

大正期における『キネマ旬報』の時代性と図案文字

A Study of the historical Background of KINEMA JUNPO and designed Characters in Taisho Era

富岡 美栄子

Mieko TOMIOKA

崇城大学大学院芸術研究科デザイン専攻

Division of Design, Graduate School of Art, Sojo University

I はじめに

言葉を視覚的に捉えさせる文字は、生活と文化の中で重要な部分であり、時代ごとに一つ一つの進展と様々な需要があって現代に成り立っている。時代ごとに変化が見られていく文字は、その時代の象徴ともいえる。雑誌もまた、人々の需要から生まれ文化発展を助長してきた。政論から児童向け、文学、娯楽と多岐にわたり時代の“今”を映して積極的に表現し発信してきたメディアの一つである。雑誌に見られる文字が時代とともにどう変化してきたか、いかに時代の声に応えてきたのか。これまでに発信されてきたものを文化的・社会的背景と照らし合わせることで、文字のデザインの変遷や当時における役割、時代を反映する力について明らかにできると考える。

文字の変遷や時代ごとの役割・反映力を明らかにするためにはある一定期間における雑誌と文字についての調査・分析による検証が必要となる。本研究では、現在でも発行が続いている雑誌『キネマ旬報』の大正期に焦点をおき、『キネマ旬報』にみられる特徴的な文字である図案文字の形の変遷と時代性との関連性を見いだすことを目的とした。

II 研究プロセス

研究のプロセスとして、大正期の映画・雑誌・社会・流行・芸術史の時代的特徴（時代性）をとりあげると共に出来事を時系列に整理したタイムラインの作成を行う。これを『キネマ旬報』の動向と重ねることにより大正期における『キネマ旬報』の位置付けを確認することが可能と考える。つぎに『キネマ旬報』に見られる特徴的な文字、図案文字を抽出し、形状ごとに比較・分類を行い年代ごとの特徴をとらえ、そこから時代性との関連を探ってい

く。本研究で取り扱う図案文字は『キネマ旬報』誌内の映画広告にみられる映画題の手描き文字のみとし、1924年から1926年のそれぞれ1・2月号から図案文字の年代毎の要素と傾向を考察していく。

Ⅱ－１ キネマ旬報について

1919年に外国映画専門誌として創刊された『キネマ旬報』は東京高等工業学校の学生達が集まって製作した同人誌からの始まりである。『キネマ旬報』は創刊から月に3回のペースで発行され1940年に戦時統制によって休刊、終戦後の1950年から復刊をはたし月2回の発行で現在に至る。『キネマ旬報』の草創期は3つにわけられ、東京での活動を中心とする1919年からの第1期「黒襷社時代」、黒襷社より独立しキネマ旬報社が設立された1921年からの第2期「麻布・赤坂時代」、1923年の関東大震災による被災から拠点を兵庫へと移した第3期「西宮香櫨園時代」となる⁽¹⁾。大正期の『キネマ旬報』は映画の最新情報だけでなく公開映画の記録や様々な細かいニュース・情報も扱い⁽²⁾、映画界における情報伝達・情報に対する判断基準の役割をもつ存在となり⁽³⁾映画の配給会社や製作会社にとって大きな役割を果たしていた。

Ⅱ－２ 図案文字について

図案文字は手描きの装飾文字のことであり、現在ではレタリングという用語に定着している。ほかにキネマ文字、意匠文字などと呼ばれ、大正から昭和にかけての多くの商業ポスターや商品のパッケージなどにみられた。1925年から1928年にかけては、和田斐太の『装飾文字』、藤原太一の『図案化せる実用文字』、矢島周一の『図案文字大観』など図案文字の様々な形や使用例を載せた実用見本帳が相次いで出版・増刷された。矢島は1928年に結成した大阪商業美術家協会への参加や大阪印刷美術協会の相談役に就くなど草創期の大阪デザイン界を担った人物であり、和田と藤原はそれぞれ百貨店の大丸、薬屋の仁丹本舗に勤めて活躍した大阪のデザイナーである⁽⁴⁾。

実用見本帳を通した図案文字の普及の背景として、雑誌『アイデア』の前身『廣告界』の編集長・室田庫造の図案文字推奨の働きかけがあげられる。室田は1926年の『廣告界』において「広告用文字新書体研究」という連載をもち、広告に利用される文字・タイポグラフィの重要性に着目し図案文字を取りあげ、広告における文字の消費者の購買意欲に働きかける訴求力を示すとともに、文字への工夫が広告効果を左右する点から図案文字の利用推奨を行っていた⁽⁵⁾。1930年代にはいると実業学校・商業学校の「商業美術」において描き文字教育が実践されはじめ⁽⁴⁾デザインの分野において文字が重視されていったことがわかる。

Ⅱ－３ 大正期の時代性

Ⅱ－３－１ 映画

大正期に娯楽研究を行った権田保之助は、大正時代の三大民衆娯楽を「寄席・劇場・活動写真」としている⁽⁶⁾。活動写真は明治・大正時代における映画の呼称である。明治期までの娯楽の中心は歌・三味線・踊りであったが、日露戦争後の資本主義の確立により労働に時間を費やすこととなり、人々は習練を必要とせず誰もが楽しめる直感的な娯楽を求めるようになった⁽⁷⁾。1923年に関東大震災がおき東京の映画界は大きな被害を受け、災害後すぐに府下一帯に戒厳令により興行物が禁止されたが、その後警視庁が不穩の怖れなきもののみ興行を許可すべきことを発表、続いて内藤首相が映画の無料公開を推奨し常設映画館が次々と開館していった⁽⁸⁾。人々は庶民的文化生活を欲求し、それに対応するかたちで映画事業が急速に需要を満たしていき、全国映画館においては大正12年度が703館だったのに対し大正13年度には1013館と急増する⁽⁸⁾。

Ⅱ－３－２ 雑誌

大正から昭和にかけて、機材の普及によって印刷業界の生産力が強まり、定価販売の一般化から取次業界が安定し、現代により近い雑誌の基盤ができあがっていく。大正デモクラシーの影響を受け自由主義や社会主義的運動が盛んになり、社会問題を扱う『改造』、男女同権・女性拡張を言及した『婦人公論』などターゲットを絞りかつ相対的な関係をもつ雑誌が多く生まれていった⁽⁹⁾。

また資本主義経済の思想の元、万人にうける編集内容の雑誌が生み出され⁽¹⁰⁾大衆文化をとりあげた雑誌が登場する。書物が身近になかった労働者階層や識字能力の低い者も対象にするほか、書籍を無料で貸与する施設も設立され、小説や絵本・雑誌等を借り一家団欒して読み聞かせる家庭的趣味が増加していった⁽⁶⁾。

Ⅱ－３－３ 社会⁽⁵⁾

第1次世界大戦に参加したことにより日本は債権国になり、商品の輸出ばかりでなく外国への資本の輸出も行えるようになった。貿易の拡大、生産の拡大から新しい企業が生まれ、日本は近代工業国となり資本主義社会へ変化していく。また産業の発展と生産額の増加により新しい流通機構が必要とされた。中流以上の市民を対象に大量販売機構として百貨店が出現し、化粧品・服飾品・貴金属・タバコ・文房具などが取り扱われ食堂も営まれた。1919年には中下層市民層を対象とした、穀物や生鮮加工食品・雑貨類といった日用必需品を扱う公設の小売市場が大阪や京都、名古屋、東京などに開かれ、1924年に各都市に開設された。

Ⅱ－３－４ 流行

1920年代は都市化が進み、新しい文化が生まれた「モダン」とされる時代、いわゆる大正モダニズムが開花した時代であった。白木屋・高島屋・伊勢丹などが呉服店から百貨店へと転身して関東大震災後各地に支店を開き大衆化し、流行を発信する基地として百貨店が都市大衆文化成立のひとつとなった⁽¹²⁾。また女性の化粧やヘアスタイル・洋装のファッションが

変化し、1920年代後半には服装も行動も時代の先端をいくモダンボーイ・モダンガールと呼ばれる若者があらわれる。

『キネマ旬報復刻版』での解説の一節には「銀座の舗道で時代を闊歩するモボ・モガの先鋭的なファッションには、常に『キネマ旬報』がアクセサリとして小脇にかかえられていた。『キネマ旬報』はそれにふさわしいシンボリックな存在となっていた。勿論、映画自身、あるいは映画業界総体も娯楽の殿堂・時代の寵児として大正モダニズム時代に君臨するようになったのである。」⁽⁸⁾とあり、『キネマ旬報』が大正モダニズムの担い手となっていた様子が見受けられる。

Ⅱ- 3- 5 芸術

20世紀に入り工業化社会の中でデザインが生産者・消費者のどちらにとっても重要な意味をもつものとして自覚されるようになり、1920年代は近代芸術、近代建築、近代デザインが確立される⁽¹³⁾。

日本では東京府立工芸学校の印刷科新設、装飾美術協会などの創立がみられるほか、デザイン誌『現代の図案』『廣告界』の雑誌も発行される。1920年代から1930年代にかけての印刷複製物のデザインにおいて村山知義、山名文夫など前衛的な芸術運動、左翼的社会主義的思想、新興芸術、商業主義への傾斜の作風をもつ作家が登場した⁽¹³⁾。山名と並び日本のグラフィックデザインにおける先駆者のひとりである河野鷹思は、1924年に東京美術学校図案科に入学し在学中から松竹キネマ宣伝部に図案係として活躍した⁽¹⁴⁾。またパリでは1925年に開かれた現代装飾美術・産業美術国際博覧会にてアール・デコが世界に広くアピールされた。

Ⅱ- 4 大正期におけるキネマ旬報の位置付け

大正期の娯楽の一つである活動写真（映画）を取り扱い、また日本の伝統文化は古く西洋のものは新しいとされた時代に外国映画専門誌として刊行された『キネマ旬報』は創刊当初から時代の先端にたっており、1920年代後半にあらわれた大正モダニズムの一つともいえるモダンガールのアクセサリとなるような時代を表すシンボリックな存在として、大正期における立場を確立している。また娯楽誌の面をもつ『キネマ旬報』は、当時の家庭にみられた家族団欒のための娯楽雑誌のひとつとして、また映画界における情報伝達手段として、映画界での情報の判断基準としての役割を果たすものとして、家庭にも、映画業界にも影響を与える位置にあった。

Ⅱ- 5 『キネマ旬報』にみられる映画広告と図案文字

Ⅱ- 5- 1 映画広告について

西宮香櫨園時代にあてはまる1925年には配給会社や製作会社が折込広告に比重をおき、各社が映画の宣伝のための豪華で華やかな紙面を作成し『キネマ旬報』の規格に合わせて印刷し製本段階で持ち込んだ⁽³⁾。映画会社ごとにレイアウトや図案文字のデザインに違いがみら

れ、この時期においては映画の内容を反映させて図案文字がデザインされていた可能性は小さいと考える。

Ⅱ－５－２ 図案文字の傾向

1924年から1926年の『キネマ旬報』の図案文字にみられる要素として以下の7つの要素があげられた。(図1)

- 1) 太い縦線と細い横線の極端なウエイト
- 2) はらいを中心とした書き終わりにかけての線の細まり
- 3) 文字の重心の高さ
- 4) はらいのS字的変化
- 5) 横線の波打つライン
- 6) はね・はらいにおける裾引
- 7) 曲線のむすびと省略

1924年の傾向としては1・2の要素がベースにあり、3・4・5・6の要素がアクセント的要素として取り込まれている。1925年は1924年にみられた要素と共通であるが1・2の要素に加え3・4の要素も文字のベースとしてみられるようになる。1926年においては更に7の要素が加わってみられ、1924年から26年にかけて要素が足し次がれていくのが見受けられた。

また1926年は要素が足し次がれていった図案とは別に、文字の周りを飾った囲み文字、筆の線が意識された文字、カリグラフィーの影響がある文字、「手描き」がのこるレタリングなど、装飾性の豊かな図案(図2)が出現し、大きな変化があった。

Ⅱ－６ 時代背景と図案文字

『キネマ旬報』内の図案文字が1924年から1926年にかけて徐々に変化し新たな形が出現した背景にあるものとして、同時期にみられる折込広告制の実施が考えられる。販路を拡大し映画界の中でも大きな存在となった『キネマ旬報』に掲載する折込広告に各配給会社・製作会社が比重をおくようになり、その結果として各社が華やかで豪華な紙面を制作するようになった。他社よりも自社の映画広告に注意を惹かせるための紙面の要素のひとつとして、Ⅱ－２で述べた、室田の示した広告における図案文字がもつ訴求力、広告効果は図案文字への工夫によって左右されるという点が当てはまる。また図案文字の実用見本帳が次々と出版・増刷された時期とも重なっており、図案文字における需要と供給の関係が映画会社と実用見本帳の間でなりたっていたと考える。

Ⅲ 展望

今後、変化が見られた1925年から1926年の間の『キネマ旬報』の雑誌内広告をみていくこ

とにより、さらに細かい変遷をたどることができる。また『キネマ旬報』以外の雑誌にみられる図案文字にも対象を拡げ、今回の調査と照らし合わせることで図案文字の時代性の反映力や時代性の図案への影響力の確認へと繋げることができると思う。

2001年に発表された書体「丸明オールド」の仮名の骨格が、明治・大正・昭和の文化を担ってきた代表的な書体、秀英社の5号活字「秀英明朝」の仮名であるなど、過去に使用されていた文字は現代においての膨大かつ貴重な資料となりえる。活字だけでなく図案文字のような手描き文字にも同様にいえると思う。これまでにあげてきた『キネマ旬報』にみられる図案文字は、紙媒体にあるため紙の劣化とともに風化する恐れがある。一資料として記録・保存していくためデジタルアーカイブへの展開も考えるべきであろう。

[参考文献]

- (1) 牧野守「初期『キネマ旬報』書誌」『復刻版 キネマ旬報Ⅰ』雄松堂書店 1993年 19-38頁
- (2) 岩本憲児「草創期の『キネマ旬報』と映画雑誌の黄金時代」『復刻版 キネマ旬報Ⅰ』雄松堂書店 1993年 9-18頁
- (3) 牧野守「業界の羅針盤」としてのキネマ旬報」『復刻版 キネマ旬報Ⅷ』雄松堂書店 1993年 17-28頁
- (4) 「第1章 描き文字考」http://www.screen.co.jp/ga_product/sento/pro/index.html
- (5) 竹内幸絵「雑誌『広告界』におけるタイポグラフィへの注目ー「図案文字」から「活版活字」の「レイアウト」へ」『デザイン理論 (51)』2007年 31-44頁
- (6) 水島かな江「第12章 家族の楽しみごと」『大正時代の家庭生活』株式会社クレス出版 2008年 160-172頁
- (7) 権田保之助「第一編 民衆娯楽の考察」『権田保之助著作集 第一巻 民衆娯楽問題』文和書房 1974年 23-25頁
- (8) 牧野守「1924（大正13）年、日本映画界と『キネマ旬報』」『復刻版 キネマ旬報Ⅴ』雄松堂書店 1993年 15-36頁
- (9) 樺山紘一「「雑誌の時代」、または国民から市民へ」『ミリオンセラー誕生へ！ー明治・大正の雑誌メディア』東京書籍 2008年 10-18頁
- (10) 篠澤美佐子「ミリオンセラー誕生へ！ー明治・大正の雑誌メディア」『ミリオンセラー誕生へ！ー明治・大正の雑誌メディア』東京書籍 2008年 5-9頁
- (11) 遠藤元男「11 市民的生活文化」『生活史ノート』朝倉書店 1970年 200-220頁
- (12) 石川桂子編『大正ロマン手帖 ノスタルジック&モダンの世界』河出書房新社 2009年
- (13) 阿部公正監修「3章 デザインの実験と総合」『増補新装カラー版 世界デザイン史』美術出版社 2012年
- (14) 高島直之監修 橋本優子・菅谷富夫・肴倉睦子編『デザイン史を学ぶクリティカル・ワークス』フィルムアート社 2006年

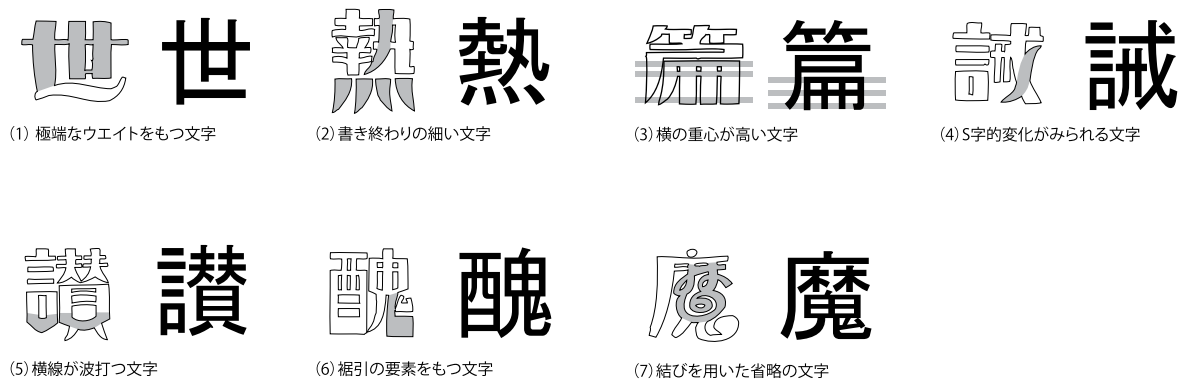


図1 キネマ旬報1924-26年の1, 2月号にみられた図案文字の要素



図2 キネマ旬報1924-26年の1, 2月号にみられた装飾性豊かな図案文字のアウトライン

