

服装史研究における通信販売カタログの史料的价值の再評価

横 田 尚 美*

The Revaluation of the Mail-Order Catalogue in the Study of Fashion History

Naomi YOKOTA*

1. 動機と目的

女性服のシルエットの変遷や流行の移り変わりなどということは、既知のこととして語られている。例えば、この分野では名著とされる『衣服のアルケオロジ¹』には、19世紀当時からの資料を駆使した細かな女性服の流行が書かれている。けれど、著者のフィリップ・ペローが参考文献に挙げている資料も、当時の文献資料である。実際に著者が服にあたったり、描かれた服を資料としているかどうかは不明である。

10年以上前にしばらく西洋の服飾を研究する財団の学芸員をしていた。収蔵品の購入や展覧会の準備のために、現存する衣装の製作年代を特定することも日常業務の一つだった。そのため資料は、主にファッション雑誌、次に同時代を描いた絵画であった。偶然、同じ服が掲載されているのを見つけることもあるが、そうでない場合に製作年代を確定することはできない。

このような経験を通して、この服はこの年とはっきりとわかるものではないと筆者は体感してきた。だから、一般的な前提に基づいて語られることがそうではない場合もありうると常々感じていた。

そうしたことに常に関心を抱いてきたところ、偶然に文化学園図書館で1855年パリに開業したルーヴル百貨店の通信販売カタログを調査する機会を得た。そこには、他に類を見ないような多量で具体的なデータが掲載されている。これを分析すれば、年ごとの服の実態というものがある期間の女性服の形や流行といったことが、より明確になるのではないかと考えた²。

思い返してみると、通信販売カタログを利用した研究はさほど見当たらない。先述の仕事では、アメリカの『シアーズ＝ローバック (Sears-Roback)』や『モンゴメリー・ウォード (Montgomery Ward)』などの通信販売カタログを年代特定に利用することもあった。もちろん通信販売カタログを図版に使用している本や展覧会図録も少なからずある。しかし、それらのカタログはどれも19世紀の終わり以降のものばかりである。

筆者が注目しているルーヴル百貨店のカタログは、それより時代が早いうえ、前述のアメリカのカタログとは違い女性服専門のカタログで、帽子や小物を除き、どれも着装された全身像と

*駒沢女子大学 非常勤講師

¹ フィリップ・ペロー。大矢タカヤス。衣服のアルケオロジー 服装からみた19世紀フランス社会の再構造。文化出版局。1985年 (Philippe PERROT. *Les Dessus et Les Dessous de la Bourgeoisie-Une Histoire Du Vêtement Au XIXe Siècle*, 1981)

² 拙著。1870年代パリ・ルーヴル百貨店のカタログに見る既製服ビジネス。社会文化史学。社会文化史学会。2010、第53号、p.13-p.16

して描かれている。

当時の女性服を知る上でこうした情報が持つ意味は大きいと考えるが、通信販売カタログは本当に研究資料に値するものだろうか。21世紀までビジネスツールとして生き延びている通信販売カタログに研究価値がないとは考えにくいですが、そのことも踏まえ、本論では改めて西洋服装史研究にこれを利用する価値について考えてみたい。

2. 研究方法

まず西洋服装史の研究の動向と通信販売カタログを使用した研究について確認をし、その上でルーヴル百貨店の通信販売カタログが研究に値する史料といえるかどうか検証してみたい。

具体的な検討に入る前に海外の事情について触れておくと、フランスとアメリカに関しては論文検索サイトにおいて入念に検索をしたが、通信販売会社に関する研究はあっても、カタログに具体的に關わるような研究は見当たらない。それ以外の国については、イギリスとドイツで発行されている学会誌を調査したが、同様に通信販売カタログを主に利用した研究は見当たらない。

また、国内で通信販売について研究している論文を分野を問わず調べてみると、多くの研究があるが対象となる商品はさまざまで、通信販売会社そのものについての研究である。服飾に関する研究でも、通信販売を消費者がどう利用しているかということに焦点を当てた研究がほとんどである。例えば、「カタログ販売誌に写

真で掲載されている衣服とその実際の衣服に対する評価の比較³」という論文がそれに当たる。これは現在の通信販売カタログを研究資料とした論文である。

通信販売カタログ自体を研究対象とした歴史分野の研究では、特に本論に関連する論文として「ビーズに関する基礎研究Ⅲ—シアーズ＝ローバック通信販売カタログにみるビーズワークの流行—⁴」と「20世紀アメリカの生活デザイン—シアーズ＝ローバック通信販売カタログを事例として—⁵」の2例がある。後者にも、「カタログを資料とし、それらに掲載された記事や商品の客観的なデータをもとに分析を試みた例はまだ少ない⁶」と指摘されている。日本の百貨店の通信販売に関する研究も数例あるが、どちらもカタログを研究しているというよりも、やはり通信販売ビジネスを研究している論文である。

そこで、ここ10年間の西洋服装史の研究動向を探るために、国内の主な4つの学会、日本家政学会、国際服飾学会、服飾文化学会、服飾美学会の学会誌から関連する論文を全て抽出した。すると西洋服装史研究の主流が、19世紀を対象にしたものであることが分かる。例えば日本家政学会では、相当する論文17点中18世紀についての論文が10年間で3点、20世紀についても5点しかない。19世紀は近代化が進んだ変化の激しい時代で、女性も自立に目覚め始める時だから研究対象になりやすいということが一つの理由だろう。もう一つの理由が、史料がそれ以前に比べ格段に増えることにあるに違いない。

³ 中川敦子・吉野鈴子・木村恵子・中尾時枝・多久慶子・山本倫子・明石淳子。カタログ販売誌に写真で掲載されている衣服とその実際の衣服に対する評価の比較。繊維機械学会論文集 vol. 50。1997年、p. 278-p. 284

⁴ 畑久美子。ビーズに関する基礎研究Ⅲ—シアーズ＝ローバック通信販売カタログにみるビーズワークの流行—。共立女子大学家政学部紀要 第55号。2009年、p. 21-p. 32

⁵ 田中沙織・坪井善昭・伊藤紀之。20世紀アメリカの生活デザイン—シアーズ＝ローバック通信販売カタログを事例として—。共立女子大学家政学部紀要 第57号。2011年、p. 81-p. 100

⁶ 脚注4参照。p. 81

本論では紙面の都合上省略しているが、抽出した62点（2011年10月現在）の論文を表にまとめ、そこから使われている史料の特徴を分析した。更に、とくに使用頻度の高い史料について、実際に検証することにした。

次に通信販売カタログを使用した先行研究と、それ以外の文献資料を有効に使用していると思われる先行研究の研究手法や分析結果について確認する。それらの文献資料と通信販売カタログとを比べた場合の、通信販売カタログの特徴について明らかにして行く。

3. 分析結果

3-1 西洋服装史研究の動向

19世紀の研究が多いことについて、村上裕子はその論文の中で、「衣生活の近代化＝市民の衣生活の改善ととらえ、衣生活の改善の始まる19世紀後半を研究対象とした⁷。」と述べている。

豊富な資料にはどんなものがあるだろうか。絵入り新聞、風刺雑誌、絵画、または文学作品や書簡、日記などの文献資料などである。その中で、服装生活を扱う上で他の領域とは異なる特徴的な資料として、ファッションプレート（彩色されたファッションイラスト）を含む婦人雑誌やファッション雑誌がある。現存する服飾資料を直接調査するという方法もあるが、この場合はその製作年が元々明確でない限り、二次的にどうしても文献資料を調査することになるので、やはりファッション雑誌などを参考にする必要が生ずる。

北山晴一は1830年代にファッション雑誌や婦人雑誌が続々創刊されたことについて、「潜在的読者側の余裕と、メディア側の商品価値がバ

ランスを持ちだすのがちょうどこの時期にあたったからである⁸。」と分析している。

服装史の研究は19世紀の中でも、その後半、それもほとんど世紀末が多いのだが、それは北山の分析する時代の延長上のことである。村上が、「市民の消費意識の変化を促した要因の一つとして当時の服飾雑誌を挙げた⁹。」と説明しているように、この頃には雑誌のメディアとしての積極的な役割が無視できなくなってくる。

3-2 西洋服装史研究の史料

抽出した西洋服装史の研究に、どのような史料が使われているかを検証した（表1）。その結果、イギリスの『クィーン（正式名称は後述）』誌の利用率が圧倒的に高いことが分かった。次に、『イラストレイテッド・ロンドン・ニュース（*The Illustrated London News*）』や『パンチ（*Punch, or the London Charivari*）』が続く。実は19世紀の研究が顕著になること自体がこの10年の特徴である。こうした史料は、論じられているテーマに添った服装を示す図版が掲載される資料として使われるようになり、その書誌データが明示されることはほとんどない。

① 史料『クィーン』の検討

そこで、最も使用頻度の高い『クィーン』がどのような雑誌なのか、文化学園図書館所蔵分を調査した。本論では、後述する先行研究と通信販売カタログの年代に合わせ、調査対象を全て1876-77年に絞っている。『クィーン』についても、1876年1月～6月に限って調査を行った。

同誌は1861年創刊の週刊誌で、正式名称は『*THE Queen, THE LADY'S NEWS PAPER AND COURT CHRONICLE*（女性の新聞、

⁷ 村上裕子。19世紀後半フランス女性における消費意識の形成（その1）—“*La Mode Illustrée*”を資料として—。実践女子大学生活科学部紀要第34号。1997年、p. 40

⁸ 北山晴一。おしゃれの社会史。朝日選書418 朝日新聞。1991年、p. 67

⁹ 同前 ii

表1 19世紀の服装史研究に関する利用文献延べ数（4学会誌 計62論文）

出版国	文献（雑誌、新聞等）名	利用論文数
英	The Queen, the Lady's Newspaper	23
英	Punch, or the London Charivari	11
英	The Illustrated London News	10
米	Harper's Bazar	8
英	The Ladies' Gazette of Fashion	5
英	The Sketch	5
英	The Woman's World	5
英	The Graphic	5
英	The Girl's Own Paper	5
仏	La Mode Illustrée	4
英	Liberty's Catalogue	4
英	The Lady	4
英	The English woman's Domestic Magazine	4
仏	Journal des Dames et des Modes	3
英	Myra's Journal of Dress and Fashion	3
英	Scraps	3
英	Players	3
英	Lady's Pictorial	3
米	Godey's Lady's Book and Magazine	2
英	The Studio	2
英	The Girl's Realm	2

■は通販カタログ *複数利用分のみ

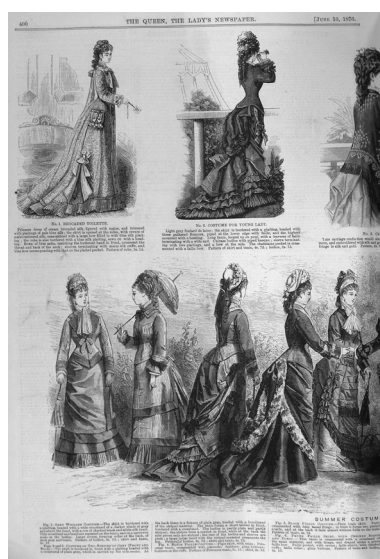
王室の新聞)』である。Samuel BEETONによって創刊され、調査した年代はHorace COXが出版していた。その後同誌は1958年、1968年に売られ、『Harpar's & Queen』となる。

本文の前と後ろに広告頁がそれぞれ、4～10頁つく。本文は、だいたい18頁である。月始めの号に「LATEST PARIS FASHION」というタイトルのファッションプレートが一枚付いている。毎号、必ず「DRESS & FASHION」という欄があり、その後に服の図版が見開きで載

るという体裁である（図1）。手芸のページも一見開きある。それ以外にも、服や服飾小物もう一見開き掲載される場合もある。つまり、18頁中の3～5頁がファッションに関する記事となる。

以下に、同誌に毎号掲載されるコラムのタイトルをアルファベット順に紹介しておく。これらは、毎号順番を変えながら、どの号にもどこかに掲載が見られる。

これらに広告を含めると30～35頁となる。広



1876年6月10日号400頁

図1 『クイーン』のファッション図版（文化学園大学図書館蔵）

court
etiquette
dress & fashion
exchange
garden
gazette des dames
housewife
library
music & musicians
naturalist
society
studio
tourist

告には服と布の店が目立つが、ミシンやその他、家具や馬車など様々な商品が掲載されている。

正式名称からもわかるように、これは女性のための新聞であり、また宮廷の情報に重点が置かれているので、カテゴライズすればファッション雑誌というよりも婦人雑誌である。同誌の本文は上記のように生活全般にわたっており、服装に着目するとしても自ずと、女性の生活や考え方が服にどのように反映しているかといった服飾文化史的な研究に用いるという方向になる。そのことは、同誌を利用した各研究のタイトル、例えば「新しい女」とか「装いと意識」「衣服改革」などと言ったテーマや内容からもわかる。

前述のように、研究者たちはその特徴を明らかにせずに資料としているが、服装そのものの変遷などを研究する場合には、データが豊富とは言い難い。広告は服装に関するものも多い上、文字情報が多く、分析する価値があるかもしれないが、それ以外の情報がほとんどない様々な形式や規模の店の記事を一律に論じることはやさしくない。

② 史料『ラ・モード・イリュストレ』の検討

ファッションの本場とされるフランスを対象とした研究は、表1からもわかるように圧倒的に少ない。その中でも、あえて研究対象とされる代表的な資料を挙げれば、『ラ・モード・イリュストレ (*La Mode Illustrée : journal de la famille*)』ということになる。同誌は、パリのFirmin Didot 兄弟によって1860年に創刊。月により4～5号出版され、1930年代まで続く¹⁰。

2001年以前の先行研究になるが、村上も同誌を史料としている。「中流から上流までの幅広

い層を購読者の対象として」いて、「長い期間発行され続けた雑誌¹¹」だからだと評価している。このように資料を選択した理由を明示している点で、この研究は客観性が高い。彼女は同研究において、1868年から1878年の10年間を取り上げている理由も、「百貨店が初めてパリに誕生してから約20年たち、中流階級をはじめとして多くの顧客をつかみ反映していたからである¹²。」と明白にしている。百貨店の繁栄が当時のファッションに影響していると考えたのだ。

そこで、村上が同論文の次の論文¹³でルーヴル百貨店のカタログと比較している『ラ・モード・イリュストレ』の1876年一年間について調査してみた。同誌は、全て9頁で構成されている。最初に表紙と図版、その説明があり、途中に必ずファッションプレートが一枚組み込まれている。最後のページはほぼ文字情報である。

図版に注目してみると、1号にはほぼ36～7点の大小の図版が掲載されている(表2、図2)。そのうち、女性の全身が描かれているのは1号に8点、品物としての単品の服や女性の半身像のみなどの図版を含めても11点であるから、合わせても全図版の3分の1に満たない。一方、室内装飾や服飾品のモチーフ提案などが1号につき11点ほどあり、女性服の割合とはほぼ同じくらいである。それ以外のヘアスタイルの特集やアクセサリーなどと子供服を合わせると14点で、3分の1強となる。

同誌の副題が「journal de la famille (家族の新聞)」となっている位であるから、子供服や室内装飾などもとても重要なテーマだったはずだ。もちろん研究対象にもよるし、記述も重要なのだが、女性服について図版を用いて研究し

¹⁰ 文化女子大学図書館所蔵 欧文貴重書目録 解題・目録。文化女子大学図書館。2000年、p. 94

¹¹ 同前 ii

¹² 同前 ii p. 41

¹³ 村上裕子。19世紀後半フランス女性における消費意識の形成 (その2)―服飾雑誌、カタログを資料として―、実践女子大学生活科学部紀要第36号。実践女子大学。1999年、p. 81-p. 85

表2 『ラ・モード・イリュストレ』に掲載される図版

月	冊	全身		女性服全体		小物、ヘア		子供(含单品)		装飾、その他		型紙		合計	1冊平均
		月計	冊平均	月計	冊平均	月計	冊平均	月計	冊平均	月計	冊平均	月計	冊平均	(点)	(%)
1	5	40	8	45	9	72	14.4	21	4.2	40	8	0	0	178	35.6
2	4	32	8	37	9.2	34	8.5	21	5.2	43	10.7	0	0	135	33.6
3	4	32	8	52	13	32	8	10	2.5	46	11.5	0	0	140	35
4	5	38	7.6	48	9.6	41	8.2	30	6	39	7.8	0	0	158	31.6
5	4	35	8.7	42	10.5	43	10.7	21	5.2	50	12.5	1	0	157	38.9
6	4	45	11.2	52	13	10	2.5	44	11	65	16.2	0	0	171	42.7
7	5	29	5.8	40	8	32	6.4	26	5.2	74	14.8	0	0	172	34.4
8	4	40	10	58	14.5	32	8	38	9.5	43	10.7	0	0	171	42.7
9	4	39	9.7	56	14	40	10	9	2.2	28	7	0	0	133	33.2
10	5	49	9.8	69	13.8	22	4.4	25	5	71	14.2	0	0	187	37.4
11	4	32	8	39	9.7	71	17.7	22	5.5	41	10.2	0	0	173	43.1
12	5	51	10.2	54	10.8	58	11.6	34	6.8	40	8	0	0	186	37.2
計	53	462	8	592	11	487	9	301	5	580	11	0	0	1961	37
一ヶ月平均		38	21%	49	31%	40	24%	25	14%	48	31%	0	0	162	

月計 点数
冊平均 %

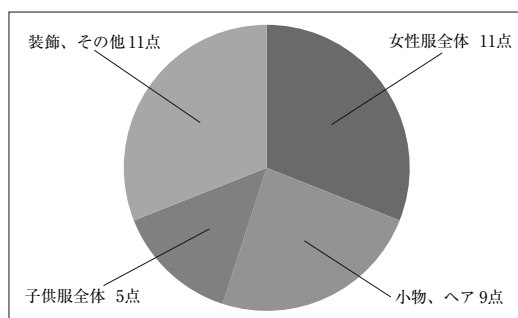


図2 『ラ・モード・イリュストレ』1876年一冊平均

たいと考えた場合は、決して情報が豊富な資料とは言えない。特に全身像は少なく、もしシルエットや流行などの研究に使うとすれば、これもデータとして精度が高いとはいえない。だからこそ、同誌を利用した研究が余りなされてこなかったとも考えられる。図版に添えられた情報も、多くてもアイテムと素材、色、店名のみに

でそれ以上のことはわからない。

それでも村上は、同誌を資料として、1868年～1878年の10年間に紹介されたパーティドレスが10種類、「日常において着用される¹⁴⁾」ドレスが20種類であると結論付けた。論文の中でパーティドレス10種類の変遷をグラフ化し、実際にそれがどのようなドレスであったかも示している。ただそれぞれのパーセンテージしか表されていないので、各年に何点ずつあったのかはわからない。この研究には全身像が必要であり、各号の図版数から察するに、それぞれが分類できるほどの点数にのぼっているのか疑問となる。また、ここに示された10種類が、何を根拠にどこが他のドレスと違うと判断されたのかがわからない。全く同じドレスが2号以上に渡って掲載されることはないので、同じ形態が続くという前提には、何かしらのデザインの共通性など

¹⁴⁾ 同前 ii p. 43

が示されなければならないはずだが、そうしたキーワードが明らかにされていない。図版数が多くないだけに、同形態と考えられるドレスの図版を、10種類のうちせめて1種類についてだけでも、全て並べて見せることも可能性だったのではないだろうか。

日常のドレスについても図示されているが、何を根拠に新しい形態が登場したと決定しているのかわからない。各号に載っている女性服の点数は多くないだけでなく、様々なシーズンの様々な TPO の服が含まれている。村上の行った分類や分析は成立するのかどうか不明である。

「ドレスの流行の周期としては、10年間で20着であるから平均して1年につき約2種類程の割合で新しいデザインが紹介されていることになる¹⁵。」という結論も強引に感じられる。論文中に示された「ドレスの形態の変遷」の図では、20種類のうち1868年に登場しているのが5点、翌年も5点で、それ以後は1～3点の範囲となっており、平均を出すことに意味があるののかも疑問である。

それでも、ある期間の資料を分析して数値化しようとしたり、目に見える形で分類しようとしたことは画期的で、こうした研究は後にも先にもない。そして、この研究を通じて村上は、やはり雑誌だけでは当時のことが本当にはわからないと実感したのではないか。そのために、次の研究では通信販売カタログとの比較を試みる。これも非常に画期的であった。

③ 史料『ジュルナル・デ・ダム・エ・デ・モード』の検討

ファッション雑誌の図版を、創刊から廃刊まで全て調査した研究もある。大澤香奈子は共同研究によって、継続的に『ジュルナル・デ・ダム・エ・デ・モード (*Journal des Dames et des Modes*)』の分析を行った¹⁶。この研究では、まず同誌の重要性が詳しく述べられており、史料価値に納得ができる。ファッションプレートは約40年間で3600枚超と報告されているので、平均すれば年間では90枚超、1カ月では7枚超となる。

ただ同誌に関する大澤のいずれの研究でも、「40年間の資料が膨大な量となり一度に調査することができない¹⁷。」として、分析のためにそこから更に図版をピックアップしており、データに制限が加えられてしまっている。

たとえば、1830年代の3年間について全てのファッションプレートのイラストに描かれた性別、店名、住所、アイテム名を表にした。そして、ショールを掛けたイラストについても分析しているが、1830年が7点、1832年が27点とそのデータ自体が非常に少なく、その数少ない図版のキャプションから分析を試みている。そこで述べられていることが実際のところどれほどの流行であったのか、確証は得難い。同誌の1830年一年間分を調査した研究でも、最終的に分析されているのは17点にとどまっている。

2009年の研究では、1800年から10年毎に1年

¹⁵ 同前 vii

¹⁶ 大澤香奈子、木岡悦子。1830年代初頭のファッションプレートにみる女性像と服飾表現—『ジュルナル・デ・ダム・エ・デ・モード』を通して—。日本家政学会誌 vol. 53 No. 6.

2002, p. 581-p. 592

大澤香奈子、木岡悦子。1830年代における *Journal des Dames et des Modes* の編集とメディア機能。日本家政学会誌 vol. 56 No. 11 p. 797-p. 805

大澤香奈子、森本一成。色彩情報から捉えた1830年代パリ・モードの特徴。服飾文化学会誌 vol. 9 No. 1. 2008, p. 93-p. 98

大澤香奈子、森本一成。夜会服にみる流行色とモードとの関わりについて—*Journal des Dames et des Modes* 1800-1838を資料として—。服飾文化学会 vol. 10 No. 1. 2009年, p. 85-p. 92

¹⁷ 大澤香奈子、森本一成。夜会服にみる流行色とモードとの関わりについて—*Journal des Dames et des Modes* 1800-1838を資料として—。服飾文化学会 vol. 10 No. 1. 2009年, p. 86

間を調査するという方法をとっている。大澤らは4年間でピックアップした648点の女性服から、更に夜会服のみを取り上げ、417点を調査サンプルとした。今後、調査サンプルが広がり、さらに精度の高い研究がなされることを期待したい。

④ 史料としての雑誌広告の検討

ファッション雑誌の広告欄とそこに見られる通信販売の情報を対象とした研究もある。実は前述の『ラ・モード・イリュストレ』には、残念ながら広告はない。ファッションプレートには、店名とその住所が入っていることから、これが今でいうところのタイアップ広告かと想像はされるが、そこにはそれ以上の情報はない。カラーでない図版にも店名と商品情報が掲載されているが、これは広告ではない。

太田（沖原）茜は、「当時の衣生活をうかがう手がかりとして、当時発行されていた雑誌の服飾に関する記事や広告¹⁸」の有効性に注目している。商品の素材や価格など具体的なデータが分析対象となるため、興味深い研究が可能だ。太田は、たとえば1890年代の雑誌記事と広告とを分析に役立て、「特に（雑誌の）広告は読者が購入するものが掲載されていたと考えられ、読者がどのような衣生活を送っていたかを考える手がかりになる」と述べている。

20世紀の研究になるが、太田は「20世紀初頭アメリカにおける衣服の通信販売—注文服を中心に—¹⁹」では、『ハーバース・バザー (Harper's Bazar)』誌に見られる通信販売会社の広告を分析している。「1890年代アメリカの婦人雑誌にみる衣服の入手方法—2誌の比較から—²⁰」で

は、アメリカの『ハーバース・バザー』と『グーディズ・マガジン (Goodey's Magazine)』2誌の特色を明らかにし、当時の注文服ビジネスに焦点を当てた。

詳細に2誌の内容や読者層を分析し、広告の違いや編集方針の違いなどを比べている点で、客観性が高い。すでに引用した「19世紀末アメリカ婦人雑誌にみる衣生活—衣服記事と広告の分析をとおして—」では、『ハーバース・バザー』と『ヴォーグ (Vogue)』との広告を比較するために、「衣服の種類」「衣服の入手方法」「衣服の価格」の3点の具体的な指標を挙げ、研究の精度を高めている。また、ファッションの本場であるパリの情報についても着目をして、比較している。

但し、2誌の違いが数量化されていないところが残念だ。「(「ヴォーグ」の) 夜会用のドレスやガウンが『ハーバース・バザー』誌に比べると多く掲載されており」とか、「広告には価格が掲載されているものが多い。」「商品の価格が掲載されている商品の広告も多い。」「どちらも様々な衣服を取り上げている」などと表現が抽象的で、実際にはどうなのか、どれだけ多いのかわからない。

広告に関しては、新聞広告を有意義に使った研究が経済学の分野でなされている。松原建彦は、絵入り新聞『リリュストラシオン (L' Illustration)』に掲載された百貨店の広告を分析することで、当時の百貨店の販売方法やオリジナル商品の商法について明らかにしている²¹。この研究は、データを集め詳細に研究している

¹⁸ 太田茜。19世紀末アメリカ婦人雑誌にみる衣生活—衣服記事と広告の分析をとおして—。日本家政学会誌 vol. 9 No. 4 (通号 516号)。2008年

¹⁹ 沖原茜。20世紀初頭アメリカにおける衣服の通信販売—注文服を中心に。国際服飾学会25号。2004年、p. 4-p. 16

²⁰ 太田茜。1890年代アメリカの婦人雑誌にみる衣服の入手方法—2誌の比較から。国際服飾学会 31号。2007年、p. 32-p. 42

²¹ 松原建彦。19世紀後半のパリにおけるデパート経営—「イリュストラシオン」紙上の広告分析を中心に—。福岡大学経済学論集 第52巻 第3-4号 2008年3月、p. 459-497

同（後篇）。福岡大学経済学論集 第54巻 第3-4号 2010年3月、p. 319-p. 372

し、分析データも全て示されているので、服装史の研究者にとっても非常に参考になる。

⑤ 史料としての文学作品などの検討

服装史の研究には、文学作品を資料とした研究も多い。文学作品からは、様々な描写によって当時の様子を生き生きと理解することができる半面、それがどのくらい普遍的だったのかというようなことは判別しづらい。新實はこの分野では余り使われてこなかった文献資料として、「収録書簡数約20000通、収録人名2000人を越える」ジョルジュ・サンドの書簡集を使用している。その目的を、先行研究ではサンドの男装についての「全容が示されていないからである²²。」と新實は述べている。新實の研究は、データ数も多く客観性があり、説得力もある。

4. 通信販売カタログの価値の検証

4-1 通信販売カタログ研究史

服装史を研究する上で、新實の研究における書簡のように客観的なデータの多い資料は、他にないだろうか。そこで注目したいのが、19世紀の後半に利用されるようになる通信販売カタログである。通信販売カタログの研究について調べてみると、この10年ではテキストスタイルや子供服の研究などがごく少数発表されているだけである。10年以上さかのぼって、通信販売カタログを資料とした服装史の先行研究について検証してみたい。

先述した村上の論文もその一つだ。百貨店と服飾雑誌の結びつきが強かったから、両者を並行して研究することに意義があると考えた村上は、『ラ・モード・イリュストレ』1876年12月

号にルーヴル百貨店のバーゲンセールの案内が出ていることを紹介している。同百貨店について研究したピエダドゥ・デュ・シルヴェイラによれば、1861年からルーヴル百貨店のカタログの前身ともいえる商品紹介のページが、同誌に綴じられている²³。

実際に同誌の1876年分を調査してみると、村上の指摘したのは正確には12月10日号で、4頁に渡り布や既製服、下着の広告が掲載されている。次号には表紙に3点のオーバー、ファッションプレートに9点の子供服が載っている。他に8月6日、20日、9月10日号にも商品が紹介されている。これだけの情報量があるのだから、村上が着目した雑誌に見られる百貨店の通販記事も、継続的に長いスパンで分析をすれば、多くの比較データが得られ、客観的な分析が可能となるに違いない。

村上は、通信販売カタログについて質量的にどれだけ調査したのかも明示していない。ルーヴル百貨店に関しては、「最初の段階では」「1880年代に入ると」という記述があるのみで、これによって結論を導くのは困難ではないかと思われる。ボン・マルシェやブランタン百貨店のカタログについても、そのカタログを調査したのか、何かの文献からそのデータを得たのか判然としない。これらのカタログを系統だって分析して、比較することができれば、興味深い結論が得られたはずである。

通信販売カタログを有効に利用している例としては、論文ではないが鹿島茂『デパートを作った夫婦²⁴』が挙げられる。ボン・マルシェの何冊かのカタログやアジェンダなどが有効な資料

²² 新實五穂。書簡集に見るジョルジュ・サンドの衣生活—男性と女性性の関係—。日本家政学会誌 vol. 54 No. 7 (通号459号)。2003年

²³ Pedade a Silveira, *Les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE au XIXe Siecle*, 1995, Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, p. 33, 35

²⁴ 鹿島茂。デパートを発明した夫婦。講談社 現代新書。1991年

として利用されている。ただし、これも時代は限られカタログの数も少ない。

研究対象とする時代は後になるが、鍛島康子は「既製服の歴史（その4）大衆化による商品の形態（20世紀前半²⁵）」において、1920年代の女性服について、アメリカの『シアーズ・ローバック』を資料として分析を行っている。これもカタログをどれだけどのように調べた結果なのか明記されていない。また、カタログを資料としているにもかかわらず、分析がカタログのデータからなされているというわけでもない。

どの記述も「1ドル69セントから2ドル98セントなど」「45ドル95セントのような高価なものもみられるが、ほとんどは…」「非常に安いものばかり」などといった抽象的な表現に終始しており、幾らのものがどれだけといった明確なデータも示されていない。

鍛島は、「日米両国、婦人既製服の初期的発展と流行—ブラウスの需要・供給を中心にして—²⁶」では、『シアーズ・ローバック』に、『ジョルダン、マーシュ・アンド・カンパニー、ボストン(Jordan, Marsh and Company, Boston)』、『スターン・ブラザーズ (Stern Brothers)』を加え計3社の通信販売カタログを資料として利用しているが、ジョルダンは1891年の号、スターンは1898年の号、シアーズは1897年と1902年、1916年だけが使用されている。それぞれ時代が異なり、重なっている部分があるわけでもない。この比較が妥当なのかどうか疑問である。

その鍛島は、「既製服の歴史（その3）」で「女子既製服の需要形成を単に量で述べることは出

来ない。²⁷」と述べている。上記のような曖昧な分析は、量を重視していないことに基づいているのかもしれない。けれども量について調査がなされ、的確に分析がされたら、量から導かれることもあるのではないだろうか。当時の服装生活を研究するには、まず客観的に、多量なデータの分析から始めるべきである。

一方、米今由希子は、イギリスのヴィクトリア&アルバート美術館が所蔵する1881年から1949年までのリバティー商会のカタログのうち、1881年～1900年分のテキスタイル記事を調査している²⁸。論文には、具体的で細かなデータが紹介されていて、貴重な資料となっている。ただ、そのデータが数量的に分析されているわけではなく、約20年間の全体の特色がどうだったのかなど、調査からわかったことが紹介されていない点が残念だ。

同じリバティー商会のカタログの1881年から1910年までを調査した論文もあるが、こちらはカタログそのものを研究しているわけではない²⁹。

4-2 カタログ研究の特徴とその価値

カタログを資料にした研究を検証してみると、リバティー商会の研究を除いて、カタログが断片的にしか調査されていない。実は、フランス国立図書館でも百貨店の通信販売カタログの収蔵に力が入れているとは言えない。筆者が調査しているルーヴル百貨店のカタログは、同館では調査が完了していないが、1863年から1969年までのカタログが13の箱にほぼ5年分ご

²⁵ 鍛島康子。既製服の歴史（その4）大衆化による商品の形態（20世紀前半）。実践女子大学家政学部紀要 第20号、1983年、p. 101-p. 109

²⁶ 鍛島康子。日米両国、婦人既製服の初期的発展と流行—ブラウスの需要・供給を中心にして。服飾文化学会 vol. 2 No. 1. 2002年、p. 1-p. 12

²⁷ 同前 i

²⁸ 米今由希子。リバティーのテキスタイルデザイン—1881年～1900年のカタログから。国際服飾学会 20号。2001年

²⁹ 周防珠実。1880-1910年代のイギリスにおける日本製室内着 リバティー商会の通信販売カタログを手がかりとして。ドレストディ。京都服飾文化研究財団。51号。2007年。p. 30-p. 36

とに収められ、「寄せ集め」とされていることから、欠号も少なくないと思われる。同社について研究をしたシルヴェイラの著作でも、通信販売を取り上げて項目立てしているほどは述べられていない。ファッションについては本文41頁中10頁が充てられているが、ファッションの通信販売については、そのうちの0.5頁しか記述がない。

通信販売カタログの現存が少ないことについては、『シアーズ＝ローバック』の復刻版のカタログの前書きに、「(ニューヨーク市立大学の)図書館にも国会図書館にもスミソニアン博物館にも、1890年代のシアーズ＝ローバックのカタログが所蔵されていないことに驚いた」と書かれていることを、畑が先の論文で指摘し、「新しい号が手に入れば古いものは何らかの形で処分されるか、何年か保管されていたとしても家庭内で何十年も大切に保管されることはほとんどないと考えられる³⁰⁾」と述べている。

国内外にカタログが少ないにせよ、なぜ研究対象となって来なかったのだろうか。通信販売カタログには他の史料では得られない豊富なデータが蓄積されている。畑も、「ほぼ全ての図版が掲載されているし、価格や商品の詳細が記載されている³¹⁾」と指摘している。同じシアーズのカタログを研究した田村らも「商品掲載ページの一つ一つの商品には、値段やデザインのみならず、扱い方や色、サイズ、重量、材質などが明確に記されている³²⁾」と評価している。しかも、カタログは「①発行年と発行場所が確定できる②当時、確実に流通していたものである③価格や商品の説明が記載されている」から

「資料として有用である³³⁾」と畑は述べている。

この二つの研究対象となったカタログもやはり断片的なところが残念な点である。後者は、その中から更にカタログを限定して調査を行っている。それでも、「通信販売用カタログが人々の生活に何をもたらし、アメリカの生活様式の向上や価値観の形成にどのような影響を与えてきたのか³⁴⁾」がわかると評価している。商品数の多いカタログを継続的に調査すれば、例えば科学系の研究で行なわれる実験のように、データを揃えることができるのだ。それを有意義に分析することができれば、ファッション雑誌や新聞などから得られる情報とはまた違う事実が見えてくるのではないだろうか。

5. デパートの通信販売カタログを体系的に利用した研究の可能性

筆者は、これまでもパリのルーヴル百貨店の通信販売カタログについて紹介をしている。そこでも簡単に触れたが、とにかく1冊のカタログのデータ数が雑誌などと比べると比べ物にならないくらい多い(表3)。各カタログに何百点もの商品が掲載されている。

ルーヴル百貨店のカタログは、まとまったカタログとしては早い時期の1872年に創刊されて以来、継続的にほぼ同じ体裁で女性服のみのカタログが発行され続けた。コート、スカートなどといった同アイテムごとの点数も、当然ファッション雑誌とは比べ物にならない。しかも、同店のカタログには必ず、図版の下に価格、素材、色、デザインなどが掲載されている(図3)。アイテムによっては、その丈や幅などま

³⁰⁾ 脚注3参照。p. 22

³¹⁾ 同前

³²⁾ 脚注4参照。p. 83

³³⁾ 脚注3参照。p. 31

³⁴⁾ 同前 i

表3 ルーヴル百貨店 カタログの内訳

所蔵先	カタログ名	小計	
BAD	ALBUM de l'Eté 1872		
1	COMPTOIR DES MANTEAUX ET CONFECTIONS		12
2	COMPTOIR DES PEIGNOIRS ET DES ROBES TOUTES FAITES		30
3	COMPTOIR DES ROBES MI-CONFECTIONNÉES		34
4	COMPTOIR DES INDIENNES ET MOUSSELINES		15
5	COMPTOIR DES CRINOLINES ET TOURNURES		2
6	COMPTOIR DES CRAVARES ET FICHUS		9
7	COMPTOIR DES DENTELLES		8
8	COMPTOIR DES CHAPEAUX		10
	計		120
BAD	MODE D'ÉTÉ 1873		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		32
2	MODES ET COIFFURES		14
3	ROBES ET PEIGNOIRS TOUTES FAITES		43
4	CRAVATES ET FICHUS		13
5	JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES		28
	計		130
BBG	MODES D'HIVER 1873-74		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		65
2	CRAVATES ET FICHUS		9
3	ROBES ET PEIGNOIRS TOUTES FAITES		32
4	MODES ET COIFFURES		25
5	JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES		16
	計		147
BAD	Saison de Printemps 1875		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		36
2	ROBES ET COSTUMES TOUTES FAITES		43
3	MODES ET COIFFURES		12
4	ROBES MI-CONFECTIONNÉES		9
5	JUPES ET JUPONS TOUT FAITS		30
6	COMTOIRS DIVERS		42
	計		172
BBG	Saison d'Hiver 1875		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		77
2	ROBES ET COSTUMES TOUTES FAITES		57
3	JUPES ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES		44
4	MODES ET COIFFURES		20
	計		198
BAD	ALBUM ILLSTRÉ DES MODES D'ÉTÉ 1876		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		99
2	COSTUME ET PEIGNOIRS CONFECTIONNÉS		65
3	MODES ET COIFFURES		28
4	JUPES ET JUPONS TOUT FAITS		48
5	ROBES ET TUNIQUE MI-CONFECTIONNÉS		17
6	CRAVATES ET FICHUS		40
7	COMTOIRS DIVERS		6
	計		303

所蔵先	カタログ名	小計		
BBG	Album illustré des Modes d'Hiver 1876-77	ダイジェスト版		
	1 MANTEAUX ET CONFECTIONS	①	32	108
	2 COSTUME ET PEIGNOIRES CONFECTIONNÉS	②	8	41
	3 MODES ET COIFFURES	③	4	32
	4 JUPES ET JUPONS TOUT FAITS	④	24	59
	5 ROBES ET TUNIQUE MI-CONFECTIONNÉS			12
	6 TORNURES ET CORSETS			6
BAD	7 CRAVATES ET FICHUS			52
BAD	8 VÊTEMENTS POUR ENFANTS			54
	計			364
BAD	Album illustré des Modes d'Été 1877			
	1 MANTEAUX ET CONFECTIONS			87
	2 COSTUME ET PEIGNOIRES CONFECTIONNÉS			87
	3 MODES ET COIFFURES			36
	4 ROBES ET TUNIQUE MI-CONFECTIONNÉS			24
	5 JUPES ET JUPONS TOUT FAITS			47
	6 CRAVATES ET FICHUS			53
	7 VÊTEMENTS POUR ENFANTS			64
	8 TORNURES ET CORSETS			9
	計			407
BAD	Album illustré des Modes d'Hiver 1877-78			
	1 MANTEAUX ET CONFECTIONS			99
	2 COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés			64
	3 MODES ET COIFFURES			34
	4 ROBES ET TUNIQUE Mi-Confectionnés			12
	5 JUPES ET JUPONS Confectionnés			64
	6 VÊTEMENTS POUR ENFANTS			70
	7 TORNURES ET CORSETS			16
	8 CRAVATES ET FICHUS			81
	計			440
BNF	Album illustré des Modes d'Été 1878			
	1 MANTEAUX ET CONFECTIONS			98
	2 COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés			80
	3 MODES ET COIFFURES			48
	4 JUPES ET JUPONS Confectionnés			63
	5 ROBES ET TUNIQUE Mi-Confectionnés			36
	6 VÊTEMENTS POUR ENFANTS			108
	7 TORNURES ET CORSETS			21
	8 CRAVATES ET FICHUS			81
	計			535
		合計		2816

BAD Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris, Collection Maciet (パリ装飾美術図書館)

BBG 文化学園図書館

BNF Bibliothèque nationale de France (フランス国立図書館)

で明記されている。調査済みの10シーズンのカタログに登場するアイテムは合計すると、大人

の女性用の服と下着だけで65種類にも及ぶ³⁵。

そのうち掲載の多い上位10アイテムを抽出してみると（表4）、スカート（jupe）の多さが際立つ。ここから上下に分かれた服がいかに多く着られていたかということが分かる。このほとんどが黒である。既にその可能性を報告しているが、黒の普及について考える上でも価値がある。

現存するドレスを見ている限りでは、黒はほとんどと言ってよいくらいに確認できないので、黒が多いと実感することはできない。カタログにあるような上下の服を組み合わせる着方の流行というの、組み合わせられたまま見つかりでもない限り、現存する服飾資料からはなかなかわからない。これらは、データの多いカタログだからこそのわかることなのである。

65種類のうち上衣だけで、延べ26種類のアイテムが紹介されている。その中では、バルトーが平均して毎年夏冬ともに人気が高いことが分かる。また現在では衣服一般をさすヴェットモ



図3 1876-77年冬のカタログ 既製品の衣装と部屋着のカタログ118番 舞踏用衣装（文化学園大学図書館蔵）

表4 ルーヴル百貨店カタログ掲載商品 上位10アイテム

アイテム	シーズン										計
	1872 年夏	1873 年夏	1873 年冬	1875 年夏	1875 年冬	1876 年夏	1876 年冬	1877 年夏	1877 年冬	1878 年夏	
manteau					11		41		35		87
mantille		5	1	4		15		14	1	32	72
paltot		1	13		4		28	19	32	15	112
vêtement	1	12	11	15	22	58	19	26	15	13	192
costume	16			2	1	43	29	56	40	46	233
costume complet	7	29	20	22	32	22					110
costume mi-confectionné	5					15	7	16	10	32	80
peignoir	4	12	11	12	17	17	1	13	4	7	98
rob de chambre							8	14	14	23	59
jupe	20	29	16	28	39	48	55	46	48	52	381

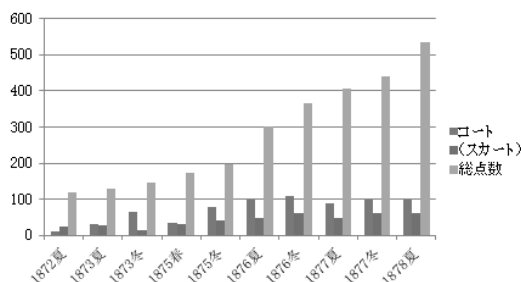
³⁵ 同時代の服種が多いことに関しては、脚注16の論文にも指摘がある。p. 30

ン (vêtement) が、上衣のアイテム名として使用され、特定のアイテム名で表せない多くの商品がこの言葉で表されていることもわかる。

カタログのシーズンごとの変化からは何がわかるだろうか (図4)。

毎シーズン「コートと既製服」のカタログから始まっている上に、コート類のアイテムが多いことから、この時代の既製服において外衣が占める割合の高さが実証される。女性既製服がコートから始まったというのは通説であるが、多種多様なアイテムが着られていたことは、一冊の図版に限られる雑誌ではなかなか浮かび上がって来ない。

コスチューム (cosutme) についてみると、一揃いの服という意味でコスチューム・コンプレ (costume complet) という表現が1875年夏シーズンまで使われているが、同時期から、単品としてチュニクの種類であるポロネーズ (polonaise) が登場する。スカートも1876年夏シーズンから格段に商品数が増える。これらのことから、客が二部形式の服をまとめて買うのではなく、上下をバラバラに買う傾向になっていることが窺える。コスチューム・コンプレが全く登場しなくなると、入れ替わるように1876年夏からコスチューム・ミ・コンフェクショネ (costume mi-confectionné) という商品が出て



(コートはカタログの全数、スカートは単品の数)

図4 カatalog掲載数の推移

くる。これは、文字通りなら「半既製服」となるが、購買客が自分で仕立てる商品である。一揃い買うと高額になるから、こうした商品についてはリーズナブルにするために購入者に仕立てを委ねているのだろうか。

ペニョワール (peignoir) は1870年代の後半に商品数が減り、逆にマチネ (matinée) とローブ・ド・シャンブル (robe de chambre) が1876-77年冬シーズンから登場してくる。部屋着という意味ではあまり変わらないように思われるが、やはり何らかの変化があったことがうかがえる。

全体的に1870年代の後半に、カタログのヴァリエーションも増える。これを端的にあらわすのが、1877年の夏に登場する子供服のカタログだ。年を追うごとに全体の商品数も急に増えていく。

一冊のカタログからは何が読み取れるだろうか。その中の一つのアイテムに限って図版とキャプションを抽出して並列してみれば、自ずとそのデザインなどの特徴がわかる (図5)。図版を見れば、その丈がほとんど同じであることや、一部を除いてはシルエットもほぼ近いことが分かる。キャプションを合わせてみると、素材にはヴァリエーションがあり、それとともに同アイテムでも価格帯に幅があることがわかる。これらの情報から、様々な分析を試みることはできるはずだ。

このように具体的な特徴や変化が目で見えてわかるのが、通信販売カタログのメリットである。畑も、カタログと雑誌や現存する実物資料を比較することで、あるバックが使われていた期間を推定したり、現存する史料の特定に利用できたりすることを明らかにしている³⁶。

もちろんカタログが万能だと主張しようというわけではない。カタログを資料にした場合の

³⁶ 脚注5参照。p. 31-32



図5-1 1876-77年冬のカタログ コート (manteau) の図版

Fig. 2. — MANTEAU demi-long en beau drap noir, garni de fourrure noire fantaisie et de boutons nouveauté. 75 fr.

Fig. 10. — MANTEAU demi-long en armure de soie, croisé devant avec deux rangs de beaux boutons, garni de castor des Indes argenté, de motifs avec glands aux poches. 215 fr.
Ce vêtement est doublé de soie et bien ouaté.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 7. — MANTEAU en drap uni, garni d'un large biais de faille, de plis doubles, formant gilet, et entouré d'une fourrure fantaisie 95 fr.

Fig. 8. — MANTEAU en drap uni, orné autour d'une large fourrure fantaisie surmontée d'un large biais de faille 110 fr.

MESURES A ENVOYER : 1^o longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2^o longueur du vêtement derrière; 3^o encolure; 4^o tour du buste pris sous les bras; 5^o Contour du corps comprenant le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

II. B. — IL EST TOUJOURS PRÉFÉRABLE D'ENVOYER COMME MODÈLE UN CORSAGE ALLANT BIEN.

Fig. 19. — MANTEAU de velours, garni de dentelle, passementerie avec grelots tombant sur le bas de la jupe, poches bouillonnées ornées de nœuds. 260 fr.

Fig. 23. — MANTEAU demi-long en armure de soie, garniture de guipure de soie, de passementerie et de frange. 190 fr.
Ce vêtement est boutonné entièrement devant.

Fig. 21. — MANTEAU demi-long en armure de soie, doublé et ouaté, garni d'un beau galon nouveau et d'une très-jolie frange nouvelle, motifs aux poches. 180 fr.

Fig. 22. — MANTEAU demi-long, en armure de soie, doublé et ouaté, garniture de fourrure surmontée de galon en passementerie; riche motif ornant le dos; jolies poches ornées de passementerie et de fourrure. 230 fr.

Fig. 25. — MANTEAU ou **PELISSE** en très-belle soie de C.-J. BONNET, doublé en ventre de petit gris et bordé de fourrure noire argentée. Prix. 165 fr.

Fig. 27. — SUPERBE MANTEAU en armure ou poulx de soie, doublé et ouaté, croisé devant, et garni autour de deux rangs de fourrure castor des Indes argenté. 345 fr.
Avec belle fourrure, intérieur ventre de gris. 480 fr.

図5-2 同上コートのキャプション
(文化学園大学図書館蔵)

限界もある。そのアイテムをどういった時に着るのかといった背景などは、残念ながらカタログからはわからない。購入者がどういった意図

で商品を選択しているのか、どの商品が人気だったのかもわからない。文学作品のように、それを着る人の心情が述べられているわけでも

ない。例えば先述の部屋着の数々が、顧客にどのように区別されていたのかなど、説明がないので一切わからない。

こうしたことに関しては、従来のように雑誌の記述を丹念に探るような研究が有効である。またファッションプレートに劣るのは、彩色されていないことだ。やはり、衣生活は複数のアプローチによって解明されるべきものであるに違いない。

結論

上記のように、欠点もあるものの、圧倒的にデータ量が多いという点で、今まで注目されてこなかった通信販売カタログもすぐれた研究資料になりうるはずだ。

図5-1からもわかるようにほとんど同じような形状で描かれた絵からは、客観的なアイテムごとの流行が実感される。絵だけではなく、商品の情報も具体的で内容豊富である。注文の際の注意事項から、アイテムごとの着装や縫製のポイントもつかめる。商品説明の文言からは売る側のアプローチもわかるし、そこからは消費者が何を求めているかもある程度は推察できる。その表現からは、当時の美意識の一端もうかがわれる。全てが全身像で描かれているため、当時の人々がどのようなコーディネートで着装していたかもわかる。

これらの膨大で具体的なデータを分析する有効な視点や方法を試み、より精度の高い服飾生活の実態を明らかにすることによって、大量生産大量消費時代の幕開けと言える19世紀後半の生活を少しでも具体的なものにできればと願う。

それが西洋服装史の分野における研究方法の一つを提案することにもなれば幸いである。

本稿は2011年5月29日に和洋女子大学で行われた第63回日本家政学会における口頭発表の内

容を再考し、加筆修正を加えたものである。

最後に、この研究についていつも協力をして下さっている文化学園大学図書館員の皆様にお礼申し上げます。