



# 時代の先を行く感性で 文明開化の日本を彩った 「東洋の化粧品王」

中山 太一 (1881~1956年)



## 株式会社 クラブコスメチックス

本社所在地：大阪市西区西本町2-6-11 従業員数：267名 資本金：8,400万円  
創業：1903(明治36)年4月  
事業内容：化粧品等製造販売業

## 舶来品に日本の未来を見た男たち

**明** 治時代の初年、横浜・神戸の外国商人の手で持ち込まれた舶来化粧品は、たちまち若い日本女性たちの心を虜にした。当時は文化全般が洋風化している時であり、異国のファッションを着こなすためにも、舶来化粧品は欠かせないものとなっていた。新たな時代の香りを漂わせる海外の品々は、こうして急速に新生日本の土壌の奥深くに浸透していったのである。

こうした舶来の雑貨や化粧品の隆盛を見て、自分の手で同じような化粧品を作ってみようと思ひ、立ち上がった男たちがいた。中山太陽堂(現 株式会社クラブコスメチックス)の創業者・中山太一もその一人であった。

## 中山太一の少年時代

**中** 山太一は、1881(明治14)年山口県豊浦郡に生まれた。当時の中山家は呉服や仏具を扱うかたわら農業を営んでいた。中山家の躰は厳しかったが、太一は家族の優しいまなざしに囲まれながら日々を過ごしていた。そんな生活が一変したのは、暮らしていた村で起きた2度の火災であった。それまで順風満帆だった家業も風向きが変わり、暮らしは目に見えて貧しくなったという。太一も小学校卒業後、進学をあきらめ家業を手伝うこととなった。

太一に2度目の転機が訪れたのは14歳の時であった。利発で商売の才覚もあった太一が進学を断念しなければならなかったことに心を痛めた父・小三郎は、太一を長州の著名な学者・桂彌一のもとへ預けることを決めた。太一は桂の家に住み込み、家事や仕事を手伝いながら、漢学をはじめとした様々な学問や生活全般に及ぶ実学を身に付けていった。これらの教えは当時の太一に強い

影響を与え、以後太一が生きていくうえでの指針となった。

## 若き日の恩人との出会い

**彌** 一のもとで3年間を過ごし、生きていく上で必要な実学を身に付けた太一は17歳にして師と親のもとを離れ、ひとり福岡県北九州市の門司へ渡った。当時の門司は人口5万人を越す新開地で、様々な夢を持った人々が四方から集まり賑わう街だった。とはいえ、誰一人として知人もいない青年が生活していくのは簡単ではなく、洋食店の丁稚、雑貨屋の店員、石炭商の手代など職を転々としながら、太一は自分の居場所を作ろうと奔走した。しばらくして、太一は門司から大分へ移り、そこで菓種商・志賀商店へ就職した。この志賀商店は、医師を相手に手広く薬品を販売しており、ここで太一は調剤や薬品販売を経験した。主人の志賀恒太郎は太一を可愛がり、経営のコツや処世術を親身になって指導するなど、太一が世の中に出て初めて出会った恩人と呼べる人物だった。

## 墮落した精神を断ち、 己の向上に身をささげる覚悟

**明** 治34年、志賀商店は神戸に進出することとなり、太一はその支配人に抜擢された。当時の神戸は文明開化と異国情緒の真ただ中であり、田舎から出てきた人間には大変な刺激と魅力に溢れた街だった。

神戸での太一の主な仕事は大分産の酒の販売だった。向上心に溢れる太一は働きながらも夜学に通い、本格的に簿記の勉強を始めた。ところが、常に身近に酒があることが災いし、一人暮らしの気軽さも手伝って毎晩のように酒を飲むようになり、太一の生活は墮落していった。ある夜、

酔いからくる睡魔に勝てず勉強の合間に寝入ってしまった太一は、翌日目を覚まし客観的に自分を見つめ愕然とした。「故郷に住む父母や師を裏切ることになる。今までの努力がすべて無に帰してしまう——」。太一は自戒自制の日々を取り戻すべく断酒を行った。また、その酒を売る仕事に従事することすら潔しとせず志賀商店神戸支配人の職も辞し、これ以降、生涯酒を口にすることはなかった。

## 「中山太陽堂」の開業

**当**時神戸では、貿易で儲けた資金をもとに新事業へ積極的に投資を行う実業家たちがいた。職を失った太一は、幸運にもそのうちの一人に目を付けられ、洋品・雑貨・化粧品を行商を行うこととなった。重い箱車を1日中引き歩くきつい仕事だったが、誠実かつ効率的な仕事ぶりの太一は他の行商人の5倍以上を売り上げ、スポンサーである実業家に認められる存在となっていった。

1903(明治36)年4月、行商の仕事でコネクションと商売への自信を得た太一は、神戸花隈町に洋品・雑貨・化粧品の卸商「中山太陽堂」を開業した。ここで太一は、行商時代に培った地元の販売網を維持しつつ、京都や九州方面にも販路を拡大していった。さらに開業から1年が経った頃、神戸の化粧品メーカーが作った新型の水白粉「パンゼ水白粉」の独占販売権を取得すると、一気に東京まで販売網を広げていった。

「パンゼ水白粉」の広告

無鉛白色の二種あり  
全商の各洋行店及小売店を始末有行する三越支店此  
の水白粉を販賣せり  
洋物化粧品問屋  
大阪南船場  
中山太陽堂

東京婦人界に盛んに流行せる



当時、東日本は横浜港經由の舶来品が市場を席卷していたが、「東京婦人界に盛んに流行せる」というコピーのとおり、中山太陽堂は神戸生まれの製品を日本全国に売り捌いた。

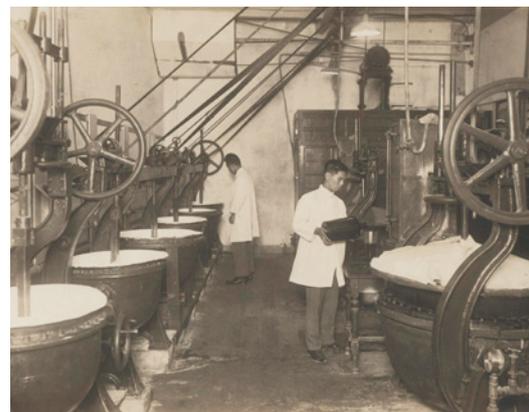


自社広告に見入る若き日の太一

## 自らの手で確かな製品を作りたい

**パ**ンゼ水白粉は大ヒットとなった。しかし、相反するように太一はこの商品への信頼を失っていった。その原因は品質の低下である。太一はメーカーに対し、販路拡大のためのさらなる改良を提言していた。しかし、メーカー側はこれを頑なに聞き入れず、それどころか品質の低下が指摘されるようになっていった。

「いくら頑張っても売り捌こうと、他社の作る製品の中身にまでは口出しできない——」。そこからくる歯痒さは「パンゼ水白粉」に限らず、行商の頃から扱っている舶来品すべてに対しても言えることだった。「自分の手で確かな製品を作りたい」との想いを抱いた太一は、1905(明治38)年、大阪支店を開設し地方への販売を強化すると同時に、化粧品製造に向けた研究を開始した。しかしこれが苦難の道だった。太一が自社製品を作るにあたり、まずクリアすべきと考えていたのは ①日本に従来からあった化粧品の分野で舶来品を超えた品質を生み出すこと ②時代の流れに合ったモダンで舶来文化の雰囲気があるシャレた製品であること の2つだった。“2つ”という言い方をすれば課題は多く見えないが、平たく言えば「従来の使用習慣を崩さない一方で先進的なイメージがあり、洗浄力や使用感・香りで舶来品にひけをとらず、特に当時の化粧品で課題だった肌アレを起こさない」という夢のような新製品を作ろうとしていたのである。会社全体の業績は依然好調だったが、そこで得た資金の大半は新製品の開発費用に消え、特に大阪支店については開設から幾年も間口2間半(約4.5m)奥行7間(約12.7m)の小さな借家から動かすことなく、その片隅に泊まり込みながら太一は研究・開発に没頭していた。



業界初の本格的近代工場を設立  
1918(大正7)年に建てられた中山太陽堂工場内部の写真。ヒット商品を生み出した後も、太一は研究開発に注力し続けた。

## 「クラブ」と「双美人」の誕生

1 年の開発期間を経て徹底的に天然動植物性原料にこだわり、時に自分の体を実験台にしながら納得のいく製品を作り上げた太一は、ここで2つ目の「モダンな舶来文化の雰囲気」をいかにして製品に植え付けるかという課題に取り組むこととなる。太一はまず、商品名について大いに悩んだ。「言いやすく、かつ耳にした時にモダンな響きのある言葉はなにか？」吟味を尽くした太一が行きついたのは「クラブ」という言葉だった。現代の我々からすれば、もはや生活の中に浸透し過ぎて固定のイメージを持ちにくい単語かもしれないが、当時の日本人にとって「クラブ=倶楽部=CLUB」という響きは、華やかな社交界に代表される西洋文化の香りに溢れていた。また、太一は商品名とともに花の冠を抱いた「双美人」のシンボルマークを制作した。

## 稀代の広告センスが開花する

人々の感性に働きかけるものを作るのに、決められた教科書や確実な方法はなく、必要なのは時代の流れを読むセンスである。そういった観点から言えば、中山太一はまぎれもない天才だった。

自社製品第一号「クラブ洗粉」は空前の大ヒット商品となった。「クラブ」という商品のネーミング、「双美人」を前面に打ち出した広告、上流階級の女性をターゲットとした広告戦略のいずれもが強い相乗効果を生み出したが故の成功であった。続く「クラブ白粉」「クラブ歯磨」「クラブ美身クリーム」もヒット商品となり、「クラブ」ブランドは盤石の地位を得るにいたった。太一は専門の広告部を作り、いかに広告効果を高めるかという研究にも注力し様々な施策を行っていった。その画期的な広告手法の数々は「クラブ式」と呼ばれ、以降の宣伝・広告のあり方に大きな影響を与えていった。



『クラブ洗粉』の美しいパッケージ (左)  
北野恒富が描いた『クラブ歯磨』のポスター (右)

優れた品質と広告戦略により、中山太陽堂は業容を拡大していった。1939(昭和14)年には株式会社に変更し、強力な組織体系を構築。当時の化粧品業界で「東のレート(レート化粧品)、西のクラブ」と呼ばれるまでになり、いつしか太一自身にも「東洋の化粧品王」、「化粧品業界の巨星」といった異名が付けられるようになった。中山太陽堂はその後、第2次世界大戦の混乱に巻き込まれ試練の時代を過ごした。それでも不屈の精神で復興に全力を尽くしたが、1956(昭和31)年10月、会社の再建を自らの手で果たせぬまま、中山太一は74歳にしてこの世を去った。

## 新しい時代の担い手であるために

1971(昭和46)年、会社名が変更され、中山太陽堂は株式会社クラブコスメチックスへ生まれ変わった。しかし、同社が担う社会的役割は変わらない。「ひとりよりふたり、より多くの女性に美しさを」届ける双美人の精神のもと、「クラブ」、「サロンドフルベール」、「シゼン」等のブランドを展開するとともに、OEM(受託製造)事業にも取り組み、常に時代の先端たる美しさを提案し続けている。



使う人のことを徹底的に考えて作られる同社の製品。太一がこだわった品質を守るため、高度な技術を駆使した確かなものづくりを続けている。