

第一期『スタイル』刊行の戦略

はじめに

『スタイル』は、宇野千代によって編集された雑誌であり、その刊行期をもとに、三期に分けられている。区分は、左記のとおりである。

| | |
|-----|---|
| 第一期 | 創刊号（昭和十一年六月）～第六卷第九号（昭和十六年九月） |
| 第二期 | 第六卷第十号（昭和十六年十月）～第九卷第一号（昭和十九年二月） |
| 第三期 | 第一卷第一号（昭和二十二年二月）復刊～第二二卷第五号（昭和三四年五月）※同年四月、スタイル社倒産。 |

なお、第二期に関しては、戦時下の敵国語禁止の風潮の中で『婦人毎日新聞』と『婦人運動』ほか二誌との統合により『女性生活』と改題され、毎号、北原武夫による女性を鼓舞させるような巻頭語が掲載された。

先行研究としては、平成一五年二月に臨川書店より第一期の復刻版が刊行され、総目次と執筆者別索引が整備されている。しかし、第一期『スタイル』の看板記事である著名人による質疑応答の「お

藤 堂 友 美

洒落問答」の回答者が総目次には反映されていない等、補完していく必要がある。また、『新潮日本文学アルバム47 宇野千代』（平成五年四月）、山梨県立文学館編『宇野千代の世界』（平成八年四月）で、『スタイル』の刊行時期やファッションに主軸をおいた誌面の特色、また北原武夫との関係、その斬新な誌面について言及されるに留まり、具体的な記事の内容整理等詳細は等閑視されているのが実情である。

本稿では、第一期を対象とし、その時代背景と誌面変化、寄稿者について言及することで、第一期『スタイル』がいかに戦局を潜り抜けることができたのか、その戦略的方法を探りたい。

一 時代背景と誌面の変遷

第一期『スタイル』は十五年戦争下で刊行された。雑誌が政府のプロパガンダとしての役割を担っていた時代だが、マスメディアの一翼として、『スタイル』はどのような役割を果たし、いかにその役割から逸脱できたのだろうか。

『スタイル』刊行時のメディア統制の中でも特に誌面への影響があったと考えられるのは、昭和十三年五月、内務省警保局が提示

した「婦人雑誌ニ対スル取締方針」、昭和十五年七月七日の「奢侈品等製造販売制限規則」、いわゆる七・七禁令であると考え。前者は、性描写に関する規制が主軸で、婦人雑誌の誌面から反軍国的、反戦的な記事や広告をいっさい締め出すことが狙いであり、後者は贅沢禁止令の異名を持ち、奢侈品が多く掲載される『スタイル』への影響はかなり大きなものであったと思われる。このように、女性雑誌に対する検閲の目が光り、世相が暗澹としていく中で、『スタイル』は次第に「総合雑誌」としての形態を整え、国策に応じる姿勢を見せたのではないだろうか。

ところで、第一期『スタイル』は、誌面の内容から三期に区分することが可能であると思われる。区分は、左記のとおりである。

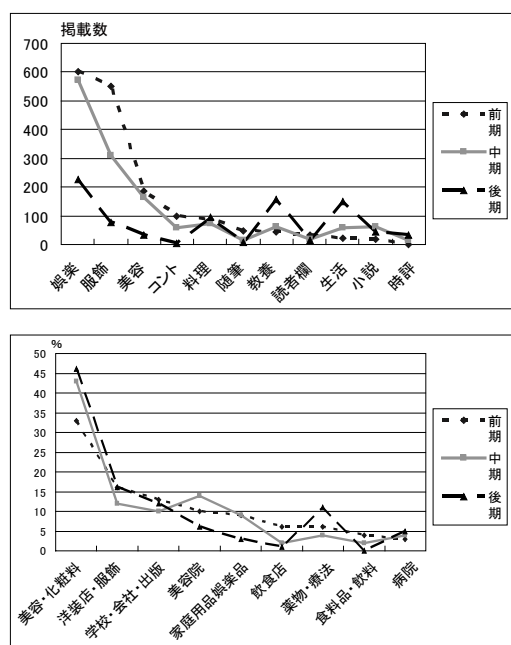
| | |
|----|----------------------------------|
| 前期 | 戦局と一線を画した「お洒落雑誌」（創刊号～昭和十三年八月号） |
| 中期 | 国策に沿う誌面へ（昭和十三年九月号～昭和十五年六月号） |
| 後期 | 総力戦体制への表面上の協力（昭和十五年七月号～昭和十六年九月号） |

第一期『スタイル』は、「見る」雑誌から『見たり読んだり』の楽しい総合雑誌を目指し、実験的に誌面の構成に変化を加えている。戦時下であるにも拘らず、豪華な料理を紹介し、海外スターや美容の紹介等、意図的とも思われるほど戦時色が取り払われ、執筆者は作家のみならず、美容家や医師、舞踊家や歌手等多彩な顔ぶれであり、男女それぞれ、ファッションの専用頁が設けられている。

誌面の変化を見てみよう。以下の表¹より記事の内容は、ファッションや美容を中心とした娯楽性が非常に高く、時代を経るにつれて、時評や教養等、日常生活に関わる欄が設けられたことがわかる。

また、表²より掲載広告の特徴として、奢侈品が多くみられることがわかる。

表1「目次」掲載内容の推移
表2「広告」掲載内容の推移



まず、前期の特徴について検証したい。昭和十二年三月号の「編輯後記」をみてみよう。

軍部と政党がどうなってもスペインの内乱がいつまで続いても、せめてそんないざこざの一行も書いてない雑誌が一冊位あって

も好いんちゃやあないでせうか。(中略) インウツな「罪と罰」を見たがる人はさておき、「ジャンパン・ワルツ」に五〇銭を投げ出す気持がそのまま「スタイル」なのだと思います。

(傍線引用者、以下同じ。)

戦時体制に入っていく時局とは相反し、「都會文化の華麗な香気がどの頁からも満喫できる」⁵⁾高級路線を追求する特徴がよく表れている。

次にファッションの頁について考えてみたい。昭和十三年六月号の谷長二の「スマート・エコノミー」⁶⁾では、輸入禁止を懸念し、非常時体制への不満が述べられている。これは、ハイ・ファッションが持続困難な時世への懸念であり、同月の牛山隆介による「せんちめんたるス・フ」では、素材の悪いス・フの流通を嘆き、批判している。このように、前期のファッション頁は一貫して、時局批判と粹な着こなしの追求がなされていることが特徴である。

こうしたなか、戦争の影が現れるのは、昭和十二年一月月号の「恋人出征」のコント集⁷⁾である。時局を踏まえ、読者にとって身近な「出征」を主題として掲げながらもコントのテーマとして扱うことで、戦争をシニカルかつユーモラスに捉えなおしており、戦局に迎合しない姿勢がみられる。

最後に、前期の広告について考えたい。物資・精神両面からの国民統制の強化が進められるなか、『スタイル』では高級志向の飲食店や盛り場の広告が掲載され続けている。なかでも、バーや喫茶店の職員募集の広告が掲載している点から、読者像としてモボ・モガを対象としていたことが考えられる。また、「パーマネット禁止令」⁸⁾

発令後も美容院の広告が増加していること、日用品の広告の掲載を避ける傾向は『スタイル』の編集方針の表れであると思われる。

目次が掲載されるようになったのは、昭和十二年二月号からと手探り状態で出版活動が行われていたものの、前期では戦局とは一線を画し、一貫してお洒落な生活の追及がなされていることがわかった。

次に、中期の特徴について検証したい。

中期では、昭和十三年一〇月号より「代用品研究室」や昭和十三年六月号からの「和服訪問記」等、時流に迎合する欄が設けられた。しかし、「どんな品をどういふ風に使つたらいい、かといふことは、読者の方々の誰方でもお考へになつてゐられることでせう。その点の御便宜を図りつつスタイル一流のスマートネスを發揮したもので、まさに国策の線に沿つた新計畫」(「編輯後記」昭和十三年九月号)とあり、戦時色が誌面に表れるようになっても瀟洒なライフスタイルの提案をするという点は一貫している。このように、中期で日常的な要素に目が向けられるようになったのは、雑誌の販売数が伸びたことによる読者層の広がりが原因と思われる。

その一方で、昭和十二年二月号から設けられた夏村扇吉の「人氣女優お洒落訪問記」の好評により、中期は芸能欄が拡充され、娯楽要素が強まっていることも特徴である。こうした芸能面の拡大は、戦地の兵士への慰問品として支持されやすいという効果や化粧品等の宣伝効果が期待される。

次に、広告について考えたい。特徴として、美容院の掲載が前期一〇%から中期一二%、ファッションに関するものも前期五九%から中期六一%に上昇している点が挙げられる。銀座には、千人針の

参加を呼びかける女給が並び、「パーマネット禁止令」が叫ばれるなか、このように美容院の広告を掲載し続けることは、嗜好品にウェイトを置き、国策に逆行する方針が見えてくる。以上のことより、目次上では国策に沿う内容の比重を高くし、検閲の目を逃れることで、広告では依然として奢侈品を掲載し続けていたと思われる。最後に後期について検証したい。

後期は、これまでとは一線を画し、「健全で明朗な娯楽」¹²としての役割を棄て、「若き銃後の生活の趣味と教養の指導雑誌」¹³として国策に沿う内容へと全面的に変化している。掲載内容は、前掲の表1からもわかるように、娯楽の割合が減少し、教養や生活に割かれる割合が増えている。後期では、日常生活に目が向けられ、銃後女性性としての戦争協力を促している。

昭和一五年九月号から「風俗批判の頁 これだけはお止めなさい」の連載が開始され、第一回は宇野千代の「デコデコ廃止」で、七・七禁令を受け、必要以上に華美な服装を控えるよう説かれている。また、千代は同月号の「奢侈品がなければ女は美しくなれないか」で、つましい身なりの推奨をしている。前月号まで、高級衣料や街行くファッション・リーダー達の賞賛をしていたにも拘らず、このように誌面内容を転じたのは、国策に応じた早急な対処であったといえよう。この方針は、同年一〇月号掲載の金子しげり「カードを貰った人々 教養の低い人が多かった」からも明らかである。本記事は、奢侈品を身につけた女性に警告カードを渡し呼びかけを行った様子が、贅沢禁止を標榜する主催者側の視点で伝えられている。しかし、論調は、非常に手厳しく、それまでの『スタイル』のあり方とは一線を画している。

総括して云ふと、当日カードを渡された人々は誰も一様に頭の程度の低い、服装や態度にも教養の無さが歴然と現れてゐる人々ばかりのやうでした。(中略) 緊張していない精神が身なりまでを非時局的に悪く等射るしてしまふものと思はれます。

このように、『スタイル』側から奢侈品の禁止を求め、華美な服装の制限を呼びかけることで、時局体制に迎合する意思を表していると思われる。

また、「生めよ殖やせよ」の標語の下、軍国の母賛美の風潮は、昭和一五年一二月号から一六年二月号まで連載された良い母のあり方を説いた「母を語る」や、円満な家庭生活や子育て方法等が語られる「俳優訪問記」に見られる。また、時局の悪化に伴い、俳優は翼賛体制の強化や支援の一翼を担い、もんぺ姿や簡易服で掃除や洗濯等の家事や農作業をする姿がグラビアに掲載されている。彼らは娯楽提供から戦争協力を促すツールへとその役割が変化している。

さらに、昭和一六年五月号より掲載が開始された「生理から見た女性の理論」では、「女性はなぜ純潔でなければならぬか?」「悪い子供はどうして生れるか?」「妊娠中に大切な母親の感情生活」「純潔の価値を男性に知らせよ」「子を産めば容色が衰へるか?否!」等の国民優生法に基づく、多産報国の人口政策の一翼として、女性の出産を促す記事が掲載され、銃後女性を対象とした内容に変化している。

最後に後期の広告について確認していく。特徴として、「ファッション・美容」に関する広告が七・七禁令後であるにも拘らず、全体の六八%を占めている点が挙げられる。なかでも、「美容・化粧

料」の占める割合は、前期三三％、中期四三％、後期四六％と上昇している。時代背景を踏まえたとえて、化粧品に関する広告が増え続けているという点は、『スタイル』の編集方針として、「健全で明朗な娯楽」雑誌としての方針が貫かれていることの証明といえるのではないだろうか。また、後述するが、執筆者に当時、非国民といわれた宮本百合子等がいることを加味すると、一概に戦争協力を掲げていたとはいえない。

以上のことから、『スタイル』の持つ二面性を窺い知ることができよう。娯楽雑誌でありながらも『女性生活』と改題され、戦時下で生き延びていくことに成功している。これは、時局に沿う内容を取り入れる等、戦略的に時局下で画策し続けた結果であり、戦争協力は、雑誌継続の為の隠れ蓑であったと考えるのである。

ところで、このように時流に乗りながらも独自性を貫くことができたのは、『スタイル』が宇野千代の経営するスタイル社で出版された為ではないだろうか。次の表は、価格、発行元の変化である。以下の表からも明らかのように、一時、時事新報社の傘下に置かれたことから、『スタイル』の販売数は飛躍的に伸びたが、軌道に乗り会社が再建されると時事新報社から独立している。これは、激しい思想統制のある戦時下において、大企業の刊行物として出版すれば、戦争協力を促す誌面が強要され、宇野千代が求めたハイ・スタイルな生活の提案が難しくなると考えたからではないだろうか。

また、昭和十五年二月号より、規格がそれまでのA四版から国で定めた規格のB五版になるといった変遷を辿っている。

このように、さまざまな障壁があるなかで娯楽的な要素が過分にある『スタイル』が、『女性生活』と改題され、残存することがで

きたのは、前述のような戦略的な方策によるものであったといえよう。

| 価格 | 発行元 |
|-----------------------|-------------------------------|
| 三五銭（昭和二年六月号～同年七月号） | 編集兼発行者：宇野千代 |
| 三十銭（昭和二年一月号～昭和十三年五月号） | （昭和二年一月号～昭和十六年九月号） |
| ※内、特大号の昭和十三年四月号は三五銭 | 発行所：スタイル社、発売元：四季社 |
| 二十銭（昭和二年六月号～同年二月号） | ※時事新報社から独立。スタイル大阪支社設立。 |
| | 編集兼発行者：中島亀次郎 |
| | （昭和二年九月号～同年十二月号） |
| | 発行所：スタイル編集部、発行所：時事新報社 |
| | ※昭和十一年八月号のみ編集兼発行者は宇野千代。以後、表紙に |
| | 宇野千代編集『スタイル』と明記される。 |
| | 編集兼発行者：宇野千代 |
| | （昭和二年一月号～昭和十六年九月号） |
| | 発行所：スタイル社、発売元：四季社 |
| | ※時事新報社から独立。スタイル大阪支社設立。 |

二 戦争協力をめぐって

以上のように、中期・後期で誌面が変更された背景には、昭和十二年二月九日「国民精神総動員強化方策」が臨時閣議で決定されたことが考えられる。この時期、戦争協力の一環で、前線の兵士に慰問品として『スタイル』を送る等の業績が上げられた。昭和十三

年七月以降、毎号「お読みになつたあとは皆さんこのスタイルを戦地の兵隊さん達に送つて上げて下さい」と巻末に付されるようになる。以後、昭和一三年九月より、編輯後記で国策への迎合が唱えられるようになるのである。しかし、こうした戦争協力の方針が表面上のものであることが昭和一四年一月号の「編輯後記」でわかる。

愈々戦争第二年の初春です。スタイルも堅固な成長をつけ、一〇月號からは一層成績も上つてきましたがこれも私などには身量厚な考えかも知れませんが、国民全体がほんとの意味で健康であることの、何よりの證據のやうにも考へられます。

ここで、注目すべき点は、戦時下における『スタイル』の販売数の伸びである。これは、贅沢禁止令とは逆行しているといえよう。

ところで、「編輯後記」に戦争協力の具体的な内容が現れるのは、昭和一三年一〇月号からである。

前月號から内容の刷新をしたのがとても好評なので喜んでゐます。満州、北支の方の読者の方々から、いろいろ御手紙を頂いてをりますが、多忙に紛れて御返事を出してゐない方もあると存じます。紙上でお礼を申しあげます。今月は、その上、北支派遣軍の兵隊さん達から大量に註文を頂いたりして、まごつくやら感激するやら、感謝に堪へませんでした。戦線にゐると、スタイルのやうな雑誌が一番明るくて慰安になさうですから、読者の方々もお読みになつた後で、何卒兵隊さん達に送つて上げて下さい。

このように、読者は国内のみならず、満州や北支に拡大し、戦争協力の一翼を担っていることを明文化することで娯楽性の強い雑誌が、一般家庭のみならず戦力となる「軍隊」に需要があることを示唆しているといえよう。また、翌月号の「編輯後記」でも「戦地の兵隊さんから頂いたスタイルへの感謝状」を紹介し、戦力維持の為に大いなる効果を發揮していることが誇示されている。実情がどうであるにせよ、戦力維持の一端を成していることを文面に打ち出すことに編集側の意図があつたことは明らかであり、それは『スタイル』の刊行を継続する為に意図的に明文化された情報だと思われる。同様に、戦争協力がなされていく過程を確認していきたい。昭和一三年一二月号「編輯後記」を見てみよう。

漢口が陥落しましたので当夜は、社員一同で宮城、靖国神社、明治神宮に提灯行列をしました。歩き馴れないので、二日ばかり身体が痛みましたが、でもこの感激は、恐らく一生忘れ得ないだらうと思ひます。

社員一丸となつて、戦争協力を果たすというポーズをとっている。しかし、昭和一四年一月号を境に「編輯後記」では、直接的な戦争協力に関する内容は暫く掲載されなくなり、次に戦争協力が唱えられるのは、昭和一四年一二月号においてである。「拾二月號の編輯をしてゐますと、しみじみと冬を感じます。もうあとわづかで皇紀二千六百年！」と皇紀二千六百年に対する構えや、引き続き戦地へ『スタイル』を送り、戦争協力を説いている。

このような『スタイル』の戦争協力が功を奏するのは、翌昭和

一五年一月号の「編輯後記」で確認できる。

お正月早々大変楽しいお知らせを一つ。それは陸軍省恤兵部を通して戦地に送って戴いたスタイルを、兵隊さん達がとても喜んでみて居られる、といふお話を係りの方から聞かされた事です。かういふ肩のこらない雑誌が一番歓迎されるのださうです。皆様もどうぞ送ってあげて下さいませ。(千代)

『スタイル』は、軍部からの取り寄せ品ではなく、スタイル社自体が戦争協力として、慰問の為に差し出すという形式をとっていることに注目したい。昭和十三年一〇月号の時点では、あくまで「北支派遣軍の兵隊さん達から大量に註文を頂」き、読者にも慰問品として送るよう促しているにすぎず、『スタイル』側からの一方的な働きかけに過ぎなかった。しかし、昭和十五年一月号の段階では、『陸軍省恤兵部を通して戦地に送って戴いた』ということからわかるよう、既に『スタイル』が有益な慰問品の娯楽誌として、国から認められ、メディアとして影響力を持っていたことがわかる。つまり、娯楽誌でありながら、戦時下での刊行が可能であったのは、国から認可されていた為と思われる。また、この認可が、単に「陸軍省恤兵部」との結び付きのみならず、「宇野社長も畑陸軍大臣から感謝状を戴いたといふので大変な御氣遣。これで大活躍をしなければ罰が当たるといふものです。(編輯部)」「同年同号「編輯後記」と公的なものであったことがわかる。いわば、『スタイル』はこの時点で国の傘下に入ったといえるのではないか。

これ以降、『スタイル』はいかなる変化を遂げるのか。昭和十五

年二月号の「編輯後記」でも、千代は引き続き戦争協力を訴えかけている。また、兵隊の愛読者が増えたことを「皆様が戦地の方に送って下さつてゐる為とたいへん感謝して居ります」と謝辞を述べることで、国内の読者の心を離さず捉える効果があるといえよう。翌月は「今月は兵隊さんへの分を海軍の方にお願ひ致しました。皆様も、海軍の兵隊さんにもお送りしてあげて下さい。」と陸軍に加え、海軍へも送ったことが伝えられている。以上のように『スタイル』では、国内の読者も取り込みながら、戦争協力を進めていたことがわかる。

このように、慰問品として前線の兵士に『スタイル』を送り続けることによって、千代はその業績が認められて表彰され、国からも認知される雑誌となった。こうした活動を通して、昭和十五年二月号より『スタイル』に国定指定型のB五版の認可がおりる運びとなったのである。以上のような指定型の認可が、その後の雑誌の継続を約束するものであったのではないか。

七・七禁令以降、前述したように戦時色が全面的に誌面に表れるようになる。このようななかで千代もまた、「銃後女性向けの唯一至高の指導雑誌」(昭和十五年一月号「編輯後記」と位置づけ、「編輯後記」においても戦争協力を促す発言をするよう、変化した。しかし、それは、『スタイル』が求める「明るく健康的」な生活を戦時下においても提案し続けたいという強い思いからであると考える。継続の為に表面上、総力戦体制に協力的に振る舞いながらも内心では、戦争による物資および言論統制を苦々しく思っていたのであろう。こうした方針変化の意図は『スタイル』同様に昭和十四年四月一日、婦人画報社より発行されたお洒落を追及した『洋装シ

ルエツト¹⁵⁾』の休刊理由からも指摘可能である。『洋装シルエツト』の価格は、この時期、三五銭で販売していた『スタイル』とほとんど変わらない四〇銭であるにも拘らず、昭和一五年五月には休刊に追い込まれている。これは、誌面がファッションに特化しており、奢侈品の掲載は、戦局に反するとして統制を受けた為と考えられ、『スタイル』は延命措置として、小説や随筆、芸能面を加え、総合雑誌となることを追求し続けたと思われる。

このように、『スタイル』は面従腹背で、なんとか戦局を潜り抜け、暗澹たる世の中に明るい光を投げかける役割を果たしたといえるだろう。

三 寄稿者について

『スタイル』の特徴として、寄稿者は、作家のみならず、美容家や医師、舞踊家や歌手、俳優といった多彩な顔ぶれである点が挙げられる。なかでも異色と考えられるのは、ペン部隊等の戦争協力をした作家と、宮本百合子¹⁶⁾のように国賊と呼ばれた戦争反対者や石川達三のような戦争に非協力的だった作家が共に筆を揮っていたという点である。

ペン部隊総数二二名の内、陸軍班は、久米正雄、浅野晃、尾崎士郎、片岡鉄平、川口松太郎、岸田国士、佐藤惣之助、瀧井孝作、白井喬二、富沢有為男、中谷孝雄、丹羽文雄、深田久弥、林芙美子、海軍班は、北村小松、小島政二郎、佐藤春夫、杉山平助、浜本浩吉川英治、吉屋信子といった菊池寛を除く二一名が原稿を寄せているのである。なかでも、久米正雄は、創刊号から寄稿している。以下、「お洒落問答」へ寄せた文を引用する。

「實に僕も道楽でなく、かう云ふ雑誌を作りたいと思つてゐました。健全で美しい發展を遂げ、日本にもシヤレた雑誌の一つ位、いある事を證明して下さい。」

ペン部隊の一員であつた久米正雄が創刊号から執筆し、誰よりも的確に、はつきりと創刊への賛辞を述べているという点は、特筆すべきことである。「愉しい総合雑誌」ある日、こんな肩書を考へました。——軍部と政党がどうなつてもスペインの内乱がいつまで続いても、せめてそんないざこざの一行も書いてない雑誌が一冊位あつても好いんぢやないでせうか。」（昭和一二年三月「編輯後記」）と国策とは一線を引いたスタンスを標榜しながらも、創刊号の時点で、やがてペン部隊の従軍記者として戦争協力をするようになる作家が執筆していたという点は、『スタイル』の特色を考へるうえで注目すべきだろう。創刊号における久米は、看板作家としての役割を担っていたといえるのではないだろうか。これは、著名な作家を起用することによって、雑誌としての価値を上げることが可能となると共に、その販売部数にも大きな影響があることを見越した上での戦略であつたといえよう。その反面で、反戦氣運をあおるとの理由で発禁になつた『生きてゐる兵隊』の著者である石川達三に昭和一五年一月まで不定期ではあるが執筆させていたということは、特筆すべき点である。

また、漫才・落語も戦時体制へと取り込まれるなか、演芸の慰問部隊である「わらわし隊」の多くが、『スタイル』に執筆していたという点は戦争協力を担う一面の現れであらう。その半面で、映画法の施行後、俳優の特集を組み、娯楽頁を増やす等、国の方針とは

相容れない誌面改正を行っている点も特色といえる。

おわりに

本稿では、第一期『スタイル』刊行期のメディア統制を背景に、『スタイル』がいかにして、戦局を掻い潜り、生き抜いてきたかを検証してきた。

記事を仔細に確認していくと、時局に沿った内容へと誌面を変化させながら、反翼賛の意思が見られるものや、当時、国賊と呼ばれていた宮本百合子に執筆の場を与える等の特異性がみられる。また本稿では触れることはできなかったが、国民総動員で戦争に臨んだ新体制下での『銃後女性の指導雑誌』として刊行された『女性生活』で、百合子に活躍の場を与える等、その功績は評価に値するだろう。

戦時下でありながら、奢侈品を好み、ハイ・スタイルな生活を提案し続けた『スタイル』は国策に反する雑誌であったといえるだろう。しかし、このような反戦の意思表示とも捉えられる危険性に満ちた雑誌でありながら、刊行することが可能であったのは、慰問品として、前線の兵士たちに『スタイル』を送り続けた結果として、国定指定型のB五版の認可を取り付けたことによるだけでなく、翼賛体制の象徴とも捉えられるペン部隊の作家たちの誌面での活躍によることが大きい。このように、従軍作家に原稿を依頼し、作品を掲載し続けることによって、国からの圧力を回避したといえるのではないだろうか。そして、これは同時に、人気作家である彼らの恩恵を被り、販売数の増加を狙い、『スタイル』の認知度を高める狙いもあったのだろう。

以上のように、第一期『スタイル』は単なる娯楽雑誌ではなく、

「面従腹背の姿勢で、戦略的に戦時下を潜り抜けた『生活提案雑誌』であったといえるのである。

註

- (1) 内川芳美編『現代史資料四―マス・メディア統制(二)―(みすず書房、昭和五〇年一〇月)』
- (2) 『スタイル』編輯後記(昭和二年七月号)
- (3) 復刻版『スタイル』を元にカテゴリーわけを行い、表を作成した。なお、広告のカテゴリーは、同時代の『婦人公論』の分類方法に拠った。
- (4) (3)に同じ。
- (5) 『婦人公論』(昭和十一年九月号)の「桃子の貞操 読者諸氏にお願ひ」という宇野千代の広告より引用した。
- (6) 昭和十一年一二月号から掲載が開始され、ファッションと経済的観点から著された記事である為、時勢が色濃く反映されている。
- (7) 掲載作品は、阿部艶子「喧嘩も愉し」、石黒敬七「恋人出征」、中村正常「千人唇」、岡成志「香水であります」、夏村扇吉「あゝ敵前渡河」である。前月、編集部の大原芳郎が日支事変の緊迫に伴い、出征することとなった為、特集が組まれたと考える。
- (8) 職員募集は、昭和十二年五月と六月の銀茶屋、昭和十二年七月DOM INOBARの計三回掲載された。
- (9) 昭和十四年六月一六日、国民精神総動員委員会により、学生の長髪・パーマネット・ネオン禁止等の運動方針が決定された。この六月一六日の「精動」委員会によって決定した生活刷新案を受け、「パーマネットはやめましょう」の標語が世間には広まっていくこととなる。業者はパーマネットを電髪と呼び改め新髪形を発表したが、ウェーブがかつていだけで、子どもにまで後ろ指を指されるほどであったという。
- (10) 同時代の『婦人公論』では、毎号、一般家庭向けの日用品が掲載され

るのに対し、『スタイル』に掲載される飲食物は、バターやゴロナ等の洒落たものに限定されている。

- (11) 昭和二年七月一日付の『東京朝日新聞』によると「千人針に示す銃後の赤誠」という見出しで、東京銀座四丁目角に現れた「千人針の女性軍の一隊」の記事が掲載されている。

- (12) 『スタイル』編譯後記（昭和十五年七月号）

- (13) 『スタイル』編譯後記（昭和十五年九月号）

- (14) 昭和二年七月七日付けの『東京朝日新聞』による陸軍省恤兵部の注意として「国民の情熱籠る行軍への慰問品」どんな品が一番喜ばれるか」という見出し記事に拠った。喜ばれるものとして、「慰問文、慰問画、手芸品、名刺、絵葉書、優美な写真、講壇、娯楽雑誌、最近の写真等、缶詰類、菓子類（氷砂糖、角砂糖、キャラメル、ドロップス等で何れも缶入りがよろし）、味付海苔、塩豆類（同じく丈夫な缶入）ハンカチ、タオル、襪類、奉公袋の様なもの、便箋、封筒、塵紙、鉛筆（ゴム付黒、色鉛筆（赤、青）、手帳、懐中用ナイフ（小）、清涼口中薬で缶入のもの」が列挙されている。

- (15) 日本版の『ヴォーグ』を目指し、発刊された隔月刊誌である。日本人がデザインしたトップモードや和服地のドレス、優秀な既製品が紹介されており、杉山吉良や光墨浩、田村茂等の気鋭の写真家が起用され、日本のモード写真を築いたといわれている。

- (16) 昭和一六年一月号の「興亜奉公日一條」と「女の言ひ分」、「お手製十五銭料理」欄の「大根とキャベツで」、四月号「お手製十五銭料理」欄の「モヤシと肉の焙煮」、翌五月号「手軽な薄焼包み」、「女はかう考へる」欄の「生活の充実が問題」、六月号「顔を語る」、七月号「私の友達」欄の「友情の持つ複雑さ」を執筆している。昭和一六年一月号の「興亜奉公日一條」では女性の文学的活動について「女らしさ」の感覚は、「近代社会の感覚の中で一番おそく目ざまされかけて来てゐるものの一

つ」であると「女の生命の充実」を説いている。同欄の他の記事と比較すると、百合子の記事には、国策について一切触れられていない。これは、当時彼女が置かれた状況を考えると、国に反する作家であったが故にいつそう制限されていた為といえよう。

- (17) 『女性生活』に掲載された百合子の記事は、「主婦意識の転換」（昭和一六年一〇月号）、「家庭創造の情熱」（昭和一六年一一月号）である。

（付記）本文引用は『スタイル』（臨川書店、平成一五年二月）に拠った。