



Title	1930年代商業美術の軌跡 : プレスアルト研究会の活動を見る
Author(s)	西村, 美香
Citation	デザイン理論. 1991, 30, p. 129-130
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53062
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

1930年代 商業美術の軌跡 —プレスアルト研究会の活動を見る—

西村美香

1937年（昭和12年）1月、広告印刷物の実物頒布を目的とした「プレスアルト」と呼ばれる雑誌が京都で出版された。当時、日本国内でデザインに関する雑誌、書籍は「広告界」「アフィッシュ」など、いくつか出版されていたが、この「プレスアルト」のように実物の広告物、ポスターやリーフレットなどを頒布する例は他に少なく、またその出版がマスコミあるいは広告デザインを中心である東京ではなく、言わばその中心を離れたともいべき関西からなされたということ、多くのデザイナーが無償で本誌に寄稿したこと、などの点から「プレスアルト」は、注目されるべきユニークな雑誌であると思われる。「プレスアルト」誌はその後、幾多の変遷を経ながらも、形を変え現在も出版が続けられている。非常に息の長い出版物であるが、本稿では創刊より第73号まで、戦前発行分をとりあげ、誌の概要を述べるとともに、「プレスアルト」誌及びその出版元である「プレスアルト研究会」が果たした1930年代商業美術界での役割を調査研究することを目的としたい。

「プレスアルト」誌は京都で古本屋を営んでいた脇清吉が京都高等工芸学校（現京都工芸繊維大学）の向井寛三郎、霜島之彦、本野精吾の三教授を顧問に結成した「プレスアルト研究会」の機関誌として出版された。“印刷美術”を意味するエスペラント語で命名されたこの雑誌は、月刊100部余りから出発する。賛助会員から提出された

ポスターやリーフレット、パッケージなど広告印刷物と、商業美術に関する様々な論説を冊子にまとめ、会員に頒布された。

「商業美術家が自身のうちに持つ知識を互いに交換することによって自らを成長せしめてゆく」というのが研究会の趣旨であるが、当初は理解されがたいものであったようだ。広告印刷物が本来の目的ではなくこのような研究資料として使用されるためにはじめから余分に刷られているはずもなく、また広告デザイン（商業美術）の研究自体が意義あるものか否かも疑わしかった当時、研究会の趣旨を理解し資料として印刷物を提供してくれる企業は多くはなかった。また原稿料も支払われることがないため、デザイナーの協力を取りつけるのも大変な苦勞であった。しかし創刊当時のそういった苦勞も、脇清吉の熱意と行動力、京都高等工芸の三教授や今竹七朗（大阪高島屋）、山名文夫（資生堂）といったデザイナーの商業美術に対する熱意によって次第に理解者、協力者は増え実を結び始める。京都、大阪など関西が中心であった会員も東京、九州、満州と全国に広がり、発行部数は飛躍的に増加した。しかし実物頒布は300部をもって限界となり、5年目以降からは月刊誌だけの販売も併せて行うようになる。創刊3年目には、印刷業者や企業の協力のもと、本誌はデザイナーの制作活動の発表の場となり、印刷業者の技術広告の機関であると評価されるようになった。賛助会員であるデザイナー等は作品と制作意図を寄



せ、それに対して他のデザイナーが批評など意見を述べるといった、誌上を通じての意見交換やデザイン論の論議が展開された。また研究会が座談会を主催するなど、「プレスアルト」を介して、デザイナー同士は横のつながりを広めることができた。研究材料を提供し、お互い情報交換をしあって広告デザインの質を高め、デザインの社会的役割を模索するとともにデザイナー同士が結束してまだまだ社会的に認められていなかったデザイナーの地位の向上を目指す、そういった造形運動の基盤の一つに「プレスアルト」はなつたと考えられる。事実、戦後1951年（昭和26年）に「日本宣伝美術会」が結成されたが、その時に東西のデザイナーが予想外の早いまとまりを見せたのは「プレスアルト」という機関が働いたからだとも言われている。関西のデザイナーのまとめ役、関西と関東の橋渡しそういった役割を「プレスアルト」は果たしていたといえよう。そんな「プレスアルト」も第2次世界大戦の戦局が厳しくなり、敗戦気運が見え隠れする1944年（昭和19年）3月、ついに出版停止となりその後5年間の休刊に追い込まれる。休刊前の3年間程は、世の中の全てがそうであったように、本誌の内容も戦時色の濃い統制の感じられるものであった。自由な競争経済のもとでのみ本領を発揮できる広告デザインの仕事が戦時体制の真只中でどのような活動ができたのか、本誌はその実態の記録集でもあった。デザイナーの多くが戦争と関わり、政府の統制下で苦しんだ様子が伺えるのである。しかし様々な規制をうけながらもそして競争経済がひっそくした状況下であっても、月々の広告印刷物の頒布は続けられ、その

点数は73集で、約1500種にのぼった。脇清吉やデザイナー等の熱意、企業の協力といったものがここにも感じられるのである。1967年（昭和42年）「日本の広告美術—明治・大正・昭和」と題されてポスター、新聞広告、パッケージに関する書籍が美術出版社から出版されたが、それに掲載された図版に「プレスアルト」で集められた広告印刷物が多いに活用されたという。「プレスアルト」の仕事は、デザイン史上を振り返るとき生きた広告の資料として、貴重な価値があると評価されるのである。

企業が宣伝部や図案部を儲けデザインの専門家を雇い、また国立や私立でデザインを専門とする学校や学科が設立されつつあった1930年代、それら企業デザイナーやデザイン科学生に国内のデザインワークの状況を伝え、小さいながらもデザインを論じる場を提供し、資料となる広告物を安価でしかも購読者には何の収集の手間も取らずに頒布する本誌の存在は貴重であり、このような雑誌の出現は情報過疎とも言える当時、多くのデザイナーが望んでいたことであろう。関西をはじめとする多くのデザイナーの熱意によって支えられ起動していた「プレスアルト」は、日本の近代デザイン史上の初期において、造形運動の一端を担うものとして、見逃せない動きと考えられる。

(にしむら・みか)