

Title	スイス・デザインの100年 : グラフィックデザインを中心に
Author(s)	今井, 美樹
Citation	デザイン理論. 66 P.80-P.81
Issue Date	2015-08-20
Text Version	publisher
URL	<a href="http://hdl.handle.net/11094/56389">http://hdl.handle.net/11094/56389</a>
DOI	
rights	
Note	

*Osaka University Knowledge Archive : OUKA*

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

## スイス・デザインの100年 — グラフィックデザインを中心に — 今井美樹／大阪工業大学

2014年は日本スイス国交樹立150周年にあたり、年間を通して双方の交流に関するさまざまな企画が催されている。本発表は2015年1月に東京で開催する「スイス・デザイン展」の企画協力に際し、2つのキーワード「スイス」「デザイン」から得られる一般的な印象を踏まえながら、チューリヒ視察による情報を加え、グラフィックデザインを中心としたスイス・デザインの概要を報告する。

### 展覧会「スイス・デザインの100年」

チューリヒ造形博物館で開催された「100 Jahre Schweizer Design」は、①工作連盟の沿革、②1910～2000年の10年毎の総括、③スイスを象徴する約30のキーワードによる検証、の3部構成の展示である。

スイスの工業デザインに対する自覚は19世紀末の伝統的な木工芸や陶磁器の機械生産に始まり、20世紀初頭にドイツ工作連盟を追随するかたちで欧州各国に認められるようになる。工業製品や室内装飾の良質化は「グーテ・フォルム」の概念に至り、戦後は社会・政治を含む環境全てがデザインの対象になっている。山岳地帯の厳しい環境も交通網の充実により観光産業となった。これらに産業史上を揺るがす画期性はないものの、1980～90年代には企業や個人デザイナーの活動によって、swiss made (swissness) の語で示されるスイスの代表的なブランド群を形成した。

この過程を辿るキーワードには、Reform (1910s), Mission (1920s), Pragmatics (1930s), Reduce (1940s), Ethics (1950s), Rationality (1960s), Pop (1970s), History

(1980), Statements (1990), Design-Art (2000) が当て嵌められ、アウトドア、折り畳み、小型化、アルミニウム、民主性など、スイスの産業の特質を提示することで、デザインの全体像を把握できる企画になっている。

### スイス・スタイル (国際タイポグラフィック様式)

20世紀初頭、ニュータイポグラフィとニューフォトグラフィは欧州諸国で展開されるも、1930年代には第二次大戦のために中断を余儀なくされたが、スイスは永世中立国として持続的な活動を続けることができ、それらの視覚表現の特徴が、戦後、スイス・スタイル (国際タイポグラフィック様式) としてレイアウトのスタンダードを確立し、その際のサンセリフ書体の開発やグリッドシステムの理論化が今日のコンピュータによるデザイン制作の概念に不可欠な要素となった。

スイス・スタイル確立の先駆けにはモホリ＝ナギの1920年代初頭のタイポグラフィと写真の実験「ティポフォト」や、ヤン・チヒョルトの『デイ・ノイエ・ティポグラフィ』(1928) に示される、非対称タイポグラフィによる紙面構成がある。こうした新しい動向は、既にドイツのバウハウス、オランダのデ・ステイル、ロシア構成主義といった芸術やデザインの運動の中で展開されていたが、スイス・スタイルはこれらに影響を受けながら、1930～40年代に推進された。

グラフィックデザインは主にチューリヒとバーゼルのドイツ語圏の2都市で発展したが、両地の工芸学校におけるデザイン教育と、そこで学んだデザイナーたちの実践、さらにバ

ウハウスなど国外で研鑽を積んだデザイナーの経験も加わって、スイス・スタイルの確立と理論化を構築した。

その先駆的指導者はエルンスト・ケラーで、1918年よりチューリヒ工芸学校でデザインとタイポグラフィの指導に当たり、「制作物は告知される内容に従って問題を解決し、表現されたグラフィックが特定のスタイルを満たすべきだ」とする教育の基準を示した。以後40年にわたり、ヴァルター・ケッヒ、テオ・バルマー、ヘルマン・アイデンベンツ、ヴァルター・ヘルデーグ、アルミン・ホフマン、リヒャルト・パウル・ローゼ、ヨセフ・ミュラー＝ブロックマン、カルロ・ヴィヴァレリらの後進を育てた。

バーセルでは1947年からエミール・ルーダーとアルミン・ホフマンが教鞭を執った。ルーダーは活字の伝達すべき意味と目的の重要性を唱え、視覚言語の諸要素を相互的に調和させるためのグリッド構造の使用を推進し、『タイポグラフィ：デザイン便覧』（1967）をまとめた。ホフマンは視覚言語の諸要素すべてが動きをもって調和するために、明と暗、曲線と直線といった対比する要素の関係づけが重要であると唱え、『グラフィックデザイン便覧』（1965）をまとめた。

スイス・スタイルは1950年代後半に完成を見せる。その展開にサンセリフ書体は不可欠で、(バウハウスやデ・ステイルの幾何学的な新作書体とは異なり) 19世紀の活字をもとに代表的な2つの書体が開発された。即ち、21種のファミリーをもつ紙面レイアウトに万能なアドリアン・フルティガーの「ユニヴァース」(1954)と、後に「ヘルベティカ」(1960)と命名され、今日のデジタルフォント「ノイエ・ヘルベティカ」(1983)として普遍的な書体となったマックス・ミーティンガーの「ノイエ・ハース・グロテス

ク」(1957)である。

これらは雑誌によって発信され、世界に影響を与えた。「グラフィス」(1944-86)はデザイナーやイラストレーターの自由な発想を提供した。対する「ノイエ・グライフィーク」(1958-65)は、誌面レイアウト、活字サイズ、判型、行数、段数が厳格に規定され、この誌面に現れたデザインがモダンタイポグラフィと同義語となって、国際的で標準的なスタイルを形成した。この雑誌の主導者ミュラー＝ブロックマンは、デザイナーの主観にとらわれない客観性と、非個性・普遍性を得るために、グリッドシステムによるレイアウト法を完成させた。同時代のデザイナーたちにも、視覚表現への徹底した中立的・客観的姿勢が伺える。こうした国の情勢や文化・流行に左右されることのない手法こそが、スイス・デザインの最大の特徴であり、世界的に受容された理由のひとつであろう。

この方法論は1960年代以降、盛んになる公共施設や交通機関のサイン計画、企業のCI戦略、広告や雑誌の編集デザインに役立った。この間、新世代のデザイナーたちがスイス・デザインの表現の解釈と範囲を押し広げる一方、1970年代にはその規則性を打破する実験をおこなう者も現れるが、1980年代のコンピュータの登場により、客観的なレイアウトの手法は不動のものになった。1990年代には三次元的で身体性をも備えた表現が展開された。

あらゆる情報伝達の手段が電子メディアに置き換えられた21世紀の現在、視覚イメージの重要性は言うまでもないが、我々が日常的に使うデザイン制作ツールにおいて、さまざまな視覚要素を組み合わせるためのレイヤーやグリッドの概念は、20世紀を通して獲得されたスイス・スタイル、すなわち国際タイポグラフィック様式の体現そのものだと言える。