



Title	少女雑誌から見る化粧品広告：『少女の友』と中山太陽堂
Author(s)	小出, 治都子
Citation	デザイン理論. 2011, 57, p. 122-123
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53440
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

少女雑誌から見る化粧品広告 —『少女の友』と中山太陽堂—

小出治都子／立命館大学大学院先端総合学術研究科 一貫制博士課程

中山太陽堂は1903（明治36）年に創業し、平尾賛平商店とともに、「東のレート、西のクラブ」といわれ、近代の化粧品業界を代表した会社である。クラブとは、「ともに楽しもうという場所」の俱楽部であり、「口にしやすく、耳にモダンな響きを与えるもの」として選ばれた商標である。

創業者である中山太一は、日本の女性を内外ともに美しくあってほしいという理想をもっていた。そして、化粧品は文化生活を送る上で必需品であると述べた。

そのため、化粧品広告の文字を自分で書き、デザインについても細かな指示を行なったと言われている。また、広告部を創業当初から設置し、初代広告部長には東京の経済誌主幹の桑谷定逸を迎えた。さらに、表現技術に優れた専門家が必要と判断すると、いちはやく一流の文学者や画家を嘱託として迎え入れた。

こうして作成された広告について、明尾は、「化粧品のネーミングや宣伝についても、一度聞いたら忘れないが、どこか野暮ったいところがある。」と述べている。

中山太陽堂の宣伝手法は、創意に満ちたものであり、大略分類すると以下の五項目に集約される。

- 一、マスコミ関係（新聞・雑誌等出版物）
- 二、街頭宣伝（宣伝隊、街宣カー、ショウウインドー、看板ネオン広告など）
- 三、イベント企画（博覧会、航空広告、富士登山、芸能行事など）
- 四、特別販売（クラブデーによる特売は前記、イベント企画とも連関する）
- 五、文化事業（中山文化研究所、プラトン社、

講座講演など）

本発表では、その中でもマスコミ関係、とくに雑誌に重点を置き、そこに掲載された広告について考察する。考察対象とする雑誌は、少女雑誌の『少女の友』である。

『少女の友』は、1908（明治41）年、実業之日本社から創刊された。1955（昭和30）年まで刊行された長寿雑誌で、大正期の少女雑誌の代表的な存在とみなされている。この『少女の友』に数多くの広告を掲載していたのが、中山太陽堂である。1911年3月に初めて掲載してから、1915年までは掲載されていない号もあるが、1916年から1923年11月までは、ほぼ毎月掲載している。そのため、本発表において、『少女の友』に掲載された中山太陽堂の広告の対象とした年代は、1911（明治44）年から1923（大正12）年のものとした。

本発表で対象とした広告の総数は、117枚である。ただし、広告によっては、掲載されるページ数が多い場合がある。そのさいは、見開き1ページを2枚として計算した。その種類は、大きく2つに分けられる。

- ① 雑誌の中に掲載された広告。
 - ② 雑誌の裏表紙として掲載された広告。
- さらに、①の雑誌の中に掲載された広告数は3種類の広告に分類できる。

- I. テクストと挿絵：5枚
- II. 懸賞文募集など：17枚
- III. 新聞：10枚

また、②の裏表紙に掲載された広告をキャッチフレーズおよび挿絵から分析すると、挿絵

に描かれた女性は以下のように分類できる。

- a. 小学生（もしくは、小学生以下）：
8枚
- b. 高等女学生：38枚
- c. 花嫁、婦人：29枚
- d. 女性が描かれた挿絵なし、または挿絵
自体なし：10枚

以上、雑誌に掲載された中山太陽堂の広告について分析を行なった。

はじめに述べたように、創業者である中山太一は、日本の女性を内外ともに美しくあつてほしいという理想をもっていた。それは、婦人に対してのみ求めたものではない。広告に掲載された高等女学生や小学生などの「少女」、さらには幼女たちに対しても持っていた理想である。中山太一がもつ「内外ともに美しく」という理想は、高等女子教育においても求められた理想であった。

美育や少女雑誌、婦人雑誌の影響から、高等女学生をはじめとした「少女」の頃から、化粧と関わりをもっていたのである。以上の理由から、中山太陽堂は、内面・外見ともに美しくなる理想の女性をつくために、婦人はもちろん、高等女学生、小学生を含んだ少女、そして幼女までをも購買対象としてみていたことが理解できよう。

以上の要因により、少女たちは美しくなることを余儀なくされ、そのために、化粧が必要になったといえる。化粧品会社は、広告の中に、少女たちの憧れとなるような女性を描き、購買意欲を搔き立てるような文句をつける。中山太陽堂をはじめとする化粧品会社は、そのような少女たちの欲望や理想を具体化するため化粧品広告を『少女の友』に掲載したのである。

〈主要参考文献〉

- クラブコスメチックス編『百花繚乱 クラブコスメチックス百年史』、2003年
- 明尾圭造企画／編集『モダニズムを生きる女性：阪神間の化粧文化』、芦屋市立美術博物館、2002年
- 北田暁大『広告の誕生：近代メディア文化の歴史社会学』、岩波書店、2008年
- 渡部周子『〈少女〉像の誕生——近代日本における「少女」規範の形成』、新泉社、2007年
- 浜崎廣『女性誌の源流——女の雑誌、かく生まれ、かく競い、かく死せり——』、出版ニュース社、2004年
- 実業之日本社編『少女の友』、1911年1月～1923年12月