

ミセス

東京：文化服装学院出版局：1961—

成功するはずがないという雑誌業界の予想をくつがえしたのが本誌である。昭和30年代の婦人雑誌は三種の神器（皇室の話題、芸能スキャンダル、セックス記事）を売り物にし、「主婦の友」「婦人生活」「婦人倶楽部」「主婦と生活」の4誌が一大勢力を築いていた。そのようななかで、1951年から「装苑」編集長を務めていた今井田勲は30代以上の読者に向く新雑誌を模索し、「今の婦人雑誌は子どもに見せられない」という既存の婦人誌読者からの指摘や、外国雑誌の研究などから「応接間やサロンに置き、年齢や性別を問わず見てもらえる婦人誌を作ろう」と方針を定めた。家庭婦人誌と服飾誌の中間的な性格を持ち、さらに教養誌的要素を取り入れた、三種の神器に頼らない雑誌として「ミセス」を創刊したのである。創刊の辞には、「身も心もより輝こうとする、豊かな風雪を経た年代の女性たちのために生まれた雑誌である」という旨が掲げられた。それは女性が年齢を重ねることを肯定的にとらえ、自ら努力する人を応援するというメッセージであり、女性のライフスタイルにおける新たな指針ともなる、当時としては非常に斬新な編集方針だったのである。

創刊号は全206ページ。「装苑」の姉妹誌だけに、巻頭には格調高い新作ドレスがあり、TPOを踏まえたフォーマルな装いも紹介されている。デザイナーは水野正夫、中村乃武夫、原田茂ら大御所が中心、巻末には掲載された服の作り方製図がある。服飾のほか、美容、家具や家電、料理、教育問題など家庭生活全般にかかわる記事があり、服飾関係の充実した総合生活誌である。判型は縦がB5判、横幅がA4判の変型。豊かな広がりや印象づけた。ビジュアル面を重視しレイアウトはシンプルかつ大胆。しかもカメラマンをはじめ、スタッフは一流どころがずらり。ファッションはもとより、絵画のような料理ページなど迫力ある誌面が展開されている。読む雑誌から見る雑誌へ、新時代の幕開けでもあった。

ただ広告活動が不十分で当初は営業的に苦戦した。しかし反響は大きく、編集方針に共鳴した読者から支援の手紙が多数編集部へ届いたという。4号目の1962（昭和37）年3月号からは隔月刊を月刊に変更し、日本では先駆けとなるアートディレクターを採用した。アメリカン・ヴォーグやフレンチ・ヴォーグの編集局に長く在籍したアメリカ人、リチャード・ラットレッヂがその人で、ビジュアル面を主導した。斬新でモダンな写真や文字の扱い、企画の展開など、視覚面のコンダクターのような役割を果たし、新鮮でインパクトがあり、一見して個性の際立つ雑誌を作り上げた。後



1989年5月号からさらに大判化し、時の人だった二谷友里恵が登場

に、創刊号より参加し、ラットレッヂとともにレイアウトを担当した江島 任が引き継ぎ、1988年4月号からは伊勢丹のポスターなどで名を馳せた小島良平、1996年1月号以降は木村祐治へと引き継がれているが、アートディレクターの重要性を認識させた雑誌として今も誌面の美しさには定評がある。雑誌大判化時代の尖兵となった判型は、1989年5月号より、横幅が広い変型A4判に変更され、ビジュアル効果が高められた。なお出版元は1970年から文化出版局に改称された。

徹底した本物志向と美しい誌面へのこだわりは、創刊以来半世紀、変わることなく引き継がれている。「本物のよさを知ることで審美眼が磨かれる」という理念のもとに被写体が吟味され、超高額の服や宝石なども掲載された。非現実的だとの批判もあったが本誌の姿勢に共鳴する読者は多く、現実と距離のある誌上の豊かな暮らしも、いざなぎ景気に差し掛かっていた日本では近い将来実現可能なことと受け止められたようだ。創刊2年で25万部を超え、中流階級の女性のステイタス雑誌と呼ばれるようになる。雑誌業界は驚嘆し、編集長・今井田の名声は一気に高まった。最盛期には60万部を超え、一流企業の広告ページが急増。創刊号の倍もの厚さになり、重すぎると非難されることもあった。また、初期より読者からモデルを公募し専属モデルとして起用したり、特定の女優、作家などを着る人（モデル）として登場させ新鮮さと親近感を生み、雑誌の個性を確立させた。代表的な存在が、後にデザイナーとして活躍する稲葉賀恵である。本誌のシンボルとしてさまざまな形で長くかかわっており、ほかに美しさと才能を備えた多数の女性が登場している。

服飾中心の編集方針は一貫しているが、時代とともに変容している。創刊以来の年月は、日本のファッションが大きく変動した時期に重なり、注文服・家庭洋裁の時代からプレタポルテの時代へ、DCブランド全盛から海外スーパーブランドの時代へとダイナミックに変化を遂げた。この間日本の中流階級の女性が何をどう着こなしてきたか、またファッションの周辺はどう変化したのか、所蔵号を振り返ることで解き明かすことができる。しかもファッションを単独に扱うのではなく、生活の多

様な要素とかかわりそのバランスの中で成り立つ文化としてとらえている。欧米の家庭の暮らしぶり、美容、料理、インテリアなど、生活全般にかかわる企画が時代とともに増えており、日本の大人世代の女性に対して果たしてきた文化啓蒙の役割は多大である。

また本誌からは、幅広い年代に向け、多数の雑誌が派生している。「臨時増刊ミセス・縫うのも着るのもやさしい服」（1964－1990）、「たのしい子供服」（1964－1966）、「ミセスの子ども服」（1966－1981）、「ミセスのスタイルブック」（1978－）、「サマンサ」（1989－1996）はいずれもファッションがテーマ。1冊ごとにテーマを絞った「ミセス愛蔵版」（1975－1983）のほか、ミセスと同様に総合生活誌の性格を持ち、上の年代に向け創刊された「ハイミセス」（1982－1996）は後に「ミマン」（1996－2003）に引き継がれ、活動的で若々しい熟年女性たちの支持を集めた。（中村敦子）



2005年7月号の表紙はフレッシュなミセス、ともさかりえ