



中山岩太の1930年の広告写真《福助足袋》とその周辺

松實，輝彦

(Degree)

博士（学術）

(Date of Degree)

2011-09-25

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲5369

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1005369>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



論文内容の要旨

氏 名 松 實 輝 彦

専 攻 人間表現

指導教員氏名 中山 修一

論文題目 (外国語の場合は、その和訳を併記すること。)

中山岩太の1930年の広告写真《福助足袋》とその周辺

論文要旨

1. 研究の目的と方法

本研究はわが国の戦間期において、阪神間を中心に活躍した写真家である中山岩太による広告写真を考察の対象とする。中山岩太は1928年に東京から家族とともに兵庫県武庫郡精道村(現在の芦屋市)に転居し、その地で1930年にはアマチュアの写真家グループである芦屋カメラクラブを結成、リーダーとして旺盛な活動を開始した。当時世界的に隆盛を示していた前衛的かつ実験的な写真表現をグループとして果敢に実践した彼らの活動は、国内のメディアや写真界からも大いに注目を浴び、わが国の「新興写真」と呼ばれる写真芸術運動の先駆とみなされている。このように1930年代初頭から第二次世界大戦が勃発するまで、わが国の写真界を牽引した中山であるが、その存在を世に広める契機となったのは、1930年に朝日新聞社主催の広告写真の懸賞競技会で一等を獲得したことによる。本研究ではその事象に着目して、中山が1930年代初頭に撮影した広告写真に焦点を絞ることで、これまで論じられる機会の少なかった日本の新興写真を主体とする近代写真と、同時代の商業美術としての広告写真との関係性を考察することに主眼をおくものである。

本研究では中山岩太の《福助足袋》を考察の中心に置きながら、中山自身や関係者の発言、当時の写真集、写真雑誌、美術雑誌、商業デザイン誌、新聞紙等に掲載された文献資料の収集を行う。そしてこれらの資料の分析により、中山岩太と広告写真を取り巻く文化史的意義の考察とその検証に取り組む。そのことを通して、1930年代初頭という戦間期における日本の視覚文化について、近年の美術史研究やデザイン史研究の成果を参照し、その他の関連する研究分野も幅広く横断的に見渡ししながら、広告写真という領野から新たな文化史的観点の提示を試みていく。

2. 論文構成

本研究は以下のような構成によって示される。

(氏名 松實輝彦, No. 2)

序章

1. 研究の背景
2. 先行研究の検討
3. 研究の概要

第1章 第一回国際広告写真展——広告写真への新たな期待

1. 第一回国際広告写真展の企画と実施
2. 一等・中山岩太《福助足袋》の選考過程と授賞理由
3. 第一回国際広告写真展のその後の影響と評価

第2章 中山岩太の写真思考——機械美学から新興写真へ

1. 西洋の表現思潮の受容
2. 『光画』における新興写真の展開
3. 板垣鷹穂との広告写真論争

第3章 中山岩太の実践環境——モダニズム文化を背景として

1. 受賞作品《福助足袋》の市場における流通
2. 商業美術界の動向と交友の広がり
3. 百貨店での営業写真家としての活動

終章

1. 考察のまとめ
2. 今後の課題と展望

3. 結果

第1章「第一回国際広告写真展——広告写真への新たな期待」において提示したのは、中山が広告写真家として華々しいデビューを飾ることになる東京朝日新聞社主催の第一回国際広告写真展について、それがどのような目的をもち、その展覧会が当時の写真家たちにとってどのような意味を持っていたのか、そして最高賞である一等に輝いた中山の作品が同時代の写真家たちにはいかなる影響を与えたのか、といった事柄についてであった。

展覧会を企画した東京朝日新聞社・計画部長の成澤玲川の言説から、日本の広告写真が世界の水準と比べて著しく遅れている現状を変革すべく取り組まれたものであり、そこには広告写真に対する新たな期待が込められていた。そして、その成功のために高額の懸賞金を用意したのも世間の注目を集めるための手段であると同時に、広告写真の重要性をスポンサーである広告主に知らしめるためのものであったことが明らかとなった。

中山の受賞作《福助足袋》については、同展の審査員を務めた商業美術家の濱田増治による言説を中心に、他の審査員の評価も加味することで、シンプルな構成と洗練された線のリズムの強さが広告写真としての優秀さを示しており、その作品にはル・コルビュジエの機械的合理精神およびわが国の南面の風格をあわせもつ時代性が内包されていることが高く評価

されて受賞に至ったということが判明した。

受賞者の中山自身は同作について当時のメディアに、当初から新聞の小型広告として効果をおさめるために制作したこと、補助的な小道具類や文字などを用いずに「写真を端的に純写真で出す」という考えで取り組んだこと、そのためには足袋の優美な曲線と硬柔のコントラストは絶好の題材であったこと等をコメントとして残している。そして、中山が広告写真を「必ず立派な創作でなければならない」として、その仕事に見合う待遇の必要性についてメディアを通して広告主につよくアピールしていたことを確認した。

また、同展の影響については、主催者が発行する写真誌『アサヒカメラ』だけでなく、同時期の『写真新報』や『フォトタイムス』等の各写真誌を見渡しながら、その反応の様子を詳細に捉えるとともに、東京や大阪などの大都市ばかりではなく、北海道の小樽新聞社によって開催された広告写真の懸賞募集の取り組みについても調査することで、同展が地方都市においても大きな影響を及ぼしていた状況を明らかにした。

第2章「中山岩太の写真思考——機械美学から新興写真へ」においては、中山の広告写真《補助足袋》が制作されるに至った内発的な経緯を、1930年代初頭の芸術思想との関連で指摘することを主眼とした。そのために、はじめにこの時代の大きな芸術思潮である未来派および機械美学と中山との影響関係を検証した。未来派については中山がパリに滞在していた時期に直接の交流をもったエンリコ・プランボリーニに着目することで、中山が撮影したプランボリーニの舞台風景（未来派パントマイム）の画面構成が《補助足袋》へと引き継がれていったことを指摘した。また、中山がその時期に藤田嗣治や村山知義といった表現者に直接・間接的な影響を受けていたが、その影響は日本における機械美学の提唱者・板垣鷹穂との交流に結びつくこと、同時に機械美学が芸術界のみならず濱田増治らが推進していた商業美術運動とも密接にかかわっていたことを明確にした。

また、翻って当時の写真界の動向、とくに写真誌『光画』の動向に注目した。中山が同人として積極的に参加した『光画』は新興写真運動を牽引するとともに、日本における近代写真という枠組を成立させた重要な写真誌であることを踏まえて、その誌面に掲載された中山の広告写真に関する言説および関連する海外の記事や同時代の写真作例について、それらが社会への実践的な表現の里程標を目指したものであったことを示した。主に海外のジャーナリズムを輸入することで日本にそのシステムを根付かせようとする試みは、同誌が2年に満たない短い期間で終刊を迎えることで果たされることはなかったが、その試みが写真界に一定の影響を与えた点について明らかにした。

そして新興写真というカテゴリーの内部に所属する広告写真という観点から《補助足袋》が内包するモダニズムを解明していくなかで、板垣鷹穂と中山との関係性に注目し、両者のあいだで交わされた広告写真をめぐる「論争」について考察した。両者ともに審査員として広告写真に深くかかわるなかで、広告写真は社会的なものであり、ひろく社会一般に流通することにこそ意義があつて、そのためにはメディアとして当時の印刷技術の向上が不可欠であるとする考えは合致する。ところが、板垣がプリントされた印画紙に写真の芸術性を認めず、大量生産化にこそ写真の価値があるとしたことに対して、中山が印画紙と複製印刷との優位性は単純に比較できないと反論した。この写真の「オリジナル／複製」をめぐる議論はその後進展することなく、戦火の拡大とともに名取洋之助らによる報道写真の勢いのもとに

立消えてしまうのであるが、中山と板垣が交わした言説の重要性をあらためて提起した。

第3章「中山岩太の実践環境——モダニズム文化を背景として」において考察の対象としたのは、広告写真をめぐる商業活動の観点から、①広告主である企業の経営戦略、②商業美術家およびマスコミの内部にいるジャーナリスト、そして③百貨店の写真室という3つのポイントからのアプローチであった。

①については補助足袋株式会社をサンプルとして、明治・大正期までと昭和初期の宣伝活動の変化を把握し、広告塔などの街頭宣伝から巨大メディアとして急速に成長発展した新聞における広告活動に方針転換した企業の戦略のなかで、《補助足袋》が企業コピーライターの岸本水府とのコンビネーションを経て流通していった経緯を追及した。そしてもう一方で、独立経営の商業写真スタジオ「金鈴社」を運営した金丸重嶺の活動を、具体例として花王石鹸における広告宣伝にみることで、近代社会の初期メディアとしての広告写真の実際のありさまを補完的に捉えた。

②については中山がその活動の拠点とした神戸を中心とする阪神間での文化状況を、企業デザイナーの今竹七郎との交流から充足した「神戸商業美術研究会」の足跡を検証するとともに、その活動のベースとなった神戸・元町の「画廊」（通称・鯉川筋画廊）という場所に注目して、そこでの多様な表現者との交流が中山に与えた影響を考察した。そしてその「画廊」の命名者でもある朝日新聞・神戸通信局長の朝倉斯道と中山および中山が主宰した芦屋カメラクラブとの関係についても、朝倉の残した記録を調査することでその交流の重要性を明らかにした。

③については中山が神戸大丸の写真室において広告写真を含む営業写真に携わっていたというキャリアに注目することで、昭和初期の百貨店というモダニズムを象徴する空間を生活の基盤とした写真家とその作品について、新たな視点から省察をはかることを目的とした。具体的な作業としては中山が撮影し神戸大丸のパンフレットに掲載された広告写真およびその習作のイメージを分析するとともに、大阪そごうに設置された中山の写真壁画について検証した。さらに神戸大丸写真室での活動については、営業写真家に向けて発行された業界誌『ニュースタデオ』に中山が寄稿した文章を詳細に検討した。それらを通して、百貨店文化に代表されるモダニズム期待特有の時代性と広告写真との関係性を考察した。中山は「百貨店写真部の撮影者は、芸術家とか写真師とか云ふ前に先づ占ひ師でなければならない」として、さまざまに人々や物品や情報が行き交う百貨店という高密度なモダニズム文化の空間に身を置きながら、撮影技術に磨きをかけ、自身の写真表現の幅をひろげていったのである。

1930年代初頭の、写真、デザイン、商業美術を包摂する近代日本の視覚文化史において、東京朝日新聞社が6年間にわたって主催した国際広告写真展は、広告写真というエレメントを同時代の人々に鮮烈に刻みつけた重要なイベントであった。そしてその展覧会の最大の成果が中山岩太の広告写真《補助足袋》であった。《補助足袋》はわが国のモダニズム期における広告写真のひとつの到達点であり、そして同時にあまりにも突出した作例であったために早々に「型」＝スタイルを確立してしまい、その影響の大きさが後続する写真家たちに対して新たに創出すべき表現の契機を抑制してしまったという点においては、時代に屹立する写真表現の限界点でもあったといえるのである。

論文審査の結果の要旨

氏 名	松 實 輝 彦		
論文題目	中山岩太の1930年の広告写真《福助足袋》とその周辺		
判 定	合 格・不 合 格		
審 査 委 員	区 分	職 名	氏 名
	主 査	教授	中山 修一
	副 査	教授	小高 直樹
	副 査	准教授	梅宮 弘光
	副 査	教授	吉田 典子（国際文化学研究科）
	副 査	准教授	前川 修（人文学研究科）
要 旨			
中山岩太（1895-1949）は、1930年代初頭から40年代のはじめまでの時期にあって、わが国の写真界を牽引した人物であるが、その存在を世に広める契機となったものは、1930年に朝日新聞社が主催した広告写真の懸賞競技会で1等を獲得した《福助足袋》という作品であった。序章において述べられているように、本研究においては、その作品の成立過程を明らかにするとともに、中山が1930年代初頭に撮影した広告写真に焦点を絞り、その特質について分析し、さらには、これまで論じられる機会が少なかった、日本の新興写真を主体とする近代写真と、同時代の商業美術としての広告写真との関係性を考察することもあわせて目的とされている。以下は、本論文の目次構成である。 序章 第1章 第一回国際広告写真展——広告写真への新たな期待 第2章 中山岩太の写真思考——機械美学から新興写真へ 第3章 中山岩太の実践環境——モダニズム文化を背景として 終章 第1章では、第1回国際広告写真展がどのように企画され実施されたのかが跡づけられ、1等・中山岩太《福助足袋》の選考過程と授賞理由が述べられたうえで、			

この国際広告写真展のその後の影響と評価が明らかにされている。

続く第2章は、中山岩太の写真に対する考えを、機械美学から新興写真へとという文脈から例証しようとする章である。まず、西洋の表現思潮の受容の様子が述べられ、続いて、自らが同人として参加した『光画』のなかで展開した新興写真の実態に加えて、板垣鷹穂との広告写真論争にも言及されている。

さらに第3章においては、受賞作品《福助足袋》の市場における流通のあり方、商業美術界の動向と交友の広がり、そして加えて、百貨店での営業写真家としての活動に照明をあてることによって、中山岩太の実践環境が、当時のとりわけ阪神間におけるモダニズム文化と密接に関連していたことが、明確化されている。

そして終章において、上記3章における分析と考察を総合することによって、結論として《福助足袋》は、疑いもなく、わが国のモダニズム期における広告写真のひとつの到達点としての優れた表現であったものの、その一方で、あまりにも突出した作例であったがために、早々に「型」＝スタイルを確立してしまい、その影響の大きさが後続の写真家たちに対して新たに創出すべき表現の契機を抑制してしまった、と総括している。

この博士論文は、学術雑誌にこれまでに発表した6編の論文に基づいて主として構成されている。いずれも査読付の論文であるが、以下は、その論文名と掲載誌に関するデータである。

- (1) 松實輝彦「芦屋カメラクラブと『アシャ写真サロン』」『日本写真芸術学会誌』第7巻第2号、日本写真芸術学会、1998年、31-42頁。
- (2) 松實輝彦「日本モダニズム期における機械美学と写真」『日本写真芸術学会誌』第9巻第2号、日本写真芸術学会、2000年、5-16頁。
- (3) 松實輝彦「1930年代初頭の日本における写真の機械美学——板垣鷹穂の批評活動を中心に」『表現文化研究』第1巻第2号、神戸大学表現文化研究会、2002年、73-84頁。
- (4) 松實輝彦「中山岩太と広告写真のモダニズム——第1回国際広告写真展をめぐって」『甲子園短期大学紀要』第26号、甲子園短期大学、2008年、97-106頁。
- (5) 松實輝彦「中山岩太と板垣鷹穂——1930年代初期の広告写真をめぐって」『甲子園短期大学紀要』第27号、甲子園短期大学、2009年、91-99頁。
- (6) 松實輝彦「中山岩太と百貨店文化——業界誌『ニュースタジオ』の分析を中心に」『甲子園短期大学紀要』第28号、甲子園短期大学、2010年、123-133頁。

中山岩太の人と作品に関しては、これまで新聞や雑誌、展覧会カタログなどにおいて断片的に言及されてきているものの、本格的な学術研究となると皆無に等しかった。本研究は、現存する中山の作品および著述に関する原資料、そして関連する写真雑誌、美術雑誌、商業デザイン誌、新聞等に掲載された文献資料、さらには関係者への聞き取り調査といった、基礎となるほぼ全資料のうえに立って、過去の評論的言説を内部化したうえで、多数の新たな知見を示しつつ、1930年の《福助足袋》の作品を中心に、中山岩太の広告写真に関する思想と作品の特徴をはじめて実証的に明らかにしたものである。さらに加えて本研究は、1930年代初頭という戦間期における日本の視覚文化の実相に関わって、広告写真という領域からの新たな解釈を付け加えるべき労作ともなっている。そうした所見により、審査委員は、全員一致して、学位申請者の松實輝彦は、博士（学術）の学位を得る資格があると認める。