

江戸のAdvertisings : 江戸絵を楽しむ

著者	綿坂 豊昭, 時井 真紀
内容記述	図書館情報メディア系共催・筑波大学図情図書館企画展示 会期 令和元年11月1日(金) ~ 12月16日(月) 会場 筑波大学春日エリア・図情図書館メディアミュージアム
雑誌名	江戸のAdvertisings : 江戸絵を楽しむ
ページ	1-10
発行年	2019-11-01
URL	http://hdl.handle.net/2241/00159692

ISBN 978-4-924843-98-1

筑波大学図情図書館企画展示

図書館情報メディア系共催

江戸の Advertisings

～江戸絵を楽しむ～



綿拔豊昭

「坂本氏・美艶仙女香」の広告

時井真紀

浮世絵を楽しむ ～知識を伝える、表現する～

編集 時井真紀 綿拔豊昭
発行 筑波大学図書館情報学図書館
発行日 2019年11月1日

「坂本氏・美艶仙女香」の広告

綿抜 豊昭

◆なんにでも「面（つら）」を出したのは

『誹風柳多留（はいふうやなぎだる）』に次の句が載っています。

なんにでもよく面を出す仙女香（一五四 32）

何にでもツラ（顔）を出していると揶揄（やゆ）された「仙女香（せんじょこう）」って何？

それは化粧品です。正式には「美艶仙女香」といって、当時、最も有名な化粧品でした。現代では、有名な名を冠した商品って、どのくらいあるのでしょうか。江戸時代は何といっても歌舞伎俳優が有名で、その名前を付けた商品がたくさんありました。例えば八文舎自笑『役者全書』（安永3（1774）年刊）には、「団十郎せんべい」「八百蔵おこし」などが載っています。「美艶仙女香」は、寛政のころに人気のあった女形・瀬川菊之丞（1751～1810）の俳名「仙女」をいただいたものです。「香」とはありますが、今の「香」の類ではなく、白粉です。もちろん菊之丞のように美しくなるという意をこめた名称です。『誹風柳多留』に

縮緬を羽二重にする仙女香（一〇八 13）

とあります。縮緬（ちりめん）のようにシワクチャな顔が、「美艶仙女香」を使用すると羽二重（はぶたえ）のようにツルツルになるというのです（実際にはそれほど効果はなかったと思います）。また

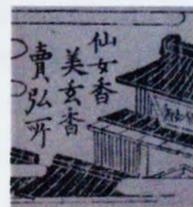
仙女香十包ねだる馬鹿娘（『誹風柳多留』一〇一 7）

とあります。これは娘ですから、皺伸ばし効果よりも美白・美肌効果をねらったものと思われます。今なら恋人にねだる娘もいるかもしれませんが、当時のことですから親にねだっている娘でしょう。とりあえず一包みでもよかろうものを十包みもねだるところが「バカ」といわれる所以（ゆえん）です。薬などは、一度にたくさんつけたり、飲んだりしたら、たくさん効くというものではないことは常識です。実は、この川柳、まだ奥があります。美艶仙女香は十包み購入すると、なんとお好みの役者の自筆の扇子を「けいぶつ」（景品）としてもらえたのです。つまりご最良（ひいき）のアイドル・グッズという景品目当てだから「馬鹿娘」なんですね。

また『誹風柳多留』には次の句もあります。

稲荷新道よく化ける仙女香（一〇九 30）

稲荷新道（いなりじんみち）は、今の東京都中央区京橋にあった道で、千代田稲荷社があったことによる名称とのことです。簡略に句の説明をしますと、稲荷→狐→化ける という発想です。狐が化けるように、「美艶仙女香」を使用すると美女に化けるというのです。今は聞きませんが、かつてテレビで時代劇をみていると「女狐（めぎつね）」とよばれる女性がよく出てきました。この句の説明はこれだけでは終わりません。実は稲荷新道の東側（京橋南伝馬町三丁目）に「美艶仙女香」を製造・販売していた坂本（「阪本」とも）氏のお店があったのです。この句は、それも踏まえているのです。式亭三



馬『浮世床』(三編)に「南伝馬町三丁目の稲荷新道で仙女香ときくと、じきに知れやす。稲荷様の東隣さ」とあります。川柳は「詠み手」にとっても「読み手」とっても「知識」遊戯なので一筋縄ではいきません。

◆坂本さん、いくらなんでも出しすぎでは

この坂本さんと「美艷仙女香」は、日本の広告史には実によくとりあげられます。その宣伝が、「質」はともかく「量」で勝負していたからです。まさにメディア情報を駆使(くし)しています。その情報発信力は、他の化粧品の何十倍もあったといえましょう。その結果、冒頭にあげた「なんにでもよく面を出す仙女香」と詠まれることになります。では具体的にはどのようなものに宣伝が載ったのでしょうか。その一つは、女子も読みそうな大衆向けの本です。『誹風柳多留』に

仙女香やたら顔出す本の端(一二一 31)

とあります。図1、2をご覧ください。美艷仙女香の広告をよく見かけるのは、その本がいつ出版されたかなどを記した後表紙の見返しです。図1がそれにあたります。図2はなんと頁の中央という目立つところにあります。

次に図3、4をご覧ください。本文最後のあたりに記されています。これらも「本の端」といってよいでしょう。ついでながら、もう一度、図1の出版広告もごらんください。なんと「仙女香」をタイトルにいった本まで出版しています。

むろんこれだけでなく「本の中」にもあります。今でもテレビドラマや映画の劇中、役者さんがスポンサーの商品を使って、何気に広告しているものがありますが、台詞の中に美艷仙女香が出てくるものもあります。教訓亭為永作『青色染話 素糸(しらいと)草紙』に以下のようにあります。

「あそこの宅で取り次ぐ仙女香といふおしろいを買って来てあげましたっけ」

「てめへは仙女香より美玄香を買ってもらふがいい。白髪を染めるには日本一といふ妙薬だ」

「ヲヤかわいそうに、まだ黒油を付ける程じやアないヨ」

「おきやアがれ、黒くっても白くっても、その面体(きりょう)がどふなるもんか」

昔のドラマでは、夫婦間でこのような会話が交わされたこともありました。今ですとコンプライアンスにひっかかるかもしれませんね。なお『素糸草紙』の口絵に、為永の店で「阪本氏より取次」として仙女香を扱っていることが記されています。自分の店での取り扱い商品を、自作に取り上げたということになります。

さて、図5はページ半分を使用しての広告です。

図6～9は、なんと挿絵の中に入れてあります。どこにあるかわかりますか。ご自身で、さがしてみてください。

そしてこの挿絵の延長線上にあるかのように、浮世絵の中にも描かれています。

美人画、役者絵、風景画など、多くの浮世絵のジャンルに描かれています。まさにメディアミックス型の宣伝展開をしたといえましょう。

以前、美艷仙女香が描いてある浮世絵が、あからさまなわりには、商品名が全部見えないことに対して、商品がきちんと扱われていないことを示しているといったことをおっしゃる方がいらっしゃいました

が、すべてを見せないから、より効果的になる場合もある、と私などは思っています。わたくしごとですが、これまで美術品としてではなく、文化資料として多くの浮世絵を収集してきました。その中でも右の図はお気に入りの一枚です。これを購入した古本屋の御主人に「何でこのようなつまらない浮世絵をそんなに欲しがるかかわからない」といわれたものです。確かに美術的にはたいしたものではないと私も思います。しかし、「仙女香」の広告に興味を持ち、様々な展示、図録等を観てきた自分としては、珍品中の珍品です。



◆大量広告の裏には

インターネットが普及した今日、紙媒体の広告のことにあまり興味をもたれない方もおられるでしょうが、以前から比較すれば紙媒体の広告掲載費は安くなりました。とはいえ、それなりの掲載費がかかります。江戸時代はインターネットがなかったわけですから、紙媒体に広告を載せるということは、それなりに費用がかかったと思われまます。それにもかかわらず坂本さんは大量な広告を出しています。それができた理由の一つにあげられるのが、坂本さんが絵草紙の検査役で、その地位を利用して無料で、あるいは安く出すことができたのではないかと、という説です。このあたり、確かな証拠はないのですが、いかにもありそうな話です。「役人の子にぎにぎをよく覚え」（「にぎにぎ」は「握る」と「賄賂」の意があります）という川柳が詠まれるほど役人が賄賂（わいろ）をとることが当たり前のような時代、今風にいえば「忬度（そんたく）」が当然のようになされた時代でした。

◆時代背景

最後に時代背景についてのべておきたいと思います。

まずは化粧品が商売になるほど社会が経済的に豊かになったことはいまでもありません。例えば飢饉で苦しむ農民が化粧をするとは考え難いです。

また、江戸時代も後期になると、識字率が向上したといわれます。天保期のころから読み書きを学習する寺子屋が増加したからです。その結果、お笑いの滑稽本、「泣き本」とまでいわれた、悲恋等を語る人情本など、いろいろと読み物が出版されるようになります。例えば天保3（1832）年に刊行された人情本『松間花情 吾妻の春雨』には以下の会話が載ります。

まさ「アイよ、けふはお嬢さんはどふだへ」

下女「すこしお心よいそうで草双紙をおよみ遊ばしておいでな

さいます。そしておみつさんに馬琴の漢楚軍談の三編がまいりましたからお目にかけます。そのかはりにどふぞ正本製十編をおかしくござりましと」

みつ「をや、そふかへ、嬉しいねへ。正本製はさっきお菊さんにお貸し申しましたからこれをあげます」と二筋道をもたしてやる。



むろん、本屋の宣伝もかねていたのでしょうが、「漢楚軍談」「正本製（じたて）」「（傾城買）二筋道」、いずれも書名です。貸し借りをしながら、多くの本を読んでいたことが想像されます。

そうした読書環境に目を付けたのが坂本さんです。絵を中心とした絵草子や、今でこそ美術品であります。が、当時は消耗品で、庶民が求めた浮世絵を中心として、広告をうっていきます。すなわち女性の知識向上という時代背景があったからこそ可能だったといえましょう。

図1

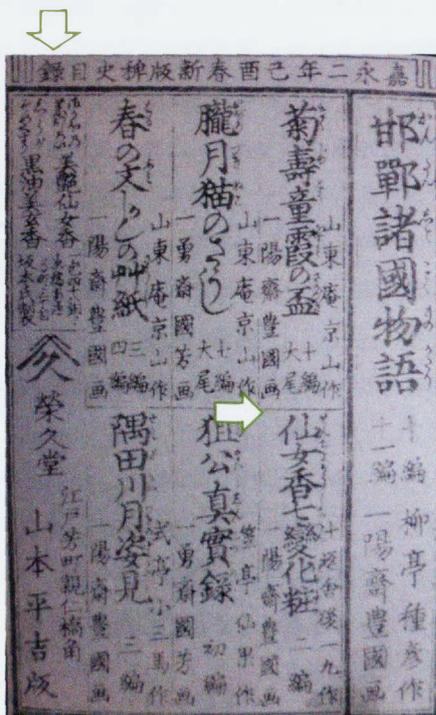


図1 左上 御かほの葉おしろい 美艶仙女香
 しらがそめくすり 黒油美玄香
 一包四十八銅つゝ 京橋南伝馬町三丁目
 坂本氏製
 右下 仙女香七変化粧

図2

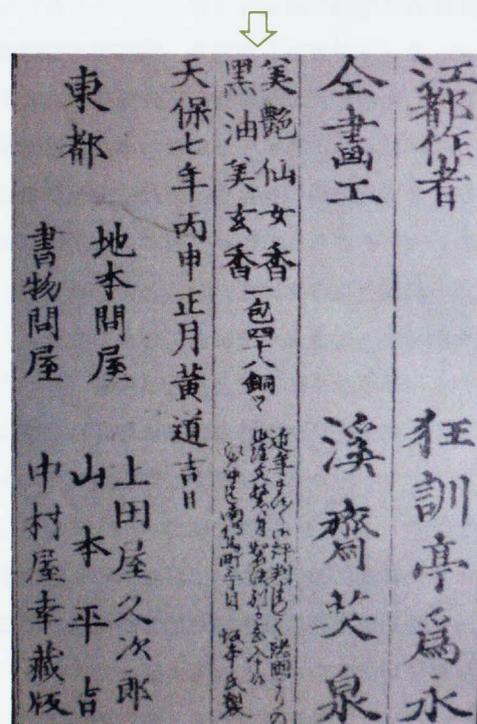


図2
 近年ますますご評判よろしく諸国よりの
 江戸中はし南伝馬町三丁目 坂本氏製

図 3



図 4



図5



図6



図7



図 8



図 9



浮世絵にみられる「美艷仙女香」



浮世絵を楽しむ ～知識を伝える、表現する～

時井真紀

「いまどんな食べ物、服装がブームなのかな?」「あの街には、どんな観光スポットがあるのかしら?」現代はインターネット等を利用して発信されている情報を得ながら、「これだ!」という情報をみつけて、商品を購入したり、その街に行ったりできる。では、江戸時代の人々は、どのように情報を得て、どのように文化が伝わっていったのかという疑問がうまれる。現在の様々なメディアの役割を集約したものが、江戸時代は浮世絵なのではないか。「物語のように、多くの浮世絵をわたり歩きながら見るのができたなら、様々な江戸の知識を得ることができ、さらに、研究室や図書館が所蔵する資料も同時に紹介できたら、より多くの人が貴重な資料にふれる機会を提供できるのではないか!」といった研究室内での雑談から技術と浮世絵を結びつけるシステム開発がスタートした。

～動いて楽しむ～（平成29年度：吉原）

東海道五十三次など各地の名所を描いた浮世絵を旅する感覚でみることはできないだろうか。そこで動きを取り入れるシステムを作成してみようと、人の動きのデータを取得できるデバイス(Kinect)を用いた浮世絵鑑賞システムの開発をスタートさせた。川が描かれている浮世絵は、船で川を渡るようにつなぎ、店の入り口が描かれている浮世絵は、入り口から入ると部屋の中に導かれなど、従来の浮世絵の解説にはないモチーフでつなげていく浮世絵の世界をより展示と資料と結び付けたシステム制作を次の課題とした。

～時代を感じる～（平成30年度：川嵐）

源氏物語は平安時代を舞台としているが、江戸時代を舞台として源氏物語の世界を描いた浮世絵が存在する。この時代の違う浮世絵を登場人物の衣装や道具に注目しながらみることで、文化の違いを感じることができるのではないかと考え、附属図書館の特別展示「江戸の遊び心 - 歌川国貞の描く源氏物語の世界-」においてシステム公開を行った。デジタル技術ならではの表現を目指し、鑑賞者が動くこと平安時代から江戸時代への浮世絵に入れ替わり、また描かれた季節を感じてもらうために、桜の花びらを散らす、また鳥のさえずりが聞こえるなど、動きや音を利用した表現を用いた。このシステム開発をきっかけとして、日本文化と西洋文化が融合している明治時代の絵を中心とし、江戸、明治そして昭和と人々の暮らしを衣装や乗り物から文化の変化を感じてもらおうシステム制作がスタートした。より多くの情報を提供することを目指し、書籍等の浮世絵以外の資料紹介も同時に試みた。鑑賞者の興味から知識を深堀していくことができれば、さらに多くの人が浮世絵を楽しむことができるのではと考えた。そこで、浮世絵の鑑賞視点を広げることが次の課題となった。

～鑑賞視点を広げる～（令和元年度：早野）

歌川豊国（三代）が描いた「見立源氏はなの宴」では、中央に桜の木があり、それを囲むような形で建物が配置され、人々が中央のサクラを鑑賞している様子が描かれている。中央手前の花見を楽しむ人々や景色に注目が集まる絵であるが、宴に彩をそえているお寿司やお刺身、そして音楽を奏でる三味線など食や道具に目を向けることは少ないのではないかと考えた。寿司に注目することで、「寿司っていつ頃広まったのかな。今のお寿司と同じ形状なのかな。流行のお店ってあったのかしら?魚、米、調味料、道具はどんなお店でどのように売っていたのかしら?魚はどうやって採っていたのかな?」など絵の細部に描かれているものにスポットをあてるような見せ方をしていくことで、様々な疑問を生み、鑑賞視点到に広がりを与えるこ

とができるのではないかと考え、展示空間と結び付けたシステム作りを行っている。今回の展示においては、様々な看板を描いた資料をみることができる。システム利用後に、鑑賞者自身が描かれている看板から食材に注目した物語をつくりあげ、もう一度資料を別の視点で見てもらうことを目標としている。

浮世絵を楽しむ～展示空間作り～

今回の展示では、商品広告に注目し、浮世絵等の資料を展示する空間を制作した。展示している資料の情報を正確に展示することは重要であるが、展示空間においては、場の空気感を作ることも重要な要素の一つではないか。「ちょっとこの空間に入ってみようかな？」というきっかけから、新しい知識にふれる機会を提供できるのが展示ならではの醍醐味ではないかと考える。

図1と図2に示した写真は、綿抜教授、筑波大学図書館情報学図書館の職員と時井研究室のメンバー(平成29年度：川島、瀧澤、山田、令和元年度：石山、早野、美濃谷)と共に行った展示会場の一部を撮影したものである。春または秋という季節を感じてもらいながら資料を閲覧できる空間をつくり、展示作りスタッフと共に資料を見た際に面白いなと思った点やふと疑問に思った点などをパネルにして、壁面に貼るなどの工夫を行っている。より幅広い層に見ていただけるような展示づくりを目指し、これまでに展示に用いたデザインを記念スタンプとして提供、資料の一部に自ら色付けを行うことができるような塗り絵の提供、さらには所蔵する資料からクリアファイルを制作するなど、展示に遊び心をそえる工夫も行っている。

今後は、観覧者からの感想や疑問点などを集約するシステムとともに展示を行うことで、鑑賞者とともにコンテンツが充実していく見るたびに発見が生まれるよう展示作りができたという願いがある。資料と鑑賞者を空間と技術を用いて融合させることで、より資料にさらなるエネルギーを与えることを研究室ならびに図書館のスタッフ共に目指していきたい。



(a)



(b)



(c)

図1 (a),(b) 平成29年度展示：明治の錦絵にみる笑い と 風物 pt.2～「東京名勝三十六戯撰」に描かれたユーモアと庶民の非日常～ より (c) 平成30年度展示：・卷子本の世界～図書館学入門その1～



図2：令和元年展示：江戸の Advertisings ～江戸絵を楽しむ～