

それでは、ただいまからシンポジウム「〈具体〉再考 第3回 大阪と前衛美術」を始めたいと思います。本日は新年早々のお忙しい中、ご来場くださってありがとうございます。私は、企画を担当しました大阪大学総合学術博物館の加藤瑞穂と申します。どうぞよろしく願いいたします。

最初に、開催趣旨を申します。このたびのシンポジウムは、関西に生まれた戦後日本を代表する前衛美術グループ「具体美術協会」（略称：具体、1954-1972年）について再考するシリーズの3回目にあたります。2016年度は「第1回 1950年代の前衛グループ」、2017年度は「第2回 1930年代の前衛」を開催し、それぞれの文脈で具体の特質を考察しました。シリーズで最後となる今年度はより視野を広げて、具体が活動を展開した大阪という都市との関わりに重点をおきます。大阪で前衛美術はどのような位置を占めてきたのか、そこに特徴はあるのか等について検討したいと思います。

具体を考える上で、大阪という土地柄を無視することはできません。1964年11月に大阪・中之島にあったグタイピナコテカを実際に訪れ、1965年に具体について『アート・インターナショナル』誌に寄稿したアメリカの批評家ジュール・ラングスナーは、記事の中で次のように述べています〔註：Jule Langsner, "Gutai: An On-the-Spot Report," *Art International* IX/3, April 1965, pp. 18-24 (p. 19)]。

具体グループの奮闘は、楽しく、巧みで、創意に満ち、軽妙ではあるものの、結局のところ真剣には捉えられていないという傾向が強く、私も以前はそうだった。（中略）数千マイル離れたところから具体を見れば、この見下したような態度を取り続けるのはたやすいことだ。しかし、もし大阪という彼らの地元で、具体グループに出会い、彼らの作品を見るならば、それはまた別だ。豊かでぴりっとした(full, tangy flavor) 具体の雰囲気は、繊細なワインと同じように、その捉えがたい質を損なわずに運ぶことはできない。このニュアンスを実感するためには、大阪へ旅行しなければならない。

ラングスナーが述べた、大阪という土地に根ざしたニュアンスとは何なのか、このシンポジウムを通して少しでも手がかりを得ることができればと思います。

まず休憩までの前半について、最初の発表は、大阪大学総合学術博物館、大阪大学大学院文学研究科教授の橋爪節也さんによる「大大阪の時代と前衛絵画 前田藤四郎の場合」です。橋爪さんはこれまで、美術に限らず広告、写真、建築等、複数のジャンルを横断してそのイメージを読み解き、近代都市・大阪の文化を考察する仕事を多数積み重ねてこられ、前田藤四郎に関しては、大阪市立近代美術館建設準備室の学芸員時代に回顧展を企画担当され、カタログを編集執筆されています。

続いて、同志社大学社会学部教授の竹内幸絵さんより「吉原治良の「広報」と「広告」」と題してご発表いただきます。竹内さんは広告デザインの研究者で、ご著書の『近代広告の誕生 ポスターがニューメディアだった頃』は、日本のポスターに関する初の通史として高く評価されています。本日は広告という観点から、吉原のこれまで十分に語られていない側面に光を当ててくださると思います。

それではさっそくですが、橋爪さんに、続いて竹内さんにご発表をお願いいたします。