

雑誌『DREAM』の表紙からみるインテリアの半世紀の考察

Study on half century of interior design through the cover of magazine DREAM

松田奈緒子¹⁾ 長野和雄²⁾

Naoko Matsuda¹⁾ Kazuo Nagano¹⁾

1) 大阪産業大学 2) 京都府立大学

Abstract : For more than 50 years since its first issue (1964), the magazine “DREAM” has been focusing on interior design. The editor-in-chief has never changed. This study focuses on the covers of 488 issues and analyzes their transition, including an

interview with her. How she has tried to position interior design in the changing society of the past half century was shown in the changes in the number of interior elements and in the coloring of the covers.

Key Word : Color, Interior element, Interview

1. はじめに

インテリアという言葉が我が国に定着する以前から、現在に至るまで50年以上に渡り、インテリアに関する事象を見つめ、追いつけている『DREAM』という雑誌がある。編集長がこの間一度も変わっていない稀有な雑誌でもある。一人の編集長が、時代の中でインテリアをどのように捉え、どのように読者に発信してきたのだろうか。それを50年という大きな時間軸で読み解くことで、それぞれの時代における、インテリアと社会のつながりや、位置づけ・役割などを導き出すことを目的とする。本稿は中でも表紙に焦点を当てる。表紙は読者が最初に目にする雑誌の顔であり、編者が読者の興味を惹くように、端的に内容や魅力を表そうと力を入れるページと位置づけられるためである。しかし、雑誌の表紙に着目した研究は少なく、表紙デザインが人々にどのように認知されるのかを明らかにすることを目的とした研究は存在するものの、本研究の視点とは異なっている。本稿では、表紙の変遷を、編集長へのインタビューも交えて分析を行った。

2. 画像調査

2.1 調査方法

調査対象は、どりーむ編集局発行『DREAM』創刊号(1964/03/01)から492号(2020/06/25)の計488冊(12号、44号、45号、70号は欠本)である。『DREAM』のバックナンバーは、発行先であるどりーむ編集局に直接依頼し入手した。その表紙をすべてスキャナーで読み込み、表紙一覧とタイトル一覧を作成・整理した。そこから、表紙写真のインテリア構成要素を逐一カウントするとともに、表紙のデジタルデータを基に平均色を抽出し、明度・彩度などの特徴について、時代の変遷とともに読み取った。

2.2 結果と考察

表紙一覧を作成した際に、表紙のデザイン構成が6回大きく変化したと見て取れた(図1)。前年にカラーテレビの放映が始ま

った年にカラーページとなり、昭和から平成になったときも表紙デザインは変化しており、時代背景との関連が窺える。日本経済が好景気に沸いた1983年～1989年には3度の変化が見られた。

表紙の要となる写真に写された対象を、15のインテリア要素に分類した(表1)。その結果、最も多く撮影されていたインテリア要素は「小物」であり、488冊中400冊で確認された。小物の中でも、絵画、観葉植物、器が多く、さらに、「ファブリック」が多いのも特徴的であった。反対に最も少ない要素は、厳密にはインテリア要素とは言えないが「動物」(11冊)、「外構」(12冊)であり、「設備」や「家電」が少ない傾向も見られた。

また、各号に撮影されていた要素の合計数を求めたところ、比較的少ない要素で構成されていた時代と多い要素の時代の流れが抽出された。これは、寄りで撮影されているか、引きで撮影されているかの違いであり、特に、1986年～1991年のバブル期と言われる時代には、寄りでの撮影が多く見られた。

平均色を導き出すサイトを参考に、表紙がカラーとなった46号から最新の492号までの各表紙の平均色を抽出した(図3)。その結果、全体的に高明度・低彩度の色彩が採用されてきたものの、時代による明度と彩度の違いが、明確に写し出されていたことが導き出された。特に1986年～1991年のバブル期と呼ばれる時代に、低めの明度で、彩度はやや高く、濃く、強い色合いになるという傾向が見られ、この時代の世の中の熱気が反映されているとも読み取れる。2000年頃から色味が増え、明度・彩度とも上がる傾向が見られた。

3. インタビュー調査

3.1 調査方法

2021年12月7日(火)、都内某所にて、『DREAM』編集長の山本寿美子氏を対象に、画像調査の結果を基に調査票を作成し、創刊のきっかけ・表紙デザイン構成の変化のタイミング・表紙写真



図1. 表紙デザインの主な変遷

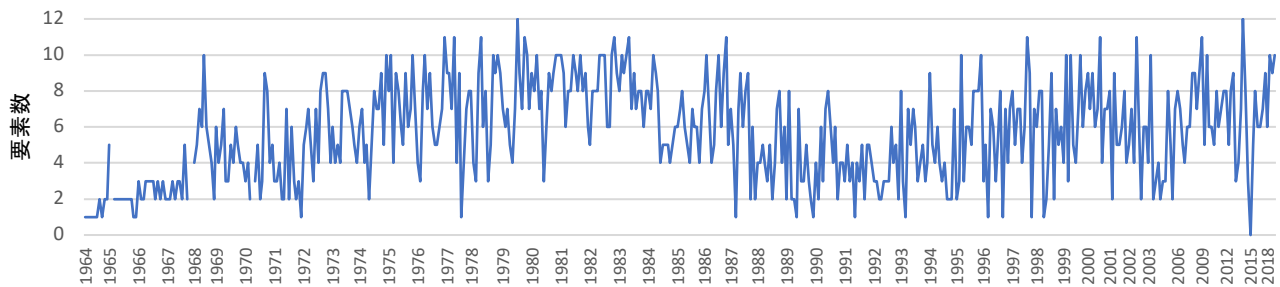


図2. 各号に撮影されているインテリア要素の合計

表1. 撮影されているインテリア要素

位	要素	冊	位	要素	冊	位	要素	冊
1	小物	400	6	階段-建具	224	11	人	61
2	壁	396	7	(窓からの)光	206	12	家電	58
3	家具	325	8	照明	199	13	設備	50
4	ファブリック	278	9	天井	197	14	外構	12
5	床	274	10	眺望	70	15	動物	11

の選択理由・撮影された要素の理由・色味と時代における関係性・表紙に込める想いについて、インタビュー調査を実施した。

3.2 結果と考察

(1) 表紙デザインの構成の変化

最初の本屋で売るのがなく、ターゲットを絞って販売していた。直接、編集部にも買いに来る人がいて、本屋で販売を始めたのが221号(1983年)。小さいサイズだと、他の雑誌の陰に隠れてしまうと言われ、サイズを変更したとのことであった。また、ローマ字に変えたのは、『どりーむ』が海外からも注文が来ていて、日本人しか通じないという意見が出てきたのがきっかけだった。変化の背景には、市場や国際化の影響もあることが分かった。

(2) 撮影されているインテリア要素

『今インテリアと言ったら見えるものしか言っていない。見えるものの代名詞みたいになっているけど、そうではなくて見えないものの代名詞なんです。それがまだ気づけない。見えていない。』『バブル期は、あちこちに目が向く人が多く、あえてカーテンの柄の美しさに目を向けるよう寄せで撮影した』とのことであった。「ファブリック」は、あまりにも生地を知らなかった人が多く、特に輸入品を紹介していたとのことだった。また、いくらファブリックがよくても色が大切だということを解説したい思いがあったとのことである。また「器」は、『生活レベルがちゃんとあって器を選んでいる人と、盛れたらなんでもいいやって人とは違う。器に対する考え方が足りないという部分を表現していた』とのことであった。

(3) 色彩の変化

表紙の平均色の変遷をご覧になり、日本人が絶対持っていて、これからも持っていくだろう、黄色系、木の色、黄土色、ベージュ系から茶色、こうした色合いが基本にあるとのことであった。また、2000年を越す頃、海外の展示会や新しい色の流れなども出している部分であり、この時代は海外の色。そういう系統の色が表紙になっていることが多いとのことであった。

4. まとめ

『DREAM』は、インテリアに対し、人々が気づけていない、気づかずにいる部分を表紙写真に込めて届けられてきたことが編集長の言葉を通して明らかになった。半世紀に渡る社会の変化



図3. 表紙の色彩の平均色の一覧

の中で、インテリアをどう位置付けようとしてきたのかが、インテリア要素の数の推移や表紙の色味の変化に現れていた。そこには、インテリアに対する世間の認識の低さと戦ってきた歴史が垣間見られた。

謝辞

山本寿美子氏並びにどりーむ編集局の高橋寮氏に深謝します。本研究は研究費の一部にJSPS 科研費 21K12574を用い、予め大阪産業大学倫理審査委員会の承認を得た(申請番号 2021-人倫-19)。

参考文献

- 1) 『DREAM』公式ホームページ「<http://www.interior-dream.com/>」(最終閲覧日: 2021年9月26日)
- 2) 米田聡美他, 雑誌の表紙におえる誘目性に関する検討, 2010, 映像情報メディア学会技術報告 34, 125-128,
- 3) 鈴木寛之他, 雑誌の表紙の要素と調和の関係についての研究, 2011, 日本デザイン学会研究発表大会概要集 58, 202
- 4) 画像の代表的な色を抽出する - アールテクニカ地下ガレージ「<https://artteknika.hatenablog.com/entry/2019/09/17/151412>」(最終閲覧日: 2021年11月21日)