

## 花椿

東京：資生堂、1937—

資生堂の発行するサブカルチャー誌として知られる本誌には、長い歴史がある。「花椿」前史について少し触れておきたい。同社初の出版物「資生堂月報」は、本書収録「婦人グラフ」（国際情報社1924—1928）と同じ関東大震災の翌年1924（大正13）年に創刊され、資生堂企業資料館所蔵の創刊号によると、顧客への日頃の感謝を表わすため無料で配布された。「資生堂月報」は1931年まで続き、この間1927年に「御婦人手帳」が、「月報」終刊の年にはその集大成ともいえるような「御婦人日記」が発行される。その後、1933年から37年まで「資生堂グラフ」が発行された。

50号を迎えた「資生堂グラフ」を一新し、1937（昭和12）年に開設された資生堂の愛用者組織「花椿会」会員のために創刊されたのが「花椿」だ（同創刊号より）。「美容、服飾、流行、趣味、学芸、その他、近代女性に資すると思われるものを網羅掲載」し、会員への贈り物とするため誕生した。しかし既に戦時色の濃い時代だったため、1940年に休刊となり、第二次世界大戦後1950年に復刊する。

1950年代の本館所蔵は、1952年7月号からの25冊に過ぎない。9冊所蔵している55年頃には写真も徐々に洗練されてきて、情報の多様化が始まる。6冊所蔵している58年頃には、長く資生堂の出版物を特色づけてきた啓蒙ページが減り、美容情報記事が増える。ちなみにその前年に資生堂美容室が開設されている。58年10月号で復刊100号を迎えるが、前年に60万部だった発行部数が60年には150万部弱に達している。

時代の主役が若者に移った1960年代は、本誌も若々しいモデルを使い、若者の化粧やヒッピー文化などを紹介するようになる。本館の所蔵は4冊のみであるが、エディトリアルデザインも若々しくなり、この間に編集や製作の形も変化したと思われる。

1970年代の所蔵は23冊である。60年代をまたぎポップになった表紙には、新進デザイナーのコシノジュンコの服が多用され、ルイ・ヴィトンやエルメスが紹介された。4冊所蔵している75年は、資生堂のブティック「ザ・ギンザ」開店の年である。同店は、セレクトショップの先駆けといえよう。

1980年代については、82年頃からはほぼ、87年からはすべての号を所蔵している。B5判だった本誌は82年4月号から大型化してA4判となり、しばらくは最も厚い50ページ立てとなる。時期を特定できないが、この頃に連載が開始されている「イン・ファッション」「インタビュー」などとともに現在まで続く「ファッション・ナウ」欄は、まだ知名度の低い新人デザイナーを取り上げ、マルタン・マルジェラ本人の写真掲載（89年9月号）など、彼らのスタートを知る貴重な資料となっている。パリ・コレクションの報告に多くのページを割いてきたことも特徴といえるだろう。本誌のアートディレクター兼デザイナーだった仲條正義が、83年に手掛けるようになった表紙デザインは、本誌にサブカルチャー誌的装いを与えた。この年に本誌は復刊400号を迎え、現代詩を対象とした「花椿賞」が制定される。以降毎年本誌12月号に同賞が発表され、谷川俊太郎、大岡信、高橋睦郎といった面々が受賞している。

1990年代は独特の写真グラフィックページと服のスタイリング、そしてストリートの写真と解説が、本誌のサブカルチャー誌としてのイメージを一層高めた。その完成度の高さは、94年から幾度も「全国PR誌コンクール」の総合最優秀賞を受賞していることが実証している（1970年にも受賞）。なお、91年に本誌出版の管轄が、資生堂出版部から同社企業文化部へと移された。2000年6月号は戦後復刊50周年と通巻600号の記念号となり、これを記念した展覧会も資生堂ギャラリーで開催された。

21世紀に入ると一時的にファッション色が強まるが、すぐにヘアメイクや小物のウェイトが高くなる。2003年には折り返された表紙裏の新鮮で楽しいグラフィックがなくなり、資生堂の広告に変わった。サブカルチャー的な性格も薄められつつあるように感じる。

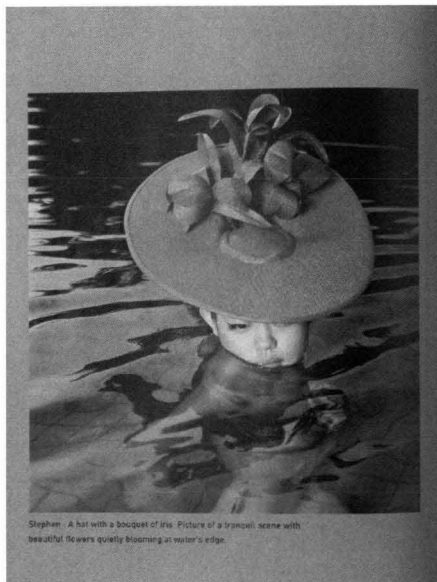
本誌の長い歴史から見ると、「花椿」を特徴づけているのは商品情報がないことであると気づかされる。本誌の性質上、一般のファッション雑誌のような商品情報掲載の必然性がないことが、編集内容を自由に豊かにしてきた。資生堂の広告がないわけではないが、創刊以来「花椿」が同社の商品カタログを目指してこなかったことは内容を見れば明白だ。そこには、化粧を文化ととらえる資生堂と、限られたページ数のなかに、時代を表わす化粧、ファッション、ストリート情報に加え、古典、映画、料理といった広いジャンルの文化を網羅し、PR誌を超えた「企業文化誌」たらしめる本誌の姿勢が一貫して流れている。

もうひとつの魅力は、物以上に人間に重きを置いてきたことにある。学者や評論家からアーティストまで多岐にわたる書き手。取材対象には、評価の定まらない若いクリエイター、ジャンルを問わない話題の人々。アートディレクターの下に集う著名な写真家やスタイリスト、ヘアメイクアーティストなど……。薄い冊子の中で、実に多くの人々が活躍している。加えて、100円という定価も他誌との違いを決定づける特徴のひとつかもしれない。

(横田尚美)



1962年8月号表紙



2003年6月号特集「Aqua hats」のページより  
森川昇撮影