

【研究ノート】

## 「世界のポスター展」(国立近代美術館、1953年)について

### 野見山桜

「世界のポスター展」は、1953年に国立近代美術館で開催された、国内外のデザイナーによるポスターの展覧会である。日本宣伝美術協会(以後日宣美)や東京商業美術作家協会といった大規模なグラフィックデザイナーの職能団体の設立が1951年、52年と続き、同展開催年には日本を代表するグラフィックデザイン誌『アイデア』が創刊された。「世界のポスター展」は、日本のグラフィックデザインがこれから隆盛を極めようとする、まさに幕開けの時期に開催された展覧会であり、これまでも日本のグラフィックデザイン史に関する書籍の中で、その開催について触れられることはあった。しかし、その開催背景や具体的な内容について言及した研究は、これまでなされておらず、国立の美術館で開催された初めてのポスター展という点においてのみ、評価がなされていた。本研究ノートは、同展の全体像を把握することに加え、それが日本のグラフィックデザイン史においてどのような役割を担ったのか考察することが目的である。

\*当時は日本では、グラフィックデザイナーという肩書きがまだ広まっておらず、商業美術家、広告図案家、産業美術家といった名称で呼ばれていたが、本稿では、デザイナーという呼称で統一している。

### 「世界のポスター」展概要

世界のポスター展が開催されたのは、1953年4月18日から5月5日までの計15日間であった。会場となったのは、前年12月に、東京・京橋に開館した国立近代美術館である。日本と海外のデザイナーによる計269点ものポスターが一堂に展示された。動員者数は17,947名で一日の平均入場者数は、1,196名と報告されている。直前に開催されていた絵画展の一日平均入場数が884人であることを考えると、当時の美術館では展示されることが珍しかったポスターという新しい芸術分野に、民衆の関心が寄せられていたことが分かる。展覧会目録の冒頭には、開催の趣旨が掲げられている。

「ポスターはいうまでもなく、もともと、知らせたいこと、ひろめたいものを徹底させるためのものであり、その実用性のために、とすれば低俗と考えられがちですが、これが町々の美しさの一部となり、絶えず多くの人々に楽しい一瞬をあたえ、日常の美の糧とするためには、ポスターこそ本当に美しく公共的なものでなければならないと思います。わが国のポスターは、いろいろな理由を伴ってまだこうした本当の姿を現わすまでに至っていない状態ですが、この展覧会が、ポスターをつくらせる側、つくる側、見る側の三つの側の関心と理解をより深める機会ともなれば、わが国のポスターも急速に向上すると信じるものであります。」<sup>1)</sup>

この展覧会は、デザイナーが腕をふるって生み出した作品を公に発表し、それらを評価する、或いは歴史的・美的な意味づけを行なうといった趣旨のものではなく、教育的な面が強かったことがうかがえる。日本で生み出されているポスターの現状を把握すること、そして、それらとポスター先進国とされるヨーロッパやアメリカのデザイナーによる作品とを一緒に展示することで比較を行い、日本のポスターの質向上を訴えたのだ。

### 展覧会の開催経緯

どのような経緯で、展覧会が開催されることとなったのかを知る手がかりは、資料として残っていないが、本展覧会の企画に協力したとされるグラフィックデザイナーの山名文夫が自著で「世界のポスター展」について回顧している。その中で、当時のデザイン界の状況と展覧会開催のキーパーソンとなった美術館側の人間の名前を挙げている。

「戦後、この〈世界のポスター展〉が、思いもかけず国立の美術館で開かれたのは、どんなきっかけであったかはわからない。おそらく、日本宣伝美術会が結成されたり、商業デザイン全集が刊行されたりといった、いわゆる“デ

ザイン運動”の盛り上がりや、共同通信社の〈国際商業デザイン展〉といった海外交流の動きなどもきっかけとなって、それにデザインに理解の深かった評論家の今泉篤男氏、嘉門安雄氏、河北倫明氏が、当時の近代美術館の次長であり、課長であったということが、この展覧会を生むことになったのであろう。展覧会の開催に当たっては、日宣美がお手伝いすることになったが、これは当然の成行きで、美術館側ではデザイン界の事情にくわしいはずはなかったのである。」<sup>2)</sup>

展覧会の発起人は山名でなく、美術館側の人間である可能性が高いこと、山名が所属する日宣美へ協力依頼があったことが前述の文章から分かる。また「世界のポスター展」が、「日本近代美術展：近代絵画の回顧と展望」、「近代美術展：近代洋画の歩み(西洋と日本)」といった絵画展に続き、国立近代美術館にとって第3回目の展覧会として企画されたことにも注目したい。開館当初から、近代美術を広域に渡り理解し、広めていくことを責務とし、その活動領域にはデザインも含まれていた<sup>3)</sup>。開館初年度といえ、美術館として社会にその存在意義を示していく重要な時期ともいえ、同展が戦略的にプログラムの一つとして組み込まれたのかもしれない。

### 展覧会に関わった人物

「世界のポスター展」の企画を担当したのは、既に名前が挙がっている山名文夫に加え、原弘、三井由之助という3名のグラフィックデザイナーで構成された外部の協力委員会であった。山名は、日宣美の中心的なメンバーであり、出展されたポスターの収集に尽力したと考えられる。原は、国立近代美術館開館から広報物のデザインを担当しており、同展のポスター(図1)や目録(図2)制作にも関わっている。三井は、展覧会で一番多く取り上げられたスイスポスターの主な借用先である森永製菓株式会社広告部に所属していた。山名が日宣美で面識のあった三井を通じて展覧会への作品借用の交渉をしたと考えられる。また山名の回想に出てくる今泉篤男、河北倫明、嘉門安雄の役わりだが、今泉は、山名の記憶どおり展覧会開催当時は国立近代美術館の次長であり、原弘を美術館のデザイナーとして引き入れた

人物としても知られている<sup>4)</sup>。絵画や彫刻にだけでなく、工芸への関心も強く、剣持勇や谷口吉郎といったデザイナーや建築家との交流もあったことから、「世界のポスター展」開催に尽力した一人として考えて間違いないだろう。また、河北倫明も当時、美術館の課長であったことは間違いがないが、デザイン分野の人間との交流は不明である。ただ、海外のポスターを企業や個人から借用する際に交渉した人物として、作品借用調書の記録にその名が残っている。嘉門安雄については、国立近代美術館ではなく、東京国立博物館美術課所属であったことが判明した。第一回目の企画委員会の名簿にその名が記載されていることから、開館当初の展覧会の企画に継続的なアドバイスをしていた可能性がある。河北同様、デザイナーや建築家との親交は特に確認できていない。当時の美術館職員であった本間佐知子、富田秀男、小倉克之、吉田耕三の名も調書に記載があるが、当時の肩書きや調書の内容から、借用する際の手続きや引き取り、返却等が主な任務だったと思われる<sup>5)</sup>。

展覧会の企画が美術館外部の人間によって行なわれていたことについては、当時は現代のように、美術館の学芸員が作品を価値付け、展示においてその意味を示すという考えがなかったため、多くの展覧会が制作者自身や、批評家で構成された外部の協力委員によって企画されており、「世界のポスター展」もそのような状況下で準備が進められたと考えていだろう<sup>6)</sup>。

### 展示作品について

展示されたポスター269点のうち113点は日本から、156

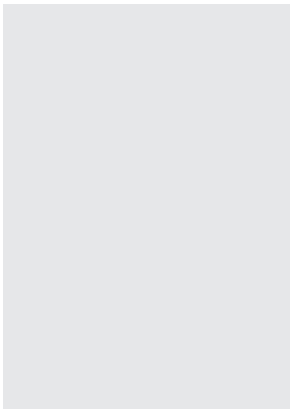


図1 原弘デザインによる「世界のポスター展」展覧会ポスター

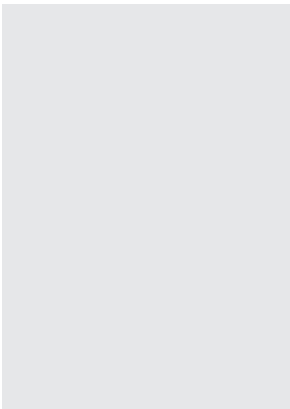


図2 原弘デザインによる「世界のポスター展」作品目録

点はスイス、イギリス、アメリカ、フランスなど計22ヶ国から集められた。全体を占めるポスターの数は外国のものが上回り、「世界のポスター展」と名を打つに相応しいボリュームであったことが分かる。作者不明のものを除いて、展覧会に出展された海外ポスターは、76名のデザイナーによるものであった。特にスイスのポスターの数が多く、中にはレイモン・サヴィニャックやヘルベルト・ロイピンなど世界で名声をあげていたデザイナーによる作品も見受けられる(表1)。日本側からは、伊藤憲治、今竹七郎、早川良雄、河野鷹思といった当時活躍していたデザイナーによるポスターが出展されていた(表2)。ちなみに協力委員会メンバーである、原、山名、三井の作品も出展された。国内外どちらのポスターにも、商品や企業の広告、教育、平和啓蒙や観光、イベント告知など、様々な主題を見ることができる。

表1 国外ポスター 国別、デザイナー一覧 \*順不同 \*デザイナー名は苗字のみ記載

スイス	ヴェルミン／ベルトルフ	スイス	サヴィニャック	オランダ	ヴェルゼン	
	ヴィルト		エーデルマン		ディルクゼン	
	エルニ		カニンガム		デュルバン	
	オロネッツキー		ガイド		ブラージュ	
	カリギエット		キャブラン		フィンランド	エイテアラ
	グラザー		クロル			シシメツァ
	ゴーシャ		ケイ		デンマーク	テランダール
	ストックリン		ゲームズ		アイルランド	メライ
	ゾルベルガー		スチュワード		ドイツ	ロート
	ドーニ		テイラー			レンムレ
	トツグヴァイラー	イギリス	ビートン	メキシコ	ベナ	
	W.T.		フェルスチュー	チェコスロバキア	作者不明	
	バウム		ヘンリオン	ポーランド	作者不明	
	バルト		ライス	中国	彩更思	
	レヴィットーヒム		ロバーツ		蕭肅	
	ピアッティ		アメリカ	アツコフ	ユーゴスラヴィア	作者不明
	ピルクハウザー			アツイバシエフ	タイ	作者不明
	ピューラー			エックスリ	インド	アジアルト
	W.ファルク			カルルー	ハイチ	ラフォン
	H.ファルク			バスカーヴィル	ソ連	作者不明
ブルン	ザンテイ	ベルギー		ホーエ		
ベルガー	ワイン	スペイン		ゲオルゲット		
ミーディンガー	フランス	コラン		キューバ	セイラー	
モンネラー		ピカソ		イタリア	ブレヴィタリ	
ルッツ		ブウシェ			ボネッティ	
ルプレヒト		ブラック	レトロシー			
ロイピン		マチス				

展覧会開催当時、ポスターは国立近代美術館の収集対象でなかったことから、展示された作品は、すべて外部から借用されてきたことが明らかだ。国外の作品でいえば、スイスのポスターは主として森永製菓株式会社所蔵(SOCIÉTÉ GÉNÉRALE D’AFFICHAGE提供)のもので、その他の諸外国のポスターは日本交通公社、神奈川県貿易課、横浜貿易館、日本電報通信社、東京都立芝商業高等学校、関西に拠点をおくプレスアート研究会<sup>7)</sup>等の収集品を借用したとされる。また日本国内の主要借用先は、日宣美とプレスアート研究会であり、そのほかに、広告代理店、企業の広告部門、新聞社、デザイナー個人からも作品を借りたことが分かっている<sup>8)</sup>。

出展ポスターの選定基準は、現状手に入る資料から推測するほかに手はないのだが、一つ考慮しておきたいこと

表2 国内ポスター デザイナー一覧 \*順不同

赤羽喜一	河野鷹思	原正治郎
荒木忠三郎	小柳秀太郎	原弘
池田利夫／村越	榊原春近	土方重巳
石井一郎	佐藤勝夫	デザイン:土方重己 人形制作:川本喜八郎 撮影:隅田雄二郎
伊藤憲治	沢村徹	平野新二
伊東深水	重成基	藤田慎治
今竹七郎／金野弘	清水正	二渡重土
今竹七郎	菅井汲	三井由之助
今津誠太郎	菅沼金六／村上正夫	宮河久
氏原忠夫	高沢圭一	宮永岳彦
上田健一	高橋春人	撮影:森庄次郎 構成:清水正
大智浩	竹岡稜一	撮影:森庄次郎 構成:原田正一
大橋正	多田圭一	森田守
近江匡 写真:平井康雄	田中針水	森若正孝
亀倉雄策	田中平八	山崎隆夫／泰大三／沢村徹
亀倉雄策／落合登	谷口建雄	山城隆一
柿本幸造	土田久米	山名文夫
岸本守彦	東郷青児	ライトパブリシティ
岸本平三郎	撮影:東京商業研究所 着色:光村 印刷:細川	日本交通公社 曾彌弘
北代省三		登村ヘンリー
栗谷川健一	野口久光	日宣美福岡会作品 応用美術研究所
黒崎泰輔	波多野藤雄	鈴木定三
小磯良平	早川良雄	
小島康弘		

して、冒頭に参照した山名による開催趣旨文がある。通常、ポスターと聞くと商業的な目的をもった広告媒体を想像するが、山名がこの展覧会で求めたものは、「ポスターこそ本当に美しく公共的なものでなければならない…」というポスターに対する普遍的な美意識であり、そこに於いて主題は限定されていない。さらには、協力委員会の3人が所属する日宣美は、広告だけでなく、もっと広い意味で「伝えていくこと」を念頭においたデザイナーの集りであり、その活動を商業的な分野においてのみ留めておくことは、そもそも活動の指針に無かった<sup>9)</sup>。この点が、出展ポスターに商業目的以外の、イベント告知や教育、啓蒙といったものがあることと関係していると考えられるのではないだろうか。借用先に国内の企業や個人しか挙がっていないことから恐らく国内で手に入るものだけを展示するという制約があったと思われる、選定基準に少なからず影響を与えていると思うが、それとは別に展覧会と日宣美の関係も注目しておくべきだろう。

## 展示の方法

「世界のポスター展」の展示構成を担当したのは、建築家の丹下健三、美術家の猪熊弦一郎である。二人の間でどのような分担があったかは不明であるが、会場の一部に展示されたモビールの制作は、猪熊によるものとされている<sup>10)</sup>。この展示について、丹下や猪熊が解説している資料は現段階で見つかっておらず<sup>11)</sup>、その意図は不明である。しかし、現存する見取り図と記録写真、展覧会を取り上げた雑誌記事があるのでそれらを元に、展示構成を具体的に考察していく。まず、作品の展示スペースとして使われたのは、建物の2階、3階と屋外である(図3～10)。ポスターの展示の方法としては、壁を使って展示されたものと、空間に設置された仮設的な構造に展示されたものの2パターンがある。一つめのパターンでは、展示に壁が使用された。ポスターは、裏打ちが施されたものと、されていないものがあるが、どちらもピンのようなもので打って展示されたことが分かる(図12、14)。また、同じサイズのポスター

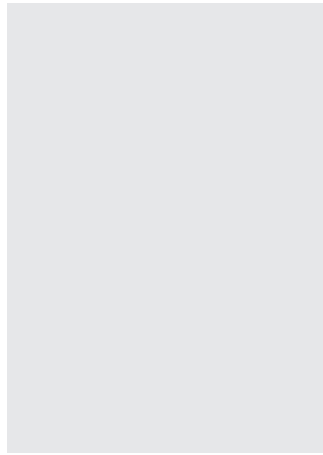


図3

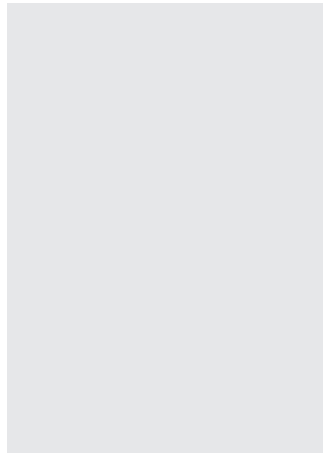


図4

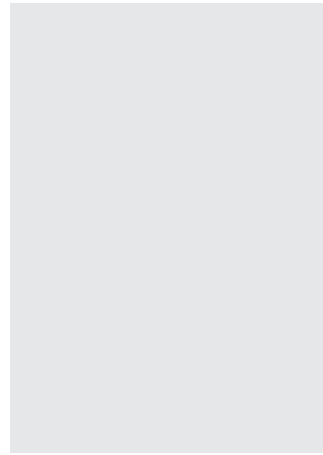


図5

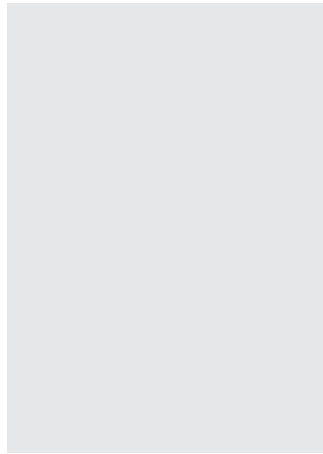


図6

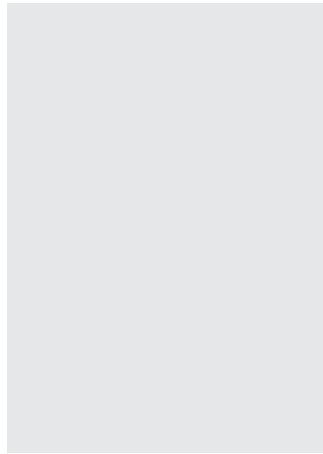


図7

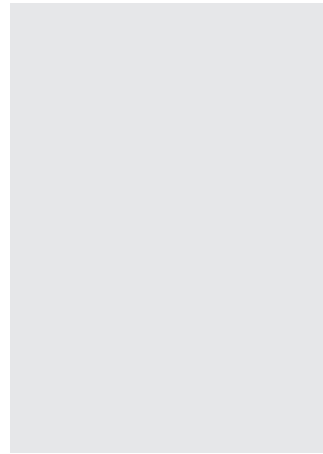


図8

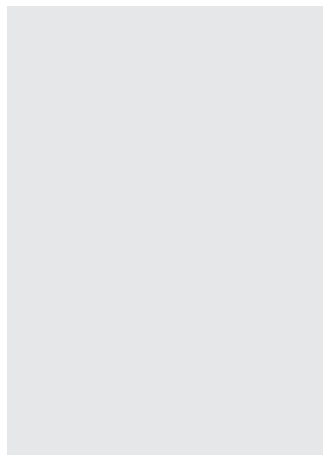


図9

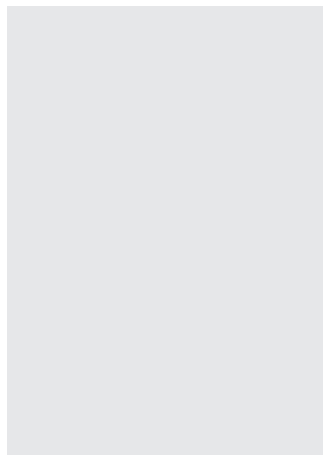


図10

図3～5 「世界のポスター展」  
会場2階見取り図  
図6～9 「世界のポスター展」  
会場3階見取り図  
図10 「世界のポスター展」  
屋外会場見取り図

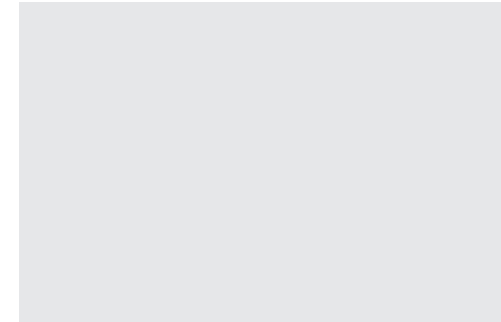


図11 展覧会風景 会場2階：仮設構造をつかった展示の様子。

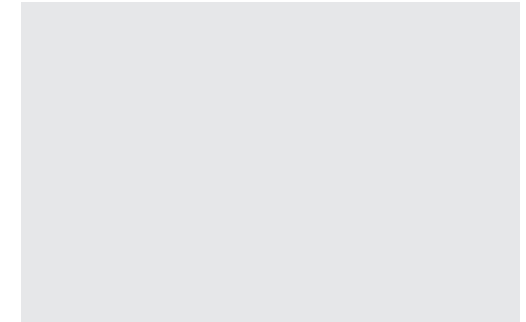


図12 展覧会風景 会場2階：左の壁一面に外国の観光ポスター、右の壁に日本のポスターが展示されている。

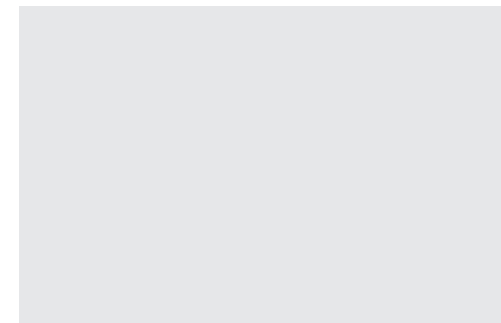


図13 展覧会風景 会場3階：仮設構造をつかった展示の様子。吊るすタイプの広告物も展示されている。

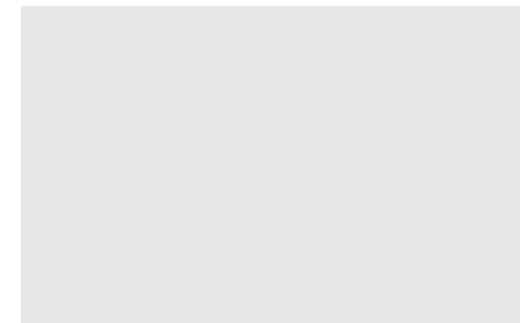


図14 展覧会風景 会場3階：外国の観光ポスターが左の壁一面に展示されている。

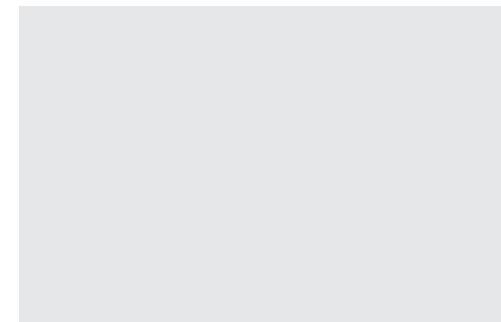


図15 展覧会風景 会場3階：参考資料が展示されていたと考えられるスペース。

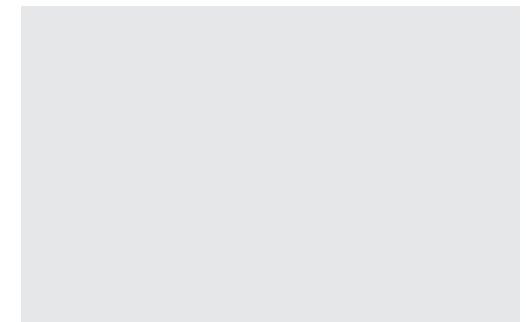


図16 展覧会風景 屋外会場：原弘による展覧会ポスターや伊藤憲治や山城隆一によるポスターが展示されている。

を並べて均等な配置を心がけている。二つめのパターンでは、仮設構造が使用された。ポスターは、四隅に穴のあいた台紙に貼られており、それらは針金のようなもので、構造の骨組みにくくりつけられて展示された。台紙の右下には、小さい紙が貼られているのが確認でき、作品キャプションと推測される。大きなポスターのみを見せている空間もあればサイズや形状が異なったポスターが組み合わされて展示されている空間もある。(図11、13)「わが国最初の思

いきったディスプレイ」<sup>12)</sup>と称されたのは、仮設構造を使った後者の展示方法であると考えられる。建築誌『建築文化』で取り上げられた記事によると、世界的に写真や絵画のパネルを空間の広がりの中に配列してゆくことが、当時は、展示デザインの一つの流行であり、その日本における先駆的な例の一つが「世界のポスター展」であったそう<sup>13)</sup>。もう一つ注目しておきたいのが、その合理性である。直前に開催された展覧会との間には2日の準備期間しかなく、



次の展覧会との間も6日しかない。展示の設営と撤取にかかる手間と時間を少しでも減らすためには、大量の大判ポスターを展示する壁を新しく造作するのではなく、仮設構造で補う必要があったのだ。

写真で確認出来る範囲であるが、ポスターの主題ごとに分類され展示されていたことも分かる。例えば、観光にまつわるポスターが壁一面に展示されていた部屋 (図14) や、商品広告をまとめて展示している部屋もあったことが確認できる (図13)。また、ケースをつかった展示もあるが、その上部に写真が展示されていることから、ポスターではなく関連資料などを見せるスペースとして機能していたのではないかと推測される (図15)。

### 当時のグラフィックデザインの流れと「世界のポスター展」

1950年代に入ると、グラフィックデザインに関する展覧会が東京や大阪の各所で行なわれるようになる。日宣美のような団体が行なう展覧会から、デザイナーの個展やグループ展と、その性格も多様化していった。同時に海外のグラフィックデザインを紹介する動きが活発になっていく。もちろん、それまでも海外のデザインを目にする機会はあった。例えば、1927年に大阪の三越で行なわれた杉浦非水が収集したフランスのポスター展、1937年に大阪のそごうで開催された国際文化ポスター振興展は、デザイナーの回顧録や当時の記事で認めることができるが<sup>14)</sup>、この頃は、まだ継続的な催しはなかった。しかし、1951年に開催された共同通信社主催の「アメリカ商業美術展」は、「欧米商業美術展」、「世界商業美術展」、「ワールド・グラフィックデザイン展」と名称を変え、第10回まで続けられており、その頃になると、海外のグラフィックデザインを見る展覧会が、定期的開催されるようになっていたことが分かる<sup>15)</sup>。また日本人デザイナーの海外での紹介も活発に見られるようになり、大智浩や亀倉雄策はアメリカで個展を開催した。1950年代後半になるとヨーロッパで日本のデザインに関する展覧会も開催されている<sup>16)</sup>。つまり、世界と日本のグラフィックデザイナーが繋がりはじめたちょうど過渡期に開催されたのが1953年の「世界のポスター展」だったのだ。調書によると、日本人デザイナーによるポスターの一部は、会期後スイスに送られるよう手配されていた<sup>17)</sup>。何のために、スイスのどこに送られたかは不明であるため、今後の調査が必要であるが、同展が実際に日本のデザイナーを世界で紹介するきっかけになっていたことが分かる。

もう一つ、現在では美術作家として知られる者によるポスターが同展に展示されていたことにも注目したい。参加デザイナーのリストに菅井汲や北代省三、伊東深水、小磯良平などの名前を認めることが出来る (表2)。美術活動を開始する以前のキャリアとしてデザイナーとして活動していた者もいれば、自身の創作活動の一環としてポスター制作を行っていた者もいたというのは、当時のグラフィックデザインを取り巻く環境を考える上で非常に興味深い。

### 展覧会の当時の評価について

ここでは、開催当時の新聞や雑誌に掲載された展覧会の評価を見ていく。毎日新聞の展評には、「意想外の意義を持つ」というタイトルが付けられ、展示された国外のポスターの数とその内容が極めてクオリティの高いものであったと伝えている<sup>18)</sup>。その一方で「日本の宣伝美術家は訴求の焦点“何をだれに”を分析できる知性をまず養うべきで“いかにして描くか”はそれからだと思われる」と指摘し、日本人デザイナーによるポスターの多くは、アイデアの点、技術の点で発展途上であるとしている。また、芸術新潮には、展示構成からその内容まで辛らつに批評された記事が載っている。準備期間の短さや展示ポスターの選定基準が明確でないという指摘もあった<sup>19)</sup>。

亀倉雄策は、「スイスのポスター」というタイトルで『美術手帖』に寄稿しているのだが、展覧会の全容について触れてはならず、スイスのポスターにだけ言及している。同国におけるポスターのサイズの統一やデザインを評価するシステムにも触れ、国家としてデザインが管理されていた時代を経て、現代ではある一定のクオリティをもってポスターが生み出されていることに感心したそうだ<sup>20)</sup>。別ページでは、一部ではあるが、出展されたスイスのポスターが図版付きで紹介され、具体的にどの作品のどの点が面白いのか、印刷効果や描画法などが解説されている<sup>21)</sup>。

雑誌『アイデア』の創刊号の巻頭特集にも「世界のポスター展」は取り上げられている。寄稿したのは、展覧会の中心的な役割を担った山名だ。展覧会を実際に開催した感想として、写真版でしか見たことのなかった作品をその国の印刷技術でじかに見ることができたのは「得がたいチャンス」だったと述べている。また、その中で日本のポスターは造形感覚に優れたものも多いが、海外のものと比べサイズが小さく、文字情報が多いこと、また漢字が「困難な造形」をしていることが弱点となっていることを指摘している<sup>22)</sup>。

「世界のポスター展」では、相当数の日本のポスターも展示されていたにもかかわらず、メディアでの掲載を見ると、展覧会タイトル通り、世界から集めたポスターを見る貴重な機会として受容されていたことが分かる。しかし、毎日新聞の記事にあるように、海外のポスターと日本のポスターを比較し、後者に何が足りないかを考えた者がいたことは、展覧会の意義を考える上で重要な事実である。

### 日本のグラフィックデザイン史における「世界のポスター展」位置づけ

本稿を通して、展覧会の趣旨、内容を明らかにし、更に当時のグラフィックデザインの状況と照らし合わせて考えてみることで、その存在が以前よりはっきりしたように思う。当時の日本のデザイナーたちは、海外の情報を積極的に取り入れることで自国のデザイン文化の向上を図っていた。その状況を示すものとして、『アイデア』の編集長であった宮山峻はその創刊のことで、外国の資料が入ってくることで日本の広告の質がどんどん上がっているとしている<sup>23)</sup>。山名や亀倉が残した展覧会への感想のように、図版を見るだけでは分からない、スケール感や印刷や紙の質といったことは、実物を見ることでしか得ることのできない貴重な知見であり、その機会を提供したのが「世界のポスター展」

注

- 山名文夫「現代のポスター」『世界のポスター展目録』国立近代美術館、1953年、2頁。
- 山名文夫『体験的デザイン史』ダヴィッド社、1976年、409–410頁。
- 松本透「東京国立近代美術館の60年」『東京国立近代美術館60年史』東京国立近代美術館、2012年、25頁。
- 「原弘と東京国立近代美術館」展図録、東京国立近代美術館、2012年、79頁。
- 世界のポスター展調書、国立近代美術館、1953年。
- 蔵屋美香「本館のコレクションと所蔵作品展」、東京国立近代美術館、前掲註3、57–58頁。
- プレスアルト研究会：京都の「ワキヤ書房」店主、脇清吉が創設した広告の研究会で、印刷技術の向上とデザインの発展に貢献する目的で機関誌『プレスアルト』を発行していた。広告印刷物やパッケージ、包装紙などの実物を、その批評を掲載した冊子と共に綴じて、会員に配布した。「世界のポスター展」開催時は、『プレスアルト』は廃刊していたが、資料の収集は継続して行われていたと考えられる。
- 前掲註5。
- 瀬木慎一「前史―図案、商業美術、宣伝美術への脈流」『日宣美の時代：日本のグラフィックデザイン1951–70』トランスアート、2000年、12頁。

であった。また、国が運営する美術館でポスターの展覧会が行なわれたということは、社会的にその重要性が認められたといっても過言ではなく、同展開催がグラフィックデザイナーの地位向上の追い風になったであろうことも補足しておく。

最後に、「世界のポスター展」のように1950年代に日本で海外の事例を紹介し、国内のデザインの素養を高めるために行なわれたグラフィックデザインの展覧会についての研究は、これまでほとんど行なわれていない。当時はポスターの美術的価値についてあまり広く議論されておらず、多くのものが処分されてしまったこと、また関連する資料も限られていることから、それら展覧会が日本のグラフィックデザインにもたらした影響が具体的にどのようなものだったのか検証するのが極めて困難であることがその大きな理由として挙げられる。本稿も、影響関係の実証という点においては、更なる調査・研究が要する。今後の課題としては、出展されたポスターを一点ずつ調書や記録写真から割り出し、造形的な分析を行なうことに加え、「世界のポスター展」の企画に関わった山名が展覧会の主な対象と考えた「つくらせる側」：クライアント、「つくる側」：デザイナー、「見る側」：大衆の視点から展覧会がどのように受容されたのか検証していきたい。

注

- 流行欄：世界のポスター『芸術新潮』4 (6)、1953年、30–31頁。
- 丹下が自身の活動において関わった展覧会展示構成の言及は『丹下健三』(新建築社、2002年)で見られるが、そこには特に「世界のポスター展」の記録はない。
- 「国立近代美術館二ヵ年の歩み」『現代の眼』1号、1954年、5頁。
- 濱口隆一「展示デザインの新しい傾向―空間的ディスプレイ」『建築文化』8 (7)(80)、1953年、28–29頁。
- 杉浦非水は『アフィッシュ』1年1号の藤田嗣治との対談で、自身がフランスから持ち帰ったポスターで展覧会を開いたと語っている。また、二渡亜土は、国際文化ポスター振興展に行った感想を『プレスアルト』33号に寄稿している。
- ソ連を含むヨーロッパ、アメリカに特派員を送り込み、ポスター・雑誌広告から包装容器まで資料を収集し、国内各地へ巡回したとされる。『1950年代日本のグラフィックデザイン：デザイナー誕生』国書刊行会、2008年、130–131頁。
- 1957年には「日本ポスター展」(独・西ベルリン美術館)、58年には「日本グラフィックデザイン展」(オーストリア・リンツ美術館)などがあった。同上書。
- 前掲註5。
- 「世界のポスター展　意想外の意義を持つ」毎日新聞、昭和28年4月25日。

注

「世界のポスター展」(国立近代美術館、1953年)について | 19

- 19) 前掲註10。
- 20) 亀倉雄策「スイスのポスター」『美術手帖』(69)、1953年、17頁。
- 21) 「スイスのポスター」同上書、12-15頁。
- 22) 山名文夫「世界のポスター展」『アイデア』1号、1953年、41-42頁。
- 23) 「広告の世界は、最近、著しい活況をみせて来た。外国の参考資料が自由に入ってくる。海外旅行者の実際の見聞が伝えられる。そうしたことで、びびり刺戟される。したがって、仕事の質も、目に見えてよくなつて来た。一方では、諸外国から、日本の商業美術や宣伝に関する資料を求めてくる。こんなことは、今までに例のなかつたことで、広告人や作家にとって世界的に門戸が開放されたわけである。」宮山峻「橋」、同上書、82頁。

# The World Poster Exhibition (National Museum of Modern Art, 1953)

Nomiyama Sakura

In 1953, the National Museum of Modern Art then located in Kyobashi, held its *World Poster Exhibition*, the first poster exhibition at a national museum in Japan. In addition to 113 posters by designers in Japan, the exhibition included 156 posters from twenty-two other countries, including Switzerland, Britain, the United States, and France, for a total of 269 posters on display. While the exhibition was only open for fifteen days, it attracted 17,947 visitors, a number that indicated that many people were interested in posters, a new and somewhat unfamiliar field. In the early 1950s, two large professional organizations for graphic designers, the Japan Advertising Artists Club and the Tokyo Commercial Artists Association, were founded. *IDEA*, Japan's leading graphic design magazine, featured the poster exhibition in a special section at the beginning of its inaugural issue; that coverage suggests how much interest the event attracted in the design world. The exhibition was held, in fact, at the start of a period in which graphic design in Japan flourished remarkably, as has been mentioned in books on the history of graphic design in Japan. Research on the context in which the exhibition was held and the specifics of its content, however, remained to be conducted. Thus, the goal of this research note is to consider the exhibition's role in the history of graphic design in Japan as well as to present an overview of the exhibition.

(Translated by Ruth S. McCreery)