「京都の美術〔工芸〕学校を卒業して大丸へ入社したニューフェイス柴ちゃんは半年もたたぬうちに社内で誰れ知らぬものもない人気者となっていた。新聞広告のカットには特に人物の扱ひ方には一番苦心を重ね時々スケッチを私のところへ持つてきて顔の表現法に就て意見を述べあつていましたがそのうち『柴ちゃん独特の美人をうみ出したらどうか』と云つたことからその後毎日夜おそくまで制作に励んでいました。たとへ交際の酒宴で帰りがおそくなつても必ず朝までに何か描くと云ふ熱と努力が一年たち二年たつうちに遂に例の『水瓜のたね』と云はれる眼の表現をものにしました。」¹⁶⁾ 柴田は昭和15年9月に大丸天津店の宣伝部長として中国に渡っているのに、大阪店宣伝部での仕事は12年間ということになる。重成は12年間の仕事を短時間の出来事のように振り返っており、単純化短縮化されすぎているくらいがあるが、柴田のイラストの特徴を説明するよい手がかりであることには間違いない。

昭和12年に入社した宣伝部員の記憶によると、すでに昭和12年に森脇は宣伝部ではなく、図案部におり、広告の制作はしていなかったというから、森脇はそれまでの時点で図案部へ移ったらしい。既述したように、昭和4年年末に大丸呉服店の新聞広告に人物画が登場し始めるが、この傾向は1年おいて昭和6年になってより頻繁になる。昭和5年までの人物像は、例えば、図36から39までのように、昭和3年頃(図17, 18)とほとんど変わらないが、昭和6年になって変化が現れる(図40から43)。柴田はこの年大阪商船のPR誌『海』に掲載した大丸呉服店の広告を制作し、昭和6年4月号以降、時折、広告のイラストに可というサインを入れており(図32から35)、これらによって彼がかなり幅広いスタイルのイラストを描いたことがわかる。新聞広告に同じイラストを見出すことはできないが、昭和6年に入ってから新聞広告のイラストが彼の手になるという可能性は十分にある。恐らく、これらが重成のいう「制作に励んでいた」ころの作品なのだろう。当時、高岡が高島屋の広告で繰り返し高島屋型女性像を描いていたのに対して、柴田はおそらく森脇の傍らで、柴田式の、つまりは大丸型女性像を模索していたということだろう。

既述した昭和4年12月25日朝刊広告(図23)に描かれたコート姿の婦人が、その後、昭和5年6月21日夕刊広告(図36)の和装婦人、6月22日夕刊広告(図37)の洋装婦人へ、さらに10月23日夕刊広告(図38)と11月22日夕刊広告(図39)の和服婦人を経て、昭和6年3月17日夕刊広告(図40)の洋装婦人、3月18日夕刊と3月25日夕刊広告(図41, 42)、4月24日夕刊広告(図43)の和服婦人へと洗練の度合を増していつているのが見られるが、この3月というのはちょうど『海』掲載の広告図案を描き始めた頃なのである。

こうして、昭和6年5月11日朝刊広告(図44)や5月19日夕刊と21日夕刊広告(図45, 46)

の和装婦人像はまず柴田の手になると考えることができる。顔の表現は目と鼻をわずかに小さい点や短い線で暗示するように描くに止めており、まだ「水瓜のたね」の目は登場していない。10月1日夕刊広告（図47）中の高岡の顔にくらべると、やはり物足りなさは隠せない⁽¹⁷⁾。10月6日夕刊広告（図48）で高岡の女性に応えようとしたが、まだ柴田式というような表現に達しているわけではない。柴田の苦心はさらに続き、11月3日夕刊広告（図49）、12月10日朝刊広告（図50）では目を表す点を少し大きくし、小さな丸として描き、遂に翌昭和7年3月12日朝刊広告（図51）、23日夕刊広告（図52）で「水瓜のたね」の目に達したのだった。入社後まる3年はたっていた。5月（図53、54）には完全に柴田式の女性像になっている。

柴田の女性像の特徴は目の表現にだけあるのではない。柴田の女性像は多くの点で高岡の女性と対照的である。髪の毛は細い線で描かれ、着物の柄や模様も白黒の強い対比を嫌い、写真網目版を利用して中間調の効果を出すよう苦心している。そして昭和6年以降、柴田が中間調で和服女性を、とくにその模様をさまざまに描いて行くことになる⁽¹⁸⁾。これによって新聞広告の表現が実に情緒豊かになったことは疑えない。中間調による服装表現は大丸呉服店広告においてすでに昭和4年頃から使用されており、最初に手がけたのが森脇なのか柴田なのかはわからないが、既述のように昭和6年春から夏にかけての女性像を見ると、少なくとも完成させたのが柴田であったことは間違いなさそうだ。そういう意味で柴田可寿馬が在阪百貨店の新聞広告においてイラストを近代化させた業績は非常に大きいと云わなければならない。

柴田は森脇と同じく、女性像だけでなく、紳士や子供、商品のイラストも描く。ほとんど和服女性だけを描いた高岡とは、この点で大きく相違している。また、絵画ふう、漫画ふうの作品もある。おそらく写真を使った広告も手がけたに違いない。大丸呉服店の広告は早くから時折左横書きを採用したり、レイアウトにも最新の西洋式を取り入れたりして、森脇時代から進取の気風があったらしく、柴田もこうしたなかで、モダンな女性像を完成させたのである。

前述したように柴田は昭和15年9月に大丸天津店へ転勤するが、それまで彼はモダンな女性像を描き続けている。昭和7年の図57、58、59は完成された柴田式の典型であり、昭和8年になると図60、61、62に見る多様な展開となり、昭和9年にも続く（図63、64）。図63は一頁全面大広告の一部に使用されたイラストである。これは翌10年広告（図65）のような大イラストへと発展する。百貨店の新聞広告で和服美女をこれほど一人大きく描き上げた作品は昭和3年9月28日以来のものである。こうして、柴田式イラスト重視の広告は翌年にかけても続くのである（図66、67）。柴田のモダン化の手法は今竹とは大きく相違している。

5 今竹七郎の高島屋の広告 昭和6年10月から昭和10年頃まで

大丸呉服店の柴田がモダンな女性像を完成させたころの昭和6年10月に、高島屋の高岡は

上京し、代わって大丸呉服店神戸店から今竹七郎（1905-2001）が転じてくる。今竹が、森脇、高岡、柴田と違う点は、入社するまでに他社ではあるが宣伝部で5年もの間図案制作をしてきていることである。大阪店が規模において前勤務先の大丸神戸店を大きく上回っていたとしても⁽¹⁹⁾、大阪店に来て一から仕事を始めたわけではない。すでに、高岡が独自の女性像を創作していたし、ライバル店の大丸呉服店柴田の広告は既述したように、和服女性、洋装婦人、さらには子供の表現までモダンなスタイルを確立し、独自の広告図案を制作しようとしていた。

そのような状況のなかで今竹は入社し、比較的早くに、柴田に匹敵しうる女性像を創出した。だが、入社直後というのではない。表現技術を持ってはいたが、独自画風という点になると別である。昭和6年10月以降掲載の広告が今竹の手になったとしても、最初人物像はどこか柴田に倣ったものが多い。昭和6年11月22日夕刊広告（図68）や12月8日朝刊広告（図69）でも、翌昭和7年5月20日朝刊広告（図70）でも、描かれている女性像は柴田の模索期のそれを思わせ、なお、今竹独自というのではない。しかし、9月10日夕刊広告（図71）は柴田の画風ではない。ここでは柴田のしなやかさに欠けるが、その線は明快で力強い。今竹は9月16日夕刊広告（図56）で、柴田（図55）に匹敵する今竹式イラストに達する。その自信が丸に七のサインに現れる（図72, 73）。今竹が新聞広告にサインを付した最初である。しかし、今竹は同じところに止まらない。翌昭和8年春には線をより明快にしたイラストを描く（図75, 76）。これが最も今竹らしいイラストである。さらに秋以降スタイルを変える（図77, 79）。時折大胆なポーズを描くのも今竹の特徴である（図74, 78）。昭和9年から10年になると、今竹のイラストはさらに記号化する（図80, 81）。これは当時云われ始めた単化の方向に倣ったものと思われるが、今竹自身はすでに飛行機や子供の表現で早くから試みていたことだった（図85, 86）。一方では柴田に負けない構図的試み（図82, 83）や絵画的広告（図84）も試みている。

高島屋へ転じたあとの今竹の仕事ぶりは猛烈だったらしい。昭和8年5月には仕事仕事で風呂にも入らなかったというし⁽²⁰⁾、ポスターを描き始めた昭和12年の訪問記にも徹夜勤務の日にも「日に一度は必ずキャンバスに向て絵筆を執る」⁽²¹⁾と書かれて、勉強ぶりを偲ばせる。昭和9年末から始めたランランポマードの新聞広告の展開や昭和14年に連載を始めた『広告界』誌上「素描教室」における近代美術についての知識は彼の努力の成果である。新聞広告のイラストに見られる様式の展開にもその努力が現れている。

以上、昭和10年頃までの在阪百貨店の新聞広告について、とりわけ大丸の森脇高行、柴田可寿馬、高島屋の高岡徳太郎、今竹七郎の仕事を概観した。詳細については稿を改めなければならないが、少なくとも彼らの仕事に、単に西洋をそのまま受け入れるのではなく、自分らの生活のなかで消化し、洗練させ、独自の文化を作り上げるという関西におけるモダンデザインの典型を見ることができるのである⁽²²⁾。

註

- (1) 由井常彦編『西野恵之助伝』日本経営史研究所, 1996.3 p. 49
- (2) 由井常彦編, 同書 p. 52
- (3) 中川倫『新大阪大観』新大阪大観刊行所刊 大正12.1 p. 1243
- (4) 大正12年3月8日朝刊
- (5) KUR (室田庫造?)「大阪の図案家, 大丸の森脇君を」『広告界』昭和2年3月号 p. 75
- (6) 今竹七郎「二つの流星」『プレスアルト』第77号 昭和24年7月号 p. 8f
- (7) サツカレ, 平田禿木訳『虚栄の市』国民文庫刊行会 大正3年
- (8) 1927 Edition of the Sears, Roeruck Catalogue, Bounty Books, 1970
- (9) 『だいまる』大正15年1月号, 3月号, 12月号, 昭和2年10月号
- (10) 高岡徳太郎回顧展図録年表, 堺市博物館, 平成5年6月
『百選会百回史』によると, 向井潤吉のあと入社したという。p. 173
- (11) 一記者「高岡徳太郎氏」『広告界』昭和6年6月号 p. 57
- (12) 二科展図録によれば, 高岡は大正13年秋の二科展に初出品し, その後, 昭和2年から毎年二科展に出品している。人物像や静物画もあるが, 風景画が多い。その間, 昭和6年に会友となり, 翌年に二科賞を受賞, 昭和11年に会員になっている。
- (13) 最近出た今竹七郎関係の図書で大阪高島屋への異動が昭和5年になっているが, これは誤りである。今竹自身は高岡徳太郎の後任といっているが, 例えば昭和6年3月29日「丹後縮緬京染宣伝大会」のように, 昭和6年にも高岡はまだ高島屋の新聞広告を描いており, 『広告界』昭和6年5月号の座談会にも高島屋図案部所属の肩書きで出席している。『広告界』昭和6年12月号「神戸商業美術展NEWS」に今竹は「一〇月より大阪高島屋意匠部長に栄転された」とあるので, 異動は昭和6年10月であろう。
- (14) 森脇高行によると, 柴田は昭和4年に学校を出て, その秋に宣伝部に入ったという(森脇高行「柴田可寿馬と大丸型」『広告界』昭和9年1月号 p. 100)。しかし, 卒業名簿には昭和3年3月卒業となっているので, 卒業年は森脇の記憶違いである。入社年は昭和4年秋なのかも知れないが, ここでは昭和3年入社説(註16)のほうをとる。
- (15) 前出 森脇高行(14)
- (16) 重成基「霊讃」『プレスアルト』第77号 昭和24年7月 p. 1
- (17) 昭和6年10月に高岡は上京し, 今竹が入社しているが, この10月1日付広告は一応高岡の手と考えられる。ただ, 顔の表現は高岡ふうを脱しているようにも見える。
- (18) 後述するように, 昭和6年10月に大阪高島屋へ転じた今竹七郎もまもなくこれに倣って, 中間調の和服女性を描いている。昭和7年9月16日夕刊では柴田, 今竹両イラストが並んで掲載されている(図55)。後述するように, 今竹はこの女性像で, 初めて柴田に匹敵しうる女性像に達した。
- (19) 「聞き書きデザイン史2, 今竹七郎」『たて組ヨコ組』第32号 1991 p. 14
- (20) 『今竹七郎とその時代』誠文堂新光社 2003 p. 19
- (21) xyz「プロフィール 今竹七郎氏」『プレスアルト』第15号 昭和13年3月 p. 10
- (22) 一記者は「幾万の上中流家庭の淑女達へ邁進してゐる」と柴田の女性像が顧客層に結びついていることを述べている。xyz「プロフィール 柴田可寿馬氏」『プレスアルト』第15号 p. 9

本稿は文部科学省科学研究費「大阪における近代商業デザインの調査研究」の成果報告の一部である。

森脇高行, 柴田可寿馬



1 白木屋広告 大 12.3.8



4 大丸広告 大 15.6.15



2 大丸広告 大 14.12.16



3 『虚栄の市』挿絵



5 大丸広告 昭 2.4.23



6/8 『シアーズ』1927



9 大丸広告 昭 2.12.13



10 同 昭 3.8.4



11 『だいまる』大 15.1



12 同 大 15.12



13 同 昭 2.3



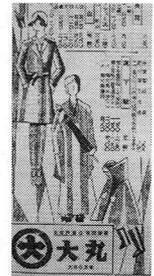
14/16 『だいまる』挿画



17 大丸広告より 昭 3.3.14



18 同 昭 3.6.13



19 同 昭 4.6.17



20 同 昭 4.12.15



21 同 4.12.21



22 同 4.12.21



23 同 4.12.25

高岡徳太郎, 柴田可寿馬



24 高島屋広告より 大 15.7.31



25 同 昭 2.3.13



26 同 昭 3.3.16



27 昭 3.4.7



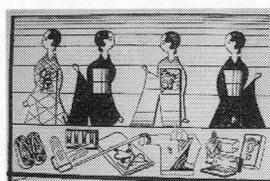
28 ポスター



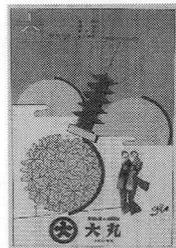
29 昭 3.10.16



30 昭 5.5.17



31 昭 5.9.16



32 『海』昭 6年 4月 広告



33 同 6.10



34 同 7.04



35 同 7.10



36 同 5.6.21



37 5.6.22



38 5.10.23



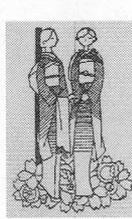
39 5.11.22



40 6.3.17



41 6.3.18



42 6.3.25



43 6.4.24



44 6.5.11



45 6.5.19



46 6.5.21



47 6.10.1



48 6.10.6



49 6.11.3



50 6.12.10



51 7.3.12



53 7.5.12



54 7.5.20



55 (柴田)/56 (今竹)



57 7.10.4



58 7.10.6



59 7.9.30



60 8.4.6 →



61 8.4.9



62 8.7.14 →



← 65 10.9.17



← 63 9.4.1



✓ 67 11.9.16



66 10.11.13



64 9.7.7



68 6.11.22



69 6.12.8



70 7.5.20



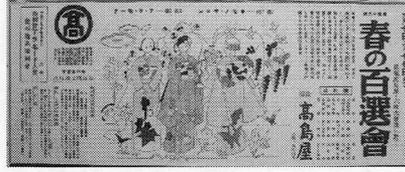
71 7.9.10



73 7.9.23



72 7.9.18



75 8.3.8



76 8.5.13



77 8.9.19



74 7.11.1



78 8.12.10



79 9.2.19



84 11.7.17



80 9.11.3



82 10.7.21



83 10.9.3



85 7.11.1



81 10.3.6



86 8.2.11