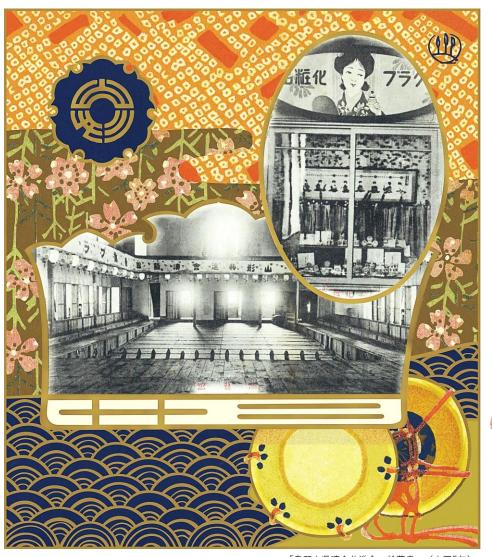


第14回企画展のご案内

# 「人によりそう~中山太陽堂にみる販売促進・営業活動~」展









# 心を魅せた 中山太陽堂

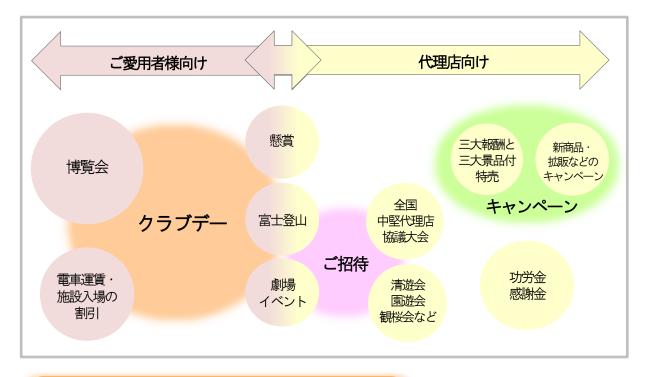
株式会社クラブコスメチックス(本社・大阪市西区、代表取締役社長・中山ユカリ)では、第14回企画展「人によりそう~中山太陽堂の販売促進・営業活動~」展を4月より開催いたします。明治末から昭和初期に当社の前身・中山太陽堂が展開した多種多様な販売促進・営業策は、創業期に大きく成長する礎となりました。大衆の娯楽が多様化した時代、その様々なシーンに中山太陽堂が登場します。博覧会への出展やイベント開催等、その斬新かつ時代に合致した活動は、人々の心に大きなインパクトや購買意欲を与えました。モダニズム期の中山太陽堂が「人の心」に寄り添い展開した、華麗な活動をご紹介いたします。

株式会社クラブコスメチックスは明治36(1903)年に中山太陽堂として創業いたしました。 創業者・中山太一は、明治39(1906)年に自社第一号製品「クラブ洗粉」を発売。モダニズム期 に様々な販売促進・営業策を展開し、「中山太陽堂」や「クラブ化粧品」の名を国内だけでなく、 海外に向けても広く訴求していきました。

# ○ 展示内容

# 第1章 中山太陽堂の活動と太一の思い

中山太陽堂の販売促進活動は大きく「ご愛用者様向け」と「代理店向け」に分かれ、両方を兼ねるものもあります。創業者・中山太一は近代化を目指し生活様式が変容していく日本において、化粧品はますます需要が増していくと考え活動し、業界の繁栄を誰より強く望みました。



#### 「化粧品は嗜好品にあらず、 文化生活をする上での兴需品である」

日本の生活水準が向上していく時代において、石鹸や歯磨き等の 衛生面を含めたお化粧は、広く人々の生活に密着したものになって いくと考えました。

#### 「共存共栄」

創業時より製造メーカーだけでなく、卸や問屋、小売や消費者に 至るまで適正な利益を得なければならないと考えていました。 「化粧品業界の近代化の父」と言われ、業界に初めて「共存共栄」 の考えを持ち込みます。



創業者 中山太一



# 第2章 ご愛用者様向け 販売促進・営業活動

## 第1節 博覧会

明治~大正期は博覧会の時代と言われ、様々な博覧会が全国各地で開催されました。**明治期**は国策として 商工業者を対象に高度な技術を公開する **文明** の博覧会でしたが、**大正期** は地方自治体や民間企業が主に 中流階級の婦人や子どもを対象とし、物質的な豊かさを求めた**文化**の博覧会でした。

中山太陽堂は1908(明治41)年に金牌を受賞したのを皮切りに、大正末までに計58の賞を受賞。1922 (大正11)年の **平和記念東京博覧会** では特設館を設置する等、博覧会へ積極的に参加して業界の発展に力を添えるとともに、自社の販売促進もおこない、各会場で人気を博しました。



**平和記念東京博覧会の会場図**(大正11年)





平和記念東京博覧会における中山太陽堂の特設館(左)と整容室(上) 特設館では整容美粧の講師が出張して無料で希望者の 髪やお化粧を整え、カフェー等も併設されていました。

## 第2節 イベント・懸賞

ご愛用様向けに開催したイベントは「クラブデー」と名付けられ、当時、娯楽の花形であった 劇場へのご招待を中心に、懸賞やキャンペーン等を行いました。会場となる劇場には中山太陽堂 が寄贈した緞帳があり、帰りにお土産が配られました。家で余韻に浸る為に開いたパンフレット には広告が掲載されており、人の心に印象づける工夫がなされています。懸賞では大正末から 昭和初期に人気があったクロスワードパズルを用いて、流行を反映した懸賞等がありました。



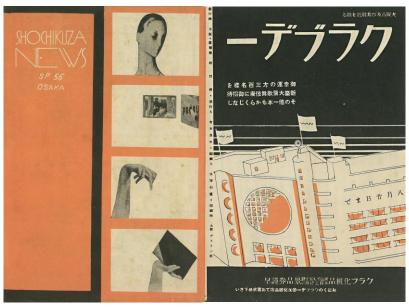
**神戸聚楽舘におけるクラブデー**(大正3年)



中之島中央公会堂に寄贈した緞帳 (昭和12年)



**クラブデーおみやげ** (大正期)



クラブデーの広告が掲載された SHOCHIKUZA NEWS SP56 (昭和07年)



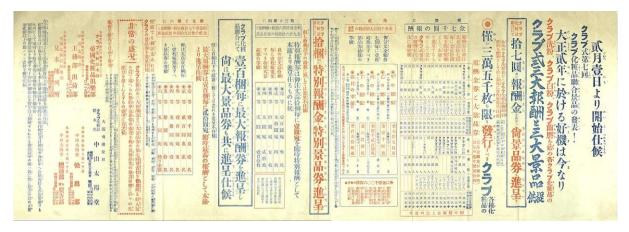
クロスワードパズルの 大**懸賞募集 ポスター** (昭和06年)

# <mark>第3章</mark> 代理店向け 販売促進・営業活動

#### 第1節 キャンペーン・イベント・懸賞

代理店向けの販売促進として、キャンペーンに伴うイベントや懸賞があります。

キャンペーンには1909 (明治42) 年より継続して行なわれたクラブ独自の「三大報酬と三大景品付特売」が ありました。他にスポット的に行われた「新発売」や「拡販」等を目的としたものがあり、オリジナルの看板等 を景品にします。その他イベントへの招待等があり、大正8(1919)年以降に恒例となった富士登山では、 「万年モーニング」とも呼ばれていた中山太一は、当日モーニング姿で現れて話題を呼びました。



クラブ式三大報酬と三大景品 ちらし (大正期)



発売当初のカテイフード (昭和03年)



**絵看板**(大正末~昭和初期)



富士登山隊 写真(大正~昭和初期)

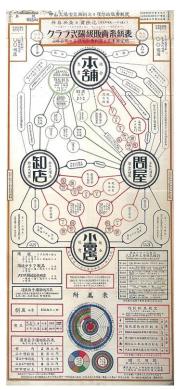


### 第2節 販売ルートの確立

中山太陽堂は1924(大正13)年に生まれた「堂ビル専売化粧品」(後の 堂級化粧品)を皮切りに、「太級」「陽級」「堂級」という3本の販売ルート を確立しました。

特に1926(大正15)年から実施された「陽級販売制度」は、製品取引系統 や利益等が明確化された画期的な制度です。当時業界が悩まされていた 価格破壊の問題に対応する良策とされ、相互の信頼・協力を確固なものに していきました。





陽級販売系統表(大正15年)

### ○ 開催概要

と き 2017年04月01日(土)~05月31日(水)

9:30~17:00(※5/1、2、日祝日を除く)

ところ 大阪市西区西本町2丁目6番11号

タイヨービル1階 文化資料室

#### 入場無料

<u>会期中の第2土曜日(4/8、5/13)14:00より約30分間</u> 担当者によるギャラリートークを行います。事前申し込み不要。



地下鉄中央線「阿波座駅」下車・①番出口すぐ

### ○ 内覧会

と き 2017年03月31日(木)13:00~16:00

ところ 株式会社クラブコスメチックス 文化資料室

※ 要予約 下記お問い合わせ先にご連絡をお願いいたします。

## お問い合わせ先

株式会社クラブコスメチックス 文化資料室

担 当 中谷 · 福田

e-mail info3@clubcosmetics.co.jp

TEL 06-6531-2997 FAX 06-6531-3007

URL www.clubcosmetics.co.jp/museum/