論文 ORIGINAL ARTICLES
Received August 3, 1999; Accepted January 20, 2000
7.011 : 952.9

台灣戦後視覚伝達デザイン運動：1970－1990
—台湾視覚伝達デザイン史研究(3)
The Movement of Visual Communication Design in Taiwan after WW II:1970－1990
—The Study on Visual Communication Design History in Taiwan(3)

林品章
国立台湾科技大学
Lin pin-chang
National Taiwan University of Science and Technology

Key words : Design History, Taiwan, Visual Communication Design

要旨

本論文は1970年代以降の台湾視覚伝達デザイン運動について論述したものである。1970年以降、「運動」と呼ばれる出来事は、年代順に「アミーバ（変形虫）デザイン協会」、「広告時代雑誌」、「中国時報人間コラム」、「聯広社」、「時報広告アカデミー賞」、「外貿協会デザイン推進センター」など、六つがあげられる。

本論文においては、それらの出来事やその動きが、当時の台湾の視覚伝達デザインの発展に大きな原動力になっていることを明らかにする。また、それら出来事の考察から、1970年代から現在に至るまで、台湾の視覚伝達デザインにおいて、表現技術や表現概念などが次第に複雑になり、各領域に重視される度合いも大きくなってきたことが分った。それ故、本論文は、その六つのデザイン運動の考察に加えて「その他」の項に、視覚伝達デザインの発展に貢献した各々の組織について重点的に述べる。

Summary

This thesis narrates the major events of Visual Communication Design in Taiwan after 1970. After 1970, there are six major events which are displayed chronologically as follows: 'Amoeba Design Association', 'Time Ad Magazine', 'Literary Section in China Times', 'LianKwan Cooperation', 'Time News Ad Awards', 'Design Promotion Center of CETRA' etc. As a result, the occurrence of these events and their remaining influence had improved Taiwan's Visual Communication Design to a higher level at that time. When consulting the documentary narratives, we may discover that Visual Communication Design in Taiwan gradually turned to be complicated in the aspect of technology and also inevitably took serious concerns on its development from different field. Therefore, after illustrating the six major events, this thesis also makes supplementary research on organizations that also contribute to Visual Communication Design in Taiwan. These brief points are categorized and displayed in the item 'Other'.

1. はじめに

1970年代は、台湾が試錬に合う重要な年代であった。というのは、1971年に国連から脱退した時、同時に、続々と多くの国と国交を断絶したからである。現時点で、台湾は国際社会の孤児となり、自力の生存を迫られた。しかし、窮地に陥ってもかかわらず、社会全体的な建設と発展はこれで停止せず、反って、台湾人の旺盛な生命力と強さを見せた。別の角度から見ると、この時期に発生したあらゆる外交事件は、まるで台湾の体質変化させる自然且つ必然的な契機であったようだ。

国際情勢の変化は、台湾の政治、経済、文化等に多くの影響を及ぼした。その一方、視覚伝達デザインは1970年よりもう一つの局面に展開した。欧米のデザイン運動の過程のように1950年代以降、先駆者たちデザインの道を開き、続いて活動していた。その中、「黑白展」の開催や「中国美術設計協会」の設立、「デザイナー雑誌」の誕生等は新しいデザイナーへの訴えと言えよう。そして、1971年に「アミーバデザイン協会」の誕生はデザイン運動の延長線であり、それによって1970年代以降の視覚伝達デザイン発展の序が開かれた。本論文は、上記の出来事や動きが、当時の台湾の視覚伝達デザイン発展の大きな原動力になっていることを明らかにする。

2. アミーバ（変形虫）デザイン協会

1971年広告会社で広告デザインの経験を経た五人の若手デザイナーが11月12日～18日に台北市武昌街の精工ギャラリーで「アミーバデザイン展」（図1）を開催すると同時に「アミーバデザイン協会」の誕生を発表した。ちなみに、その五人のデザイナーの名前は当時新光生生命会社で美術設計を担当する呉進生 [注1]、華視ニュース放送部の霍鴻程、国華広告会社の楊国台、台湾広告会社の陳錫平と東方広告会社から華美聯合建設会社に転職した謝義鳴である。彼らは1969年「国立芸術専門学校美術工芸科」から卒業した同級生で、当時、若冠26才であっ

当展の名称は、五人の創立者が「芸」（国立芸術専門学校の略称）にいた時、「現代芸術及び視覚環境のすべては、最も基本的、単純な構成から出来、そして美、造形、思想等を加えられ、変形の生命を与えられた」ということによ来して
アミーパは、写真、映画、音楽、文学など、さまざまな表現手法を用いて、人的存在を象徴する象徴的な生物として表現される。アミーパは、時間、空間、意識を超越した存在であり、人々の心を捉える力を持っている。彼女たちは、自然の美しさを追求し、現代社会のストレスを解消するために、アミーパデザインを用いることを提案する。

表1 台湾視覚伝達デザイン関連「年表」

<table>
<thead>
<tr>
<th>年份</th>
<th>事件</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1968</td>
<td>中国時報がカラーページを採用し、新聞の発行数と広告業績とも顕著に発展した。</td>
</tr>
<tr>
<td>1970</td>
<td>「外貿協会」が設立された。</td>
</tr>
<tr>
<td>1971</td>
<td>台湾が国連から脱退した。</td>
</tr>
<tr>
<td>1972</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催された。</td>
</tr>
<tr>
<td>1973</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
<tr>
<td>1974</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
<tr>
<td>1975</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
<tr>
<td>1976</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
</tbody>
</table>

図1「アミーパデザイン展」図2「アミーパデザイン展」のポスター(1971) invitation card (1972)

図1「アミーパデザイン展」図2「アミーパデザイン展」のポスター(1971) invitation card (1972)

表1 台湾視覚伝達デザイン関連「年表」

<table>
<thead>
<tr>
<th>年份</th>
<th>事件</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>1968</td>
<td>中国時報がカラーページを採用し、新聞の発行数と広告業績とも顕著に発展した。</td>
</tr>
<tr>
<td>1970</td>
<td>「外貿協会」が設立された。</td>
</tr>
<tr>
<td>1971</td>
<td>台湾が国連から脱退した。</td>
</tr>
<tr>
<td>1972</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催された。</td>
</tr>
<tr>
<td>1973</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
<tr>
<td>1974</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
<tr>
<td>1975</td>
<td>「アミーパデザイン展」が開催される。</td>
</tr>
</tbody>
</table>

図1「アミーパデザイン展」図2「アミーパデザイン展」のポスター(1971) invitation card (1972)
「一」を通じて禁止の類、「×」を用い直しの矢等、「÷」を公害の一種に見えるとする、図像の作品は「心」を主题にした作品である。「ハート」という図案に蛇口をつけて、「献血」と言い、一つの赤いハートに天道虫をつけて、「結婚募集」と言い、もう一つの赤いハートにドアの取っ手をつけて、「開心」という(図4)。これらの作品には啟発性が潜んでいる。...

郭承豐と「広告時代文庫」で展示者の「観念」について、意見を述べるとともに展示者の精神と作品を肯定した。そしてまた、彼はこう述べる。「今回の作品を鑑賞して、期待するのは画面ではなく、創作のものその存在であり、...我々デザイナー、または顧客が常にアイデアを口にするが、それについてどれほど理解し、応用できるか疑問である。しかし、今回の作品はアイデア展とも言え、デザイン界の視野の拡大やアイデアの引き起こしに大きな働きを果たすとともに、美工あるいはデザイン科卒業生にとってもいい見本になった」。[注2]

その他、何耀宗もライオンズ美術雑誌で評論を発表した。「...20世紀の絵画流派と現代デザイン史から見えると、今回の展示作品における表現技術は十分な洗練に至らず、アイデアも特に新奇ではないが現実や商業主義の競争の中、多忙のデザイナーがしばしば、創作を束縛される仕事場を離れ、個人独自の観念や創意を公開するようにこそ学び合うし、人々に新観念を伝えることができるのを、やむを得ぬ、特に近辺、経済が成長を遂げたこと、広告デザイン界からの貢献は無視できないものである。しかし、残念なことに、13年前の「黒白展」と3年前「佛光林デザイン個展」[注7]以来、かかったデザイン展を見ることができなかった。このたび、五人のアミーバに創作し続けるように願いたいものである」。[注7]

1974年、施翠峰の推薦で「アミーバデザイン協会」は12月14日～22日、韓国と現在デザイン実験作家らと共に台北凌雲ギャラリーにて「1974中韓心芸展」を開催した。その後も数回にわたって、韓国と台灣で共同展を開催し、交流することと両国デザイン理念への大きな影響をもたらした。

1976年第四回展の時、新メンバー王行衍、蔡憲國、吳昌輝が加わり、第五回・六回に新メンバーが増えた。1981年も、当協会は韓国現代デザイン実験作家と台北の春のギャラリーで「中韓語も表現展」を開催した。参加者は12名で上述の人たちの他、張榮年、顧開秀、余立人、倪乾堂、劉春森等が、参加、王行衍は欠席した。その時点において、「アミーバデザイン協会」は設立してから十年になった。1980年以後、デザインは活動し続けている。1982年日本、韓国、香港の有名デザイナーが参加し、台北、台中、高雄等でアジアデザイン及びアミーバ年画展が開催された。その後、陳進丁、李正銘、盧友義等の新メンバーが増えた。

1980年以後、台湾社会は多文化の発展に向け、デザイン活動は増えたが、「アミーバデザイン協会」による展覧会が減り、海外の展覧活動に偏っている。そのため、当協会の影響力も次第に弱まる。とはいえ1970年から1980年までの台湾のデザイン発展において、アミーバがデザイン界に及ぼした影響は無視することはできない。彼らの貢献は正に前述の郭承豐が言ったように「...このような出展はデザイン界の視野の拡大やアイデアの呼び起こしに大きな働きを果たすと同時に美工あるいはデザイン科卒業生にとってもいい見本になった」である。[注10]
図5 雑誌「広告時代」の表紙（創刊号、1972）
図6 雑誌「広告時代」の「広告月評」（創刊号、1972）
図7 中国時報「人間」コラム（1978．12．16）

回数の経験で郭承豐は、理想は、所詮経済の支えが必要だということを悟り、1975年「華威広告会社」を設立した [注11]。1988年から、郭承豊は広告会社を経営する傍ら、雑誌「新観念」を創刊した。彼は、「台湾の文化」の意思で、「定位」台湾、文化観光を訴え、この雑誌を通じ、台湾社会の文化水準を高め、本来の姿を見つけようとしている [注12]。

1972年8月「広告時代雑誌」を創刊した際、郭承豐は「広告知識人の責任」という文章を創刊の主旨とした。「......毎月、中小企業は商品の売れるために、膨大な広告費を費やしている。これは広告を重視すべきであることを証明している。しかし、広告の出版物くらいものは、未だにない。広告業界が広告事業のために多くの人の知恵や力を費やしていきにこのもかからずで、その進展は一方通行であり、成果はわしわきをしない。その難局を打開するため、「広告時代雑誌」が創刊された。全国の広告事業の有志が集結、交流し合い、学び合うことが我々の目的である。......理想としては、経済の繁栄を促進させる、広告デザインのレベルをアップさせることである。いわゆる、本誌の発行は広告人としての職業への責任と知能の目覚ましとと言える。......我々は戦々々々の気持ちで広告雑誌を誕生させたが、全国の広告関係者も共に『広告は革新すべき』という立場を固め、よりよい広告時代を迎えよう。広告の知識人であるなら、もう深沈はできないと思う [注13]」。上記の文章からは、1967年の「デザイナー」雑誌を創刊した時の勢いを感じられないが、代わりに、成熟した考え方で取り組んでいることが分かる。創刊号から毎号に「社説」を発表し、広告環境について議論し、そして、「広告月評」を掲載（図6）、新聞や雑誌などの広告作品について評論した。これは、広告製作者に激励を与え、同時に、優秀な作品を織り、台湾視覚伝達デザイン発展史において、完全なる資料となっている。

内容については、「広告時代」は、タイトルのように広告に関連する情報が多く、投稿不応のせいか、留題をもとくなかった。また、編集では、文字は小見出目だが、挿絵、書体、レイアウト等、評価すべき専門誌と言えるが、校正漏れの欠点が残った。例えば、第15号の発刊日が1973年5月となっていいるが、遅れて掲載すると毎号の出刊順序は合わない。第15号の発刊延期についての説明には、「印刷紙の価格変動と原稿の関係で、今後はペーパー数を減らし、内容厳選、値上げせずという方針でやっていく」と発表した [注14]。しかし、第16号の発刊日1974年7月を見ると、編集上のミスではないが、発刊延期となったとしか読みとれない。そして、「広告時代」は経営、財政困難に陥っていることも分る。「デザイナ雑誌」に、「広告時代雑誌」にしろ、いずれも専門誌なので読者の限界が、これによって収入を維持するのが大変困難である。「広告時代雑誌」の創刊当時、広告だけでなく10ページにも及んだが、17号以降（1974年8月）裏ページの2ページしかなかった。広告ページの減少は、財政の減少と同じである。その後、「消費時報雑誌増刊」（1974年創刊）で読者数を誘致する努力をしたが、やはり経費不足で25号から廃刊された。

「広告時代雑誌」は既に廃刊されたが、その誕生と存在は「デザイナー雑誌」と同じく、台湾視覚伝達デザインの発展において、消えない足跡であり、その内容は1970年初期の広告状況調査に役立つものである。

4. 中国時報「人間」コラム

1970年代の視覚伝達デザインにおいて、もっとも普遍的に広く開発されたのは、挿絵や平面デザインの領域である。その要因として、新聞コラムや新聞コラムの内容の変形によるページの挿絵やデザインの必要性がその背景として挙げられる。「コラム」とは中文章注の内容であり、新しい文芸作品を掲載した。その編集者も恐らく有名な文芸作家である。1950年にはアニメ、新聞コラムは重要とは見られなかった。当時「中央日報」編集長の孫如陵は、「七でも八でも、上でも下でも」という、あてても、なくててもいい」という意味で、「コラム」は数も存在を定めてであり、そして、毎日があるとは限らないという温暖な立場に置かれている。さらに、「コラム」をす「新聞のおとし」と呼ばれることを言う。いわゆる「注視」という意味である [注15]。1970年代以後、経済成長によって多文化社会に発展した。各新聞社は人々の必要に応じ、報道内容を充実するために、「コラム」が次第に重要視されるようになった。

コラムの創刊は「中国時報」の「人間コラム」から始まった。1973年高信義は、中国時報の「人間コラム」編集長にな り、彼が大胆に新視点に挑戦した末、『人間コラム』のイメー ジが一変した（図7）。その革新の重点は、計画編集、作業方
式、視覚面、内容多様化などがあるが、そのうちの視覚面の革新はデザインを重視することである。つまり、図案や写真などが文字と同じに重要であることを強調した。レイアウトについては様々な可能性を試し、選択しやすいほか、全体の美も要求され、コラムはまるで絵のように変身した[注16]。それによって「人間コラム」は、これまでの文章のみを連れた時代から絵が重視される時代に転換された。中国時のコラムの美術編集を担当したのは、師範大学美術科卒業後の「中国協会」に就職した田中欄である。彼は1911年に「平面デザイン図表」を作成した際、中国時のページに色を取るため手を捻る高信轟と簡志信と知り合い、お互いの理想が合ったので1913年に、中国時報社に入社し、新聞業界において、専業美術編集者の第一人となった。最初は絵やグラフィックデザインを担当したが、その後の高信轟が「人間コラム」の責任者になったので彼も退社した。二人はそれぞれの内容と形式を共同作業した結果、「人間コラム」は異彩を放った[注17]。

「人間コラム」の革新ぶりについて、「聯合報」編集長の亀沼は肯定的にこう述べた。「高氏、先見の明に私は感謝した。彼は各新聞社のコラムに大きな影響を与えることも、そのデザインによって内容が充実され、社会への影響も強まってくる。これは素晴らしいことである」[注18]。

しかし、亀沼が言ったのは、その内容を及ぼすものである。一方、ページデザインの革新、特に美術編集の内容と緊密な関係こそ、デザインによって、コラムを生かした重要な根拠である。しかし、「人間コラム」の革新は、何よりも大切な、それこそ関係が深い。「〔1975年の「告白時代雑誌」第22号では、「中国時報からくる」というタイトルで次のように批判した。」「...」近頃の中国時報に色彩を活用し、デザインの集中力もしだいに。特に「正月の特集は色彩を活用し、デザインの集中力もしだいに。」[注19]。この批判のせいか、それともコンセプトをえたのか、まもなく人間コラムは、再び白紙ページに戻されてしまった。

しかし、中国時の「人間コラム」の影響で、聯合報、新民報、中華日報、中央日報等のコラムも続きと革新され、内容をはじめページデザイン、種類も重視されるようになった。特に絵の重視され、絵の種類や内容が変化した。例えば、常に新聞コラムで作品を発表する絵画家の国楽編、亀沼、林藤、徐秀美、黄維順等がいた。その中で、林藤は1978年に「人間コラム」に入り、翌年、美術設計主任になった。彼が熟練した技術で表現した超現代主義の絵は、当時の絵画界において、風雲を呼んだ(図9)。

1981年7月5日から編集長の高信轟は「人間コラム」のページを外部に開放し、建築家、画家、デザイナー、雑誌界のデザイナーの参与を求め、「人間コラムデザイン展」を行った(図9)。彼は言語にこう書いた。「新聞メディアのために、より大きい広告の開発をしよう。多様なデザインと豊かな作品作りで現代中国人のコラムに新たな空気を作り上げましょう」[注20]。

「人間コラムデザイン展」はメディアとデザイン界の関心と注目を呼び起こした。静岡文は「中国時の愛読者はほどほどコラムが好きであり。カーティアがあった時、非常に好まれたが、現在の人間コラムも読む価値があり、文学的もカラーページの時代に変わりない。特に7月5日から行った「人間コラムデザイン展」は大変なイベントである」と評価した[注21]。「芸術家雑誌」75号も芸術界の関係者の意見を掲載した。当時「中国美術設計協会」の理事長謝義褚は「腕力があり、前向きの人間の感しに然然的美術の革新し、新しい様相を絶えず追求するだろう。そして、イベントを通じて社会大衆の注意と関心を呼び起こすのも良い方法である。」[注22]。
確かに重視されが反省の種になった。新聞業界は常に一つのイベントを通して新聞の風格や特色を際立てるのだが、デザインの参加によって、大衆の知識を創造を取り集め、新観念を作り上げることは、台湾視覚伝達デザインの発展において、深い意味を持っている。

5．聯広会社

1974年、「聯広会社」の設立は広告業的一大事であるとともに、台湾の広告事業はそこから、マーケティングの時代に進むようになった。その設立者である楊朝陽は国際的に有名なマーケティングと広告の権威ある学者であり、壮年、米国へ留学し、ミシガン大学で教鞭を執り、当時の中国人唯一の広告博士である（図10）。そして、又、1965年にAdvertising Ageに10人の米国広告業への貢献者の一人として選ばれた[注23]。

1967年から1968年までの間、彼が「政治大学」の客員教授となり、1974年日本広告会社「博報堂」の常務取締役として招聘された。彼は絶えず科学的な広告知識と技術を研究し、自ら開発した技術で米国と日本の企業に協力し高い評価を得た。また、彼は台湾ではすでにマーケティングの経済政策に入り、国内外に問わず、市場競争は日増しに激しくなり、未来の企業経営者は必ず近代的な管理方法とマーケティングを依頼するに違いないと考えていた[注24]。

楊朝陽の出現は、まるで湖に石を投げ、波しぶきが立ったように広告界で注目を浴びた。当時の「広告時代」雑誌はこう報道した。「聯広会社が国内の広告業界を従事してから広告界がやっと未曾有の活力が湧いていた。十年あまりの歳月の申かし、我々は井の中の蛙で大海を知らぬで入門知識によって満詰み退屈であった。それから外、活力の活発な広告界において新しい機会をもたらすかもしれない。そして、先輩の長所を学び、我々の短所を切り取るチャンスでもある[注25]。

1974年はじめ、楊朝陽は積極的に国内の広告関係者と意見を交わし、いろいろ考え来た末、当時業績がいい東海広告会社を選び、博報堂と技術提携を結び、1974年6月、正式に改組して「聯広会社」を設立した。自ら常務取締役を務め、業界の傑出人物である華南芝を取締役に、SAPMO関係企業取締役の陳茂植、中国信託会社の責任者華序松、東海広告会社取締役の徐達光を常務取締役に委任した。それに、徐達光が統総責任者を兼任、内部作業を強化するため、マーケティングの専門家の洪偉浩教授を常務取締役に委任、常務取締役と統総責任者を兼任する徐達光は、台湾広告会社の責任者であり、1970年に30人あまりの職員を連れて東海広告会社を設立したことを広告界のビッグニュースとして取り上げた。しかし、何年間の努力を経て、東海広告会社の業績が注目されたが1974年に楊朝陽と手を結び、聯広会社を設立したこともまた、広告業の大きいニュー

6．時報広告アカデミ賞

1970年以降、経済の発展につれて、国民の生活水準も一般に広く上昇し、広告デザインも進歩した。しかし、二十年来、台灣の新聞、雑誌においての表現力をアップさせたのは、広告デザイナーの素質がよくなったことと、新聞業、雑誌業の本質が改善されたからである。また1978年より、中国時報が「時報広告アカデミ賞」を開始したことも要因としてあげられる。

1968年より中国時報がいち早くカラーページを採用して以来、広告上の運用空間が拡大したため、新聞の発行数と広告業業績とも飛躍的に発展した。同社は社会に貢献するために、同年、ま
「時報文学賞」、「時報広告デザイン賞」を設けた。広告デザインに関するコンテストというと、1965年台湾新生報が開催した第一回「新聞広告最高デザイン賞」と1968年台湾テレビ局が開催した「CM会計賞」があったが[注29]、最も公式的なものは1978年より中国時報が新聞と雑誌のために開催した「時報広告デザイン賞」である。本賞は、持続的に開催したことで広告の利用客と広告業界界実際的な役割を与え、社会各業界広告界への重視度も高めた。しかし、同賞の準備委員会は広告を製作する際にはデザインを重視するだけではなく市場環境の配慮も必要だと考え、「時報広告デザイン賞」を三回目より「時報広告アカデミ賞」に改名した[注30]。中国時報広告部責任者の周盛潤はこう言った。「国内の広告水準は不揃いなので、この賞を通じて広告そのものの効果を発揮させ、広告デザインの水準を上昇させればよい。われわれは実際の行動で広告業界界広告界への進歩のため、この賞を設けたわけだ[注31]」。また、「時報広告アカデミ賞」が持続できたのは広告業界の支持ももちろん、中国時報社が人力、財力を惜しまないことと公平な審査制度のことをも重要なポイントである。

広告デザインのよしあきは、人間史によって違うのが公正的、客観的な判断を下すために審査員は広告学者、写真家、デザイナー、心理学者などを含めている。その他、広告会社に就職した実務の広告経験者も審査員になられて在職の広告デザイナーは疑いを避けるために審査員にしない。ちなみに、第一回の審査員は7名、第二回は11名、第三回は15名であった。

1988年台北広告代理商業組合が特別出版した「広告十年」という本の中に、過去十年間の「時報広告デザイン賞」の受賞作品を掲載した（図11-12）。第二回から十回まで審査員を務めた凌明厚は「時報広告アカデミ賞」を紹介する文章のはじめにこう書いている。「十年来の受賞作品は実に十年近くの台湾デザイン創作の縮図である。数百点の佳作から、デザイナーの広告理念が次第に洗練されたことがうかがえる。......歴史の住いはいずれも素晴らしいものばかりだった。しかし、現在の水準から見ると、そう完全なものではないことに気付かされるかもしれない。これは文化発展上の、発生し得ることであり、進歩の象徴である。それに、各作品の制作そのものは、当時でも現在においても広告に携わる人々の参考資料になるのに、時を経ても影響力は消えない」[注32]。この文章は時報アカデミ賞の貢献を語っている。その他、凌明厚はさらに十年来の審査員の感想と評語を書き、広告デザインの発展における歴史的な証拠を残した。

7、外貿協会デザイン推進センター

台湾デザインが発展を遂げることができたのは、「外貿協会デザイン推進センター」も欠かせない功臣であった。センターは1979年に設立され、当時「産品設計所」と呼ばれた。師範大学卒業後、1968年「中独計画奨学金」でドイツにて工業デザインを学び、帰国した鄭源銘がセンターの主任を務めた。彼は、かつて、「大同工学院」工業デザイン科の教師であり、二十年来センターの行進活動はほとんどが彼の発想によるものである。

1960年代以後、台湾の経済政策は50年代の輸入から輸出に転換することで、台湾製品が世界市場において、その数が年々に増加し続けていた。しかし、それには、外国のトレード・マークが張り付けられていたいわゆる「OEM商品」があった。その大きな課題としては、生産の技術や開発力をアップさせることの困難さである。利益も注文先のメーカーに独占される。そこで、政府は1979年に、「外貿協会」の下で「産品設計所」を設け、その組織の力を政策に合わせてもらい、デザインの要素の商品への取り組みを積極的に行った[注33]。そこで、様々なデザイン推進活動が行われた。商工業界はデザインへの認識を重視することで、デザインの水準を上げさせるとともに、グッド商品のイメージを作り出そうとした。

早期に設立された「中国生産力センター」と同じ「外貿協会デザイン推進センター」も企業をはじめ、デザイン会社に積極的に協力をして商品のデザイン作業を支援した。その結果、メーカーがより良い製品を作ることができ、輸出業績が伸ばされ、企業やデザイン会社の成長にもつながった。また、センターは常に外国デザイナーを招聘し、デザイン研修会を行ったり、企業をはじめ、そこに在職しているデザイナーたちに国際的なデザイン感覚を身につけさせ、そのレベルを向上させようとしている。

1979年以降、「外貿協会デザイン推進センター」からの協力を受けた会社の数は数え切れない。その一方、行った活動の例を上げてみれば、「示範デザイン発表会」、「産業交流デザイン賞」、「国際交流デザイン賞」、「新生代デザイン賞」などがある。それらの活動を通じて、企業に情報の収集や知識収集のチャンスを与え同時に、デザインに携わる者への激励効果があった。特に、毎年開催される「新生代デザイン展」は台湾のデザイン学校の学生の卒業展とも言えている。
はそこから人材を見つけ出すことができるだけでなく、デザイン教育者や学生等にとって、交流の場にもなっている。

1981年「外協会デザイン推進センター」は、はじめて「台湾商品優秀デザイン選抜展」を開催した。それは、日本の「Ｇマーク」の事例を参考にして商品のイメージ向上させる良い方法であった。受賞作品には栄誉マーク（図13）が与えられた。このイベントは、1985年に日本通産省デザイ振興会より、世界中の15大優秀デザイン作品選抜活動の一つとして認められた。その成果は、台湾産業において、独自でブランドを創り、しかも台湾スタイルのデザインをもりたかったことである。それと同時に、台湾産業界の創造行為という不評事を取り除くこともできるようになった。また、1992年当センターは、台湾の工業製品デザイン水準をアップさせるため、「国家設計」の選抜を開始した。受賞作品には「国家精

当センターは、デザイン推進活動のほか、常に商品デザインや包装デザイン等デザインに関する書籍と雑誌を出版している。例えば、1980年からは「商品設計と包装」の雑誌や、1979年から続くと印刷された様々なデザイン研究報告事例書の「企業識別体系（C.I.S.）、『食品包装』などデザインの広範な領域に携わっているが、デザイン知識を広げることに一定の効果を発揮した。また、当センターは1995年9月台北市において、万護を排除して「デザイン国連」と呼ばれている「ICSIデデザイン国連」を設立し、設立以来背負ったデザイン推進の使命を頂点まで進められた。

歴史の発展とは、各々の出来事の累積がその背景にある。台湾デザイン史を回顧しながら未来を展望するとき、1979年に外協協「製品設計所」の設立は、台湾のデザイン発展に大きく寄与したことは疑うべくもない。また、今後のデザイン発展に大きな意味をもっていることも確かであろう。

8、その他
以上の六件のデザイン「運動」以外、1970年以降も多くのデザインに関する活動と組織が発生した。これらの活動と組織は台湾視覚伝達デザインの発展にも重要な影響を与えたので、次に重点的に述べる。

「ライオンズ美術雑誌」は1971年3月に李賢文が創刊した。創刊号から数月間はオブアートのイリュージョン的な画版を表紙デザインに使った。そのことから60年代末から70年代の始めにかけて、オブアートの台湾への影響はうかがえる。また、当雑誌が報道した欧米現代芸術思潮も間接的に台湾視覚伝達デザインの表現に影響した。当雑誌に短編のデザイン情報以外、「美術設計」の連載特集も掲載した。例えば、1971年11月（第9号）から「美術設計」というコラムを設け、高山薰が「美術設計」1、2、3号、1972年1月（第21号）から何潤宏が「商業デザイン入門」、1973年11月（第33号）から王育明が「平面デザイン原理」、1974年8月（第42号）から何潤宏が「平面広告デザイン」を執筆した。これらの連載文章のほか、単行本ライオンズ出版社が出版した。その他、1980年4月（110号）から胡潤宏の「広告デザイン」が連載され、同年7月（113号）から「広告デザイン特集」を企画し、数名の広告デザイナーが共同で執筆、1983年7月（149号）から「美術設計コラム」を設け、陳哲夫がCISの理論と実務を紹介した。以上所述の文章は、当時の台湾見覚伝達デザイン発展に直接影響があった。

一方、芸術家雑誌は1975年6月に創刊された（図15）。創刊号から「美術設計」の特集の他、デザインの何潤宏が訳した「プロ」は色彩デザイン」も掲載した。また、何潤宏も常にデザインの文章を発表した。そして、各号にデザインに関する報道が見られた。その中、47号（1979年4月）の「産業技術」、53号（1979年10月）の「工業デザイン特集」、73号（1981年6月）の「美術芸術の表現－11名粉介画家及びその作品」を紹介するなどは紙面を多く占めた。ちなみに、筆者も1984年10月から当雑誌で「商業デザイン」について一年あまり執筆した。台湾戦後の視覚伝達デザインの発展において芸術家雑誌の創設もあった（注36）。

1977年7月に、もう一冊の専門雑誌「動機月刊」が創刊された（図16）。発行者は国華広告会に就職した後の、聴広会社に総責任者として転職した広告界のベテランの賴明東であり、社長は当時有名な「アマーラデザイン協会」のメンバー呉進生である。当雑誌は広告雑誌の中で領調に創刊されたものであり、その報道内容は広告界の人々に情報を提供するとともに台湾の広告発展に貴重な記録を残した。

1981年11月11日「行政院文化建設委員会」が設けられ、我が国の文化建設の計画、推進、調整、考査などの事案を司る。設立後、文芸活動の開催と協賛を続けた。その中で、デザインに関するイベントとしては1982年に「台北デザイン学会」に委託して企画した文化ボスター発表があり、1983年4月25日から28日まで日本の朝倉直巳、三井秀樹、香港の王無
邪、韓国の崔權俊と台湾の王鍾鎔、呂清夫、漢寶徳等の教授
を招請し、台北で開催した「視覚芸術研究会」があり、1987
年12月5日には文建館で行った「AIGA」（アメリカ平面デザ
イン協会）の年度デザイン展があった（図17）。また、1989年
1月7日に「中華民国美術設計協会」が台北市立美術館で行った
「日本デザイン作品展」の協賛がある。さらに、1989年5月
6日国内のメーカーと美術関係学科の生徒を激励するために
経済部、教育部、外務協会と共同で「台湾商品デザインデイ」、
「新生代デザイン作品競展」などのイベントに取り組み、
「文化風格獎」を設けた（注31）。それらの中では、1982年に
「台北デザイン優勝会」が企画し、ポスター貼付法の「文化
ポスター企画賞」が一顕具形であり、影響も大きいかった。
「文化建設委員会」はデザイン界のもう一つの影響がある。
これには、イベントを行う際にいつも平成デザイン委員長で、高
栄亭、王行恭、蘇宗雄、李男、徐秀美、廖哲夫、楊勝雄等
にボスターのデザインを依頼したことである。そのため、沢山
の佳作が残り、国際ボスター展で受賞された作品もあり、ボス
ターデザインのレベルアップに相当の貢献をした。
ところで、1981年9月1日には台北デザイナー優
勝会は1971年の「アマーデザイン協会」を纏め、国内
有名なデザイナーが組織したグループであり、当時のメンバー
は17人である。名を広げるために1981年12月25日に「台北デザ
イナー優勝会」が開催され、当時のメンバーがデザインなのもが
第一回の広報展を開催することともに、会の発足を正式に発表
した（注38）。展覧会の外、当会は積極的な社会貢献に参加し
た。その一例として、1981年12月30日に「ライフイン美術雑
誌」と「台北をもっと愛く」という座談会を行った。その
詳細は132期の「ライフイン美術雑誌」に掲載されている。1982年
「文化建設委員会」の依頼を受け、「文化ポスター企画報告
書」を完成した（図18）。1983年「文化建設委員会」を「デ
ザイナー優勝会」の主催で「文化ポスター競展と台北デザイ
ナー優勝会年展」を行動した。しかし残念なことに、当会
のメンバーが設立当時の17人から11人になった。1984年省
政府も編集主席に高木が「みどりの年」というイベントに応
じるため、師範大学のギャラリーで「自然美、みどりの年」
のポスター大展と会員作品年展を行った（注39）。第2回展覧会
以後、メンバーたちの仕事が立て込み、また、外国留学の人
もいて、イベントを行う機会が減り、展覧会もそれ以後は続か
ず、中止の状態となっている。
1983年に台北市立美術館が設立された。これは台湾の芸
術、文化の発展が新紀元に邁進したことを示している。館内は
簡潔明快な直線外観に素朴なセメント壁の組み合わせで建てられ
、現代感を感じさせる。そして都会台北のもう一つの新地標
にもなった。美術館の展示品は美術品を主にするが現代芸術と
デザインの作品もしばしば見ることができる。これは正に芸術
創作理念と思潮の導きとしてデザイン界に新風を送った。ま
た、イベントポスターのデザインもデザイナーらに作成の場を
提供した。統計によると、1980年代にデザインに関係する展覧
会は次の通りである（注40）。
第3回中華民国美術設計大展（1984.5.26〜6.3）
第一回美術設計競賞展（1984.7.7〜7.29）
当代デザイン展（1984.11.10〜12.15）
現代デザインの展覧（1986.3.11〜3.19）
日本ボスターデザイン展（1986.12.13〜1.4）
西洋美術ボスターフ（1987.3.25〜5.10）
日本名家デザイン展（1989.1.7〜2.10）
パワハウス展（1989.7.8〜9.21）などがあった。
その中の「当代デザイン展」は美術館と中華民国室内デザイ
ン協会が共催したポストモダン主義の家具展であり、台湾で反
響を呼んだ。台北美術館に続いて台北美術館が1988年に設立さ
れ、台湾の中部地区の芸術、デザイン、文化の推進に大きな
役割を果たした。そこでデザインに関する出展もあった。
1972年郭承豐が創刊した『広告時代』雑誌を経て、1984
年1月にももう一つの「広告時代」雑誌が創刊された（図19）。広
告業界発行者会社長である。雑誌の表紙はカラー印刷、中の
ページにも精採なカラー写真を使用した。内容は名称のように
依然として、「広告」の領域のものがあった。広告学の先
輩劉毅君、樊志育、顧伯勤らは常にこの雑誌で文章を執筆し
た。その他、写真、及びインターネットなどに関する文章も見ら
れた。しかし、投稿不足のため、編集局が取扱した報道とか
誤作も色とりどりに増えた。さらに、第5号より、コラムが設け
られ、広告の内容の物語が「広告月報〜いわゆる」を
執筆し新規及び雑誌の広告について見解と評論を述べた。この
時機に合わせた情報はまさに当時雑誌の見所である。そして、こ
れも1980年代の貴重な史料になった。しかしながらこの
広告雑誌も18号から廃刊となった。
また、1967年郭承豐が創刊した「デザイナー」雑誌を経て、
1980年王士朝はもう一つの「デザイナー」雑誌（図20）を創
刊したがまもなく財政困難のために廃刊した。1987年王士朝は
出版し「印刷とデザイン」を創刊した。最初は新聞の形で発
行し半贈呈の形で学校のデザイン関係学科や印刷業者にも大量配
布したので、知名度がぐっと上がった。30号より精緻な挙行本
を発行し、台湾の初めの「デザイン」と「印刷」が結び合
た専門的な雑誌と言われている。
当誌の内容は主に印刷技術、紙材及び平面デザインの作品に
関するもので、英文名は「Graphic Communications Monthly」で
あり、略称はGCである。当誌は多くのデザインに関する情報
を提供すると同時にデザインのイベントにも積極的に取り組み、
台湾のデザインの推進に力を尽した。1991年当誌は広告デザイ
ン、商業デザイン、包装デザイン、挿絵、写真などを内容に
した「創意百科」のデザイン年鑑を五冊出版した。数十年後、
これも台湾視覚伝達デザイン発展史の貴重な史料になるであろう。
付け加えるなら、1990年に当誌は熱心に台湾、中国と
香港とのデザイン交流を図った。このため香港と中国でかなり
の知名度があり、評判の高いデザイン雑誌である。

9 結び
以上は台湾戦後の1970年代以降、視覚伝達デザイン発展に持続
的に貢献してきた出来事である。研究の結果、そうした出来事や動
きは、当時の視覚伝達デザインの発展に大きな原動力になった
ことが明らかになった。また、それらの出来事を論すこと
で、1970年代から現在に至るまでの、台湾の視覚伝達デザインに
おける表現技術や表現概念などが次第に複雑になり、各領
域において広がり、視覚伝達デザインの発展過程における「歴史」の基礎を作り出すものである。
この研究を通じて日本のデザイン界と台湾のデザイン界が相互に
理解し、共に発展することを願っている。

注と参考文献
1）「美術設計」は、1960年代から1970年代までの台湾社会
が「視覚伝達デザイン」に対して与えた呼称である。しか
し、現在の「視覚伝達デザイン」とは意味的に差がある。
2）「中韓俗話表現展 一アミーバデザイン 協会十周年記念特
集」、6−7、1981
3）前掲2、10
4）前掲3、8
5）前掲2、8
6）郭承豐：アミーバ観念展の引発、広告時代雑誌、4、1972
7）筆者は別のテーマで林孝司についての研究をした。
8）何耀宗：新概念、新創意を追求するアミーバ観念展、ラ
イオンズ美術雑誌、23、85−87、1973
9）前掲6
10）郭承豐の口頭インタビュー
11）1988年「華威廣告社」は「華威葛朗広告会社」に改名
した。
12）この部分の記述は、新概念雑誌を参考にした。
13）郭承豐：広告知識人の責任、広告時代雑誌、1、5、1972
14）広告時代雑誌：改稿と書、広告時代雑誌、15、2、1973
15）陈国祥、眺望：台湾新聞業進四十年、自立夕刊出版
176−177、1987
16）中国時報；中国時報三十年、中国時報出版社、217、1980
17）全恒軒：孫思德が挿絵から絵画創作へ、芸術家雑誌
73、210−211、1981
18）前掲15、178
19）羅磐：中国時報別冊花招（中国時報のカラクリ不要）
広告時代雑誌、22、38、1975
20）静志文：消費者ためのデザイン、設計界、8、18、1981
21）前掲20
22）熊斐斐：コラムの新しい天地、芸術家雑誌、75、84−85、1981
23）郭承豐：広告界-BORUH.eng.広告時代雑誌、16、12、1974
24）聯広会：聯広会簡介、1974
25）郭承豐：謎解き（ちょっとと言われて）、広告時代雑
誌、16、1、1974
26）余龍：聯広会の経営者徐光達、広告時代雑誌、16、14、1974
27）広告時代雑誌：国際的な聯広会、広告時代雑誌、16、14、1974
28）前掲24
29）周文同：十年来広告事業の発展、広告時代雑誌、1、17−19、1972
30）台北広告代理商業組合：広告事業、台北広告代理商業組
合出版、69、1988
31）前掲30
32）前掲30、113、
33）外貿協会：貿協二十年、外貿協会出版、40−47、1990
34）龍冬陽：外報商品と包装良好設計標章の設計意義及び使用
説明、設計と包裝、7、5、1981
35）經濟部國貿局：國貿提昇產品形象五年計畫 83 年成果報
告、經濟部、1981
36）この部分の記述は、「ライオンズ美術雑誌」と「芸術
家雑誌」の内容を参考にした。
37）この部分の記述は、「文化建設委員会」に関するいろい
ろな資料を参考にした。
38）蘇志明：記「台北デザイナー聯誼会」的成立と第一次聯
誼、設計界、9、40、1982
39）台北デザイナー聯誼会；1984 TVDC、台北デザイナー聯誼
会作品集、1984
40）台北市立美術館：台北市立美術館十周年特集、1993