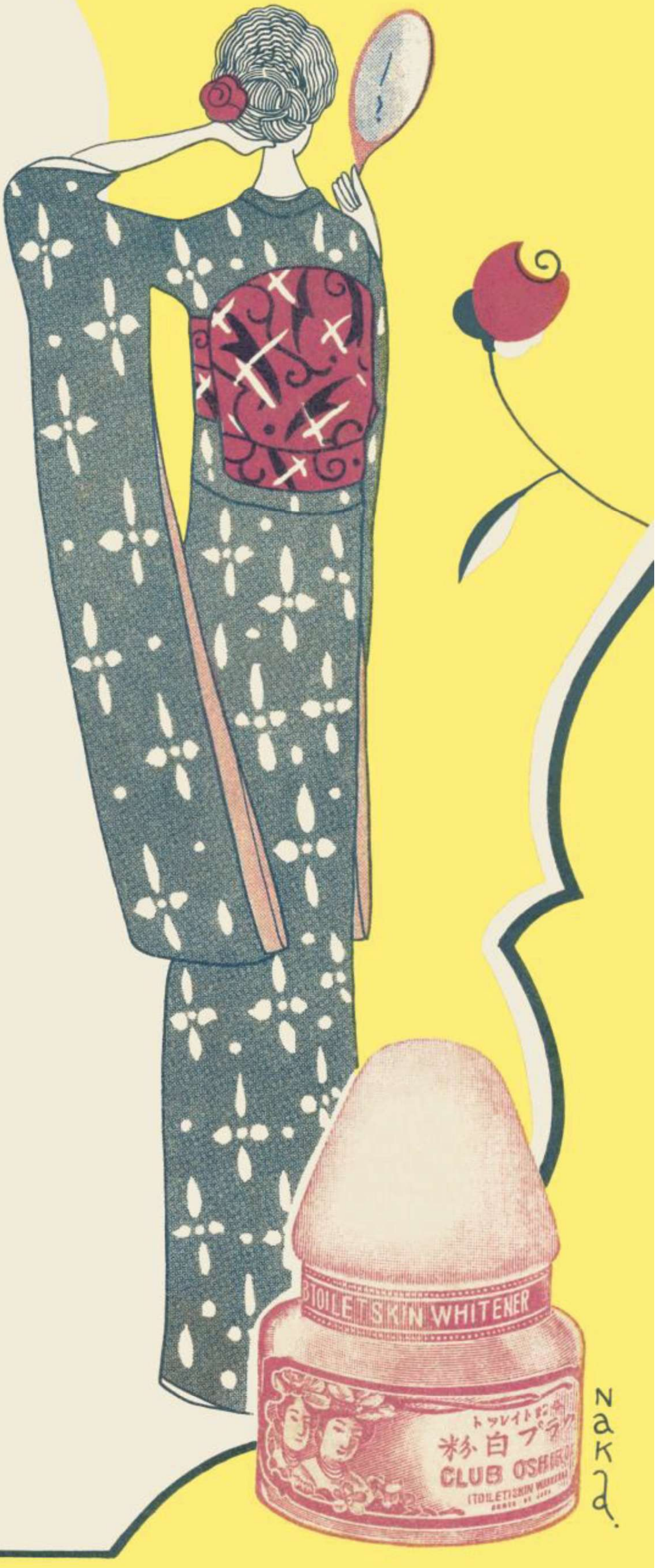
第16回企画展

昭和メイクの移ろい

―白粉（おしろい）からファンデーションへ―



2019年4月1日（月）～5月31日（金）9:30～17:00（4/30、5/1、2、日祝日を除く）

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（直通）　https://www.clubcosmetics.co.jp/museum/

株式会社クラブコスメチックス

ごあいさつ

現代の私たちが日常的に行っている化粧は、1940年代を境に形成されていきました。日本の化粧は古来より受け継がれてきた白粉や紅、墨を使用する伝統的な和化粧があります。和化粧は明治維新を境に、当時西洋から入ってきた先進的な化粧品やお化粧法を取り入れ、1940年代にかけて大きな進化を遂げました。和化粧より進化した西洋風和化粧には、1940年代以降に形成される現代化粧の根源をみることが出来ます。その転換期を包括する昭和期は、日本の化粧文化において重要な意味をもつ時代と言えるでしょう。

今企画展では激動の時代において、伝統から進化を遂げた日本の化粧文化「昭和メイクの移ろい」を紹介しています。

第1章　メイクは身嗜みから個性美へ（1920～30年代）

明治維新より日本の化粧も徐々に近代化を遂げ、大正末から昭和初期頃には西洋風和化粧の大成期に入っていました。古来より受け継がれてきた伝統的な和化粧に西洋化粧を取り入れ、西洋風和化粧を作り上げていきます。

当時の化粧の流行は､無脂肪性のバニシングクリームを顔に伸ばし､その上から色付きの粉白粉（こなおしろい）を刷（は）きました。クラブ化粧品では1934年（昭和9）までに近代色十二色とし、「白色」「肌色」「桃色」「濃肌色」「クリーム肌色一號（ごう）」「クリーム肌色二號」「オリーヴ色」「藤色」「水色」「濃茶色」「オークル一號」「オークル二號」の最多で12色の刷き白粉を発売しています。また、顔の形によってチークの入れ方を変えるなど、個性を活かした化粧を提唱しています。

明治期には主として歌舞伎役者や芸妓など玄人と呼ばれた人たちがするものとされていた化粧が、大正期に入ると身嗜み（みだしなみ）とされ、昭和初期には個性美が謳（うた）われるようになり、広がりをみせつつありました。

当時の化粧法を紹介した広告や雑誌記事など

『婦人模範はがき文集』裏表紙
『婦人倶楽部』第十六巻・第八号附録
1935年（昭和10）大日本雄弁会講談社

「美容小典」パンフレット 1930年代後半（昭和初期）

「化粧髪着附画帖」
『婦人倶楽部』第十二巻・第三号附録
1931年（昭和6）大日本雄弁会講談社

「紅のつけ方」『主婦之友 九月號』14頁
1933年（昭和8）主婦之友社

バニシングクリームと色付きの粉白粉・刷き白粉

クラブ美身クリーム　1920年代（昭和初期）

クラブ美身クリーム　1930年代（昭和初期）

綜合ホルモン配合 クラブはき白粉
白色
1920年代後半（昭和初期）

クラブ粉おしろい
1920～30年代（昭和初期）

綜合ホルモン含有　クラブはき白粉
桃色・肌色二号・濃茶色
（昭和初期）

粉白粉と刷き白粉

粉白粉と刷き白粉は、顔や襟の化粧仕上げに使用する粉末状の白粉です。今でいうフェイスパウダーのような役割をもっています。1920年代後半～1940年のクラブ化粧品の商品カタログを見ると、粉白粉と刷き白粉を区別しているものもありますが、中には同じ商品説明も存在します。粉白粉は「洋式の御化粧法に適す」、「お化粧仕上げに用ゐて一段の生彩を加ふ」、刷き白粉は「白粉を落附かせムラを取るに適す」と書いています。このことより、クラブ化粧品では粉白粉は刷き白粉に比べてカバー力があり、刷き白粉は粉白粉に比べて先につけた白粉をなじませる働きがあったと考えられます。しかし、1930年代後半以降は粉白粉が商品一覧から姿を消し、刷き白粉を「淡化粧にも亦（ま）た濃化粧の仕上げにも凡（おおよ）そどんなお化粧にも必要な粉白粉です」と1930年頃の粉白粉と酷似した商品説明をしています。

色付きの刷き白粉

クラブ化粧品では1934年(昭和9)に十二の近代麗色の刷き白粉を発売しました。色の使い分けは下記のとおりで、単に雰囲気を演出するだけでなく、つける時間帯や服装によって使い分ける事を推奨しています。

白　色	端麗をお望みの方に	**晴れ着**の場合に
水　色	清楚をお望みの方に	**色淡いお召物**の場合に
桃　色	艶麗をお望みの方に	**晝**(ひる)の訪問着の場合に
藤　色	佳麗をお望みの方に	**色濃いお召し物**の場合に
肌　色	自然美をお望みの方に	**色淡い常着**の場合に
濃　肌　色	青春美をお望みの方に	**色濃い常着**の場合に
クリーム肌色一號	温和をお望みの方に	**夜の訪問着**の場合に
クリーム肌色二號	明朗をお望みの方に	**イヴニング**の場合に
オークル　一號	モダンをお望みの方に	**色濃い洋装**の場合に
オークル　二號	シツクをお望みの方に	**色淡い洋装**の場合に
オリーヴ色	聰(そう)明美をお望みの方に	赭(あか)ら顔の方のお化粧に
濃　茶　色	健康美をお望みの方に	スポーツ風のお化粧に

クラブはき白粉　能書より(昭和初期)

その他白粉

クラブ白粉錠
1920～30年代（昭和初期）

カテイフード
1930年代（昭和初期）

クラブ白粉・クラブ固煉白粉　ポスター
1920年代後半～30年代（昭和初期）

口紅・眉墨・頬紅

クラブ口紅クリーム
1920～30年代（昭和初期）

クラブマユズミ
1920～30年代（昭和初期）

クラブほゝ紅
1920～30年代（昭和初期）

よそおう女性

演藝畫報社『演藝畫報　九月號』
第二十二年・第九号　裏表紙
1928年（昭和3）

演藝畫報社『演藝畫報　二月號』
第二十三年・第二号　裏表紙
1929年（昭和4）

演藝畫報社『演藝畫報　四月號』
第二十三年・第四号　裏表紙
1929年（昭和4）

『MUSASHINO WEEKLY VOL.5 NO.51』
裏表紙　1925年（大正14）

『SHOCHIKUZA NEWS Ⅱ・ⅩⅩⅠ』
裏表紙　1929年（昭和4）

『MUSASHINO WEEKLY VOL.10 NO.8』
裏表紙　1930年（昭和5）

当時の雑誌や劇場パンフレットなどに掲出する広告は、図案家と呼ばれる人たちが描いていました。今で言う、デザイナーやイラストレーターのようなものです。図案家が広告で描く女性は当時の国内の最新ファッションやヘアスタイル、アクセサリーで身を包んでおり、和装・洋装ともに当時の流行を見ることができます。

第2章　健康美（1940年代）

戦時色が強まるにつれて「贅沢は敵だ」とみなされるようになり、化粧品の中でも白粉などは贅沢品だと言われる風潮になっていきます。業界では健康化粧と広告で謳い、健康維持と増進の為に化粧品の必要性を唱えました。物資や原材料が底をつき始め、商品をつくる事さえ難しいような厳しい時流の中、中山太陽堂は商品を製造し、供給し続けました。

主婦之友社『主婦之友 三月號附録』
「春の毛糸編と婦人子供服の作方」
裏表紙広告　1940年（昭和15）

陶器製の代用容器を使用した化粧品
（1940年代半ば）

鏡書房『鏡 11月号』
裏表紙広告の一部 1948年（昭和23）

くずガラス容器を使用した化粧品
（1940年代後半）

代用容器での生産

1938年（昭和13）に国家総動員法が公布され、次第に戦時色が強まっていきます。1942年（昭和17）には企業整備令の公布により、生産量が大幅に制限されました。中山太陽堂では1941年（昭和16）に代用容器での生産を開始し、1944年（昭和19）には全面的に陶器製容器に移行。終戦後すぐには通常の資材の供給は追いつかず、1946年（昭和21）よりガラスを何度も再利用し黒くなったくずガラス容器も使用しました。

第3章　メイクは個性美からファッションへ（1950～70年代）

1950年代に入り、近代化粧から現代化粧へと進化を遂げていきます。戦前より輸入されていたファンデーションは国産化されるようになり、一般にひろまっていきます。

脂肪性のコールドクリームを顔に伸ばし、その上に色付きの粉白粉（こなおしろい）を刷（は）く化粧が流行し、艶が出ることより「光る化粧」と呼ばれます。その後、映画のカラー化の影響を受けたピンクのファンデーションや口紅、つけまつ毛にアイラインを使用して目元を強調したアイメイクなど、次々と流行が生まれました。

1955年に英国で誕生したデザイナーズブランド・マリークヮントは、1971年（昭和46）より日本での展開を開始。当時マリー女史は「顔にファッションを持ち込みたかった」と語っています。

こうして日本の化粧は、身嗜（みだしな）みから個性美、そして自己表現であるファッションへと多様化し、近代化から現代化へと進化を遂げていきました。

クラブ A.B こな白粉
B：油性化粧用
ピンク肌色（昭和中期）

クラブ こな白粉
ピンク1号（昭和中期）

クラブ コールド クリーム
（昭和中期）

クラブこな白粉 カラー見本 カタログ
1950年代半ば～1960年代半ば（昭和中期）

ピンク化粧

1950年代前半のベースメイクはまだ粉白粉が多く、後半になるとファンデーションが普及し始めました。また、同時期には国産映画がカラー化しています。当時のフィルムは綺麗な肌色を撮る為、明るくピンクがかったベースメイクが必要で、出演女優がしていたピンク化粧が話題になり流行しました。

クラブファンライト
1950年代後半（昭和中期）

クラブビフローション
1940年代末～1950年代（昭和中期）

クラブ緑クリーム
1950年代後半（昭和中期）

MARY QUANT 「TOP IN THE SUN シリーズ」
チラシ 1971年（昭和46）夏

MARY QUANT SUN FACE
1971年（昭和46）発売

MARY QUANT SUN STICK
1971年（昭和46）発売

小麦肌と美白肌

1964年（昭和39）の海外渡航の自由化などを背景に、1960～70年代はレジャー志向による日焼けした小麦肌が流行しました。水を含ませたスポンジでつける、夏の化粧崩れの対策に特化したケーキ状ファンデーションも登場します。しかし、元々「色の白いは七難隠す」といった日本人の白い肌への憧れもあり、お洒落としての小麦肌ブームの中でも美白への意識は続きました。

英国のデザイナーズブランド・MARY QUANT

マリー・クヮント女史は英国が生んだ今世紀最大のファッションクリエーターと言われています。1955年ロンドンのキングスロードに「バザー」を開店しました。バザーは新しいファッションへのアプローチをモットーとし、それまでの因習的なドレスに飽き飽きしていたロンドンの若い女性の間で人気を博します。世界中に旋風を巻き起こしたミニスカートも、当時は“古い習慣を打ち破るもの”でした。

マリー女史は「トータルファッション」「シンプル」「リーズナブルプライス」という理念のもと、ファッションを自身の生活の中から取り上げブランドを展開します。化粧品も「もっとシンプルで、使いやすく、効果的で、しかも普通の女性も求めやすい、そんな化粧品があれば…」という、自らの生活の中から生まれたものでした。

日本では当社の第三代社長・中山壽一が1970年(昭和45)に株式会社 マリークヮント コスメチックス ジャパンを設立し、1971年(昭和46)より販売を開始しています。

COLOUR STICK
1971年(昭和46)発売

NATURE TINT
1971年(昭和46)発売

SOFT SCRUB
1973年(昭和48)発売

JEEPERS PEEPERS
1971年(昭和46)発売

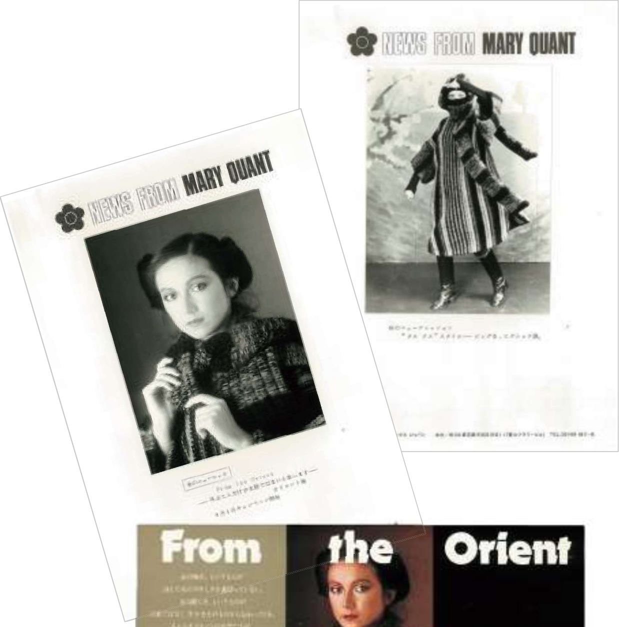
BLUSHBABY
1972年(昭和47)発売

EYE WIPERS
1971年(昭和46)発売

CRAYONS
1971年(昭和46)発売

CHEEKY
1973年(昭和48)発売

「MAKE-UP TO MAKE LOVE IN / 愛の時を美しくする」
キャンペーンポスター 1971年（昭和46）春



「ミニスカートおことわり」
キャンペーンポスター　1973年（昭和48）秋

「From the Orient / 叫ぶことだけが主張ではないと思います」
キャンペーンリリース・チラシ　1977年（昭和52）秋

「ノン・ルール・メークアップ」― 好きなときに好きな色で自分を生かすメークアップ ―

マリークヮントの化粧品は、次の8つのポリシーに基づいています。

1. FASHION	“I wanted to bring fashion to the face.” （要するに私は、“顔”にファッションをもちこみたかったのだ。）
2. INNOVATION	“The skirt was more than just fashion, it was a symbol of liberation for women.” （ミニスカートは、ファッション以上のものだ。それは女性にとって解放のシンボルだった。）
3. EXCITEMENT	“To feel excitement is to feel life.” （刺激を刺激と感じることが生きていることだ。）
4. COLOUR	“Every girl has a favourite colour. I have 26.” （どの女性にも必ずひとつは好きな色があるはずだ。私には26色。）
5. YOUTH	“Curiosity inspires me.” （好奇心が私を若くする。）
6. SIMPLICITY	“No-nonsense essentials are what I need.” （私が必要なのは意味あるものだけ。）
7. SELF-CONFIDENCE	“Fashion is being confident that you're wearing the most fashionable look.” （ファッションとは自分が一番ファッショナブルだと思うことから始まる。）
8. QUALITY	“Quality of make-up depends on its effectiveness.” （メークアップの質は効果があるかないかできまる。）

1977年(昭和52)6月発行のニュースリリースより一部抜粋

英国発のセルフサービス販売の化粧品・miners

1971年（昭和46）に英国発のセルフサービス販売の化粧品が登場します。当時、世界各国で一般化していた販売展開が、クラブコスメチックスと英国の大手化粧品会社・ガラ コスメチックス インターナショナル（ガラ社）のグループであるマイナーズとの提携により実現しました。マイナーズ化粧品はメイク初心者でも上手く使いこなせるという、若年層を対象としたファッショナブルな商品です。ガラ社のブランドで、他にはマリークヮント、ガラ オブ ロンドン、アウトドア ガールズがありました。

服飾専門店やショッピングセンターにも売り場を構え、ファッションタワー（回転式陳列台）にブリスターパック方式の商品が台紙で吊り下げられます。それは、当時の化粧品としては革新的な手法でした。発売当初、「マイナーズ化粧品はこれからも、ヤングレディの好みに合わせた斬新な色彩を発表し、ファッション感覚の多様化と個性化に対応していきたい」と語っています。

HONEY STICK MAKE-UP
1970年代（昭和後期）

ROLL-ON FOUNDATION
1970年代（昭和後期）

上：BRIGHT EYES、下：SNOBS
1970年代（昭和後期）

Chalkstick
1970年代（昭和後期）

EYE SHADOW WAND 1970年代（昭和後期）

FROSTED EYE SHINER　1970年代（昭和後期）

ショップディスプレー　1970年代（昭和後期）

次回の企画展は 2020年春

第17回企画展「クラブ化粧品の広告（仮）」を

予定しております