



二〇年代，森永設在臺的販賣株式會社，位於今館前路東側上。店面兩條廣告布條，右邊寫「牛奶糖」，左邊寫著「牛奶巧克力」。（繪圖／梁旅珠）

《百年老牌子系列之一》

森永牛奶糖

文・圖／陳柔縉

身 旁有許多東西，說起來，再熟不過，如一起長大的同學；問起來，卻又陌生如剛搬來的鄰居。許多老牌子就是這樣的東西。

譬如森永牛奶糖，小小黃黃的紙盒子，我們開了又開，著土黃甜汁的口水，流了又流，童年因森永牛奶糖多了好幾分甜，但是，問起森永牛奶糖怎麼來的？為什麼牛奶糖盒上面有一個天使？卻又一片霧在眼前似的。

森永牛奶糖誕生的隔年，即現身臺灣，登臺至今已超過90年。

森永牛奶糖來自日本，文學一點，無妨說是孕生自陶窯。做出第一塊森永牛奶糖的森永太一郎出生佐賀的伊萬里，這裡正是日本著名陶瓷「有田燒」的窯區。太一郎的祖父原為首屈一指的陶瓷商，但到父親一代，已然沒落。太一郎6歲失怙，母親再嫁，環境逼迫他十幾歲就拋頭在街頭，叫賣茼蒿。

稍長，太一郎在別人的陶瓷店工作，為了銷售，前往美國，卻飽嚙失敗。有一天，坐在舊金山的公園長椅，飄落地面的一張小小牛奶糖包裝紙抓住了他的目光，靈光一閃，太一郎決定「就在日本賣這個！」此後11年，太一郎一直留在美國學做蛋糕、麵包和糖果等等甜點。

19世紀最後一年的8月15日，太一郎帶著美國學來的烘焙技藝，在東京赤把「森永商店」

的招牌掛起來。王永慶從小米店起步，國泰集團從小醬油廠開始蛻變；今日的大企業，昨天都是小店。森永也是一樣，最初的店面只有兩坪大。

森永最早賣的並非牛奶糖，而是一小丸一小丸的棉花糖。1904年，森永太一郎才把舊金山公園裡的靈光喚醒，開始製造牛奶糖。當時的包裝跟今天完全不同，即便最小的包裝，也有60顆糖，而且用小罐子裝著。現在大家所熟悉的紙盒包裝，是逐漸修改來的，不是一次到位的設計。

森永的天使商標，則跟太一郎在美國成為虔誠的基督徒有關。1905年，太一郎描畫了一個可愛的天使，再加上自己名字Taichirou和姓氏Morinaga的英文縮寫字母「TM」，完成森永天使商標，陪伴幾代人成長。

「ミルクキャラメル」〈牛奶糖〉的名稱則到1913年才啟用。1914年3月20日，菊黃的小紙盒上，天使頭朝下，彷彿降臨人間；天使下方再印上「ミルクキャラメル」〈牛奶糖〉的字樣，現在大家熟悉的森永牛奶糖的模樣，終於組裝完成。太一郎利用在東京上野公園舉辦的大正博覽會，擺了特賣店開賣，一小盒十錢，意外一炮而紅，從此進入大量生產。

1915年，越過東海，森永在臺灣也賣力推銷牛奶糖起來，南北有7家經銷特約店。報紙開始刊登廣告，廣告中可看見分大小盒兩種包裝，大盒約名片大，即現在市售常見的包裝，一盒賣10錢。當年一份報紙八個版，一個月報費要60錢，換算起來，買一盒森永牛奶糖，可買五天報紙，可見初來的森永牛奶糖比現在貴多了。

可別以為森永牛奶糖只是哄騙幼稚小童的塞嘴玩意兒，1915年森永牛奶糖的廣告，很明顯標示「煙草代用」，可以替代香煙。



三〇年代以後的森永廣告以兒童顧客為訴求，畫面純真可愛。



1921年的廣告，以拿鐮的勞工為主角，又強調可替代香煙，森永牛奶糖在那個年代顯然不完全屬於兒童的零食。



森永創辦人森永太一郎

翻成現代白話牛奶糖。其中，視作兒童零嘴年代以後的廣告。

森永太一郎「養」掛在嘴上。北大酒樓蓬萊閣宴以牛奶糖代替了酒。

最早期的森永廣告
還強調，常吃牛奶糖，可調和胃腸、咽喉舒暢、醫治身心疲勞、補充無窮

精力。用現代的頭腦想，有點難解。

太一郎在臺灣遊記中曾提到，他到了高高的阿里山上，發現一家臺灣人開的店內，竟然有賣森永的糖果，臺灣籍老闆的日語也很流利，讓他很感動。戰前，森永產品深入臺灣各角落，多少跟森永的廣告攻勢有關。

從1915年到戰爭末期，森永不斷丟出嶄新的廣告推銷術，有直接推銷產品，也有很多裨益企業形象的做法。譬如到全臺各地辦「森永日」，放免費電影；或者元旦過新年到臺灣神社〈位於今圓山飯店〉參拜，拿一張10錢的牛奶巧克力包裝紙進臺北火車站，可免費搭至圓山；也向全日本徵件，以森永牛奶糖的空盒製作藝術品，然後在臺北最大的百貨公司「菊元」六樓開展覽，展出400件，臺灣兒童的作品也有幾十件；與臺北市政府、婦女組織到「圓山遊園地」（今市立兒童育樂中心）合辦母親節，讓兒童唱歌跳舞感謝媽媽，喊「媽媽萬歲」。

90幾年來，數不清時代都翻滾幾圈了；從電影沒有聲音、出國只能坐船，到用電腦傳信、網路購物，許多老牌子被潮流淘洗不見了，還存在的老牌子也多半換了名字或換了味道，森永牛奶糖卻依然一襲黃色樸素舊裝，讓大家還舔得到童年的甜，好像童年不曾飄遠，隨時呼喚即來。📖



陳柔縉小檔案

陳柔縉是作家，常見專欄和著書。1986年法律系司法組畢業後，未走主流的司法道路，進入《聯合報》和《新新聞周刊》，當記者，跑政治新聞。為探究威權政治本質之一的「關係」，辭職著書，寫出《總統是我家親戚》（本書後增修版改名《總統的親戚》），是瞭解臺灣社會階層和政治關係的經典之作。最近幾年，連續寫出臺灣歷史的相關著作，更開拓一般人對臺灣史的視野；《臺灣西方文明初體驗》曾獲《聯合報》非文學類十大好書、新聞局最佳人文類圖書金鼎獎，《宮前町九十番地》曾獲《中國時報》開卷中文類十大好書、誠品達人選書第一名。目前以發掘日本時代臺灣社會生活為研究主題，相關著書有《噶事臺灣》、《臺灣摩登老廣告》，最新作品有《人人身上都是一個時代》。

陳柔縉的《人人身上都是一個時代》，以新聞報導體的敘述方式講故事，夾議夾敘，兼帶考證，卻又活靈活現，如臨現場。比如世人談起王永慶創業傳奇，一般人以其寒貧起家為美談，然柔縉先把「元」還原為「圓」，再比對資料得到，王永慶並非苦寒出身、白手起家。她不是學者，卻能旁徵博引，穿針引線，在細縫處嗅出時代氣味，勾勒出一幅幅庶民生活史。誠如自序所言：時代不專屬於誰，人人身上都是一個時代。記憶不能只靠幾座古蹟和英雄書上的幾個人，故事不計大小，都值得流傳。誰又能預料哪個故事會在哪个心靈發光與發熱呢？