松坂屋 夏の風物詩コレクション

平成23年6月1日（水）→8月28日（日）

松坂屋は、百貨店開業以来、つねに取り扱い商品の幅を拡張しながら、人々のニーズを先取りするという形で進化、発展を遂げてきた。

なかでもファッション衣料関連は、呉服店を出発点にしていることもあり、いつの時代も主力商品であり続けた。これらは季節商品とも呼ばれ、現在では梅春物、春物、初夏物、盛夏物、秋物、冬物などに細分化されている。ここでは、そのなかの初夏、盛夏の風物詩ともいえる浴衣、水着、団扇にスポットをあてる。

松坂屋は、浴衣においてはそれまで藍色系に限られていた色柄に初めてカラー化を試み、水着に関しては早くからプライベートブランド化（自社独自のコンセプトに基づいて企画・開発・生産したブランド商品）に着目するなど、業界にたえず新風を吹き込んできた。

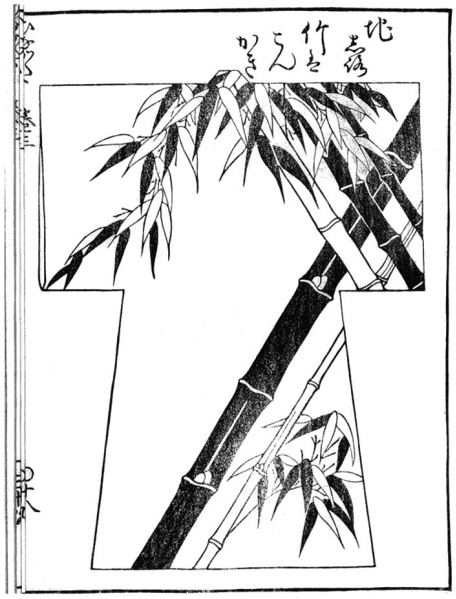
その浴衣と水着は広告活動を中心に、団扇はかつて記念品として用いたものを原画とともに紹介する。また浴衣については、「松坂屋コレクション」の中の逸品も特別展示する。

「白木綿地大漁模様浴衣」（江戸時代後期）

浴衣は暮らしのなかの寛ぎの衣装として、大胆な模様が好まれた。
この浴衣は、網に掛かった魚という洒落た意匠で、伊勢海老、河豚、鰹、蛸、鯛を散らし、その上に全面網目模様を施すという丹念な仕上げとなっている。

「浅葱絽地菖蒲模様小袖」（江戸時代後期）

江戸時代後期になると、小袖の裾に柄を配した「褄模様」と呼ばれる模様構成が流行するようになり、明治・大正時代にも引き継がれていった。
この小袖は、夏に涼しさを誘う素材として好まれた絽織りの生地に、流水と菖蒲の模様を絞・縫・友禅の技で表している。町人の女性が装った。



雛形本『友禅ひいながた』（貞享5年）の中の浴衣

雛形本は、江戸時代に刊行された木版本の一種で、衣装を誂える人が模様を選び呉服屋に発注する手がかりとして用いられていた。同時に流行を発信するファッションブックの役割ももっていた。
浴衣は、その雛形本にも描かれた。ここには「地白 竹は紺書き」と記されている。

「中形浴衣地の大市」(昭和初期)

中形とは、中くらいの大きさの型紙で型置きをし、地染めをして模様を白く抜いたもので、浴衣に用いられることから、浴衣の別称にもなった。松坂屋では大正14(1925)年、雑誌『主婦之友』とタイアップして浴衣の図案募集を行い、その結果、それまで藍色に限られていた図柄をカラフルなものにした。

「観光ゆかた」ポスター(昭和26年)

昭和25(1950)年、毎日新聞社主催のもと、運輸省観光部、文部省文化財保護課、国鉄などが後援して、国内100ヵ所の観光地を選定した。戦後の復興が進展する時期でもあったので、観光旅行の再開を促す契機ともなった。翌26(1951)年、松坂屋では全国の浴衣を集めた展覧会を開催して、PRにつとめた。

雛形本『友禅ひいながた』(貞享5年)の中の団扇

「うちわ　金銀泥入(でいいり)彩色絵」(金銀の粉末を膠(にかわ)で溶かして描いた彩色絵)であることを謳っている。団扇が雛形本に載ることは珍しい。

株主に配布した団扇とその原画

松坂屋では昭和20年代から40年代にかけて、株主への夏の挨拶として団扇や扇を贈った。当代一流の画家が描いた原画をもとに制作することが殆んどであったが、名古屋近郊の芸術家による手漉き草木染めを用いることもあった。いずれも涼を呼ぶ小道具として人気を呼んだ。

北沢映月「舞妓」
(昭和25年)

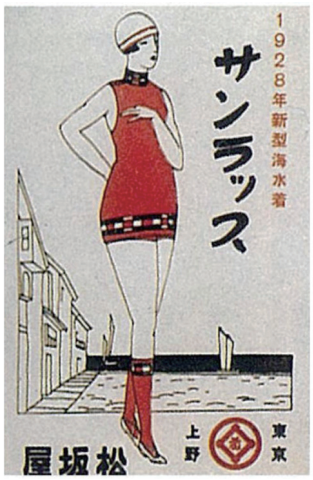
前田青邨「あけぼの」
(昭和37年)

上村松篁「ハイビスカス」
(昭和38年)

上村松篁「サンダーバード」
(昭和38年)

平山郁夫「遊泳」
(昭和43年)

岩橋英遠「カトレヤ」
(昭和44年)



↑ PR誌『新装』(昭和26年夏号)

昭和26(1951)年には、水着の「サンラッス」をPR誌『新装』の見開き2頁で訴求。淡島千景、月丘夢路、三国連太郎など豪華メンバーの出演で、華やかさを演出した。

← プライベートブランド商品・水着「サンラッス」(昭和3年)

松坂屋では昭和3(1928)年、水着やネクタイ、洋傘など雑貨12品目について、戦略商品、流行商品を開発することを決定。ここから生まれた代表的な商品が、海水着のプライベートブランド「サンラッス」であった。
「サンラッス」は、以後30年以上にわたって人気を保ち続けるロングセラー商品となった。

水着のファッションショー(昭和12年)

ファッションショーは、松坂屋のお家芸といっても過言ではない。
昭和12(1937)年、この年増築が完成した大阪店は、「雑貨サロン」の開催にあわせて、水着のファッションショーを開催した。