



「殺すなバッジ」は こうして生まれた

吉岡 忍



はい、私です。「殺すな」というベ平連の反戦バッジを作ったのは。「殺すな」という文字は岡本太郎さんの筆ですし、全体のデザインは和田誠さんですが、バッジを作ろうと言いだし、走りまわったのは、たしかに私でした。言い出しっぺがやる、というのがベ平連の原則だったので、担当したというだけのことです。完成したのは1967年7月上

旬です。

私は当時、ベ平連の新米でした。その年の春、長野県の高校を卒業して大学に入り、入学手続きをするかしないかのうちに東京・清水谷公園から出発する月1回の定例デモに参加し、その足でお茶の水にあった事務所に行きました。ベ平連の事務所はその一、二ヵ月前にそこに越したばかり。四、五坪の狭い部屋で、吉川勇一さんが事務局長としていらして、あとは学生や浪人生が大きなテーブルを囲んでこぢんまり仕事をしているという雰囲気、まあ、私もウブ(笑)でしたが、ちょっとマジメで、堅苦しかった。

激動の60年代——路上文化の登場

そのころベトナム戦争は激化する一方で、米政府はすでに45万人前後の軍隊を南ベトナムに送り込んで激しい北爆を繰り返して、さらに増派する勢いでした。実際、2年後には52万人までいきました。日本でも何十という地方ベ平連が各地で活動を始め、東京でも「ワシントン・ポスト」への意見広告やベトナムに医療船を送るなどの活動をしている最中でした。

高校生のころから、ベ平連が徹夜ティーチインをしたり、米国の歴史家のハワード・ジンや歌手のジョン・バエズ、フランスの哲学者のサルトルやボーヴォワールを招いて全行脚や講演会をしていることは知っていましたから、その話題性の大きさに比べて、狭

い事務所の静かな雰囲気は意外でした。でも、1円、10円のカンバをもらっても必ず記帳し、月々のトピックスを印刷したハガキの領収書を送る、という市民運動の流儀はそこで勉強しましたね。私もしばらく事務を手伝いました。

60年代後半は市民運動の登場だけでなく、文化状況全体が大きく変わった時期ですね。新劇に代わってアングラ芝居が出てくる、フォークソングやポップスが演歌や歌謡曲に取って代わる、パンやジュンではなくてジーンズが普通になる、女性のスカートもどんどん短くなる。時代に流れ、広がっていた音や色や景色が毎日のように変わっていくことを実感する時代でした。私だって長髪にジーンズ、ヒールの高いブーツを履いて、岡林信康やローリングストーンズやドアーズを聴いていましたから。あとで、吉川さんから「おまえがきてからベ平連の風紀が乱れた」と言われました(笑、ホント)。

案外見落とされていることですが、これらはどれもアウトドアに関係します。家の中、屋内で演じられる文化ではなく、路上の文化です。文化や表現が内向きではなく、外向的になった。そこには仲間だけでなく、他者や意見の違う人もいる。表現が自己表出から論理的な主張やコミュニケーション中心になった、と言ってもいいでしょう。それを前提にしてファッションも歌も、芝居や映画も変わっていく。

ブラカードも変わりました。当時のブラカードは手書きです。それもずつとつづきませんが、そのころ町の金物屋がスプレー缶の塗料を売り始めていた。これも少しアウトドアっぽいDIYのハシリです。それで、器用な吉川さんが思いついた。厚紙に文字をくり抜いて、それを白紙のブラカードに重ね、上からスプレー塗料を吹きつければ、同じものが何枚もできる。それを見て、ウン、デモも市民運動もアウトドア文化だ、と私は思いま

した。
政治意識と、こういう文化というか感受性の変化がどう関係するのか、私もよくわからないところがあります。しかし、自分が今日何を着るかを決めることと、政府がやっていることはおかしいと考えることが、同じ意識のレベルでできるようになった、そうするのが当たり前だと思えるようになったことは、この時期の大きな特徴だったと思います。もちろんそれが高度成長期を経て、私たちのように膨大に生まれてきた中間層の特質であることは知っておくべきですが、ともあれその意識からは、国内外の政治・行政システムはおそろしく理不尽で残酷で、たいていは硬直した思かなものに見える。このギャップは現在もつづいていきますね。

カッコよかった和田誠さん

反戦バッジに話をもどすと、小田実さんが何かの会議のとき、米国の反戦集会から持ち

帰った缶バッジを見せてくれたんですね。たしかピースマークを印刷した赤や黄色のバッジだった。私はよく新宿や下北沢をふらふらしていました。日本にはまだ缶バッジそのものがなかった。見た瞬間、「あ、これ作ろう」と思った。口にしたとたん、小田さんから「おまえ、やれ」と言われた。ベ平連に行き始めて1ヵ月か2ヵ月後ですよ。私は東京に出てきたばかりで、右も左もわからない。

デザイナーの和田誠さんを紹介してくれたのは、小説家の開高健さんだった。

あるいは開高さんが言ったことを、誰かが伝えてくれたのかもしれない。和田さんは当時、銀座にあるライトパブリシティという日本で最初の専門的な広告制作会社に所属していて、60年制作の煙草「ハイライト」のパッケージが大ヒットし、新進気鋭のデザイナーとして注目されていました。開高さんはサントリーの広告絡みの仕事でご存知だったのかもしれない。

でも、18歳の私はそんなことを何も知らず、小田さんからもらったバッジと、ベ平連が出したワシントン・ポストの意見広告の紙面だけを持って訪ねました。そこに、岡本太郎さんが書いてくれた「殺すな」の文字があったからです。これを使いたい、ということは最初から私の頭にありました。

いまでも覚えていますが、少し小柄な和田さんはピンクのシャツの袖をまくり上げた



岡本太郎さんの人形（吉川勇一・HPより）

ジーンズ姿で、腕にはミッキーマウスの時計をしていた。白っぽくて細長い部屋丸テールに向かい合って、こんなことをやりたいんです、と言ったら、岡本さんの文字をじつと睨んで、ほそほそと「じゃ、一、二、三週間後にきて」と言われた。バッジはフタバ徽章というところで生産したんですが、それは和田さんが探してきてくれたのかもしれない。

このあたり、「しれませんが」という物言いがつづきますが、さすがに細かいことは私も忘れていきます。ただ、もうひとつ、私が確実に覚えているのは、ライトパブリシティを訪ねた帰り、銀座の時計屋に寄って、和田さんがつけていたミッキーマウスの腕時計と同じものを買ったということです（笑）。ほんと、和田さんはカッコよかった。以来、私は玩具みたいな時計しか使っていませんね。

『ベ平連ニュース』の67年7月1日号に「反戦バッジ具体化！」という記事が載っています。翌月の8月1日号には発売開始の記事があります。バッジは大小2種類あって、大きい方は直径5センチで、1個50円。直径3センチの小さい方は、1個35円。送料はどちらも15円とあります。

デザインはもうみなさん、ご存知のとおり。白地の真ん中に真っ赤な「殺すな」の文字。上下に緑色の「DO NOT KILL」とブルーの「INVIETNUM」の文字が振り分けて配置され、左右に赤い「●」が5つずつデザインされている。とてもシンプルに見えますが、すごく考えられたデザインです。「殺すな」という言葉自体が生々しいし、岡本太郎さんの筆文字は激しい。これをどう軽快に、しかもきちんとメッセージが伝わるようにバランスよく表現するかは簡単ではありません。「INVIETNUM」を「ANYTIME ANYWHERE」に変えて、

いまも缶バッジとしてあちこちで使われているのも、このデザインの秀逸さゆえだと思います。

反戦バッジの意味

『ベ平連ニュース』にはこのバッジがその後、あちこちで話題になり、そうとうに売れたという記事が載っていますが、私自身も各地の集会に持ち込んで、同じ手応えを感じました。50個、100個がすぐに売り切れてしまふ。再生産、再生産で、トータルでは数万个売れたんじゃないかな。バッジをシャツにつける、鞆のアクセサリにする、という行為はいまでは珍しくありませんが、当時は新しかったし、オシャレだったんでしょね。

しかし、すぐにあちこちの中学や高校で、この反戦バッジをつけることを禁止する、という規制が始まりました。その年齢で世の中の政治をあれこれ言うのは早い、いまは勉強だけしなさい、という昔ながらの言い分です。しかしね、新聞もテレビも連日、ベトナム戦争を報じている。米国は戦争をエスカレートさせ、日本政府は唯々諾々と従っている。世論の8割が、米国は間違っていると云っている。米国でも反戦デモが広がっている。そんななかで、何も見るな、何も考えるな、と言う方が愚鈍に見える。バッジにはそういう対比を浮かび上がらせる力があつた。

もう一方で、こんな反戦バッジに何の意味があるか、だいたい市民運動なんて自己満足

にすぎない、といったような新左翼諸党派からの批判もありました。でもね、先日、週刊誌で、当時の警察側の警備責任者だった佐々敦行さんがしゃべっていました。反戦バッジとは直接関係ないですが、バッジをつけてわれわれがやった新宿フォークゲリラのことです。彼は最近の反原発官邸前デモに関するコメントで、こう語っている。「よく似ているのは、1969年3月末から始まって17週間も続けられたデモ。毎週土曜日になるとベ平連が新宿西口地下広場に集まってギターで反戦歌を歌うという困ったデモでした。ただ、今日のデモと違うのは、当時は石を投げつけたりして暴徒化する連中がいたことだな。あと、(フォークゲリラの)デモは決まって夜だから、忍耐力の勝負でした。今回は夜8時には終わるから警備は楽だよね」(週刊ポスト 2012年9月21日号)。

そうか、「殺すな」バッジをつけ、毎週土曜日の夜に歌をうたっただけのことが、こんなにも警察中枢を悩ませていたのか、と私は思わず噴き出してしまった。どちらにしても政治には賞味期限がある。しかし、感受性や文化に根を張った活動はもう少し長続きするし、われわれ自身の認識も届かないようなもつと本質的な変化や変革を求めるものだ、ということ。たった一個の反戦バッジですが、そんなことを私は学んだと思っています。

(よしおか・しのぶ/ノンフィクション作家)

(写真:大木晴子)



現在の「殺すな」バッジ