49 口絵とは何ですか？どのように構成するのがよいですか？

●口絵の企画はおおむね三つのパターンに類型化できます。

口絵とは、書籍や雑誌の巻頭に挿入される絵や写真などビジュアル要素主体のページの総称です。明治・大正期にカラーの木版画などを小説などの巻頭に挿入するようになって、モノクロの本文中に入れる挿絵と区別するために、いつしか口絵という呼称が生まれました。本文の間に挿入する場合は「中口絵」と呼びますが、これが中＝本文の間、口＝巻頭という相反した言葉の合成語になっているのは、口絵という言葉に、モノクロからカラーへ印刷台を変えるという意味が含まれているからです。社史はかつてはモノクロの本文が主流でしたから、巻頭や本文の間にカラー口絵を挿入するのが定番でしたが、モノクロとカラーの印刷コストの差が縮まりオールカラーの社史が増えてきた現在、このあたりの事情が曖昧になっているために、口絵の位置付けが曖昧になりがちなのはたしかです。

では、現在では社史の口絵はどのような役割を与えられているのでしょうか。口絵には、巻頭から読者の興味を引き付け、内容のイメージを印象付ける役割があります。オールカラー

であるか否かを問わず、この点は現在の社史でも変わりありません。企画の傾向は、おおむね以下のように大別できます。

●**会社案内型**／現在の業種・業態をビジュアルで表現します。通常は社屋や工場、製品などの写真で構成されます。部品メーカーや素材メーカーなどＢ ｔｏ Ｂ系の業種の場合は、自社製品を使用した最終製品の写真を掲載することで「社会のここに役立っています」という点をアピールすることもあります。社員が働く姿を撮影した職場風景を入れることで、ダイナミックで生き生きとしたイメージの喚起を狙うケースもあります。

●**イメージ型**／これも業種・業態紹介ですが、具体的な建物や製品ではなく、それらを造形的に撮影したり、写真を合成したりして、事業のイメージを抽象的に表現します。大企業の社史に多いパターンですが、撮影費用がかかるので最近はあまり見られません。

●**歴史ストーリー型**／創業期から写真や製品、文書などが残されていて、ビジュアル要素だけで会社の歩みを表現できる老舗企業の社史で多く見られます。写真の意味を説明することによってストーリー性をもたせるため、説明文が長めになる傾向があります。

以上が多くみられるパターンですが、ほかにも全社員の写真を掲載したり、記念式典の模様を載せたりなど、いろいろな種類があります。口絵には資料編のような決まりごとはありませんので自由な発想でつくられて構いませんし、口絵をもうけない社史も少なからずあります。