

2023年6月17日  
第51回 諜報研究会  
於：早稲田大学

## 戦前期日本の戦争とポスター

発表者：田島奈都子  
青梅市立美術館 学芸員

### 1. プロパガンダ・ポスターとの関わり

- 2006年 シンポジウム「ポスターの時代 戦争の表象」於 東京大学
- 2007年 シンポジウム「戦争とメディアそして生活」於 東京大学
- 2008年 「戦時下の商業ポスター 宣伝（プロパガンダ）を担った広告（アドヴァタイジング）の一側面」『アジア遊学』No.111、勉誠出版
- 2010年 ポーラ美術振興財団研究助成「もう一つの戦争画～日本製プロパガンダ・ポスターの基礎的実態調査研究～」採択
- 2013年 「近代日本美術界におけるポスターという存在」『近代画説』第22号、明治美術学会
- 2014年 「戦前期の日本製ポスターに見られる“時代の女神”の移り変わり—主題の属性変化とその歴史性について—」『史潮』第75号、歴史学会
- 2016年 「陸軍省の広報戦略～陸軍記念日のポスター制作を中心として」『インテリジェンス』No.16、20世紀メディア研究会
- 2016年 『プロパガンダ・ポスターにみる日本の戦争』勉誠出版**
- 2019年 「戦前期日本のデザイン界における第一次世界大戦ポスターの受容と影響」『非文字資料研究』18号、神奈川大学日本常民文化研究所非文字資料研究センター
- 2019年 『明治・大正・昭和初期 日本ポスター史大図鑑』国書刊行会
- 2020年 「戦前期日本のデザイン界における第一次世界大戦ポスターの受容と影響2」『非文字資料研究』20号、神奈川大学日本常民文化研究所非文字資料研究センター
- 2022年 『ポスター万歳 百窃百笑』文生書院
- 2023年 『戦前期日本のポスター—広告宣伝と美術の間で揺れた50年』吉川弘文館
- 2023年 「十五年戦争期のしおり」豊嶋利雄『ニッポンのアンティークしおり』グラフィック社

## 2. プロパガンダ・ポスターとは何か

一般的には、

時の帝国政府や軍を筆頭に、その外郭団体などの公的機関を依頼主として製作された

- ・軍事的な各種記念日を祝うもの
- ・応徴や出征を促すもの
- ・債券の購入やさらなる貯金を促すもの
- ・物資の節約及び供出を呼びかけるもの
- ・戦意高揚や銃後の備えを唱えるもの
- ・前線にいる兵士や残された家族に対する保護や敬意を説くもの
- ・帰還兵に対する啓蒙

ただし、

既存の民間企業や地方公共団体、公的団体が製作したのも、時局の変化に敏感に反応

プロパガンダ・ポスターの一翼を担った

大衆迎合+政府への忖度

売り上げ増 企業存続

十五年戦争期に突如として表れ、盛んに製作されたプロパガンダ・ポスターを単独で見ると、既存の商業ポスターや公共ポスターの経年変化や、全体的な変化を俯瞰した方が、プロパガンダ・ポスターの本質がよく見える。また、それらがプロパガンダの一翼を担った以上、依頼主によって作品がプロパガンダ・ポスターか否かを判断することも早計であり、内容を吟味するべきと思われる。

## 3. プロパガンダ・ポスターの作り方

海外作品の翻案・・・『大戦ポスター集』（朝日新聞社、1922年）

『ゲブラウスグラフィック』（ドイツのデザイン雑誌）

『モダン・パブリシティ』（イギリスのデザイン年鑑）

『アドヴァタイジング・アート』（アメリカのデザイン雑誌）

写真の利用・・・国内の紙誌に掲載された報道的な写真

懸賞募集の入選作にも、既存の作品を翻案としたものが散見される。当時の日本の図案界における、著作権に対する意識の低さが垣間見える。

## 4. 露出機会の確保とメディア・ミックス的手法

- ・大きさを変える
- ・報道されるプロパガンダ・ポスター・・・関連情報の入手は比較的容易

制作年、作者、製作枚数、配布場所など

- ・ ウィンドー・ディスプレイとして展示
- ・ 写し替え・・・絵葉書、『週報』や『写真週報』の裏表紙や扉、セロハン・ポスター、たばこの外装、たばこカード、マッチラベル、弁当の掛紙、しおり、おもちゃ
- ・ その他・・・着物の柄、音声メディア（レコード、ラジオ）、映画

ポスター図案へ影響を与えた

絵葉書として詭えられたと思われる作品や、雑誌広告と思われるものが、実はポスターの縮小版であることは意外と多い。商業ポスターよりもプロパガンダ・ポスターはメディア・ミックスの手法が積極的に実施されており、当時のプロパガンダ活動に関しては、媒体別に縦割りで考えるのではなく、全体を俯瞰的に概観することが重要。

## 5. 新聞社と戦争

紙面を通じて戦時体制を支えたのみならず、戦時期の各種メディア・イベントを主催

日本においては明治期より、自社のイメージアップと購読者拡大を目的に、新聞社が各種展覧会を主催もしくは後援してきた。そしてその結果、市民の文化生活は新聞社によって底上げされ、そうした行為は以前よりも下火になったとはいえ、今日においても続けられている。純然たる慈善事業ではない以上、新聞社が何を事業として行うかは、市民の好みや世論の動向に左右される。また、国の政策とも深く関係し、戦時期に新聞社が関わった文化事業は、結果的に戦時体制の維持・強化の一翼を担った。

## 6. 著名画家とポスター

- ・ いわゆる戦争画を描いた力量のある画家が多い

大画面

写実力+構合力

- ・ 著名な画家がよい

画壇の中ではなく一般的に著名・・・広報的役割への期待

- ・ 精神論を説く作品は日本画家、報道や記録的な作品は洋画家が起用される
- ・ 戦争画を描いたことは知られていても、プロパガンダ・ポスターを描いたことはほとんど知られていない

美術史的学的にマイナスの価値しか持たない

商業ポスターの製作に関わったことも黙殺

- ・戦争画を描いたことよりもプロパガンダ・ポスター用の原画を描いたことの方が、戦争責任としては大きいはず
- ・直接自身がプロパガンダ・ポスターを描いただけではなく、公募の審査も担当した
- ・画家が描いた作品がポスターとして優れているとは限らない

絵画とは「一点もの」であり、画家とは自身の「創造性の発露」として作品を描く者という考え方が根強い美術界や、美術史研究においては、複製品であり、かつ原画制作に当たってさまざまな条件がつくポスターに対しては、正規の活動として見なさない風潮が未だに強い。このため、そうした作品を画家の履歴の中に落とし込むことや、その前提となる作品の洗い出しに対しては、積極的に行っていこうとする機運が乏しい。しかし、戦時期の画家の活動を論じるのであれば、彼らがプロパガンダ・ポスターに携わったことも論じるべきであり、市民への影響としてはこちらの方が大きい分、責任も大きいはずである。

## 7. プロパガンダ・ポスター製作に携わった図案家の戦後

- ・図案家は平時も戦時も依頼があって初めて成り立つ職業・・・戦争責任論とは無縁
- ・戦前期は現在以上に宣尊民卑が甚だしい

プロパガンダ・ポスターの依頼主は官→社会的職業地位の向上を期待

- ・著名画家の参入には反対かつ不満・・・ようやく世間で認められつつある自分たちの職域が、侵されることに対する危機感
- ・1940年代のプロパガンダ・ポスターに関わった人物ほど戦後も大成している

力量のある選ばれた人材しか携われない+その時点で東京在住

政府+政府の仕事を請け負える大手印刷会社が存在

プロパガンダ・ポスターの原画は広く全国公募され、それは地方在住の図案家とその作品に光が当たる機会ともなった。しかし、戦局が一段と悪化した1940年代に製作されたポスターは、原材料の配給体制のこともあり、その時点で東京に在住した力量のある図案家と、全国に配布するポスター製作を担える規模の、東京に本社を持つ大手印刷会社に限られた。そしてこの結果、プロパガンダ・ポスターの製作に携わられた個人と企業は、戦時期においても活動が中断されなかったことによって、スムーズに戦後を迎えることができ、より活躍することができた。

## 8. 外地におけるプロパガンダ・ポスター事情

- ・そもそも外地のポスター事情には不明な点が多い
- ・基本的には同じ作品が外地に向けても発送された（文字情報は適宜変更）
- ・戦時期に現地で製作された映画を見てみると、一場面として映り込んでいるものがある

何が現地にもたらされていたのかを示す証拠  
掲出方法や場所の相違を確認できる

商業ポスターかプロパガンダ・ポスターかを問わず、日本製ポスターを見て育った経験は、戦後の各国・各地域のポスター製作に何らかの影響を与えたものと思われる。また、日本の製版印刷会社に進出によって、現地の技術水準が向上したことは確かである。外地のプロパガンダ・ポスター事情に関しては、日本国内よりも不明な点も多く、さまざまな資料を用いて、その実態解明と市民に与えた影響についての考察が必要。

## 9. まとめ

2025年に勉誠出版から『プロパガンダのデザイン（仮）』を出版予定