

【インタビュー】

所蔵作品展「MOMAT コレクション (R3-2)」

「小特集：純粹美術と宣伝美術」特別インタビュー

永井一正氏に聞く～1950年代の日本のグラフィックデザイン～ 野見山桜（構成・文責）

日時：2021年7月19日

場所：日本デザインセンター

話し手：永井一正（グラフィックデザイナー／日本デザインセンター最高顧問）

聞き手：野見山桜（東京国立近代美術館客員研究員、「小特集：純粹美術と宣伝美術」企画者）



photo: Yoshiaki Tsutsui

まえがき

ここに収録するのは、当館3階展示室7、8で開催されたMOMAT コレクション内の小特集「純粹美術と宣伝美術」（2021年10月6日 - 2022年2月13日）の関連で行った永井一正氏へのインタビューである。1950年代初頭からグラフィックデザイナーとして活動する永井氏は、小特集内で取り上げている山城隆一、早川良雄らと交流があり、日本宣伝美術会（1951年に設立）には1953年から参加した。当時のグラフィックデザインを取り巻く状況や本展示が焦点を当てている美術とデザインの関係性など、永井氏の思い出話を交えておうかがいした。インタビュー内容に対する考察や、インタビュー内容を紐解く上で参照した資料の情報を註として付した。

野見山：永井さんは、戦後、1950年代からグラフィックデザイナーとして活動されていますが、東京芸術大学では彫刻を学ばれています。幼少期から大学進学あたりまでのお話をうかがいできればと思います。

永井：戦時中の話からになりますけれど、空襲警報が鳴って勉強部屋から飛び出した直後に、そこに直撃弾が落ちて、だから2、3分遅かったら今頃こうしていないとか、死んでいたんです。そこからももちろん家は全焼して、母と姉とで命からがら逃げて、焼死体はゴロゴロ転がってという感じだったんですよ。本当に飢餓に苦しんだとか、だから栄養失調みたいなものもあったと思うんですけど。姫路が両親の故郷だったものですから、姫路にちょっと移って、旧姓の中学、だから5年生なんですけど、卒業したときに、父が勤め先のダイワボウ（大和紡績）から満州繊維公社の理事ということで、満州に行っていたんですよ。今の中国で、そのころは満州国というのがあって。それから終戦後は完全に音信不通になってしまって、噂ではシベリアにソ連軍が占拠していましたからね、連れていかれたのではということで。自分は長男ですし、姉はいたんですけども、何とかしないといけないと思って、北海道の山奥を開拓すれば自分の土地になると聞いて。僕は体がものすごく弱かったんですけどね、無謀にも、もう10日間くらい満員電車、窓から乗らないと乗れないような超満

員の列車なんですけど、そこでゴタゴタしてて。今は地下トンネルがありますけど、青函連絡船に乗って北海道へ渡って、室蘭に着いて。室蘭鉄道っていうのに、父の知人が鉄道会社にいたものですから、それを頼って行ったんです。そこでちょっと過ごして、そこで知り合った人と釧路からだいぶ離れた音別っていう駅があるんですけど、そこからさらに、なん十キロか、馬で半日以上かかるようなところの山奥に入って、丸太小屋で生活しました。そして、馬で開墾するんですけど、親方ともう1人の、一緒に行った兄貴分のような人は大丈夫なんですけど、僕は馬鹿にされて、馬に蹴られたりとか散々な目にあって。ある日、道に迷って、真夜中に月も出てもない真っ暗で、獣の咆哮を受けて。一晩中彷徨って命がないかと思ったんですけど、ようやく人家にたどり着いて。そのことを横尾忠則さんなんかは、永井一正のデザインの原点はそこにあるっていうようなことを文章に書いてくれたりしてたんですけど¹⁾。

野見山：想像を絶する体験ですね……。

永井：そうするうちに父が戻ったっていうから帰って来っていうことで、半年くらいかな、そこにいたんですけれど。また戻って新制の、今の高校の3年生に編入学して、そこから芸大に行ったんですよね。芸大っていうのは東京美術学校だったんですけど、僕は東京芸術大学に改称後の一期生なんです。彫刻科に、塑像なんですけれども入りまして、2年生の時に眼底出血といって、網膜から出血をして、その時は、ぱっと黒い渦がまいてるという感じで、左目なんですけど見えなくなってしまったんですよね。それで、もちろん慶應大学かなんかの眼科に行って色々として、徐々に徐々に薄くはなってくるんですけれども、それが2回続けてなって。塑像というのはご存じのように、粘土をこねたりとかするのに割と体力がいるので。必ずしも眼底出血は目の病気だけではなくて、恐らく戦時中の栄養失調とか、結核性もあったかもわからないんですけど、そういうもので重なって体からきているので、塑像みたいに体力を使うものをやると完全に失明するって脅かされたんですよね。それで、止む無く、まだ退学はしないで休学して、大阪が郷里だったものですから戻ってしばらく休んでいたんです。

野見山：戦争が終わっても大変なご苦労があった……。

永井：紡績会社というのが、戦後に活発化したんですよね。物のない時代ですから、糸を作ったり、布を作ったりすれば、

それは問屋さんに売っていったんですよね。ところがだんだんと50年代に入ってくると、まあ45年に終戦になってますから、5年位経つと、世の中が多少は落ち着いてね。ダイワボウがワイシャツとか帆布とかを作り出してね。例えばワイシャツを作るとパッケージもいるし、宣伝のパンフレットとかそういうものもあるし、営業報告書みたいなものもあるっていうようなことで、永井の息子が芸大にいて、ぶらぶらしているらしいから、やらしたらどうかって。当時暢気なものでその芸大に行っていれば、何だって、デザインだってできるっているふうに思われていたんですよね。でもまあ興味がないこともないので、とにかく行って自分一人ではできないからアシスタントを誰かつけて部屋を作ってくれて言って。工芸学校出の女性なんですけども。

野見山：大阪市立工芸学校ですか？

永井：そうそう。それでその人を助手にして、ダイワボウの仕事を始めたんですよ。それが51年。

野見山：北海道から戻られて、美術家になろう、あるいは彫刻家になろうと思ったきっかけはいかがでしょう。絵の先生のもとでお勉強されていたというのは、以前資料で読んだことがあります。

永井：ひとつは姫路にいたものですから、姫路城。白鷺城って言われる非常にきれいな、用と美を兼ね備えたお城ですから、その圧倒的な立体性と堅牢さっていうのか、敵に攻められないような構造とかね、そういうものにすごく惹かれて。だから建築か、なにか立体みたいなものに行きたいということと、友達に誘われて美術部に入って尾田龍っていう国画会の会員で²⁾、当時割と有名な人だったんですけど、その方が顧問で、母校の姫路西高校にいらしていて、その美術部で教わって興味を持ったっていうことで芸大を受けて。まあ、競争率も高かったんですけど、一回で通って。

野見山：立体に関心があって、建築と彫刻を天秤にかけられたんですよね。勉強としては全く違うものだと思うんですけど。

永井：やっぱりね、数字に弱いんですよね。数学が苦手だから。やっぱり建築って数学的なものがあるじゃないですか。彫刻はそんなのいないから。

野見山：相当デッサンなされて、受験に挑まれたんですよね。

永井：うん。試験はブルースかなんかの石膏デッサンだったりしたんで。受けるときは東京に先に半年くらい前に出て、御茶ノ水の美術の予備校に通って、デッサンを習ってということがありましたけども。

野見山：そして、大学に入られて、眼底出血されて中退されるわけですが、当時、彫刻家の石井鶴三さんが先生だったんですね³⁾。図案科に転科されたいと永井さんが申し出た時に強く止められたそうですね。現代だと個人の自由として教授が止めるということもないと思うのですが、やはり当時は彫刻から図案への転向は珍しかったのでしょうか。

永井：極めて珍しいと思います。杉浦康平が建築を出て、グラフィックをやりましたけども、ほかにはあまり聞いたことがない。でも僕の場合は完全に偶然なんですよ。そんなこと夢にも思わないのに、ダイワボウから永井の息子がって、声がかかって、で行って、ぶらぶらしても彫刻に戻れないならどうして食べていけばいいかわからないっていうようなことで、じゃあやってみるってやったんですよ。それが不思議にデザインに向いていたというか。とにかくこんな面白いことやって給料もらえるのが嘘みたいって思ったぐらいで、やっぱりデザインがわりと面白かったんですね。それと、『プレスアルト』っていう雑誌があったんですけど、そこにすぐに作品が載って、田中一光が産経新聞社にいて産経会館の何かをやってチラシとかやって、それも載ってお互いに面白い作品作っているなって。お互いに知り合うより前に作品で知り合って、『プレスアルト』をやっていた脇清吉さんって人に頼んで2人が初めて会ったんですよ。それで意気投合して、そこにキムラカメラっていった不思議なモンタージュを作る木村恒久と、後にハーバード大学の教授になる片山利弘、いずれも個性的な人なんだけど、その4人が意気投合してAクラブというのをやって⁴⁾。僕の下宿っていうのは四畳半にも満たないぐらいなんですけど、そこで4人が川の字に、川の子でもない、4人だから。とにかく議論で疲れて、そこでごろ寝をして、っていうのをやって。ほとんど会わない日はないぐらいで。そして作品を作れば、お互いにぼろくそ言い合うみたいなことをやったりとか。とにかくAクラブという組織を作ったので、大阪の早川良雄さんと山城隆一さんとか、あるいは東京から山名文夫さん、河野鷹思さん、亀倉雄策さんとかが大阪にいらしたときにはAクラブで話を聞くとか、そういうようなことで色々吸収していった。

野見山：50年代って仕立てる服から、先ほどおっしゃって

たようなワイシャツのような既製服へと移行し始めて、新しい販促物が必要になってきた頃ですよ。広告の重要性も高くなっていたのかと思います。今回の展示でやろうと思っているのは美術とデザインの狭間の話なのですが、50年代のポスターを見ていくと、布に関連する広告が結構多いという印象でした。少し資料を見ながらそのあたりの話もうかがえればと思います。国立近代美術館は、1952年に開館しました。そして、もしかしたら永井さんも行かれたかもしれませんが、1953年に「世界のポスター展」という展覧会を開催しています⁵⁾。これは国立の美術館で開催した初めてのデザイン展で、グラフィックデザインを一番最初に取り上げたというのが面白い点なんです。当館で当時展示されたポスターが保管されていたのをここ数年で調査、修復してきました。今回は、その一部なのですが、お披露目するということで、どんなテーマができるのかなあと考えていたんです。例えば、この『リファインテックス』（図1）とかは、まさにお洋服の生地を宣伝するものだと思うんですけど、これは仕立て用の布のためのものですよ。あとは早川さんの『カロン洋裁』もありますね。やっぱりお洋服を作るとか、ファッションに対する関心が高まっていたのだとポスターから読み取れます。

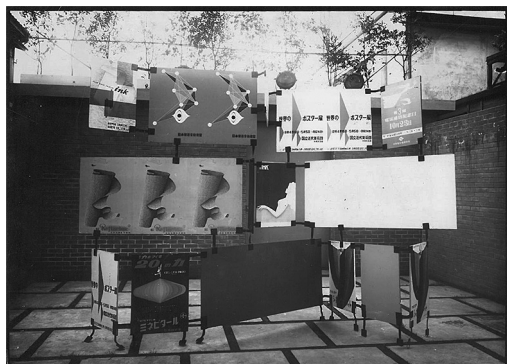


図1 「世界のポスター展」展示風景、左の上から2段目、3点連なっているのが『リファインテックス』

永井：我々は、早川さんのこれらのポスターにはすごく魅せられたといいますか、感銘を受けたんですよ。僕のデザインは直接早川さんから影響を受けたわけではないですけど、田中一光なんかは惚れ込んで近鉄の駅に貼ってある早川さんのポスターを夜中に盗んだとかというような逸話があるんですけども⁶⁾。

野見山：当時は、繊維業界は活発で、お金も潤沢にあったんですよ⁷⁾。そして結構、関西のデザイナーさんが多いですね。

永井：関西の方は割と自由だったんですね。感性的でね。東京の方は亀倉さんに代表されるように非常にバウハウスの論理的な、構築的なものだったんですね。だけど関西はもうちょっと早川さんに代表されるように、すごい自由だったということですね⁸⁾。

野見山：永井さんの初期の作品を色々調べたんですけど、50年代のものを見ていくと、関西のデザインの中ではより抽象的、構成的だと思いました⁹⁾。その後、ご自身の造形語彙がもう少し確立していくんだと思うのですが。デザインを学んでなかったということで、ある意味ゼロからのスタートだったと思います。こういったデザインから始めていった理由だったり、何か自身の中で抱いていた関心だったりはあるですか？

永井：(資料を持ってきて)これは51年かな。恐らく最初に作ったやつかな。糸が折られていて、これが社屋なんですけどね、糸巻があって。自分でマッチ棒でこういう風にして撮影して、という。

野見山：シュルレアリスムの影響を感じますね。

永井：そうですね。で、これがワイシャツのパッケージ。

野見山：紡績会社だから、それに関連するものを入れるとかあると思うんですけど、ビジュアルの方向性を決めるうえで過程はいかがでしょうか。

永井：この頃は全然知らないんだけど、自分のイメージで。割と好きなのはキリコとか、ダリよりもキリコのな世界が好きだったりして。だからまあ、ダイワボウに入ってから美術のこととか本読んだり勉強して。本でもその当時はすごい高かったんで、給料1ヶ月の分の1冊があったりして、それを買って、食うや食わずで過ごしたりして。

野見山：外国の書籍なんかは、よく回し読みしていたって聞きますものね。大学の頃に受けた美術史なんかの授業はどうでしょうか。

永井：あんまり熱心じゃなかったですね。

野見山：ではデザイナーになって、実務と関心がうまく合うようになって初めて美術書やデザイン書を読むようになった

ということですね。デザインと相性がいいなあと思った点って具体的にありますか？

永井：最初から面白かったですね。始めるなり。(初期の作品を差しながら)こういうのを始めるなり夢中になってできたっていう。

野見山：コミュニケーションが明確にあるっていうのがデザインの特徴だとは思うんですけど、作り手として美術とデザインの大きな違いって、そういう点でしょうか。

永井：いわゆるビジュアルコミュニケーションっていう。大きく言えばアートだってコミュニケーションであると思うんですけど、デザインはもっと直接的なコミュニケーションですよ。アートは、すごい難解なものでもあり得るわけけれども。ピカソが「自分は階段を登って絵画を描いてるんで、見る方も階段を登れ」って言ったらしいんですけど、デザインってそういうことは言えないですよ。やっぱり一般の人たちが誰でも、分からなくてもいいんだけど、何か感じるというか、何かそれが記憶に残るっていうことが重要だから、やっぱりビジュアルコミュニケーションとして成立するということですね。だから、カッサンドルが「デザインっていうのは、いきなり斧を持って扉を叩き潰して入っていくようなもの」と言っていたけれど、それくらい人の心を強烈につかまないと成り立たないって言っているんですよね。

野見山：色々と読まれているかと思うのですが、若い頃に読んでなんとなく自分の中で心に留めている美術家やデザイナーの言葉は、ほかにありますか？どなたかに関心があつたかとか。

永井：デザイナーとしては、やっぱりカッサンドルとか、サビニャックも全然違いますけれど。ユーモアでね、あれだけ単純な絵で、むしろちょっと稚拙かもしれないという絵で、あれだけの説得力を持つとか、わかりやすさを持つのは、やっぱりアートにはないものだと思うんですよね。

野見山：デザインの面白さはそういったコミュニケーションを見る者とできてしまうというもあるなあと思います。ここで話が戻りますが、(60年代の作品を見ながら)このへんから初期のシュルレアリスムのな作品から抽象へと作風が変わっていくんですね。

永井：やっぱりその頃からパウハウスとか、まあロシアアバンギャルドはちょっとシュール的なところもあるんですけど、パウハウスっていうのは完全に理論的なもので、やっぱり惹かれるようになって、こういう抽象が出てきたという感じですね。

野見山：私、片山利弘さんについて調べていた時期があります。ハーバード大学で片山さんのお仕事の、断片的なものですけど、拝見する機会がありまして、その延長線上でAクラブのことも含めて見ていくときにやっぱり片山さんも抽象に関心があることが明らかでした。永井さんの初期の作品を見たときに、非常に近い関心を抱かれていたことが分かりました。

永井：（『永井一正ポスター美術館』（六耀社、2013年）を参照しながら）そうですね。これが50年代の終わりから60年代の初めの方にやった仕事で、神戸労音っていうところのもですね。だから音楽のイメージをね。

野見山：こういったものは依頼があったときに実際に音楽を聴きながら考えていくものなんですか？

永井：まあ、そうですね。大交響曲なんかはダイナミックなあれだとか、これはピアノとバイオリンとチェロと……。

野見山：要素を抜き出しているんですね。

永井：そう、これはピアノのイメージだし。

永井：（ページをめくって）これはハワイ音楽のタペ。ハワイの、なんとなくね。

野見山：色合いがハワイですね。

永井：（ページをめくって）これはシャンソン。で、これはバイオリン。バイオリンの2つの弦とか。

野見山：音楽はお好きで結構聞かれましたか？

永井：まあ この頃はね。

永井：（『アサヒスタイナー』（1964年）のポスターを見ながら）これは、ワルシャワ国際ポスタービエンナーレの第一回

で金賞を取った。（図2）

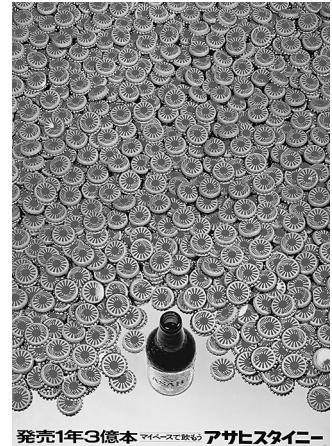


図2 永井一正《アサヒスタイナー》1965年

野見山：スタイナーだと60年代の半ばくらいですかね。ここでちょうどスタイナーの話が出てきたので、少しお話を変えます。写真というメディアが広告で頻繁に使われるようになったのはどのくらいですか。

永井：広告じゃないんですけど、戦前に名取洋之介さんがやっていた『NIPPON』っていう雑誌。亀倉さんとか原さんと河野さんとかが関わっていたやつは、完全に写真のモンタージュのようなもので、『FRONT』っていう雑誌も原さんがおやりになっていたけれど。まあその頃からで、それは終戦後途絶えてしまったんですけど。写真を積極的に取り入れた名取さんっていうのは、ドイツで学ばれた写真家ですから、自ら写真を撮ったりとか、色々なカメラマンと仕事をされていて、土門拳さんとかも日本工房にいたわけですから、まあそういう人たちとね。戦後の最初の頃も写真を使った、サントリーのこういうなんていうか……。

野見山：女性、美人画のような。

永井：そうそう、美人画のような写真ですけど。わりと写真も使われていましたね。それとライトパブリシティっていう会社、日本デザインセンターより先にできたね。信田富夫さんって方が社長で、その方はデザイナーではないんですけど日本工房にいらして。それでライトパブリシティというのは割と写真で、杵島隆、篠山紀信、坂田栄一郎とか、そういう有名な早崎治とかそういう写真のね。あとは村越襄っていう、亀倉雄策さんのオリンピックのポスターの時にフォトディレ

クターをやった人とか、細谷巖がその頃にはもう入って割と写真を使ったものをやったりとか。

野見山：会社によって方向性が異なっているんですね¹⁰⁾。

永井：日本デザインセンターは亀倉さん、原さん、山城さんを中心に、田中一光とか僕とか、木村恒久、片山利弘とか宇野亜喜良、横尾忠則とか、要するにグラフィック、横尾忠則とか宇野亜喜良はイラストレーターで。横尾君は、今は画家ですけど。当時はデザインをしていたわけで、そういう人たちが集まっていたんで、日本デザインセンターはグラフィックデザインを中心にして、ライトパブリシティは写真を使っているふうに分かれていたわけですね。

野見山：個性が分かれていたんですね。スタイニーの話に戻りますが、この広告を永井さんが担当されたと知った時、ずいぶん方向性が変わったなあと思いました。ちょうど60年代の半ばになってくると、先ほど永井さんもおっしゃってましたが、ビジュアルコミュニケーションという言葉がすごく出てくるようになりますね。国会図書館などにある資料でビジュアルコミュニケーションという言葉調べてみると61年くらいからちょっとずつ出てきているなあ。その参考に永井さんが以前執筆したもので『現代デザインを考える』という本に収録されている1968年の文章なんですけど、興味深かったです。

日本のグラフィック・デザイン運動を考えてみても、その図案的な概念から、つまり絵画に対するコンプレックスからときはなされ、絵画と比肩しうようになったのは、絵画への接近のためではなく、逆に絵画から離れていったためである。したがって、その運動は、デザインの独自性の確立の時代だったといえる。そして、ビジュアル・コミュニケーションという言葉と概念の導入は、私達グラフィックデザイナーにコミュニケーターという社会的役割をふりあって、その立場を再認識させた¹¹⁾。

私が関心を抱いている点ですが、1950年台の初めは割と美術の動向に近い動きをしていた宣伝美術家が多かったと思います。60年代に入ると、世界デザイン会議がきっかけになったと思うのですが、社会的な立場やデザイナーの責任が問われるようになり、日宣美でもそのようなことが問われるようになったのではと。そのなかで、ビジュアルコミュニケーションという言葉がデザイナーの役割を価値づけるというか、位

置付けるのに重要だったというのがこの文章から凄く分かったんですが、やっぱり意識的にビジュアルコミュニケーションという言葉を取り入れるようになって、自分の作るものに変化はあったんですか？

永井：それはありますね。それと、やっぱり完全にデザインというのは時代に敏感なもので、やっぱりアーティストなんかも時代っていうのはあるけれども、自分が美的世界を作ればね、どんな人間でも現代に生きている限りはそんなに時代を意識していなくても、時代と共に変化をしていきますよね。デザイナーというのは、あえて時代性というのを敏感に感じとらなければいけない職業ですから、やっぱりアーティストとその辺は違うと思うんですよね。

野見山：永井さんがデザインされたポスター《アサヒスタイニー》を例にとると、グラフィック的に力強いものもありますが、商品をちゃんと見せなければならない、売らなければならないという意識も画面から見るができます。ほかにも後樂園のプールの広告とかも、これも永井さんがされているんだなあ。永井さんのされていた造形的な特徴とはまた別で、意識的に使い分けていたところはあったんですか。

永井：やっぱり日本デザインセンターというのは、元来は広告を主にやっている会社ですから、そこに入るとどうしても広告を作らなければなりません。アサヒビールなんかはそうですし、ニコンは割と僕の造形的なものでやってはいたんですけども。やっぱり依頼はそういうビジュアルコミュニケーションを、広告的な要素が加味されたものを要求されるわけですから、それに答えるということがありますよね¹²⁾。だから、アーティストとの決定的な違いはクライアントがあるということですよ。クライアントなしにやっている作家もいるし、僕自身も《LIFE》(図3、4、5)でね、そんなにクライアントを特定しないで、まあクライアントも入ってますけれども、全く自由にやっていることはあります。原則としてはクライアントがあって、それが公共体であれ、消費者であれ、

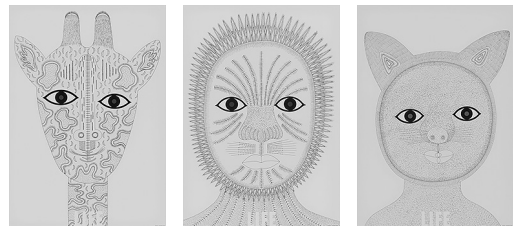


図3、4、5 いずれも永井一正《Life》1995年、東京国立近代美術館蔵

会社であれ、なんにしろ、とにかくそのものをどのようにして広めていくか、もっと端的に言えば売るかということが求められますから、そこはファインアートと全然違いますよね。

野見山：永井さんがビジュアルコミュニケーションという言葉を使い始めたきっかけはありましたか。

永井：一番大きいのは日宣美なんですよ¹³⁾。日宣美は、1951年に亀倉さん、河野さんと、原さん、山名さんとかそういう人が中心になっておつくりになって、東京が中心だったけども、間もなく大阪の早川さんとか、北海道は栗谷川健一さんとか、九州は西島勲さんとか、全国に広がります。亀倉さんが説得にわりと回られました。西島勲さんは二科に入っていたんだけど、「そんなと駄目だ、日宣美に來い」って言われて「はい」ということで入られたんです。そういうふうに全国的に広がって、51年に会員展が、東京の松坂屋であつたんですけど、53年に公募展があつて、ちょうど僕は53年に田中一光と一緒に会員になったんです。非常に厳しい、審査は会員でも落とされるんです。普通は会員は無条件で通るんだけど、それくらい厳しい世界だったんです。日宣美の設立前に、勉強会っていうのがあつて、「21の会」っていうのがあつて、亀倉さんとかが中心になって。Aクラブの大阪の4人組は、ほとんど夜汽車で来て、帰って、昼間は勉強してて、それは、東京で言えば杉浦康平とか勝井三雄とか、仲條正義、細谷巖とかそれから色々、栗津潔とか、それから名古屋出身ですけど、東京に出てきた宇野亜喜良とかそういう人たちが集まって、21日に国際文化会館で集まって。亀倉さんは顔が広い人でしたから、清家清さんと一緒に日本の名だたる建築を見学したりとか、映画でいえば篠田正浩さん、羽仁進さんとか当時映画を撮ってらした勅使河原宏さんとかを呼んで、そういう若手のヌーヴェルヴァーグ、日本のヌーヴェルヴァーグの人たちを呼んで話を聞くとか、それから武蔵美にずっといらしてウルムの造形大学で学んだ向井周太郎さんから、パウハウスからウルムに移行する話とかを聞いたりとか。大阪に皆で来たときは、僕たち大阪組がバスを仕立てて、京都、奈良の有名なお寺を周るというようなことをね。デザインに直接関係あることでいえば、作品を持ち込んで批評会とかもあつたんですけども、もう少し違う分野の勉強会がずっとあつたんですよ。

野見山：そのなかで美術家をお呼びすることはありましたか？

永井：いや、デザインに関係した人ですね。美術家との交流ができたのは1960年代に入ってからかなあ。「空間から環境へ」展(1966年11月11日～16日)っていうのを松屋でやって¹⁴⁾。アーティストと建築家とグラフィックデザイナー、僕たちが出して。65年に「ベルソナ」展(1965年11月12日～17日)をやったんですよ。その先駆けになったのが、「グラフィック55」展っていう高島屋であつた亀倉さんとか原さんとか、河野さん、伊藤さん、早川さん、ポール・ランドとかが出た、それからちょうど10年経って「ベルソナ」展があつて。

野見山：日宣美ができてから業界で議論したり作品を見せたりする機会がもっと増えたと思います。1960年には日本デザインセンターができます。やはり日本デザインセンターの設立の背景には、日宣美で議論されたこと、それこそビジュアルコミュニケーションもそうですけれど、何か関係はあったんですか？

永井：思想的にはやはり世界デザイン会議が大きいんですよね。それで、ハーバート・バイヤーが有名な演説をして、デザインというのは人類のためにあるというようなことを、まあいろいろなことをおっしゃったんだけど、それで結ばれて我々はすごく感激したっていうのがありますし¹⁵⁾。ちょうど1960年というのがデザインにとってエポックメイキングな年なんですね。世界デザイン会議もあるし、ちょうど59年に東京オリンピックが決まって、60年にマークの指名コンペがあつて、亀倉さんとか河野さん、田中一光とか杉浦康平、僕の6人が出して、亀倉さんの有名なマークに決まって。亀倉さんはあの陸上のスタートラインのとか、水泳のとか、あれでポスターがすごく一般化されたんですよ。あのポスターが外国の街に貼られていて、その国の女の子がすごく気に入って、日本国、亀倉雄策様って手紙を書いてきて、日本国だけで届いたっていうくらい有名になってたんですよ。グラフィックデザイナーが本当にスポットライトが当たったのはオリンピックだったんですよ。64年だけど、もう60年には最初のポスターが矢継ぎ早にできたわけですし。

野見山：今日ここにくる前に美術館の資料室に寄って今日の準備をしていました。そこで、1965年に発行されたデザインセンターのポートフォリオを見つけたんですよ。その最初のページに亀倉さんや原さんがやったオリンピック関連のデザインが掲載されていて、私の認識だとそれらのお仕事はデザインセンターというよりは、個人の名前で仕事をされていたかと思っていたので、日本デザインセンターのポートフォリ

オに載っていることが意外だったんです。みなさん単独でお仕事をされていたかと思うんですけど、スタジオがデザインセンターの中にあってそこでお仕事をやられていたのか、あるいはデザインセンターにも事務所があって、外にも事務所があって二足の草鞋だったのか¹⁶⁾。

永井： 亀倉さん、原さん、山城さんはひとつのお部屋を持って、クリエイティブディレクターだったんですね。亀倉さんのオリンピックの仕事はご自分でやられたんですけど、原則としては田中一光とか僕とか片山、木村、宇野とかはそれぞれの部屋でチーフデザイナーをやってそこにアシスタントが2、3人いてということで、ひとつひとつ独立した部屋なんですよ。ですからそこに仕事に来て、もちろんデザインセンター内に担当があるんで、僕はまあニコン担当だったり、アサヒビール担当だったりいろんな経緯はあったんですけども。それ以外のものも入って来たら、プロデューサーみたいな人たちがいて、これはこの人にどうだろうということで決めるんですよ。

野見山： それはデザインセンターのクレジットではなく、個人の名前でやるんですか？

永井： 最初は僕がデザインしたデザインセンターのロゴがどれにも入っていたんですけどね。でも途中からなくなって。発表の時は個人のクリエイティビティを尊重するという風土があったんで、やっぱり個人名で発表してましたね。

野見山： 当初から、今も変わらないスタンスなのかなあと思いました。というのも私が学生の頃、原研哉さんのお仕事を見ていて、原研哉さんの名前が先にインプットされていて、あとでデザインセンターの方だったんだなと気づく。

永井： それでいいんですよ。

野見山： 個人のデザインの特徴だったり、関心だったりをすごく大事にされたいという思いが会社自体にもありますね。創立に関わったデザイナーたちが参加された「グラフィック55」展や「ベルソナ」展も個人の存在を押し出していこう、尊重していこうという思いがある一方で、広告ってなかなかそれが難しかったのでは¹⁷⁾？

永井： そうですね、コピーライター、カメラマン、アートディレクターとかデザイナーの共同作業みたいなものがあります

よね。

野見山： そういう環境で、亀倉さん以降の方々は個を出した作品を残しつつも、大体そういうものはクライアントがいても割と自由度の高いか、あるいはコミッションワークではないものとして作られていたと思うんですが、それは意識的にそれをやらないといけないという葛藤はあったんでしょうか。

永井： やっぱり個を尊重しないと人材が集まらないですよ、それだけの。

野見山： 集まらないというのは……。

永井： デザインセンターでありながら……。例えば原研哉研究所には、40人くらいいるんですけど、原くんが全部指揮をして、研究所で MUJI とか、そのほか色々な仕事をね。まあ大活躍していますから、ほぼ指名してくるというか、自分でとってくるという仕事もかなり多いわけですが。

野見山： 最初からその体制だったんですか？

永井： 一番最初からではなかったですけどね。一番最初に作ったのは永井デザイン研究所で、そこでもクライアントから外れて僕はいろんな企業の CI をやり始めて……。

野見山： そのタイミングは？

永井： 70年代でしょうね

野見山： 60年代から割り切って仕事をしている感じが作品からわかるんですけど、70年代に入るとコマーシャルワークは少ないですね。

永井： コマーシャルはデザインセンターでありながら、もうぼろしなくなったんですよ。一番大きいのは、富山県立近代美術館の仕事です¹⁸⁾。トマト銀行のポスターは頼まれてやったけど、頭取はすごい気に入って自分の部屋に飾ってたんですよ。

野見山： コマーシャルのグラフィックとは異なる、自分の関心が向いている表現に創作比重を置き始めたからクライアント側からそれを使って何かやって欲しいと言われるようになった

た。

永井：そうです。相手に合わせるというよりも、相手が合わせてきてくれたことはありますね。

野見山：それは70年代くらいからなんですか？それとも、もっと前からありました？

永井：いや、やっぱり70年代くらいからだと思います。

野見山：それに関連するかもしれませんが、面白い資料がありました。4GD って以前、亀倉さんや田中さんも参加された展示……。

永井：亀倉、田中、福田、僕の4人でやったんですね。

野見山：その図録に収録されている 富山県立近代美術館（現・富山県美術館）の片山昭二さんが書いた文章中に永井さんに関する考察が含まれていました。

…（永井は）「自分がグラフィックデザイナーとして歩いていく道は、自分にあった世界を強固な造形として築いていくことではないか」と思った。そのときから永井は「自分の幅を広げるという努力を、逆に幅を狭めて掘り下げようと決心した」。以来、永井は、一つ一つの商品の宣伝を具体的なかたちで直接アピールするのではなく、むしろ、それをとりまく状況すなわち企業のイメージを高めるために自分の造形を作用させる方法をとっていったのである¹⁹⁾。

今おっしゃったような、相手が合わせてくれるような状況を60年代の間に作られていたというのは、やっぱり「ペルソナ」展だったり、そういう個を大事にしないといけないという方向性があったからなのだなあと²⁰⁾。

永井：そうですね。でも、ぼくみたいに勝手にやっていた人は珍しいと思いますけどね。

野見山：同じ世代くらいの、田中さんは西武のお仕事を長くされて、その仕事を数え出したらキリがないですけど、文化的なものが多かったですね。シアターのものだったり、デパートのものもあったり。一方で田中さんの作品で知られているのは日本舞踊のポスターだったりします。そのあたりは皆さんのスタンスはどうだったのでしょうか²¹⁾。

永井：やっぱり作品を作りたいというか。まあ、デザイナーは本来無名でいいんですよね。だけでも自分の名前前でというよりも、自分が確信した造形の作品を作りたいという、それで自分の個性が一番出るのはポスターなんですよね。だからポスターを作りたいという欲はすごくあるんですよね。だから今も JAGDA とか ADC とかも、こういう時代でも、ポスターなんていうのは斜陽だと言われてから久しいですけども、やっぱり一番ポスターが多いんですよね。

野見山：絵画ではなく、複製という美術のかたちであることに意味はあるんですか？

永井：やっぱり版画もそうですね。数から言えばもっと刷られるということがあるし。多くの人に見られるということがありますよね。それで、横尾忠則みたいにアーティストになって²²⁾、サイトウマコトも最近アーティストになったんですけど²³⁾。そういう人もなかにはいるけれども、僕はやっぱりアートのなだけどデザインとしてのギリギリの節度は守りたいと²⁴⁾。ポスターの中にどれだけ自由に、今までの既成概念を壊してできるかっていうことに挑戦してきたと思うんですけどね。

野見山：片山さんの話が先ほど出てきましたが、今の話でふと頭をよぎったことがあります。片山さんはデザインセンターの立ち上げでご一緒されて、その後にスイスに行かれた。

永井：ガイギーにね。

野見山：片山さんが後年受けたインタビューで、当時のことを振り返った際にコマーシャルに対して消極的なことを言われていたのが印象的でした²⁵⁾。ガイギーは製薬会社なので、言ってしまうとコマーシャルですけど、ご本人の造形に近しいものがあつたと思いますし。文化が違うなど、色々とは本人にとっては違う挑戦になったんだと想像しました。当時は日本のデザイン界は盛り上がっていて、それを置いてまでも日本を出ようと思ったということに葛藤があつたのかなあと想像していますが、その辺りの話は永井さんは片山さんとされていたりしますか？

永井：ガイギーから誰か紹介してくれということで、デザインセンターに依頼が来て、亀倉さんが色々と考えたり、打診して、やっぱり片山がいいだろうということで。片山は英語はできないし、相談も受けましたけど。やっぱり片山は純

粋度が高かったというか。ガイギーというのは、多少は知っていましたが。やっぱり日本では得られない経験だったと思います。スイスのグラフィックデザインにはミューラー・ブロックマンとか色んな人がいて、割合に抽象的な、シャープなものですけど、そういうのに一番片山は向いているのではないかと僕も思ったし。片山自身もそう思ったから決心したと思うんですよね。

野見山：ガイギーの後は、デザインセンターに戻ってこず、今度はハーバード大学に移られた。最終的に片山さんは最後、絵画の方にいかれて。

永井：そうそう、絵画とか彫刻というか、環境・空間の方ですね。

野見山：そのお話を聞いていても、やっぱりどこかで自分が作ってみたい造形っていうのが、コマーシャル以外でどういう風に作用するののかという関心を片山さんなり持っていて、永井さんはギリギリでポスターという中で攻めていきたいと。

永井：片山くんはやっぱりハーバード大学行ってから、やっぱりカーペンター・センター²⁶⁾っていうのは色んな人が来ますよね。丹下さんとカーティストだってもちろん来るし。そういう人たちが来たときに割と世話をしたりとか、案内をしたりとかで親しくなって、視野がどんどんと広がっていったと思うんですよね。それと奥様の渥美さんの功績が大きい。渥美さんは最初から英語ができて随分助かっていると思うんですけど、そういうことも含めて、どんどんと交友関係が広がっていった。それに伴って、仕事も、丹下さんに頼まれて色んな立体的な、環境空間をやったりとか、それが意外と面白かったというのはあるんでしょうね。

野見山：関心が変わっているわけですね。永井さんの上の世代のデザイナーは、美術から入って、商業美術に関心を抱いているというのがあったと思います。美術家とあるところまでは同じ道を辿って、そこから枝分かれする感じだったのかと。現代はデザインと美術は、教育や業界が完全に分離してしまっていますけれど。この時代の話は、現代の人にとって新鮮に見えるのではないかと考えています。

永井：亀倉さんは珍しく、最初からデザインをね。カッサンドルの図版を中学時代かなんかに見て、俺はこの道に進みた

いと思って川喜田煉七郎さんのバウハウスの流れを汲んだ学校に入って、その後日本工房に入って、原さんや河野さんと接することがあって。やっぱり杉浦非水さんとかの時代は、半分絵描きだったというのがありますね。

野見山：そうですね。デザインがある程度、職能として確立し始めたときに永井さんは大学を辞めて、紡績会社に入られたという感じですね。でなければ、この仕事は何だ？と思わないで、すんなりとキャリアチェンジできないですものね。得体の知れない仕事だなとは思っていなかった。

永井：いなかった。図案科に転科できないかと聞いたぐらいですから、関心はあったんですね。

野見山：上の世代、先生の世代からしてみたら、何だそりやというのはあった。でもやっぱりそこは価値観の違いみたいなものですかね。

永井：そうだね、やっぱりアート優先という感じですかね。

野見山：早川さんや山城さんとは関西で一緒にされていたと、先ほど少しお話に出てきましたけれどもこのお二人は一世代、上という理解でいいですか？

永井：そうですね。

野見山：やっぱり違いはありましたか？価値観だったり造形に対する関心だったり²⁷⁾。早川さんと山城さんは、瑛九さんがやっていたデモクラートに所属していました。ご本人たちが美術をやっているという感覚があったかどうかは定かではないですが。

永井：美術家の泉茂と早川良雄、山城隆一の3人はすごい親しかったんですね。まあ、でも亀倉さんも土門拳、勅使河原蒼風、伊サム・ノグチとかとすごく親しかったりしますから、交流はあったんですけど、関西の方が割と自由にアーティストも含めて一緒にグループを作ったりというのはあったと思いますね²⁸⁾。

野見山：山城さんの作品を見ていて、これはもしかしたら実物を当時ご覧になっているかもしれませんけれど。52、3年くらいのものでんですけど。ちょうど山城さんと早川さんは50年代初頭にはデモクラートに入られていて、この形を見ると

シュルレアリスムの顔の表現と近い部分があって。山城さんは絵も描かれていたと思いますが……。

永井：のちには猫の絵をね。あれは非常に可愛いね、猫だけど。

野見山：関西時代ではデモクラートでも絵画の作品を展示したこともあったようですが、永井さんはその辺りの作品はご覧になったことはありますか？デザインセンターに移られた後の話でもいいですが、絵画作品に対する山城さんの関心とかについてはいかがでしょう。

永井：あの人は作品を残さない人なんですよ。ポスターとが残ってないんですよ。よっぽど探さない。やっぱりデザインというのは花火のようなもので、その場で用が足りるものだという考えをお持ちだったんですよ²⁹⁾。だからポスターを残すっていう執着はあまりなかったので、山城さんの展覧会をするには、集めるのにすごい苦勞するっていう。

野見山：今まで回顧展って一度もされていないのではないのでしょうか。

永井：そうですね。

野見山：私も今回調べていて、山城さんの作品で一番有名な写植を使った森林のポスターしか出てこないなあと思っていました。ですので、この作品は非常に珍しいのだなあと思っていました。

永井：あれは刷り増ししているからどっかで残っているといますけどね。あれは名作だから。

野見山：永井さんの世代は「空間から環境へ」展を契機に、美術家とデザイナーの交流が始まったと先ほど話しておりましたが、その以前と以後で違いましたか？交流の密度とかですね。

永井：それは違いましたね。

野見山：永井さんが当時親しくされていた美術家の方とかいらっしゃいますか？

永井：三木富雄とか。三木富雄の耳があまりにも凄すぎて。

当時、その耳を作っていたんですけど、いろんな耳を、大きな耳や小さな耳とか、小さな耳をたくさんはめ込んだのとか、色々としていたんだけど。耳から脱却したいと思って、いつまでも耳ということにすごく悩んで、色々して、描いたりとか。一度相談を受けてどうだろうという話をしたんだけど、やっぱり耳が強烈だから、面白んだけどものすごく難しくて何ともいいようがなかったという思いがありますけれどもね。

野見山：耳しか見れなかった。脱却は目にするのではなく？

永井：そうね。

野見山：今この席から見えるのですが、色々と部屋の棚に作品を展示されていますね。例えばあれは倉俣史朗さんのアクリルの作品ですか？コレクションしている美術作家はいますか？

永井：いやあ、そんなない。三木富雄さんの作品はあるし、高松次郎の作品とか色々ありますけれども、特別にコレクションしてるわけじゃない。

野見山：何かしら購入されたり、手に入れるときに何か惹かれるものがあったと思うのですが、例えば三木富雄さんの作品にあるように耳への執着とか。高松さんも倉俣さんと交流があったりしていましたが。

永井：うちにあるのは、こうフックがあって、それに影がこうあるやつ。

野見山：ああ、影があるやつですね。有名なシリーズですね。

永井：彼も色々面白いものを作ったんだけど、やっぱり影が一番すごいですよね。

野見山：どういうところが好きなんですか？

永井：影であれだけ色々できたっていうのは³⁰⁾。

野見山：お持ちになっている作品は表現であったり、造形の面白さだったりで、何か永井さんがご関心を持っている人の作品ってということですね。

永井：そうですね。

野見山：最近でなくてもいいのですが、作家さんや展示で、ずっとこの人の作品は好きだなあとか作品集をお持ちの作家さんで思いつく人はいますか？

永井：色々あると思うけど、やっぱり親しいから横尾くんの作品とか。サイトウマコトも毎回呼ばれて、迎えに来てくれて連れていかれるから。でも興味あるのは、もう亡くなったけど河原温の初期の浴室の。それから文字だけの、あれはすごい長いですからね。

野見山：ちょうど今回のインタビューのきっかけである小特集「純粋美術と宣伝美術」の展示にも河原温さんの作品が出ます。まさに浴室の《孕んだ女》(1954年)ですね。ちょうどこの時代が早川さんと山城さんがデモクラートに所属しているときに、河原さんともいっちゃったんですよ。同じ頃に活動していたんですね。

永井：この浴室シリーズは傑作だと思いますね。

野見山：シュルレアリスムの作品も出ますし。あとは、山口正城さんってご存知ですか？当館では2点持っているのですが、本邦初公開します。早川さんや山城さんも山口さんから学んでいたし、もしかしたら永井さんのアシスタントにつかっていた工芸学校の卒業生の方も学んだかもしれません。

永井：パウハウスの教育理論をものすごく勉強された方ですね。

野見山：そうです。でも理論とは見事に異なる、もっと感覚的な人たちが生まれています。(山口さんの作品と早川さんの作品を比較しながら)こういう作品を見ると、類似点も指摘できると思うんですけど。本日お話をされていて思ったのは、永井さんの上の世代人たちは、少し違う視点で美術との関係性を持っていたんじゃないかということですね。永井さんの世代になると、すんなりと彫刻からデザインへ転向することができたわけで、デザインに対する印象、それを取り巻く社会の状況や教育の在り方も違っていただいに感じます。それではそろそろ時間が来ましたので、終わりたいと思います。ありがとうございました。

謝辞 インタビューにご協力くださった永井一正氏に深く感謝

申し上げます。

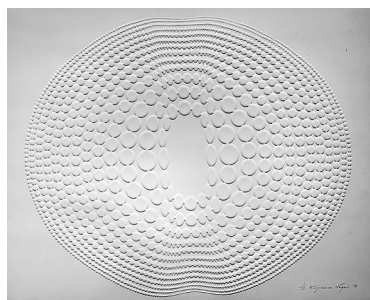
註

- 1) 永井の作品に関して横尾忠則が記したこの言葉に対して、田中一光が興味深い発言をしている。田中は幼少期の体験がデザイナーの造形感覚の形成に「オーバーラップして考えることは苦しい。これは、あくまで横尾忠則的発想法であって、彼の作品においてのみ成立するレトリックである。」と語ったと永井が文章に残している。(永井一正「田中一光論」『デザイン批評』1968年、6号、184頁)。
- 2) 尾田龍(1906～1992)は姫路市生まれ。川端画学校を経て、東京美術学校に入学。終戦の年、生まれ故郷である姫路に戻り活動した。国画会会員。協会展や二科会にも出品している。永井一正が学んだ兵庫県立姫路西高等学校のほか、兵庫県立姫路高等女学校でも教鞭を取った(『没後十年尾田龍展』姫路市立美術館編、姫路市立美術館友の会、2002年)。尾田は自伝『春風秋雨』(車木工房、1986年)で永井がデッサンの授業を受けていた頃のことを回想している。
- 3) 永井は、表層だけではなく、実在を掘り出す世界の捉え方やそれを二次元で表現することの難しさ、精神は、石井の石膏デッサンから学び、自身の表現での糸口になっていると説明している(永井一正『永井一正ポスター美術館』六耀社、2013年、69頁)。
- 4) 現在、Aクラブの主要なメンバーは田中、木村、片山、永井であることが通説化しているが、1968年時点では、永井はそれに大高猛、西脇友一、サトウサンペイなどを加わってAクラブが結成されたと語っている(永井一正「田中一光論」『デザイン批評』1968年、6号、187頁)。
- 5) 世界のポスター展の詳細については、以下の文献を参照されたい。野見山桜『「世界のポスター展」(国立近代美術館、1953年)について』『東京国立近代美術館 研究紀要』第23号、2019年。野見山桜『「世界のポスター展」について その2：出品作品研究』『東京国立近代美術館 研究紀要』第24号、2020年。
- 6) 早川良雄がデザインした「秀彩会」の一連のポスターにいかにも感動したかを田中一光は次のように語っている。「プラットホームにある、二間足らずの貧しい待合室に貼られたこの白地のポスターには、匂うような美しさがあつた。一面の星空を背景に、あたりの環境と少しの不調和もなく、例えば、堂に安置された曼荼羅を見るように、気品高く、しかも近代の表情をたたえて、ぼくの胸を打った」(田中一光「このデザイン」『デザインの周辺』白水社、1989年、180頁)。
- 7) 1950年の時点で、日本からの輸出における繊維製品の占める割合はほぼ半分であり、1950年代を通じて高い標準を維持している。60年代に入ると徐々に機械の割合が繊維製品に近づき、65年には追い越した(鶴田俊正「高度成長期」『日本の産業政策』小宮隆太郎、奥野正寛、鈴木興太郎(編)、東京大学出版会、1984年)。
- 8) 1950年代の東京と大阪のデザイン文化の違いを考察する上で以下の記事が参考になった。『「東京の広告、大阪の広告」『宣会議』2巻1号、1955年1月)。このなかで早川良雄は、東京はデザイナーの一流が集まっている分、重圧があり、コンプレックスにおちいやすいとし、その一方で大阪では、気兼ねなく仕事ができる雰囲気があると指摘している。また、大阪はデザイナー同士が非常に仲がよく、闘争心のようなものがわきにくいのかかもしれないとも語っている。
- 9) 永井は1960年に自身の生み出す抽象のイラストレーションは、感覚的に生み出されたものであり、抽象化はあくまで造形処理として位置付けているとした。「抽象イラストレーションが、それ自体の絵画的造形性を別として何をうったえるのか、もう一度デザインという抽象作用のプロセスを経ない限りはなほだ自信のない次第です。」とコメントしている(『グラフィックデザイン大系』第2

- 巻(イラストレーション)』美術出版社、1960年、68頁)。
- 10) 日本デザインセンターの創立背景や初期の活動に関する考察として以下の資料を参考にされたい。遠藤太郎「クリエイティブ戦略をさぐる(1)<日本デザインセンター>」『宣伝会議』12巻1号、1965年1月、142-149頁。このなかで設立当時の日本デザインセンターが「デザイナー」と「(デザインを発注する)会社」の2つの集団の結合で結成され、「個人」から「集団」の仕事への移行が始まっていると解説されている。実際には、何の弊害もなく移行が進んでいたのではなく、「集団」を形成しつつ、いかにそのなかで「個」を尊重するのかがという問題に取り組んでいたことが永井へのインタビューや註17にある原の言葉から理解することができる。また、この点において、留意しておきたいのは、亀倉雄策、田中一光など会社創立時の主要なメンバーが、1965年までに会社を離れて、個人での活動を開始したことである。
 - 11) 永井一正「コミュニケーション・デザイン＝グラフィック・デザイナーの役割」『現代デザインを考える』林進編、美術出版社、1968年、159頁。
 - 12) 永井は1964年に発売された麦酒飲料「アサヒスタイナー」の販促キャンペーンの成功の1つの要因としてイメージづくりを挙げている。よく売れる商品とは良いイメージを作ることのできるものであるとし、その良いイメージには、商品の機能や特性は関係がないとした。この広告戦略には、アメリカのマーケティングや広告、パッケージデザインの参照が見られ、永井がアメリカの広告業界から影響を受けていたことがうかがえる(永井一正「アサヒスタイナー発売広告の発想と展開」『広告概論12章：理論と実際』誠文堂新光社、1966年、125-133頁)。ワルシャワ国際ポスタービエンナーレで金賞を受賞したポスターは、「アサヒスタイナー」発売1周年広告であり、3億本を売ったことを知らせるためのものだ。「マイベースで飲もう」というコピーと一緒にレイアウトされているのは、膨大な数の蓋。商品のアイコンとも言える太陽マークが画面の外まで広がっている。「マイベース」という表現と蓋の数の対比が妙味を生み出している。ここに、永井が当時関心を抱いていた「ノン・グラフィック」との関連性を指摘したい。「ノン・グラフィック」は、1950年台からアメリカの広告業界で見られるようになった広告手法の一つで、現代の日本における広告制作手法の手本となっている。「ノン・グラフィック」と称された広告には、写真とコピーを巧みに組み合わせるものが多く、グラフィック的な創造性よりも、伝達と販売に重きを置いた。永井はこの手法についての考察を記事にしている(永井一正「デザイナーから見た<ノン・グラフィック>」『宣伝会議』10巻6号、1963年6月、80-84頁)。
 - 13) インタビューでは、日宣美がビジュアルコミュニケーションという言葉や考えをどう捉えたのか詳しくうかがえなかったが、1961年に開催された第11回の日宣美展について論じた次の記事ではそのことについて詳しく考察されているので参考にした。(遠藤太郎「ヴィジュアル・コミュニケーションへの志向とその展開」『美術手帖』194号、1961年、63-77頁)。本記事では、この頃、日宣美の活動で見られた社会との繋がりへの意識や社会におけるデザイナーの役割について言及している。第11回目から導入された「私の提案」枠は、若手の会員メンバーの発案であり、彼らがデザインを通じて社会にできる提案を積極的に発表したいという熱意と真摯な姿勢を示したものであったと語っている。
 - 14) 「空間から環境へ」展に関連して、デザイナーと美術家、あるいは彼らが生み出すものの関係の変化について、「デザインの美術化、美術のデザイン化」という小トピックで議論されている。「用」や「機能」があらゆるものになっていること、日常生活における様々なものがポップアートのモチーフとなり、そのアートがさらに商品に展開されて、「用」を持って販売されていること、加えてポスターが画商で美術品のように売られるようになってきていること、などが指摘されている(『環境からXへ』空間から環境へ展から一年』『美術手帖』12月増刊号、1967年12月、59-61頁)。
 - 15) ハーバート・バイヤーの行った講演の論旨では、「私はここである特定のデザインについてというよりも、視覚を通じてのコミュニケーション(英語ではvisual communicationという言葉が用いられたと推測する)を強調しようと思う」と述べられたことが記録に残っている。また、次のことが話された。「デザイナーの社会的地位」、「デザインと科学」、「デザインと手工芸」、「新しさ」、「関連問題」、「将来の概観」、「機能主義の問題」、「社会的地位」では、「一つの新しい統合としての美術・工芸」(これはバイヤーが所属していたバウハウスの基本理念に通じる)という考えの登場により機能に対する新しい意識の芽生えがあったことを示している。詳しくは次の資料を参照されたい。「会議速報1」『世界デザイン会議報告』世界デザイン会議日本運営会、1960年、5-8頁。
 - 16) オリンピックの仕事については亀倉が個人で受けたとしている。当時、日本デザインセンターが請け負う仕事と日本デザインセンターに所属する者が個人で請け負う仕事の境界線が曖昧だったことがうかがえる一方で、その後のインタビューにもあるように、この曖昧さに「個」を大切にする社の姿勢を見ることもできる(永井一正「永井一正ポスター美術館」六耀社、2013年、87頁)。
 - 17) 日本デザインセンターが設立5年を記念して発行したポートフォリオの最後に当時専務取締役であった原弘の文章が掲載されている。そのなかで、設立初期はデザイナー個々々の力が会社の原動力になっていたのが、5年の時間を経て「個性をひとつに凝縮し、その融合からさらに強力なエネルギーを生み出している」と語っている。また、この文章で原は、設立当初は「スポンサー」「会員会社」と呼んでいた共同出資会社を、近年は「クライアント」として位置付けられるようになったとしており、5年の間に会社としての有り方が大きく変わったことが分る(『Nippon Design Center』日本デザインセンター、1965年、87頁)。
 - 18) 永井を富山県立近代美術館のCI計画に引き入れたのは、同館の初代館長、小川正隆であった。当時、個性的な企業が経営にCI計画を盛り込んでいたことに感化され、「個性的な美術館活動を推進していくために」永井にデザインを依頼した。「永井氏は、いうまでもなく、個性的なグラフィック・デザイナーであり、豊かな体験をもったアート・ディレクターである。しかも、美術にたいして関心がふかく、一言言を持っている」と語っている(小川正隆「永井一正と富山県立近代美術館」『永井一正展』富山県立近代美術館、1990年、9頁)。
 - 19) 片岸昭二「永井一正の<宇宙的>構成」『4-G-D：亀倉雄策・田中一光・永井一正・福田繁雄 ポスターとマーク』富山県立近代美術館、1987年、97頁。
 - 20) 「ベルソナ展」は、デザイナーの個性に焦点を当てた展示であった。展覧会名の名付け役であった勝見勝は、展覧会カタログの冒頭で、デザインという仕事におけるチームワークと無名の創造行為の重要さも説く一方で、展示に参加するデザイナーが個性の表現を指向していることを指摘している。また、個性を発揮しながらチームワークを行うことの大切さについても論じている(勝見勝「ベルソナ展について」『Persona 1965グラフィックデザイン展ベルソナ50年記念』公益財団法人DNP文化振興財団、2014年)。永井自身、1960年代にはコマーシャルデザインにおける「個」の表出についての文章をいくつか発表している。永井一正「広告表現の自由」『ブレーン』6巻9号、1966年8月。永井一正「心のかよったデザインを」『宣伝会議』13巻5号、1966年5月。永井一正「広告における説得と個性」『アイデア』81号、1967年。
 - 21) 参考までに田中一光の「個」の表現に対するスタンスを理解する上で次の言葉を参照したい。「1963年自身の体臭のようなものがコミュニケーションのテーマとはほど遠いところで、ぶざまな容姿をみせると、その印刷物を自分で買い占めてしまいたいような

罪深い悔恨におそわれる。逆説的にいえば、デザイナーの限界がその個性であろうと思われる。デザイナーのくかたち>はその限界を知覚した上での、テーマに対する接近の方法であって、机の奥深くしまわれたパターンではない」(田中一光「遍歴 田中一光(1963年読売新聞の記事より)」『12人のグラフィックデザイナー』美術出版社、1968年、81頁)。

- 22) 横尾忠則は、1980年7月にニューヨーク近代美術館で開催されたピカソ展を見て衝撃を受け、「画家宣言」を発表した。以降、画家として作品を制作するようになった。
- 23) サイトウマコトは、1990年代半ばよりデザイン活動の傍ら絵画の研究を開始。2008年に金沢21世紀美術館で初の絵画作品による展覧会を行い、画家として本格的な活動を始めた。
- 24) 永井は1967年ごろ、大阪の今橋画廊で開催した個展をきっかけに版画制作を始めた。68年に開催された第6回版画ビエンナーレでは、《作品C》で東京国立近代美術館賞を受賞している。



永井一正《作品C》1968年、レリーフプリント、40.2x50.4cm、東京国立美術館蔵

この作品以外にも、当館は同様のレリーフプリントで刷られた《作品A》《作品B》《作品D》《作品E》《作品F》を所蔵している。いずれの作品でも、線や円といった単純な造形要素を反復して複雑なグラフィックを構成し、それをエンボスで浮かび上がらせている。

版画制作について永井は「…版画のための造形が、そのまま少し変ってポスターになり、ポスターで考えたものがまた少し転化して版画になるという形で、むかしのデザインを職業的に収入のかてにしながら一方では純粹美術をやっている、そういう意識じゃまったくなくて、僕自身は百パーセント、グラフィック・デザイナーだと思っている。それでいて、その範囲をもう少し押し広げていって、そこにいわゆる版画も入れれば壁面構成もその一つであるというふうな意識を持っているわけです。」と語っている(『特別座談会：版画とポスター』『版画芸術』5号、1974年、132頁)。

- 25) アイデア編集部「片山利弘インタビュー 越境と横断」『アイデア』380号、2017年、106-107頁。
- 26) 正式には、カーペンター視覚芸術センターという。ハーバード大学が1963年に設立した施設で、片山利弘は1966年に講師として着任し、デザイン教育に携わった。また、同施設で行われたイベントの広報物のデザインや展示デザインも手がけた。この活動についての詳細は次の資料を参照されたい(野見山桜「片山利弘について」『アイデア』380号、2017年、81-104頁)。
- 27) 註24で参照している座談会に早川良雄も参加しており、自身の版画制作について次のように語っている。「…日常の仕事、これは食うための仕事とは思っていません。デザインの仕事は一生懸命やっています。ただ、非常にシビアな要求があるために、全面的に自分の考えているもの、持っているセンス、そういうものを出せない。言い方は幼稚ですけれども出せないということは否めない事実です。そのフラストレーションが、ときどき版画みたいな

ものを作らせると思ってますけれどもね。」また永井のように、版画造形をグラフィックデザインに「フィードバック」という考え方はしないが、「ただ、ファイン・アートを制作して、人さまの前で発表するならば一回きりじゃまずいという非常に常識的な俗物根性があるわけで、その場合、次は何をやるという答えが簡単に出てこないんで、また別のフラストレーションが、ぼくの内部でおこりつつある。…」と述べている(『特別座談会：版画とポスター』『版画芸術』5巻、1974年、133頁)。

- 28) ほかの具体的な例として、早川良雄や田中一光は具体の吉原治良と交流があったことも記しておく。田中の個展を見に来た吉原が「デザイナーの作品が、最近絵かきのおかぶをとって、もてはやされているようだが、こうしてみるとそれも無理がない面があるなあ。ほんとにきれいや」とコメントしたと永井が回想している(永井一正「田中一光論」『デザイン批評』1968年、6号、83頁)。
- 29) 山城隆一が「花火」という表現を使って広告について書いた記事は以下のものが見つかった。山城隆一「仕事の歌」『広告』83号、2月、1955年、22-23頁。この中で山城は、広告制作を、製造に時間はかかるが、一瞬でその役目を終えてしまう花火に例えて、面白さ、儚さ、虚しさ、悔しさなど、さまざまな感情を交えてその奥深さを語っている。
- 30) 永井が挙げた美術家の作品をみると「バリエーション」が共通点としてある。永井自身が生み出す版画やグラフィックデザインにおいても、「バリエーション」がキーワードとして挙げられる。初期の抽象的な作品においては、単純な幾何学形態の組み合わせや配置を変えることでグラフィックのバリエーションを増やし、それをポスター等のデザインに用いている。ライフワークとなっている「LIFE」シリーズでも、描画法や構図、モチーフなどひとつのアイデアをどんどんと展開し、バリエーションを増やしているといえる。