

展示の構成と作品紹介

モボ・モガの時代 ～「モダン東京」と大衆消費社会～

関東大震災（1923年）で壊滅的な被害を受けた東京は、大規模な復興事業を行いました。復興による都市の近代化は人々の生活にも大きな変化をもたらしました。明治以降、少しずつ浸透していた西洋的な生活様式は急速に大衆化し、一方で企業は舶来品のイメージが強かった商品を安く提供するとともに、「モダン」にこだわったデザイン、広告を展開しました。そうした中、当時の最先端をいくモダンボーイ（モボ）・モダンガール（モガ）と呼ばれる人々が登場し、とりわけ、都市を中心に活躍の場が増えていったモガたちの姿は注目されました。

展示では、5つの企業博物館が所蔵する「時代を映すモノ」を展示し、1930年代を中心に、大正から昭和初期という時代の様相を紹介します。

明治期に西洋から入ってきた石鹸は、日本でも大正～昭和初期には大衆が使う商品となっていきました。また、和装から洋装、短くカットした髪など、ファッションも移り変わる中、1930年代には花王シャンプーが発売されました。花王はシャンプーという言葉が日常語に定着させ、日本人の洗髪習慣を大きく変えました。



Photo.02

花王シャンプー

1932年発売（花王ミュージアム・資料室提供）



Photo.03

花王シャンプー広告 1935年
（花王ミュージアム・資料室提供）

1909年、セイコーが発売した懐中時計「エンパイヤ」は大ヒットしました。セイコーはさらに先を見据え、1913年には国産初となる腕時計「ローレル」を発売しました。時計は当時、贅沢品ではありませんでしたが、大衆が買えないものではなく、時間を告げる役割だけでなく、モボ・モガたちのファッションアイテムとして、オシャレを彩りました。



Photo.04

腕時計「ローレル」

1913年発売
（セイコーミュージアム提供）



Photo.05

服部時計店（現・和光）

1932年撮影

（セイコーミュージアム提供）

店頭には精工舎製の時計だけでなく、宝飾品、洋食器、喫煙具などが並びました。最先端の商品を扱う服部時計店は銀座を行き交うモボ・モガの憧れの的でした。

大正から昭和初期は、一般の人々にも電車を使った旅行が浸透するなど、旅行ブームが起きました。東武鉄道による浅草駅から日光への直通運転も行われるようになり、日光を訪れる観光客は激増しました。また、浅草には東武ビルディングが竣工するなど、鉄道を軸に街が整っていきました。



Photo.06
東武沿線の観光地を紹介する
パンフレット
1927～1935年頃
(東武博物館提供)



Photo.07
浅草雷門駅（東武ビルディング）全景
1931年撮影（東武博物館提供）

大正時代は、都会を中心に、刻みたばこをきせるで吸う従来の喫煙から、紙巻たばこの喫煙に移り変わっていった時代でした。パッケージやポスターは、当時の日本のデザイン界のリーダー的存在であった杉浦非水やその弟子・野村昇など、一流の図案家が手がけ、モダンなデザインが生まれました。



Photo.08
杉浦非水がデザインした
「みのり」ポスター
1930年
(たばこと塩の博物館)

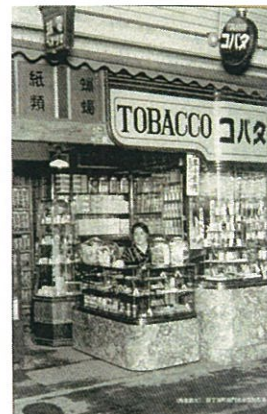


Photo.09
昭和初期のたばこ小売店の様子
(たばこと塩の博物館)
いわゆる「街角のたばこ屋さん」のイメージができるのもこの時代でした。

明治期に始まった郵政事業は、大正から昭和初期にかけて、郵便、電話、簡易保険と、それぞれの分野で発展しました。



Photo.10
1912年に採用された
丸形庇付ポスト（模型）
(郵政博物館提供)



Photo.11
国民保健体操ポスター
1928年（郵政博物館提供）
簡易保険事業の一環として、日本生命保険会社協会や日本放送協会、文部省の協力を得て、郵政省が発表した体操。1929年からラジオ放送も開始され、「ラジオ体操」と呼ばれるようになりました。

昭和モダンのおわりと戦争の時代
～生活、そして商品・広告表現の変化～

盧溝橋事件（1937年）をきっかけに始まった日中戦争、第二次世界大戦の勃発などによって、日本は戦争への道を進み始め、やがて太平洋戦争に突入しました。当初は勝利が続き戦勝ムードもありましたが、戦局の悪化に伴い、本格的に物が無い時代となりました。モダン東京を闊歩していたモボ・モガたちもまた、戦争に取り込まれていきました。さらに、男性は学生を含めて召集され、本土では空襲によって多くの命が失われてしまいました。



Photo.12
「國に国防 社交にタバコ」
ポスター 1937年
(たばこと塩の博物館)

広告表現にも戦争への貢献が求められるようになりました。



Photo.13
「女子局員募集 わが家からも通信戦士」
ポスター 1943年（郵政博物館提供）

戦況の悪化に伴い、それまでは男性の雇用が困難である場合に雇用していた女性を、本格的に雇用するようになりました。

「光」パッケージの変化
(たばこと塩の博物館)

杉浦非水がデザインし金色が使われていたパッケージは、まずは金色の使用の廃止、さらに戦争末期には一色刷りとなりました。



Photo.14

終戦、そして焼け跡からの復興 ～懐かしくて新しい商品の復活～

長かった戦争は、1945年、日本の敗戦という形で終結しました。東京は下町や都市部を中心に、その多くは空襲によって焼け野原となっていました。物資も極端に不足し、合法的に支給されたモノだけでは生活が困難であったため、焼け跡にはヤミ市が立ち並びました。混乱の中、人々は立ち上がり、1950年頃を境に物資も回り始め、配給から自由販売へ移行、街には懐かしくもあり新しくもあるデザインを施した商品が登場していきました。

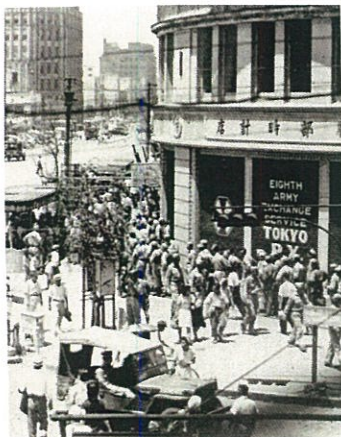


Photo.15
終戦後の服部時計店
(セイコーミュージアム提供)

GHQに接收され、米軍用の商品売店が入所していましたが、1952年には現在の和光本館として営業を再開しました。

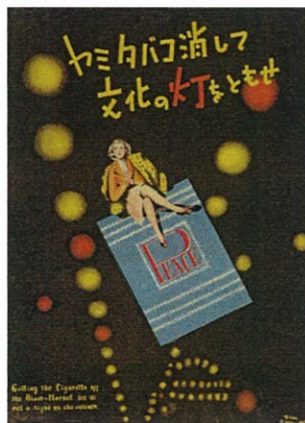


Photo.16
「ヤミタバコ消して文化の灯をともしせ」ポスター
1950年
(たばこと塩の博物館)



Photo.17
「森永ミルクキャラメル」ポスター
1950年（森永製菓株式会社提供）

復活したミルクキャラメル。キャッチコピーに「ほんとうのキャラメル」とあるように、戦時中は食べられなかったキャラメルを、この頃にはまた日常的に食べられるようになりました。