



CLUB グループ

女性の美を育み続けて100有余年

2018年 3月
株式会社 クラブコスメチックス



CLUB cosmetics co., LTD.

第15回企画展のご案内

「文化 としてのお化粧品」展

～現在に受け継ぐ確かな思い～



「クラブあらひ粉 布製ポスター」
(明治末～大正初期)

「化粧品業界の近代化の父」 その思い

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15回企画展「文化としてのお化粧品 —現在に受け継ぐ確かな思い—」を4月より開催いたします。創業者・中山太一は【化粧品は文化である】と考え、明治36年に中山太陽堂を創業しました。その信念のもとに行った企業活動は、日本近代化粧品史に大きな影響を与えます。その影響は化粧品業界だけでなく、化粧文化や女性文化、広告文化に至るまで広くわたりました。モダニズム期に当社の前身である中山太陽堂が化粧品を文化と考え、【品質優良な商品をより多くの人に届け喜んで頂くこと】を目指した、現在に受け継がれるその思いをご紹介します。

明治維新以降、日本は西洋の文明や文化が入ってきたことにより生活水準が向上し、更に近代化を目指しました。中山太陽堂（現・株式会社クラブコスメチックス）の創業者・中山太一は【今後石鹸や歯磨等を含めた化粧品は、広く人々の生活に密着したものになっていく】と考え、明治36年（1903）に神戸市花隈で西洋雑貨化粧品の卸業として中山太陽堂を創業。業界の発展に貢献し、「化粧品業界の近代化の父」と呼ばれました。

● 展示内容

第1章 文化としての化粧品

明治時代の日本は西洋より文明や文化が入ってくるようになり、急速に近代化を遂げていきます。化粧品においても同様に、日本に比べて技術も品質も優れた品や最新の化粧法が入ってきました。明治後期になり初めて「化粧品」という言葉が組合の名称に取り入れられ、化粧品業界が芽吹きはじめます。

中山太一は化粧文化を支える礎となる【品質優良な商品をより多くの方に届け喜んで頂くこと】を目指し、商品の品質を第一に考えます。太一はその思いの実現の為、技術の進む西洋より積極的に専門技師を招聘して日本人技師の育成も行い、常に品質優良な新商品の開発と品質の向上に向けた改良を行いました。



品質優良主義について書かれた『クラブ通信 太陽堂月報』（昭和3年）



外国人技師との契約書（大正期）



英国人 P・L・スミス氏により誕生したクラブ美身クリーム（明治末～大正初期）



独国人 ユストス・ウォルフ氏（大正後期～昭和初期）



クラブ洗粉の品質改良をうたったポスター 右上に P・L・スミス氏（明治43年頃）

第2章 中山太陽堂の目指したもの

中山太陽堂は品質優良な商品をつくることで会社の基盤をつくり、次にあらゆる企業活動をとおして文化を発信し続けました。その活動の影響は大きく、化粧品産業だけでなく化粧文化や女性文化、広告文化などにまで広くわたっています。

第1節 文化の発信 — 広告・イベント —

明治から昭和初期にかけての日本では、全国各地で博覧会が開催され、娯楽の花形として観劇が流行しました。また、この時代は広告で写真が使われ始め、飛行機やアドバルーンが誕生しています。中山太陽堂はそれら当時の最先端の文化を積極的に企業活動に取り入れていきました。中でも先駆けて写真広告を掲出した・アドバルーンをあげたのは中山太陽堂とされています。



北海道汽車博覧会 絵葉書
(明治43年)



大阪道頓堀の屋外広告
(大正後期～昭和初期)



クラブデーちらし
(昭和9年)



広告に使用した美人写真
(明治末)



店頭用提灯型ポスターと短冊
(昭和4年)

第2節 文化の発信 — 女性へのメッセージ —

大正から昭和にかけての日本は女性の社会進出がめざましく、身嗜みとして美容が注目され始めます。化粧は多様化し、特に手軽で簡単な早化粧が流行します。化粧品には機能性が求められ、外出先で化粧直しをする為のコンパクトなど、携帯用化粧品の需要が高まりました。

中山太陽堂は「近代美粧」を「眞の美は清き心と美しき容姿を相俟つもの」としています。クラブ化粧品を使用した多様なお化粧法や、家庭美顔術などをカタログで紹介するだけでなく、ご愛用者様の美容に関する悩みに答える雑誌広告を掲出したり、PR誌ではシーン別の美容法を提案しています。



- ① クラブ堂級化粧品 カタログ (昭和5年)
- ② 『婦人世界 第十三巻・第八号』実業之日本社 (大正7年1月)
- ③ 『ビューティ 第四号』中山太陽堂 (昭和10年2月)

第3節 文化の発信 — 商品デザイン —

クラブ化粧品の商品パッケージは当時の世界的流行を反映しており、デザインの時流もみることができます。ただ流行の先端を取り入れるだけでなく、中には時を経ても永く使い続けるデザインが存在します。それらは幾多ある商品の中でも、特に優美で人の目をひく「クラブらしさ」をもった印象深いデザインになっています。



意匠案
(大正中期～昭和初期)



クラブ白粉のデザインラベルと製品パッケージ
(大正中期～昭和初期)

特設コーナー

現存する日本最古の宣伝用
アニメーションフィルム 『カテイ石鹸』を上映

神戸映画資料館（神戸市長田区）にて発見されたアニメーションフィルム『カテイ石鹸』は約1分30秒のキャンペーンを告知する無声フィルムです。カテイ石鹸の購入者にクラブ歯磨をプレゼントすることにより、後発ブランドである「カテイ」が既に名が知れていた「クラブ」と同じ中山太陽堂のブランドであることをひろめる狙いがありました。

カテイ石鹸は大正9年（1920）に発売。上映するアニメーションフィルムは大正11年（1922）に東北地方で行われたキャンペーンの告知と推察しています。今企画展ではアニメーションフィルムその他、年代特定につながった史料もあわせて展示いたします。



カテイ石鹸（大正9年）



『カテイ石鹸』アニメーションフィルム（大正11年）

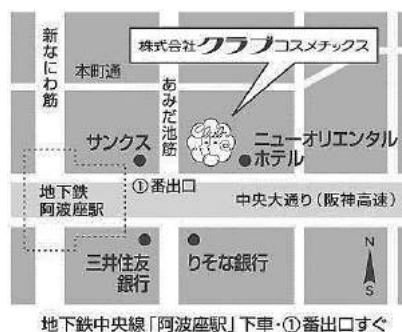
● 開催概要

と き 2018年4月2日（月）～5月31日（木）
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

ギャラリートーク開催 4/7、21、5/12、26 14：00～（約30分）

入場無料



● 報道・メディア関係者 内覧会

と き 2018年3月30日（金）13:00～17:00

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/