

『嗜好』明治屋 1911年

当財団の「アドミュージアム東京」に所蔵された、多彩な企業PR誌から

今回は明治屋の『嗜好』をピックアップ。どのように企業の個性を表し、時代を捉えているかを探る。

『嗜好』は、1908(明治41)年に創刊され、2008(平成20)年まで100年の長きにわたり発行されたPR誌です。

まず1911(明治44)年の第4巻3月号をご紹介します。

空色と茶色のやや地味なアブストラクトなデザインの表紙は、何か新しい雰囲気醸し出しているようです。

最初の4ページは、PRのページです。明治屋の「チョコレート菓子」「春の旅行支度食品」「新着の食器、茶器、調味料用壺、バタ入れなど」「明治屋新着飲食品の陳列(東京支店の内部)」が写真で掲載されています。

いち早く海外の美味を届ける

本文のトップ記事は嗜好子の筆による「楽しき三月の家庭を尚より多く楽しくせんには如何にせばよきや」です。三月の雛祭りの季節、珍しい美酒を酌んで家庭の楽しみを謳歌すべきだと説いています。マンダリノ、チェリーブランデー、マラスキノ、キュラソー、レッド、セックなど御婦人方に最も適した甘美な飲料を紹介し、「いつもの白酒のほかにこれ等の美酒を卓に上せて家庭を一層賑はしうし

又、これらの珍客を饗応するのは家庭趣味を深からしむる一因となりはすまいか、あえてお勧め申すのである」と文を結んでいます。

R,R生の「酒の国を観る」は、酒の国たるドイツを訪れた海外リポートで、ドイツ人気質、酒の飲み方、食べ方、風土と葡萄酒について記しています。葡萄酒がドイツ文化の結晶であることを感じさせます。

チェツフ老人の「三月の魚料理」は、イタリア式家庭料理の紹介です。三月は西洋では耶蘇(イエス)の復活祭前の齋戒期の季節なので、各家ともあまり獣肉を用いず魚類と野菜の料理が中心になると説明し、日本の家庭料理の参考に2、3の調理法を記しています。どれも家庭で作れるように丁寧に作り方を説明しているので実用的な記事になっています。次は瀬戸半眠の小説「御安心」です。若い夫婦の昼食の献立の相談を軽妙な会話で描写し、読み進むと、伊勢海老のフライには明治屋で買った日の出ソースがなければ味わえないというオチになります。これは広告小説です。

鈍太郎の「チョコレートクリーム 一

夕話」は、ファンタジー小説のような物語構成で、どのようにしてチョコレートクリームが製造されるのかをわかりやすく解説しています。おしゃれで楽しいPR記事です。

山下迂人の「食品雑話」は、料理をおいしく食べるにはそれに合ったソースが必要だと、幾つかのソースを紹介しています。一、犢などの甜肉(スイートブレッド)にはクリームソース 一、鶏肉(チキン)のローストにはオレンジサラダ 一、鶉には和蘭三葉(セレリー)ソース、などと15種の料理とソースの取り合わせを記しています。西洋料理におけるソースの大事さがわかります。

岡野秋江の「塩の効用」は、エリザベス・パーカーの説を紹介し、塩がほとんど万能薬ともいべきものであることを10項目にわたり記しています。例えば「一、一つまみの塩を舌の上に載せ約10分の後冷水を飲むとよく頭痛を治すことができる。一、水に少しの塩を加えこれへ切花を生けるときは普通の水よりは長く保つ」など、生活に役立つ塩の効用が簡潔に示されています。

NS生の「きのこの中毒療法」は、きのこ



1911(明治44)年3月1日発行号の表紙と裏表紙。そして本誌内の記事と広告ページ

Yoshiro Okada

1934年東京都生まれ。早稲田大学政治経済学部卒業。56年電通入社。コーポレートアイデンティティ室長などを経て98年退職。70年の大阪万博では、「笑いのパビリオン」を企画。80年代は電通のCIビジネスで指導的役割を果たす。著書に『社会と語る企業』（電通）、『世界一の映画館と日本一のフランス料理店を山形県酒田につくった男はなぜ忘れ去られたのか』（講談社）など。

の中毒は一般ジフテリアまたは恐水病者に対する方法と同様の血清療法によって治すことができるという、フランス科学者の実験結果を報告しています。

雀甫子の「鎌倉行」は朝鮮から萩の家の主人が来て鎌倉に滞在し、俳句の席を持ったことを報告。俳人たちの梅の句を紹介しています。「冬の句屑」は、雀甫の冬の14句です。

ここまでの19ページが終わると、続く9ページは明治屋で扱う食品が登場します。「キリンビール」「エムワイ印特製ハム」「明治屋の舶来菓子」「リプトン紅茶」「ダイヤモンド印オレンジ」「日の出ソース」「小岩井バター」などが紹介されています。

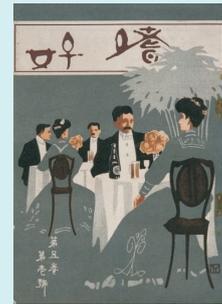
そして最終ページには「明治屋の本領」として、「世界各国の珍味佳肴を貯蔵し、時潮に後れずつねに新奇の品を輸入し極ごく吟味の上最良品のほかは決して売り出し申さず明治屋即ち良品とは弊店の堅く相守りおり候本領に御座候」と掲げています。この本領はまさに今日まで続いているのがわかります。

商品のPRと新しい食の提案を両立

『嗜好』は、明治屋販売商品のPRと、新しい食生活への提案を2本柱にした、ハイカラなPR誌です。全編がPR記事ともいえませんが、情報が新鮮で未知の世界に案内してくれる「味の世界旅行」のような楽しい内容で読者を飽きさせません。

1911(明治44)年4月発行の第4巻第4号もほぼ同じ構成の内容ですが、目を引くのは、山頭火の「花と酒」というエッセイが掲載されていることです。芭蕉、蕪村、子規の3俳人の花見を軽妙な文で綴ります。芭蕉の花見は「風流が寒いときめた芭蕉桃青も、余寒の白襟巻を忘れてし

明治屋と『嗜好』について



1911(明治44)年4月1日発行号(左)と翌年1月1日発行号(右)の表紙

明治屋は1885(明治18)年、横浜で船舶への食料品納入業として創業。創業者である磯野計は現在の経営理念「いつもいちばんいいものを」のもとになる考えを事業の基本とした。

当初は主に上流社会に向けて世界の一流品を扱っていたが、次第に庶民にも手が届く商品にも販路を拡大。明治時代後期に、庶民の間でトーストが大流行した際にも、コーヒーやハチミツを大々的に輸入していた。

『嗜好』の創刊の背景には、「衣食住にとどまらず、他方面に趣味を広げることが、家庭と社会の両面において楽しさを生みだす」という思想があり、誌面構成からも、その意図がうかがえる。

まうと、浮世の儘にならない不足を感じた。そして憂いを掃くには酒、貧を忘るるには銭だと覚った。(花にうき世我が酒白く飯黒し)」と上野の花見に出かけ、人々と交流し、所望されるまま幾つか句を作ります。(蝙蝠も出でよ浮世の花に鳥)〈花に飽かぬ恨みや我の歌袋)「一美人現れ出でて颯とばかりに舞い去る(扇にて酒くむ影や散る桜)」と文を結びます。

村の花見は、「蕪村も吉野に出て見ると、隅には置けない粋客(花に舞はで帰るさ憎し白拍子)」と若い女と花に思いを巡らせませす。(花見戻り丹波の鬼のすだく夜に)〈傾城は後の世かけて花見かな)「蕪村もまた感情強い詩人であった。時としては又(桜狩美人の腹や減却す)」と文を結びます。

子規のお花見は、「根岸の住家からは窓をひらいても上野の花が見えると思ふせいか、一向見たいといふ気が起らぬ。風呂へ行くくと(銭湯で上野の花の噂かな)」と浮かれた気分はさらさらなようです。町を歩いても、〈交番やここにも一人花の酔)〈花に酔ふて頭痛すといふ女かね)「儘よ一杯一杯が重なって翌日は〈今日はまだ散らぬ桜を二日酔)」と文を結びます。山頭火の文は軽妙洒脱で短い言葉で3人の俳人の個性を鮮やかにスケッチしつつ自身もそこに投影しています。漂泊の詩人といわれた山頭火の珍しいエッセイで、彼を起用した『嗜好』の編集者の目配りは見事です。

『嗜好』は、知的感性に敏感なPR誌だったといえましょう。