

粉 洗 ブ ラ ク



製 謹 堂 陽 太 山 中
陰 橋 冶 鍛 東 東 町 崎 水 阪 大



第13回企画展

「“素顔の美を増す”化粧品」展

～中山太陽堂にみる商品戦略～

2016年4月1日(金)～5月31日(火) 9:30～17:00 (5/2、6、日祝日を除く)

株式会社 **クラブ** コスメチックス





あらいて

クラブコスメチックス（当時中山太陽堂）の自社第1号製品「クラブ洗粉」は、明治39年に発売以来、110周年を迎えました。また、その発売100周年を記念して開設された当文化資料室も10周年となります。

本企画展では、当社の美の原点である「クラブ洗粉」を取り上げ、創業者中山太一が指揮をとり、総合化粧品メーカーへ成長していったモダニズム期の当社の足跡を、商品の変遷などと共に展示しております。



第一章 中山太陽堂の商品戦略

「クラブ洗粉」は発売から、約1年間で400万個を売り上げる大ヒット商品となり、会社の土台を築きます。続いて明治44年には英国より化粧品技師を招いて誕生した「英国式クラブ美身クリーム」のヒットにより大黒柱を築きました。そして戦略的に次々と品質優良な商品を発売し、総合化粧品メーカーへと成長していきます。

スキンケアの時代

明治末～大正初期

粉製品

発売開始

練製品

発売開始

乳化・揮発性

製品 発売開始



クラブ洗粉（明治39年）



クラブ白粉（明治43年）



英国式クラブ美身クリーム
（明治44年）



クラブ乳液化粧水
（大正2年）



クラブキニーネ香水
（大正2年）

流行品の時代

（メイク品）

大正期



クラブほゝ紅
（大正3年）



クラブ口紅
（大正12年）



クラブ白粉錠かん入
（大正12年）

進化系化粧品の時代

大正末～昭和初期

油性クリーム

発売開始



クラブワイズ
※ 美白化粧水
（大正12年）



クラブ淡白クリーム
（昭和5年）



カティフード
※ 便利白粉
（昭和2年）



クラブコールドクリーム
（昭和5年）

※（ ）内は発売年になります。画像は発売当時以外のものも含まれております。

第二章 クラブ^{あらいこ}洗粉の商品戦略

一、「クラブ洗粉」とは

「クラブ洗粉」は天然成分を原料とした粉末の洗顔料です。
創業者 中山太一は「日本人の肌に優しい商品をつくりたい」
「品質の良い商品を広く知ってもらい、使っていただきたい」
という想いを込め、開発に着手します。



若き日の中山太一

「クラブ洗粉」のライバル

商品開発にあたり、ライバルとしたのは舶来の石鹼です。
日本古来からある洗粉に比べ、舶来の石鹼は洗浄力が高く、
豊潤な使用感や香りが人々の憧れでした。しかし高価だった
上、繊細な日本女性の肌に合わず、肌荒れを起こす人も
少なくありませんでした。
一方洗粉も広く使われていましたが、トップブランドが無く、
市場性が高いと考えた太一は、第一号製品として舶来の石鹼
に負けない洗浄力・使用感・香りを追求したクラブ洗粉を
開発し、世に送り出しました。

ブランド名「クラブ・CLUB・倶楽部」

日本人が発音しやすく、当時人々の憧れであった西洋文化
の1つ「クラブ（社交室、談話室）」をブランド名に採用
しました。

シンボルマーク「双美人」^{そうびじん}

クラブ洗粉を初め、商品パッケージに描かれている女性の
絵は、「双美人」マークと言います。頭には桜・胸元には
スミレが描かれており、美人を2人並べる事で親近感を
もたせました。

また双美人のモデルは、明治末に気品あふれる美貌の持ち主
として知られた前田侯爵夫人の漢子（なみこ）夫人で、画家の
中島春郊（なかじましゅんこう）が描いたと言われています。
こうして誕生した双美人は、110年経った現在もクラブ
グループのシンボルマークとして引き継がれています。



“石鹼以上”とうたった
「クラブあらひ粉」
布製ポスター
（明治末～大正初期頃）



商標登録された双美人
（明治39年）



商品パッケージに
描かれた双美人
（大正期～昭和初期）

二、進化するクラブ洗粉 ～品質へのこだわり～

お客様本位に 繰り返しおこなった品質改良

中山太一は“本当に品質の良い商品をつくり真実を広告にすれば、すぐに売り広まる”という考えのもと、品質にこだわり改良を繰り返しました。お客様の満足の為に商品も進化しなければならぬと、現状に満足する事なく、常に品質向上を目指しました。太一の品質への想いは、当時の商品パッケージや新聞広告に見ることができます。



①

②

③

- ① 品質の良い商品はすぐに顧客を集める
- ② クラブ洗粉の人気は世間の信用を得ているという証拠である
- ③ 品質の良い商品の偽りのない広告はすぐに世間に広まる

Club Wash Powder advertisement text and table:

善良の製品ハ直ハ販路を擴める

スニセツエトツレオイバ	重要	一ダーボ酸石来舶	重要
一コヤジ	重要	一ダーボラモリク	重要
スイバスの的生衛	重要	ルカニユチの料身美	重要
スニセツエアラクキヨジ	重要	クーレフクルミ	重要

真寶の言語を神速に社會に傳播す

▲クラブあらい粉も當俱樂部の新輸入原料拾數種も其藥學博士の試験に基き皮膚に最も有効の適量を研究し應用化學專門家ニ依り調製せられたる洗粉にして顧客に忠實なる帝國無比の良品なりと世評を博せり

▲クラブあらい粉も皮膚に用ふれを衛其美身術に適合し頭髮を洗ふ其垢を去り光澤を添同時に有絶ある芳香を備つ

▲クラブあらい粉も貴婦人の愛用は勿論紳士の需用又頗る多し

理由ハ新輸入原料中試験の結果前回に比し層優等なる良品を得る毎に直に之を應用しつたり

▲クラブあらい粉も皮膚に用ふれを衛其美身術に適合し頭髮を洗ふ其垢を去り光澤を添同時に有絶ある芳香を備つ

▲クラブあらい粉も貴婦人の愛用は勿論紳士の需用又頗る多し

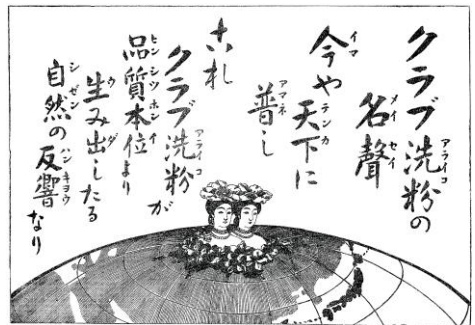
創業者の想いが記された(上左右部分) クラブ洗粉 パッケージ 裏 (明治末)



クラブ洗粉本舗

帝國化粧品店供
樂部總代理店供

中山太一



- (上) クラブ洗粉の好評は品質本位が理由であることをうたった新聞広告
大阪毎日新聞 (明治43年04月10日)
- (左) クラブ洗粉の原料追加による品質改良をうたった新聞広告
大阪毎日新聞 (明治41年06月14日)

クラフツ師は當工場監督技師と英國技師其製造を擔

目を逐て益々盛んに今や其の
愛用は廣く海外に及べり

朝は一日の計の始なり

クタク歯磨は
歯牙の健康を保ちし
歯肉の熱を消去し
口臭を去りしむ
食味を美し
毎朝
クタク歯磨を
用はば

年



新たに流行せる
クラブおしろ

冬も尙顔の荒れぬ

クラブおしろい

英國より來れる

タラフ化粧品本店
化粧品製造技師

ビ、エ、ス、ス、氏



ブ ラ ク
店 賣 販 大

クラゲおしゝは東京大坂京都の
貴婦人間に頗る歡迎せられつゝあり

「年一年品質の進歩せる（左部分）」と クラブ洗粉の進化をうたったポスター
（明治43年頃）

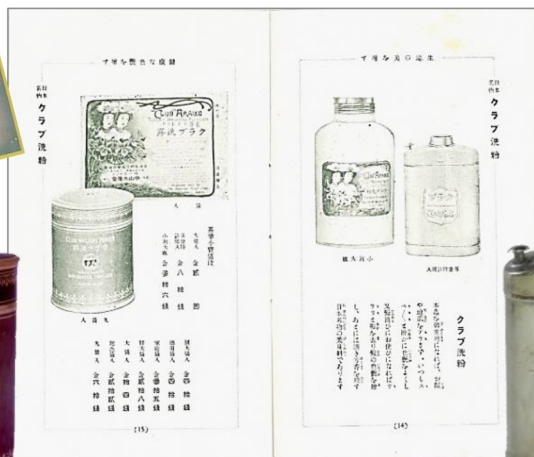
三、ターゲットと商品デザイン

クラブ洗粉を広く多くの方に知っていただく為、当時憧れの的であり常に注目を集めた貴婦人やご令嬢をターゲットにし、富裕層を顧客とする百貨店へ売り込みを行いました。通常の紙袋パッケージとは違い、金属製や紙製の容器を使って高級感をもたせています。

↓ 商品カタログ中面



クラブ洗粉 丸筒入
(昭和初期)



クラブ化粧品カタログ
(昭和3年)



クラブ洗粉 専売特許缶入
(明治44年)

↓ 百貨店カタログ中面



高島屋家庭宝典 (昭和10年)



クラブ化粧品 詰合せ函
(昭和初期)



クラブ洗粉 小判筒入
(昭和初期)

四、広告にみる商品性

中山太陽堂は、白粉が主流であった日本の化粧品市場に、白粉を綺麗につける為には「素顔の美を増す」事が必要であると広告で伝えています。クラブ洗粉はまさに女性の素肌美をかなえる商品となり、更に多くの方に広まっていきます。



クラブ洗粉 雑誌広告
『女学世界』（明治41年06月01日発行）



クラブ洗粉 広告のはがき
（明治末）



クラブ洗粉 雑誌広告
『女学世界』（明治42年10月01日発行）

第三章 品質を支える生産

中山太陽堂は大正6年より、大阪市南区水崎町（現在のJR新今宮駅前）に本格的な近代工場を建設。世界最高水準の生産設計をもち、最新のコンベヤーシステムを採用する等、当時の化粧品工場としては東洋一と呼ばれました。
商品の品質を支えた生産現場の様子を、記録写真に見ることが出来ます。



中山太陽堂 本店・工場外観
（大正期）



クラブ洗粉の生産現場
（昭和初期）



オートメーション化された生産現場
（昭和初期）



クラブ洗粉の売場
（明治末～大正期）



次回の企画展は2017年春を予定しております。



株式会社 **クラブ** コスメチックス

大阪市西区西本町2-6-11
クラブコスメチックス 文化資料室
TEL 06-6531-2997（文化資料室直通）



クラブ洗粉 小判筒入（昭和初期）
※ 表紙の元デザイン