

『サン写真新聞』と写真ジャーナリズム

THE SUN PHOTO TIMES, THE SUN PICTORIAL DAILY and The Photo Journalism

田 中 薫

メディアの世界が、今日のような多彩な姿に発展するきっかけとなったのは、写真の発明である。写真術の登場と、その技術的な進歩がその後のジャーナリズムのあり方を大きく変えた。それ以前、最初の重要な転換点はグーテンベルクによる印刷術の発明であった。そして印刷物の図版の部分は、初期は木版による凸版方式によるものであったが、やがてアミ凸版が発明され、写真の取り入れが可能となった。その後、ふんだんに写真技術を応用したオフセット印刷とグラビア印刷が発達し、紙メディアの進化に拍車をかけた。

1946(昭和21)年。その年の4月に創刊され、その後15年間続いて1960(昭和35)年3月に廃刊となった『サン写真新聞』という、「写真」という言葉を題字に入れた紙メディアがあった。当時、すでにモノクロームの写真の質は高く、技術的な完成度も高かったが、印刷技術は、今日と比べてレベルが低かった。したがって『サン写真新聞』も写真の印刷の質はあまりよくない。それ以前には写真を主体にした印刷媒体として戦前から『アサヒグラフ』という雑誌があり、それらはグラフ雑誌と呼ばれていた。戦後は急速に写真雑誌の時代となる。写真の雑誌には3種類がある。カメラの普及を企図したもの及び写真を芸術として扱うものと、写真の技術を生かして報道することを旨としたものなどである。

前者が技術系の専門誌及び『カメラ毎日』や、『アサヒカメラ』などであり、後者が『FOCUS』『FRIDAY』などの雑誌類である。『サン写真新聞』は、そのどれとも少し異なっていた。その『サン写真新聞』の約10万枚に近い保存ネガを素材に、廃刊から約30年後に私はMOOKを編集し、雑誌として再生を試みた経験がある。その体験を踏まえ、ある時代にのみ実在し、減びていった写真ジャーナリズムの存在を確認し、どのようなメディアであったかを記録することにより、「写真ジャーナリズムとは何か」という問題について考察してみたい。

キーワード：写真術、写真ジャーナリズム、写真雑誌、グラフ誌、報道写真、芸術写真

目 次

- | | |
|------------------------|---------------------|
| I はじめに | V 「シリーズ」編集上の問題点 |
| II 写真術の登場と報道写真 | VI なぜ全15冊が10冊で終わったか |
| III 『サン写真新聞』と写真ジャーナリズム | VII おわりに |
| IV 「シリーズ」編集の動機と手順 | |

I はじめに

1 写真を主体にした出版物

1988（昭和63年）10月1日から1995（平成7）年3月31日までの約7年間、私は毎日新聞社出版局で3つの編集部の編集長を務めた。毎日グラフ別冊編集部、美術出版部、第二図書編集部である。その間、延べ130冊あまりの雑誌と書籍を刊行した。

7年間務めた『毎日グラフ』誌の編集次長というポストから昇格し、毎日グラフ別冊編集長となって、最初に手がけたのは週刊グラフ雑誌の別冊という形で刊行したMOOK類¹⁾であった。その後人事異動により美術出版部に配置転換され、さらに第二図書編集部へと変わった。

この2つの編集部では、写真を主体にした、一般にビジュアル本と言われている数々の書籍類の編集を手がけた。したがって、その間に毎日新聞社から発行された大部分のMOOK類及び、ビジュアルな書籍には、部の責任者として私の名前が掲載されている。

また、それらの多くは、組織の長として、企画の段階からタッチしたもののばかりだが、企画を通過させた後の、実際の編集制作作業は第三者に依頼してしまったケースも多い。その一方で、企画の段階だけでなく、多くのスタッフと共に編集作業上のさまざまなワークに参加し、どっぷりと漬かって自らの手で作ったものもたくさんある。

したがって、結果的には千差万別となったテーマのバラエティの豊かさ、多様さもさることながら、それぞれの作品との関わり合い方もまた大きく異なる。だからその程度差によって、できあがった出版物に対する愛着度も異なっている。それらの刊行物は、概ね次のような3つのタイプに分けられる。

- ① 自ら企画し、自ら作業も手がけたもの
- ② 企画の段階で検討だけして、第三者に全体の進行を委託したもの
- ③ 編集プロダクション等から企画の売り込みをえて、内部で検討した結果、すべての作業を依頼してしまったもの

などである。

こうした言い方をあえてするのは、<報道>を旨とする新聞社であっても、出版局の場合は、各編集部の出版活動は、組織の一員として、民間会社で行っている経済活動の一環であるにすぎないからである。したがって、管理職社員としては常時、少ない数の正社員で、組織の能力をフルに稼働させて、多くの出版物を1つの形にまとめて行かなければならない。さらに、良いものを作ることで、売上高を上げ、利益を出し、ノルマを達成する。そしてそのことによって会社に貢献し、サラリーマンとしての義務を果たすことが要求される。

その目的を達成するためには、社内スタッフだけでは足りず「社外の編集プロダクションやフリーの編集者、デザイナー、カメラマン、ライター、イラストレーター、校正者など、多くの専門家たちの協力が不可欠」であった。また、協力がなければ成立し得なかった。

そしてそれぞれの刊行物の、出来ばえもさまざまとなり、総売上の金額、売上率と利益の確保などという点での評価も、さまざまな結果となった。が、それらの中でも、今でも忘れられない自信作は多い。

特に、数多く作った皇室行事に関連する出版物のイメージが鮮烈である。その理由は明解である。どれもが、通常の出版物とは大きく異なった、億単位の売上を記録し、莫大な利益をあげたからである。したがってすべて営業的な成績がよく、会社に大きく貢献できた。だから、これら一連の出版物に対する愛着度はとくに強いし、どれも編集者冥利につきる仕事ばかりであったと言ってもよいだろう。

また「昭和天皇崩御」による「大喪」に始まり、「平成の大礼」、「秋篠宮殿下の結婚」、「皇太子殿下の結婚」など、一連の国家的な行事が、ちょうど私の在職中に、連続して行われるというタイムリーな時節にも恵まれた。

しかしこのような、皇室関連の行事をテーマにした出版活動だけを、熱心にやっていたというわけではない。国立公園をテーマにした全29冊の『日本の大自然』(写真=森田敏隆)シリーズや水墨画の豪華本シリーズ、『首里城』の写真集のような高価本(豪華本)など、さまざまなテーマと形態の写真集やMOOK類をいくつも作った。

中でも特に忘れられないものがある。それは1995(平成7)年1月、その年の3月末で、退社が決まっていた矢先に「阪神大震災」が起きた時のこと。被害状況の写真をまとめて編集し「緊急出版」という形で、『阪神大震災全記録』というMOOKを刊行した。この仕事も、私の編集部が担当したのである。

この災害で亡くなられた5千数百名の犠牲者の方々や、被害者には申し訳ない話だが、これも評判がよく、営業的な成績もきわめてよかった。被害を受けられた方々の多くは、最初は深刻な状況であっても、しだいに気持ちが落ちついてくると、何か記録的なものを求めたくなるようである。さらに、親戚などからの見舞いに対する、お返しのグッズの1つとして、これらの写真集がよく利用されたという事情もある。

また新聞社の場合、大地震発生後、刻々と本紙の写真記者たちが撮影して、紙面で第一次利用したあとの素材(写真)がきわめて豊富に残されていく。だから、その二次利用という形で写真集を作るという、いわば受け身の作業であり、編集者ばかりのわが編集部員には独自の取材能力がなかったのだが、「素材を生かして形にまとめる」という、こうした仕事こそ考えようによっては、スピードとタイムリーさを要求される、「最も<報道>らしい出版活動の1つであった」と言えるのではないかと思う。

2 膨大な保存ネガの存在

このように、数々のさまざまなタイプの出版物を世の中に出してきた編集者生活の中でも、特に忘れられないものの1つに『サン写真新聞戦後につぼん』というMOOKシリーズの編集をし

たことがあげられる。これは私が作ったMOOK類の中では、最も異色のタイプであったと言ってよいだろう。また、その仕様は、次のようになっていた。A4判変型、本文総162ページ。グラビア印刷1色刷。定価各号900円（本体847円）、表紙は4色刷、PP貼り。

本来の『サン写真新聞』とは、終戦の年の1946（昭和21）年から、約15年間にわたって、毎日新聞社系列のサン写真新聞社から発行されていた、ニュース写真を中心とした新聞形式の写真ジャーナリズムのことである。

これはまさに形式は新聞そのものであったが、そのスキャンダル性に於いては、内容的には今日の『FOCUS』や『FRIDAY』に近いものであったと言ってよいかもしれない。

この企画が実現するきっかけとなったのは、ある時、当時の『毎日グラフ』編集長、森英介氏からもたらされた1つの情報であった。森氏は友人である情報調査部長からその話を聞いたという。その情報によって『サン写真新聞』が刊行されていた当時、昔使われたネガが、大量に社の倉庫に保存されていることがわかったのである。それは昭和から平成に変わったばかりの頃のことであり、その数はおおよそ約10万点にも達していた。（図1参照）

そこで私はこれらの素材をもとに、1つのシリーズを刊行する企画を立てた。それは、秘蔵ネガの中からすぐれた映像をピック・アップして、リ・プリントし、事件別にまとめて解説をつけ、リメイクして全く新しい別の雑誌に再生して、あらためて発表しようとする試みである。

そして1年分ごとのニュース写真を、1冊ずつに凝縮してまとめ、『サン写真新聞』が創刊されてから、廃刊されるまでの15年間分の世の中の動きを、年代順にまとめて1つのシリーズにしようとしたのである。

またそれによって、写真映像による生きた戦後史としての、15年分の世相が定着されるユニークな刊行物になるはずであった。しかも、それは、当然、全15冊を予定していた。しかし結局、最終的には、予定した全15冊のうち10年分の10冊しか刊行できなかった。

それには商業ジャーナリズムならではの苦しい思い出と、あまり言いたくない辛い理由があったのである。また、途中で刊行を中止したことによって、多くの読者から電話や手紙できついお叱りを何度も受けた。その不愉快な日々することも記録に留めておきたい。

3 編集作業にクレームはつきもの

本来、編集作業そのものは創造的な要素が多く、作業に従事している間は常に充実していて、楽しい時間が多いものだし、自分が手がけた出版物が出来上がって編集部が届いた瞬間は、何度経験しても、常に楽しくうれしいものである。さらに読者からの反響の度合いによっては、その喜びは倍加する。けれども、編集長という立場になると、それだけではすまされない。

最も不快なのは、作ったものに対するさまざまなクレームに遭遇することである。たとえば盗作問題、無断転載、無断掲載、誤記・誤植、名誉棄損、誤った表記の問題、差別表現など、これらのトラブルの発生に伴って苦勞した編集長は多いはずである。

特に、週刊誌の場合などは他人のスキャンダルを暴くことが多いので、訴訟沙汰になることもしばしばである。したがって「裁判の1つや2つ抱えていない編集長はいない」という声さえもあるし、「それらが無いようでは一人前の編集長とは言えない」などという声も、ジャーナリスト仲間の間では、しばしばささやかれた。

しかし私が手がけたビジュアル系の出版物では幸い、あまりそういう事例はなかった。が、無断転載や無断掲載事件、誤植・誤記に関するクレームなどが、全く無かったわけではない。

けれども、それらはすべて組織運営のところで述べた②と③の「すべての業務を誰かに委託したもの」の場合ばかりであった。しかし、自分が直接した行為ではなくても、第三者に依頼している以上、責任者、発注者としての管理責任は免れない。幸い自ら手がけたもの場合は常に、責了時点ですべての原稿に目を通すことを心がけていたせいも、そうしたトラブルは皆無であった。このように人が何か行為を行えば、結果的に、しばしばクレームが伴うことは避けられない。そしてその対応、処理の仕方がまた難しい。

処置を誤ると、事が大きくなることが多い。「編集長ですが、どのような？」と言って、できるだけすみやかに電話に出るなどの対応をすれば、おだやかに話を聞いていくうちに、最初は激しい勢いでクレームをつけていた人でも、軟化してくることがしばしばだった。

しかし、土日など、やむをえず不在であったために、瞬時に電話に出ることができず、結果的に、「たらい回しにされた」などと感じると、一層激しくののしったりする人はかなり多かったし、中には社長あてに直接手紙を出して訴えたりする人もいる。それらのクレームが社長室から出版局長を通じて現場におりてくる。

その場合は、さらにすみやかに問題を裁かなくてはならない。単なる謝罪ですめばよいが、中にはこじれることもある。そしていったん対応を誤ると、もっと面倒なことになることも多かった。とにかく責任者という立場はたいへんなのであり、良いことばかりではない。

4 本論文の問題点

しかし、無断掲載や、誤記・誤植、名誉棄損などとは全く異なり、『サン写真新聞戦後につぼん』の場合、クレームという意味では、他に例のない類であったと言ってよいだろう。そのいきさつ、つまり途中で刊行が中止となってしまった、あまり思い出したくない理由とクレームの内容については、守秘義務があることを承知の上で、さしつかえない範囲内で一応ふれておくことにしたい。

そして、私自身のこの体験を基盤に、<写真術>がこの世に登場し、普及し、独自の<写真ジャーナリズム>が確立されるまでの流れと、その後の問題点などを整理し、さらに『サン写真新聞』とは、どのようなメディアであったのか。またその素材を使って、全く別の雑誌にリメイクする場合の手順、その成否、さらには刊行中止に至った敗因など、刊行に伴っておきた問題点を整理し、あらためて<写真雑誌と写真ジャーナリズム>の関係、<報道の意味>などについて問い直

してみることにしたい。そして、「かつてそうした『サン写真新聞』という特異な紙メディアがあったという<存在の記録>を残し、その痕跡を伝えておくこと」を主目的に、本論文を構成して行くこととする。

また本論文では一口にメディアと言っても、映画、テレビ、ビデオ、CDなどのエレクトロニクスを軸にしているデジタル・メディア、特に動く映像などのジャンルについてはふれないだけでなく、新聞・雑誌形式を中心にした、写真ジャーナリズムに限定して、論述して行くことにしたい。

II 写真術の登場と報道写真

1 写真術の登場

まず<写真の歴史>から遡って、見て行くことにしよう。その前に<写真 Photograph>の定義について確認しておきたい。『出版事典』によれば、

「写真術とはレンズを通して暗箱の中に映写された被写体の像を、感光材料上に結ばせ、この像を感光材料上に化学処理によって定着させる技術であり、写真はそれによってできた作品をいう。」²⁾

となっている。つまりここで、まず<写真術>と<写真>の区別についてふれている。次に『デザイン小辞典』では、

「フォトグラフの語意は、光の絵であるが、レンズによる光画は、写真の文字通り、被写体を忠実に記録したものである。しかし、写真術の発達につれて、カメラの操作、感光材料の選択、現像法、焼付、引伸法などにわたり、広範囲の技術が生れているために、同一被写体をとっても万人が同一の写真をつくることはない。また、被写体の選択、構図の決定、照明の調節などの問題は、撮影以前の問題であって、ここに写真家の個性と造型精神を発揮する大きい部分がある。すなわち、写真術には正確迅速な記録能力と、高められた表現能力があるということができる。

科学・測量・観測・医療・産業技術などに利用される写真は、記録能力に依存するもので、芸術写真・商業写真あるいは広告写真は、写真の表現力に重点をおくものである。報道写真はその中間にあるといえよう。」³⁾

と記述している。

こうした論旨からもわかるように、<写真>と<写真術 photography>は区別して使い分けられている。つまり<写真術>という技術を使って作られた作品が、<写真>だというわけである。そして<記録能力>と<表現能力>という2つの機能の存在を指摘している。しかし、その技術は、ダゲール以来、そう大きな変化はなかった。その写真術が登場してくるいきさつについて、横江文憲は『ヨーロッパの写真史』の冒頭の「まえがき」の中で次のように記している。

「パリでダゲールによる写真術が公表されたのは1839年のことであり、この年が写真術の発明の年とされている。ところが事実上は2年遡り、1837年にはダゲレオタイプのプロセスは既に完成していたのである。写真術は一個人のひらめきによる発明ではなく、多くの人々の化学や光学研究の積み重ねの結果であり、発明されるべき時期にきていたのである。このことは、同時期にロンドンでもタルポットによる写真術が公表されたことからも看取することができる。また、2人はお互いに研究内容を知らず、違う視点から研究を進めていたため、この2つの写真術のプロセスは全く異なるものなのである」⁴⁾

写真術は、このようないきさつで登場してきた。そしてそれ以来、まだわずかに160年しかたっていない。

2 わが国への伝来

写真術がこの世に登場して以後、わが国へはきわめて早く伝来している。そして最初は薩摩藩で、藩主などの撮影が行われことから始まった。

さらに上野彦馬をはじめ、多くの写真師が登場し、「明治の御一新」を迎えると、一挙に日本中に普及して行く。そして下岡蓮杖などが写真館を開いて活躍する時代を迎える。こうしてわが国に、急速に写真術が行きわたって行くのである。⁵⁾

そうした初期の状況をヴァルター・ベンヤミンは「著作集2」『複製技術時代の芸術』に収載した論文「写真小史」の中で次のように書いている。

「写真の発端をつつんでいる霧は、書籍印刷の開始をおおう霧ほど厚いものではない。発明の時節がどうに到来していて、幾人かのひとびとによってそれが感知されていたことなども、調べてみればすぐわかるだろう。おそくともレオナルド以来よく知られていた暗箱カメラの映像を、定着するという同じ目標を追って、何人かのひとびとが互いに独立した探求を始めていた。およそ5年にわたる研究ののち、ニエプスとダゲールがほとんど同時にこの目標に達したとき、発明者がぶつかった特許権にからむ面倒に幸いされて、国家がこの発明を拾いあげ、発明者には相応の補償を支払ったうえ、これを公開した。こうして、その後における急速な発展のための条件がととのったのである。その急速な発達には、久しいあいだ、いっさいの回顧を許さないほどだった。」⁶⁾

このような事情を背景に誕生した写真術ではあったが、その後、写真それ自体が独自の世界を切り開いて行く。さらに写真の大衆化に向けて大きな次の転換点となったのは、写真術と印刷術との融合であろう。日本では「1893(明治23)年、堀健吉の手によって写真亜鉛凸版の製版法の実用化が行われた」⁷⁾とされている。それによって、それまで、すぐれた技術と伝統を誇ってきた板目木版、木口木版などの、手技による「木版の技法」から、化学的な方法を取り入れた「写真術による製版方法」へと変わったのである。

それが、出版物の構成要素としての〈写真〉の初参加であり、当初は脇役であったものが次第

に変化して行き、以後、主役となることも多々あった。その後今日に至る約100年間における写真技術の進歩・発展には目を見張るものがある。

したがって、写真術が果たしてきた役割を無視しては、近代の出版物については語れない。またそれに伴って、出版物のあり方も大きく変わった。今では、多くの出版物に写真が取り込まれていることは常識であり、そのこと自体がきわめて日常的な光景となっている。

3 報道写真のルーツ

<写真の機能>という意味では、一般の人にとっては<報道写真>との馴染みが深い。では、こうした報道写真とはいつ頃から始まった概念なのであろうか。初期は、中近東やアジア方面などへの旅行（観光）写真から始まったとされている。その後は、戦場へカメラを持ち込み「戦争の記録」をするという局面で、大いにその効能を発揮し、<写真>の存在価値を高めていったという。⁸⁾

それは、今日に至るまで続いており、従軍カメラマンという言葉があるくらい、ポピュラーなものとなりロバート・キャパを代表とする、その他多くのカメラマンたちによる、命をかけた闘いがくりかえされ、数々の名作を生んできた。

ところでこのようなルーツを持つ報道写真だが、今日の主流とも言えるMOOK類などの刊行は、果して<報道>と言えるのだろうか。MOOK類の特徴は、形は雑誌だが、1冊まるごと1つのテーマでまとまっていることが多く、広告が入っているが単行本の性格が強い。そして書店に置かれる日数も、通常の雑誌よりも長く、内容的にはカタログ的な要素が強いものが多い。しかし、どんなものでもそれらに掲載された内容を伝えることは新しい情報の伝達活動であることには違いなく、広義の報道と言ってよいのではないかと考えられる。

このように、時代とともに激しく変わってきたのが、<報道写真>という概念だが、その原点にある「報道とは何か」という疑問は、あらためて問いなおさねばならない。『FOCUS』や『FRIDAY』のような雑誌は、はたして報道を旨としたメディアと言えるのか。また「写真は芸術か」という最も本質的な問題についても、あらためて考察する必要があると言えるだろう。

さらに<報道>という名のもとに、イギリスのダイアナ妃を死に追いやった事件を起こしたパラッチのような問題などもおきている。この事件はまだまだ人々の記憶に生々しい。このように、写真ジャーナリズムをめぐる問題点はきわめて多く複雑である。

それらの中から、わが国で戦後の一時期にのみ存在していた『サン写真新聞』という特異な紙メディアについて焦点をあて、「どのようなメディアであったか」について検討してみることにしたい。

そこでまず、『サン写真新聞』というメディアは、「一体、どのような形のものであったか」という基本的な認識、つまり新聞のスタイルの確認から行ってゆくことにする。

Ⅲ 『サン写真新聞』と写真ジャーナリズム

1 『サン写真新聞』について

『サン写真新聞』という紙メディアについては、私たちが作った、新シリーズ各号の巻頭の4～5ページに、次のように紹介されている。

「昭和21年4月19日、タブロイド判の一つの新聞が創刊された。“日本最初”の『サン写真新聞』である。定価は1部20銭、発行所は東京都麹町区有楽町・毎日新聞社新館、サン写真新聞社。編輯兼印刷発行人は出海偉佐男。

東京を中心にして関東圏で、駅売り中心に販売され、飛ぶように売れたという。発行日は火曜から日曜までだが、発売日は前日だったから実際は日曜日だけが休刊だった。創刊して2カ月目の6月5日号には、<本紙は6月1日より全国の個別配達に応じることになりました。ご希望の方は最寄りの新聞販売店へ御申込み下さい。>という社告が掲載されている。

印刷方式は、活版輪転。鉛の活字を組んで大組みをしていく方式は、すこし前までの一般紙と同じ（現在はコンピューターを駆使、カラー化に伴いオフセット、樹脂版などが増えた）。だが横組を主体にして、写真を大きく扱ったスタイルは、現在の視点でみても、斬新な感覚にあふれている。現在のようなテレビ、民放は無く、メディアといえば新聞と雑誌だけだった時代に、情報や娯楽に飢えていた庶民に限りない夢と希望を与えた。その秘蔵の写真が織りなす“不思議につぼん”の姿をとくにご覧いただきたい。」⁹⁾

というものである。

この新聞はその後7年間続けたあとタブロイド判から、1953（昭和28）年にはブランケット判へと判型が変わり、時代の移り変わりと共に大きく変容して行く。判型を大きくした背景には1952（昭和27）年から、各紙で夕刊が発行され始めたことと、紙の統制が撤廃されてだぶついてきたことなどがあげられる。さらにもう1つ、紙面の面積を増やして広告をたくさん取ろうとした思惑などもあったようである。さらに、テレビの本放送開始によって「テレビ時代」が早くも始まっており、メディア戦争がますます激しくなってきたという事情もある。¹⁰⁾

また創刊号から『サン写真新聞』各号の題字の脇には、英文でTHE SUN PHOTO TIMESというタイトルが入っていた。しかし1949（昭和24）年4月からはTHE SUN PICTORIAL DAILYという表記に変わっている。その理由は、当初の表記では、「写真の新聞、あるいはカメラ新聞という意味になってしまうという指摘を受けたから」ということが、「第4集・1949（昭和24）年版」には記述してある。¹¹⁾

この『サン写真新聞』という本来の定期刊行物は、形態は新聞形式だったが、内容的には今日の『FOCUS』や『FRIDAY』の先駆とも言うべき先見性に満ちていた。特にスキャンダラスな内容を掲載することで、定評があった。その主なものは、「小平事件の腐乱死体写真スクープ」（昭和21年版）、「帝銀事件の犯人像」（昭和23年版）、「下山、三鷹、松川事件」（昭和24年版）、「桜木

町事件の現場写真」(昭和26年版)、「もくせい号の犠牲者の死体散乱写真」(昭和27年版)、「バラバラ殺人事件の犯人の眼」(昭和27年版)などであり、枚挙に暇がない。

このように、この写真新聞が持つもう1つの特徴は、写真の持つ<記録性>という機能を存分に発揮していたことにある。しかし、時代が高度成長期に入ると、その興隆と反比例するかのようになり、新聞自体は勢いがなくなり、廃刊の道をたどってしまうのである。

それ以前、戦前は言論統制の時代が長く続き、新聞・雑誌の統廃合が激しかった。しかも戦争末期1945(昭和20)年8月頃の出版活動は、限りなく零に近い状態だった。だから翌年の1946(昭和21)年の時点では、早くも「出せば何でも売れる状態」となり、次々と創刊誌(紙)が登場してきた。しかし、目ぼしい出版物はまだそれほど多くはなかった。写真専門誌やグラフ雑誌だけでなく、写真を挿絵のように使った雑誌や書籍類も種類は少なかったのである。

『サン写真新聞』のオリジナルは、たまたま新聞形式によるジャーナリズムであった。

しかし、1946(昭和21)年当時、この新聞以外に、他に写真をメインにした雑誌形式のジャーナリズムが全くなかったというわけではない。その頃の状況については、

「昭和21年、カメラ雑誌、グラフ雑誌、写真新聞が一斉に刊行された。1月アルス『カメラ』が復刊。同じ1月『世界画報』創刊号も書店に姿を。そして4月の『サン写真新聞』へと続いた。9月『光画月刊』の復刊。11月『写真と技術』復刊。12月『マッセズ(働く人のグラフ)』が創刊された。

さらにこうした流れは翌年に引きつがれ、22年には日本で初めての週刊グラフ『週刊サンニュース』が11月3日付で誕生している。『サン写真新聞』がタブロイド判の新聞であったのに対して、こちらはB4判の雑誌スタイルだった。その中心となったのが、名取洋之助。名取の強い個性の下で、奮闘したが、売れ行き不振のため24年3月5日号の第2巻12号、通刊41号で、残念ながら廃刊となった。」¹²⁾

という記述が『サン写真新聞戦後につぼん』「第2集・1947(昭和22)版」にはある。

2 印刷技術の進化

「戦後の出版写真史」をたどる上で見逃せないもう1つのポイントは、印刷技術の変化であろう。機器、機材の進化と共に、出版物のタイプもどんどん変わって行った。それらの変化に伴って、出版物の世界で活躍するカメラマンの姿も大幅に増えていった。

ビジュアル雑誌の登場という意味では、『サン写真新聞』が生き生きとしていた時代よりはずっと後の1969(昭和44)年に『週刊朝日』(朝日新聞社)から「カラー版別冊」が刊行されている。さらに1963(昭和38)年になって、大判のビジュアルな月刊雑誌『太陽』(平凡社)が創刊されると、さらに出版界に大きな影響を与えることになる。それ以後は次々と、今日に至る本格的なビジュアル雑誌が登場してくる時代に入る。

そして1964(昭和39)年4月には『平凡パンチ』(平凡出版)が創刊されている。それに先立つ

8年前、1956(昭和31)年4月には『週刊新潮』(新潮社)が創刊される。これは、初の出版社系週刊誌の登場であったのだが、その成功が起爆剤となって、次々と創刊雑誌が現れ、一挙に週刊誌の全盛時代を迎えて行くのである。この週刊誌ブームは、その後ますます隆盛の一途をたどったが、それと引換えに、『サン写真新聞』の方は、衰退の道をたどり、その命を奪うかのごとく終焉の時を迎えてしまうのである。

一般に、通常の活字・印刷メディアでは文字が主体となっているものが多い。したがって、その場合は写真は主ではなく、従の扱いとなる。しかし、<写真ジャーナリズム>の場合は、その点が全く異なる。当然、写真が主体である。

また雑誌や単行本には、編集用語で言う<口絵>という部分があるものが多い。さらに、編集者やカメラマンによっては、中綴じの週刊誌の場合の、前後にある、写真を中心にしたビジュアルな部分を<グラビア・ページ>という人も多い。しかし、これは単なる<版式>¹³⁾のことをそのまま言っているのであって、全くの誤りとは言えないが、正確さという意味では、少し不正確である。

版式の違いという視点で見ればオフセット印刷で、口絵を印刷した出版物も多々あるから、正確にはその区別が必要となる。実際に今現在も『FOCUS』はオフセット印刷だが、『FRIDAY』はグラビア印刷方式によっている。また、これらの週刊誌の口絵の部分が拡大して、そこだけで独立してしまったと考えられる形式がある。それが、少し前の時代に全盛を誇った、大判の<グラフィック雑誌>というスタイルなのである。

3 壁新聞型の写真ジャーナリズム

またこれらと異なり、「雑誌でもない、新聞でもない」というユニークなスタイルだが、写真をメインにした紙媒体もある。たとえば、『少年写真新聞』、その他の『写真ニュース』などの類である。これらはいずれも、職場や学校などの掲示板に張り出す<壁新聞>という形をとっているものが多い。これらもかなり性格は異なるが、<写真ジャーナリズム>の一種と言っても過言ではないだろう。したがって、一口に写真ジャーナリズムと言っても、その実態は、さまざまである。

ただし、必ずしも写真ジャーナリズムとは言えないが、一方には<写真雑誌>という言葉が存在している。またそれには2つの意味を持つグループがあると考えられる。1つは「写真界のこと」をテーマにしたものである。中でも中心的なのは、写真技術を扱ったものであり、専門家向けの業界誌なども多い。

この、「写真界のこと」とは、「写真家とその作品を紹介をするもの」ということであり、どちらかと言えば<芸術写真>つまり「写真の芸術性」を重んじているグループである。『カメラ毎日』(毎日新聞社)や『アサヒカメラ』(朝日新聞社)、『日本カメラ』(日本カメラ社)などの雑誌がこれにあたる。これらは皆、写真を芸術としてとらえ、かつ写真に関するさまざまなテーマを扱っ

ている。ただし『カメラ毎日』は1985（昭和60）年4月号を持って休刊となった。

現在も刊行されているカメラ雑誌は、『アサヒカメラ』、『日本カメラ』など数誌を数えるが、かつては『サンケイカメラ』（産経新聞社）などという雑誌もあった。しかし、それらはいずれも短命に終わった。

もう1つのタイプは写真のことについて語るのではなく、何らかの情報を、写真を使って報道しているタイプと言ってよいだろう。つまり<報道写真>を主体にしたもののグループである。それは今日では『FOCUS』や『FRIDAY』などのような雑誌に代表されるし、現在のスポーツ新聞のほとんどは、写真をメインの売り物にしている。また、かつて多かったグラフ雑誌の類はその典型であったと言える。しかし、これらの雑誌や新聞は、編集方針は、お互いにかなり異なっている。

私が、かつて長期にわたって所属していた『毎日グラフ』という雑誌も、典型的なグラフ雑誌の1つであったと言ってよいだろう。これらは一般的には、待合室雑誌とよばれていた。またこれらの中で、現在も生き残っているのは、『アサヒグラフ』、『フォト』（時事通信社）など数誌あるにすぎない。

ただし、地方自治体が刊行している広報誌などには、まだまだこうしたグラフ雑誌形式のものが数多く残っている。そして、実際にこれらのグラフ雑誌は、銀行や美容院、病院など、不特定多数の人々が、出入りするような待合室などに置かれ、よく読まれていた。

4 雑誌のルーツ

新聞のことをニューズペーパーNewspaper というが、ジャーナルJournal とも言う。これは「日刊新聞」を意味している。そして元々は「毎日の～」という意味を示す言葉からきた言い方である。またジャーナリズムJournalismとは、「新聞・雑誌またはテレビ、ラジオなどの報道番組の取材・執筆・編集・経営など」、また「新聞・雑誌界や新聞・雑誌類」をいう。そしてジャーナリストJournalistはその「記者、業者」などのことである。

一方、英語で雑誌を意味するのは、マガジンMagazineという言葉だが、今日の雑誌の起源は、17世紀にフランスで書籍紹介業者が、新刊紹介のために発行した、カタログであったとされている。これに関しては、1998（平成10）年5月に、日本出版学会で植田康夫が詳細な報告をしている。¹⁴⁾

独立した刊行物としては、1665年にパリで刊行された『ジュルナル・デ・サバンJournal des Savants』および、同年、ロンドンで発行されたイギリス学士院の会報が世界最初の雑誌といわれている。

その後1731年には、エドワード・ケープEdward Cave が創刊した『ジェントルマンズ・マガジンGentleman's Magazine』がイギリスで発行された。

「この雑誌が創刊されて以後、1741年にはアメリカで『アメリカン・マガジン(American

Magazine) >や、<ゼネラル・マガジン (General Magazine) >が創刊され、元は倉庫や貯蔵庫を意味したMagazineという言葉が雑誌を意味する言葉として一般化した¹⁶⁾とされる。

日本の雑誌の分野では、開国の前年1867(慶応3)年10月に、洋学者の柳川春三が、欧米のマガジンを模して『西洋雑誌』を創刊する。

「西洋諸国、月々出版、マガセインの如く、広く天下の～」

とあり、柳川は定時発行性を重視した。これは1869(明治2)年まで続いたが、柳川の死とともに、明治3年2月には巻六で休刊になった。しかし、明治の始めは新聞が先行した。

1871(明治4)年5月、日本における近代新聞の始まりとされ、木戸孝允の援助のもとで日新堂から、『新聞雑誌』が発行されたが、これは雑誌ではなく、半紙8葉を2つ折りにして綴った新聞だった。文学的な色彩も強く、文明開化の一翼を担っていた。

1872(明治5)年には宗教雑誌の始めの『教義新聞』や『教林新報』なども発行される。1873(明治6)年夏、森有礼の提唱により、福沢諭吉、西周らが明治啓蒙運動の拠点として明六社をおこす。そして明治7年3月に『明六雑誌』を刊行する。

さらに1874(明治7)年『民間雑誌』が福沢諭吉他によって刊行される。『明六雑誌』は内容は本格的な総合雑誌であったが、1年目の部数は、平均3,205部だったという。その他にもいろいろな雑誌が刊行されていた。

こうして明治中期以降は、きわめて活発な出版活動が展開されて行くのである。なお明治初期の新聞・雑誌の動向については、興津要の『新聞雑誌発生事情』や高橋康雄の『メディアの曙』などに詳しい。^{16) 17)}

IV 「シリーズ」編集の動機と手順

1 昭和史ブームの余韻

すでに述べたように、予定では全15冊の『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズを作ることになった直接の動機は、膨大な保存ネガの存在がわかったことからであった。それはちょうど昭和から平成へと元号が変わった頃のことであり、当時は「昭和史ブーム」であった。特に毎日新聞社では、かつてカメラ毎日編集長を務めた西井一夫編集長が作った、定価12,360円(本体価格12,000円)A4判変型、総1,360ページという大部の『昭和史全記録』全1巻が出版されたばかりで爆発的に売れており、大きな利益をあげていた時期でもあった。

したがって当時は、これらの回顧もの、つまり古い写真を集めた写真集のような出版物の刊行に対しても抵抗感がなく、「何となくこれも売れるだろう」という先入観をもってしまったような気がする。

しかし、あとからよく考えてみれば、64年間も続いた「昭和」という時代全体を1冊に凝縮した『昭和史全記録』という出版物の持つ意味の大きさに比べて、同じ昭和とはいえ戦後の一時期、

15年間だけをまとめた『サン写真新聞戦後につぼん』というMOOKとでは、存在感や重要性が大きく異なることは否めない。しかし、この企画を立ちあげた頃はまだ、「昭和史ブーム」の余韻が生々しく残っていたので、その違いはあまり気にならなかった。

2 レイアウトのフォーマット

この『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズを作るにあたって私たちは、『FOCUS』『FRIDAY』の誌面構成を意識した。特に、レイアウトのスタイルに関してである。そして何となく似たスタイルの基本的なフォーマットを決めた。さらに本文の文体や、見出しの立て方などについてもこの2誌から大きな影響を受けた。

ただし、この2誌とは決定的に違うところがある。それは、これらの雑誌はいずれもスキャンダル性の強い、その時その時の現在のニュース、つまり生モノのニュースを扱っているところに大きな特徴がある。

一方、『サン写真新聞戦後につぼん』は、古い過去の材料を再構成したものであって、素材の全てが、いわゆる生モノとは言えないものばかりである。したがって『FOCUS』『FRIDAY』とは本質的に材料が異なっている。しかし考え方として、あたかも最近の出来事のごとく、臨場感を持たせた誌面作りを試みたかったのである。

またこれらの2誌が創刊された当時、『FOCUS』『FRIDAY』が出版界に与えた影響は大きく、その新鮮な形が一般に高く評価されていた。そしてどちらも多くの部数を売り上げていた。

しかも、これらは単に衝撃的でスキャンダラスな写真が多いというだけでなく、一般の読者でも思わず引き込まれてしまうような、わかりやすい独特の記事の文体に特徴があり、その点も評価が高かったのである。

したがって、この2誌が創刊されて以後、その「成功」というイメージが出版界に与えた影響は大きく、しばらくの間は弱小の出版社からも、類似のものが次々と出版され、一時期は乱立した状態となった。しかし、その多くは失敗し、次第に書店の店頭から消えていった。さらに最近では、本家であるこの2誌も、昔日の面影は薄くなっている。

3 原本を揃える

このような古い素材をもとに、新たなシリーズを編集するためには、まずオリジナルの新聞を見るのが、不可欠である。また、こうしたシリーズを編集して行く手順は、最初に15年間分のすべての新聞をコピーしてしまうことである。そしてその後の作業の原点となる原本としての副本を作ること。だが、その作業は困難をきわめた。そのコピーした枚数は正味14年分として、計17,640枚。さらに昭和28年3月2日、通巻2,313号からはブランケット判（大判）となったから、それ以後の紙の分量は2倍となった。

したがって、A3の紙で総計26,460枚にも達したことになる。「コピーするだけで4か月もかかっ

た」ということが、「第1集・1946(昭和21)年版」には紹介されている。¹⁸⁾

ところが、このシリーズを手がけるにあたって、自社の情報調査部をあたったところ、オリジナルとなるべき『サン写真新聞』の現物そのものが、発行元であったはずの毎日新聞社にも、すべてが揃って保存されていないということがわかった。何らかの事情で一部が失われていたのである。そこでOBの古池國雄氏所有の合本を借用して補充した。けれどもまだ不足の部分がある。

そこで部員と共に国立国会図書館に行って検索した。しかし、国立国会図書館といえども保存状態は完璧ではなかった。戦後の混乱期の資料はすべて網羅的に保存されていたわけではないのである。ただし、本社で欠落し、探している部分は確かに存在していた。

国会図書館では、こうした資料をマイクロ写真の形で保存している。だが半分以上、1冊まるごと複写することは、原則として禁止である。その場合は発行元の許可がいる。したがって自社の刊行物なのに、自分で許可を出すという面白いことになった。

その時、出した申請書は「国立国会図書館殿」という宛て名の、「資料複写許可願い」という書類だが、要旨は次のようになっている。「著作権は毎日新聞社が所有していますが、昭和27年4月と昭和34年4月分が欠落していますので、貴館所有の資料の欠落ページを、調査研究のために複写させていただきたい」というものである。またこの申請書は、別冊編集長と編集局情報調査部長の連名としていた。

したがって、この部分だけは編集用の原本も、マイクロ写真で複写したものということになった。が、こうしてとにかく、編集作業の基礎となる新聞のオリジナルを、創刊号から最終号まで揃えることができた。

4 編集の手順

コピーによる副本が揃ったあとは、私と専属のスタッフが、まず1年分の新聞紙面をすべて見てチェックして行く。そして中から見えそうな、映像の面白い重要な事件をピックアップする。次にその事件に関する保存ネガを探す。

そして、ネガから写真担当者に、紙焼きを作って貰うのである。そうした一連の作業は主として、定年退職した出版写真部のOBの方々に担当していただいた。

またこうした一連の事件の選定作業やライターの起用など、編集的に重要な部分については、フリーの編集者で、学生時代からの親しい友人でもある、清水潔氏の力を大きく借りた。その流れは次のようである。

ネガから新たに焼かれた紙焼きをもとに2ページまたは1ページに収まるように、〈組写真〉¹⁹⁾としての写真選びを行う。さらにそれらを組み合わせたラフ・レイアウトを作る。そのレイアウトのスタイル、つまり基本フォーマットも、あらかじめ決めた。

次にその素材にそって、ふさわしいライターを選び、本文となる文章を依頼する。そして、原

稿を書いて貰うのである。したがって、これらの作業に協力してもらったフリーのライターの数
は述べ、21人に及んだ。

次に、しばらくすると原稿が編集部が届く。こうしてすべての素材がそろった時点で、あらた
めてレイアウト（エディトリアル・デザイナー）に依頼して、正確なレイアウト指定紙を作っ
て貰うのである。そのできあがった原稿類をまとめて、一括一揃いにして印刷会社へ入稿する。

印刷の担当は凸版印刷となった。が、これらの選考は出版制作部の管轄であって、編集部では
ない。

やがて印刷会社に入稿して数日たつと、まず文字だけの部分の初校が、編集部に出てくる。そ
れを校正して戻すとまた数日後、青焼き校正となって再度出てくる。これには写真も所定の位置
に入ってくるから、印刷された時の姿がきちんと想像できる。

この段階で、編集スタッフが初校で直した文字などが、正しく直っているかどうかや、図版と
文字の関係、図版の裏表などの要点をチェックして確認し、さらに加筆訂正するのである。この
ような文字校正や図版のチェックなどの作業は、これも元社員であるフリーの校正者数名に、常
時依頼した。

これらのスタッフは、その他の企画の時も、常々お世話になった、いわば当編集部の専属とも
言うべき常連の人々ばかりである。その校正者と編集担当者が、2校または3校までの校正紙を
見たあとは、最終的なステップである責任校了という段階となり、作業が終わると<責了>²⁰⁾とい
う印を押して戻す。

その後は印刷会社に、製本までのすべての作業がゆだねられることになる。その後のプロセス
は通常の雑誌づくりと変わらず、ほぼ他の雑誌類と同様のペースで作業が進んだ。それは概ね、
月1冊ずつの形で刊行されていった。

しかし、結局「第10集・1960（昭和30年）版」を発行したところで発行は打ち切りとなる。

5 写真に保存用の番号をつける

編集作業には直接関係ないことだし、一般の読者にも全く関係ないことではあったが、掲載さ
れた写真に独自のナンバーをつけて行くという試みも行った。しかし、結局、この時につけられ
た番号そのものは全く機能せず、無意味となってしまったが、こうした考え方は、今でも正しかっ
たと思っている。

番号を付けたのは、このシリーズそのものが一種のカタログ機能を発揮することによって、社
の在庫写真のための目録となることを目指したからである。残念ながら、それはほとんど効果が
なかったが、毎日新聞社の古い写真のライブラリーそのものは、やがてそれが発展し、今では、
「毎日フォトバンク」と言う、約200万枚の所蔵写真を誇り、その中から15万枚を登録した大きな
データ・ベースになっており、会社の収入源の一つとして、大きく社の利益確保に貢献している。
それも、長年にわたってきちんとネガやプリントが、整理されてきたから可能となったことであ

る。²¹⁾

また今では、各支局やインターネットなど、パソコンを通じて、どこからでも在庫写真の内容が検索でき、一定の料金を支払えば利用できる。しかもその「利用率もきわめて高い」と聞いている。

V 「シリーズ」編集上の問題点

1 商業出版活動の限界

私たちがせっかく力を入れた企画だったが、残念ながら『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズは結局、最終的には失敗したと言ってよいだろう。しかし、今でもその企画の意図、つまりコンセプトは正しかったし、良かったのではないかと思っている。

内容が面白く、専門家の評価も高かったからである。そして資料性も高い。したがって現在でも古本屋などで見かけることが多く、高値をよんでいて、人気の商品の1つとなっている。しかし、ビジネスとしては失敗したのは事実である。

その主な原因はどこにあったのかと言えば、やはり商業ジャーナリズムとしての面で破綻したからだと言ってよいだろう。版元である新聞社の場合、報道機関ではあっても、民間会社である以上、その出版活動は本質的に、商業出版としての制限の域を出ない。

まして、古い写真をリメイクした出版物の刊行という仕事などは、純粹の〈報道〉とは言えないのである。その点、大ヒットした『昭和史全記録』の場合は、同じように古い写真を使っているが、「昭和から平成へ」という転換点に際して、年度別に過去の情報をまとめるという形で編集していて、まさにこの時期ならではのタイムリーな出版物であり、広義の意味での報道性が強かった。それに比べれば、「サン」の場合は、やはり企画性の強い出版物の刊行という面が強かったことは否めない。

したがって商業出版社としての本来の使命である、「利潤追求のためのシステム」という構造的な部分が破綻すれば、撤退もやむをえないことになる。

2 敗因は何か

ではどうして失敗したのか。その敗因は何であったのか。その原因についてもう一度考え直してみることにしよう。

敗因の第一点は、「昭和史ブームの幻覚」があったことである。したがって初版を4万部に設定して試算書を作成したことが、結果的にははずかったと言える。しかも実際には初版部数は、さらに増え、4,3000部となった。こうした部数の決定方法は、通常、編集と営業、その他の幹部との合議によるが、最終的には経験則にもとづくカンによって決められることが多い。

今でもそうだが、当時のグラビア印刷は、1つの版(正確には1本のシリンダー)で40万部く

らいは軽く刷れる能力をもっていた。

しかも大型の機種が実用化の時代に入っていて、大手印刷会社は仕事量を拡大している時期だった。グラビア印刷は、製版代は高価だが、部数さえ出れば一部あたりの単価は安くなる。しかも、写真の再現性が抜群によい。そして大部数を短時間で刷り上げてしまうスピードが圧倒的に早い。だから、特に時間を争い、定価が安く、報道性を重視した週刊誌のようなものの印刷に向いている。

しかし、単独で40万部もの部数が出ている雑誌は、思ったより実際は少ないものである。一部の週刊誌や月刊誌だけ。たとえば月刊誌では『家の光』や、資生堂のPR誌である『花椿』などが、当時は100万部以上出ている雑誌として、印刷部数が多いことでよく知られていた。しかしこうしたものはそう多くない。

このようにまず「昭和史ブームの幻覚」から、

- ① 部数の読み違えをしたこと
- ② 雑誌形式にしたスタイル設計のミス

の2点があげられる。しかし、別冊編集部が手がけている以上、「雑誌スタイルの形式をとらざるをえなかった」とも言える。要するに、やむを得なかったことなのだ。

というよりは、むしろ別冊編集部が作るのだから単純にMOOK形式で、ということであり、「MOOKのテーマとしてこれは面白い素材である」と考えたことが発端だったからだと言えるだろう。だから、企画の当事者としては最初から上製本または並装であっても書籍形式にしようなどという考えは全く持っていなかった。また、その「どちらでやるか」というような検討さえも全く行わなかった。さらにそこに、次の、

- ③ 印刷方式の選択を誤った
- ④ 刷り色の選択をミスした

という2つの反省点に加わる。それも、今だから言えることである。

今思えば、グラビア印刷を採用した印刷方式の選択そのものが、もっとも大きなミスであったとも言えるかもしれない。この版式については「雑誌だからグラビア印刷で」という単純な選択で決定してしまった。だから「オフセット印刷にするか？ グラビア印刷で刷るか？」というような根本的な検討は、最初からほとんど行わなかった。

3 痛かった印刷の刷り色ミス

さらに痛かったのは、3号目に刷り色のミステークという思わぬ事故がおきたことである。これが決定的な敗因となったとは言えないが、調子が悪くなると、予想外のハプニングで、仕事の流れに悪い影響が出ることもある。このミスもイメージの回復に、大きなマイナスとなった。

刷り色に関しては、最初、第1号と第2号はわざわざ真っ黒のインキではなく、少し青みがかった色合いを採用し、指定して印刷してもらった経緯がある。〈古写真〉のイメージを残そうとし

たからである。しかし、今思えばそのアイデア自体が間違이었다と言えるかもしれない。この刷り色を選んだことによって、もともとの写真が持っていた迫力を薄くしてしまったのである。つまり、せっかくのグラビア印刷の持ち味を、残念ながら殺してしまう結果となった。

このように雑誌作りでは印刷インキの色合いの選び方が難しい。しかし、編集者としては、何か変わった独自のアイデアを使ってみたいもの。だがそうした向上心がかえって仇となることもある。

要するにそのことで、写真の持ち味をスポイルし、魅力を半減させてしまったのである。その反省から3号目は急遽、真っ黒のインキに、刷り色を変えた。これはうまくいったので、ここで軌道修正がはかれるはずだった。ところが、その次の4号目はさらによくはない結果となった。

責了紙を戻す際に、3号目と同様の黒インキで刷るように指定したにもかかわらず、印刷会社の営業担当者が、工場内部の現場に指示事項を流す伝票に要点を記入する際、間違えてしまったのである。原因はそれまでの1～2号の伝票の記述をそのまま、うっかりとまる写ししてしまったことにあった。

この担当者とは付き合いが古く、気心のしれた長年のパートナーでもあり、優秀な営業マンだったが、この事故は働き過ぎによる疲労と自己過信の結果だった。

とにかくあとのまつり。＜刷り出し＞が出てきた時には、すでに遅かった。43,000部分の全ページが刷り終わってしまったのである。しかし、刷り直しをしてもらう予算も時間もない。通常は責了から配本に至るまで、流れるようにスケジュールが組まれている。にもかかわらず、紙の手配からということになると、在庫の有無が問題となるので、簡単にはやり直しがきかない。

また当時は高度成長期の余韻が残っている最中だった。したがって輪転機のスケジュールが、分刻みでいっぱいだったという事情もある。まさにここでイメージを挽回すべきところであったし、そのつもりでいたのだが、つまらぬミスにより、余計、悪い結果を招いてしまった。

4 最大の敗因は売れ行き不振と広告料不足

このような悪条件が重なって、結局このシリーズは、連続して15冊刊行する予定だったものが10冊で終わってしまうことになった。したがって残りの5冊は、その後、今に至るまで刊行されていない。

失敗したその最大の原因は、次の3点である。

- ① 売れ行きが悪かった
- ② 広告料の収入不足
- ③ 『サン写真新聞』の知名度不足

要するに最も大きな失敗の理由は「売れ行きが悪かった」ことである。そこに、さらに②と③が加わる。しかも、一部の熱心なファンには評判がよかったのだが、本屋で立ち見はしてくれても、あるいは興味を持って見てくれる人は多くても、残念ながら「現物を買って揃える」という

ところまでは、なかなかいってくれなかった。もともと必要不可欠のものではなかったからであろう。

あとからわかったことは、こうしたテーマを好む読者の数は、それほど多くはいなかったという事実である。したがって、読者は「いそうでいて、いない」ということを自覚せず、またそのことを真剣に検討しなかったことも大きな敗因の1つであったと言えるだろう。

もう1つ残念だったのは、これも採算性のマイナスに大きく響く原因となったことだが、広告料がほとんど入らなかった点である。通常、雑誌は「広告料収入+本誌の売上収入」を前提にして成立している。したがって、そのどちらか一方が欠けていては、ビジネスとして成立しない。

書籍の場合なら、広告料収入はあてにしないですむ。しかし、その反面、本体の売上だけで黒字となるようなさらに厳密な、コスト計算が欠かせない。つまりもっと根本的な、別の角度からのコンセプトの検討が必要となるのである。

『サン写真新聞戦後にっぽん』シリーズの場合は、雑誌作りを選択したにもかかわらず、わずかに数ページ分の、表紙回りの広告を確保するのがやっとだった。

それには理由がある。一般に広告スポンサーとなってくれる企業の多くは、通常、自社の歩んできた道、過去などはあまり振り返らない傾向が強い。したがって社史などのような記録性の強いものの刊行はさかんだが、それらの多くは社内向けであって、「宣伝して市販する」などということはない。

また明治以来の、歴史のある有力な大企業は資料館や博物館を持っているところが多いものだが、そうした施設は、どこも単独では赤字経営のところが多く、その運営に困惑している。また戦後、急成長した電器メーカーなどの有力企業の場合でも、自社製品の試作品など、あまり過去の資料は残していないところが多い。

それだけでなく、一般に企業は過去を振り返らない。過去にこだわらないし、過去を懐かしんでなどいられない。見据えているのは、常に現在と未来の姿なのである。したがって、この手の企画のスポンサーにはなかなか来てくれない。だから広告料収入も入ってこないことになる。

この点に関しては、むしろ企画の特異性から広告担当者にも、迷惑をかけることになってしまったような気がする。

そうした事実は、私が別冊編集長になって最初に手がけたMOOK『にっぽん全国企業博物館』（1988年12月刊）を編集した時、すでにわかっていたことであつた。これはユニークな企画として当時は評判がよく新鮮だったが、スポンサーとしては、とりあげた企業は、必ずしも喜んで広告を出してくれたところばかりではなかった。しかし、そうした反省点は、すっかり忘れていた。

このように、まず「売上収入」と「広告収入」という、雑誌発行の成否を左右する最も重要な、基幹の部分である採算性の面で破綻したこと。その要因は、要するに「雑誌作り」を採用したことにより、それが仇となってしまったのである。ということは、「わが別冊編集部が手がけたこと自体が過ちであつた」と言えなくもない。

5 知名度不足もたたる

もう1つの大きな敗因は『サン写真新聞』そのものの知名度があまりなかったことである。1960(昭和35)年に、廃刊されてからすでに30年近くもたっていて、多くの人たちからその名前が忘れられてしまっていた。しかも、この新聞は東京地区、つまり関東圏を中心に発行されていた媒体だったのである。したがって関西地区では、もともとその存在自体が全く知られていなかった。だから30年後のリメイク作品である『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズも、関西地方での売れ行きが特に悪かったのである。

そのことを考慮すればタイトルも『サン写真新聞』のロゴタイプを思い切って小さくし、「戦後につぼん」だけを大きく扱って、「戦後の世相」をメインにした雑誌作りにイメージを変更した方が、よかったかもしれないとも言える。さらに、もう1つのアイデアも試みた。

6 団塊の世代にアピールしようとしたが

それは当時の若者に「自分たちの生まれた年の風景を知ってもらおう」と考え、「団塊の世代に訴えよう」と意図した」ことである。そして、それを意識して次のような企画ページを設けた。

- ① 各号に、その年生まれのタレント・文化人の「人物ファイル」を作って載せる
 - ② その中から代表的なエッセイスト1人に、「エッセイ」を書いて貰う
 - ③ その年生まれのタレント1人に、代表して定型の用紙に「履歴書」を書いて貰う
 - ④ 各年の特徴は「どのような時代であったか」という時代の特徴について、元『サンデー毎日』編集長で、評論家の鳥井守幸氏に毎回、連載の形で書いて頂くページを設ける
- などである。

さらに「広告界」(石川弘義)、「出版事情」(井家上隆幸)、「映画界」(照本良)、「事物型録」(清水潔)、「流行語」(西井一夫)などの小項目を設けて、それぞれのライターたちに毎回、10冊連続して2ページずつ執筆して頂くページも設けた。

しかし、これらのせっかくの試みもさしたる効果がなく、結局、団塊の世代を購買読者層として引き込むことにも失敗した。

これは企業だけでなく、一般の若い人達もまた、若き年代には「過去などをふりかえる気持ちがない」ということを示している。「自分が生まれた頃は、どんな時代だったか」などということには、多くの若者は、全くと言ってよいくらい関心を持たない。そうしたことに関心をもつようになるのは、ある程度、年齢が上の世代になってからなのである。特に女性は、その傾向が強い。

VI なぜ全15冊が10冊で終わったか

1 続行をめぐる会議が

これらの結果から、刊行が始まって半年目ぐらいから、当然、『サン写真新聞戦後につぼん』シ

リーズの刊行継続をめぐって、何回も会議が開かれることになる。

そこで収入と支出のバランスや、その後の見直しなどについても、何度もシミュレーションが行なわれた。編集長であり、発案者でもある当事者としては当然、会議のたびごとに強力に存続を主張した。こうした企画は「完結しなければ意味がない」と考えていたからである。

それに腐る内容ではない。むしろ完結させて、全体を分割して3つの箱に入れ、セットにして、長い時間をかけてゆっくりと売って行きたいと考えていた。実際、最初の5冊分だけはセット販売のための箱も作った。そして「必ず売れる」と主張した。

しかし、そのアイデアも結局は理解されなかった。科学的な根拠に乏しいし、推測にもとづく単なるアイデアだけでは上司を説得しきれず、また信用されなかったからだと言ってもよいだろう。

また、そういう場合、自分に傷がつくのを恐れ、平気で切り捨てるタイプの人も多い。人は自己の保身第一に動くものである。その意味ではこの時期の局長、局次長とも同様であった。しかし、幹部にとって最も恐怖なのは、赤字が続くことなのである。

そのことは承知はしていたが、それにもかかわらず途中で切り捨てるような、あまり好ましくない態度は、私はとりたくなかった。だが、結局、その願いはかなわなかった。

もう1つ、やむをえなかったもっと大きな理由がある。それは、当時の毎日新聞社の社内事情である。要するにリストラの真っ最中であり、ずいぶん以前から赤字体質が変わっていなかったのである。したがって会社としては、赤字のプログラムを、さらに継続させて行くだけの体力がすでに無かった。

だから、いかに企画がよくても、あいまいな見通しだけでは、それ以上「赤字を続けてでも出せる状態にない」という考え方が優先されることはやむをえなかった。したがってついに局長、局次長レベルによる高度の判断によって、刊行は「10号までで打ち切り」ということになった。

しかし、対外的にはそれでは通らない。いったんシリーズとしての刊行を始めてしまった以上、ジャーナリズムのモラルとしては、継続すべき社会的責任があるからである。

やがて、休刊後しばらくして続刊が出ていないことがわかった時点から、編集部にクレームが殺到することになる。そうしたクレームはもっぱら、当事者である編集長のところに集中的に回ってくる。そして皆、異口同音に強い口調で「なぜ続きが出ないんだ」と詰問するのである。

2 発行不能状態の理由について

やむをえず、抗議をしてきた1人1人に、刊行停止の理由について説明し理解してもらった。その理由とは、「ネガのリスト（保存台帳）にはあるので、全15冊刊行という計画は発表したが、現在ネガ自体の実物がみつからない。したがって発行不能の状態のおちいった」というものである。しかし、そう簡単にはなかなか事情を理解して納得してくれる人ばかりではない。

実際にこれらのネガ類は、今はない、浜松町に借りていた社の倉庫に保存されていたもので、

そこからわざわざ発掘して、出してきたものばかりである。したがって、昔の人たちの整理保存はそう完璧だったわけではない。というより、30数年前はきちんとしていたのに、保管している過程でくずれてしまったと言った方がよいかもしれない。

ただし、先輩たちが作ったもともとの保存台帳そのものは見事に整理されていた。したがって当初、発表した保存枚数等の数字は、あくまで、そのデータによっている。ただし刊行を企画した時点で、別冊編集部スタッフが、すべてを数えて確認したというわけではない。

このネガの整理という地味で、持続力を必要とされるたんねんな仕事は、「桜井敬哉さんという当時69歳、この道50年のOBの努力による」ということが「第10集・1955(昭和30)年版」には記述してある。²²⁾

したがって、たしかに台帳にはのっているけれども、実物が無くなっているネガも、実際にはあったのである。それ以前にくりかえし出版された「昭和史シリーズ」など、他の刊行物に使うために引き出された場合が多く、それらは使用後、元の位置に返されていないことも多かった。そのために、なかなか見つかりにくくなったりしていた。

だから全くのウソを言って、ごまかしたというわけではない。理由として答え、公表したような「ネガの紛失」という事情が全く無かったわけではないのである。

ただし「続行、継続し、完結させる」という方針が出ていたならば、一部の写真が無くても、重要な部分は自社のライブラリーや、他社から借りた写真を補充してでも、発行し続ける方法は残っていた。

もちろんそれではオリジナル性が薄れ『サン写真新聞戦後につぼん』というタイトルとなっている以上、ウソがあることになる。しかし、たとえそうであったとしても終戦後の「世相を記録し再生する」というもう1つの編集意図は満たすことができたはずである。

実際、「第1集・1946(昭和21)年版」は1年分のすべてが『サン写真新聞』のオリジナル・ネガばかりで構成したものとはなっていない。新聞が創刊されたのが4月であったので、1月から3月までは、もともと『サン写真新聞』としてのオリジナル・ネガは無かった。

したがって、その間は新聞本紙のものや、他社から借用したもので補充した。保管リスト(図1参照)によれば、その後も4月から8月までの4か月分の欄は空白となっている。これは、創刊当初はサン写真新聞社に専属のカメラマンがいなかったことによる。この間はすべて、フリーのカメラマンによる写真で構成されており、ネガは個人のものだったのだ。

9月以降になってようやく、社員カメラマンが採用されて撮るようになる。その結果、それ以後のネガが保存されるようになったのである。1946(昭和21)年と言え、当時は戦争直後のことでもあり、機材も少なく、フィルム入手も困難な時代だった。

この表を見れば一目瞭然のことだが、9月から12月まで、保管されている4か月分のネガの総枚数は、わずかに計527枚にすぎない。そしてガラス乾板によるものなどが多かった。カメラもスピグラ(スピード・グラフィック)という大型の機種を使っているものが多い。

また廃刊となった1960（昭和35）年は、1月から3月までの分だけだが、その数字は、計1,859枚となっている。そして最も多かったのは、1954（昭和29）年の12,121枚、その次が1955（昭和30）年で、10,205枚となっている。

このように急速にネガの枚数が増えているのは、1952～1953（昭和27～28）年頃からさかんになった「カメラブーム」が背景にあったからである。つまり軽工業の発達に伴って、安い国産のカメラがたくさん売り出され、普及し、フィルム生産なども潤沢となった結果、日本中がカメラマンだらけになっていたという背景がある。が、いずれにせよ、15冊分の刊行を全うできなかったことは、編集者としては残念な結果であり、今でも慚愧に耐えない。

3 基本設計の誤り

このように新聞社の出版局はマスコミであり、報道機関であると言っても、つきつめれば利潤追求を目的とした民間会社なのであって、そのために存在している1つの組織にすぎない。まして出版局は新聞経営とは別個に、常に独立採算性を要求されている。しかし、新聞本体に力があれば、話は別である。多少の赤字はいとわれないという情勢ならば、理想を追い求めた出版活動を続けていくことも不可能ではない。しかし、本質的には商業ジャーナリズムである以上、できることには、おのずと限界がある。

それでもこのシリーズの実売部数は、常時12,000部ぐらいはあった。これは考えようによっては、凄いことであり、書籍の部数として考えるならかなり良い方なのである。ということは、仮に、定価や本の作り方、つまり基本設計を変えたとしても、潜在購買層としての読者数があまり変わらなかったと仮定すれば、十分成立させることはできたかもしれないと言えるだろう。つまり、最初から2万部ぐらいの発行部数に留めておいたならば、十分に採算はとれていたのではなかろうか。

通常、生モノのニュースを扱っている雑誌類では、定価設定は売上げに直接、大きく響く。少しでも安い方がよいのである。したがって各社とも、そのためにコストの削減には鎬をけずっている。だからグラビア印刷が発達したのである。グラビア印刷は早くて美しい。が、量産向きなので、数さえ出れば1部あたりのコストはかなり安くできる。

しかし『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズの内容なら、部数をおさえて定価をあげても、ビジネスとして成立する可能性は、充分考えられた。定価を上げて、おそらく実売部数にはそれほど大きな影響はなかったと考えられる。ただし、その程度の部数では、グラビア輪転印刷には向かない。

だから、版式を変えてオフセット印刷にする。そして定価を2倍ぐらいに設定し直す。そうすれば売上収入の総額は、雑誌作りと近いものになる。それなら計算は、もっとずっと楽になったはずである。

また、そうしていたら少なくとも、第1次配本の段階から、黒字に近い数字を出すことができ

たとえられる。そうなれば続行が可能であり、たとえ返品による在庫が、ある程度出たとしても、シリーズの完結後に、ゆっくりと時間をかけて、セットにして売っていくことができたかもしれない。そして、最終的には十分に黒字にすることができたし、読者からのお叱りも受けずすんだ。

こうしたいきさつを考えると、残念ながらこのシリーズに関しては、企画担当者としての、最初の出版計画における、

- ① 基本設計そのものが過ちであったのでは
- ② 編集者としては未熟であった

という2点を認めざるをえない。ただし、＜宣伝費＞については通常、総売上の金額の7%程度を計上しており、その予算は最初から投入して行くことになったので、やるべきことはやったと言える。

4 もう1つの反省点

元日本出版学会会長で、神奈川大学名誉教授の箕輪成男氏は平凡社の『大百科事典7』＜出版＞の項で、「コミュニケーションの社会的機能」として「①報道、②評論、③教育、④娯楽」²⁰⁾ という4つの概念を指摘している。出版物にも、この概念はそのままあてはまると考えられる。しかし、よく考えてみると、この『サン写真新聞戦後にっぽん』シリーズは、この4つの区分けという意味では、これらのどこにも入らなかったと言えるのではなかろうか。

生のニュースの「①報道」ではないし「②評論」でもない。「③教育」的な意図も曖昧だし、「④娯楽」としてもふさわしくない。一部の読者が楽しんで見るという意味では「娯楽だ!」と言えなくもないが、娯楽性には乏しい。

たしかに資料性は強いが、そうしたものを扱う場合は、フォーカス調のレイアウトや文体などはなじまない。というわけで、新しいコンセプトを試みたつもりであったのだが、そのアイディアの1つ1つがかえって仇となってしまったとも言えるのである。

このように、「この4つの概念のどこに該当するか」という基本点の確認は、あらゆる出版計画の成否を予見する際には、かなり重要なポイントとなるということが、この体験から言えるように思う。写真ジャーナリズムはやはり、常に報道性の中身を重視すべきなのである。

したがって、いくら基本設計のコンセプトがよくても、営業的に成立させることがむずかしければ、1つのシリーズ発行を存続させて行くことはできない。民間会社である以上、利益の追求が優先されるのは否めないし、利益が出なければ、会社の存続そのものが望めなくなるのは当然だからである。

VII おわりに

事情は異なるが、今まで時代の花形だったはずのテレビ局に最近、マスコミ界の矛盾が噴出しつつあるように見える。

近年、CMの抜き取り事件や社員のセクハラ事件など、「メディアの迷走」とも言うべき恥ずべき事件がテレビ界に続出している。その背景には、マスコミ各社の従業員1人1人の中に、「奢りの体質」があるからではないかと考えられる。結局、利益追求が第一に優先される体質と、影響力の強い「送り手」の一員という立場からくる錯覚によって、「マスコミ産業」の従事者1人1人が、「心の奢り」を持ってしまっただけでなく「モラルの欠如」とさえなっていることに原因があると言えるのではないだろうか。

今でも少数の「送り手」としてのマスコミは、庶民に対して、強大な影響力を持っている。しかし、ジャーナリズムで仕事をしているからといって、またその影響力が強いからと言って、そこに従事している社員1人1人が、格別偉くなったわけではない。＜メディア産業＞は本質的には、「情報の紹介の業」にすぎないのである。それなのにその感覚を取り違えてしまう従業員が出てくる。そして意識の上でのその「偉さ」の気分が、1人歩きしてしまう。

だが、このような従業員ばかりを一方的には責められない。そうした奢りの体質を支え、許してしまうのは、実はそれを喜び、享受している一般大衆という「受け手」そのものが存在しているからなのである。だから実はこうした「庶民の方がもっと狡い」と言えるのではなからうか。

一般大衆はしばしば、不都合なことは何でも、政府（権力）やマスコミのせいにする。しかし、常に、リードされ作られた世論ではあっても、それに安易に迎合して、それを享受し、結局、許容してしまうのは、庶民の側なのである。つまり「マスコミの奢りの体質」を容認し、それを支えているのは、実は「読者や視聴者という形で協力している庶民」であり、どこにも存在している＜個人＞そのものということになる。

☆

私達スタッフが『サン写真新聞戦後につぼん』シリーズを作ろうとした動機の中には、マスコミの一員としての奢りの気持ちは全くなかったつもりである。純粹に写真の持つ面白さに感動したからこそ、この企画を手がけたのである。

しかし「報道機関としての、本来の使命は何か」ということについて、真剣に考えることをおろそかにし、＜報道＞の意味を軽視し、力を過信していたことは否めない。

このように今考えれば反省すべき点は多々あるが、とにかく、このシリーズを手がけることができたことは、長い編集者生活の中でも最も面白い、得難い体験の1つであったと言ってよいだろう。まさにこれこそ、編集者冥利につける仕事であった。

現役を離れてすでに5年。今ふりかえてみると、若かったけれど、きわめて充実した日々が続いていたあの頃が、無性に懐かしく思い出される。しかも希有な体験に、さまざまな形で連続

して参加できたことは、今でも私にとっては忘れられない場面ばかりであり、誇りでもある。

注・参考引用文献

- 1) <MOOK ムック>はBOOK+MAGAZINEからきた造語。最初はアメリカで使われ、やがて日本でも普及した。不定期刊行物だが雑誌形式なので広告が入る。したがって2つの領域での収入が見込める。雑誌だから並製本なのが一般的。
- 2) 布川角左衛門、岡田温、寿岳文章、鈴木敏夫、美作太郎『出版事典』出版ニュース社、1971年、pp.192-193.
- 3) 山崎幸雄、塚田敢、福井晃一『デザイン小辞典』ダヴィッド社、1968年、pp.100-101.
- 4) 横江文憲『ヨーロッパの写真史』白水社、1997年、PP.7.
- 5) 中川邦昭『映像の起源』美術出版社、1997年、PP.213-237.
- 6) ヴァルター・ベンヤミン著作集2、編集解説 佐々木基一『複製技術時代の芸術』晶文社、1970年、pp.70.
- 7) 鎌田弥寿治『写真製版技術小史』共立出版、1971年、pp.100-101.
- 8) 別冊宝島97『現代写真・入門』宝島社、1989年
- 9) 『サン写真新聞戦後につぼん』第1集・1946(昭和21)年版、毎日新聞社、1989年、pp.4-5.
- 10) 『サン写真新聞戦後につぼん』第8集・1953(昭和28)年版、毎日新聞社、1990年、pp.4-5. pp.150-151.
- 11) 『サン写真新聞戦後につぼん』第4集・1949(昭和24)年版、毎日新聞社、1990年、pp.150-151.
- 12) 『サン写真新聞戦後につぼん』第2集・1947(昭和22)年版、毎日新聞社、1989年、pp.150-151. なお、この記事は『新聞カメラマンの証言——戦後新聞写真史』(日本新聞協会編)によっている。
- 13) <版式 はんしき>は、印刷の版の作り方の違いをいう言葉。通常、凸版、平版、凹版、孔版の4種類に分けられる。凸版は活版か樹脂版、平版はオフセット印刷。凹版はグラビア印刷。孔版はプリントゴッコやシルク・スクリーンなどが、いまでも使われている代表的な印刷方式(版式)である。
- 14)15) 植田康夫『日本出版学会会報』1998年7月、No.95. pp.4.
- 16) 興津要『新聞雑誌発生事情』角川選書、1983年
- 17) 高橋康雄『メディアの曙』日本経済新聞社、1994年
- 18) 『サン写真新聞戦後につぼん』第1集・1946(昭和21)年版、毎日新聞社、1989年、pp.150-151.
- 19) <組写真 くみしゃしん>は編集用語。写真記事は通常1枚ものではなく、数ページにわたっ

て複数の写真を組み合わせて使うことが多い。そして絵（写真）の組み合わせによって、物語の流れを作る。そのために膨大な素材の中から写真を選んで組み、ストーリーを作っていく。したがってカメラ技術が進歩すると、あらかじめ撮る枚数が増えるので、捨てる写真の数も増えることになる。

- 20) <責了 せきりょう>とは編集用語。責任校了（せきにん こうりょう）という言葉の短縮だが、「あとは印刷会社に全て任せるので、責任をもって指示通りにミスを直して、印刷して下さい」という意味で使われ、校正の最終段階で用いられる。
- 21) 『毎日新聞社報』1999年10月1日号
- 22) 『サン写真新聞戦後につぼん』第10集・1955（昭和30）年版、1989年、毎日新聞社、pp.150-151.
- 23) 下中弘編『大百科事典7』平凡社、1985年、<出版>の項は箕輪成男執筆。

●サン写真新聞15年間の特写ネガ保存状況

図1

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	合計
昭和21年 1946	創刊				—	—	—	—	147	89	175	116	527
昭和22年 1947	40	20	88	25	71	90	93	133	152	147	286	137	1282
昭和23年 1948	192	182	145	176	230	232	200	272	201	284	337	249	2700
昭和24年 1949	233	238	118	217	338	359	422	328	398	321	173	152	3297
昭和25年 1950	447	584	434	556	410	244	229	446	331	314	331	331	4657
昭和26年 1951	393	558	336	366	452	444	555	564	337	367	467	554	5393
昭和27年 1952	624	435	819	901	1172	894	625	554	608	764	675	612	8683
昭和28年 1953	782	455	1022	409	703	575	911	600	769	974	975	718	8893
昭和29年 1954	920	1095	1185	1019	920	976	1060	1075	986	987	971	927	12121
昭和30年 1955	1029	814	888	901	845	908	856	805	712	797	832	818	10205
昭和31年 1956	884	736	719	771	746	776	796	679	696	845	752	808	9208
昭和32年 1957	762	645	623	869	756	787	716	719	653	809	848	824	9011
昭和33年 1958	776	699	728	848	676	542	598	670	621	690	592	523	7963
昭和34年 1959	523	402	485	517	517	676	581	579	506	454	678	571	6489
昭和35年 1960	696	587	576	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1859

●15年分を合計すると総枚数は92,288枚となる。だが1枚の袋に2～6コマ撮っているものがあるので実際はもっとはるかに多い。



『サン写真新聞 “戦後につぼん”』シリーズ



『サン写真新聞 “戦後につぼん”』シリーズ



【サン写真新聞 “戦後につぼん”】シリーズ