

# 松坂屋 史料室 企画展 Vol.1

## デパートメントストア100年 明治・大正時代の 「いとう呉服店」

平成22年6月16日(水)～8月29日(日)

日露戦争さなかの1904(明治37)年に三越呉服店がデパートメントストア宣言を行った。続いて1910(明治43)年にいとう呉服店、1919(大正8)年に松屋呉服店、高島屋呉服店、白木屋呉服店、十合呉服店、1920(大正9)年に大丸呉服店が、経営形態を株式会社に改組するとともに業態を百貨店へと転換していった。

以後、松坂屋の前身であるいとう呉服店は、商品面のみならず、文化面においても多目的ホールや少年音楽隊の創設など斬新な諸施策を次々と打ち出し、都市の消費文化を演出、先導する百貨店の原型をつくっていった。



松坂屋の暖簾(明治時代)

江戸から明治にかけての呉服屋の暖簾は、紺地に白抜きものが殆どであったが、いとう呉服店(松坂屋)のものは地色が黒と赤であった。1896(明治29)年、29歳の夏目漱石が、江戸時代の面影を残す上野松坂屋を次のように詠んでいる。「乙鳥(つばくら)や赤い暖簾の松坂屋」



きものどうらく  
PR誌「衣道楽」創刊号(明治39年)

呉服店から百貨店へかわろうとする前夜、販売形態を近世以来の「座売り」から「陳列立売り」へ変更するとともに、顧客サービスの一環として、呉服の新柄・流行柄の紹介、通信販売などを掲載したPR誌「衣道楽」を創刊した。



「モーラ」創刊号(明治43年)

「衣道楽」は、百貨店開業を機に「モーラ」と改題した(デパートメントストアは百貨を網羅する意から、祐民社長が名付けた)。小説、脚本、随筆、詩歌、名士の流行観など多彩な内容で、体裁も冊子型、タブロイド判などを使い分けた。



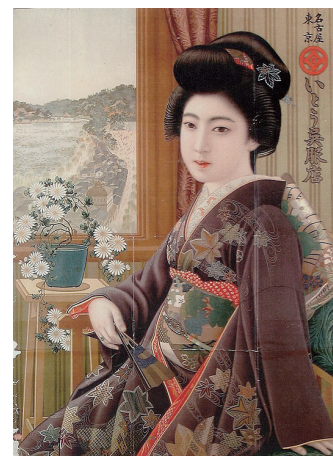
開店の新聞広告(明治43年)

全国29の新聞に「開店披露広告」を掲載し、「店内の設備をデパートメントストア式に改め、3月5日より開店披露大売出し、新織物陳列会を開催」することを宣言した。



開店初日のいとう呉服店(明治43年)

百貨店に業態転換したいとう呉服店は、「行灯より電灯に変わった以上の進歩」(『名古屋新聞』)、「白亜の洋館、美しく飾ったショーウィンドー、店内には流行の品々を集めたいとう呉服店」(『新愛知』)と各紙に絶賛され、名古屋市民にも熱狂的に迎えられた。



美人画ポスター(大正5年)

上野店を新築開店するにあたり、美人画ポスターを中部から東の各駅に掲出して、PRにつとめた。