The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	チェコスロヴァキア製マッチラベル : 小グラフィックの中のコミュニケーション
Author(s)	中川, 可奈子
Citation	デザイン理論. 2015, 66, p. 31-44
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/56300
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

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

The University of Osaka

チェコスロヴァキア製マッチラベル
── 小グラフィックの中のコミュニケーション ──

中　川　可奈子

キーワード
チェコスロヴァキア，マッチラベル
Czechoslovakia, Match label

はじめに
１　チェコスロヴァキアのマッチラベル概要
２　マッチラベルのジャンル分析
３　マッチラベルのデザイン分析
　　分析１《シリーズ展開》
　　分析２《版の重なり技法》
　　分析３《色のトーン》
４　マッチラベルと人々の関係
おわりに

はじめに

第二次世界大戦後から共産主義体制が崩壊する1989年頃までに，チェコスロヴァキアで発売されたマッチ箱に貼られている様々な図柄のラベルは，ポスターと同様に，国家が目指すスローガンを宣伝するための媒体でもあった。プラハの古本屋などでは，マッチ箱から剥がされたバラ売りのラベルや，未裁断のラベルシートが販売されており，さらには個人の蒐集アルバムまで販売されていることもある。ラベルの小さな画面の中に，タイトルのみ記載されている場合もあれば，キャッチフレーズや，短い文章が書かれているものもあるが，文字が読めない者でも，モチーフやデザイン，色合い，タイポグラフィなどの観点から，お気に入りのラベルを見つけ出すことができる。本稿では，1953年から1979年頃までに，チェコスロヴァキアで発行されたマッチラベルを，描かれているテーマごとに分類し[1]，当時の社会背景を考慮した上で，それが作られた目的と役割を分析する。次に，ラベルのシリーズ展開と表現の特徴を明らかにし，さらに印刷と色彩について分析をすすめる。ここでは，筆者のコレクションの中から，該当する年代のシリーズ展開しているラベル1955枚を現物調査の対象とした。最後に，マッチラベルのデザイナーと蒐集家協会を取り上げ，人々とマッチラベルがどのように関わっていたかを調査する。約25年間に発行されたラベルの全体を通して分析することで，チェコ

本稿は第56回大会（2014年７月27日，於：お茶の水女子大学）での発表に基づく。

スロヴァキア国内でも，年代ごとの違いや共通点などの変化を見ることができる。これらの調査で明らかになった点を踏まえて，チェコスロヴァキアのマッチラベルが，どのようなコミュニケーションツールであったかを考察したい。

１．チェコスロヴァキアのマッチラベル概要

チェコスロヴァキアで最初のマッチ製造は1839年にさかのぼり，その後すぐにマッチラベルが作られるようになった[2]。1938年のドイツによる占領にともない，ベルリンにあるマッチ独占会社が発行するドイツ語とチェコ語の二カ国語表記のラベルが発行された[3]。第二次世界大戦後になると，マッチ製作会社はソ連中央政府の保護を受けるようになり，ラベルも他の印刷物同様に，チェコスロヴァキアの印刷物を管理していた出版社 ORBIS に管理されるようになった[4]。この時代のラベルは，ほとんどが政治・教育の目的で作られたが，1953年頃から芸術性の高いシリーズラベルが発行されるようになった。マッチラベル蒐集は1950年代半ばから1960年代にかけて急速に広まり，子供から大人まで，何千人もの人々がラベルの蒐集に没頭した。若者たちのあまりの蒐集熱に批判的だった一部の人々（教師・消防士）に対して，「ラベルの蒐集は，阻止することができないほど，本格的に広まっている。もし蒐集を禁止してしまえば，若者達のマッチラベル蒐集はさらに興味深く，魅力的なものになってしまうだろう」という記述がある程である[5]。マッチラベルは，新聞販売店でマッチ箱を20ハレル（0.2コルナ）で購入し，箱からラベルを剥がすことで，誰もが簡単にラベルを手に入れることができたが，もう一つの入手方法として，国営会社 Sběrné suroviny（原料収集の会社）が，原料を持って来た人に対する支払いの他に，2kg の紙ごとに一枚のラベルを無料で配布するサービスが行われており，特に若者や多くの人々が，このサービスを喜んで利用していた[6]。マッチラベルはマッチを包むパッケージの一部として一般的に認識されているが，当時のチェコスロヴァキアでは，マッチ箱に貼るラベルとは別に，蒐集のためのマッチラベルが発行されていた。その結果，ラベルを手に入れるためにわざわざマッチを購入する必要がなくなり，剥がす際にできる破れやしわが付いていない，新しいラベルを蒐集することができた。さらに，マッチ工場や印刷工場で印刷された段階での，未裁断のラベルを集めるコレクターもいた[7]。

実際に1953年から1979年にかけてチェコスロヴァキアで発行された，一年間当たりのマッチラベルの種類数のグラフ（図１）を作成した。このグラフから，1953年から発行種類数が増え続け，「プラハの春」が起こる1968年が最も多く，一年間に693種類のマッチラベルが発行されていることがわかる。そして，発行種類数は，ソ連による規制が厳しくなる1969年以降から次第に減っていく。

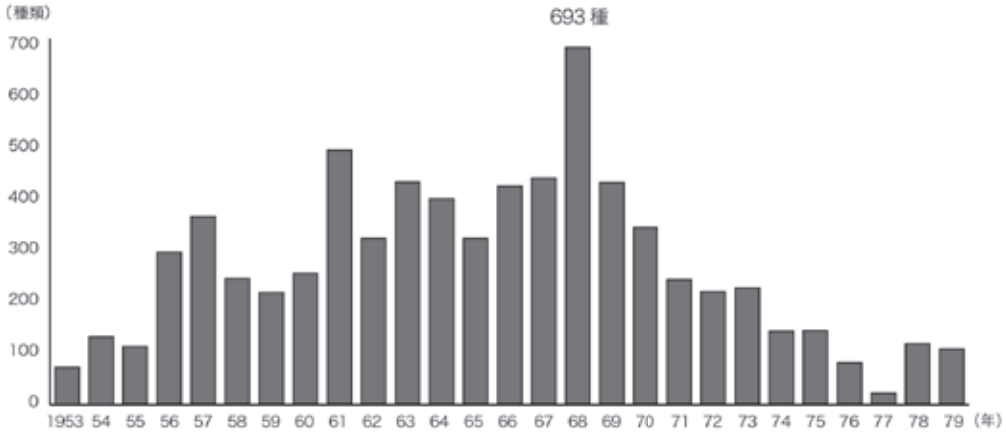

図１　マッチラベルの年別発行種類数（1953-1979）

２．マッチラベルのジャンル分析

当時のマッチは生活必需品であったため，これらに描かれた図柄やメッセージは，多くの人々の目に止まった。カラフルで様々な図柄を持つマッチラベルは，何らかの目的を伝える宣伝媒体としてデザインされ，機能していたと考えられる。蒐集カタログの著者であり，チェコスロヴァキアの中で最も有名なマッチラベル蒐集家のイジー・シュペルク（Jiří Šperk, 1929-2014）は，「マッチラベルはこれまで世界で最小のポスターとして知られてきたが，それらは次第に世界最小の新聞となった。新聞は，身の回りの出来事のあらゆる事に対し，敏感かつ迅速に反応するものだが，これらの小さなラベルたちも同じく，世界を動かすあらゆる出来事を記録する機密な記録装置の様である」と述べている[8]。そこで，国家がマッチを通して人々に何を伝えようとしたかを読み取るために，1953年から1979年に発行されたシリーズ物のマッチラベル6883点（重複除くと6382枚），702シリーズ（重複除くと651シリーズ）を，カタログに記載されているシリーズ名と各ラベルに書かれた文字情報を基に，以下の７つのジャンルに分類し（図２），ジャンルの割合を求めた。

① 政策・宣伝

共産主義，軍事，国策，職業，通信，国営郵便貯金，国営保険会社などに関するラベル

② 安　全

交通安全，防災活動，衛生や栄養，病気の予防など，身の安全や健康に関するラベル

③ 広　告

ホテルやレストランなどのサービス業や，家電，生活用品，食品類など消費者が直接購入する商品に関するラベル

図２　ジャンルの分け方

④　工　　業

機械，自動車，重工業，化学関係の会社や建設に関するラベル

⑤　農　　業

農作物や農作業，農場の風景などに関するラベル

⑥　環境保護

環境保護，リサイクル，美化活動，自然の保護などに関するラベル

⑦　文　　化

街や名所，伝統的な建築物，芸術，民族学，博物学に関するラベル

これらの７つのジャンルのシリーズの割合を求めた結果，図３のグラフが得られた。国民の情操教育に役立つ【文化（27.9％）】が最も多く，次に多いのが国の【政策・宣伝（25.4％）】

である。その次に，国民の生活に潤いや楽しみを与える【広告（13.9%）】，生活の基本となる衛生や交通安全，飲酒問題などを注意喚起する【安全（12.6%）】，【工業（11%）】の順に続く。これらの５つのジャンルは，時代によって多少の差はあるものの，約30年という長い期間に国家が計画的にラベルを発行していた。これらに続く，【環境保護（4.6%）】，【農業（4.6%）】のジャンルも，国民の暮らしに関する内容である。また，当時のチェコスロヴァキアが社会主義国であったことを色濃く示すと予測される【政策・宣伝】のジャンルを，さらに詳細な内容で分類したところ，ソ連の五カ年計画や十月革命の祝賀など，資本主義に立ち向かうことを記念する「共産主義・軍事」に加え，「貯蓄・保険」，「スポーツ」，「交通」，「地域振興」など，国民の生活に関係するラベルも多く含まれていた。その割合を求めると，【共産主義・軍事】は38%で，残りの62%が国民の生活に関する広報や啓発である。ジャンルの分類と，【政策・宣伝】の詳細な分類の割合結果から，約90%のシリーズが，国民の生活に関する内容であり，【共産主義・軍事】に関するシリーズのラベルは全体の約10%だとわかった。ソ連からの影響を受けた【共産主義・軍事】の題材はあるものの，国家が生活や文化，教育に力を注いでいたことが窺える。

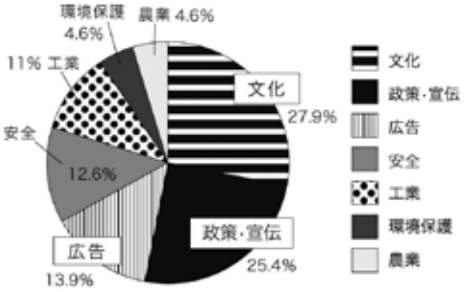

図３　ジャンルの割合グラフ

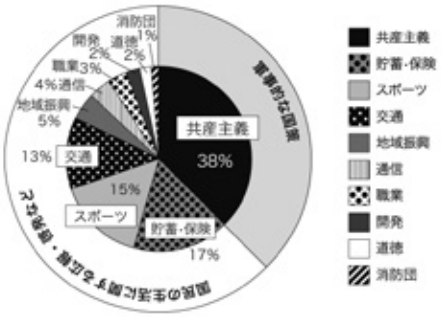

図４　内容別の割合グラフ（政策・宣伝）

３．マッチラベルのデザイン分析

分析１《シリーズ展開》

まずチェコスロヴァキアのマッチラベルの特徴は，多くのラベルがシリーズものとして作られていることである。シリーズの枚数に決まりはなく，３，４種類のシリーズもあれば，１シリーズ40種類以上あるシリーズもある。1953年から1979年に発行されたラベル7,311種類のうち，シリーズとして発行されているラベルは6,382種類あり，全体の約87%がシリーズ展開されていることがわかった。このシリーズ物のラベルが具体的にどのように展開されているかを調査した。

（1）「ストーリーのあるシリーズ」

例えば，《人工呼吸の方法》シリーズ（図５）は，それぞれのラベルに数字の１～８の番号が振られており，全てのラベルを番号順に並べて見ると，これらの写真と文章から正しい人工呼吸の手順が理解できる仕組みになっている。このようなストーリーのあるラベルは，長いメッセージを小さなマッチラベルに込めることが可能となるだけでなく，人々の蒐集欲を掻き立てる効果がある。《歯を大切にします》シリーズ（図６）は，親しみのあるイラストで描かれている。子供たちは，矢印付きのイラストを見て，実際に真似しながら，正しい歯磨きの方法を覚えることができる。また，「歯を大切にするためにカルシウムを摂取しましょう」，「虫歯になったら歯医者さんに行きましょう」など，子供だけでなく，親も一緒に学習できるように作られていることがわかる。マッチを使用後に大人が子供へラベルを手渡し，ラベルのイラストや文章を通して一緒に学ぶことで，コミュニケーションが生まれたと考えられる。これらのシリーズは，デザインの見た目の面白さだけでなく，正しい行動の仕方を身につけるための教育的な側面を持っている。

図５　《人工呼吸の方法》（1963年発行）

図６　《歯を大切にします》（1964年発行）

（2）「百科事典のようなシリーズ」

身近な暮らしや動植物，民俗芸術などの文化的なモチーフが描かれた，百科事典のようなシリーズも多く見られる。シリーズごとに統一されたフォーマットの中に，様々な種類のモチーフが描かれており，そのバリエーションを楽しむことができる。人気があるテーマは，モチーフや色，デザインを変えて繰り返し発行されていた。《都市公共交通機関90周年》シリーズ（図７）は，市民の交通手段であったトラムや船などの様々な乗り物のイラストが描かれている。チェコスロヴァキアの伝統的な建物を描いた《伝統的な建築》シリーズ（図８）は，いろいろな角度からすべて異なる建物が描かれており，色合い，背景などもラベルごとに工夫されている。このようなデザインの細かいこだわりや，種類の豊富さが人々の蒐集欲を掻き立てたと考えられる。

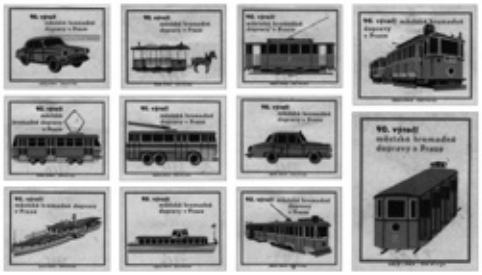

図７　《都市公共交通機関90周年》（1965年発行）

図８　《伝統的な建築》（1961年発行）

（３）「ユーモアや風刺を含むシリーズ」

教育的なラベルだけでなく，ユーモアや風刺のきいたラベル，漫画風のイラストで見る者を惹き付けるラベルもある。例えば，チェコスロヴァキア国家鉄道（ČSD）を宣伝する《旅行文化》シリーズ（図９）には，旅行者と国鉄で働く車掌が登場し，列車を利用した旅で起こる出来事がコミカルに描かれている。「ČSD は旅を楽しくします」，「座席予約で，快適な旅を保証します」という国鉄をアピールするキャッチフレーズから，「ゴミを忘れずにお持ち帰りください」，「許可されていない場所では，喫煙禁止」など列車での注意が書かれたラベルもある。

図９　《旅行文化》（1965年発行）

分析２《版の重なり技法》

次に特徴的なのは豊かな色使いである。同じシートに異なるラベルのデザインを配置したものを印刷し（図10），裁断したラベルをマッチ箱に貼付けていたため，多くの色を効率良く組み合わせることができた。さらに，ベタの面に網点の面を重ねることで，色数を増やし，絵の

中に影や立体感を表現する工夫もされている。この工程は，模様や色にバリエーションを生み出し，デザインの幅を広げている。

分析２では，印刷技術が次第に変わっていく様子を三つの期間に分類し，そこで見られる，印刷による表現の特徴や変化を調査する。

図10　カットする前のマッチラベル

（１）初期のラベル（1945年–1955年頃）

1947年発行の《キッズ》シリーズ（図11）は，赤ちゃんの薄い肌色の顔を表現するために，赤色のいびつな網点を使っている。網点を用いることで，色数を増やす工夫が，この頃から行われていた。

図11　《キッズ》（1947年発行）

（２）版の重なり技法を用いた時代（1956年–1969年頃）

1956年頃から，網点を重ねて色数を増やす方法が取り入れられた。1961年発行の《民俗芸術》シリーズ（図12）の「版（ベタ）」と「版の重なり（ベタ，アミ）」を詳しく見ると，ベタの面に網点の面を重ねることで，絵の中に影を表現し，立体感を出している。形を面でとらえ，木版画の様な素朴な風合いに仕上がっている。このシリーズは，４版11色で印刷され，グラデーションの表現まで取り入れられた，色彩豊かなシリーズである。

1965年発行の《民俗芸術》シリーズ（図13）は網点濃度を変えることで地の色と網点の色が反転し，模様や色にバリエーションが生まれている。1958年から1969年頃は，ラベルの発行数も多く，このように版を重ねる技術を駆使し，網点の工夫によってデザインの幅を広げながら，多くのシリーズを展開していた。

この時期の，印刷がよく工夫されたラベルは，芸術や建築などの【文化】に関する題材が多く扱われている。1971年以降，【文化】のラベルは減少傾向にあるが，ちょうど1971年頃から【政策・宣伝】を題材としたラベルが急に増え始め【文化】と逆転した。

次のグラフ（図14）は，1955年から1968年の14年間に発行された179シリーズのラベルに使われている年ごとの色数の平均値を示している。またその内訳は，「版（ベタ）」の色数と「版の重なり（ベタ，アミ）」によって作られた色数であり，その割合もグラフに示した[9]。「版の重なり」によって作られた色は1955年では見られないが，1956年頃から徐々に表れ始めた。

色名	版
青	青(ベタ)
赤	赤(ベタ)
黄	黄(ベタ)
黒	黒(ベタ)

4版11色

色名	版の重なり方
緑	青(ベタ)＋黄(ベタ)
オレンジ	赤(ベタ)＋黄(ベタ)
黄緑	黄(ベタ)＋青(ベタ)
水色	青(アミ)
ピンク	赤(アミ)
薄い緑	黄(アミ)＋青(アミ)
グレー	黒(アミ)

図12　《民俗芸術》（1961年発行）

図13　《民俗芸術》（1965年発行）

1960年代に入ると，色数にそれほどの変化は見られないが，1967年の色数が最も多く，１シリーズ当たり平均約７色が使われていた。「版（ベタ）」の色数はあまり変化しないが，「版の重なり」で作られた色数の増加により，色数が増えたことがわかる。ただし，これはシリーズ全体で使用される色数の増減であり，やみくもに各ラベルの色を増やしたわけではない。それぞれのラベルに必要な色彩が選ばれることで，デザインの質がさらに上がっていると考えられる。

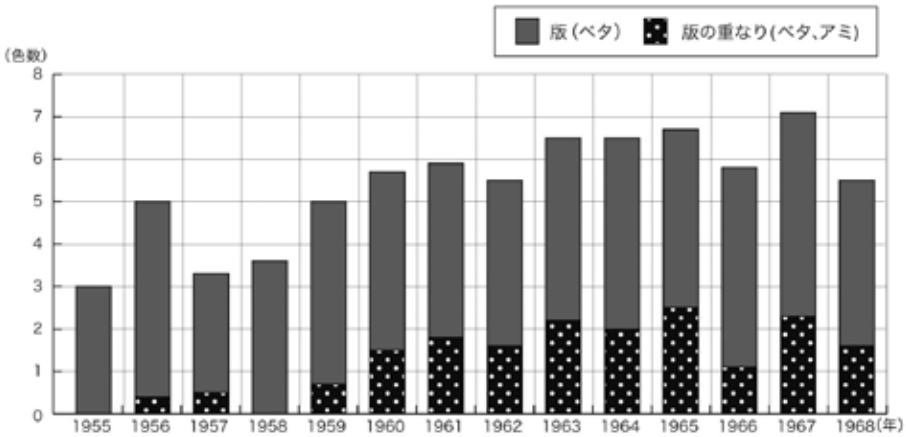

図14　年別色数の平均値の推移（1955-1968）

（３）1970年代以降のマッチラベル

1979年発行の《地下鉄》シリーズや，葉っぱの絵が描かれた《SNB（国家安全保障隊）35周年》のラベル（図15）は，４色分解によるカラー印刷がなされ，表現がより均質になっている。1968年頃からは，版の重なり技法は次第に使われなくなり，このような網点による４色分解によってカラー印刷が行われるようになった。そのため1969年以前に発行された様々な工夫が盛り込まれたようなデザインのラベルは，次第に減っていった。1989年の共産主義体制の崩壊後は，民間企業に体制が傾き，小さい印刷会社がレストランや店舗などのラベルを発行するようになった。（図16）

「版の重なり技法」が用いられていた時代のラベルは，作り手の創意工夫や意図しない版のズレや滲みから生まれる味わいを見て感じとることができた。マッチラベル全体を印刷技法の変化に注目すると，ラベルのような印刷物が，デザインの形や色だけではなく，印刷技術にいかに影響を受けているかを知ることができる。

（左）《地下鉄》（1979年発行）
（右）《SNB（国家安全保障隊）35周年》（1979年発行）

図15　フルカラーのラベル

図16　店舗情報が記載されたラベル

分析３《色のトーン》

次に，ラベルの図柄やシリーズ展開だけでなく，色の調子がチェコスロヴァキアのマッチラベルの特徴を表す重要な要素の一つとなっているという仮説を立て，以下の分析を行った。まず，1955年から1968年の14年間に発行された179シリーズのラベルについて，各シリーズに使われている「版」の色や「版の重なり」によって作られた色を抽出し，合計1,033個分の色のマンセル値（色相，明度，彩度）を求めた[10]。さらに，ラベルの色のイメージを分析するために，PCCS（日本色研配色体系）のトーン分類をもとに，マンセル表色系の色相ごとに10種のトーンに分類した（図17）[11]。その結果，抽出した色のトーンの割合は，図18のグラフになり，「高彩度」（60％）が最も多く，鮮やかで明るいイメージの色がよく使われていることがわかる。次に多いのが，柔らかで穏やかなイメージの「中明度・中彩度」（18.8％）の色である。

このことから，チェコスロヴァキアのマッチラベルは全体的に明るく柔らかいイメージの色彩が使われていることがわかる。高彩度以外の色の多くは，版の色のベタや網点を重ねた中明度・中彩度の色であり，少ない割合だが，くすんだ鈍いイメージの色や，暗く大人っぽいイメージの色，濁った地味なイメージの色もマッチラベルでは使われている。また，マッチラベルに使用されている明るい色はこれらの地味な色や，このトーンの表に含まれない黒色との組み合わせで配色されているために，マッチラベルは派手なイメージではなく，明るいながらも落ち着いた素朴な色合いになっていると考えられる。

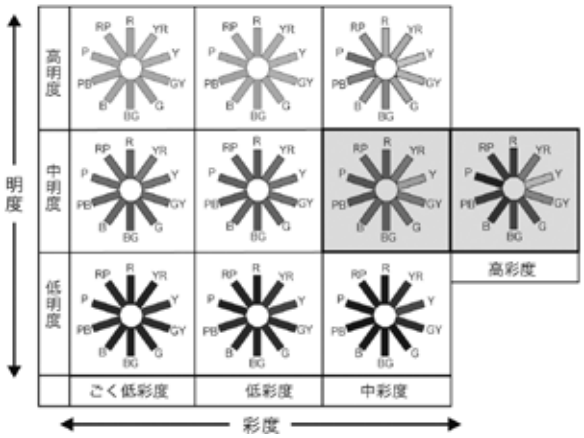

図17　10のトーンの分類表

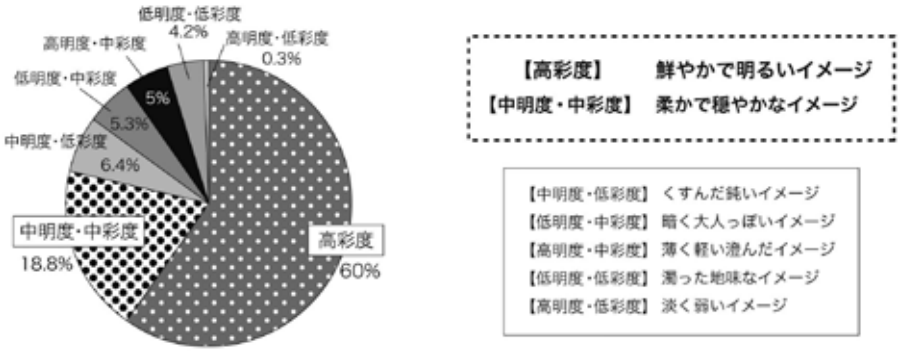

図18　トーン別に抽出した結果

4．マッチラベルと人々の関係

マッチラベルの作者のほとんどが匿名であったが，ごく一部のデザイナーは，ラベルに小さなサインを書いていた。その中で，最も有名なのが，幅広い分野で活躍していたヴィリバルト・ヴェンツェル（Vilibald Weinzettl, 1916-1991）である。ヴェンツェルのデザインしたラベルには，彼の名前の頭文字をとった“vvv”のサインが記されている。オーストリアのグラーツに生まれたヴェンツェルは，幼少時代をチェスケー・ブジェヨビツェで過ごした。ヴェンツェルは1932年から36年までチェスケー・ブジェヨビツェの工業高等専門学校で建築を学

び，建築家として働いた後，すぐにグラフィックデザインの仕事を始め，イラストレーター，絵本作家として，またチェコで最も多くのマッチラベルをデザインした作家として有名になった[12]。彼は，専門分野であった建築物をラベルのモチーフとして描くことを得意とし，伝統的な建物や城のイラストを多くのラベルに描いた。彼は，1950年から60年代にかけて1,000枚以上のラベルをデザインし，ラベルの発行種類数の上昇に大きく貢献した。これだけ多くのラベルを手がけても，同じデザインのラベルは提案しなかった。このような姿勢で制作されたラベルは，人々の興味を惹き，人気の蒐集対象物となった。そして，以後のチェコスロヴァキアのマッチラベルデザインの質を高めた。

図19　ヴェンツェルがデザインしたラベルの一部

マッチラベル蒐集に対する急速な増加に伴って，国内向けに発行されたマッチラベルに関するカタログ「チェコスロヴァキア・マッチラベル（Československé zápalkové nálepky 1945–1958）」が，1959年に出版された。その後も増版を重ねながら，ほぼ一年ごとに新しく発行されたマッチラベルに関するカタログを出版した。このカタログは，ラベルに付けられた個別番号の順番に，シリーズ名や各ラベルに書かれた文字情報，シリーズごとに使用されているすべての色の名前，発行年などの情報を記載しており，一部のラベルの白黒画像しか載っていないかわりに，文字情報を読むだけで，どのラベルを説明しているのかを理解できるように構成されている。事前にどのシリーズのラベルが，いつ発行されたかを知ることで，マッチラベルをもれなく蒐集することができるように作られている。また，マッチ蒐集カタログには，ラベルの情報だけでなく，マッチの剥がし方からアルバムへの貼り方，アルバムや台紙のサイズや色まで，蒐集の基本を理解するための解説まで載っており，当時の人々がどれほどマッチラベルに魅了されていたかを窺い知ることができる。カタログに合わせて出版された公式の「マッチラベルアルバム（album zápalkových nálepek）」は，シリーズ名が書かれたＡ４サイズの台紙に，原寸のラベルの画像が白黒で印刷されており，決められた箇所に蒐集したラベルを貼るものである。チェコスロヴァキアのマッチラベルは宣伝媒体でもあったが，蒐集の対象とし

て作られ機能していたことが，これらの出版物からも明らかである。チェコ・マッチラベル協会（Český Filumenistický Svaz）が1968年に設立されてからは，協会がこれらのカタログや，アルバムを出版し，蒐集活動を盛り上げた。

おわりに

第二次世界大戦後から1989年までに，ソ連の支配下にあったチェコスロヴァキアのマッチラベルは，共産主義をアピールするものでもあった。

しかし，２章のマッチラベルのジャンル分析で，国家が力を注いだのは，暮らしの知恵や豊かな伝統文化，次の世代を担う子供達の教育を，マッチラベルを媒体にして伝えることだとわかった。

さらに３章では，チェコスロヴァキアのマッチラベルのデザインを以下の３つの特徴ごとに詳しく分析した。分析１《シリーズ展開》では，全体の87％を占めるシリーズラベルが，どのように展開されているかを調査したところ，それぞれ蒐集する楽しみを存分に促すような工夫がされていることがわかった。分析２《版の重なり技法》では，1945年から1989年頃までに発行されたラベルを印刷技法の移り変わりに合わせて３つの時期に分け，各時期の印刷の違いによる表現の特徴を明らかにした。1956年から1968年の印刷に見られる版の重なり技法は，作り手の創意工夫や意図しないズレや滲みが，ラベルの味わいにつながっていることがわかった。分析３《色のトーン》では，1955年から1968年の179シリーズに使われている色を，10のトーンに分類したところ，チェコスロヴァキアのマッチラベルは全体的に明るく柔らかいイメージの色彩が使われており，地味な色や，黒色との組み合わせにより，ラベルは派手なイメージでも，地味なイメージでもなく，明るいながらも落ち着いた素朴な色合いになっている。

マッチラベルは，どれもデザインや色に工夫が凝らされており，人々が興味を持つテーマや，蒐集したくなるシリーズが多く作られた。同じ内容であっても，図柄や色彩を変えて，常に新しいデザインのラベルが作られた結果，単なる生活必需品の一部ではなく，また国家の社会主義的な宣伝媒体でもなく，国民のライフワークや娯楽となる蒐集活動の対象となった。

国が計画的にテーマを決め，依頼を受けたデザイナーたちが創造力を働かせて作り出したラベルは，チェコスロヴァキアの人々の目にとまり，マッチを使用した後も大切に保存された。安価で，誰にとっても身近なマッチラベルが約30年間，チェコスロヴァキアの国の中で受け継がれてきたことは，デザインが人々を楽しませ，人を育てる役目を果たせたという事実にもなる。チェコスロヴァキアのマッチラベルは，国家が求めた方針をかたちにする制作者と，使い手の熱意によって生まれた。芸術性の高いラベルが多く生まれたのは，こだわりのラベルデザインに興味を持って熱心に蒐集した国民を含め，チェコスロヴァキアの国全体で作り上げた

成果である。この関係性は，チェコスロヴァキアで作られた映画ポスターなどの他の印刷物と類似しており，引き続き1960年代を中心にチェコスロヴァキアで作られたデザインについて調査を進めたい。

謝　辞

本研究にあたり，チェコ・マッチラベル協会のマルチン・ドーナル氏より，貴重なご助言および資料の提供を賜りました。心より感謝申し上げます。

注

1　筆者のラベルコレクションの整理，ラベルの発行種類数のカウント，ジャンルを分類する際に，本稿の４章で紹介した「Československé zápalkové nálepky」のリストを参照した。

2　マルチン・ドーナル氏（チェコ・マッチラベル協会副会長（当時））のインタビュー記事を参照した。Markéta Vrabcová, “Bohatství skryté v krabičce zápalek”, *Naše rodina* 34（2009）, pp. 4–6.

3　南陀楼綾繁（編著）『チェコのマッチラベル』，ピエ・ブックス，2005年，p. 142.

4　Robin Richmond, Tim Fendley, “Propaganda for the pocket”, *Eye: The International Review of Graphic Design*, No. 10, Vol. 3, London: Wordsearch, Autumn 1993, p. 48.

5　Vil. Dubský, *Československé zápalkové nálepky 1918–1958*: Sběrné suroviny národní podnik, 1960, p. 47.

6　Ibid., p. 47.

7　南陀楼綾繁，前掲書，p. 140.

8　Jiří Šperk, *Československé zápalkové nálepky 1959–1960*, Prague: Tisková, ediční a propagační služba místního hospodářství, 1960, p. 3.

9　版（ベタ）は特色，版の重なり（ベタ，アミ）は，特色の網点やベタを複数版重ね合わせて作られた色を指す。版の重なり方を確認するために，ラベルの色面を一枚ずつルーペで拡大して統計をとった。

10　日本色彩株式会社発行「Munsell system book color」の色票を用いて，各色のマンセル数値を視感測定した。

11　トーン分析するにあたって，色面の面積なども考慮すべきだが，マッチラベルという小さいサイズの図柄を構成する色として使われているため，ここでは色数のみを計測した。また，PCCS が色相ごとに12種のトーンに分類し，色のイメージを修飾語で表記するのに対し，本稿では色相ごとに10種のトーンに分類し，明度と彩度で表記した。

12　作家の経歴については，以下のホームページを参照した。
Jindřich Schwippel, *Weinzettl Vilibald*（*1916–1991*）: Národní filmový archiv, Praha, 2011, p. 3.
http://nfa.cz/wp-content/uploads/2014/12/Weinzettl-Vilibald.pdf（アクセス日2015年４月５日）