



Title	福原信三の雑誌『オヒサマ』：大正期の資生堂雑誌文化
Author(s)	木下, 裕子
Citation	国際広報メディア・観光学ジャーナル, 28, 37-52
Issue Date	2019-05-08
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/74388
Type	bulletin (article)
File Information	037-052-03Kinoshita.pdf



[Instructions for use](#)

福原信三の雑誌 『オヒサマ』

—大正期の資生堂雑誌文化—

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院 博士課程

木下 裕子

“*Ohisama*” a magazine published by
Shinzo Fukuhara
— Culture of Shiseido magazin in
Taisho period —

KINOSHITA Hiroko

abstract

In the Taisho era (early 20th Century), the “*Ohisama*” magazine was published by Shinzo Fukuhara, the second president of Shiseido (cosmetics company), during the “golden period” of publishing magazines for children when many magazines for children were started, including “*Akaitori* (Red Birds)”, which is known by its high artistic quality. In this paper, we closely investigated the history and contents of the “*Ohisama*” publication, and analyzed the activities of Fukuhara in the founding period of Shiseido from various perspectives, by examining the originality of the magazine as a medium for children and mothers. The findings of this study suggest that Fukuhara had the belief that disseminating richly varied high culture and lifestyles through this magazine for children would, long range, establish the corporate image of Shiseido to children and mothers.

1 はじめに

1905年1月三越呉服店は全国主要新聞で「デパートメント宣言」を行い、翌年から子ども服の販売を開始した。1908年3月には「子供部」を開設し、4月には「第1回児童博覧会」、翌年には「第2回児童博覧会」を相次いで開催した。1921年第9回まで続くこの「児童博覧会」は、三越が「子ども」をすでに潜在的購買層として発見していた証にほかならない¹。その他にも子どもに関する博覧会は当時各所で開催されている。1906年には教育学術会主催「こども博覧会」（上野）、京都教育会「京都こども博覧会」、大阪博物場「第1回こども博覧会」、1907年には彦根城山「こども博覧会」、1911年には大阪博物場「第2回こども博覧会」と続く。大正以降、「子ども」や「婦人」、「家庭」をテーマにした博覧会が続々と登場し、それを新聞社が後押ししたのである²。

このように1900年を前後として「子ども」は博覧会や新聞雑誌等の当時の新興メディアと出会い、急接近した。それによって「子ども」という概念は均質化された具体的なイメージとして流布された。特に、近代的な都市型新興中間層に、「子ども」を中心とする「家庭home」の構築という新しい生き方が受け入れられていく過程でも、これらのメディアの果たした役割は大きい。

一方、児童雑誌³に目を転ずるなら、近代日本文学の嚆矢と言われる巖谷小波作『こがね丸』が1891年（M24年）博文館から刊行される⁴はるか以前に、1877年には投稿作品からなる児童雑誌『穎才新誌』^{えいざいしんし}が発刊されていることが注目される。『少年園』（1888-1895）、『少国民』（1889-1895）、『日本之少年』（1889-1894）といった本格的な児童雑誌の出現はその後のことである⁵。そして明治30年代になると『少年世界』（1895-1933）、『少女世界』（1906-1931）、『幼年の友』（1909-1910）など性別・年齢別の雑誌が続々と刊行される。さらに博文館など近代出版社が出現し、児童雑誌は商業的色彩が強くなっていく。明治後期には印刷技術の発達により多色刷り印刷が登場し、幼児向けに絵雑誌『お伽絵解こども』（1904-推定1911）が刊行されるなど、年齢層がより細分化した。

第一次世界大戦による社会的経済的安定、近代的な市民層が形成された大正期に入ると、これまでのお伽噺や通俗的な読物を否定し、子どもの純性を保全し芸術性の高い童謡や童話を提唱した『赤い鳥』（1918-1936）が鈴木三重吉によって創刊された⁶。この文学運動のために第一線で活躍している作家や画家たちが参加し、『おとぎの世界』（1919-1922）、『金の船』（1919-1929）をはじめとする芸術性を重視する児童向け文芸雑誌が数多く登場した。あわせて、『子供之友』（1914-1943）や『コドモノクニ』（1922-1944）に代表されるような、より良質な絵をメインにした幼年向け絵雑誌⁸が生まれるなど、児童雑誌の黄金時代が到来した。

本稿では、こうした児童雑誌黄金期を代表する『コドモノクニ』創刊の1カ月後に、子どもと母親の教育・啓蒙を目的として刊行された資生堂刊“子

- ▶1 八田亭『百貨店の誕生』（ちくま学芸文庫、1999年）では百貨店の都市空間について、とりわけ第5、6章で家族的遊覧の場所としての百貨店について述べられている。山口昌男『敗者の精神史』（岩波書店、1995年）の「明治のモダニズム」・「近代におけるカルチャー・センターの祖型」では、三越の成立と文化活動について論じられている。神野由紀『趣味の誕生』（勁草書房、1994年）では百貨店、主に三越における“知”の形成について、第2章では博覧会と百貨店、第3章では児童用品研究会について語られている。さらに神野由紀「消費社会黎明期における百貨店の役割」（『江戸の発見と商品化』岩田書院、2014年、11-28頁）では三越の子ども商品の開発と文化活動に関して具体的に示されている。
- ▶2 博覧会について吉見俊哉『博覧会の政治学』（中央公論社、1992年）を参照。
- ▶3 児童を対象とする定期刊行物。定義については『子どもの本と読書の事典』（岩崎書店、1983年、110-111頁）、『日本児童文学大辞典Ⅱ』（大日本図書、1993年、369-370頁）、『児童文学辞典』（東京書籍、1988年、328-330頁）を参照。
- ▶4 児童文学の研究書として菅忠道『日本の児童文学』大月書店、1956年。
- ▶5 それらは読物・情報・投稿といった内容で啓蒙的要素に重点が置かれていた。
- ▶6 菅忠道『日本の児童文学』（大月書店、1956年）、河原和枝『子ども観の近代—「赤い鳥」と「童心」の理想』を参照。
- ▶7 『赤い鳥』には芥川龍之介、有島武郎、小川未明、小山内薫、菊池寛らの作家、北原白秋、西条八十、巽聖歌、山田耕笏らの詩人や作曲家、清水良雄、深沢省三、前島とも、山本鼎ら画家たちが参加した。

- ▶8 鳥越信編『日本の絵本史Ⅰ』（ミネルヴァ書房、2001年）の第5部“絵雑誌の流れ”を参照。絵雑誌ばかりでなく当時の児童雑誌の表紙・口絵・挿絵には優れた画家たちが趣向をこらした絵によってそれぞれの本のイメージを作り、絵は大きな比重を占めていた。
- ▶9 神野由紀「市場における『子供の発見』」『デザイン学研究』日本デザイン協会、42巻1号、1995年、93-102頁。
- ▶10 神野由紀『子どもをめぐるデザインと近代』世界思想社、2011年、62-72頁。
- ▶11 和田博文『資生堂という文化装置 1872-1945』岩波書店、2011年。
- ▶12 戸谷理衣奈『銀座と資生堂』新潮社、2012年。
- ▶13 前掲12、109頁。
- ▶14 1916年化粧品部開設に始まる8年間は、化粧品メーカーとして確立した時期であり、宣伝の基本姿勢を打ち出し、資生堂デザインの基本を作った時代である（『資生堂宣伝史Ⅰ』資生堂、1979年、27頁）。

と母の雑誌『オヒサマ』を取り上げる。『オヒサマ』に注目するのは、この雑誌が販売促進を目的として刊行されたものではなく、書籍販売とは異業種の企業が手掛けた雑誌であるにもかかわらず、当時の児童雑誌としては極めて高いクオリティを維持している点にある。それは、資生堂2代目経営者福原信三（1883-1948）に由来している。信三が1915年父親から経営を引き継いですぐに、自社の企業イメージを確立すべく模索を始めた時期に刊行されている。当時の児童雑誌は、この時代の社会の諸相を巧みに取り込み、ハイカラな洋服を着た母親と子ども、西洋式の可愛らしい子ども部屋、雑踏を走る自動車、空には飛行機、高層ビルが林立する街、といった都市のモダンライフをモチーフとしているところが特徴的であった。本稿では、当時のそういったモダン都市文化を牽引する児童雑誌というメディアを通じて、信三が当時の文化に残した足跡を明らかにすることを目的とする。

本稿が考察の対象とする『オヒサマ』については、資生堂刊の『資生堂百年史』（1972）、『資生堂宣伝史』（1979）、矢部信壽『福原信三』（1970）で概要が述べられているにすぎない。周辺研究として、神野由紀「市場における『子供の発見』」⁹及び『子どもをめぐるデザインと近代』¹⁰において、草創期の「子どものデザイン」と企業、三越と資生堂の文化活動と「子ども」への眼差しについての考察がされている。また和田博文『資生堂という文化装置 1872-1945』¹¹では、福原信三や『オヒサマ』の刊行経緯、背景となる大正文化について詳しく述べられている。戸谷理衣奈『銀座と資生堂』¹²では、信三が企業イメージをいかにして確立していったかを企業と社会との関係性に注目して論証されている。しかし、これまでの資生堂や福原信三に関する刊行物において、『オヒサマ』は企業史の枠組みの中で述べられているにすぎず、その内容にまで言及されているものについてはこれまでのところ見出すことが出来ない。

信三は資生堂2代目経営者に就任すると、意匠部と陳列場（のちの資生堂ギャラリー）、三科を作った。そこは様々な領域や分野の人々が集まるネットワークの形成拠点となっていった。彼の活動も経営者としてばかりでなく、都市計画運動や写真家としてなど多方面に亘っている。「交際範囲が広すぎて、資生堂社内からも、その背景となるネットワークの把握が難しいと」¹³と言われる程であった。本稿では『オヒサマ』について述べる前に、まず資生堂創始者福原有信について、次いで息子信三の概歴及び彼の活動の場である意匠部・陳列場・三科について、その後『オヒサマ』についてその刊行の経緯、及び内容を精査し、子と母親に向けたメディアとしての独自性を考察する。それによって、資生堂創成期¹⁴の信三の活動を多方面から捉える。

2 資生堂創成期 —福原有信から2代目福原信三へ—

2-1 資生堂創始者福原有信

福原信三の父有信（1848-1924）は幕府医学所で西洋薬学を学び、海軍病

院に勤務したのち、1872年（M5年）8月、同僚2人とともに銀座に日本初の洋風調剤薬舗「資生堂」を創業したことで知られる。彼等は医薬分業の制度の実践と良質で廉価の薬の提供を目指した。その後有信個人経営となり、紆余曲折を経て経営は安定していった。彼はさらに1887年「東京薬舗会」を組織し会長に就任、1907年「日本薬剤師会」会長に就任したほか、大日本製薬会社や帝国生命設立計画に加わるなど次々と要職に就いている。

資生堂は1880年『けはへ薬 蒼生膏』や『口中一切薬 金水散』、1884年健胃強壯『ペプシネ飴』、1888年日本初の練り歯磨き『福原衛生歯磨石鹸』、1893年脚気病特効新薬と謳った『脚気丸』を製造発売した。さらに1897年には薬に加え高級化粧品『オイデルミン』などを発売し化粧品事業に乗り出し、次々と品種を増やした。これらは評判を呼び資生堂の名は浸透していった。

有信は薬・化粧品にとどまらず、1900年欧米視察時に見た米国のドラッグストアに倣って必需品一式を輸入し、1902年店内にソーダファンテン（現資生堂パーラー）をオープンした。それは銀座の話題となった。

彼は一貫して高価でも良質なものを提供することにこだわった。医薬分業制度の導入、薬の開発、洋風化粧品の国産化と事業を発展させ、その事業を息子へと継承させた。¹⁵

2-2 資生堂2代目経営者福原信三

福原信三（1883-1948）は有信の三男として銀座に生まれた。小学校時代から絵画を好み、日本画を石井鼎湖、水彩・油絵を小林萬吾に習った。画家を志したが、兄たちの病氣や早世により、家業を継ぐ決意をし、千葉医学専門学校薬学科（現千葉大学医学部）に入学。1906年に米国コロンビア大学に留学し、卒業後はドラッグストアとニューヨーク郊外ヨンカースにある化粧品工場で2年間働く。1912年米国からの帰国の途、「パリ、ベルリン、ウイン、ローマそしてイタリー全土に亘つて美術のアカデミーを見て廻つたが、私がパリに行つた頃は、日本の画家が、一番多く留学してゐた時で、恩師小林萬吾先生を初め、和田三造、太田〔喜二郎〕、川島〔理一郎〕、小杉〔未醒〕、山本〔鼎〕、小柴〔錦侍〕、柚木〔久太〕、長谷川〔昇〕、桑重〔儀一〕及藤田〔嗣治〕と云つたやうな諸君に邂逅した。」¹⁶（〔 〕内は筆者による）と信三が記している画家の他にも、小山内薫や将来資生堂と関わることになる松本昇らと出会い1913年に帰国した。

彼が遊学中に出会った人々は、その後の彼のネットワークの核となった。特に画家の川島理一郎は生涯の友人であり、資生堂のイメージ構築に深く関わった。

2-2-1 信三による資生堂の経営

1915年信三は資生堂の経営者になると、この年にショーウィンドーを設置し、商標「花椿」を設定した。第一次世界大戦が始まり舶来品が滞る一方、近代化政策で景気が上向き化粧品の需要が高まるなか、信三は薬品から化粧品へと大きく舵をきった。翌年11月には「資生堂化粧品部」を開店し、意匠部を発足させた。そこを中心に独創的な広報活動が展開され、化粧品メーカー

▶15 資生堂創成期及び福原有信については近藤順一「創業期の資生堂と経営戦略」(『経済科学論究』埼玉大学経済学会編集、No.14、2017年4月号、67-80頁)に詳しい。

▶16 福原信三「モネー、ピカソ、ゴンチャロバなど」『アトリエ』アトリエ出版社編、1938年5月号、50-53頁。

としてその後の基本的なイメージが創出される場となった。17年には留学時代の友人松本昇を三越から支配人として迎え、19年資生堂ビルが完成し陳列場（のちの資生堂ギャラリー）が設置される。さらに22年美容科・美髪科・子供服科の三科が開設され、信三の経営者としての初期の活動はここを拠点として展開していった。

2-2-2 意匠部

意匠部は外装デザインと広告を担当していた。創成期には信三は若い才能あるスタッフとして、矢部季（在籍1917-25）、松本の紹介で三越宣伝部の三須裕（在籍1918-25）、小村雪岱（在籍1918-23）、青木泰助（在籍1919-25）、長谷川商吉（在籍1919-25）、今純三¹⁷（在籍1921-24頃）らを招き、東京美術学校図案科教員島田佳矣（在籍1917-19頃）が顧問として、信三の留学時代に知り合い生涯を通じて親友であったパリ在住の川島理一郎（在籍1920-22、1926-28）が客員として加わった。

意匠部の中心的なスタッフであった矢部季は当時の仕事について、「ショーウィンドー、ポスター、新聞雑誌の広告図案、子供雑誌『オヒサマ』の挿画と装幀、化粧品デザインの箱のレーベル、包紙、看板と装飾のデザイン。その他化粧雑貨、婦人服装飾即ち洋傘、スカーフ、手提、束髪ピン櫛等の意匠図案等、相当な種類と数を作りました」¹⁸と記している。

また、小村雪岱は若くして泉鏡花の『日本橋』（1914）の装幀と挿絵で一気に世に出た画家で、その後の彼の代表作となる装幀を描いているなか、信三に請われ意匠部に入った。彼は当時資生堂が海外進出を目指し作成した香水のデザイン、資生堂から刊行された『銀座』（1921）の装幀・挿絵、また矢部季とともに初期の社名ロゴの制作をしている。

この中で企業イメージ確立に関わった最も重要な人物は川島理一郎である。柳沢秀行は「1920～30年代のパリから香水、ファッション、風俗などの最新情報を伝え、当時、世界的な文化の中心地であったパリの良質な文化を資生堂へと直結させた、いわばモダン銀座の仕掛け人」¹⁹と評している。当時のパリは「第一次大戦の痛手を乗り越え、ピカソ、コクトー、サティ、シャネル、そしてディアギレフ率いるロシアバレエ団など様々な領域の才能が集い、多彩な文化の華が咲く世界の芸術の中心地」²⁰であったのだ。

信三自身によって招かれた若いスタッフたちは、パリの川島から送られてくるまだ日本では手に入らない20世紀最大のモード誌『ガゼット・デュ・ボン・トンGazette du Bon Ton』をはじめ様々なファッション誌を参考に、信三の下でアール・ヌーボーを基調とした資生堂デザインを展開してゆく。

2-2-3 陳列場（のちの資生堂ギャラリー）²¹

1919年資生堂ビル完成。化粧品部改装にともない三須の提案で3階に陳列場が設けられた。そこで季節の商品を展示発売するなど顧客招致と宣伝が目的だったが、信三は空いた期間をアートギャラリーとして若い画家たちに場を提供した。「係りは私だったのですが、金を取った覚えはないです。……そのかわり、いまの貸画廊のやり方とちがって、作品を信三氏が見て及第しな

▶17 銅版画家だが資生堂入社直前まで松竹キネマで舞台美術を担当していた。

▶18 矢部季編著『資生堂図案集』東京銀座意匠部、1925年。

▶19 柳沢秀行「川島理一郎 1920年代、パリと東京を結ぶ者」『1920年代の巴里より』資生堂、1995年、23頁。

▶20 前掲19、26頁。

▶21 1923年の関東大震災で被災したが、仮設の建物で活動を継続。1928年資生堂化粧品部竣工にともない「資生堂ギャラリー」として再出発した。

いと貸さないのです。」と後に矢部は語っている²²。関東大震災で建物が焼失する（1923.9）までのおよそ4年弱の間に80回以上の催事があり、半数がギャラリーとして使われている。その第一回展として同年12月に一時帰国中の「川島理一郎個人展覧会」が開かれた。

関東大震災までの陳列場としての催事の特徴として舞台装置展と写真展が挙げられている²³。舞台に関しては、数は少ないがその内容は1920年4月新劇の勃興期に土方与志を中心に小山内薫らの助言で日本ではまだ未知の「模型舞台展覧会」²⁴、1922年6月欧米の劇場や舞台装置を展示した「舞台美術展」、1923年3月川島がパリから持ち帰ったゴンチャローヴァやラリオノフらのロシアバレエの舞台装置や衣装のエスキース等を展示した「舞台装飾展覧会」²⁵が開かれている。写真に関してはギャラリー史を通じて回数が多いが、この期間も多く（13回）開催されている。それは信三自身がアマチュア写真界のパイオニアとして「写真芸術社」（1921-24）を設立し、「日本写真会」（1924）を結成するなど、新しい写真理論を提唱し一時代を築いた人であり、彼はギャラリーを自身と写真家グループの発表の場としていた。戦前の写真史を語る上でギャラリーの写真展は欠かせないものになっている。

「写真芸術社」設立には信三がメンバーを集めた。学生時代の後輩の掛札巧、新進の音楽評論家の大田黒元雄、信三の弟の信辰が同人となり、中学時代からの友人の佐藤信順を社長に、実業之世界社の編集長だった俳人の安成三郎²⁶が編集者として加わり、雑誌『写真芸術』²⁷を刊行している²⁸。

このようなギャラリーとしての催事の多さや多彩さは信三の交友の広さで成り立っていた。彼の審査が必要で営利を目的としないことはその展覧会のクオリティの高さを維持させた。美術界との交流は、さらに信三のネットワークを広げることになった。開設当時の陳列場について、戸谷理衣奈は「信三を中心とした洋行帰りのサロンという性格が強く、直接的な収益が期待されるものではなかった。しかし、長期的には企業イメージの形成、美術界との人材交流、企業メセナの原型の確立など、資生堂の無形資産を形成してゆく」²⁹と指摘している。

他に資生堂の催事として注目されるのは輸入子ども服の販売が行われたことである。パリ在住の川島理一郎から毎週のように送られてくる荷物の中に入っていた子ども服を見て、信三は三須に子ども服の陳列会を命じた³⁰。三須が以前在職していた三越は1900年代初頭から子どもを新しいマーケットとして注目していたという経緯から、彼は子どもをターゲットにしたさまざまな企画を立ち上げる。1921年4月「子供服と鏡台陳列」展が開催された。パリで買い付けた子ども服が販売され評判を呼び、子ども服の裁ち方と仕立て方が会場で実演された。1カ月後の5月には「第二回着荷舶来子供服陳列」展、10月には「舶来したばかりの子供服陳列」展と立て続けに開催され、やがて輸入品ではなく自社製品の販売へと変わって行く。この成功は子供服料の設置へと導く。

また、1921年12月には「第一回お子様作品展覧会」（主催：資生堂）、翌年12月に「第三回お子様作品展覧会」（主催：『オヒサマ』）が開かれた。このように新製品の展示ばかりでなく、多方面の展覧会、さらに子どもを対象と

▶22 『資生堂宣伝史Ⅱ』資生堂、1979年、176頁。

▶23 『資生堂ギャラリー七十五年史1919～1994』資生堂企業文化部、1995年、25頁。

▶24 1924年小山内、土方らと「築地小劇場」が開かれている。

▶25 この展覧会で初めて2人の作品が日本で紹介された。川島によってパリの良質な文化状況が伝えられた意義は大きい。

▶26 その後信三の個人秘書を長年務め、「福原信三の手」とも言われた。

▶27 月刊、発行期間：1921.6～1923.9。

▶28 写真家としての信三及び写真芸術社について光田由里『写真、「芸術」との界面』（青弓社、2006年）に詳しい。

▶29 前掲12、140頁。

▶30 矢部信壽『福原信三』資生堂、1970年、129頁。

する催事は、資生堂を訪れるこれまでの客層を年齢層を含め大きく変えた。それらは毎回マスメディアの注目を集め資生堂の広報活動ともなった。

2-2-4 三科

資生堂は三須の提案で1922年2月に三科（美容科・美髪科・子供服科）を設置する。美容室の主任に皮膚科医の高橋毅一郎を、美髪科主任にはアメリカから美容師のH.グロスマンを招いた。1階の化粧品部の顧客が2階の美容科の専門医に相談をし治療を受ける、美髪科では美容師に整髪をしてもらう、さらに子ども服の仕立て方を習うといった付加価値が付けられたのだ。そこからは当時日本髪が主流の時代に“耳かくし”という画期的な髪形が生まれ、三須や矢部、グロスマンは各地を回って精力的に講演・実演を行った。しかしながら5年後の資生堂の女性の和洋髪調査でも圧倒的に束髪が多く、耳かくしは264人中15人だった³¹。子供服科では先に述べたように1921年4月「子供服と鏡台陳列」展に始まるフランスやアメリカから買い付けた子ども服の販売は評判を呼び資生堂は子ども服のニーズを実感し、パリから帰国したばかりの武林無想庵³²の夫人文子を主任に招き、1922年6月からは舶来の子ども服ではなく自社製の子ども服の販売を始める。三科設置をした年の4月に資生堂から『オヒサマ』が創刊される。

和田博文は「資生堂は化粧を髪形とリンクさせることで、よりトータルな新しい女性像を目指した。また子供服ではあるが、パリのファッションを導入したことは、女性の和装から洋装への転換も視野に入れていたことを示している。」³³と分析している。

意匠部・陳列場・三科の設置について、2代目の道楽あるいは趣味の延長にあったと指摘する研究者もいる³⁴。しかし、先に述べたように、意匠部と陳列場のギャラリーとしての機能は、信三の芸術に対する高い関心と彼の人的ネットワークによって補完関係にあることは明らかである。信三が子どもに目を向けたのも、最新の良質なものをという彼のライフスタイルを子どもを通して母親に伝えることにあり、それらは長期的に見て資生堂という企業イメージを形作るものであると考える。

3 『オヒサマ』というメディア

3-1 『オヒサマ』の誕生

『婦人画報』³⁵1922年1月号に「月刊子供雑誌の発行」と告知し、「『この雑誌は母と子が其の愛や感情や要求やを互に発表する母と子の同人雑誌であることを目的とします』斯ういふ目的の下に大正11年2月頃から子供の雑誌を出します 東京銀座化粧品部」という文に、資生堂意匠部の矢部季の筆によると思われる挿絵が付けられたシンプルなデザインの広告が掲載された。その年4月に「子と母の雑誌」と副題の付いた『オヒサマ』が刊行された。

▶31 『御婦人手帳』資生堂意匠部、1927年、122頁。

▶32 無想庵は小山内薫と旧知の間柄であった。

▶33 和田博文編集『コレクション・モダン都市文化 第17巻 資生堂』ゆまに書房、2006年、830頁。

▶34 前掲9、101頁。

▶35 1905年、進歩的な女性の社会進出を謳い國木田獨歩によって近事画報社から創刊された月刊誌。1907年社名を東京社に変更後、1922年に『コドモノクニ』を創刊。現ハースト婦人画報社。資生堂は化粧品部発足以来多くの広告を載せている。



東京社刊『婦人画報』
1922年1月号誌上の広告

部内)、編集兼発行人は三須裕³⁸とある。一方、『福原信三』によると、「表向きは資生堂化粧品部編集、写真芸術社発行だが、じっさいには児童文学の伊達春郎が責任者だった。」³⁹とあり、資生堂発行の書籍においても記述はバラバラである。また、劇作家水木京太⁴⁰が編集長を務めたという辞典の記述もある⁴¹。

『オヒサマ』を創刊する前年、写真芸術社が設立され同人誌『写真芸術』が刊行された。そのような関係から、『福原信三』で矢部信壽が記しているように、表向きは「資生堂意匠部編集、発行人三須裕」としているが、実際は、方向性は信三が決め、意匠部の三須が編集をし、写真芸術社の伊達春郎が実務を行い、そこから発行されたのではないかと筆者は推測する。伊達という人物については、資生堂編集の書籍類からは探し出すことが出来ないが、『オヒサマ』を創刊した年の12月、彼は写真芸術社から一篇の童話⁴²を出している。発行兼印刷者は『写真芸術』誌と同じ安成三郎である。序で信三は「春郎さんは学者でも、エライ先生でもありません。まだ漸く卵から雛鳥にかへろうとして居る一小美術学生です。(中略)美しい同情心と親しみのある芸術心との二つの強い個性を具へて居る方でいます。ある日、彼の美しい物語の一二を見せて貰って、益々其感を深うしました。(以下略)」と記している。伊達春郎の作品を信三が目にし写真芸術社から出すことになったのであろう。美術の心得があり児童書に興味のある伊達は実務の上で同人誌『写真芸術』、『オヒサマ』に関わっていたと推測できる。

現在確認出来ている『オヒサマ』は、創刊号と7月3号から翌年1月9号までの8冊で、それ以降は確認できていない⁴³が、『資生堂ギャラリー七十五年史1919～1994』の年表によれば、「関東大震災を機に8月号で終刊となる」と記されている⁴⁴。それらは資生堂の顧客に配布されたのではなく、購読希望者を募って刊行されたものと思われる。希望者は「オヒサマ」の会に入会し、購読料1年分を前払いすることと記されている⁴⁵ことや、「創刊号から、返本が山と積まれ……」⁴⁶と記されていること、また冊子内には自社ではなく百貨

創刊号奥付によれば、編集兼発行人：三須裕、編集兼発行所：資生堂編集部、定価1冊四拾銭（本号にかぎり1冊五拾銭）とある。表紙は矢部季が飾り³⁶、菊版で120頁までページ数が付けられている。しかし、『資生堂宣伝史 I 歴史』には「4月1日付けで5月号として創刊した。資生堂意匠部編集、写真芸術社発行、定価50銭である。……色刷り口絵を含む122ページである。児童文学者の伊達春郎が編集を担当した。」³⁷とある。また『資生堂ギャラリー七十五年史1919～1994』では「本文121頁。編集兼発行所は資生堂編集部（資生堂化粧品

▶36 表紙画左下には矢部季（ヤベスエ）の“SUE”という彼のサインが記されている。

▶37 『資生堂宣伝史 I 歴史』 資生堂、1979年、47頁。

▶38 前掲23、527頁。

▶39 矢部信壽編集『福原信三』 資生堂、1970年、135頁。

▶40 小山内薫に師事。1919年に慶応卒業後、資生堂嘱託として翻訳業務の仕事をしている（前掲23、13頁）。

▶41 『児童文学辞典』 東京書籍、1988年、139頁。

▶42 『悪魔と神様』 写真芸術社、1922年12月。

▶43 資生堂資料館に1巻1号、3-6号の5冊、大阪府立中央図書館国際児童文学館に1巻1号、3-8号、2巻1号の8冊が保管されている。

▶44 前掲23、527頁。

▶45 『オヒサマ』1922年4月創刊号奥付。

▶46 前掲30、138頁。

- ▶47 9号には『新時代の理想的高級
絵雑誌 コドモノクニ』という
広告が載っている。
- ▶48 『赤い鳥』、『コドモノクニ』の
1922年当時の発行部数は2万部
前後だった。

- ▶49 『オヒサマ』1922年4月創刊号、
120頁。

- ▶50 1921年パリより帰国し、翌年前
衛グループ“アクション”を結成
し新しい美術運動を推進した。
彼は『写真芸術』誌にも表紙絵
を描いている。

- ▶51 1918-36年の間に196冊が刊行さ
れた。標榜語には、「世俗的な
読物を排除し、子どもの純性を
保全し、芸術性の高い読物を提
供する一大画期的運動の先駆」
という抱負が述べられている。

- ▶52 意匠部の矢部季と懇意であった。

店や同時期に創刊された『コドモノクニ』の広告⁴⁷を載せていることなどから、収益は度外視とはいえ販売用書籍だったことが分る。発行部数に関しては不明で、資生堂資料館でも把握していない⁴⁸。各号の総頁数についても『オヒサマ』はどれも95~120頁前後あり、『赤い鳥』の50-60頁、『コドモノクニ』の20-30頁と比べてかなりボリュームのあるものである。

刊行のきっかけについて創刊号で福原信三は次のように述べている。

昨年押しつまつての或日 三須君が私の室に来て突然
「子供雑誌を出したいと思ひますが如何でしやう」といふ。
「宜しう御座います」と私の言下の答に驚いた三須君の眼には歡喜の
涙が湧れてゐました。

(中略)

子供の國その國のために何時か 何かして見たい 雑誌もよいが
新聞と……それは私が外國から歸つた時から考へてゐたことでした。

(中略)

決して賣らうと思つてはなりません 而し賣るなら買つて頂けるほ
どのよい雑誌になさい (以下略)。⁴⁹

資生堂は1921年4、5、10月に「子供服と鏡台陳列」展、12月には「第一回お子様作品展覧会」を開催し、翌22年2月には三須の提案で三科が設置されている。それには三越在職中での経験が活かされていた。その延長線上で彼が『オヒサマ』刊行の提案をしたのであろう。しかし、信三の思惑はどこにあったのか？ 表向きは販売を目的としていた。しかし彼の言う「賣らうと思つてはなりません 而し賣るなら買つて頂けるほどのよい雑誌」とはどのようなものなのかを詳らかにするために各冊子の内容を分析する。

3-2 その内容

その内容は、童話、児童劇といった児童のための読物、専門家による科学読物・世界の動き（特に芸術・文化）に関する読物・解説文・評論（中川紀元⁵⁰による名画解説など）等からなっている。また資生堂主催で開催した「お子様作品展覧会」の児童画や詩の募集記事や、その受賞作品の掲載もあり、当時『赤い鳥』を刊行した鈴木三重吉の提唱する児童文学運動⁵¹とも呼応するものとなっている。

児童のための作品欄には、当時児童雑誌で活躍していた北原白秋⁵²、楠山正雄、中島孤島、高木敏雄、浜田広介、西条八十といった作家たちが執筆している。白秋は『オヒサマ』創刊と同年に創刊された『コドモノクニ』の童謡顧問でもあった。

『オヒサマ』では子どもの創作作品の他に、「お父様お母様へのおねがひ」（1922.4、創刊号）、「斯ういふ時にほめられました」（1922.6、3号）、「私の好きな人とそのわけ」（1922.9、5号）、「かういふ時に叱られました」（1922.10、6号）、「私の持つて居るもので一番大切なものとそのわけ」（1922.11、7号）といったテーマで子どもたちから大人へ向けた作文が毎月掲載されている。

しかし『オヒサマ』で特に注目すべきは母親に向けた記事である。その量は冊子の三分の一を占めている。千葉亀雄（評論家）の「我が子を小学校へ

入学させたくないといふ母親へ答ふ」(1922.4、創刊号)や「新聞の見方」(1922.10、6号)、加藤直士(宗教哲学者・ジャーナリスト)の「私の好きだった英国の一家庭」(1922.9、5号)・「宗教上より見たる女性」(1923.1、9号)、佐藤功一(建築家)・今和次郎⁵³(民族学・建築学・住居生活研究)・黒田鵬心⁵⁴(美術評論家)・山本拙郎(建築家)らによる子供室特集(1922.11、7号)と内容も多彩で専門的なものである。

全体として毎号、口絵に諸外国の児童の絵や文化を紹介する写真や解説、外国のお話などが掲載されている。また、児童雑誌として他のものとはつきり異なるのは、表紙や挿絵に当時の主流であった童画⁵⁵が使用されていないことである。当時の児童雑誌では、『赤い鳥』の清水良雄、『おとぎの世界』の初山滋、『コドモノクニ』の武井武雄というように、それぞれの雑誌は特定の著名な画家を起用し、彼等は表紙、口絵、挿絵を通してその雑誌のカラーを出していた。しかし『オヒサマ』の表紙は、創刊号が資生堂意匠部の矢部季、2号は川島理一郎⁵⁶、4号はA.ドランのバレエ・リュス⁵⁷の衣装デザイン画である。当時は著作権という意識はなくドランの絵をほとんどそのまま使い、左上に雑誌のタイトルにあわせた太陽(おひさま)を描き加えている。他の表紙画はどれもサインや記録がなく画家名は不明であるが、7(3号)・9(5号)・10(6号)月号は『オヒサマ』というタイトルにちなんでいるのか太陽をモチーフにした画が使われている。そのために、上部の『オヒサマ』というタイトルと「子と母の雑誌」という副題でやっと子どもを対象にしていることが判る。

各号の挿絵も、ほとんどを矢部季が手掛けていて、資生堂デザインの基調として採用されたアール・ヌーボー調のものであった。

3-3 『オヒサマ』の特集と作品展

残されている8冊の中で2度の特集が生まれ、2度のお子様作品展が企画されている。

3-3-1 児童劇特集

児童劇は毎号多数掲載され、執筆陣には小山内薫、水木京太、久保田万太郎、長田秀雄らがいる。特に8月4号は童劇童踊の特別号で、7月号の予告では「童劇は勿論童謡舞踊人形劇のことなど一つ一つに写真を入れて精しく説明して戴くことになって居ります。既にお願ひ致しまして御了承下さいました方々は小山内薫氏、長田秀雄氏、久保田万太郎氏、楠田正雄氏、北原白秋氏、西条八十氏、柳澤健氏、森口多里氏、松山省三氏、土方興志氏、小沢愛囀氏、弘田龍太郎氏」⁵⁸と力を入れているのが窺える。実際に8月号では多彩な執筆陣が揃い、外国の芝居に関する口絵に始まり、小山内・長田・中島(孤島)・久保田らが童劇を書き、演劇研究家小沢愛囀は「西洋の人形芝居」について、柳澤健(外交官・詩人)は「パリに見た舞踏のはなし」、小山内薫は「『青い鳥』のコスチウムについて」、川添利基(小説家・劇作家)は「童話劇の演出法」など、広く外国に目を向け、児童というよりは保護者向けの記事と言った観がある。柳澤は1921年6月パリで初めて見たアンナ・パヴロワの舞台について6頁にわたって書いている⁵⁹。そこからは彼の感動がほとば

▶53 当時の意匠部に在職していた今純三の兄。考現学の提唱者。

▶54 1918-24年までPR雑誌『三越』を編集。1935-44まで資生堂意匠部在籍し企業誌編集。

▶55 大正期以降、子どもの出版物のために描かれた絵画の総称で、1924年三越ギャラリーで「武井武雄童画展」が開催され、児童のための絵に“童画”という言葉が初めて使われた(鳥越信編『日本の絵本史I』ミネルヴァ書房、2001年、328-330頁)。

▶56 前掲37、47頁。2号は所在不明。

▶57 Ballets Russes。「ロシア・バレエ団」とも呼ばれ、ロシア出身の芸術監督S.ディアギレフが1909年に設立し、パリを中心に北米、南米、オーストラリアを巡演した。彼によってダンサーばかりでなく、音楽はムソルグスキーやボロディン、ストラヴィンスキー、プロコフィエフ、ドビッシューなど、舞台装置・衣装はバクスト、ピカソ、ドラン、マティスといった卓越した芸術家が集められ、斬新な総合芸術が作られた。

▶58 『オヒサマ』1922年7月3号、68頁。

▶59 翌年彼は『歓喜と微笑の旅(欧州芸術巡礼)』(中央美術社、1923年)を書いている。

▶60 メーテルリンクの『青い鳥』は1908年発表。1909年ロシアのモスクワ座で初演。小山内はモスクワ芸術座の『青い鳥』を「霊の泉が迸り出さうな舞台」と評している（『小山内薫全集第7巻』臨川書店、1955年、359頁）。

▶61 大阪府立中央図書館より複写と掲載の許諾を得た。

▶62 バレエ・リュスの創設者。

しってくるのが感じられる。また、小山内は初めてのヨーロッパ観劇旅行（1912-13）で購入した『青い鳥』の登場人物のスケッチ（舞台美術を担当したエゴロフB. E. Егоров作）を載せている⁶⁰。

さらに興味深いのは「ラ、ボアタ、ジュシュ オモチヤ箱」（La Boite à joujoux）という頁である。これはC.ドビッシーの子どものためのバレエ音楽のタイトルで、1919年12月パリで初演された。衣装と舞台装置の担当は挿絵画家アンドレ・エレ（André Hellé）である。そのエレの舞台装置デザインが早々にしかも児童雑誌上で紹介されているのである。

また、この月の表紙は一見児童が描いたような絵であるが、この特別号に相応しく、当時パリで人気のあったバレエ・リュスの「風変わりな店」（La boutique fantasque、1919年5月ロンドン・アルハンブラ劇場上演）の衣装デザインに手を加えたものである。これはその舞台美術と衣装デザインを担当したアンドレ・ドラン（André Derain）の作品である。ドランは当時、新古典主義のリーダーとして活躍し、ディアギレフ（С. П. Дягилев）⁶²のこのバレエ劇を初めて手がけ成功を収めていた。



『オヒサマ』1922年8月4号表紙
 原本は大阪府立中央図書館所蔵⁶¹

表紙絵にしても『オモチヤ箱』にしても最新のパリの芸術界をどこよりも早く日本に紹介しているのが驚かれる。当然、パリ在住の川島からの情報もあるだろう。しかしそればかりでなく、この雑誌でたびたび名画解説を書いている中川紀元は1919年渡欧し21年帰国し、福原信三の設立した写真芸術社の雑誌『写真芸術』1922年7月号に寄稿している。そんな縁で、彼からの影響もあるだろう。また、信三の写真芸術社創立メンバーの大田黒元雄は1917年『露西亜舞踏』（音楽と文学社）を出版し日本で初めてバレエ・リュスを紹介している。1926年には同名の著書（第一書房）を出し、それにはバクスト、ゴンチャローフ、ドラン、ピカソなどの舞台衣装や舞台美術が写真で収録されている。彼は裕福な実業家の出で、当時は考えられない程に度々長い欧米旅行をしていた。などから発信源は『オヒサマ』の発行元と関係が深い大田黒とも考えられる。信三の周囲にはこのようにパリの最新の芸術動向をいち早く知る人脈が存在していたことがわかる。

8月4号にこのような特集が組まれた背景には、アンナ・パヴロア（А. Павлова）の来日が目前に迫っていることが影響しているのであろう。彼女は1922年9月に来日し、帝劇をはじめとし全国8カ所で公演をしている。彼女はすでに当時から抜きん出たバレリーナとして日本でも知名度が高く、大きな期待をもって迎えられた。彼女の来日は日本のバレエ界に大きな影響を与え、一大バレエブームを起こした。『オヒサマ』8月4号と前後して、資生堂の陳

列場では『パヴロワ婦人の舞踏写真展』が写真芸術社主催で開催されている(1922.10.24-25)。このことから8月4号の特集には、信三や写真芸術社に関わる人たちの大きな思い入れを読み取ることが出来るのではないか。

3-3-2 子供室特集⁶³

11月号7号では子供室について特集が組まれ(記事中、“小兒”、“小供”、“子供”)と言葉が混在しているので、本稿では“子供”に統一した)、巻頭では国内外の子供室の写真が掲載されている。建築家佐藤功一の「小兒室に就て」では、子どもの自由で活発な動きを束縛しない親の目の届く茶の間教育か、また大人の趣味を満足させる西洋の本に出てくるような保姆の管理が必要な小兒室かと問題を提起し、“続く”とあるが現存する冊子に見出すことは出来ない。彼の弟子である今和次郎は「都会の小供の部屋」で、田舎の生活に見られる相互扶助や自然との付き合いのない都会に住む子どもには、彼らだけの世界となる空間が必要であると述べている。また、美術評論家の黒田鵬心は、今の日本の家庭では無理をして独立した子供室は必要なく、小卓と椅子を与えて必要に応じて家の中を移動させればよい、服装が洋装に変化している以上は住も腰掛式にすべきで、まづは子どもから住と衣の生活改善をさせてはどうかと「移動小供室」で記している。彼らは共通して子どもの体格向上や独立心のために子どものための空間や子ども用椅子や本棚、小卓等の必要性を述べている。

さらに、山本拙郎は「小供室は独立心を養ふために」と題し、子供室を作る一番の目的は独立心を養うことであると述べ、その部屋に必要なものを具体的に提案している。彼は、当時の椅子生活を取り入れた合理的な住生活を提案していた「あめりか屋」の技師であった。最後に家政の専門家西田文子の「子供の部屋に就いて」で、女性の視点から健康・安全・教育を考えた子ども本位の部屋の作り方を述べる記事へと続いている。彼ら2人の提案する子供室はより具体的であり、子どもを通して西洋風な近代的生活を読者である母親に提示している。それは資生堂という企業イメージとも合致するものであった。

大正以降、「家庭」に照準が向けられた博覧会が百貨店、新聞社などによって盛んに開催される。1915年上野に於いて国民新聞社主催「家庭博覧会」が開催された。品物を見せるだけでなく、いかに利用して家庭の改善を計るかという目的の下に、百貨店の家具売り場のモデルルームのような展示の仕方がされ、新しい生き方に呼応した新しい住まいや環境に対する具体的なイメージを都市中間層の人々に示した⁶⁴。

また同時に、生活の欧風化、都市の深刻な住宅不足に伴い建築関係者や政府も住生活の改善の必要が急務と考えていた。1919年文部省主催「生活改善展覧会」が開催され、伝統的な不便な住生活をいかに改善するかを、様々な展示物で提案している。『オヒサマ』11月7号が刊行された1922年には、東京上野で東京府主催「平和記念東京博覧会」(上野、3.10-7.20)と社団法人日本建築協会主催「住宅改造博覧会」(大阪箕面、9.21-11.26)が開催された。「平和記念東京博覧会」では、洋風椅子座を中心とした実物住宅が出品され、

▶63 子ども部屋に関するの先行研究として神田由紀「近代日本における子供部屋の誕生」『デザイン学研究』日本デザイン協会、45巻1号、1998年、65-74頁参照。

▶64 吉見俊哉『博覧会の政治学』(中央公論社、1992年)の「展示される家庭生活」152-158頁を参照。

その展示場は「文化村」と命名された。また、「住宅改造博覧会」は別名「桜ヶ丘住宅改造博覧会」と呼ばれ、サラリーマン家庭でも手に入れることが可能な文化住宅を展示し提案した（そのどれにも「あめりか屋」が参加し、前出の山本拙郎も関わっている）。

『オヒサマ』の子供室特集は、このように当時の時流に合致したものだ。一方その背景には信三の住環境に対する高いこだわりが読み取れる。資生堂化粧品部では以前から家具を制作展示販売していた。陳列場が出来てからは「欧風鏡台陳列」（1920.3）、「『新生』家具第一回発表」（1920.12）等鏡台を中心に展示会が行われているが、「新生家具臨時発表会、名物更紗模作陳列」（1921.3）や「子供用家具と新生家具発表」（1921.4）では子ども用卓子と椅子が販売されている。資生堂は銀座店舗の隣にある宮沢工作所と組んで新生家具協会を作り、日本人の体に合わせた簡素で廉価で美術的な家具の制作と販売をしていた⁶⁵。それらの家具はどれも梶田恵が制作したものだ。彼は家具設計を学び、その後小山内薫の自由劇場の舞台小道具制作などを経て自身の工房を開き⁶⁶、1920年前後は宮沢工作所を通じて資生堂の店内装飾を手掛けていた。小規模な彼の工房は非常に質が高く芸術的な家具を作っていたため、まだ若い家具デザイナー梶田を信三は評価し、震災後の資生堂喫茶室の室内装飾も彼に依頼をしている。

信三は家具だけではなく、住環境に強い関心を持っており、それが『銀座』（三須裕編、資生堂化粧品部、1921年）の刊行になる。また、資生堂意匠部は1927年に『御婦人手帳』を出している。ファッションばかりでなく住環境も取り上げ、欧米の住宅事情が紹介され、信三が理想とする街、環境を提唱しようとしている。

信三の住環境への関心は、自身の箱根の別荘からもうかがうことが出来る。父有信の隠居のために用意されたこの別荘は1918年帝国ホテルの建築家F.L.ライトに設計を依頼したものである⁶⁷。また、資生堂陳列場では大船田園都市住宅展（1922.9）が開催されている。21年12月に設立された大船田園都市(株)が主催で、信三は設立当時から取締役として名を連ねている。大船の住宅地開発計画は、あまりに高価で一般の人には購入は難しく、しかも震災による買い控えや27年の金融恐慌前の不況により計画はとん挫してしまう。しかし、「当時においても現代においてもこれだけ理想的な姿をしっかりと見せてくれた住宅地は少ない」と言われる⁶⁸ような完全洋風の高い基準を設けたもので、信三の理想とするものだったのであろう。

児童劇特集と子供室特集に寄稿したのは信三のネットワークの人たちで、その後の信三の活動にも係わってくる。そこには信三の芸術や環境への広く高い関心が根底にある。

3-3-3 お子様作品展

資生堂では1年の間に3度の「お子様作品展覧会」を催している。「第一回お子様作品展覧会」（1921.12.15-28）は、資生堂主催により資生堂陳列場で行われた。「十五歳までのお子様の絵画、彫刻、お細工物、組立物、おもちゃ、お人形、童謡、設計図等」を募集し、会場での子どもの投票と審査員（阿部

▶65 前掲23、28頁。

▶66 梶田は震災後建築家岡田信一郎の作品に多くの家具をデザインしている（明治生命館の社長応接室等）。1925年にはパリの「アール・デコ展」で入賞している。

▶67 谷川正巳「短命で果てたF.L.ライトの別荘」『銀座モダンと都市意匠』資生堂企業文化部、1993年、76-80頁。

▶68 藤谷陽悦「夢と消えた大船田園都市構想」『銀座モダンと都市意匠』資生堂企業文化部、1993年、96頁。

次郎、日夏耿之助、小瀬松次郎、西山哲司)の審査によって入選者を会期中に決定し、7千点以上の応募の中から3千点が展示された⁶⁹。『オヒサマ』創刊号には応募作品と審査員の評価が掲載されている。

この「お子様作品展覧会」は第二回展(1922.6.18-25)が『オヒサマ』主催、大阪毎日新聞社後援により大阪府立商品陳列所で開催され⁷⁰、さらに第三回展(1922.12.5-25)が『オヒサマ』主催、資生堂後援で資生堂陳列場にて開催されている。

第二回作品展の出品規則として以下のように『オヒサマ』創刊号で公募されている。

- ・12歳までの少年少女
- ・絵は油絵、水彩画、ペン画、鉛筆画 自分で描いたものか写生
- ・細工物はおもちゃ お人形などを紙や木や布などで作ったものや模型など
- ・詩

第三回は『オヒサマ』11月7号で以下のような出品規則が記載されている。

- ・15歳までの少年少女
- ・絵は油絵、水彩画、ペン画、鉛筆画
- ・詩

『オヒサマ』に記載された出品規則に共通していることは、自分で考えたものであること、他人のものを真似してはいけない、他の人に教えてもらったり手伝ってもらってはいけない、自分で感じたことや思ったことをそのまま表現しなさい、と子どもの自発性を促している。それは当時の自由教育運動に呼応するものである。子どもたちから、何にも囚われない自由な綴方や画、詩を募り、誌上で発表するという企画の先駆けは『赤い鳥』であった。綴方は主催者の鈴木三重吉、自由詩は北原白秋、自由画は山本鼎が担当した。それはやがて白秋の童謡運動や、山本の自由画運動へと発展し、新しい芸術運動が生まれる。山本は1919年4月に故郷長野県で「第一回児童自由画展」を開き、1万点にものぼる児童の応募があった。このような自由画展は各地で開かれる。また、山本の協力で『赤い鳥』主催「自由画大覧会」が1925年4月四谷区番衆町の新宿園で開催され、2万点の応募があり、378点が展示される⁷¹など、自由画運動が展開されてゆく。こうした運動を背景に資生堂の「お子様作品展覧会」が開催されたのである。誌上で募集し、専門家による審査の後に掲載する、あるいは展覧会で展示するという手法は資生堂も他誌と変わりがなかった。

信三は留学後の欧州旅行で山本鼎と出会っているが、山本は『オヒサマ』の執筆陣には加わっておらず、信三と自由教育運動との関係を見出すことは出来ない。展覧会に関しても企画は三須であり、信三の影は見受けられない。しかし、資生堂が陳列場という空間を提供し、日替わりでの子どもの作品を展示することにより、今まで足を運ばなかった子どもや家族ばかりでなく、多くの報道陣の注目を集め、資生堂の子ども文化活動という新たなイメージを広く知らしめることになったことは疑いなく、ゆるぎない事実として認められる。

▶69 前掲23、41頁。

▶70 『オヒサマ』1922年9月5号、75頁によれば、絵2900点、詩630篇、手工品110点が集まったとある。

▶71 高野奈保「赤い鳥主催『自由画大覧会』と鈴木三重吉」『信州大学附属図書館研究』第4号、2015年、43頁。

4 おわりに

19世紀末に子ども向け文学が創作され、近代的児童観が形成される過程で、市場も「子ども」に注目し始める。三越は早くから「子ども」を消費の対象のみならず児童文化の研究の対象とすることを企てた。また、(株)小林商店(後のライオン(株))は1913年に日本初の学童向け「ライオンコドモハミガキ」の発売にともない児童の口腔ケアや歯磨き運動といった啓蒙活動も行っている。さらに、販売促進や歯磨の広報のために絵本やカードを商品の付録として用いている。

資生堂でも、1921年の子ども服の販売に始まり、『赤い鳥』運動や山本鼎の自由画運動に呼応したと思われる「お子様作品展覧会」の開催、三科(美容科・美髪科・子供服科)の設置、『オヒサマ』の創刊と、「子ども」に急接近する。意匠部の三須裕主導で、三越宣伝部時代で培ったノウハウを生かして、当時の子ども文化と密接に繋がった企画を実行していった。

残存している8冊の『オヒサマ』の一大イベントのひとつ「お子様作品展覧会」は、三須の企画であり、冊子刊行以前に開催され、その流れで『オヒサマ』が主催者となり発表の場となったのであろう。しかし、他の主な企画や冊子の方向性については信三主導だったと推察する。

信三が経営者になってすぐに設置した意匠部・三科・陳列場さらに写真芸術社の立ち上げ、それらは本稿で示したように彼を取り巻くネットワークによって底辺で繋がり、どれも互いに補完関係にあった。信三はそれらを通して、自身のポリシーである精神的豊かさやそのライフスタイルを発信するという目的は一貫しているのである。『オヒサマ』においてもそれは同じで、その執筆陣もそうした信三のネットワークで占められており、先に述べたように内容は資生堂陳列場の催事と呼応しているからである。信三は『オヒサマ』をメディアとして、「子と母の雑誌」の読者たち、特に母親の存在を重視し、彼らに当代一流、あるいは若い才能ある者によって、当時の日本ばかりでなくヨーロッパで話題となっている文化をいち早く紹介しようとしているのが見て取れる。それはやがて長期的に資生堂という企業イメージを子と母親に伝えることになるという信念があったと考える。

それが母子に受け入れられたかということ、「返本が山と積まれた」とあるようにあまりにも高尚すぎたようだ。5年後に出された『資生堂月報』の1926年12月2日午後1時30分から1時間の統計⁷²では、資生堂美術部前の女性通行人516人中洋装は22人、耳かくしは35人、断髪は1人といった出で立ちである。信三は母子たちに新しい生き方の手がかりを提供しようと考えていたのだろうが、それが受け入れられるためには時間が必要だったのである。

(平成30年10月25日受理、平成31年2月22日採択)

▶72 「銀座を歩く人」『資生堂月報』資生堂、1927.1、第28号、8頁。

