

江戸時代における化粧文化と書籍文化

—— 往来物・教訓書と玉屋景物本から探る ——

星 野 菜々子

はじめに

現代人にとって「化粧」とは何か？

化粧品を取り扱う場所といえば、百貨店を想起する人が少なくないだろう。百貨店では、もともとアプローチしやすい一階に高級化粧品売り場が並んでいるのをよく目にする。化粧品は百貨店の主力商品である。また、街に目を転じると、一等地に海外の高級ブランド化粧品店が軒を連ねる一方、ドラッグストアやバラエティショップなどでは、比較的廉価な化粧品を取り扱っている。

化粧品への関心・需要は高く、品目も多様であり、高級品

から廉価なものまで幅広い。消費者層も多様である。現代人にとって化粧は習慣・マナー・娯楽など、日常生活に欠かせないものとして定着しているといえるだろう。

では、現在のように化粧が文化として庶民にまで広がったのは、一体いつのことだろうか？

化粧の定義によるが、魔除けなどの呪術や信仰としての化粧は古代から行われていた。¹⁾ ファッションとしての化粧のはじまりは、七世紀ごろ遣隋使・遣唐使によって大陸から伝来したとされる。²⁾ 中世においては白粉や紅を用いた化粧が行われていたが、それは貴族社会を中心としたものだった。化粧が庶民へ普及したのは江戸時代のことである。江戸時代になると、化粧品が「商品」化され、大量生産が可能になった。

その背景には、三都、なかんずく江戸という巨大都市の誕生による、巨大消費地の出現ということがあるだろう。

では、化粧品と消費者を結びつけたものは何か？ それは浮世絵や引札といった出版メディアである。江戸時代の出版メディアの発達をめぐりに、化粧品の普及は考えられない。

こう書くと、江戸時代の化粧文化や化粧の流行は、出版メディアが作り出したと思われる人がいるかもしれない。それは、化粧品生産者 出版メディア 消費者という、生産者から消費者へ、作り手から受け手への一方通行の考え方である。

現在の書物・出版研究では、書物の内容や作者はもちろん、読者・読書を重視する。また、書物・出版物が「商品」である点にも注目する。例えば、浮世絵の版元は出版に携わったくさんの職人を抱え、消費者の意識や動向を極めて敏感に察知し、売れ筋の浮世絵を出版し続ける必要があった。その浮世絵に化粧姿や化粧品が多く描かれていることは、そこに需要、すなわち、消費者の意識が反映していることを示している。

本稿では出版メディア、特に書籍に注目して化粧との関係を探りたい。これまで化粧の史料として多く用いられてきた

出版物は摺り物ならば、今述べたように浮世絵と、それから商品広告である引札であった。また、書籍の場合は『都風俗化粧伝』、『容顔美艶考』、『化粧屑作口伝』などの美容指南書が使用されることが多かった。

本稿では、まず、化粧文化史では従来あまり注目されてこなかった、寺子屋・手習い塾の教科書である女子向けの往来物を取り上げ、ついで成人女性向けの教訓書を取り上げる。往来物・教訓書には江戸時代の道德に則った、あるべき女性像が示されている。そこに化粧がどのように描かれているか。

さらに、化粧を「商品」としてみるならば、消費者の動向に合わせて販売戦略をたてていた問屋に注目すべきだろう。本稿では、寛政期に日本初の「景物本」を出版し、宣伝を行った紅問屋「玉屋」を取り上げる。

景物本とは、商品購入者に景物として無料で配布された草双紙である。景物本の研究は極めて少なく、管見のかぎり、挙げられるのは浅笠晴子の研究である。⁴ 浅笠の研究は、多種多様な景物本を包括的に、丹念に追い、示唆に富む。だが、最初の景物本『女将門七人化粧』（以下、『女将門』）が、な

ぜ、玉屋から刊行されたのか、また、その内容にどんな時代的背景があったのかに踏み込んではいない。

初の景物本はジャンルでいえば黄表紙である。作者は誰か。洒落本のベストセラー作家・山東京伝である。京伝といえは版元鳶屋重三郎とともに、寛政の改革の出版統制令で処罰されている。玉屋の『女将門』刊行は、この事件後のことである。最初の景物本『女将門』は、この事件の影響を受け、京伝の黄表紙のなかで特異な位置をしめることになる。そこには、当時の江戸っ子の意識と玉屋の経営戦略が反映している。本稿では、商品としての化粧と書籍文化の関係を、玉屋の景物本を検討することで明らかにしたい。

一 往来物における化粧

まず、往来物をみていこう。

女子向けの往来物『女大学』を取り上げる。その理由は、二つある。一つは、『女大学』が『女今川』と並んで、最もポピュラーな女子向けの往来物として、広く普及したからである。もう一つは、『女大学』が貝原益軒の著作をベースに

したとされているからである。

『女大学』⁵⁾は、益軒の『和俗童子訓』のなかの「女子を教ゆるの法」から主要な教条を抜き出したとされている。文段の順序を改め、字数を三分の一程度に縮めたもので、書名に『女大学』と冠した往来物を指す。「女大学」の主な内容は、女子教育の理念と女性の結婚後の心得である。ベースになっている『和俗童子訓』は、いわゆる益軒本のなかでも『家訓』『君子訓』『大和俗訓』『楽訓』『五常訓』『家道訓』『養生訓』『文武訓』『初学訓』とともに、のちに『益軒十訓』と呼ばれるもののひとつで、江戸時代の道徳・倫理観に強い影響を与えた。この二つの観点から、そこに描かれている化粧は、往来物のあるべき化粧観のひとつの典型と考えられる。

『女大学』は享保元年（一七二六）の『女大宝箱』が初版とされ、これを踏襲したものが幕末まで重版されている。異本として、本文はそのままだが、本文前の口絵や上段（頭書）部分など付載記事を改変したものが天明四年（一七八四）以降、数種出ている。

化粧の記述は、享保元年本と同じ版元、江戸日本橋・小川彦久郎と大坂心齋橋・柏原清右衛門の相版で、享保一八年

(一七三三)の後印本『女大学宝箱』⁶⁾に現れる。

すでに触れたように、本文部分は基本的に諸本に異同はない。考察したいのは版元が挿入した上段である。そこに絵入りで女性が日常するべき家事・労働などに加えて、身だしなみについて記されている。例えば、髪について、「女の髪ゆふこと八、天武天皇よりはじまれり、そのかみの女八、ミなさげかミなるへし」とある。では、化粧についてはどうか。江戸時代の化粧で重要なのは紅と白粉であった。紅・白粉が庶民まで普及したのは、江戸時代である。白粉について、次のような記述がある。

女の白粉をつくるはしめ八、殷の紂王と申、帝の后・妲己たつといゝしか、鉛粉をかざりとするといへる、即此おしろい也、我朝に八持統天皇六年、沙門観成といへる人、鉛粉をつくれるがはじめなり、もと白粉に八、水銀みづがねを釜に入れてやく、その家を釜本といふ、おしろい京をもととするゆへに京白粉と称す、袖岡、越中を第一といふ、つねに白粉はくふと八男はくおことばなり、女はをしろいといふべし、白粉もあしき八土にてつくるなり、(傍線・傍点は筆者。以下同様)

「はじめに」の注でも触れたように、白粉は中国で発明され、日本に伝来した。国産品としては七世紀末に持統天皇に献上されたエピソードがある。ここでは、殷代の紂王妃・妲己によって開発されたこと、また材料にも言及し、鉛粉を用いていること、国産白粉の産地は京都であることなどを伝えている。傍点部「袖岡越中」は人名である。実はこの記述は、貞享三年(一六八六)に刊行された山城国の地誌、黒川道祐の『雍州府志』に拠っており、同書には「凡製白粉者、入水銀於釜燒之、故其本家謂釜本、所々雖有之、不及洛陽之製、故称京白粉、其中袖岡越中其所燒為洛陽第一、禁裏院中女子專用之」とある。

波線部のように、男女で「白粉」と「をしろい」と呼びわけるべきだ、とジェンダーを強調していることは興味深い。中世貴族社会では男女を問わず化粧が行われ、白粉が用いられていた。近世の往来物でジェンダーが強調されているのは、儒学が初等教育にも浸透しており、男女の別を厳しく説く儒学的思想によるものとみることができるとはでないか。儒学と化粧の関係は、次の点からもうかがえる。

鏡は化粧に欠かせない道具だが、「鏡八かんがミるといふ

ことばの略にて、かほかたちをよく正しくする物なれば、くもらざるやうにもつべし、人の心正しければ、かほかたちもをのづから正しくなるものなり」とある。心を正す、というのは、儒学、とくに朱子学の八条目、格物・致知・誠意・正心・修身・齐家・治国・平天下のうち四条目の正心、心を正すである。つまり、化粧や容姿と心のあり方を関連付けている点において、ここにも儒学的思想の影響をみる事ができるだろう。

紅についての記述は次のようである。

次に燕脂ペヒをつくることハ、これも妲己ダキ、燕といへる所の紅花をしりて脂となして面おもてをつるハしくせるゆへに燕脂を名とせり、頬紅は呉の孫和といふ人、鄧夫人といふ美女をてうあひせしに、水晶の如意をとりあつかふとて、あやまりて頬にあててきつつきて見したらは、醫師白癩はくだう髓を膏にしてつけたり、そのきずの痕あかくのこりてうつくしかりけるを、よの女まねて紅をつけたりよりはしまれりとそ、未摘花すえつわなといふハ、紅花のことなり

「燕脂」とは「臙脂」のことで、妲己はすでに触れたように殷王朝末期、紂王の後である。妲己が燕というところの紅

花から臙脂をつくったとする。頬紅の発祥については、呉の孫和に「てうあひ」、寵愛された鄧夫人だという。水晶でできた如意という道具によって誤って傷ついた鄧夫人の頬に、医師が膏薬を付けたところ傷跡が赤く残った。ところが、それを美しいと感じた世の中の女性が、頬に臙脂をつけ赤くするようになったことが、頬紅の始まりだという。

傍線部にある「未摘花」とは、紅花が茎の末に咲く部分を摘んで作られることに由来する紅花の異称である。それまでの記述が紅の中国起源説なのに、突如、その文脈と関係ない未摘花がでてくるのは、やや唐突な感じがする。これは『源氏物語』を意識しているはずである。未摘花は『源氏物語』巻六の巻名である。江戸時代は空前の古典文学の教養時代であり、『源氏物語』は庶民の常識に属していた。⁷⁾

以上が白粉と紅の記述である。この後、お歯黒と眉黛の記述が続く。お歯黒の起源に関して、はっきりしないが「東夷」つまり関東の遺風ではないかとする。眉黛に関しては起源を秦・唐代とする。

このように、『女大学宝箱』が刊行された一八世紀前半には、すでに化粧が庶民の初等教育で教えられる程度には定着

していたことがわかる。ただし、上段の記述の大部分は、女性がなすべき家事・労働について割かれ、化粧はそれらを果たしたあとの、いわば付け足しのように書かれている。また、その内容は、化粧の発生や由来で、使用方法ではない。

前述のとおり、往來物の上段は版元によるもので、改変・削除した異本が数種出ている。版元にとって本は第一に商品であり、売れるように工夫する必要があった。つまり、本文部分は不変でも、版元による部分は時代の嗜好にあわせて変化する可能性がある。

例えば、これより百年ほど後、一九世紀半ば、幕末の嘉永年間⁸に出版された、栄久堂版『女大学栄文庫』をみてみよう。本文の前に絵入りのコラムが配置されている。そのなかのひとつに「髪化粧の事」として女性の髪型や化粧についての心得が、次のように述べられている。

髪け八ひ八、夫に連れそふほどの礼を守るにて、とり乱しぬるは、親夫へ対し不礼なり、しかれともするゑぶん古風の品かたちよきを守りて、目に立ことくはでにすべからず、時の流行につつまるも余義なけれど、遊女めきたるいやしき造り八すべからず、

「け八ひ」とは化粧のことである。注目すべきは、髪を整えることや化粧は親や夫への「礼」であり、それが乱れることは親や夫への無礼にあたるとして、強く批判していることである。とすれば、化粧をすることは必須であり、化粧をしないことも、乱れた化粧同様、「不礼」ということになるだろう。また、化粧の方法について、古風で品があることを良しとし、派手なものはいけない、流行に流されるのはやむを得ないことだが、遊女のようないやしい姿はすべきでないとしている。

白粉については、本文の上段の「婦女たしなみ艸」のなかに、次のような記載がある。

又白粉の冷物を面に施し、且面部の熱を去るを第一となし、且祝義に用ふるの品となす、必しも容つくりて男子に媚るの具ならず、然るに今世八専ら華美を飾るのミとなりし八、また例の本を捨て末をとれるなり、されば心あらん人八、その意を失な八ず、程よく化粧して礼にかけざるやうすべし、さる故に一切用ひざるも礼に闕ていや陋しとす、近頃やゝもすれバ一向に用ひず、素顔をもちて意気と称する八、却ていやしいといふべし、たゞ薄から

ず厚からず人がらよく化粧たるこそ、奥ゆかしくて心の
情外ほかにあらハるゝとこそいはめ、

ここでは、化粧は異性の視線を意識し、関心を引くために
するものでなく、華美で派手な化粧は卑しいと論じる。一方
で、注目すべきは、ここでは、はつきりと「素顔」のままは
「いやし」、つまり、必ず化粧するようにと説かれていること
である。このように、化粧文化が身だしなみとして、庶民に
完全に定着していたことがわかる。

次に、永久堂版と同時期の嘉永四年（一八五二）に刊行さ
れた浅倉屋久兵衛版『女大学操鑑』⁹をみてみよう。

餘り化粧の花々敷は遊女・浮れ女の如くいやし、当世風
ならぬのもすげなき様なれハ、仰山につくりなさぬこそ、
心の知られて奥ゆかしきものなり、兎角心も姿も向上に
ありたきもの也

ここでは、遊女のような化粧を批判しながら、流行に乗り
遅れているのもまた「すげなき」、つまり、愛想がないこと
だとしている。流行は、浮世絵や歌舞伎の女形などが先導し
たものだが、それを否定するのではなく、「いやし」くない
程度に、当世風、つまり、流行をとりいれることが推奨され

ているのである。

以上のように、一八世紀段階と異なり、一九世紀段階では
女性是谁もが化粧をすることが前提となっていて、具体的
な化粧法や程度、心構えなどがきめ細やかに述べられている。
このことは化粧品が人々の生活の身近に、手に届くようになっ
たことを物語る。そして、また、流行・モードが、否定でき
ないまでに庶民の化粧に浸透していたといえるだろう。

一 教訓書の化粧

次に主に成人女性を読者対象としている、教訓書をみてい
きたい。ここでは、『女用訓蒙図彙』¹⁰をとりあげる。著書は奥
田松柏軒、貞享四年（一六八七）に出版された。この本を検
討する理由のひとつは、この本が一般に普及し、よく読まれ
ていたからであるが、それだけではない。前述の往来物『女
大学栄文庫』の扉に「婚礼法式躰方入」とあり、同じく『女
大学操鑑』の upper 段のタイトルにも「婚礼法式指南」とある。
すなわち「女大学」系統本は、婚礼の儀を重視していた。
『女用訓蒙図彙』も同様に結婚の祝言、すなわち、婚礼の儀

式について婦人の心得るべきことを記した書物という点で、「女大学」系統本と連続性が高いのである。

ただし、『女用訓蒙図彙』の内容は祝言儀礼だけでなく、婦人の全生涯に及んでいる。本書の構成は、全五巻で、一巻では女性用の道具類が図示され、二巻では婚礼や婦人の一般教養・礼儀作法、三巻では婦人の衣装を中心に髪型や化粧、四巻では衣装の模様、五巻では化粧法及び美容に関係のある薬について、となっている。

化粧に関して、第三巻の白粉についての記述を見たい。地に応じて、その塗り方を詳細に解説している。

軽粉はひたふる顔色をいろどるばかりと心えべからず、其顔の生地おもてし面様に応じて、用捨すべき事肝要なり、いかやうなるハ、軽粉あしるいする生地そといふに、先きまづめ濃じまかにして薄皮に色じろなるハ、いふにおよばぬ事なれども、軽粉よくのびて、底よりつ敵つを出す、是上の生地なり、こまかにしてむかしも今も美人といふは此ゆへによし、又一向白きにもなく黒きにもあらず、鳥子紙の色したる地肌、桜色したるある也、これ薄化粧最よし、生地黒きに化粧の濃うハ軽粉肌しに沈まぬゆへ底敵なく、やがてそのうちに

はげおつるなり、かやうの顔は底から拭たてゝなる程細なるおしろいをうすくとあるべし、

「軽粉」とは、もと薬として中国から伝来し、のちに白粉の材料となった。水銀をもとにつくるもので、伊勢が産地で「伊勢白粉」として知られる。色白できめ細やかな地肌の人には、白粉がよくのびてつやをだす。これを「上」とする。そして、傍線部のように、鳥子紙の色をした地肌、あるいは桜色の地肌には薄化粧が一番適しているとす。鳥子紙色とは、鶏卵の赤玉の色とされ、淡黄色のことである。黒い地肌の場合、白粉を厚く塗りがちだが、それでは白粉が浮いて落ちてしまうので、この場合もやはり薄化粧がよいという。

いずれの場合でも、薄化粧がよいといつとこゝろに落ち着く。この点は「女大学」と同様だが、『女用訓蒙図彙』の読者は、まだ化粧しない「女大学」の読者と違い、化粧する女性である。それだけに、化粧の仕方と、その理由が、読者の納得のいくように詳細になっているといえるだろう。同様に紅に関するも、

ほつさきに紅をつくるは、桜の花ぶさにたとへたり花の白き底に、ほのくくと赤色のあるにもあらず、なきにも

あらぬやうにすべきなり、然るを紅つけたるとめにたつは、無下におとりせらるゝ也、爪紅もけしからず赤き八つたなし、

かすかに赤味がさしているような、つけていないようなさげない程度がよく、紅をつけたところが目立つのはまったく劣るものだとしている。これらの記述から、白粉も紅も甚だしく濃いものは敬遠され、薄化粧が好ましいものとされていたことがえる。つまり、今でいう、ナチュラルメイクが推奨されている。また、流行風俗に関しては、

時行物といふは破志なるものなり、ばしふうにはひときは目おどろかすところありといへども、かならずとりりてみおとりせられ、程なくあくものなり、是幽玄に恭うやむしからぬゆへなり、……下輩げはいなどがよき人の真似はせねども、よき人の下輩が真似をばするなり、……よき人はひとがらをたしなみ、こゝろを時世にうつさるゝゆへに下輩はいたらぬところなり、此ことはりを忘れて、其さま賤からぬ人柄の破志風をこのめるは、能人のあしき真似するこれ也、およそもてる調度なんど、又は其ともなふ人にて、其人にはまじわらねど、おほかた心さまのし

るゝものなり、古人のいへる人は只賢に馴よと、あるがなかに身持かたぎは人の第一にて、先心のあらはるゝ根本なれば心をつけて嗜たるうへにもたしなむべき事なり、

「破志」とは、軽薄で品位がないことをいう。流行り物は軽薄で品位がなく、人の目を驚かせるものの、程なく飽きてしまつものだと否定的に述べている。さらに続けて、傍線部のように「よき人」、つまり、身分の高い人が「下輩」、つまり、身分のいやしい人の真似をすることがあるが、よき人は人柄を保つように慎んでいるので、流行にあわせても心は軽薄にならない。しかし、下輩が、よき人のいま風を好むのは、よき人のダメな部分を真似ていることになるのでよくない。その人の人柄は、その人の持ち物や交流がある人に投影されているので、その人を知らなくても、だいたい心の有り様がわかるものだ。だから、古人は賢人と交われといった。身持ちや容かたぎ気、容姿や身のこなしが人の第一であり、まず心のあらわれるところである、という。

「女大学」では流行に乗るのはやむを得ないが派手すぎるな、それをわかりやすく、遊女のようになるな、としていた。ここでは人間の内面性をより強調し、道徳的倫理的な立場、

内面・心を重視する儒学的な立場にたち、化粧の流行に流されると、どんな弊害があるのかが説かれている。

以上、往来物と教訓書の化粧をみてきた。往来物も教訓書も、儒学の影響を受け、女性は姿かたちが整っていることが心の正しさにつながっていると、礼儀や身だしなみとして化粧することを求められ、化粧をしないことは無礼であるとみなされていた。また、ここで求められた化粧とは流行に流されず、厚すぎず薄すぎない、程よい薄化粧であった。こういった往来物と教訓書は規範的な役割をもっており、社会が求める女性像が示されている。つまり、これらは、社会の求める「あるべき化粧」といえるだろう。

三 紅問屋玉屋について

次に、景物本についてみていきたい。

江戸で数多くのコスメショップがしのぎを削るなか、景物本で一躍脚光を浴びたのが、紅問屋玉屋である。本店は京都にあり、江戸に出店してきた。玉屋は寛政四年（一七九二）九月に『女将門』¹¹を刊行した。これが景物本のさきがけとさ

れている。

本を製作するには作者、画工への謝礼金、彫り師、摺り師の手間賃など多額の出費を要した。一般に書物は販売や貸本で、その出費を賄い利益を得るが、景物本は化粧品の「おまけ」として配布されるサービス品で本自体からの利益はない。もちろん、慈善事業ではないので、景物本で新築開店の評判をとり、化粧品販売の増益を狙う。これが玉屋の経営戦略ということになる。

いつたい、玉屋とはどのような化粧品を扱う問屋だったのだろうか。時代はやや下るが、文政七年（一八二四）に刊行された『江戸買物独案内』¹²で確認してみると「玉屋」は二店舗掲載されている。

京都 本町二丁目角

御化粧紅

玉 紅白粉問屋

御油白粉

出店 玉屋善太郎

京都紅 本町二丁目南側

染物

玉 笹色、飛光、極上細工紅 紅卸

玉屋勘兵衛

文化年間に成立したとされる日本橋界隈を描いた絵巻『瀬代勝覧』でも善太郎店の様子が確認できる。善太郎店は、本町二丁目角に店を構え、紅に限らず白粉の販売も行う問屋であった。また、管見の限り、先行研究では玉屋善太郎店のみが取り上げられているが、勘兵衛店を開き、店舗を拡張していたのである。

勘兵衛店は紅卸に特化し、扱っ品として「笹色飛光」¹⁴を全面に押し出していることがわかる。これは、笹色紅あるいは小町紅のことで、化政期ごろ普及した。なぜ、笹色というのかといえは、紅を下唇に重ね塗りすると緑色¹⁵に輝くからである。勘兵衛店は、当時の流行にあわせて、笹色紅に特化した店のようだ。

ちなみに、天保二年（一八三一）版『商人買物独案内』¹⁴で、玉屋京都本店をみると、次のようにある。

綾小路新町西入

極上光紅仕入所 玉屋弥兵衛

其外諸紅粉御染物

この「極上光紅」が、さきにみた勘兵衛店の「笹色飛光」である。

紅の生産・流通に目を向けてみると、日本各地の生産地で集荷された紅花は、城下町や在郷町の問屋や仲買人の手で花餅に加工され、京都で紅に加工された後、江戸に輸送し、販売された。なぜ、京都を経由しているのだろうか。その理由は二つある。一つは技術的な問題である。紅花は生産地で花餅に加工されるが、このままでは紅として利用することができない。京都に送られた花餅は紅花問屋を通して薬種屋、紅染屋、紅屋などにわたり、その後、紅染屋と紅屋で花餅から紅を抽出して染料としたり、口紅に加工して商品化していた。この紅づくりの技術は、それぞれの秘伝とされ、門外不出で受け継がれていたことから、伝統技術を持った職人のいる京都地方で紅染の技法が発達した。そのため、花餅の取引は京都を中心に行われていたのである。¹⁵

もう一つの理由は、江戸では、銘酒を初め、いわゆる上方からの「下り物」が尊ばれ、紅に関しては「京都紅」がブラ

ンドとなっていたからである。これを裏付けるように、玉屋は京都ブランドを前面に打ち出して宣伝し、販売し、利益をあげていた。

それでは次に、この玉屋の景物本を具体的にみていこう。

四 初の景物本 『女将門七人化粧』

改めて、景物本とは何か。それは寛政期から江戸末期にかけて、おまけとして商品に添えられて配布されていた草双紙とされる¹⁶。体裁は通常の草双紙と同様に中本型で、三丁から一〇丁程度の一冊本であった。商品を購入した客に「おまけ」に配布するもので売り物ではない。その旨の断り書きを添えるものもある。

浅塾晴子によれば、景物本は、「油店¹⁷」で配られたものが多いことが一つの特徴だという。油店とは、白粉や紅の化粧品を商う店のことである。配られた理由は、草双紙が「おまけ」として配布するのに手頃で、かつ草双紙の読者層と白粉や紅の享受層が一致していたからであるという。この点については、前述したとおり、出版経費がかかり、また、当時の

書籍は決して安価なものでなかったことから、果たして手頃という認識でよいのだろうか、という疑問が残る。

これまで玉屋の景物本は、さきに触れた『女将門』と『玉屋景物』とされてきたが、現在では、加えて三冊目として『永春笑作の『寿金大帳』があることがわかっている。本論考では、景物本の成立過程を中心にみるため、京伝作の二冊、特に『女将門』を中心に考察し、春笑本については、最後に言及する。

まず、『女将門』についてみていきたい。

「口序ウ」（口上）に曰く、「けふみせびらきの早天早朝、御出下さるいづれもさまへ、御なぐさみに此さうし、おけねばならぬ〜とせつかれて」とある。本書は寛政四年（一七九二）九月、玉屋の新築開店に際して配布された。版元は鶴屋喜右衛門。全一丁で、絵師は北尾政美である。

京伝は寛政三年（一七九一）、前年の出版統制令により、手鎖五日の刑を受けた。版元の葛屋重三郎は財産の半分を没収、摘発された洒落本三作、『仕懸文庫』『娼妓絹籠』『錦之裏』は絶版となった。この処罰が『女将門』の独自性と関係してくる。

翌四年に刊行された京伝の作品は、『女将門』のほかに、『桃太郎発端話説』『実語教幼稚講釈』『梁山一步談』『天剛垂楊柳』『唯心鬼打豆』『霞之偶春朝日名』『怪物徒然草』で計八作。これらは、処罰を受けたジャンルの洒落本ではなく黄表紙であった。佐藤至子はこの八作から『女将門』を景物本という理由で除外したうえで、七作に共通する特徴として、次の二点を指摘している。全体として現実の江戸に即した話から離れようとする傾向がみられる、子どもに向けた教訓など、子どもを読者として意識しているという。このうち、

『桃太郎発端話説』、『実語教幼稚講釈』については曲亭馬琴の代作であることが判明している。同じく『梁山一步談』、『天剛垂楊柳』についても馬琴のような作風であるとしている。²⁰⁾

また、板元が鶴屋から刊行された『唯心鬼打豆』²¹⁾について、鈴木俊幸は感和亭鬼武の代作である可能性が高いとしている。つまり、京伝作といえる作品は、『女将門』以外では、残りの鶴屋から出版された『霞之偶春朝日名』と『怪物徒然草』の二作のみである。この二作は教訓めいた内容ではないが、当世風の江戸には触れていない。

代作にしても、京伝作とされた黄表紙は、出版統制での処罰を境に、現在の江戸の風俗から離れ、子ども向けの教訓めいた作風になったといえる。なぜ、変化したのか、あるいはさせたのか。この点については、京伝というよりも、版元の意向が大きい。子ども向けになった点について、佐藤は、寛政二年の出版統制令に「全子供持遊びに成候様致候儀は不苦候」とあるのに着目し、再度の処罰を避けるために、大人向けの話題を避けたのではないかと、としている。

教訓めいている点については、代筆した馬琴の作風がもともとそうであることに加えて、鈴木は、享和元年（一八〇一）官版として出版された『孝義録』に代表されるように、このころ、儒学的な教訓書ブームがあり、鶴屋がそのブームに目を付けて従来の読者層ではない、新しい読者層を開拓しようとして、京伝に働きかけたのではないかと、としている。儒学的な教訓、たとえば、『孝義録』であれば、「孝」の倫理性は普遍性をもち、それを受容する新しい読者層は江戸の話題に限定されない、全国規模ということになるだろう。ここに江戸離れの原因がありそうである。

これら七作と比較すると、景物本『女将門』は、特異な位

置を占めることになる。どついついことか。内容を見ていこう。

まず、玉屋久兵衛が王子稲荷に商売繁盛の願いをする。すると、王子稲荷が出現し、江戸庶民のために薄利多売にしてやれ、と命じる一方、神田明神の御神体で七人に分身できる能力を持つ平将門に手助けを求め。そこで将門は七人の小僧に変身する。小僧一人につき、八人の手下がいて、七×九＝六三人で江戸市中に玉屋新装開店の引札を配りまくる。さらに、将門の神風で引札は天上界、天竺や「黒ん坊の国」、また神田明神の地藏や大黒、女護島、龍宮の乙姫やら神仏もどきに届き、彼・彼女らは白粉を塗ったりして、化粧をしはじめたりする。

そうして、店開き初日には将門が小野小町、在原業平、斎藤実盛、金太郎、山姥、雁金のお文、与吉の女房に七変化して、いわばサクラとして商品を購入して店を盛り上げる。さらにこの七変化は、当時の人気女形歌舞伎役者・三世瀬川菊之丞路考の舞曲をとりいれる。その結果、評判を呼んだ玉屋が大繁盛した……という筋である。それらの台詞のなかに、玉屋が取り扱う「雲井香」「美人水」「花の露」などの商品名をさりげなくいれて、紹介している。

この作品で注目したいのは次の四点である。

一点目は本書の将門が七変化するというモチーフと書名についてである。『山東京伝全集 第三巻』²²⁾の解題では、「王子稲荷鼻頂の三代目瀬川路考の七変化の所作事といった、ごく最近の話題を取り込んだのが成功している」と路考の七変化を取り入れたものとしている。

この点は少し掘り下げる必要がある。将門七変化のアイデアは、これよりも前から存在する。京伝は天明八年（一七八八）に、蕪屋から『時代世話二挺鼓』を刊行している。この本にも将門七変化が使われている。前提解説でもこの本にふれて、『女将門』は「『時代世話二挺鼓』で用いた七人の将門の戯話を焼き直し」したものとしている。だが、『時代世話二挺鼓』で七体に分身するのは将門のみならず、藤原秀郷も同様で、最後に秀郷が将門を成敗して終わる。「焼き直し」たにしては、ストーリー展開が違っている。

さらに、『女将門』より遡ること六五年前、享保一二年（一七一七）に京都の書肆・八丁字屋から、作者江島其磧による同書名の『女将門七人化粧』²³⁾という浮世草紙が刊行されている。この本のハイライトは、将門が七人の八乙女に異性

装、つまり、化粧して女将門となり、敵討ちをするところである。前掲解説では、其積本との関連について、「書名は偶然の一致であったかもしれない」としているが、果たしてそうだろうか。私は、京伝は将門七変化の「化生」と「化粧」をかけて、其積本を意識して踏襲したものと考えている。

二点目に、四丁オモテで玉屋の引札を受け取る二人の女性の容姿についてである。二人とも髪は江戸中期に流行した燈籠髪型の型で結われており、化粧については細かく見えないものの、鼻が高く、眉化粧もしっかりと施しているように見える。また、着物についても奥の女性は裾のあたりに蔦の葉柄が、手前の女性は背中に杜若のような紋があり、こちらも裾に柄がある。これらの要素から二人は流行を取り入れ、華美な装いをする当世風の女性であると思われる。これは、玉屋の直接的なターゲットの女性客層を反映したものである。

三点目は、表紙の絵題箋のタイトルに「神田利生・王子神徳」とあるように、江戸っ子の信仰対象を冠して、江戸という地域に密着している点である。すでに触れたように、冒頭、玉屋は王子稻荷を参拝する。王子稻荷は江戸の北部にあり、関八州稻荷の総社として知られる。その人気は高く、歌川広

重の『名所江戸百景』にも「王子稻荷の社」として登場する。また、平将門を祀った神田明神については、「山王と神田明神とはともに江戸の大神として常に並び称された。市街の発展とともに、京橋と日本橋の一部、神田と下谷のほとんどが当社の氏子町々となった²⁴」といわれるほど、江戸っ子にとって最も信仰された神社のひとつであった。玉屋は王子・神田双方の氏子であった。つまり、化粧品ブランドとしては上方「京都」を押し出しながら、景物本は、江戸っ子意識に強くアピールするという巧みな販売戦略をとっている。

四点目は、大人向けの黄表紙ということである。四丁ウラ・五丁オモテは、天竺の月宮殿の天人達のもとに凧が揚がり、注文を取っている場面である。ここでは仏教で月宮殿が須弥山の中腹をめぐる月にあり、それを覆う雲と、玉屋の売り出す「雲井香」をかけている。さらに、白粉を使用する地藏の横には、「地藏の顔も三度といふが、三度付けては白粉が濃すぎる」とあり、仏の顔も三度と化粧三度をかけている。こういった仏教知識や「下らない」ネタは、この黄表紙が子ども向けではなく、大人向けであることを示している。

ここで寛政四年の他の京伝作とされる黄表紙の特徴を想起

したい。それは、内容に教訓をとりいれ、江戸に限定されない読者層開拓を狙ったもので、また、子ども向けになったというものであった。これに対し、『女将門』は、江戸っ子の信仰心をくすぐり、大人向けのストーリーで、めでたさを強調し、まったく教訓めいていない。これは極めて対照的である。なぜだろうか。

その理由は、景物本という性格と化粧品という商品の論理が交差するところにあると考えられる。第一に、景物本は、売り物でなく、書物問屋仲間の検閲を受けないので、内容は比較的自由である。第二に、この景物本は、玉屋の新装開店の客に配るもので、江戸庶民に強く印象付ける必要があった。第三に、化粧品を買う客層は、子どもではなく、大人であった。この三点が理由として挙げられるだろう。

『女将門』は評判をとった。これは、景物本という前代未聞の新しい形式の出版物だったからだが、内容からすれば、他の七冊に比べて新しかったからではない。大人向けの荒唐無稽な黄表紙。これは、『女将門』以前の京伝黄表紙、たとえば、人魚をなめると若返るといふ伝承と浦島太郎の玉手箱をモチーフにした『箱入娘面屋人魚』などの、江戸を舞台に

した「うらない」話を好む、大人の黄表紙と連続性をもつ。

周知のように、黄表紙は子ども向けの青本を、恋川春町が大人向けにして成立した戯作草双紙である。京伝の面目は本来大人向けの黄表紙で存分に發揮され、人気を博していた。それが、寛政の統制令を境に変化したようにみえたとすれば、従来の京伝黄表紙ファンは置いてきぼりを食らったに違いない。そこに『女将門』が出現した。従来の京伝黄表紙ファンは飛びついたはずである。

事実、『女将門』は当初の景物本という性格からはみ出していく。刊記に「右之本八店開キ当日進上仕候売買二不仕候」と景物本である断り書きがある。初版は上質紙である。ところが、後刷りのものは、鶴屋の他の黄表紙と同様、廉価な漉返紙を使用し、右記の断り書きを黒く抹消している。つまり、景物ではなく「商品」として販売された本が存在する。⁽²⁵⁾

五 『玉屋景物』について

次に二冊目の景物本『玉屋景物』をみていこう。

『玉屋景物』は文化二年（一八〇五）九月から配布された

一〇丁半からなる一冊本で京伝作である。版元は「紅間屋たまや」とされている。絵師は歌川豊国。内容は、玉屋が新製品の売り出しを行うため七福神を招く。七福神はそれぞれの思い付きで当時の人気役者の真似をしながら宣伝に参加する、というものである。

まず、一丁ウラ〜二丁オモテの見開き絵で、繁盛した玉屋に集まる客層に注目したい。「女将門」で描かれている庶民は引札を受け取る女性二人のみであったが、本作では二人の客が描かれている。一丁ウラ画面奥には夫婦と子どもが見える。彼らは江戸町民の家族であろう。男性は身を乗り出して注文しており、興奮した様子である。画面手前に先を急ぐ人物が、玉屋繁盛の様子を驚いたように眺めている。その視線は二丁オモテの行列に向かっている。その行列の先頭には豪華な衣装を身にまとった女性二人が順番を待っている。その様子や本文中の「御女中様方の御鼻肩強く」という文から、彼女たちは武家屋敷に奉公する女中であろうと思われる。客は女性に限らない。びんつけ油を買い求めに来店したのか、刀を差した武士や、笠をかぶった遠方から訪れた客も並んでいる。これは田舎にいる妻や娘に、憧れの化粧品を土産に買

おうとしているようだ。「女将門」と比べると、客層は身分を超え、江戸に限らない地域を越えた広がりをもっているようにみえる。

こうしたことは、江戸離れを呼ぶのかというところではない。まず、「女将門」以上に、遙かに松本幸四郎や瀬川路之助などの江戸の人気歌舞伎役者の登場場面が多くなり、歌舞伎名場面に見立て、こじつけ、役者尽くし、地口尽くしとしている。

そして、主役である七福神も江戸風になっている。例えば「初鰹は女房を質に入れてでも食え」などと、江戸っ子の台詞で、恵比寿が鯛をやめて鰹を脇に挟んだり、弁天も琵琶をやめて吉原のお座敷芸としても知られた三味線歌曲「荻江」のめりやす（下座音楽）をやったりする。江戸っ子には飽きのこない内容である。

景物本がいかに当時の江戸の風俗・流行を生き生きと活写しているのかについては、国立国会図書館所蔵「玉屋景物」の見返しに書かれた読者のメモ、回想文が参考になる。そこにはこう書かれている。

天保の今に至りて八、三十七年の古物にして予かいとお

さなき昔のありさま目のまへにつかびて、「ヤレコリヤ
ホシマニヨウシヨシ」いへるはやり哥さへも耳に残レハ、
そゞろに昔なつかしうおほゆ……

この回想文は天保十一年（一八四〇）八月四日に記されたものである。この景物本を読み、三十数年前の子どものころの江戸が目の前に浮かぶようで、当時の流行歌が脳裏に蘇るほどだといふ。

巻末に商品広告が載せられているのは、『女将門』と異なる。「新製」という文字の下に、次のように五つの商品名と値段を載せる。

松金香御薬油 壹本二付 代百銅
洗髪御くすり油 匂入 四両形 代三拾六銅
本唐焼御白粉 代四拾六銅
松乃友御白粉 代三拾六銅
舞台香御白粉 代二拾四銅

巻末商品広告は、安政六年（一八五九）刊行、三冊目の玉屋景物本『寿金大帳』²⁶に踏襲され、さらに商品の数・種類が増えて五〇品、つまり、一〇倍の化粧品目が掲載されている。

おわりに

江戸時代における化粧文化の普及・確立において、出版メディアとの関わりが、非常に高い有効性・功利性を発揮した。流行の化粧の発信者として、歌舞伎役者や遊女といった特殊な職能者が、化粧文化に与えた影響は大きい。こついった人々の化粧や髪型、服装などを広く庶民に伝えたのは、役者絵や美人画などの一枚刷りの浮世絵に描かれた姿であった。

こつした一枚刷りの出版メディアに対して、書籍文化として本稿でまず取り上げたのは、寺子屋や手習い塾で用いられた往来物である。江戸時代前期は、化粧の歴史や由来が主だったが、江戸時代後半になると、どういった化粧が好ましいか、また、化粧方法が書かれるようになった。往来物の記述からは、時代を経るにつれて化粧が普及し、庶民に定着していった様子がわかる。往来物や教訓書の化粧は身だしなみとして社会から求められる薄化粧であったが、これは娯楽性が低く、女性たちが楽しんだ流行の化粧と別物と考えたほうがよさそうである。

商品としての化粧をストリートに広告宣伝したのは、引札というメディアであった。引札には、客の関心を引くために工夫が凝らされ、戯作者の名声と文章力から高い宣伝効果を持った。そして、その延長線上に生まれたのが、一枚刷りの引札よりも多くの情報を、ストーリーと絵を交えて庶民に訴えた書籍、つまり、景物本であった。

景物本のさきがけとなった、玉屋は京都出店の紅問屋であり、取り扱う商品は京都で製造される小町紅をはじめとした、京都ブランド・上方商品を全面に押し出して成功した。化粧品は「下り物」で江戸っ子たちにとっては、現在の「舶来品」に近い感覚で捉えられている。⁽²⁷⁾

一方、山東京伝は、江戸っ子の上方への対抗意識を黄表紙『御存商売』で描いている。『御存商売』は天明二年（一七八二）に刊行された江戸の地本である。これは「下り物」ではない、「下らない黄表紙」が上方の八丁字屋本をへこます物語であった。近世後期の江戸っ子たちは、上方に対する文化的劣等感と、対抗意識という両義的な感覚をもっていたのではないだろうか。こうした感覚の上に成立したのが玉屋の景物本であると考えている。

『女将門』では物語が王子稲荷と神田明神から出発するように、玉屋が江戸に根付いた江戸っ子の店であることを印象付けている。化粧品では、「京都出店」の上方ブランドを強く押し出しながら、黄表紙では江戸っ子が上方に対して抱く「気取っている」というような印象を和らげ、抵抗感なく京都ブランドの商品を手にとらせる、というのが玉屋の戦略であったのではないか。

当時江戸で人気のあつた歌舞伎役者や伝説の登場人物、過去の偉人を登場させていることも同様で、江戸の成熟した大衆文化を盛り込んだのが玉屋の景物本であった。玉屋は繁盛店となり、景物本という書籍文化を利用した経営戦略は成功した。⁽²⁸⁾化粧品購買層と戯作の読者層は重なっており、玉屋はそこに着目して景物本を配布したということになるだろう。

この成功は、三冊目の景物本『寿金大帳』を生むこととなる。ただし、一冊目と二冊目の間が一三年なのに比べると、二冊目と三冊目は五四年間もあいている。これはなぜだろうか。玉屋から始まった景物本は、その後も、特に化粧品店で配られたが、化政期以降、数が徐々に減る傾向にあり、天保以後は数点確認できる程度となつたとされている。

その大きな理由は、やはり、天保の改革での幕府による風俗統制・奢侈取り締まりであろう。この統制では、為永春水の人情本が風俗を乱すとして弾圧されたのが知られるが、それだけではなかった。一枚摺りの錦絵は重ね摺りの回数制限、合巻絵草紙は袋や表紙に役者絵を入れる趣向をやめること、また、彩色をしてはならないといった統制を受けている。化粧品も奢侈とみなされており、こうした状況下で、その販売促進をめざす景物本はだしくかつたのではないが。

実際、『寿金大帳』の表紙には、前二作とは違い、色刷りの役者絵が用いられている。玉屋が天保の改革における風俗統制の効力が弱まるのをみはからい、満を持して発刊したかのような感がある。

『寿金大帳』で玉屋は「年久しくお得意さまの御鼻肩に預り、日増に繁盛仕り、此度店の普請をなししも、全く大江戸の御光りと冥加至極」と述べる。その新築開店に「御礼をとその売初めの景物」として上梓したという。また、作者の為永春笑は、玉屋からの依頼を「売初めの景物に何がなおん慰みになる、草紙を編めとの需に依じて、山東翁の前作（『玉屋景物』）に倣ひ、狂言尽くしの見立物」を書いたと述べる。

事実、前作の縁起物としての七福神を使うアイデアは踏襲されている。

また、『寿金大帳』の高価な多色刷りの表紙は、玉屋の繁盛ぶりをうかがわせるものである。一丁表には、

光り増す 玉屋の見世に おとくいの

こかねの花を ちらす売りぞめ

と、玉屋の店先で小判が乱舞する様を言祝ぐような歌が載っている。天保以降、景物本が減少したことは、必ずしも化粧文化の衰退を意味しなかった。

『寿金大帳』の巻末商品広告では、例えば、「花のつゆ」、「御化粧水」という化粧水について、

近年所々にて売々致し候ハ、たゞの水に匂ひを付ケ、何の御ためにも不相成、にせ水相見え申候、私方にてむかしより売弘メ候ハ、本方にして御顔の御薬第一に製法仕候へは、外々の品御つかいくらべのうへ、御ためし可被下候

「本方」とは本来の処方で作したものの、つまりは、本物。傍線のように、近年、単なる水を化粧水とする偽物が売られているが、当玉屋の商品は本物であり、他店の品と使い比べ

てほしいと自信をのぞかせる。

ここからうかがえるのは、化粧品については、幕末には天保の改革の統制力が薄れ、マーケットの争いが苛烈になり、顧客をつなぎとめる経営戦略としての景物本の必要性が増し、その造本が豪華になったということである。

往来物・教訓書はあるべき化粧を示した。これに対して景物本は、化粧品という「商品」の論理、つまり、化粧品をもとめる消費者が読者として現れ、需要と供給、娯楽と宣伝の追究が書籍文化と交わることで誕生したものであった。景物本は、江戸の化粧文化と書籍文化が交差するところに生まれたものであり、化粧品の消費者と戯作の読者をつなぐ媒体であつた、といえるのではないだろうか。

注

- (1) ポーラ化粧品研究所『おしゃれ文化史』（秀明大学出版会、二〇一九年）
- (2) 同書によれば、七世紀末〜八世紀初めの高松塚古墳の壁画に描かれた、粧った女性たちは大陸風の服装をしており、また、『日本書紀』には六九二年に、奈良元興寺の僧侶観成が大陸から伝来した白粉を模して作り、女帝持統天皇に献上し

た記録があるという。

- (3) 江戸時代の化粧文化については、ポーラ文化研究所により、これまで江戸時代の美意識の変化や、化粧法、髪型、服装の変化・多様化などが明らかにされている。前掲注の書物の他、ポーラ文化研究所の成果として、『ポーラ文化研究所コレクション2 日本の化粧』（ポーラ文化研究所、一九八九年）、村田孝子『浮世絵にみる江戸美人のよそおい』（ポーラ文化研究所、二〇一六年）、村田孝子編者『結うこころ』（ポーラ文化研究所、二〇一五年）、谷田有史・村田孝子監修『江戸時代の流行と美意識』（三樹書房、二〇二〇年）など。また、同研究所の発行雑誌・書籍を英訳して海外に紹介する活動を行っている（<https://www.cosmetic-culture-po-holdings.co.jp/>を参照）。
- (4) 浅埜晴子「景物本考」（『近世文藝』八〇号、二〇〇四年）
- (5) 以下「女大学」については、主に『国史大辞典』「女大学」項目執筆者・井上忠（吉川弘文館、一九八〇年）を参照。
- (6) 『女大学宝箱』（一七三三年刊、新日本古典籍データベースより引用）
- (7) 横田冬彦『日本近世書物文化史の研究』（岩波書店、二〇一八年）第六章「徒然草は江戸文字か？」参照。
- (8) 『女大学宋文庫』（嘉永年間刊、早稲田大学図書館所蔵、同機関古典籍総合データベースを参照）。この本には刊行記がないが、刊行時期は、同データベースの書誌情報による。高知県立高知城博物館所蔵本には「嘉永四年」の奥付がある。

- (9) 『女大学操鑑』(一八五二年刊、早稲田大学図書館所蔵、同機関古典籍総合データベースを参照)
- (10) 田中ちた子・田中初男編『家政学文献集成 続編 江戸期』(渡辺書店、一九七〇年)
- (11) 『女将門七人化粧』(二七九二年刊、早稲田大学図書館所蔵、同機関古典籍総合データベースより引用)
- (12) 『江戸買物独案内』(一八二四年刊、早稲田大学図書館所蔵、同機関古典籍総合データベースを参照)
- (13) 前掲ボーラ文化研究所編『おしゃれ文化史』
- (14) 新撰京都叢書刊行会編『新撰京都叢書 第七卷』(臨川書店、一九八四年)
- (15) 竹内淳子『ものと人間の文化史 紅花』(法政大学出版社、二〇〇四年)一五一頁。具体的には、享保二〇年(一七三五年)に京都紅花問屋一四軒仲間が結成され、京都紅屋は必ず問屋仲間から紅花を購入することとなって、産地の直買を禁ぜられた。そのため、城下町か郷町の紅花問屋を通して京都問屋仲間に出荷するか、彼らの仕入れ金によって取引するかの形態に限られたという。この京都紅花問屋制度は明和二年(一七六五年)の廃止まで続き、京都と紅の関係を強く結びつける大きな要因となった。
- (16) 以下、景物本については前掲注4を参照。
- (17) 化粧品を扱う店が「油店」と呼ばれるのは、江戸時代には主に結髪用の油、特に伽羅油を売っていた店で化粧品を扱うようになったからである。
- (18) 『玉屋景物』(一八〇五年刊、国立国会図書館所蔵、国立国会図書館デジタルライブラリーより引用)
- (19) 『寿金大帳』(一八五九年刊、早稲田大学図書館所蔵、同機関古典籍総合データベースより引用)
- (20) 佐藤至子『江戸の出版統制』(吉川弘文館、二〇一七年)
- (21) 鈴木俊幸『寛政期の鬼武』(『近世文藝』四四号、一九八六年)
- (22) 山東京伝全集編集委員会『山東京伝全集 第三巻』『女将門七人化粧』解題(ベリかん社、二〇〇一年)
- (23) 『女将門七人化粧』(西尾市岩瀬文庫所蔵、一七二七年)
- (24) 『国史大辞典』「神田神社」項目執筆者・萩原竜夫(吉川弘文館、一九八三年)
- (25) 『女将門七人化粧』(一七九二年刊、国立国会図書館所蔵、国会本は国立国会図書館デジタルライブラリーより引用)
- (26) 引用は前掲注20参照。『寿金大帳』の作者は為永春笑、絵は二世歌川国貞である。版元は「京都出店 たまや」とある。
- (27) 鈴木俊幸『江戸の本づくし』(平凡社、二〇一一年)。以下、『御存商売物』についても、同書参照。
- (28) 玉屋の成功に目を付け、他の商店が後追いし、景物本が出版されていく事情は前掲注4に詳しい。