

式亭三馬の景物本と報條文

大久保日南子

はじめに

江戸後期の戯作者である式亭三馬は菓種店（通称三馬店）を営んでいたことでも知られる。三馬は戯作者という立場を用い、三馬店の宣伝を意図した作品を執筆したり、作品に商品登録させたりなど著作を通じた宣伝を行っていた。また、三馬は縁のある店の宣伝を作中に織り込んだり、他店からの依頼を受けて報條文を執筆したりと三馬店以外の店の宣伝にも取り組んでいた。

このような三馬の手掛けた宣伝について、その形式や実態については研究されているものの、内容に関して文学的分析や考察は現在まで十分に深められていない。宣伝文は三馬店の主としての三馬と戯作者としての三馬が重なる点であり、三馬について考察を深めるためには宣伝文の研究が不可欠であると考ええる。

本研究は三馬の宣伝にまつわる文章を広く紹介するとともに、その内容について分析し、三馬店の主としての三馬の立ち回りや三馬像について考察を深めることを目的とする。

第一章 三馬の作品を通じた宣伝

第一節 三馬店の開店と「江戸の水」販売

『式亭雑記』によると、三馬店は文化七年十二月二十六日に仙方延寿丹の関東売弘店となったことに由来する。仙方延寿丹は京都の田中宗悦が本家として売っていた。三馬は田中宗悦の縁者である清水庄三郎の推挙を得て関東売弘店として開店できたという。庄三郎は文化七年冬から文化八年三月にわたって三馬の元へ逗留しているが、商売の指導をしていたのだろう。本家側も三馬店に力を入れていたことがうかがえる。

また三馬店の代表的な商品に文化八年に発売された化粧水「江戸の水」がある。『式亭雑記』には他店の化粧品販売についての記録が残っており、それらの流行に触発されて発売に至ったと考えられる。

また、江戸の水という名前を付けた意図について、三馬の戯作『江戸水福話』（文化九年）内で以下のように述べている。

女中方に覚えよきため江戸の水と名づけたり。いふ処はよく人の性に合ひて流行する事を思へばなり。(中略)おほけなくも地名をとりて江戸の水と名づくるほどの事なれば、汚れたる品にあらず。よつて疑ひなく人びとも用ひ給ふなり。

(『江戸水福話』五丁表)

短い言葉の中に信頼を得るための工夫が施されていることがわかる。『式亭雑記』には商品の傍書きについても「おしろいのはげぬ薬」から「おしろいのおくろの薬」への変更が記録されており、試行錯誤がみられる。言葉へのこだわりは三馬の戯作者としての姿勢や能力の表れと考えられる。

第二節 『江戸水福話』概要と分析

三馬は江戸の水や仙方延寿丹の景物本『江戸水福話』を著している。『江戸水福話』の異題本として『江戸水幸噺』があり、『江戸水幸噺』が『江戸水福話』の改題本とされることが多い。本論では題と出版年が明確である『江戸水福話』を用いる。

景物本は店で配布されることが多かった。しかし『江戸水福話』においては景物とわかる文言はついておらず、表紙には板元の鶴屋金助の名が書かれ、巻頭には書籍目録がある。そのたぬ通常の草双紙として流通していたと考えられる。『江戸水幸噺』だと明確に分かる資料は見られなかったためあくまで想像

だが、景物として配布していた『江戸水幸噺』を販売するために『江戸水福話』へと改題した可能性もあるだろう。

『江戸水福話』の内容は大きく四つに分けられる。

①仙方延寿丹の販売について(二丁表〜四丁裏)

「式亭正舖」が賑わう様子の絵に仙方延寿丹の来歴を記す。後半は仙方延寿丹の詳しい効能が大量に列挙されている。

②江戸の水の売り出しについて(四丁表〜七丁表)

江戸の水の引札を配っている様子の絵に江戸の水の名の由来について書く。その後、遊女や女中などが江戸の水を使う様子の挿絵に、江戸の水の効能や評判、当時出回っていたとされる偽物への注意が書かれる。

③江戸の水の引札配りが発端となる滑稽味のある話

(七丁裏〜二丁表)

三馬店の引札が鳶に攫われ、天や竜宮界、「こころん国」に届き、それぞれの住人が江戸の水を使用する。その効果で黒い鯨や「くろんぼう」の肌が白くなる。大友黒主など名前に黒の字が入る有名な人物も江戸の水を使い、黒の字が白くなる。

最後に江戸の水の商売で繁盛する店先が描かれている。

④江戸の水の本物と偽物の喧嘩、説教する「仙方延寿丹の精」

(一一丁裏・一四丁表)

役者絵風の構図で江戸の水の本物と偽物が喧嘩をしている。その仲裁に「花のつゆ」が入る。その後「仙方延寿丹の精」が喧嘩をした「江戸の水の精」を説教している。

話の中心である③の内容は、諸国巡りものの話型を取り入れたものだと考える。山東京伝『霞之偶春朝日名』（寛政四年）や森羅亭万宝『頓智愚子／六通半略卷』（寛政五年）など、『江戸水福話』とほぼ同時代に諸国巡りものの作品は多く書かれ、馴染みのある話型であった。

また『江戸水福話』と内容が似ている作品に山東京伝の黄表紙『女将門七人化粧』（寛政四年）がある。これは紅間屋の玉屋九兵衛の開店売り初めの際に作られた景物本である。引札配りを発端とする諸国巡りもので、話型が一致する。加えて天界や童宮界の登場や「くろんぼう」が化粧品を用いて肌が白くなるという場面も一致する。挿絵についても表現や構図が似ている。三馬が『女将門七人化粧』に大きな影響を受けて『江戸水福話』を執筆したことは間違いないだろう。

第三節 『江戸水福話』の宣伝意図

『江戸水福話』の宣伝内容の大きな特徴として、主に扱われる江戸の水以外に仙方延寿丹も大きく取り上げられている点が

ある。①には江戸の水という文言はほとんど登場せず、ひたすらに仙方延寿丹の効能が列記される。その後、四丁表から江戸の水の話題へ移っていく。『江戸水福話』刊行の文化九年時点で江戸の水の発売から一年も経っていないことを考慮すると、これは元から評判だった仙方延寿丹の威を借りる形にすることで、江戸の水においてまずは知名度を上げるといふ狙いの表れであると考えられる。

また前節における④では、偽の江戸の水と喧嘩をしていた「いさみはだの江戸の水」を叱る「仙方延寿丹の精」のセリフとして以下のような文がある。

手前たちは第一に了見が違ふ。此式亭の家はおれが家だからおれに偽があつては済まねど、手前たちにいくら偽があるとてかまはぬことだ。手前たちには廂を貸しておくのだから、母屋のおれが大切。

(『江戸水福話』一三丁裏・一四丁表)

三馬の店はいくまで「仙方延寿丹関東売弘店」としての看板が表である姿勢がうかがえる。第一節で述べたように、本家の縁者の助力があつて三馬店は仙方延寿丹の売弘店となることのできた。そのため、『江戸水福話』における江戸の水を低く、仙方延寿丹を高く扱うような内容は、仙方延寿丹の本家への配慮であると読み取れる。三馬としては自店の商品である江戸の水

を前面に押し出して軌道に乗せたいが、仙方延寿丹の売弘店として看板を掲げている以上、江戸の水にすべてを振った宣伝はできないということだろう。

さらに、偽物に関する記述も目を引く。④で偽物について大きく扱っているほか、一丁表にも注意書きがみられる。また②でも「別して申上候」として注意を載せる。同じ偽物に関する記述でも④の「仙方延寿丹の精」のセリフでは、偽が出回ることをありがたいと言い切り、偽物の出現は人気の現れであるとする。この文言を終盤に配置していることから、三馬が偽物を通して本当に主張したいのは「それだけ人気があり、同業者も目を付けているのだ」ということだろう。だからこそ、宣伝の意味を持つ『江戸水福話』で偽物に関して何度も言及しているのだと考える。

第四節 『浮世風呂』『浮世床』に見られる宣伝

三馬は景物本以外の作中でも商品の宣伝を行っていた。その例が多くみられる作品として『浮世風呂』（文化五〇十年）、『浮世床』（文化十一年）が挙げられる。ここでは「ア、三馬店の商品」「イ、他店の薬」に分けて宣伝の例を述べる。

ア、三馬店の商品

江戸の水や仙方延寿丹については、『浮世風呂』三編にて登場人物の会話の中で熱心に言及されている。町人が使った感想

を言う体裁をとることで、主な客である町人が使用している姿を具体的に想像させる。また偽物に言及するなど、『江戸水福話』と同じ宣伝方針が見える。『浮世風呂』三編と『江戸水福話』はともに文化九年刊であるため、宣伝に違いがほとんどないのだろう。三編では巻頭の絵にも江戸の水の張り紙が描かれており、熱心に言及する姿勢がうかがえる。

江戸の水や延寿丹以外の商品についても言及されている。『浮世風呂』四編に金勢丸の宣伝文が本文とは別枠で付されている。また歯磨についても『浮世風呂』四編の会話に登場するほか、『浮世床』初編の人物紹介にみられる。

イ、他店の薬

三馬店以外で三馬が最も力を入れて広報をしていた店は江戸桜である。『浮世風呂』三編では油について会話文の中で勧められているほか、『浮世床』初編でも白粉「三の朝」が言及されている。この他にも『江戸水福話』では江戸の水の偽と本物が喧嘩している場面や仲裁する女として「御きやらの油本町二丁目江戸桜与七方にて製する花のつゆ」が描かれ、『丹前風呂昔絵容』（文化九年）巻之二では挿絵中に張り紙広告が描かれる。

また、藤の丸という膏薬で有名な店についても例が確認できる。『浮世風呂』三編ではセリフ内に加え、本文から離れて店自体の説明をしており、店主が三馬の友なので宣伝しているとする。この例は作中で宣伝する理由まで書かれている点で特異

である。さらに藤の丸は『浮世床』初編にも登場する。

他にも『浮世風呂』二編の会話には「てりふり町の足袋やで売る、血の道の薬」と「尾張町の平松の黒ぐすり」が説明付きで登場する。『江戸買物独案内』下巻（文政七年）によると、尾張町一丁目の平松屋藤兵衛が「乳のたる御薬」の売弘所をしていた。よって「平松の黒ぐすり」は平松屋藤兵衛で売られた「乳のたる御薬」のことだと考えられる。

一方で血の道に関する詳細が分からない。しかし効能の説明や登場人物が強く勧めている描写から、この薬についても宣伝の意識があったと考えられる。

三馬店の宣伝が多かった『浮世風呂』三編の刊行と江戸の水の発売開始は同時期にあたる。『江戸水福話』刊行と併せて、文化九年頃は三馬が三馬店の宣伝に一番力を入れていた時期であるといえる。また、戯作者業の関係で縁のある店の宣伝を入れるなど、宣伝を通じて交流があったこともわかる。以上から、三馬の中で戯作者としての活動と三馬店の主としての活動は深く関連していたことがうかがえる。

第五節 『賑式亭福ばなし』における小三馬の宣伝

文政五年の三馬没後、三馬店は息子の式亭小三馬へ引き継がれる。小三馬は戯作者業に加え、三馬店を大切にし、熱心に運営にあたった。本節では小三馬の景物本のはじめである『賑式

亭福ばなし』（天保六年）の分析を通じて代替わり直後の小三馬の宣伝に対する姿勢について述べる。

『賑式亭福ばなし』の内容は三馬店の商品と関連しないものとなっている一方で、小三馬が登場人物として描かれる。これは当時の小三馬が商品の認知度を上げることではなく、三馬の後継として認知してもらうことを目的としていたためだと考える。その理由として「三馬の息子」であることを前面に出す方針を採っていることがある。例えば、四丁裏の小三馬が登場する場面自身を「江戸の水の自家式亭三馬が倅」と明記しつつ、「顔はひよつとこの面に似たるゆへひよつとこ三馬とあだ名を呼ばれ」と外見を分かりやすく説明している。また、登場人物として性格を際立たせて描くことで、冴えないのろまな小三馬像を印象づけている。代替わりをして間もない時期にこのような景物本を出すことにより、今まで三馬が積み上げてきた三馬店というブランドが持つ力を保ちつつ、新たな三馬店の看板として小三馬を印象づけることを狙っていると考えられる。

また、『賑式亭福ばなし』には三馬の『江戸水福話』に影響を受けたと思われる部分が複数ある。第一に外題である。後半の「さいわいばなし」という文言が一致し、「福」を「さいわい」と読ませている点も同じである。また表紙裏見返し部分は擬人化された江戸の水と「何とやらの水」の喧嘩、その仲裁に入る「あづま香」を描いており、『江戸水福話』の一丁裏・一二丁表の内容と酷似している。絵の構図も一致し、意識的に真似た

ことは明らかである。三馬を知る人にとっては三馬の跡をよく引き継いでいる印象を受けるような工夫だったといえる。

さらに、『賑式亭福ばなし』には板元の西宮が登場する。棚橋正博によると、三馬は二代目西宮新六と親密であり、三馬自身も俗称として「西宮太助」を名乗っていたなど深い関係にあったようである。また『浮世風呂』などの板元も西宮新六が担っていた。『賑式亭福ばなし』内でも「三馬が家名にのがれぬ」という言葉が付き、三馬と西宮の深い関係がうかがえる。『近世書林板元総覧』によると西宮新六は文政十二年三月に焼けて廃業しているため『賑式亭福ばなし』刊行時の天保六年には存在していない。しかし史実に基づいているとは限らない。三馬の影を濃く印象づけるために出した西宮の名であるなら、より三馬と縁の深い西宮新六を指して出した可能性もあるのではないか。

以上、小三馬の持つ宣伝意識について考察した。独自性を出しながらも三馬の色を強く残し、その息子として位置づけを明らかにする内容となっていたことが分かる。それだけ三馬店の主としての三馬像は大きなものだったといえる。

第二章 説明書きと報條文

第一節 目録広告にみられる説明書き

三馬の作品には目録調の三馬店の広告（以下、目録広告とする）

がよくみられる。私見の限りでは三馬の作品で初めて三馬店の目録広告が付されたのは文化九年正月刊『丹前風呂昔絵容』である。以降晩年の作である文政四年正月刊『茶番早合点』まで多くの作品に付けられている。

目録広告にある葉を見ると、「江戸の水」、「婦人の葉」、「薄化粧」など婦人向けの化粧品や葉が多い。また、「小児百日せきの妙薬」、「小児丸」といった小児薬も目を引く。主に婦女子に向けた商品が多いといえる。『浮世風呂』三編では婦女子が読みやすいよう仮名遣いを工夫したと明記していることから、作品の読み手として婦女子を意識していたことがうかがえる。自身の作品を宣伝の場としていた三馬店にとって、婦女子向けの商品を多く販売することは広報の上で最も効率が良いといえる。商品の開発も戦略的に行っていたのだろう。

目録広告の内容で特筆すべきは、目洗い薬「龍樹散」の説明である。『忠臣蔵偏癡氣論』（文化九年）に付けられた目録広告によると「三馬年来試してみたる御薬」とあり、三馬自身の名を出して宣伝している。薬店の主が実際に使ったという文言は商品の信憑性を高める上で効果的だろう。その上三馬は戯作者である。よく目を使う印象のある人物であったと考えられる。目に効く薬である龍樹散は、宣伝において三馬の戯作者という立場を最も活用できる薬だと考えられる。

第二節 三馬の報條文と三馬像

三馬の書く報條文は、『狂言綺語』（文化元年）、『式亭狂文集稿本』（嘉永四年）、『戲文軌範』（明治十六年）といった文集にまとめられ、現在まで二十一篇が伝わる。その内約半分の十一篇は菓子やそば、すし、即席料理など食べ物に関する商品を扱っている。これは京伝や烏亭焉馬など三馬以外の戯作者の報條文にもみられる傾向であるため、一般的に食べ物扱う店がよく報條や引札を出していたということだろう。

その次に多く見られるのは五篇ある薬や化粧品など三馬店で取り扱う商品と似たジャンルの報條文である。狂文集として整理されている報條文の集収に留まるため、三馬作の報條文のすべては網羅していない。そのため憶測の域を出ないが、現存する報條文に薬や化粧品のもものが一定数含まれているのは、三馬のイメージに薬や化粧品とのつながりがあったからではないだろうか。私はそのイメージの由来が三馬店の開店以前に二つあると考える。

一つ目は万屋太治右衛門時代の綿温石販売と景物本執筆である。三馬は三馬店の開店の前に、婿養子先であった書肆の万屋太治右衛門の実質的な主をしていた。書肆として本を扱う傍ら藤田金六店が作る綿温石の売弘店も担っていた。三馬店以前から薬種販売の経験があったのだ。また、綿温石の報條文を書いているほか、享和二年には三馬初の景物本『綿温石奇効報条』を執筆している。作中に登場する綿温石の店は万屋となつてい

るため、万屋の宣伝を兼ねているといえる。配布も万屋で行ったのだろう。引札と景物本の両方を用い、綿温石の宣伝に熱心に取り組んでいたことがわかる。棚橋によると、三馬は「船頭深話」（文化三年）で綿温石について、「三馬といふ作者が引札を書いて弘めたのだ」と「愛嬌」をもって言及しているようだ。綿温石がよく売れたからこそ成り立つおどけである。綿温石は万屋でも人気だったのだろう。以上から、万屋での商売と綿温石の宣伝によって三馬と薬のイメージが結びついたと考察する。

二つ目は、文化五年の『浮世風呂』前編の刊行である。その表紙は銭湯の壁を模しており、作品自体を「気の薬」に見立て、「大鬱散」と名付けて銭湯に貼られた薬の広告風に題簽を付けていたようだ。そもそも湯屋には薬の宣伝広告がよく貼られていた。これらから『浮世風呂』が薬やその宣伝と強い関わりを持つている作品であるといえる。その上、『浮世風呂』は人気があり、文化十年までに四編九冊が出版された。三馬自身も『式亭雑記』において、二編について「ことしの大あたりなり」と記したり、三編の序文を全文記録したりと気に入っていた様子^⑤がわかる。大変流行したことがうかがえるため、『浮世風呂』が広まるにつれて、三馬に薬の宣伝のイメージが深く浸透していったと考えられる。

以上から、三馬には三馬店開店以前から薬・化粧品やその宣伝のイメージとの結びつきがあったと考えられる。三馬店自体もそのイメージに沿うように「仙方延寿丹」から始まる薬店と

なつたと考える。

第三節 三馬の報条文の特徴

実際に報条文の内容を紹介しながら三馬の報条文の特徴について述べる。

まずは、「都もち／おばあ団子報條」である。これは森田屋平右衛門の新商品発売のお知らせをする報条文である。はじめは「平家物語」屋島の戦いで悪七兵衛景清の名乗り餅つき兎と三井寺の千団子祭を織り込んでいる。報条文は名乗りや口上の文体で店の主人が商品の説明をしている形をよく取るため、基本に則った報条文といえる。

内容に関しては、新商品の餅と団子に掛けて、餅や団子の名が列挙されている。餅と掛けながら慣用句などのなじみある言葉がふんだんに盛り込まれ、対句や掛詞などの技術も光る。報条文ではよく見られる趣向である。

前半に見られる店の元祖への言及は三馬の報条文では定番の内容である。古い俗説がある「孔明饅頭」や「能因歌賃」が森田屋の元であるというが、実際は不明である。たとえば事実でなくとも、有名な俗説を用いて歴史の面を箔をつけているのだろう。この手法は三馬店における仙方延寿丹の宣伝と似たところがある。

中盤から本題の都餅とおばあ団子の説明が入る。特におばあ団子に関しては、品質についての説明が多い。製造の上で清潔

さに留意して作っているため小児の病気に効き、菓のような効能があると売り出している。菓子においても菓のように効能に言及しているのである。

終盤は客に「あなたの晶屑によつて私を大金持ちにしてください」という論法で購入を促している。「お客様のおかげで生きております」という姿勢を表しているのだろう。三馬の新製品についての報条文にはよく見られる論法である。

挙げた特徴の中でも菓子について菓の効能のように言及している点を特に取り上げたい。同じような内容が含まれる例に「寿落雁報條」がある。

これも「寿落雁」という新商品の売り出しの報条文である。はじめの一文は昔の日本の菓子について述べる。「八種餅餌」や「五羹水織」という言葉から、菓子の製法書である『古今名物御前菓子図式』(宝暦十年)の序文が意識されているとわかる。「八種餅餌」の由来は平安時代成立の辞書『倭名類聚抄』、「五羹水織」の由来は南北朝時代成立の『庭訓往来』であることから、古い言葉を入れ込む趣向の一つだといえる。

次に寿落雁についての説明が入り、その後「此菓落雁を常に食すれば、脾胃を補ひ氣血を益す。不老不思議の製法なり」という文言がある。ここでも寿落雁について菓のように紹介している。特にこの報条文では先の例に比べてより具体的な効能について書かれている。

菓子の報条文において、効能を並べ立てて菓の説明書きのよ

うに書くのは、私見の限りでは他の戯作者に例がなく、三馬の特徴だと考える。これは三馬に薬屋のイメージを利用するために用いた表現方法なのではないだろうか。薬に精通しているイメージのある三馬が報條文内で薬の効能のように利点を述べることによって、もっともらしさを演出する効果があると思われる。一方で、三馬が効能を用いた売り文句を考えたのではなく、店側の意向が反映されている可能性も考えられる。しかし、その場合でも店側は三馬に薬のイメージがあるからこそ報條文の執筆を依頼したのではないだろうか。

また、「即席御料理并仕出し仕候」においても、酒の「百薬の長」と呼ばれる側面に着目し、「百薬の長兵衛」や「狂薬のずぶ六」と洒落ている。効能を列挙する形ではないが、薬屋の報條ではないもので薬に関連した語を使っている点で先の例と似ている。

以上から、三馬は自身にある薬のイメージを意識しており、それを報條文執筆にも活かしていたと考ええる。

おわりに

以上、三馬の文章における宣伝について具体的に例を挙げながら分析し、三馬の三馬店経営における方針や三馬に重ねられたイメージについて述べた。三馬店については『江戸水福話』や『浮世風呂』、目録広告に見られる文言から、文化九・十年

は江戸の水などの自店の商品より仙方延寿丹の宣伝を優先する姿勢がみられ、三馬店のはじめとなった仙方延寿丹の名家である田中宗悦の名を立てていたことがうかがえた。また田中宗悦以外でも、江戸桜など縁のある店の宣伝を付き合いで積極的に行っており、商人同士のつながりを大切にしていたことが分かった。さらにそのような運営や執筆活動を通して、三馬店は大きな店となり、息子である小三馬も三馬の威を利用しながら引き継いで宣伝していた。

報條文からは、確認できる中では薬種店や化粧品品の報條文が複数みられることから、薬と三馬のイメージが三馬店開店以前からつながっていた可能性を指摘した。また、その理由として万屋時代の綿温石販売と景物本執筆、『浮世風呂』前編・二編の執筆を挙げ、それらの内容や性質の影響で三馬に薬のイメージが重ねられていく過程について考察した。報條文の内容については、菓子の報條文に効能を薬のように書き表している特徴を取り上げ、三馬は自身にある薬のイメージを利用しながら報條文執筆を行っていた可能性を述べた。

三馬において薬種店は単なる副業ではなく、宣伝文や人間関係などを介して戯作業と複雑に絡み合う存在であることが明らかとなった。

〈使用資料・テキスト〉

- ・『式亭雜記』：長崎靖子編『大東急記念文庫所蔵式亭三馬自筆「雜記」影印と翻刻』武蔵野書房、二〇一六。
- ・『江戸水福話』、国立国会図書館所蔵（請求番号：207-1182）国立国会図書館デジタルコレクションにて閲覧（<https://doi.org/10.11501/10301012>）。
- ・『浮世風呂』：神保五彌校注『新日本古典文学大系 86 浮世風呂／戯場粹言幕の外／大千世界楽屋探』岩波書店、一九八九。
- ・『浮世床』：中野三敏、神保五彌、前田愛校注『新日本古典文学全集 80 洒落本／滑稽本／人情本』小学館、二〇〇〇。
- ・『丹前風呂昔絵巻』、九州大学文学部マイクロ収集（請求番号：国文241/50-60）国書データベースにて閲覧（<https://kokushon.nij.ac.jp/biblio/100015926/1021h.html>）。
- ・『江戸買物独案内』国立国会図書館所蔵（請求番号：123-229）国立国会図書館デジタルコレクションにて閲覧（<https://doi.org/10.11501/8369321>）。
- ・『服式亭福ぼなし』名古屋市蓬左文庫所蔵（請求番号：尾16-377）。
- ・（巻末目録広告のみ）『忠臣蔵偏癡氣論』専修大学図書館所蔵（請求番号：一般_M2615）国書データベースにて閲覧（<https://doi.org/10.20730/100307229>）。
- ・『狂言綺語』：式亭三馬『古典叢書 式亭三馬集 第二巻』本邦書積、一九八九、二九〇～三二二頁。

〈参考文献〉

- ・浅塾晴子『戯作者と広告―式亭三馬店を例にして―』『中央大學国文』（四七）、二〇〇四、二九～三六頁。
- ・尾崎久彌『三馬戯作の「江戸の水（上）」』『江戸軟派研究』（三四）、一九二六、

六一～七六頁（『江戸軟派研究 二』柏書房、一九八二、一一八九～二〇四頁にて閲覧）。

- ・棚橋正博『黄表紙総覧 前編』青裳堂書店、一九八六。
- ・菊池克己『式亭三馬と広告―江戸の広告史考』『新聞と広告』Press & ad、六（五）、一九五一、四六～四八頁。
- ・有澤知世『戯作者という（ブランド）―式亭三馬の広告文を中心に―』『上方芸研究』一三、二〇一六、一一八～一二八頁。
- ・吉丸雄哉『式亭三馬とその周辺』新典社、二〇一一。

〈注〉

- (1) 林美一『江戸広告文学、坤』未刊江戸文学刊行会、一九五七、八二頁。
- (2) 棚橋正博『式亭三馬：江戸の戯作者』ぺりかん社、一九九四、一六頁。
- (3) 井上隆明『日本書誌学大系 76 改訂増補近世書林板元総覧』青裳堂書店、一九九八、五四二頁。
- (4) 出版年や発行順は、吉丸雄哉『式亭年譜稿（一）―文化五年以降―』『日本語日本文学』二五、二〇一四を元に調査した。
- (5) 注二前掲書、四五頁。
- (6) 神保五彌校注『新日本古典文学大系 86 浮世風呂／戯場粹言幕の外』大千世界楽屋探、岩波書店、一九八九、三・四頁。
- (7) 鈴木晋一・松本仲子編訳注『近世菓子製法書集成 1』（東洋文庫 710）平凡社、二〇〇三、一二五頁。

「おおくほ ひなこ 本学卒業生」