

消費財デザインにおけるモダニズム実践の難しさ

—『リビングデザイン』を読む—

一 はじめに

小川 勝

本稿では、戦後の一時期刊行された『リビングデザイン』を具体例としながら、戦後の生活文化の創造における、モダニズムの理念の実践の困難さについて読み解いていきたいと思う。

『リビングデザイン』は美術出版社から一九五五年一月に創刊され、一九五七年二月まで月刊誌として発行された。一九五七年一〇月から一九五八年一二月までは季刊誌として発行された。本稿は『リビングデザイン』の全巻を対象とし、送り手である編集者の姿勢と受け手の読者の反応をみていく。

美術出版社の『美術手帖』は一九四八年に創刊され現在も刊行されているが、これと比較すると『リビングデザイン』は発行期間が短く、あまり成功した雑誌とはいえない。⁽¹⁾季刊になると、「デザイン10年の歩み」、「現代建築年鑑⁵⁸」、「現代の工芸」、「日本の工業デザイン」など、戦後十年間を振り返って総括する特集になっており、新しさを提案する企画が少なくなっている。

このように傑出した雑誌とはいえないにも関わらず、本稿で分析資料として取り上げるのは、次のような点に注目するためである。まず、①『リビングデザイン』はデザインの近代化・デザインを通じた生活の近代化を求めていた人々が中心となって執筆しており、自らの運動のために雑誌を創刊したという意図が強く感じられ、また、②企画・記事内容の揺れが、モダニズムが実際の生活の場に入っていくときにどのような困難に直面したかをかえってよく示していると考えられるためである。

デザイン史は、既存の美術史に比べれば比較的新しい領域であり、それは純粹芸術としての美術に対して、職人的な工芸品、工業製品の美化・品質向上を正当な評価の対象に引き上げようとする動きから出発した。しかし、デザイン史の叙述は先行する美術史にならない、代表的な作家・デザイナーの作品を時代順に取り上げていく方法がとられた。この場合、作家の優れた部分・特徴ある思想は取り上げられるけれども、作家・デザイナーのアイデアが製品となったときにどのような影響があつたのかは明らかにはならない。

また、デザイン史においては重要なことであるが、作家・デザイナーがどれほど優れたアイデアを持っていたとしても、必ずしもそれが製品として実現してきたわけではなかった。消費者にそのアイデアが必ずしも支持されるわけではなかったし、権威が確立している過去の様式を支持する生産者も多くいた。商品の生産には様々な制約があり、社会のなかでは、常に、モダニズム以外の様々な様式の商品が同時につくられていたのである。

そこで、モダニズムのデザイナーたちが社会への取り組みを行ってきたことを振り返っておくのは、今日でも充分に意義のあることである。『生活文化の創造』とは、生産者・消費者を問わず繰り返し主張されてきたことであるが、私たちはこれまでの取り組みを十全に踏まえているとはあまりいえない。

近年の例で言えば、経済産業省が提唱する「新日本様式」^②が挙げられる。これは「日本の伝統文化をもとに、

今日的なデザインや機能を取り入れて、現代の生活にふさわしいように再提言」するものとされている。経済産業省の前身は商工省であるが、その商工省の時代に産業工芸試験所において剣持勇を中心として、「近代日本調」(Japanese Modern)が提唱されていたことやその成果問題点を踏まえる作業を「新日本様式」は行っていない。⁽³⁾また、「新日本様式」は英語表記を Japaneseque * Modern⁽⁴⁾と定めているが、近代日本調＝Japanese Modernとの差異は不明瞭である。森仁史は新日本様式について、以下のように述べている。

「戦後日本デザインもまた、いまバルブによる自信過剰から、身の丈にあつた自己確認を経ていくつかの分野において再び自信を取り戻しつつあるかのようなのである。その一方で、二〇〇五年五月に提唱された『新日本様式』：はこの一〇〇年の間に日本が再三取り組んできた自己のルーツの再確認作業と同根であり、これが繰り返されるのはその成果がいまだ十分達成されておらず、自らも十全だと意識できていないことの明かしではないだろうか」⁽⁵⁾

モダニズムのデザインを日本において実践しようとした試みは過去に実際に行われており、それはデザイナーの理想通りに進めることはできなかった。デザインの受け手との関係を振り返っておかなければ、理念の普及や社会的認知度を高めることは困難であるといえる。

二 編集者の理想―創刊号

『リビングデザイン』という誌名を見ると、この雑誌がインテリア雑誌であるかのような印象をうけるかもしれない。しかし、『リビングデザイン』は商品カタログのような雑誌ではない。創刊号（一九五五年一月）の「編集後記」は、「リビングデザイン」とは「生き生きとした現代のデザイン」・「生活のまわりにあるものの造型」という意味であるとし、この雑誌が「グッド・デザインを推進する担い手となる」という目標を掲げている。⁶この「編集後記」では、欧米においてリビングデザインという言葉が使われるようになってきていることに言及し、この言葉は「生き生きとした、いまのわれわれの時代の言葉」だと述べている。

創刊号の内容は、次のようになっていいる。まず、消費者に働きかけるものが見られる。「日本の工業デザイン」（無署名）では、日本インダストリアル・デザイナー協会（JIDA）のメンバー（亀倉雄策、渡辺力、淡島雅吉、剣持勇、柳宗理、小杉二郎）の作品を紹介しながら、「日本の産業と結びついたグッド・デザイン」を示そうとしている。⁷この記事には執筆者が示されていないが、消費者が「いいデザイン」のものを積極的に選ぶべきだという主張がなされている。デザイナーの役割は「生産者と消費者の間にたち、それを推進する根元」であるとされる。デザイナーの役割への言及は他の記事にも見られる。「流行」に関する記事では、消費者・大衆は「選択するだけであって創り出す能力はない」という位置づけになっており、デザイナーは、創造力・社会心理の動向を考える能力を備えておく必要があると考えられている。

創刊号では産業側の問題も指摘されている。一九五一年に来日し、ヘピースン（たばこ）のパッケージ・デザイ

ンで知られたレイモンド・ローウィ (Raymond Loewy) の仕事を、当時、産業工芸試験所に所属していた剣持勇が紹介している。⁹⁾ ローウィがデザイナー、建築家、装飾家などと協働で仕事をしていることを紹介しながら、剣持は「組織の力でつくる」点に注目している。インダストリアル・デザインや消費財のデザインが工芸から出た日本においてはデザインを個人作家的な美術と関連させて考える傾向があり、ローウィの記事は協働のあり方、「夫々の専門家の集団としてのグループ・ワーク」(剣持) というデザインの新しいあり方を示す意図がある。

また、企業がデザインをどう位置づけるかも問題であった。「ポスター」に関する記事(無署名)では、市場に突出しているポスターの質の悪さと日本宣伝美術協会(日宣美)の展覧会に出品される試作品とを対比し、「芸術性と実用性の融合」の必要を説きながら、企業のデザインに対する意識の高揚を促している。「芸術性を強調する作家側と実用性に固執する経営者側との仲介者」、融合を「強力に推進するディレクター」が必要である。「デパート」の家具売場を扱った記事(無署名)では、デザイナーと建築家を比較している。建築家は「医師や弁護士と同じように、専門知識をもたないクライアント…の味方」になるようになってきたのに対し、室内設計のデザインは商業の方を向いている。デパートのデザイン部・仕入れ部には「強力なデザイン・ポリシー」、¹⁰⁾「文化的な企画態度」が必要になっている。デザインのモダニズムは、シンプルなデザインをよしとした。市場の商品は「ゴテゴテした飾りの付いた製品」がほとんどであった。商品の外見にこだわるデザインは、模倣が起りやすい。「自動車」の記事(無署名)では、技術力が海外に追いついていないこと、デザインに独自性がなく、外車の模倣に終始していることが取り上げられている。デザインの模倣の問題は輸出の問題とも関連し、注目の高い事柄であった。創刊号では「デザイン・センターの設置」の動きについても述べられている。これは当時の通産省が

中心となって繊維製品の意匠侵害を防ぐことを目的とした財団法人の設立の動きであるが、同記事ではさらにすすんで「わが国のグッド・デザイン運動の一端をになうべき、もつと積極的なセンターになってほしい」（無署名）と主張している。

デザインの理論作りをめざしたのもモダニズムの特徴であった。創刊号では「名著紹介」という記事にハーバード・リード (Herbert Read) の *Art and Industry* が取り上げられている。これは『インダストリアル・デザイン』というタイトルで一九五七年に邦訳・出版されており、それより早く『リビングデザイン』はリードを紹介したことになる。邦訳のない段階でどの程度、雑誌の読者に受け入れられるか、編集者は十分に考慮しているとは言えない。¹²⁾

「名著紹介」では *Art and Industry* の「産業デザインの原理を説き、その理論の標準となるところを築いた」点を評価している。産業家も「芸術におけるフォーム（形式）の問題」を知る必要がある。「フォーム」とは、材料（陶器・ガラス・金属・木材・織物・皮革など）による形式美、機能美、機械生産に適した装飾などであり、これを学ぶための芸術教育も必要だとされる。創刊号の別の記事でも、「形や色や材質の組立てそのものを、用途、機能、材料、環境等の諸条件に適合させて創り出す美」¹³⁾ が今日的な美であるとされている。

海外の評論家・デザイン史家だけでなく、国内のデザイナーも取り上げられ、創刊号では桑沢洋子が紹介されている。¹⁴⁾ 桑沢が評価されているのは、桑沢の「生活要素としての服飾」という立場である。「ゴテゴテした装飾で埋った衣装」には縁がないかもしれないが、「愉快に働き、朗らかに暮らす」市民にとって必要な衣服のデザインこそが桑沢の目指すところである。このデザインには、働きやすさ・「厄介な排便の際の操作」など、細かい注意が必要であり、こうした配慮がなされたデザインは「フォームとして実にキリリと引き締まった簡潔な力」があ

ると形容されている。¹⁵⁾「自動車」のデザインにおいても、市民向けのデザインが強調される。「高級車よりもフォルクスワーゲンのような普及車の量産」、「長期間大きな変更をしないで使用できる、斬新で合理的な車体のデザイン」、そのことによってコストが下がり、品質の向上が実現される。

三 読者

このように、創刊号は消費者・デザイナー・産業界などに関する記事を掲載した。その後『リビングデザイン』は第二号から第一七号まで（一九五五年二月から一九五六年五月まで）、「編集者への手紙」として読者の反応・投稿を載せている。これを読むと、読者の反応は必ずしも良いものばかりではないことが分かる。

このような資料には取り扱いに注意すべき点もある。それは、意見を求める調査では、発言する人は発言したい欲求をもった人であるという点であり、特に発言しようとしていない中庸の立場を汲み取ることが難しい。例えば、ある商品・サービスについての感想を消費者に求める場合、それを積極的に評価する意見と改善の要望する批判的な意見とに二分される傾向がある。投稿も同様であり、モダニズムのデザインが「一般」の人々にどう受け入れられたか考えるためには、発言していない人たちの受け止め方も大切になるが、本稿ではその点までは扱うことができない。¹⁶⁾しかし、読者の反応が一つではないことを知ることはモダニズム実践の難しさを考える上では有益である。

① 読者に好意的に評価された記事

インダストリアル・デザインを扱う雑誌が少ないなかで、『リビングデザイン』の読者から、そのような雑誌が作られたこと自体には評価が与えられている。「最近非常に社会の話題として注目的になっているデザイン」を取り上げ（第八号・一九五五年八月、九八頁¹⁷）、「たった一つのデザイン専門誌としてこれ「デザイン」を追求しようとしている」こと（第九号・一九五五年九月、九一頁¹⁸）、「日本の中に、戦後、やっと独立した仕事として分野を開いたデザインに、正面から取り組んだこと」は大変意味のあることであった（第一七号・一九五六年五月、七三頁）。そして、経済の面からもインダストリアル・デザインを扱うことが評価されている。デザインは製品の品質・価値を高める上で重要であるが、「物のとぼしい日本ではデザイン等の創造によって世界的に進出する必要が大」という意見がある（第一二号・一九五五年二月、八一頁）。これは、国のデザイン研究所（産業工芸指導所）が商工省・通産省におかれたことや、明治期以降、デザインが輸出振興策と関連させて議論されてきたことを踏まえると、編集者らと立場を共有しているといえる。

その一方で、読者に内容面で注目されている記事を取り上げると、小池岩太郎の「構成の基本」という特集には繰り返し評価の感想が寄せられている（第八・一二・一三・一五号、一九五五年八・一二月、一九五六年一・三月）。これは第一号から第六号まで（一九五五年一―六月）連載された記事であった。これは生活のありかたや貿易・経済に関するものではなく、デザインの技法に関するものである。人工物・自然物を問わず様々な形があるなかで、見て気持ちのよい姿を選んでいくと、人の美感に訴えかける「基本」(principle)があり、それはいくつかに分けられて「美的な構成の元」になっている¹⁹。こうした観点の下、小池は「対称の形」(symmetry)、「対称を破った釣合」(asymmetry)、「繰り返しの形」、「調和をはかること」、「主と従の関係」(dominance/subordina-

tion)、「構成の練習」(点の位置・面の分割・線の配列・形の集成)などを順に解説していった。

読者のなかでも自らデザインに関っているとと思われる人の中には、小池の特集記事を「形成原理、つまり自然・人工の中のあらゆるものの美的秩序をなしうるもの」を学ぶ上で役立ったと、専門的な立場から感想を述べている人も見られる(第一五号、一九五六年三月、七三頁)。しかし、『リビングデザイン』を教養を高めるために読んでいるという読者もおり(第六号、一九五五年六月、八九頁)、そうした読者には専門的な知識に触れられたという満足を与えたのではないだろうか。小池は、日常生活のなかで「構成の基本」が実践できると考えている。

食卓の上の箸や茶碗、湯呑などを使って「構成」を試してみること、棚の花瓶や額の吊り場所と部屋の関係などを調整すること、また、色紙を切って貼り並べること、豆細工などの遊戯などを小池は例に挙げている。小池はフランク・ロイド・ライト(Frank Lloyd Wright)が「幼児から、大きな積み木を与えられて遊んだことが後の立体構成に非常に役立ったようだ」という懐述を紹介している。この懐述の典拠は明らかではないが、小池は「遊戯的興味のうち構成の美的感覚を育てる」ことの重要性を強調している。

他に支持されている記事には浜村順の「デザイン入門」がある。これは第六号から第一一号まで(一九五五年六一―一月)連載された。「デザイン入門」は、小池の「構成の基本」のように技術的・教育的な内容ではなく、消費者が商品に接する望ましい姿勢⁽²⁰⁾について述べたものであり、啓蒙的な内容である。浜村はデザインを「消費者・家庭人の立場で把えてみたい」と立場を示している。

良いデザインの製品は、生活しやすいように人びとを導き、快適に生活し無駄を省くことに役立つ。浜村は、個人の好みの差異を認めているが、グッド・デザインを選ぶ客観的条件として、機能性・良質性・審美性を挙げている。このうち、審美性は個人の主観的な判断に関わると考えられるものであるが、浜村はこれを認めている

ものの、「環境との調和」・「好みの一貫性」を要件に付け加える。⁽²³⁾ 好みはそのときの気分で決定され、変化するものというよりも、人間の成長に合わせて発展していくものだととらえられている。

浜村は消費者の選択がグッド・デザインを育てるという立場から、消費者が判断能力を持つ必要を述べている。消費者の身の回りで最も考えやすい例として、家具・住まいのプランニングを取り上げている。「編集者への手紙」に掲載された投稿（第一二号、一九五五年一二月）には「デザイン入門」をどのように支持するのかという点についての言及はないが、浜村が住まいについて触れている点が共感をもって読まれたのではないか。

「デザイン入門」の中で特に、住まいの具体的なプラン（平面図）が提案・掲載されているわけではない。⁽²⁴⁾ したがって、実用書的に「デザイン入門」の記事が利用できたわけではない。浜村は戦後の民主化と住まいの変化を関連させて論じており、そうした価値観が読者と共有できたのではないかと思われる。

浜村は家具と室内の設計、特に台所の改善に注目する。戦前の住宅設計は住宅改善などの合理化運動も見られたが、住宅設計の例には「女中室」が配置されているなど、中流以上の階級に焦点が当てられていた。戦前の住宅設計の中心は「客間」であった。「いつ訪ねてくるか判らないお客のために、住いのもっとも良い場所を、広くゼイタクに」使っていると、住まいでの日常生活の妨げとなる。⁽²⁵⁾ 浜村は、客間や玄関に日常生活の空間よりも多くの費用を使うことは、それによって住む人の社会的地位を示そうとする虚栄的な行為だと考えている。⁽²⁶⁾

戦後になると、経済面からも無駄なところに支出するゆとりがなかったということもあるが、それは同時に「切りつめた間取りを考えながら、なんとかして住みよい家をつくらう」という考えを生んだ。浜村はこれを「健全な芽生え」だと評価している。⁽²⁷⁾ それまで、住まいにおいて地位が低かったのは、台所であった。台所に象徴される家事の地位が低いということは、従来の「男尊女卑、家長専制の傾向」と関わりがある。浜村は、これをグッ

ド・デザインがヒューマニズムに裏づけされていることと関連させて論じている。

「デザイン入門4」(「台所と台所用具」)ではダイニング・キッチンやリビング・キッチンが紹介されている。ダイニング・キッチンは「食堂と台所を結び付けた」ものであり、リビング・キッチン「居間と台所」の結合である。今日では住宅メーカー・中小の工務店の設計を問わず、多くの住宅設計にこれらが取り入れられているが、ここでは戦後の小住宅にふさわしいものとして取り上げられている⁽²⁸⁾。これらが評価されるのは、狭い住宅の空間を無駄なく使うことだけでなく、台所における家事を合理化することにあった。作業の合理化のためには動線を短くし、散らかりやすい台所の作業場を一箇所に集中させる必要がある。浜村は台所の役割を、食物の準備・調理・配膳・片付け・食物の貯蔵・収納などに分け、基本的要素に調理する場所と施設・テーブル・椅子(スツール)・棚・保存場所・流しなどを挙げている。要素に分解して組み立てていくという発想は合理化の特徴の一つといえる。「デザイン入門4」には日本の建築家・デザイナー(池辺陽・松村勝男)だけでなく、海外(おそらくアメリカ)のキッチンが図版で掲載されている。家事を要素に分割して、その合理的な組み立てを考えると、これは、欧米で先行して行われていたことであった。アメリカではキャサリン・ビーチャー(Catharine Esther Beecher)、ハリエット・ビーチャー・ストウ(Harriet Elizabeth Beecher Stowe)らが家政学を発展させ、第一次世界大戦後ドイツにおいて、マルガレーテ・シュütteーリホツキー(Margarete Schutte-Lihotzky)、エルンスト・マイ(Ernst May)らがフランクフルター・キュッヘ(フランクフルト・キッチン)を開発した⁽²⁹⁾。これらが記事に反映されていると言えよう。

清潔さが強調されていることにも注目できる。アメリカの家政学は美しさよりも、科学的な根拠付けを重視したが、グッド・デザインを主張する「デザイン入門」は清潔さと美しさを関連付けようとする。浜村は台所用品

について、清潔さのために「使用後の洗いやすさ」を検討するように呼びかけている。この点が「食器類がゴテゴテした装飾過多から、シンプルなものに移行していく」ことの必然性の根拠とされている。⁽³⁰⁾

② 批判的な意見

前述したように『リビングデザイン』は、商品カタログではなく、また流行を作り出そうとしたり、モデルチェンジを促そうとしたりする意図を持っていなかった。『リビングデザイン』では海外の雑誌が紹介されている。そのなかで『グッド・ハウスキーピング』(*Good Housekeeping*, 1885-アメリカ)はそのタイトルにも関らず、「思いのほか家庭用品の記事は少なく」、「家と室内装飾と料理と婦人向きの読物の雑誌で、デザインの勉強には一寸どうか」と評されている⁽³¹⁾。派手なものばかりでなく、「身近で実用性のあるデザイン」を知るためには『インダストリアル・デザイン』(*Industrial Design*, 1954-アメリカ)が挙げられている。この中でも身近な家庭用品などのデザインは一部であって、デザイン専門誌が少ない事情をうかがわせる。編集者にとっては、デザイン専門誌を日本で新たに作った意義も示唆したかったのであろう。また同じくアメリカの『ハウス・アンド・ガーデン』(*House and Garden*, 1901-)は、大衆向けの商業誌で「装飾の多い甘いデザイン」が多い豪華な邸宅が中心となっており、日本にとってデザインの参考書にならないと述べられている⁽³²⁾。アメリカ以外でも発行されている雑誌としては『ヴォーグ』(*Vogue*, 1892-)がある。これはアメリカ以外にフランス・イギリスで発行された。『アメリカン・ヴォーグ』の編集方針はプロフェッショナル/アマチュアのドレスメーカー、一般中流家庭婦人を対象にしているとされるが、内容は「高踏的」、「欧米でさえ上流階級でしか実現できないもの」、「いささか実用性にかける」と評されている⁽³³⁾。

新たにグッド・デザインのための雑誌をつくるという『リビングデザイン』の取り組みは読者には必ずしも伝わっていないかった。読者の意見・感想には「デザイン愛読者は何を望んでいるのか御調査下さっては如何」（第八号、一九五五年八月、九三頁）、「未だに貴誌の性格と違ったものが失札ながらはつきりしない」（第九号、一九五五年九月、九一頁）、「編集方針が確乎としていない」（第一六号、一九五六年四月、七五頁）、「意図が奈辺にあるのか何がなんだか分からない」（「投稿」³⁴ 第二二号、一九五六年一〇月、七六頁）、といったものがみられる。

読者の批判的な反応は二つに分かれる。それは、消費者・大衆向けの編集を求める意見と専門性を求める意見である。

前者の立場では次のような意見が見られる。「リビングデザインという雑誌名の解説より少しばかり大衆から遠ざかっている」（第二号、一九五五年二月、九七頁）、「余りに芸術価値のみ高く、主婦としての家庭的な、日常生活との距離が大きすぎ」（第三号、一九五五年三月、八七頁）、「ただ高尚な芸術価値のみ高く、一般向きしない記事の満載にはあざむかれたる気持」（第四号、一九五五年四月、九三頁）など、読者自身が雑誌との内容に距離を感じているとの意見である。これらは雑誌創刊の頃だけでなく、創刊から一年後の第一三号（一九五六年一月、七三頁）でも「我々の生活、即ち大衆の生活とは遊離した記事」を見かけるといふ感想が寄せられている。

こうした意見の読者が支持している記事は、「玩具と工作」、「色彩関係、台所日用品、スタイル画」などである。玩具の関係では、新しい風の作り方が紹介されたり、³⁵ 模型や彫刻が紹介されたりしている。³⁶ ただ玩具を紹介しただけではデザインとどのように関わっているのか分かりにくいのが、小池岩太郎が目指したような教育の視点がそこに入ってくる。剣持勇は新しい玩具として、チャールズ・イームズ (Charles Eames) とレイ・イームズ (Ray Eames) の「カードの家」(ハウス・オブ・カード) を『リビングデザイン』編集部が組み立てた作品例とともに、

図版を使って紹介している。⁽³⁷⁾ 同時に「マグネット・マスター」という金属板と磁石で構成する玩具を剣持の作例とともに紹介している。⁽³⁸⁾ ハウス・オブ・カードはカードの図柄が気象、生物、建築、工学などから取材された写真になっており、「目で見るエンサイクロペディア」である。また、「マグネット・マスター」は作ったものではなくに壊せるところにポイントがあり、「ネバリ強い研究態度や、よりよく考えようというしつけを子供達にうえつける」効果がある。剣持は、玩具を通じて造型訓練を理屈ではなく体験的に行うことができると述べている。

色彩については、亀倉雄策らの座談会⁽³⁹⁾が掲載されているが、これは海外と日本の色彩感覚の違いや色彩教育の必要性に触れ、啓蒙の意図が強い。しかし、「服装の配色プラン」⁽⁴⁰⁾などは、実践的な技術の記事になっている。「スタイル画教室」⁽⁴¹⁾も同様に位置づけられよう。台所用品の記事では、デザイナー自身の台所の紹介がありまた実際の製品が図版で示され、⁽⁴²⁾読者は写真で楽しむことが出来たと考えられる。先の浜村順も「デザイン入門」の題材に台所を使っていたが、他に浜口ミホも台所に関する記事を書いている。これは農家の「改善」が必要な台所と工業製品が使われた台所を写真で比較している。浜口は衛生面から「改善」の必要な台所はまだ多いと述べており、「進歩」した台所を望む読者は関心をもつことができたのではないか。

住まいのあり方を述べた記事には、「梅雨と住居」のように実用的な知識を紹介したものもある。⁽⁴⁴⁾ これは部屋の通風、屋根の雨漏りの防止、庭の排水、押入・床下などの乾燥の仕方などを紹介したものである。モダニズムの建築ではフラット・ルーフ（陸屋根）が採用されることが多かった。この記事は、「いかに防水工事を嚴重にやっても、かならず雨漏りの原因」になり「一概に見た目のスマートさにひかれた、ハイカラ好みの人達」⁽⁴⁵⁾が処置に困ることが多かったと、グッド・デザインとモダニズムを標榜する雑誌でありながら、モダニズム建築に批判的な内容である。

後者の意見、デザインの専門性を求める意見は次のようなものである。ある読者は、『リビングデザイン』の読者層は「学生や、デザインに関心のある者」だと考えており、彼ら（おそらく投稿者本人も含めて）にとっては「便利帳の色彩が強い」（第二二号、一九五五年二月、八一頁）、「暮しの手帖的で趣味性が強い」（第一三三号、一九五六年一月、七三頁）と感じられている。体裁の面からもカット（文字と絵）が「婦人雑誌的であり貴誌に合わず、不愉快」と感じている読者もいる（第七号、一九五五年七月、九三頁）。

こうした読者が望んでいる雑誌編集の方向性はどのようなものか。ある読者は「クラフトの分野（創作工芸の作品・作家の紹介）、工芸に関する論文」や「日本の古典をデザインの角度からみる（光琳など）」ことを提案している（第二三三号、一九五六年一月、七三頁）。また、別の読者は「知的な方向に現代生活におけるデザインのあり方を探求」することを要求し、『国際建築』を例に挙げ、この方向をデザインの分野に伸ばしてはどうか、と述べている（第一六号、一九五六年四月、七五頁）。『国際建築』は一九二五年に創刊され、一九四〇年に休刊したが、一九五〇年に復刊されて一九六七年まで続いた。『リビングデザイン』が発行されていたこの時期、『国際建築』は建築のモダニズムの評論活動を盛んに行っていた。この読者は美術専門家・評論家の「高度な論説」を期待している。デザインの対象は「室内装飾、家具、飲食器具、衣装、商店の装飾から機械類全般」としているが、これらは『リビングデザイン』の編集者とはそれほど見解の差はない。製品を示すだけでなく、論理的な説明が欲しいという読者の意見であろう。この読者は「新しい時代におけるリビングデザインの様式の探求こそ本誌の使命」であると述べており、現代の文化の支えとなるような理論を望んでいるものと思われる。誌上で良い商品の例を取り上げて個人的な意見を述べることは、必ずしも歓迎されていない。「一〇〇〇円のお買物」という記事（第四一九号、一九五五年四月―九月）では、建築家・デザイナー、その他の人びとが一〇〇〇円程度で身近なと

ころで使う商品を選んで紹介している。これについてはよいという感想もあるが、「個人の感傷とか趣味とかに引きまわされているように思えてならない」とも述べられ、「この雑誌のデザインに対する啓蒙性をプラスマイナスゼロに」している」と評されている(第九号、一九五五年、九一頁)。「日本の羅列」・「商品の紹介」よりも「美術批評家も…生活美術の方面へ進出」し、評論することが期待されている(第一二号、一九五五年二月、八一頁)。

四 『リビングデザイン』の対応

こうした声に対して、『リビングデザイン』はどう応えたのだろうか。例えば、前節で工芸とデザインの評論を望んでいた読者(第一三号、一九五六年一月)をとりあげたが、現代工芸作家の作品紹介は創刊号で既に行われ(淡島雅吉)、また第七号(一九五五年七月)では「透明の美 現代日本のガラス工芸」と題して作品が写真で掲載されていた。第一二二号(一九五五年十二月)では「現代生活と民芸」(前田泰次)・「民芸とインダストリアル・デザイン」(柳宗理)など、民芸と現代・工業との関わりを考察した特集が組まれていた。

その後、編集のあり方に対する声を受けて、第一八号(一九五六年六月)からは編集方針を変更している。伝統の扱いについては、国内外の民芸品の紹介、民芸論の展開―大衆のための実用品を美しく作ること、趣味の世界への耽溺を批判することなど―から、伝統の機能分析へ変化した。第一八号では丹下健三・柳宗理・渡辺力による座談会を掲載している。この中で丹下は、「貧乏や不安を消極的に肯定」と「わび」になるといい、「あきらめるんでない積極的な生き方」がデザインには必要だと述べている。日本の伝統の例として、畳が議論の対象に取り上げられる。畳の魅力は伝統的生活への感傷ではなしに、機能から説明される。丹下によれば、畳とは

かつては家具であった。畳の間は、寝室・食堂・書斎など様々な用途に使うことができた。椅子の場合は、座ること以外の役割に使うことはできない。椅子を入れると「椅子の値段だけでなく、そのスペースの値段までだすことになる」(柳)。しかし、そうだからと言って畳が住宅に最も優れているといえるわけではない。「ニューマテリアルに畳ほどいい感触のやつが出て来ない」という消極的な理由で畳が支持される(丹下)。畳を形作る素材よりもいい素材が作られれば、それまでのものにはこだわらない。伝統をデザインから分析する視点を推し進めていくと、その伝統的な素材・器物の固有の良さをデザインで根拠付ける立場から、より機能をみたくものであれば伝統的な器物でなくてもよいという立場に展開していく。読者の期待する議論の到達点はどこであるのかが問題となる。

編集部は自らの立場を「この雑誌は生活を『形』の側から発見しようとするもの」だと説明し、新しい製品の紹介でも、「日々の生活の変化、眼前に進行して行く出来ごとの中に捉えて」理解したいと述べる。⁽⁴⁸⁾ 伝統の扱いは第一八号以降も続き、清家清・吉阪隆正・白井晟一による「日本の機能の原型をみる」という記事を連載した。⁽⁴⁹⁾ また勝見勝は「機能と形態」を担当している。⁽⁵⁰⁾ 編集部は、形の発見の方法としてこれらの記事を位置づけている。「日本の機能の原型をみる」では、筆筈にモジュール(規準寸法)や組立・運搬のしやすさを結びつけたり(清家)、下駄に生産の経済性を見出したり(吉阪)している。「機能と形態」では手の動きを分類し、それに応じた道具がどのように発達したかを説明している。これは伝統や歴史を超えて、より原理的なデザインの根拠を求めようとしたものであろう。

誌面構成も変更され、視覚表現に新しい試みがなされた。写真は石元泰博・大辻清司らが担当した。石元はパウハウスの流れをくむインスティチュート・オブ・デザインで写真を学び、大辻は瀧口修造らの「実験工房」に

参加した人物であった。これらの写真家が担当した誌面は、器物や建造物の形態や構造を見せようとする構成主義的な写真になっている。新しい視覚表現の方法を誌面に用いるだけでなく、視覚表現自体の紹介もなされたり、「スクリーンの造型」(第一九―二四号、一九五六年六一―二月)では映画の表現方法やスクリーンなどの装置が説明された。

編集部は第二四号で、「本誌は今まで、おもに新しい事実の奥にひそむものを洞察する眼を、構想力を、養う方向に仕事をすすめて」きたと改めて述べている。「デザイン…を測る正しい物さしが見つからない」、「日本のデザインという分野に因襲的な伝統がないからこそ、今日の新しい生産モメントを創りだしていくんだという可能性」を見つけようという方針である。しかし、デザインのモダニズムを実現することに強い意欲をもちながら、『リビングデザイン』は第二五号(一九五七年一月)より販売網が縮小し、第二六号(一九五七年二月)以降は月刊での発行が維持できなくなってしまった。

五 おわりに

『リビングデザイン』がモダニズムを志向したのに対して、読者は高尚であると反応し、また、生活に役立つ大衆向けの情報を盛り込むとしたことに対しては、商業主義的であるとの批判が編集部に寄せられた。デザインは生活の美化・質の向上と、産業・商業とにも関わることがゆえに、両者の間でバランスをとることが常に難しい問題として現れてきた。『リビングデザイン』がインテリア情報の商業誌を目指していけばそれ相応の読者を獲得できたかもしれないし、技術的あるいは文化的な学術誌や美術雑誌を志向すれば発行部数は少ないとしても、

それに見合った読者集団を得ることができたかもしれない。しかし、一貫していなかったものの、『リビングデザイン』は積極的に商品に向き合う姿勢を人びとに提案しようという意志を持っていた。

藪亨はデザイン史の課題について述べ、二つの立場を比較している。⁽⁵⁴⁾一つはアドリアン・フォーターティエ(Adrian Forty)の立場であり、それは「デザインの善し悪しの判別に関わるデザイン史の有用性」を重視するものである。他方、ヴィクター・マーゴリン(Victor Margolin)は「デザイン史と現在デザインの実践との密接な関係」⁽⁵⁶⁾に注目する。藪は、どちらも現在の人々の活動に関連づけようとする点は共通であるとしながらも、デニス・ドールダン(Dennis Doordan)の「人工物の構想としてのデザインは歴史と同一ではない」という見解を紹介して注意を促している。

人びとが使う器物を構想する際には現実の生産と消費の仕組みを理解しておくことが必要であり、またそれと同じくらいに、何を作るのか・それを作ることで生活がどう変わるのか提案することは重要なことである。

本稿の冒頭で取り上げた「新日本様式」⁽⁵⁷⁾は、報告書のなかで経済のグローバリゼーションの中でブランド力の確立が必要であると述べている。使う側、消費者の反応を汲み取る姿勢はあまり強いとはいえず、その「様式」が全体としてどのような生活を実現するものであるかという視点が十分でない。製品のイメージは作り手の描く通りには必ずしも伝わらないという難しさを『リビングデザイン』のモダニズム実践から読み取ることができ

(1) 長期に活動を続けることが出来た雑誌を扱う研究方法も考えられるであろうし、また意義のあることである。工藤芳彰は、一八九三年にロンドンで創刊され、アーツ・アンド・クラフト運動の拠り所となった『ステューディオ』

(*The Studio: an illustrated magazine of fine & applied art*) について考察している(工藤、二〇〇三)。『ス

『テューデオ』は一九六四年からは *Studio international* として今日も続いている。

(2) 二〇〇五年七月四日・経済産業省ニュースリリース、ネオ・ジャパネスク(新日本様式)・ブランド推進協議会・報告書による。

(3) 報告書のなかで、グッド・デザイン賞(グッドデザイン商品選定制度)、Gマークには言及があるものの、戦後のグッド・デザインとモダニズムについての分析はなされていない。

(4) 報告書の表記による。

(5) 森、二〇〇五、一九九頁。表記は原文通り。∴部は引用者による省略、以下も同様。

(6) 『編集後記』『リビングデザイン』第一号、一九五五年一月、九二頁。

(7) また、『リビングデザイン』第一号は、今和次郎と女性デザイナーらの座談会を載せ、「身の物を買う時の態度」などを紹介し、消費者の実情を示そうとしている。美術大学卒業後、企業の設計・宣伝関係部門に就職しているこれらの発言者たちは、消費者のサンプルとして適切であるかは問題が残るだろう。

(8) 細野尚志「デザインと流行色」『リビングデザイン』第一号、四四―四五頁。

(9) 剣持勇「レイモンド・ローウィとその協団―アメリカの工業デザイナー」『リビングデザイン』第一号、二六―二九頁。「協団」は *associates* の訳にあてられている。

(10) 「日本の工業デザイン」『リビングデザイン』第一号。

(11) 勝見勝・前田泰次の訳による。

(12) リードのほかには『リビングデザイン』第五号(一九五五年五月)でニコラス・ペペスナー(Nikolaus Pevsner)

の *Pioneers of Modern Design* (邦訳『モダンデザインの展開』)が紹介されている。宇賀洋子は「この本を教科書

として、最初にデザインを学んだ。原書を写真版でプリントしたもので、辞書を片手に原書に取り組んだ最初であった」と述べている〔宇賀、一九九三〕。デザインの関係者の間では、リードやペスナーなどの海外の研究者の著作は広まっていたといえよう。

- (13) 細野「デザインと流行色」、前出。
- (14) 浜村順「デザイナー紹介 桑沢洋子さん」『リビングデザイン』第一号、七〇―七三頁。
- (15) 桑沢は「桑沢洋子デザイン研究所」を一九五四年に設立した。ここでは服飾デザインなどが教育されたが、講師は佐藤忠良のほか、清家清・剣持勇・勝見勝など、戦後のデザイン運動に関った国際デザインコミッティのメンバーが含まれていた〔常見、二〇〇六〕。
- (16) 投稿者がどのような背景をもったひとであるのかによって、評価や関心が異なることが予想されるが、「編集者への手紙」には投稿者の住所（都道府県名のみ）・氏名は記載があるものの、職業などは示されていない。
- (17) 「編集者への手紙」からの引用。ここからの引用は号数、出版年・月を示し、『リビングデザイン』誌名・記事タイトルは省略する。以下も同様。
- (18) 「」は引用者による補足。
- (19) 小池岩太郎「構成の基本(1) 対称の形」『リビングデザイン』第一号、六一頁。
- (20) 小池岩太郎「構成の基本(6) 構成の練習」『リビングデザイン』第六号、一九五五年六月、二九頁。引用は原文通り。
- (21) 同上。
- (22) 浜村順「デザイン入門1 デザインを理解するために」『リビングデザイン』第六号、四七頁。

- (23) 同上、五一頁。なお、機能性は「必要な条件を提出して、買いたいものが、それを満足させるか」ということ・品物が持っている機能と買う人たちの目的の一致、良質性は最も合理的な生産方法でつくられ、材料がその器物に一番適したもので作られていること、とされている。
- (24) そうした記事も『リビングデザイン』の中にはある。池辺陽「新しい建築 建てる人とすむ人」(『リビングデザイン』第一六号、一九五六年四月) など。
- (25) 浜村「デザイン入門4 台所と台所用具」『リビングデザイン』第九号、一九五五年九月、四三頁。
- (26) 浜村「デザイン入門2 続デザインを理解するために」『リビングデザイン』第七号、一九五五年七月、六〇頁。
- (27) 浜村「デザイン入門4」四三頁。
- (28) 浜村「デザイン入門4」四三頁。
- (29) 柏木、二〇〇二。
- (30) 浜村「デザイン入門4」四六頁。
- (31) 「外国のデザイン雑誌紹介」『リビングデザイン』第九号、一九五五年九月、八五頁(R.M.の署名)。
- (32) 浜口隆一「外国のデザイン雑誌紹介」『リビングデザイン』第四号、一九五五年四月、二二頁。浜口は内容はともかくとして、住関係の雑誌を充実させていることはデザインが広まる上では有益だと評価している。
- (33) 「外国のデザイン雑誌紹介」『リビングデザイン』第五号、一九五五年五月、二四頁(R.M.の署名)。編集方針は「アメリカの図書館関係に配布された雑誌案内」が参照されている。
- (34) 「編集者への手紙」は第一七号(一九五六年五月)まで続き、第二二―二六号(一九五六年一〇月―一九五七年二月)までは「投稿」という記事で読者の意見が掲載された。

- (35) 由良玲吉・北代省三「新しい風を作りましょう」『リビングデザイン』第一号、一九五五年一月、一二二頁。
- (36) 藤本鏝二「すみしたい家の模型と工作」・北代省三「動くオブジェ モビールを楽しむ」『リビングデザイン』第八号、一九五五年八月。
- (37) 剣持勇「新しいくみたてカードと磁石のおもちや」第五号、一九五五年五月、三八―四一頁。
- (38) 同記事では「アーサー・カルラ」のデザインとされているが、正確な欧文表記は明らかでない。
- (39) 亀倉雄策・三林亮太郎・大智浩「座談会 色彩よもやま話」『リビングデザイン』第三号、一九五五年三月、四四―五〇頁。
- (40) 宮本三郎「服装の配色プラン」『リビングデザイン』第三号、一九五五年三月、五一頁。
- (41) 長沢節「スタイル画教室」『リビングデザイン』第一―五号、一九五五年一―五月。
- (42) 『リビングデザイン』第九号、一九五五年九月。
- (43) 浜口ミホ「台所改善をめぐって デザインのジレンマ」『リビングデザイン』第九号、一九五五年九月、三四―三七頁。この記事では、実用に忠実であることはかえって退屈なデザインになってしまっても述べられており、「機能主義」理解の点で興味深い内容であるが、台所関連の記事を大衆向けとして支持した読者はその点にまで関心をもつたのか、「編集者への手紙」などでは明らかでない。浜口は「芸術的魅力」は「生活空間（リビングスペース）の中で営まれる生活の時間的な流れの中に、何か人間として生きているという充実感を感じさせるところ」だと述べている。
- (44) 高村英也「梅雨と住居」『リビングデザイン』第六号、一九五五年六月、六一―七頁。
- (45) フラット・ルーフはモダニズムにおいて、屋根の形式に表現される伝統から意識的に離れるという象徴的な意味

を持つていた。また、ル・コルビュジェ (Le Corbusier) の近代建築五原則にみられるように、開放された屋上を、屋上庭園として、太陽光を十分に受けられる空間として新たに利用する工夫が意図されていた。高村がフラット・ルーフは避けられねばならないと主張したのは、日本においてフラット・ルーフを使いこなすだけの技術水準が十分ではなかったという事情によるものと思われる。

(46) 『暮しの手帖』は一九四八年に創刊され今日まで続いており、『リビングデザイン』よりも編集方針が安定しているといえる。中島永晶らは『暮しの手帖』における五〇年間の消費財の変化から、戦後の一般家庭の志向を分析している〔中島、一九九九〕。

(47) 丹下健三・柳宗理・渡辺力「座談会 古いもの・新しいもの―日本の伝統的テクスチュアを中心に」『リビングデザイン』第一八号、八一―三三頁。

(48) 「編集後記」『リビングデザイン』第二三号、一九五六年一月。

(49) 清家清・吉阪隆正・白井晟一「日本的機能の原型をみる―生活の歴史の中から」『リビングデザイン』第二二―二四号、一九五六年一〇―二月。

(50) 勝見勝「機能と形態」『リビングデザイン』第二二―二四号、一九五六年一〇―二月。

(51) ドイツ語の *das Mobil* は英語の *mobile* と同じ語源であることにみられるように、家具とは動かしうるものであった(清家清「畳」『リビングデザイン』第二四号、一九五六年一月、一九頁)。

(52) 「編集後記」『リビングデザイン』第二四号、一九五六年一月、六九頁。

(53) 第二四号の「編集後記」は、「来年からリビングデザインは特定の書店にのみ御目見得することになりますので、入手に御迷惑をかけるかもしれません」と断っている。

(54) 藪、二〇〇三。

(55) フォーティーによれば、これは「過去に人びとがどのように品質を判別してきたかを解明」することであるとされる〔藪、二〇〇三〕。

(56) マーゴリンは「デザイン学」が必要であると述べ、それは「日々の生活において如何に生産物を生み出し利用しているか、過去においてそれをどのように為してきたかを問題にする研究分野」であり、生産の構想・計画・生産活動・形態・分配・消費の問題を含む〔藪、二〇〇三〕。

(57) 前出、報告書による。また、新日本様式一〇〇選発表展示（二〇〇六年一〇月、日本橋三井タワーほか）においても「日本ブランドの確立」が目標とされている。

参考文献

『リビングデザイン』美術出版社、一九五五年一月―一九五八年

宇賀洋子、一九九三「特集号『デザインのパイオニアたちはいま』によせて」『デザイン学研究特集号』第一巻・第一号

柏木博、二〇〇二『モダンデザイン批判』岩波書店

工藤芳彰、二〇〇三『ステューディオ』誌創刊者チャールズ・ホームの編集活動と日本観に関する研究』博士論文、拓殖大学

工藤芳彰、二〇〇四『ステューディオ』誌とアーツ・アンド・クラフト運動』《ウィリアム・モリスとアーツ&クラフト》展、大丸ミュージアム東京ほか、図録、梧桐書院

グレン・ポーター、二〇〇四『レンモンド・ローウィ 消費者文化のためのデザイン』海野弘訳、レイモンド・ローウィ・

ファンデーション日本委員会監修、美術出版社 (Glenn Porter, Raymond Loewy: *Design for a Consumer Culture*, McClafferty Printing, Wilmington, Delaware, 2002)

常見美紀子、二〇〇六「桑沢洋子とモダニズム—デザイナーおよびデザイン教育者の視点から」『デザイン史学研究会・第四回シンポジウム・基調報告一(『デザイン史学研究会誌』第五号掲載予定)

中島永晶・磯貝恵三、一九九九「消費財にみる生活者志向の変遷—一九四八年から一九九八年までの雑誌『暮しの手帖』を基にして」『デザイン学研究 研究発表大会概要集』第四六号、日本デザイン学会

ニコラス・ペベスナー、一九五七『モダン・デザインの展開 モリスからグロピウスまで』白石博三訳、みすず書房 (Nikolaus Pevsner, *Pioneers of Modern Design, From William Morris to Walter Gropius*, Museum of Modern Art, New York, 1949)

ハーバード・リード、一九五七『インダストリアル・デザイン』勝見勝・前田泰次訳、みすず書房 (Herbert Read, *Art and Industry, the Principles of Industrial Design*, Faber and Faber Limited, London, 1953)

森仁史、二〇〇六「日本デザインの戦後史—貫戦期からの展望」《戦後デザインの軌跡一九五二—二〇〇五—千葉からの挑戦》展、千葉市美術館、図録

藪亨、二〇〇三「デザインの現状と課題」『デザイン理論』第四二二号、意匠学会

※図録

《20世紀デザインの旗手—レイモンド・ローウィ》展、たばこと塩の博物館、二〇〇四年、図録

〔二〇〇七年一月二二日審査を経て掲載決定〕
(一橋大学大学院社会学研究科博士課程)