



Title	＜書評＞小野高裕・西村美香・明尾圭造『モダニズム出版社の光芒：プラトン社の1920年代』
Author(s)	今井，美樹
Citation	デザイン理論. 2000, 39, p. 124-125
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53222
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

小野高裕・西村美香・明尾圭造

『モダニズム出版社の光芒——プラトン社の1920年代』

淡交社 2000年

今井美樹／サントリーミュージアム [天保山]

本書は1920年代の大阪で出版活動を行っていた「プラント社」に光を当て、その6年間(1922-27)の軌跡を検証する研究書である。プラトン社は化粧品製造業の中山太陽堂(創業1903)が同社のPRの一環として展開すべく設立した出版社である。高級化粧品のイメージにふさわしく、瀟洒な挿絵や表紙で飾られた婦人雑誌『女性』を皮切りに、小説を主とした娯楽雑誌『苦楽』、そして『演劇・映画』を刊行するなど、珍しい活動を展開していた。

出版社の6年間は決して長いとはいえない。しかし私たちは短命に終わったその活動に1920年代の日本の諸相を垣間見ることができる。今日もなお中央集権的な出版事情にあって、ともすれば東京を中心として語られがちな出版史を、大阪の特殊事例の出版社からの視点で眺めることによって、日本のモダニティ成熟過程の新たな側面を捉えることができるのだ。近年ようやく進められつつある地方都市のデザインに関する研究成果は着実に評価を得ているが、本書もまた、その名を知られても正しく紹介されることのなかったプラトン社の実体を、私たちに教えてくれる画期的な一冊といえよう。

本書は各担当者による三部構成となっている。第一部「プラトン社の軌跡」(小野高裕)はプラトン社結成の背景と歴史を織り交ぜながら、雑誌の編集方針、同社に集う編集者・作家・挿絵家たちの交流と人となりを伝える。クラブ洗粉を始め次々とヒット商品を生んだ中山太陽堂の創業者中山太一は、早くから広告宣伝を利用した天才的起業家であった。ハイカラな双美人の商標、三越呉服店とのタイ

アップ広告、宣伝カーや飛行ビラ撒きなどを自ら考案し、東京に広告部を設けては才人を採用して、後年「クラブ式広告」と称された大胆で奇抜な広告戦略を展開した。こうした徹底的なメディアの駆使があってこそ、プラトン社誕生の運びとなる。

折しもの第一次大戦後の好況景気と出版ブームに乗って、中山太一は実弟豊三を社長に据え、買収した『女学生画報』を新たな装いの雑誌『女性』としてプラトン社をスタートさせる。更に翌年『苦楽』を創刊、東京勢を巻き込み「文壇の格付け機関」と言われるまでに成長させた。優秀な編集人、華々しい執筆者、人気の図案家や挿絵家の人間模様と大阪の活況の様子は、読んでいて小気味がいい。顧客用読み物として始まった雑誌が、次第に激化する出版界に引き込まれていく構図は、東京と互角の発展を目指す大阪の威勢とバブル経済を目の当たりにしているようだ。やがて映画ブームに傾倒した同社が『演劇・映画』を創刊する頃には、創刊74万部の怪物雑誌『キング』(1924)、円本『現代日本文学全集』(1926)という量産廉価本のあおりを受け、解散を余儀なくされる。

高級化粧品のブランドイメージを保ちつつ、大量消費段階に突入した出版界に挑んだプラトン社の矛盾が、マーケットに対応不能となって終わった活動であったが、高品質を保った出版は、挿絵や装丁などのエディトリアルデザインの分野に確実な向上をもたらした。

第二部「プラトン社の雑誌デザイン」(西村美香)では、『女性』『苦楽』の表紙・挿絵・ロゴや刊行物の装丁に力を注いだ図案家たち

の足跡を辿る。上記二誌の挿絵の美しさは「ビアズレイばりの優雅なイラストレーション」として早くから評価されてきたが、山六郎、山名文夫をはじめとする同社の人気図案家たちの触発源はビアズレイ以外にもあったと筆者は指摘する。パリのファッションプレート『ガゼット・デュ・ボン・トン』からの図版の引用は、日本のグラフィック搖籃期の先駆者たちの腐心と同時に印刷表現に対する西洋への憧憬を表すようで興味深い。主に日本画家が印刷物の原画を手掛けていた明治期から、昭和初期にはHBプロセスなどの写真製版によって図案表現者の意図をそのまま再現しうる環境が整うが、プラトン社の活動はその端境期に相当し、図案家の原画を職人が描き版に起こして印刷が行われていた。印刷技術の向上は、出版業はもとより商業印刷、商業美術への需要を高め、職業図案家を生み出す一方で、印刷メディア発展史上の必然ともいえる大衆雑誌や円本ブームをもたらした。欧米の挿絵を手本に印刷機械の改良と共に成長した日本のグラフィック事情は、著作権の問題意識と併せて今後更に研究を要するテーマであろうが、西欧の模倣から始めながらも、次々とモダンガールを創出することで独自の表現スタイルを獲得した山と山名を先人としたプラトン社の図案家・挿絵家たちは、多くの婦人雑誌や広告表現に影響を与えた。

第三部「雅俗を遊ぶ―編集者松坂青溪とその軌跡」（明尾圭造）では、『女性』『苦楽』創刊時に尽力した松坂青溪に焦点を当て、彼の京阪神での広範な活躍を追うことによって、関西の出版事情や文化活動を紹介する。明治中頃より大阪朝日新聞社に所属、その後女学生画報社、プラトン社を経て高島屋宣伝部に在籍した青溪は、関西の嗜好を知り尽くした上で雑誌・機関誌の編集、百貨店催事などを企画し、ディレクター的存在でありながら黒

子に徹した人物であった。青溪の日記や多くの著作に当たって彼の思想や広い交友関係を辿りながら、当時の京阪神のモダニズム受容の過程を探る試みは、筆者も確信するように、重要でありながら不可視な地方都市発展の探求には有効な手段である。

地方都市におけるデザインや文化活動に思いを馳せるとき、私たちは東京のそれを考える以上に「都市」と「メディア」のモダニティについて強く意識せずにはおれない。大正末期から昭和初期つまり1920年代とは、名実共に日本にモダニズムの波が押し寄せ、しかも西洋の生活文化が日本仕様に咀嚼された時代である。生活改善運動と並行して都市の概念が形成され、生活への改善提案という形で新しいデザインが希求された一方で、都市のインフラが整備されていった。大阪では1921年に第一次市域拡張計画が施行され、道路や交通網の整備と共に本格的な建築ラッシュが始まる。大阪市大付属病院、大阪市立工芸高校などの公共建築や多くの企業ビルの他に、三越、大丸、新町演舞場、松竹座などの百貨店や娯楽施設も軒並み1925年までに完成している。1923年の関東大震災も関西への人口流入の一因となり、東京の企業が大阪に進出したのもこの頃であった。1925年の第二次市域拡張計画は44町村を合併して人口211万人の日本一の都市を作り上げ、経済的にも活況を呈した大阪が、「大大阪」と呼ばれたのはまさにこの瞬間であった。

本書は、こうした状況下に存在した一出版社の盛衰を伝えるのみならず、やがて来る世界的恐慌（1929）と第二次大戦参戦（1934）への勇み足を予感させながら、日本のモダニティ再考を促す契機を私たちに与えてくれるのである。