



# 松坂屋 史料室 企画展 Vol.16

## 松坂屋 歳暮・中元と包装紙

平成25年12月1日(日)→平成26年2月25日(火)

「カトレヤにまごころをつんで お歳暮はマツザカヤ」

この包装紙とギフトと百貨店の関係を見事に言い表したコピーは、包装紙のデザインをカトレヤに切り替えた昭和57年のものである。松坂屋は、冬と夏の歳時記ともいえる歳暮・中元の売り出しを、百貨店に業態転換する以前の呉服店時代から行なってきた。そして、そこから生れたのが包装紙であり、ギフトカタログであり、ポスターであった。



「歳暮ポスター」(昭和29年)

## 歳暮・中元

「歳暮」は本来、年の暮れ、歳末という時季を指す言葉だが、やがて年末に贈る贈答をさすようになった。「中元」は、元々はお盆の行事である盂蘭盆会(うらぼんえ)の7月15日のことだが、現在では日ごろお世話になっている人に対して、夏の挨拶をかねて品物を贈ることをいうようになった。歳暮・中元が広く贈られるようになったのは明治30年代といわれる。やがて百貨店などが大売り出しを行なうようになって、その習慣が次第に定着していった。

### ギフトカタログ

#### 「贈答品の葉」(名古屋店=大正2年)

現存する歳暮のカタログでは最も古い。呉服店から百貨店へ転業した3年後の大正3年のもの。「贈答品の葉」の文字が左横書きになっているのが珍しい。冒頭は「御贈答品御選択の御便宜を計り、御参考として此小冊子、座右に呈し申し候。何卒御高覧の上、沢山の御用仰せつけられ候やう伏て御願ひ申上候」の挨拶文。次いで、25銭内外から20円以上までの好適品が、価格帯別に掲載されている。



贈答品の葉(大正2年)

#### 「松坂屋共通の特選御贈答用品」(全店=昭和10年)

「東京一横浜一静岡一名古屋一京都一大阪一神戸 7大都市及其附近への御進物には、東京・静岡・名古屋・大阪 松坂屋各店共通の特選御贈答用品を御用命下さい! お届け先所在の松坂屋から直接無料で配達致します」の見出しが付いている。従来は輸送が不可能であった食料品、ビール、酒などがお届けできるようになり、しかも送料が節約できるとあって人気を呼んだ。



「松坂屋共通の特選御贈答用品」(昭和10年)

#### 「御歳暮の葉」(上野・銀座店=昭和27年)

銀座店が大増築を行なった年の上野店と銀座店の共通カタログ。全20頁。最初の頁は商品券。「100円より10,000円まで」と謳っている。松坂屋は昭和24年に最高額5,000円の商品券を発行して話題となつたが、翌25年には続いて10,000円を登場させている。食料品の掲載は3頁。この時代は、食料品が必ずしもギフトの主力でなかつたことがわかる。



「御歳暮の葉」(昭和27年)

#### 「'71お歳暮のしおり」(名古屋店=昭和46年)

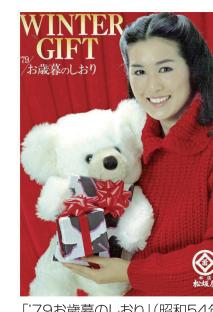
昭和43年、「若々しさとハイセンス」をイメージ戦略目標に掲げた松坂屋は、昭和46年にその一環としてアイドルをイメージキャラクターに起用した。その第1弾がピンキーとキラーズで、同年の名古屋店増改築オープンのポスター、歳暮カタログの表紙などを飾った。続いて昭和47年の中元に南沙織、48年の中元には浅田美代子を起用した。この時代のカタログはB5判と、やや小ぶりである。



「'71お歳暮のしおり」(昭和46年)

#### 「'79お歳暮のしおり」(名古屋店=昭和54年)

昭和54年、会社創立70周年を翌年に控えた松坂屋は、イメージキャラクターに起用した女優の白都真理を、ポスター、呉服催事のカタログ等、あらゆる媒体に登場させ、「活力ある百貨店」「新しい松坂屋」をアピールした。このウインターギフトのカタログもその一環で、A4判240頁の冊子は、まさにデラックス版にふさわしいものであった。この頃になると、カタログの半分を食料品が占めるようになった。



「'79お歳暮のしおり」(昭和54年)

### 商品券

現在、贈答用として一般に用いられる「商品券」は、江戸時代の小売商が出した「商品切手」を起源とする。松坂屋では、天保10(1839)年に発行したのが最も古く、明治時代までは「呉服切手」と呼んでいた。それが大正初期に「商品切手」となり、さらに大正6年頃に「商品券」となった。大正7(1918)年には、他社に先駆けて1枚が10銭の5枚、10枚、20枚、30枚、50枚綴りの小口商品券を発行した。



呉服切手(明治30年頃)



## 包装紙

包装紙や紙袋は、商品の保護をするとともに、送り手の真心も包んでいます。また商品価値を高める役割も担っています。この商品の包み紙を表す「包装紙」という言葉が定着したのは、デザイン性が盛り込まれるようになった大正時代ごろといわれています。

### 大正時代の包装紙(上野店)

現存する松坂屋の包装紙で最も古いのは、大正時代のもので、営業種目、店舗、売場の写真、電車路線図などが盛り込まれていて、カタログとDMを兼ねたようなデザインになっている。



包装紙(大正時代)



大正時代の上野店

### 昭和10年頃の包装紙(上野店)

ストア・シンボルの「松」をデザインした包装紙。昭和初期から27年頃まで、長期にわたって用いられた。戦前・戦中は海外店でも使用された。



包装紙(昭和10年頃)



戦前の上野店

### 昭和28年頃の包装紙(全店)

空襲で焼けた名古屋店の外壁と店内の改修工事が終了したのは昭和28年のこと。その記念すべき年に登場した包装紙は、デフォルメした松の枝がシンボル。



包装紙(昭和28年)



昭和28年の名古屋店

### 昭和32~36年の包装紙(名古屋店)

昭和32年に松坂屋のシンボルフラワーに制定した「カトレヤ」を、包装紙にも採用した。名古屋店がライトマゼンタ、上野店がホワイティッシュレッド、銀座店がヘリオトロープ、大阪店がオペラ、静岡店がブルーイッシュパープルと、各店で色が違うのが特徴。



包装紙(昭和32年)



昭和35年の名古屋店

### 昭和36~46年の包装紙(全店)

新しい品種のカトレヤをアレンジした包装紙。花びらの形を従来のものよりやや広げてデザインした。花の色を全店とも紫で統一した。以後、ほぼ10年周期で図案を変えている。



包装紙(昭和36年)



昭和30年代の上野店

### 昭和57~平成3年の包装紙(全店)

パッケージデザイナー秋月繁の作品。「格調プラスハイセンスと若々しさ」のイメージを、店花「カトレヤ」をモチーフにして表現した。以降、カトレヤの図案が定着する。



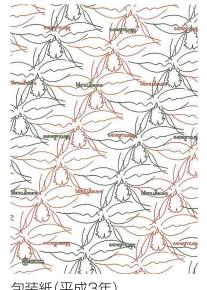
包装紙(昭和57年)



昭和60年頃の上野店

### 平成3~14年の包装紙(全店)

フリーハンドの線画タッチで、シンボルフラワー「カトレヤ」を描いた包装紙。ローマ字表記の社名のMとZを大文字で強調したユニークな書体が特徴。平成3年には名古屋店南館が誕生している。



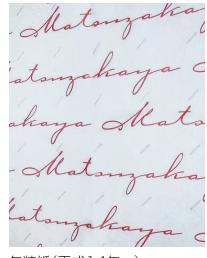
包装紙(平成3年)



平成3年の名古屋店

### 平成14年~現在の包装紙(全店)

白地にコーポレートカラー(赤)のロゴ、グレーのカトレヤを組み合わせたデザインは、アメリカの人気アーティスト・マイケル・シュワブの作品。筆記体のMatsuzakayaがシックなイメージを演出している。



包装紙(平成14年~)



平成15年の名古屋店

### 宮永岳彦デザインの包装紙

「光と影の華麗なる芸術」と謳われ、油絵、ポスター、童画、表紙画、挿絵、水墨画など多彩な分野で作品を残した宮永岳彦(1919-1987)が、包装紙のデザインを行なっていたことは、ほとんど知られていない。このクリスマス用包装紙は、その宮永の作品で、昭和41年から46年まで松坂屋各店で用いられた。

宮永岳彦デザインの包装紙(昭和41年)



電話(052)251-1111 www.matsuzakaya.co.jp

【営業時間】本館地下2階~3階、南館地下2階~4階、北館1階は10時→20時 その他のフロアは10時→19時30分 ただし、本館9・10階、南館6・7・10階、北館地下1階で営業時間が異なる店舗もございます。