

# モダン横浜のマッチラベル

## 広告マッチラベル

かつて飲食業を中心とした様々な店には、店名を記したマッチが置かれていた。昭和期には、こうした広告マッチは日常生活にありふれたものだった。しかし、現在では、使い捨てライターの普及や禁煙の広がりのなか、広告マッチは日常生活の場から次第に姿を消しつつある。

日本国内でのマッチの生産は、一八七五（明治八）年に始まるとされる。商品としてのマッチに製造業者の商標をつけたものを、「商標マッチラベル」という。これに対して、一九〇〇年代、明治後期から、商店や商品の広告をラベルとしたマッチが登場する。これらは、「広告マッチラベル」と呼ばれ、店頭や街頭などで盛んに配られた。

その後、大正後期、一九二〇年頃から広告マッチを専門とする業者が現れ、本格的な広告マッチの時代を迎える。その業者には、街の小さな広告屋も多かった。そして大正期末から昭和戦前期、一九二〇・三〇年代に広告マッチの全盛期を迎えることになる。

ラベルのデザインは、注文主側が指定する場合や、マッチ業者が注文主の要望に沿ってデザインする場合、マッチ業者が用意したデザインのパターンに店名などの文字を入れる場合などが

あつた。

そのためか、マッチラベルにあまり地域差を見ることはできない。むしろ、

デザインの類似性の方が目立つ。これ

は、業種ごとに共通するデザインのパターンがあつたからだろう。しかし、そのパターンの種類は多く、さらに色の組合せを変え、それぞれ独自に店名・屋号や宣伝文句、マークなどを入ることで、パターンは無限に増える。

マッチラベルの多彩なデザインとコンパクトさは、格好の収集対象となり、趣味でマッチラベルを収集する人びとも増えていった。

## マッチラベル貼り込み帳

今回紹介するマッチラベルは、提供者である鈴木精一氏のいとこに当たる長嶋喜代子氏が集めたものだという。喜代子氏の実家は、真金町で飲食店を経営しており、その客たちが店の娘のためにマッチを持ち寄つてくれたのだという。そのため、地域や業種が広範囲に及んでいる。

市販のスクラップ帳を使い、その一冊は四〇ページに七二八枚、そして二冊目には四六ページに九二二枚、合計一六五〇枚のラベルが貼られている。すべて広告マッチラベルで、同じラベルはほとんどない。

この内地域がわかるラベルが一〇三〇枚あり、その六割以上を横浜が占めている。次いで東京が多くおよそ三割で、両者を合わせると九割になる。残

りは、横浜以外の神奈川と地方のものということになる。

地域が特定できないものは、店名・屋号だけで所在地が明記されていない

かつたり、本店・支店など地域が複数におよぶものの他、商品の広告マッチや、デザインだけで店名・屋号や商品名もないものなどである。

一九三〇（昭和五）年や一九三一年と年代が明記されているラベルがあり、まだ戦時色が薄いことから、一九三〇年代前半のものがほとんどと思われる。

（バー・ダンスホール）やダンスホール・ビリヤード、それに喫茶店やバー・ラーハ、ホテルなどモダンなデザインが目を引く一方、日本料理店や旅館など和風のデザインも多く含まれる。また、中華料理店が多いのも横浜ならではであろう。飲食店以外にも百貨店や洋品店、理髪店、自転車店、タクシー、船会社など、さらに映画・演劇の宣伝の他、酒・ビール・サイダー・醤油・薬品、変わったところではストーブなどの商品広告もあり、内容は多彩である。

マッチラベルを歴史資料として見るに、店名・屋号や業種、住所等の情報はたいへん貴重である。どのような店がどこにあつたのかを、ある程度知ることができるのである。なかには、ラベルに地図や建物の外観を印刷したものもあり、直接的な情報を提供してくれる。また、開店や移転の告知、様々

な行事・キャンペーンの告知・宣伝が記されている場合もあり、これも貴重な情報となる。

ただし、一般にマッチラベルは年月等を特定できるものではなく、また住所がないなど、情報はあくまで断片的である。したがって、歴史資料としては当然限界がある。

## マッチラベルのデザイン

しかし、視覚的にその時代のムードを伝える点では、たいへん有効な材料となる。カフェー（現在のカフェなど）・バー・チャブ屋（異なる酒場）・バー・チャブ屋などの

マッチラベルは、女性の顔や身体（手・足）をデザインしていく、「エロ・グロ・ナンセンス」ともいわれた享楽的な社会風潮を表しているともいえる。

一方、モダンガールを代表とする近代的な女性を描き、開放的な明るさを感じさせるものもある。女性解放という

もう一つの社会風潮を背景に、モダンの両面を示しているといえよう。さらに、自動車や飛行機など、時代の先端の進歩とスピード感を表現している。

一方、和風で素朴なデザインも根強く残っているのは、日常の中の伝統的で普通の暮らしを思い起こさせる。人々の日常生活に深く入り込んでいたマッチラベルは、その時代のムードを多面的に表現し、直接的にイメージを伝えてくれる。

マッチラベルの時代的変遷や概観を



チャブ屋・カフエーのマッチラベル  
上右からチャブ屋ホームホテル、カフェワールド、カ  
フェハナゾノ、カフェーメリー、カフェーフジ  
鈴木精一家資料

見るのに便利な、図版中心の本が何冊  
か出版されている。

たとえば、下島正夫『マッチラベル  
明治・大正・昭和・燐票博物館』(駿々  
堂出版、一九八九年)は、マッチラベ  
ルの図版紹介が主だが、マッチ製造業  
の歴史をポスターなど商業デザインの  
歴史と関連づけて解説している。また、  
インターネット上でJ.T.が提供する  
「たばこワールド」というサイトには、  
「大正・昭和の広告マッチラベル」と  
いうページがあり、参考になる。同じ  
く、日本燐寸工業界のホームページに  
は、バーチャルミュージアム「マッチ  
の世界」が開設されており、「マッチ  
の歴史」をはじめマッチラベルの画像  
など詳しい情報を見ることができる。

一方、横浜のマッチラベルをまとめ  
て紹介した例は、あまりない。吉田衛  
『横浜ジャズ物語』(神奈川新聞社、一  
九八五年)や『モダン横濱案内』(横浜  
都市発展記念館、二〇一〇年)など、



乗り物をデザインしたマッチラベル  
上:タケヨシ自動車のマッチラベル、左:日本郵船浅間  
丸のマッチラベル  
鈴木精一家資料

コレクションの一部を紹介している例  
はあるが、まとまつたものはない。

昭和初期のマッチラベルを、数多く  
図版で紹介している三好一『大正末・  
昭和20年代 日本の広告マッチラベル』  
(京都書院、一九九九年)と、『大正・  
昭和のマッチラベル』(ビエ・ブックス、  
二〇〇四年)を見ると、前者は大阪・  
京都・神戸など関西を中心、後者は東  
京が最も多く、いずれも横浜は非常に  
少ない。

そうしたなかでは、横浜のマッチラ  
ベルが多いこの二冊のマッチラベル貼  
り込み帳は貴重な存在といえるだろう。

横浜ならではのラベルをピックアップ  
して紹介しているこう。なお、今回は印  
刷の都合上モノクロ画像での紹介にな  
るが、市史資料室ではカラーのプリント  
複製を用意しているので、そちらを  
閲覧・コピーすることができる。

上のチャブ屋・カフエーのマッチラ  
ベルは、先に述べた通り主に女性の身  
体をデザイン化している。配色も、上  
の右二枚は全体が紫で黒と白のシル  
エット



モダンなデザインのマッチラベル  
上:野澤屋のマッチラベル、右:不二家のマッチラベル  
鈴木精一家資料

## モダン横浜のマッチラベル

以下、昭和戦前期のモダン横浜を象  
徴するようなデザイン、チャブ屋など



様々なマッチラベル

鈴木精一家資料

エットで体の輪郭が描かれている。他の三枚では、グラスの酒や口紅などのポイントに赤が効果的に使われている。いずれも、女性の髪型はモダンガールを象徴する断髪で、手足も不自然な程に長くしなやかに描かれている。そこで働く女性たちの生活の実情は感じさせずに、近代的でシャレた女性の姿をイメージとして打ち出している。

自動車のマッチラベルは、タクシー会社ではないかと思われるが、これもあって現実の車とは違つて、スピード感のあるスポーツカーのデザインを選んでいる。この自動車のデザインは、別のラベルでも使われており、パッケン化されたデザインだつたのだろう。この他、やはりスピード感あふれるスポーツ用自転車や飛行機をデザインしたラベルも、いくつか見受けられる。

太平洋航路の拠点だった横浜だけに、日本郵船のマッチラベルも一〇枚ほどあり、いずれも大きな客船を書き込んだモダンなデザインが採用されている。不二家と野沢屋のマッチラベルは、まさに時代の最先端をいくかのようだ。幾何学的なモダンなデザインになつている。野沢屋の店内の様子は抽象的に描かれているが、いかにも近代的でシャレた売場であることを想像させる。

このページ上のマッチラベルの内、ホテルニューグランドと、メトロポリタン・ダンスホールは、いずれも和と洋のデザインがあつたのでその両方を紹介する。両者とも港の近くという立地条件からも、船員や貿易商など明らかに外国人を意識して、日本髪に振り袖の女性を描いた日本らしいデザインを採用している。洋風デザインの方は、一方は格式を示し、他方はポップでモダンなデザインである。

実はチャブ屋やカフェーのマッチラベルには、和装の女性をデザインしたものも多い。この時期、カフェーやチャブ屋で働く女性の服装は和服から洋服への過渡期にあつた。

一般の人々でも、事情は同じだった。大衆向けの洋食屋らしい日本亭のラベルに描かれる家族の姿を見ると、夫と息子は背広に詰め襟らしい洋装、娘もワンピースの洋服なのに、妻だけが髪型も服も純和風である。日常生活の服装ではなく、いわゆるお出かけの姿ではあろうが、象徴的である。

湘南電鉄海の家と、喜代ホテル・カノホテルのラベルは、いずれも海と海水浴を直接的に表現している。海水浴健康的なデザインであるが、実は喜代ホテルとカノホテルは共にチャブ屋として名が通つてゐる。カノホテルの方には、「海水旅館」とも書かれている。本牧の海沿いにあつたため、シーザンになると海の家や旅館として営業していたものなのか、事情は定かではない。このように、一般に考えられているものとは異なるイメージを伝えてくれるものも、マッチラベルのおもしろさで