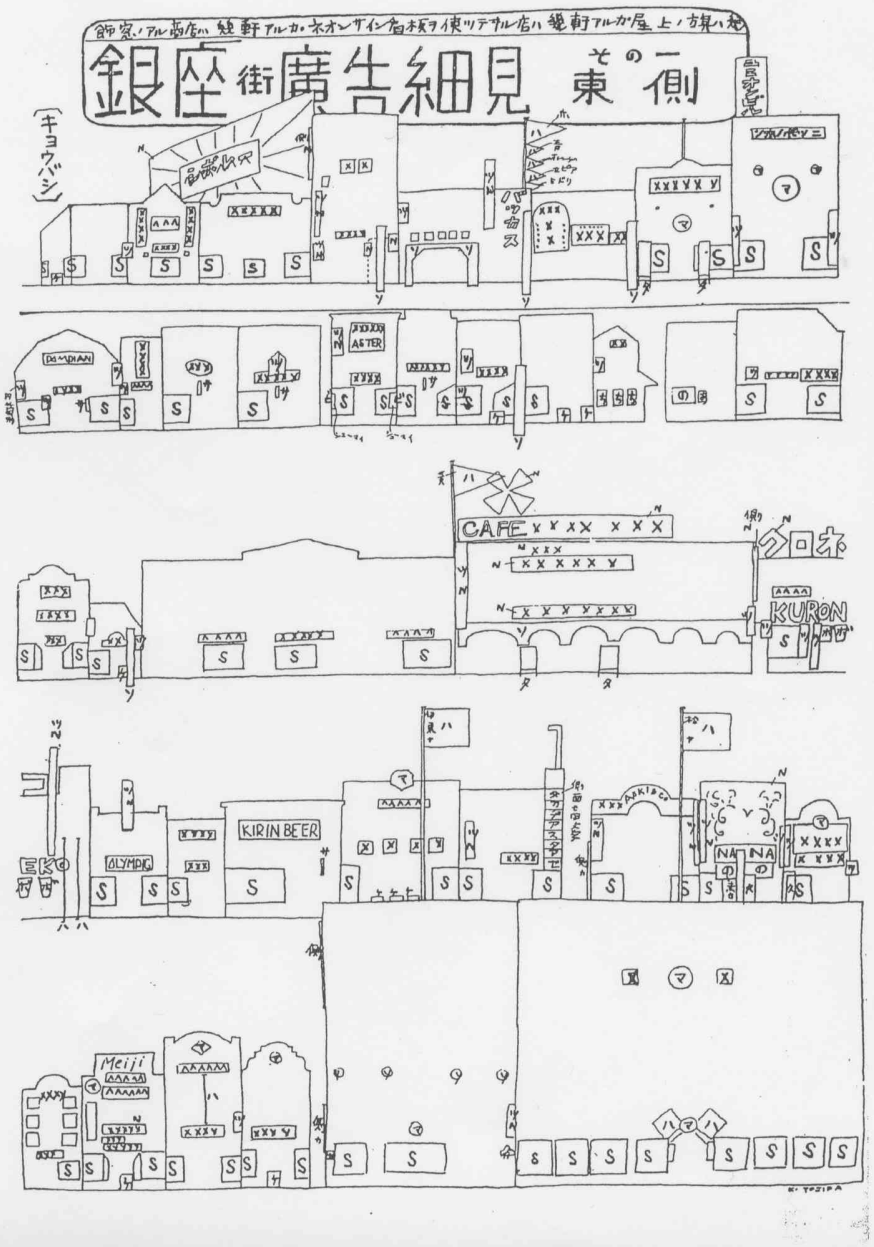
2-C

1931年銀座街廣告細見

吉田謙吉



わが銀座は、いつも乍ら現代相の撰ばれたる一断面として賑かにその考察の媒材とされる。だがその賑かさの中には、多量に廣告的要素が織り込まれてゐる事を私は見逃したくない。

で、いつか、私は銀座の廣告文化の分析表と云つた様なものを作つて見たい希望を持つてゐた。と云ふのは、その廣告文化の發達過程は、直ちに新東京の全文化への波紋となつて傳播して行くであらうからだ。幸、この度本誌の長岡逸郎氏の助力を得て去る三月二十五日銀座街を數往復して、軒別にその廣告的要素を採集整列させて見たのが、茲にお目にかける細見圖なのである。

○

もちろん、この圖は銀座の全廣告的要素を網羅してはゐない。それを完全に語らせるには、そこを走るバスのお尻の廣告から立撒きのビラ、電柱廣告、そのペーヴメントから仰ぎ見られる空中廣告に至るまでを登録しなければなるまい。だから、とにかく不完全ではあらうが一九三一年春の銀座に於ける、その軒別の大小商店デパートの表皮に顯れた廣告

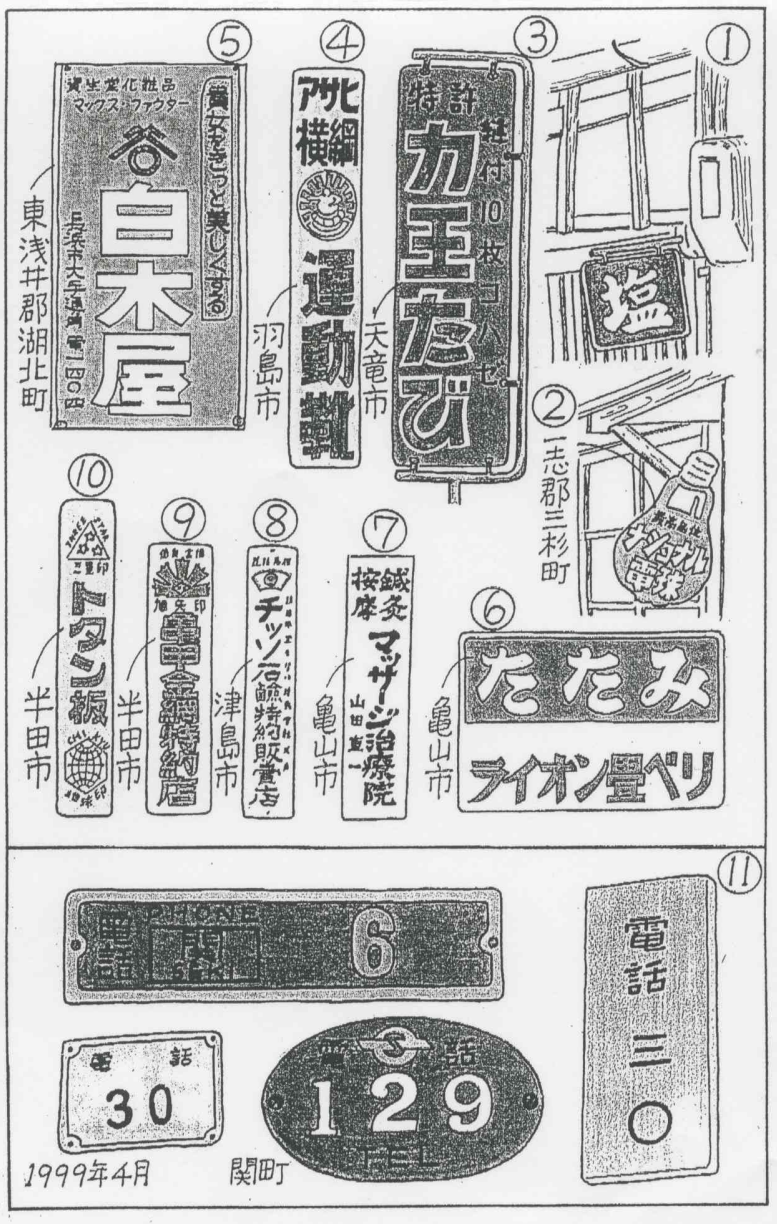
不思議いっぱい

看板を大切にする法

昔、家の軒下に「塩」の看板があった。青地に白文字のくっきりした書体で、ああ、これが「シオ」という漢字か、と子供心に習い覚えた記憶がある。

文字は学校や塾ばかりで習うものではなく、街角の看板からでも子供たちは習うのだ。ぼくは塩の字を学校で習う前に知っていたように思う。「塩」は毎日通り過ぎる「みそ・たまり屋」の軒下にかかっていた。

いま、この店はフランスのワインや高級ブランデーを売る店に変わったけれどサビがかった「塩」の看板



は、ぼくが入学する前に整理して行ったら、少しは落ち着いた景観になると思うが、いかがなものか。

しかし、ここしばらく無味乾燥の工場地帯を歩き、久しぶりに街の盛り場に戻ってみると、ごちゃごちゃ看板が人間らしいものに思われ、妙な安らぎがあった。

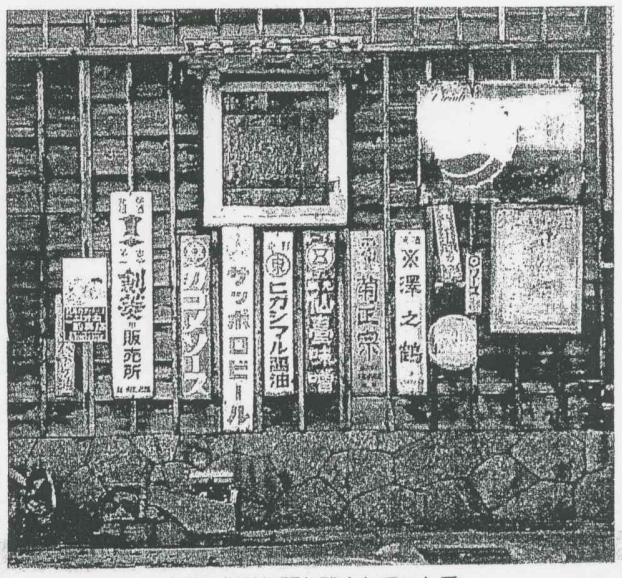
それにしても、日本の街は看板が多い。盛り場などを歩くと、ごちゃごちゃにインの灯を見て、人心地がつくようなもの。看板にはつくようなもの。看板には人の暮らしが表れており、半減するのではないかと思「生活の情報」でもある。うのだが、大きな看板がデある日、三重県の関町を訪ねた。古い街道筋の家並カデカと競うように出ていみがあり、軒下や壁に古い看板が張り残されていた。日本にはデザイナーがたそこには、すでに不用となくさんいる。そういう人たった「塩」の看板もつり下がっていた（絵1）。

古い看板は広告・宣伝の効用を失っても、街道を往来する人たちにとっては見慣れた風景のひとつになっている。この街のひとつの時代の記憶として生きているのである。不用だからとすぐに捨てないで、張り残してあく文化。なるほど…ね。街の記憶が残る。

変化の激しい20世紀の資本主義社会の中で、商業看板ほど張り替えの早いものはないかもしれない。それでも地方の都市を歩いていると、古い看板を多く見かける（絵2～10）。近ごろでは、こういうものを博物館や一部の愛好家で収集する動きがあるそうだが、はぎ取って保存するのもいいが、街角に張り残し、集めておく方法もあっていいのではないか。

その地域に暮らす人たちが見慣れて育った看板風景を街の一角にとどめておく。そこから20世紀とは、どのような時代であったか……と考える。店の看板・のれんが大切にされにくい時代となった。

（文＝考現学採集者・岡本信也、絵＝現代風俗研究会会員・岡本靖子）



土蔵の板壁に張り残されていた看板。三重県伊勢市、1987年採集

絵1～10は古い看板のいろいろ。11は関町で見つけた電話の引用プレート、家の軒下に張り残されている。時代によって形式がちがう。1980～99年に採集。