

銀座と資生堂:

資生堂初代社長・福原信三の銀座振興策

戸矢理衣奈

要旨

日本最大の化粧品メーカー、資生堂は1872年、薬局としての創業当初は「新橋資生堂」として知られていた。創業者の三男で後に社長となる福原信三が化粧品の製造販売に本格的に参入すると、1921年に「東京銀座資生堂」の商標を採用し、銀座と結びついた強力な企業イメージを形成していく。銀座は日本初の西洋風の街並みを持つ商店街で明治の文明開化を象徴する街だが、当時は衰退の危機にあり、信三は銀座の振興策を講じつつ、企業のイメージアップを図った。正式な町名としての銀座を4丁目から8丁目まで拡大する「大銀座」計画や、景観対策、商店街での協同入荷など、様々な画期的な提案を行い、現代の銀座の繁栄の基盤をなしている。いまや「銀座」というイメージは資生堂がもつ最大の無形資産のひとつだが、信三による銀座全体を見据えた活動がその原点となっている。

序

銀座には数多くの有名店があるが、資生堂はその代表格であろう。「東京銀座資生堂」として親しまれ、現在でも銀座といえば資生堂を思い起こす人は少なくないだろう。実際にその歴史は長く、1872年に日本初の洋風調剤薬局として福原有信が現在の銀座8丁目に創業した。いまや資生堂は化粧品業界で日本では第1位、世界でも五指に入る売上を誇る巨大メーカーであるが、現在にいたるまで創業の地、銀座に本社を構えている。

資生堂は化粧品メーカーでありながら、女性のみならず、男性にも親しまれてきた。化粧品には関心がなくとも、銀座に来たら資生堂パーラーやギャラリーに寄ろうという人は少なくない。現在も資生堂が経営するレストラン「ロオジェ」や「ファロ資生堂」も美食家たちの人気を誇り、銀座の中心の一角をなしている。

他方で資生堂は、かつて銀座を闊歩したモダンガールに代表されるように、大正から昭和初期にかけて花開いたモダン都市文化の牽引役としてイメージされる場合も多い。そうしたイメージはすでに戦前に確立されており、1941年に発行された経済誌にも「銀座の資生堂でないと、今の人々にはピンと来ない程銀座と資生堂は離れ難い存在である」と記されているほどだ¹。

¹ 『企業』1941年10月号。

企業のブランド力ということが注目されて久しいが、「東京銀座資生堂」という、銀座と密接に関連した企業イメージは、資生堂の最大の無形資産であるといえる。しかしながらその資生堂が、1872年に西洋調剤薬局として創業して以来、ほぼ半世紀にわたり「東京新橋資生堂」あるいは「京橋区出雲町資生堂」として親しまれてきたことは、あまり知られていない。創業者、福原有信（1848-1924）の三男で、初代社長の信三（1883-1948）が経営を任せられると、街の一薬局から全国規模の化粧品メーカーへの拡大が図られると同時に、店舗の立地は変わらないまま新橋のイメージは急速に払拭されていったのである。

福原信三はいかにして、「東京銀座資生堂」という企業イメージを確立していったのだろうか。そもそも企業が都市のイメージを象徴し、その文化をも牽引するとはいったいどういうことなのか。

筆者は博士学位論文にて、福原信三が「東京銀座資生堂」という企業イメージを確立していく過程を、従来の文化史、経営史などの枠組みを超えた時代相のなかに位置づけることで、信三の独自性と、それがいかにして発揮されたのかを明らかにしてきた。本論では福原信三が資生堂の全国展開に並行して、銀座振興に際して積極的に関与した、最初期の活動について紹介していきたい。それはモダン都市文化の展開に先駆ける、銀座内部の動きとしても注目されるものだ。

1. 福原有信と新橋資生堂

1872(明治5)年、現在の銀座8丁目に日本初の洋風調剤薬局「資生堂」が誕生した²。創業者は福原有信ら三名で、有信はこのとき24歳の若者であった。安房国出身の有信は、幕府で学んだ後、大学東校を経て海軍薬局長に抜擢されていた。明らかに当時のエリートコースを歩んでいたわけだが、よほど進取の気性に富んでいたのだろう。日本における西洋調剤の導入、そして医薬分業という大志をかかげて民間での起業を決意したという。なお、有信は現在の福原義春・資生堂名誉会長の祖父にあたる。

社名は『易経』の一節「至哉坤源 万物資生（いたれるかなこんげん ばんぶつとりてなす）」に由来する。「大地の徳はなんと素晴らしいものであろうか。すべてのものは、ここから生まれる」という意味だ。西洋調剤薬局を開くにあたって、中国の古典から店名を採用したわけだが、これは有信のいわば和魂洋才の精神の表れでもあろう。資生堂は現在、中国でも大変な人気を誇るが、この商標も彼らに親しみを持たせる一因となっている。

当時はまだ、薬といえば漢方という時代である。現代の日本では考えられないことだが、偽薬も多く出回るなか、信頼できる洋風薬局の開業は、時代に先駆けるものだった。1930年に刊行された小野田素夢のエッセイ『銀座通』では、資生堂が「漢方医の領分を侵略」したとまで記されている³。

資生堂は薬局の二階に診療所を開き、陸軍軍医であった松本良順の回診日を設けるなど、話題を呼んだ。しかし、資金計画が充分ではなく時代も早すぎたのだろう。創業後まもなく、

² 創業当時は複数の経営者の存在を反映し、日本橋や室町、牛込などにも資生堂が存在するが、本書では福原有信による新橋資生堂を扱う。

³ 小野田素夢『銀座通』四六書院、1930年、114頁。

深刻な経営難に陥り、一度は店をたたむほどの窮地に陥ってしまう。この経験から、有信は小売店経営に不安を覚えたのかもしれない。以後は国策会社である大日本製薬や帝国生命の設立などに積極的に関与し、明治の実業界の大立者としての道を歩んでいく。一方で資生堂は有信の夫人、とくの尽力と有信の人的ネットワークに救われた。

例えば、のちにとくは開業しても間もない東京慈恵会病院に日参して、病院の薬局業務の受託に大きく貢献している。同院は有信とは旧知の仲で、後に東京帝国大学教授を務める医学者、高木兼寛が上流階級を対象にして開いたもので、豪華な設備が話題となっていた。これにより、資生堂の知名度も高まり、業績を持ち直していく。資生堂はやがて宮家の御用達をも務めるようになり、当時の新聞には、逗子の福原家の別荘に美子皇后（後の昭憲皇太后）がお立ち寄りになる様子なども報じられている。とくは夫の苦境を支えた「賢夫人」として知られるようになり、後には新聞や最初期の女性雑誌などからたびたび、取材を受けるようになった。

経営が一段落した1880年代には一般向けの製品の販売も増え、その多くは高級品として知られた。1888年には、普及品の約10倍の価格で「福原衛生練歯磨」を発売し、粉が飛び散らないことが評価されて海軍の御用達を務める。艦船では、歯磨粉が飛び散るとたちまち床が滑るため、この問題は思いのほか重要なものだった。蓋の部分には当時の資生堂の商標である鷹があらわれ、海軍御用達に相応しい雰囲気だ。ちなみにライバル商品には、小林富次郎商店による「獅子印ライオン歯磨」などがあつた。

同じく1880年代には「フローリン」（整髪剤）、「ペプシネ飴」（胃薬）、さらにはビタミン製剤である「脚気丸」といった初期の資生堂を代表する製品が登場している。「フローリン」は現在の育毛剤「不老林」の原型となるもので、当初はFLOWLINEと記され、洒落たパッケージに包まれていた。

資生堂初の化粧品が登場するのもこの頃のことだ。「資生堂の赤い化粧水」として有名になる「高等化粧料 オイデルミン」が1897年に発売されている。「医学的見地による処方」が強調され、製品名もギリシャ語の「オイ（良い）」「デルマ（皮膚）」に由来したものだ。現在までリニューアルが続けられている、超ロングセラー製品だ。1902年には薬局内で、日本でははじめてのソーダ水の販売を始め、「オイデルミン」ともあわせて新橋芸妓たちに人気を博した。艶やかな女性客が集う資生堂は銀座に「一種の気分を添えた」と評判になっていく。

1890年代になると、資生堂は東京の名所案内や小説などにも登場するようになった。少し後になるが、夏目漱石『それから』（1909年）には、主人公の長井代助が外国製の歯磨が買いたくて資生堂を訪れたのに、店員がしつこく自家製のものを奨めると困っている様子が描かれている。これが事実だとすれば、よほどの自信作だったのだろう。

森鷗外も資生堂には一目置いていたようだ。『金毘羅』（1909年）では、東大のお膝元、本郷でも入手できない薬が資生堂にあると書かれている。ちなみに先述の海軍軍医、高木兼寛は日本におけるビタミン研究の先駆者で、脚気の原因をビタミン不足によるものと主張して、海軍で対策を進めていた。一方、「脚気細菌説」を唱えて脚気対策に遅れをもたらしたとされるのが、陸軍軍医を務めていた鷗外である。

こうして資生堂は発展を遂げていくが、有信の時代はあくまでも街の一薬局にすぎなかった。先述したように、有信も経営危機の後、活動の舞台を資生堂の外へと拓けるのに熱

心であった。1878年には、日本の近代薬学をリードした研究者で、後に東京帝国大学教授を務める長井長義らとともに、国策会社である株式会社大日本製薬会社の設立に参画した。医薬分業を強調し、全国薬剤師連合会長にも就任するなど、草創期の国内製薬業さらに薬剤師制度の確立にも精力的に関わっていく。

1882年には、日本で2番目となる生命保険会社、帝国生命保険株式会社の設立に加わり、やがて社長に就任する。そうすると有信には帝国生命がいわば本業となり、とく夫人の資生堂への関与がますます高まっていった。当時の新聞には、とくの名前で、新製品のお披露目会が開かれている様子も見受けられる。

有信はその後も、東京商工会議所名誉議員や赤十字社評議員、京橋区会議長、日本電力株式会社取締役などの数々の要職に就き、明治の第1世代の実業界の成功者としての声望を確実なものとしていった。当時の日本の経済界を主導していた渋沢栄一や、その次世代の代表的な実業家となる藤山雷太とも姻戚関係を結んでいる。

多彩な才能を発揮した有信であるが、資生堂は実業家としての彼の活動の原点である。店舗を構えた「場」については、並々ならぬこだわりが持たれていた。

大正末期に「銀座は江戸に榮えずして、東京に繁昌する處」⁴と言われたように、銀座は1872年に政府主導のもとで完成した、日本初の西洋風街区である。同年の大火で一帯の江戸の街並みが焼失してしまうと、当時の井上馨蔵相や由利公正東京府知事が明治に相応しい新街区の構想を練り、英国人技師ウォートルスが設計を担当した。耐火性煉瓦で舗装され、ロンドンのリージェントストリートを模したアーケードのついた西洋風建築が整然と立ち並ぶ街並みは、完成すると「煉瓦地」と称され、「お新しい気分を発散する区域」として評判になっていく⁵。

有信が店を開いたのは、この「煉瓦地」造営直後のことだ。薬剤を通して新時代を開拓しようという、有信の気分ともよく合致したのだろう。当時、この一帯は四方を掘割に囲まれており、入るには京橋、数寄屋橋、三原橋などの橋を渡らねばならなかった。それゆえに一層、独立した雰囲気を保たれたのだろう。水辺にゆらめくガス灯や柳も異国情緒を添え、独特の風情を醸し出した。雨の夜や、朝靄の雰囲気はまた格別だったようだ。いまや周囲の水路は埋め立てられてしまったが、銀座ではお馴染みの「橋」のつく地名は当時の名残である。

この「煉瓦地」一帯には、現在の銀座1丁目から8丁目までが含まれる。しかし、正式な町名としての銀座は現在の銀座1丁目から4丁目のみで、5丁目から8丁目にかけては個別の町名や通称で親しまれていた。

資生堂が創業した出雲町、その後店舗を拡大した竹川町もその一角で、通称として「銀座」とも、新橋寄りの地域では「新橋」とも称されている。そもそも当時の新橋は、1872年の鉄道開通以来、外国情報の発信地である横浜と鉄道で直結する東京の玄関口だ。ここから銀座へと人が流れるため、銀座でも新橋寄りのほうが景気もよかったという。銀座はいわば、新橋のお膝元なのだった。後に銀座の長老達は、「若し新橋停車場がなくば、若しくは他の地点であつたならば、煉瓦地の出現も何とあらうか。まして素早く下町離れし

⁴ 三田村鳶魚「江戸よりも東京」三須裕編『銀座』資生堂化粧品部、1921年、23頁。

⁵ 当初は東京市中の家屋を漸次、西洋風耐火煉瓦に改築する計画があった。

た、新しい気持ちになれたか否か」⁶と回想している。

当時の新橋は花街としても、その繁栄を謳歌していた。江戸時代を代表する花街といえは柳橋だが、「西国武士の成上がり」などと陰口を叩かれていた明治の元勳たちには、一流意識の強い柳橋よりも新橋芸妓のほうが気安かったらしい。資生堂の裏手にも花街が広がっており、信三も「私は花柳界の真只中で成長した」⁷と語っている。

このように明治の新橋は、最先端の西洋文化の玄関口、そして新橋芸者のあでやかなイメージの両方を想起する地名であり、最先端の薬品や化粧品を扱う資生堂には銀座よりも相応しかったのだろう。大正初期にいたるまで「本舗 東京市新橋出雲町角 資生堂 福原有信」「東京市京橋区出雲町一番地 福原資生堂」「東京新橋 福原資生堂」などと店名が表記されている。

実際、商店街としての銀座は、造営当初は決して華やかなものではなかった。江戸時代からの住民は立ち退いていたし、馴染みのない洋風の建物や湿度の高さといった問題から、空き家が目立った。空き家では自殺者も見られ、新橋芸妓らは銀座には幽霊が出ると噂していたという。その一方で、大蛇などを陳列した見世物小屋や、当時の政府が殖産興業の一環として奨励していた、内国勸業博覧会に出品された珍しい品々などを販売する「勤工場」なども立ち並び、現代のテーマパーク的な空間となっていた。

しかしながら、銀座は何といても地の利に長けている。1880年代に入ると、皇居や官公庁とも至近距離にあることから、新聞各社が次々とその本支社を構え、自由民権運動をはじめ政治結社等の活動も目立ち始める。現在の銀座7丁目には、福沢諭吉による、最初の本格的な社交機関として知られる交詢社も開かれた。

天賞堂、服部時計店など現在の銀座を代表する専門店も登場し、1890年代には銀座は「都下第一の宏壮都下第一の美麗なり」⁸との評判を獲得する。その繁栄ぶりは、日清戦争後には従来の商業の中心地である日本橋をも凌ぐようになった。

もともと、女性で賑わう現在の銀座とは異なり、初期の銀座の顧客は、洋装を早くから必要とした皇族や政府関係者、官僚などの男性が中心であった。服部時計店や明治屋などで売られた舶来の時計や鞆、そして食品などは大変にハイカラなもので、洋行を経験、あるいは夢見ていた彼らにことさらに愛されたのだろう。

「私の家は鞆商ですが、二十三年の国会開設の時には、抱へ鞆が非常に売れました。品物が間に合はない位で、殊に売れたのは四ツ折というやつです。多分新たに議員になった人達が買ったのでせう」

現在も銀座に店を構える谷澤鞆店の店主（当時）は、1890年の国会開設当時の様子をこのように回想している。ちなみに「鞆」は国字である。同店では当初、「皮包」と書いて洋風の鞆を販売していたが、あるとき「鞆」と書いたところ、それが漢字として定着してしまったのだという。他方で当時の上流階級の女性には、買い物といえは商店の外商が一

⁶ 三田村鳶魚編『伸び行く銀座』銀座二丁目町会、1942年、303頁。

⁷ 『経済マガジン』1940年6月1日号。

⁸ 岩動景爾編著『東京風物名物誌』東京シリーズ刊行会、1951年、123-124頁。

般的で、外出自体が珍しいことだった。女性客を集めた資生堂の存在が銀座に「一種の気分を添えた」とされるのも、明治の銀座が「男性の街」ゆえのことであった。

2. 福原信三と東京銀座資生堂

福原信三の生い立ち

福原信三は有信の三男として、1883年に現在の銀座8丁目にあたる京橋区出雲町で生まれ、この地で成長した。信三が通った銀座の泰明小学校の卒業生名簿には、北村透谷や島崎藤村らも名を連ねている。続いて信三は、正則中学を経て千葉医学専門学校（現在の千葉大学医学部）に進学し、薬学を学ぶ。正則中学では2年の留年を経験しているが、どうやら勉強はあまり好きではなかったようだ。妹の野依信によれば、千葉の学校もいやでいやで仕方がなかったという。

一方で学生時代の信三を知る人々は、彼の食事への強いこだわりを記憶している。中学の同級生によれば、皆がご飯に塩鮭といった弁当だったところ、信三は毎日「ねじった食パンみたいなのに、ストロベリーの瓶詰一箇」を持ってきていた。それを一人で食べるというのでもなく、「おい、どうだい、うまそうだからよこせ」と言えば「ああそうかといってよこす人でしたね」という。妹の信によれば、千葉の学校では「食事が烏賊ばかり」で、それも苦痛の種だったらしい。信三は後に、有信がはじめたソーダファウンテンを、本格的な食事を提供する資生堂パーラーへと発展させるが、食へのこだわりは生来のものだったようだ。

1908年には洋行し、コロンビア大学薬学部に学ぶ。その後はニューヨークの薬局で見習いとして勤務した。配達に出かけることもあり、ニューヨークの街にはすっかり詳しくなると、後年まで周囲によく語っている。最後の1年はウィーン、パリ、ロンドンをはじめヨーロッパ各地を遊学し、美術館巡りなどを楽しんだ。

日露戦争を経て、日本の一等国意識が高揚していた時代であるが、まだまだ洋行者の数は限られていた。アメリカ暮らしの当初、信三は現地の友人もおらず、語学や慣れない生活環境に悩み多い毎日を送ったようだ。もっとも、有信が実業家として成功していたことから、経済的には何の不自由もなかった。見習いとして勤務していた薬局では、服装が豪華すぎると注意されていたほどである。

全国展開と『銀座』刊行

帰国した信三は1915年から資生堂の経営に参画し、一薬局から化粧品メーカーへと事業展開を本格化していく。ここで、信三が目にしたのが銀座という街の魅力だ。それこそが資生堂の企業イメージの中核をなすものと考え、全国展開の最初期から、銀座の振興に積極的に関与していく。一方、1910年代の銀座はそれまでの繁栄から一転して、衰退の危機に見舞われていた。現代の銀座の繁栄を考えると、信三はいわば中興の祖としても注目されよう。

銀座に対する信三の最初期の貢献に、1921年の『銀座』刊行が挙げられる。この書籍は、この街に縁の深い50名を超える文化人から寄稿を得て資生堂が発行したもので、銀座に関する初めてのまとまった文献となった。

刊行の直接的な契機となったのは、当時の東京市長、後藤新平による東京市全体の都市計画に基づいた市区改正計画である。そこには、銀座通りの拡張工事が含まれていた。東京市は、長らく銀座の人びとに愛されてきた舗道の柳を撤去して公孫樹を植樹し、煉瓦にかわってアスファルトを採用することなどを一方的に決定してしまう。これに対して、信三をはじめとする銀座の住民達が、「銀座の声」を無視した改革であると大いに反発したのである。

とりわけ柳の撤去は、それを銀座の象徴として捉えてきた銀座の商店主たちの怒りを買った。しかし後藤は後藤で、東アジア原産の公孫樹こそ、日本を代表する大通りに相応しいと考えた。「三千年來盆栽に植え来りたる公孫樹を大陸に移し植えて世界的に繁茂させねばならぬ」⁹という対外政策論すら書いていたほどである。当時は銀座に本社を構える新聞社も多く、公孫樹か柳かという問題は、政府主導か地域の自治かといった問題とも重なり、紙面を賑わせた。ちなみに公孫樹は戦後、東京都の木に制定され、東京大学の徽章にもデザインされている。他方で柳は銀座の人々に愛されつづけた。現在も銀座を歩けば、その名を冠した店舗などが見うけられるだろう。資生堂が運営するレストラン、ロオジェ (l'osier) もフランス語で柳を意味するものだ。

後藤新平そして東京市という「外圧」は、確実に銀座の商店の団結を強めていった。1919年には日本初の商店街連合会、銀座通連合会の前身となる京新連合会が組織され、市に陳情書を提出している。地元のよしみか、新聞各社はおおむね銀座住民に同情的であったが、『読売新聞』は「哀れッばい陳情書」(1921年5月15日号)とやや冷淡だった。銀座通連合会は、現在も地域の建物の高さ規制をはじめ、有効に機能している全国有数の商店街連合会として知られるが、その原点には後藤の存在があったことになる。

こうしたなかで、信三は東宮殿下(後の昭和天皇)に献上するとして『銀座』の刊行を計画し、商店主たちの銀座愛護のムードを、文化人を中心に幅広い人々に広めていく。同書は非売品であったが、新聞でもその刊行が報じられるなど注目を集めた¹⁰。関東大震災後には、震災前の銀座の貴重な記録としても珍重されるようになる。結局、東京市による工事は遂行されたものの、書籍の刊行を機に、信三はいわば銀座のスポークスマンとして注目を集めることとなった。

銀座衰退の三大要因

それにしても、なぜこれほどまでに銀座愛護のムードを高める必要があったのか。もちろん、信三がニューヨーク、パリ、ロンドンと欧米の大都市の魅力に触れてきた経験が大きいだろう。対照的に、大正時代のはじめ、銀座は繁栄から一転して、小売商店街としての衰退を深刻に懸念されていた。後藤の市区改正計画は、そこに追い討ちをかけるものだった。信三は『銀座』に、衰退の三大要因を具体的に挙げている。これらは、現代の街づくりにおいても一般化される課題であろう。

第1の問題は、「銀座らしい」街並みの消滅だ。

⁹ 『実業之日本』1916年1月1日号。

¹⁰ 『読売新聞』1921年12月24日号。

「最初に同一形式で建築されました煉瓦作りの二階家の屋根が棟つづきになつて、或程度の統一観があり、何処かしら他所との区別計りでなしに、一定した気持ちがありました。若しあれが一軒々々異なつて、洋風唐造り、土蔵作り、純日本風の店屋などが入交つて立ち並んで居りましたら、あんなスッキリした気持は出なかつたに違ひありません。その証拠には銀座以外の何処の小売店街にも、銀座の気持ちが出なかつたのです」¹¹

信三は、建造当初の整然とした街並みを銀座の個性として高く評価している。しかし、その繁栄とともに各商店が自由に建物を増改築するなどしたため、街は様変わりしつつあった。いまや銀座の象徴でもある和光の時計塔も、1895年に服部時計店の初代時計塔として建造された当時は、初期の街並みからすれば大幅な変則となる建築だった¹²。独自の空間にこそ銀座の魅力があると感じていた信三は、景観の乱れに対して「現在の銀座は外の小売店街との区別がない」と手厳しい。

第2に、新橋駅の閉鎖に伴う新橋、そして銀座一帯の衰退がある。明治のはじめ、新橋は天皇が臨席されての鉄道の開通とともに華々しく、繁栄の時代の幕を開けた。しかし大正時代の新橋は、その後の凋落傾向を象徴するように新橋駅での明治天皇の葬送にはじまった。『読売新聞』の記事掲載数で見ると、明治期に新橋、銀座、丸の内の項目数はそれぞれ2732、884、55であるが、大正期においては916、1091、236となり、新橋の激減、微増の銀座、そして丸の内の台頭が目立つ。

1914年（大正3年）、東京駅が新たなターミナル駅として開業すると、新橋駅は閉鎖された¹³。これにより、新橋および銀座は、西洋文明の窓口、そして情報の集積地としての特権的な地位を失うこととなった。

かわって、それまで「三菱が原」と称され、ほとんど開発が進められていなかった丸の内に注目が集まっていく。三菱が開発に携わった煉瓦作りの街並みは「一丁倫敦」と称され、なかでも丸ビルは注目の的となった。高浜虚子は、その建造中から「ホトトギス発行所として部屋を予約した」¹⁴と高揚感をもって記している。一方、信三は虚子とは対照的に、新橋を眺めながら嘆息をついていた。

「目を放てば遠く一帯の緑を背中にして、此の世の務めを済ませた顔の旧新橋のステーションを見ても、私には懐旧の念日に新なるものがあるのであります」¹⁵

信三は「兎に角、銀座といふものは、東京市の商業中枢区域からいへば少し線を脱しかけていることだけは否むことの出来ない事実であらう」と語り、その将来を危ぶんでいる。

「此の世の務めを済ませた」のは駅だけではなかった。明治も末となる1910年、当時の

¹¹ 福原信三「追憶の銀座」資生堂意匠部編・代表高木長葉『御婦人手帳』資生堂、1927年、115頁。

¹² 初田亨が銀座の街並みの変遷のモデルを明瞭に作成している。初田亨「銀座・中央通り 街並み立面図」三枝進他『銀座 街の物語』河出書房新社、2006年、33-40頁。

¹³ 新橋は貨物専門の駅となり、近隣地に汐留駅が出来た。

¹⁴ 高浜虚子「丸の内」『大東京繁昌記』毎日新聞社、1999年、8頁。

¹⁵ 福原信三「銀座の編輯について」三須裕編『銀座』資生堂化粧品部、1921年、351頁。

人気作家、松山省三がカフェ・プランタンを銀座に開業した。当時のカフェは、現代の喫茶店とは大きく異なる。酒を提供し、女給と呼ばれる若い女性給仕の存在が新機軸で、現代のホステスがいるクラブの原点となるものだった。気軽に女性と話ができる場として、作家や芸術家など主に文化人の社交場として人気を集め、同種の店舗が相次いで開店する。1910年代末には「近頃のカフェー女は私娼化した」¹⁶といった評判まで流れるほど、その風紀が悪化していった。

こうしたカフェの興隆は、新橋のもうひとつの顔でもあった新橋芸妓の凋落を招くことになる。ジャーナリストの村島焜之は『カフェー 歓楽の王宮』（1929年）において、カフェー誕生から10年で、女給の数は千年の歴史を持つ芸妓の数と同等に上ると指摘している。村島はカフェーを「近代感覚の私生児」と称して、その魅力として手軽さやスピード感を挙げている。他方、新橋芸妓を巔にした明治の元勳には高齢者、物故者も増えていった。

そもそも元号が改まると、近い過去もひどく旧時代的な雰囲気帯びるようになる。大正期の女性誌でも、旧式だと思われるものに対しては「何うも明治臭がぬけていない」などと容赦がない。平成になると、昭和がどこかレトロな響きを帯びてくるのと同じことであろう。

1912年の大正の幕開けとともに、新橋はまさに「明治臭」をまとった地名と化していった。化粧品販売に本格的に進出したばかりの資生堂にとっては、一層問題が深刻であったろう。現在でも新橋といえば中年男性という印象が強く、香水や高級化粧品のイメージとは程遠い。また、海外における知名度もほとんどない。

信三はさらなるイメージダウンを恐れてか、『銀座』では新橋の凋落について詳述はしていない。しかし同じ「煉瓦地」にありながら新橋に対して、銀座にはカフェーをはじめ、新時代の雰囲気が生じていた。信三は「明治の新橋」に悩む一方で、「大正の銀座」という潮流をいち早く見抜いていたのである。

最後に、信三は銀座の第3の課題として、日本橋のデパートとの競争の激化を挙げている。日本橋と銀座は距離的にも近いうえ、それぞれの江戸、そして東京の中心としての意識から対抗関係にあった。日本橋では、1904年に三井呉服店が「デパートメントストア宣言」のもと、三越として新規開店する。これを機に、近隣の高島屋や白木屋などの老舗呉服店も次々と百貨店へと衣替えしていった。

三越はシーズンごとに「元禄模様」などテーマ性のあるデザインを提案し、日本人の消費を「流行」を意識したものへと大きく変化させる。1913年には「今日は帝劇、明日は三越」といったキャッチコピーも話題となり、三越の先導のもとで百貨店人気は急速に高まっていった。女性達にとっても、百貨店の登場によって買い物のための外出が新たな娯楽となる。「男性の街」銀座も、女性達の動員を意識せざるを得なくなったことだろう。

そのうえ、日本橋の至近距離には東京駅が開業している。信三は、銀座の両側にある「二百四十余の総商店」の1日の売上が、こうしたデパートの売上高に較べるとずっと少ないのではないかと懸念を示した。

¹⁶ 松崎天民『銀座』筑摩書房、2002年、82頁。

信三による銀座改造計画

信三は資生堂の全国展開と並行して、『銀座』やメディアを通して、こうした銀座の課題を明示し、地域の商店、連合会、さらには行政がとるべき方策を具体的に提案していく。これらは当初は信三の空想にすぎないと思われたが、1923年の関東大震災で銀座全体が倒壊するという事態をうけて、急速に現実性を高めていく。

なかでも画期的だったのは、正式な町名としての銀座を従来の1丁目から4丁目に加えて8丁目まで拡大するという「大銀座」計画だ。すでに述べたとおり、当初、現在の銀座5丁目から8丁目には個別の町名がついていた。「煉瓦地」一带は通称として銀座と呼ばれ、地域的特色を共有しながらも、正式な町名も異なることから店主たちの一体感に欠けていたのだろう。

すでに1910年代はじめには、銀座に比較的近い三田にある慶応の学生らの間で、銀座をぶらぶらと散歩する「銀ぶら」が話題になっていた。しかしこれに対して、銀座1丁目から4丁目以外の散歩は「銀ぶら」ではなく、「出雲町ぶら」や「尾張町ぶら」だとして揶揄する向きもあったという。

信三は、『銀座』において、地域の連帯によるメリットを説いた。銀座の衰亡は結局のところ各商店の「自分の衰亡」となるばかりでなく、東京市全体の損害にもなると強調している。「小さい自分の利益や主張」はなげうっても、すべての銀座住民が協力して、「此銀座の両側を一つの銀座という小売商店の一大集団としてたたしめたいと、寝ても醒めても考へるのであります」と、次のように述べている。

「此の意味に於て、私は、京橋から新橋に於ける東西両側の一带を銀座と見做して、これが丁度一個の小売商店の集合、デパートメントストアのやうな纏った感じの下に、假令へば竹川町出雲町のやうな町名は廃して各人が団結したら面白い商売が出来やうと思ふのであります」

街全体を、いわばひとつの銀座デパートにしようというわけだ。資生堂も含めて、新橋に近い地域のイメージを刷新しようという計算もあっただろう。銀座という名前は慶長年間から続いており、歴史ある日本橋との対抗に有効だとも語っている。

信三は掘割に囲まれた銀座を、ニューヨークのマンハッタン島に見立てていたようだ。銀座が8丁目まで増えても、ニューヨークの通りの多さに比べればずっと少ないというのである。銀座の中心をはしる銀座通りについては、将来の方向性として、ブロードウェーかフィフス・アヴェニューかと2案を想定していた。当時、銀座通りには路面電車の都電が通っていたが、銀座が東京市の商業の中心でなくなるのならば、むしろ電車も車も通さずに誰もが自由に散策できる「所謂フィフス・アヴェニューのやうな形」に進化させるのが妥当だと述べている。

信三は持論を、方々で滔々と語っている。しかし、「元祖・銀座」である1丁目から4丁目の住民の、銀座という名称に対するこだわりは大変なものだった。また逆に、馴染みの町名に愛着を持つ者もあり、信三の提案はかなり思い切ったものであった。

①行政との連携

この大胆な構想を実現するために、信三はまず行政との連携を重視している。銀座の商店に行政への協力を求めるとともに、他方では当局者にも積極的に銀座振興の「名案」を出してもらいたい、といった要請も行っている。『銀座』では、後藤新平からも序文を得て、出版を契機に銀座住民と行政との合理的な対話の場を作ろうとしている。

このように信三は一見、中立的な姿勢を保っている。しかしそれにより、己の見解の妥当性を際立たせることに成功しているようにもみえる。後には、自らを「緩衝地帯」に喩え、様々な意見を消化して中庸の立場に立つのは孔子の領分であるが、自らの役割はあくまで意見の異なる人々の間にたつことにある、と述べている¹⁷。こうした姿勢と一種の合理性は、信三の性格的な特徴として晩年まで保たれた。後に述べるように、「緩衝地帯」としての存在感を放つ信三のもとには、多彩な有識者が集うこととなる。

1923年に関東大震災が起り、『銀座』の刊行から2年と経たないうちに、帝都復興問題が、政府や都民の喫緊の課題となった。すでに見たように後藤新平は震災前から都市計画に熱心に取り組んでおり、震災復興も比較的すみやかに進んだと考えられている。チャールズ・ピアード元コロンビア大学教授も招聘され、帝都復興に際しても、市政調査会の専務理事として提言を行った。

1924年、信三は後藤主導の帝都復興策に対して、『東京日日新聞』に3回の寄稿をしている¹⁸。「専門大家」や「ピアード博士の二回の来日でその蘊蓄を傾けた立派な意見」の提示に感謝しつつも、「自分は門外漢だが実際の境遇にある事から推して、かくありたいといふ意見」を述べたいと、銀座の復興のあり方について自らの見解を示したのである。

後藤も、信三をはじめとした「銀座の声」には一目置いたのであろう。復興に際して、信三のいう「フィフス・アベニュー」計画のように、銀座通りを走る都電の移転を提案している¹⁹。

1925年には、銀座から東京市長に宛てて、信三の大銀座計画と同様の「町名改廃と銀座拡充に関する請願」が提出された。「世界大銀座街」の出現は「帝都将来の為め最も緊要」であり、「一銀座の名称下に抱擁すれば百利あって一害なし」という勇壮なものである。そこには信三も、各町代表者の一人として名を連ねた。

そうして1930年、出雲町、竹川町などの町名が消え、銀座5丁目から8丁目を加えた「大銀座」が誕生することとなる。『銀座』刊行にあたり、『読売新聞』は信三の大銀座構想を「進歩的意見」と報じていた。信三自身も、当時は「空想に過ぎぬ」「勝手すぎる」と弁解しながら持論を語っている。しかし10年を経ずして、その「空想」は実現されていった。

②小売店の連携

信三は、行政への働きかけを強める一方、景観保持や日本橋のデパートへの対抗という観点から、銀座の商店主たちの積極的な連携を促した。例えば店舗については、「銀座一

¹⁷ 福原信三『身辺風景』資生堂、1930年、58-59頁。

¹⁸ 『東京日日新聞』1924年1月16、17、27日号。

¹⁹ 三田村鳶魚編『伸び行く銀座』銀座二丁目会、1942年。

円同じやうな形を追ひ、ウインドから照明の工合まで互に注意して、所謂『銀座』のお客様に十分の快感を与へるやうに」設計すべきだという（『銀座』）。

信三の指摘は細部におよび、しかも具体的だ。歩道の清掃は勿論、銀座全体で協同利用する配達所や休憩所の設営や商品券の発行など、「所謂銀座繁栄のために間接に効果あるもの」に対して十分に配慮したいという。無用の競争で客に不便を与えることなく、銀座の商店は共存共栄を目指すべきだという。同業者による共同仕入れを提案しているほどである。

信三は、小売店がデパートに対して劣勢になるのは、前者がいわば「単細胞生物」であるのに対して、後者は多細胞生物であることからくる「当然の帰趣」だと考えた。小売店がデパートに対抗するには、共同組織化による合理的な経営が不可欠になる。「大銀座」は共同組織の単位としても相応しく、銀座の住人は1日も早くその歩調をあわせるべきだという。信三自身、銀座全体の会合にはよく出席していた。その姿を知る関係者は「単に資生堂だけのことでなく、銀座全体のためという会合に出席するのはお好きだったのでしよう、きっと」²⁰と回想している。

この後も、信三は個人と社会の関係性を重視し、一般論としても「共同精神」の重要性を説き続けた。1928年には「日本産業の合理化」と題する5回の新聞連載で、「共同精神」の欠如を国民的な欠点として糾弾したほどだ。

「個人なるものは社会人として、初めて考へられることで、即ち個人の働く事も社会の爲め、社会の働くのは個人の爲めに外ならず、従つて社会の繁栄は個人に報いられ、個人が社会の繁栄を導く訳で、いひかへれば社会に対する義務を満足に遂行すれば、個人の権利となつてかへる事になるのであるが、日本人にはこの観念が如何にも乏しい」²¹

小売店の共同組織化という発想は、資生堂で1923年に実施され、その全国展開の基礎となるチェーンストア制の展開の理論的支柱ともなった。現在も銀座では、銀座通連合会が建物の高さ制限をはじめ、銀座の景観保持のためのルールを定めている。銀座通りの街灯も、女性がかもとも美しく見えるように照度が工夫されているという。街を挙げて訪れる客をもてなすという銀座の伝統が、信三らの主導によって形作られていく。

③小売店の個性化

信三は銀座の繁栄のため、各商店にも努力を求めた。デパートとの差別化が小売店の生き残りには不可欠だとして、各店舗の個性化、特殊化を求めた。そうした姿勢は、1927年に資生堂が発行した『御婦人手帳』など、後の著作でより明確になっている。

「詮じつめますと百貨店は普遍化、小売店は特殊化を理想にして居ります。即ち銀座の

²⁰ 矢部信壽による岩松正智へのインタビュー速記録（資生堂企業資料館蔵）。

²¹ スクラップブック（資生堂企業資料館蔵）のため、新聞名と発行日の一部不明。1928年5月（新聞番号16138号-16144号）。

²² 高木長葉編集代表『御婦人手帳』資生堂、1927年、133頁。

商品は百貨店では求められないものでなければなりません。かういふ小売商店が一つ々々細胞となつて大きな銀座を形づくる時銀座は初めて生きて来ると思ひます」²²

信三いわく、「一般的なものの一般化は到底特殊なもの一般化の力に及ぶべくもない」。いわば万人好みのデパートと対照的に、銀座は個々の商店の特殊性のうえに成り立つ街でなければならないというのである。信三はのちに、一般論としても、小売商店街には専門性の深化と共同経営による合理化が重要であると繰り返している。単に「普通商品」の陳列ならば「信用もその程度」であるが、「真に一流の資格あるもの」の集合であるからこそ、信頼度が増すのだという。

そのうえで、誰にでも開かれていて「新婚の若夫婦でも恋人同士でも、気軽に散歩し、漫步し得る様な銀座になつたら、銀座は永久に帝都の銀座として繁栄する」という（「日本産業の合理化」）。

すでに述べたように、1923年に大正時代に入るとともに、新橋は西洋文化の玄関口としての役割を終え、丸の内をはじめ、いたるところに「西洋」が感じられるようになった。もはや銀座だけが西洋を感じさせる、特別な場ではなくなっていく。その後、関東大震災を経て、松屋、三越をはじめ、専門店のライバルでもある、3軒のデパートが銀座に進出した。信三はこれを「銀座の立体化」と称し、時代の変化として柔軟に受け入れる一方で、あくまでも銀座の繁栄の基礎は「特殊な小売商店街」にあると繰り返した。小売店の「特殊なる商品の深さは、百貨店の欠を補ふ線」²³であり、これこそが銀座人の次なるプライドであるのだという。

ほぼ30年後にあたる1957年に刊行された高見順編『銀座』には、信三の期待どおりの記述を見ることが出来る。

「昔は新鮮な西洋の匂いをかがせてくれるのが銀座のおしゃれであった。今はデパートにないような凝ったものを売っているところに銀座のおしゃれがある。おしゃれの意味にも多少こうした変遷がある」²⁴

3. 結論

信三はパーラーやギャラリーの開設などを含め、資生堂でもなにより「場」を重視し、「資生堂調」とされるスタイルの確立に尽力することになる。建築やインテリア、ましてや都市が醸し出す雰囲気は、単純に機能面から考えれば資生堂の主力商品である化粧品や薬品とは全く関係はない。しかし信三は「居は人の気を移す」と語り、そうした特色ある空間の効果が、資生堂さらには銀座のイメージに重なっていくことを明確に認識していた。

そして1920年代末、西條八十らの作詞によって銀座を題材にした流行歌などに象徴され

²³ 資生堂企業資料館所蔵のスクラップブックより。切抜きのため、新聞名と発行日の一部不明。1928年5月。

²⁴ 奥野信太郎「若き日の銀座」、高見順編『銀座』英宝社、1956年、15-16頁。

るように、モダン都市銀座は広く人々の注目を集めていく。文芸作品においても1920年代には「新橋も昔日の面影なく、ただ荒涼たるものありだネ」²⁵、などと新橋と銀座が一層、対照的に描かれるようになっていく。

信三による銀座振興への貢献は、こうしたモダン都市文化の隆盛に先駆けるものだ。それは、銀座全体の具体的な将来像を視野にいれた、街の内部からの自発的な運動としても興味深いものである。

華やかな「帝都」銀座のイメージは、資生堂が同業他社やデパートなどから差別化しうる最大の要因ともなっていく。イメージを重視する海外のプレミアム・ブランドに目を転じて、都市のイメージを自社イメージと重ねて強力に意識し、かつ都市計画にまで先導的に参与した例がない。

化粧品の開発と同時に都市計画までも視野にいれ、包括的なイメージの構築を推進したところに福原信三の独自性があり、資生堂のブランド力の原点を見ることができる。

²⁵ 野村益三『東京見物』帝都教育会、1929年、145頁。