

Athena Sources in Consumer Culture

FRENCH DEPARTMENT STORE CATALOGUES 1920-1929

—1920年代のフランス・デパート商品カタログ—

1920年代のフランスの主要な百貨店のカタログを復刻！
総合カタログのほか臨時発行の特集号も収録。



Volume 1: Au Bon Marché

ISBN 978-4-86340-319-2 • B4判 • c. 420 pp., incl. 19 col. 定価 本体 58,000円+税 ▶2021年刊行

Volume 2: Au Louvre

ISBN 978-4-86340-320-8 • B4判 • c. 430 pp., incl. 28 col. 定価 本体 62,000円+税 ▶2021年刊行

Volume 3: Au Printemps

ISBN 978-4-86340-354-3 • B4判 • c. 400 pp., incl. 16 col. 定価 本体 56,000円+税 ▶2022年刊行

Volume 4: Aux Galeries Lafayette

ISBN 978-4-86340-355-0 • B4判 • c. 400 pp., incl. 10 col. 定価 本体 56,000円+税 ▶2022年刊行

Volume 5: À la Samaritaine • Grand Bazar de l'Hôtel de Ville

ISBN 978-4-86340-372-7 • B4判 • c. 370 pp., incl. 15 col. 定価 本体 54,000円+税 ▶2023年11月刊行

Volume 6: Belle Jardinière • Aux Trois Quartiers • Palais de la Nouveauté

ISBN 978-4-86340-373-4 • B4判 • c. 400 pp., incl. 26 col. 定価 本体 60,000円+税 ▶2023年11月刊行

Athena Press

本シリーズについて

20世紀前半までのフランスの主要な百貨店のカタログを復刻するシリーズです。春夏号と秋冬号の年2回発行される総合カタログだけでなく、臨時発行の特集号—高級服、特売、リネン類、家具や室内装飾品、玩具を含む年末の贈り物など—も加わります。全体として19世紀末から1930年代まで、すなわち現代的百貨店の誕生から20世紀前半の最盛期までの一連の時代を構成します。商業史、経済史、デザイン史、消費文化論、社会文化論など、幅広いジャンルにおいて重要な一次資料です。

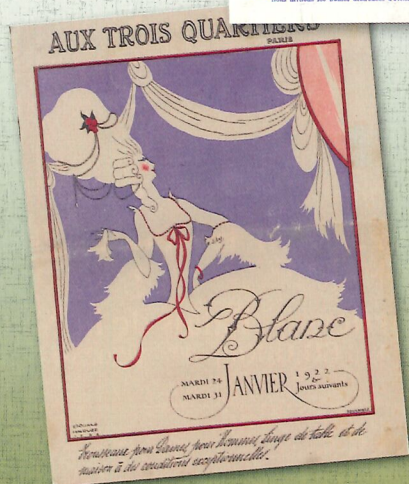
名門デパートのボン・マルシェ(Bon Marché)、ルーヴル(Grands Magasins du Louvre)、プランタン(Printemps)、ギャラリー・ラファイエット(Galleries Lafayette)、サマリテーヌ(Samaritaine)、ベー・アッシュ・ヴェー(Bazar de l' Hôtel de Ville)、ベル・ジャルディニエール(Belle Jardinière)、トロワ・カルティエ(Trois Quartiers)、パレ・ド・ラ・ヌヴオテ(Palais de la Nouveauté)の1920年代の百貨店カタログを収録しました。

商品カタログについて

日々の集客が業績に大きくかわる百貨店は、新聞などへの一連の宣伝、特売や展示会の開催、独自の広告宣伝物、例えば店のパンフレット、ポスター、スケジュール帳、絵はがきや子供向けの絵入りカード、そして何といても通販用の商品カタログ、の配布を通じて顧客に購買行動を促していました。1月末から2月初旬にリネン類、4月から5月に夏物、10月から11月に冬物、9月には家具や室内装飾品、そして12月になれば玩具やプレゼント品といった具合に、一年を通して取り組みがなされ、さらに冬物、夏物のクリアランスセールの時季も設定されるようになるなど、こうした百貨店の販売キャンペーンは顧客たちの暮らしに年間を通じて織り込まれていきました。

通販部門は収益の上で重要で、総売上の4分の1を超える額をもたらすケースがあったとされます。商品カタログは毎年数百万部が作成され、パリ、地方、植民地など海外へと広く発送されました。

総合カタログはほぼ年2回、春夏版と秋冬版が出ており、このほかりネン類、高級服、室内装飾、玩具とプレゼント品、特売なども各種作成されました。カタログは徐々に細分化されていき、教会礼拝、学校、各種スポーツ、ボーイスカウト、サイクリング、自動車運転、海や山のレジャーなど、さまざまな種類が発行されていました。



Contents

2021 年刊行

Volume 1: Au Bon Marché

Toilettes d'hiver • Fourrures 1920(冬物衣料)
 Jouets • Étrennes 1920-1921(玩具 / ギフト)
 Tapis • Ameublements 1921(敷物 / 家具)
 Blanc 1924(リネン類)
 Première Communion 1924(「初聖体」特集)
 Étrennes 1924-1925(ギフト)
 Ameublements • Couvertures • Literie • Tapis 1925(家具 / 寝具 / 敷物)
 Hiver 1926-1927(冬物総合)
 Printemps et été 1927(春夏物総合)
 Jouets 1927-1928(玩具)

Volume 2: Au Louvre

Blanc • Trousseaux • Toile 1920(リネン類)
 Été 1920(夏物総合)
 Hiver 1928-1929(冬物総合)
 Soldes hiver 1928(冬のセール)
 Toilettes d'hiver 1928(冬物衣料)
 Jouets • Étrennes 1928-1929(玩具 / ギフト)
 Été 1929(夏物総合)
 Soldes été 1929(夏のセール)
 Tapis • Ameublements 1929(敷物 / 家具)

2022 年刊行

Volume 3: Au Printemps

Été 1921(夏物総合)
 Tapis • Ameublement 1922(敷物 / 家具)
 Hiver 1922-1923(冬物総合)
 Tapis • Ameublement 1925(敷物 / 家具)
 Hiver 1926-1927(冬物総合)
 Jouets 1927-1928(玩具)
 Blanc 1928(リネン類)
 Étrennes • Jouets 1928-1929(ギフト / 玩具)

Volume 4: Aux Galeries Lafayette

Été 1926(夏物総合)
 Blanc 1928(リネン類)
 Hiver 1928-1929(冬物総合)
 Été 1929(夏物総合)

2023 年刊行

Volume 5: À la Samaritaine • Grand Bazar de l'Hôtel de Ville

À la Samaritaine

Blanc • Toiles • Trousseaux 1920(リネン類)
 Hiver 1920-1921(冬物総合)
 Été 1922(夏物総合)
 Jouets • Étrennes 1922-1923(玩具 / ギフト)
 Jouets • Étrennes 1926-1927(玩具 / ギフト)
 Soldes d'été 1929(夏のセール)

Grand Bazar de l'Hôtel de Ville

Jouets 1919-1920(玩具)
 Fermes • Jardins 1924(農園 / 庭)
 Été 1924(夏物総合)
 Février 1926(2月号)「家庭用品」

Volume 6: Belle Jardinière • Aux Trois Quartiers • Palais de la Nouveauté

Belle Jardinière

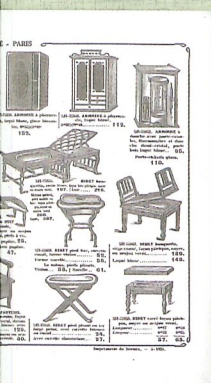
Automne • Hiver 1922-1923(秋冬物衣料)
 Été 1924(夏物衣料)
 Automne • Hiver 1924-1925(秋冬物のファッション)
 Pour les beaux jours 1926(特別な日のファッション)
 La Mode pour l'Automne et l'Hiver 1926-1927(秋冬物のファッション)
 Été 1927(夏物衣料)
 Été 1929(夏物衣料)

Aux Trois Quartiers

Blanc 1922(リネン類)
 Hiver 1925-1926(冬物総合)
 Blanc • Meubles • Ménage 1927(リネン類 / 家具 / 家庭用品)

Palais de la Nouveauté (Grands Magasins Dufayel)

Meubles • Tapis 1921(家具 / 敷物)
 Blanc 1924(リネン類)
 Blanc 1926(リネン類)
 Hiver 1926-1927(冬物総合)

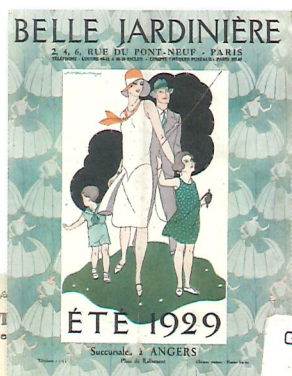


パリのデパート

パリの多くの百貨店は第二帝政期に創業しました。ナポレオン三世時代のセヌ県知事ジョルジュ＝ウジェーヌ・オスマンによるパリの整備事業によって新設、また拡張された大通りにそのほとんどが面しています。こうした大型百貨店のなかではまずボン・マルシェが1852年セヌ川左岸の古くからの大通り沿い店舗を構えましたが、他店はセヌ川右岸、特にオスマンのパリ改造における最初の大型事業で1854年に完成したリヴォリ通り沿いに多くできました。ルーヴル、ペー・アッシュ・ペー（BHV、Bazar de l'Hôtel de Ville）、サマリテヌなどがそうです。またここより北のサン＝ラザール駅の近くにできた店もあり、特にオスマン通りにはプランタンが、1890年代になってギャラリー・ラファイエットが開業しました。サン＝ラザール駅は郊外路線の中でも乗降客が多く、パリ近郊の最富裕層が住む地区につながる路線の終着駅でした。

大通りの整備に象徴されるオスマンの都市改造にはじまり、万国博覧会の開催があり、鉄道駅、中央市場、高級専門店や、大型の劇場、ホテル、カフェ、レストランなどが続々と開業、19世紀後半から20世紀前半にかけてのパリはまさに商業と娯楽の都でしたが、こうした「パリ新時代」において百貨店は「消費の殿堂」としてその象徴的存在でした。商材の多様化、商業上のスケールメリット、自宅配送や通販、増加し続ける来店客を飽きさせない店の仕掛けによって、本シリーズが扱うこの時期に多くの百貨店は飛躍的に大きくなります。こうした中、ボン・マルシェ、ルーヴル、サマリテヌ、プランタン、ギャラリー・ラファイエットはビッグ5と称されるほどの売り上げを誇っていました。

第二次世界大戦の後、特に1970年代に入ってから業界の繁栄に陰りが出て、ビッグ5も例外ではありませんでした。ルーヴルが1974年に、サマリテヌが2005年に閉店となり、ともに今は高級な複合施設に再開発されており、他の3店も今は高級ブランドに特化した業態に変わってきています。



【発行】

Athena Press

株式会社 アティーナ・プレス



〒112-0011 東京都文京区千石4-33-18

Tel: 03(3946)2117 Fax: 03(5977)8026

E-mail: eigyo@athena-press.co.jp

http://www.athena-press.co.jp

【取扱書店】

百貨店カタログからひも解くアール・デコ期のインテリアとモード

朝倉 三枝 ● フェリス女学院大学教授

アティーナ・プレスからすでにイギリスとアメリカの百貨店カタログが刊行されていたが、このたび、そのラインナップに新たにフランスも加わることとなった。フランスといえば、19世紀半ばのパリで世界初のデパート、ボン・マルシェが産声を上げたことで知られるが、その後もオスマンの都市改造と足並みを揃えるかのように、パリでは大通り沿いに次々と巨大なデパートが出現し、その規模と豪華さ、そしてそれまでにない数々の新商法で人々の心をとらえ、大衆消費社会の発展を促した。

今回、刊行されるのは、ボン・マルシェとルーヴル、ふたつの百貨店の1920年代のカタログである。百貨店の商品カタログは、シーズンが終わればたいいて捨てられる運命にあったため、フランスの図書館でもまとめてみることはなかなか難しい。その貴重な、およそ100年前のカタログのページを繰ると、私たちはデパートという場を介し、この時代を華麗に彩ったアール・デコのデザインが人々の生活に浸透していった様子をうかがい知ることができる。

アール・デコとは、1910-30年代にフランスを中心に欧米で大流行したデザイン様式のこと。戦後、急速に進んだ産業化を背景に、絵画や彫刻、建築をはじめ、衣服やジュエリー、ポスター、日用品、乗り物など、およそデザインがほどこされ得る全ての分野に波及した。こうしたアール・デコの成果が最も華々しい形で披露されたのが、1925年にパリで開催された現代産業装飾芸術国際博覧会（Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes）で、そこではタイトルに掲げられた「現代的（モデルヌ）」という概念を前面に押し出しながら、大量生産にこたえる新しい芸術の創造が目指された。今回の複製版のなかで、とりわけこの1925年博とのつながりで興味深いのが、同じ1925年に発行されたボン・マルシェのインテリアカタログ、Ameublements, couvertures, literie, tapisである。中を見ると、ページ上部に「ポモヌ（POMONE）」というロゴの記されたページがあることに気が付く。そのページ下には、「アール・デコ博覧会の私どものパビリオン“ポモヌ”にぜひいらしてください」と記されている。

ここにいう「ポモヌ」とは、1923年に装飾芸術家のポール

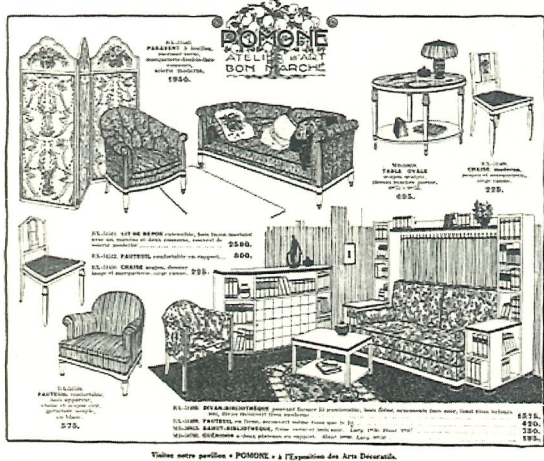
・フォロがディレクターに就き、開設されたボン・マルシェのインテリア工房のこと

で、1925年の博覧会では洗練された家具や調度品で室内を整えたパビリオンを出展し、注目を集めた。こうし

た試みは、当時、影響力のあった他のデパートでも同様にみられ、ルーヴルはエティエンヌ・コールマンが率いる「ストウディウム」、ギャラリー・ラファイエットはモリス・デュフレヌが指揮する「メトリーズ」、プランタンはアンリ・ソヴァージュが主導する「プリマヴェーラ」という工房が、それぞれ1925年の博覧会で豪華なパビリオンを披露し、大きな話題をさらった。このように、1920年代には主要なデパートが、当時、第一線で活躍していた芸術家を取り込みながら、競い合うように独自のインテリア工房でモダンな家具や調度品を製造・販売しており、そのことがアール・デコの発展を促すことにもつながった。今回のボン・マルシェやルーヴルに加え、今後はプランタンやギャラリー・ラファイエットのカタログも復刻されるとのことなので、インテリアという観点から、デパートを介してどのようにアール・デコが花開き、広がっていったのか、思いを馳せるのも一興である。

また、アール・デコの花開いた1920年代は、パリ・モードの黄金期にも重なった。したがって、商品を描いたイラストに価格、素材などの情報が付された百貨店のカタログは、モード史の一次資料としても非常に興味深い。戦前のパリでは、コルセットで女性的なラインを強調したS字シルエットのドレスが一世を風靡していたが、1906年にクチュリエのポール・ポワレがコルセットを取り払った直線的なシルエットのドレスを発表し、さらにその後、第一次世界大戦を経て、女性たちの価値観や行動様式が大きく変化した1920年代に、シンプルで機能的なデザインが次第に時のモードを特徴づけるようになる。こうした流れを念頭に、改めて今回のカタログを見ると、1920年になおコルセットの販売が続いており、女性たちが何世紀にも渡り着用を続けたコルセットを手放すことがなかなか難しかった様子がうかがわれる。その一方で、同じ1920年には、ガブリエル・シャネルが戦時中に提案した丈夫でしわになりにくいニットやジャージー素材の服が販売されており、モードが着実に新しい時代に歩を進めていたことがわかる。また、1920年代半ばから後半にかけて、短い髪に釣り鐘型の帽子をかぶり、シンプルな直線的シルエットの膝丈ドレスを合わせる、いわゆるギャルソンヌ・スタイルが広がり、定着していった様子も確認することができる。

なお、20世紀初頭には、ポワレやシャネル、ランバンなどといったクチュリエ（婦人物の高級仕立て服のデザイナー）がパリのモードを牽引したが、実際に彼らのメゾンで高価な服を購入することができたのは一部の富裕層に限られた。しかし、戦後、女性服の簡素化が急速に進むなか、デパートで販売される既製服にも流行のシルエットが取り入れやすくなり、その結果、素材の質や縫製の技術という点ではまだ大きな開きがあったものの、一般の女性たちがトップ・モードと同じシルエットの服を着ることが可能になった。したがって、百貨店カタログは、モードの大衆化がいかに実現されたのかを雄弁に語る貴重な資料ともいえ、ややもすると著名なクチュリエの仕事で語られがちなモードの歴史に新たな視座を与えてくれるという意味でも非常に有用である。



「ボン・マルシェ」と並ぶ草創期の百貨店

角田 奈歩 ● 東洋大学准教授

世界初の百貨店はどれかという議論には諸説あるが、パリ初の百貨店とされるのは「ボン・マルシェ」である。「ボン・マルシェ」は1838年にヴァイド兄弟がパリ左岸に開いた店舗が元になっているが、これをブシコが買い取って新装開店した1852年が現在の「ボン・マルシェ」創業年と見な



される。様々な画期的経営方法を打ち出した「ボン・マルシェ」は、百貨店という新業態を切り開き躍進していく。

この「ボン・マルシェ」に続くのが、1855年、ルーヴル宮とパレ・ロワイヤルの間という好立地に開店した「ギャリ・デュ・ルーヴル」である。この店は1875年に百貨店「ル

ーヴル」として新装開店した。「ルーヴル」は1974年に閉店したが、現在もスターウッド・キャピタル・グループ傘下で「ルーヴル・ホテルズ・グループ」は存続し、また建物は高級骨董品モール「ルーヴル・デ・アンティークール」として利用されている。さらに、創業者ショシャールは美術品をルーヴル美術館に遺贈してその所蔵品を充実させ、パリの都市としての魅力を増すにも貢献した。

ほぼ時を同じくして1856年、ルエルが開いたのが現「BHV」である。ルエルは1852年にパリに上京し、20人ばかりを率いて市内各地で露天商をしていたが、最も売上げが良かった市庁舎前に目を付け、そこに後の「BHV(バザール・ドゥ・ロテル・ドゥ・ヴィル)」を開いた。普仏戦争中に貧者にパンを提供したり、無料診療所を開いたりと篤志家としても知られたルエルは、後にレジオン・ドヌールも受勲している。

これら1850年代創業の百貨店から少し間を置いて、1865年にパリに開店したのが「ブランタン」である。創業者ジャリュゾは「ボン・マルシェ」で働いていたが、顧客として来店したコメディ・フランセーズ女優と結婚し、その持参金でこの店を開いた。万国博覧会にも参加して海外顧客も掴み、「名誉とは誠実」をモットーとしてやや安めの価格帯で差別化を図って成功を収めた。後には一時PPRグループに組み込まれたが、このPPRグループがブランタンが抜けた後に改称したのが、現在のケリングである。

コニャックも「ルーヴル」で働いた経験を持つが、幾度か失敗を重ねた後、1870年、「ルーヴル」裏手に「サマリテーヌ」を開店し、「ボン・マルシェ」で最優秀店員に選ばれたこともある妻ジェイの協力で店を発展させた。「サマリテーヌ」は2005年に閉店したが、その前に「ボン・マルシェ」などと同様にLVMH傘下に入っている。1920年代にアール・ヌーヴォーとアール・デコの融合といわれる装飾が施された建物は、LVMHの指揮により修復工事がなされ、2021年内に一部が再開業予定となっている。今後も複合施設に生まれ変わってパリを彩り続けるだろう。

すでに電化された大店舗となっていた「ブランタン」隣に、アルザス出身のユダヤ人バデールが1893年に開いた店が「ギャリ・ラファイエット」である。伝統的に古着取引業や既製服製造業に携わることが多かったユダヤ人の伝に倣い、バデールは1895年には店内に既製服工房を設置し、これは1960年代まで存続した。現在、「ギャリ・ラファイエット」はパリ発の百貨店では最大手となり、国内外数十の店舗に加え、BHVやスーパーマーケットのモノプリも傘下に置いている。

こうして19世紀後半にパリでは百貨店という業態が確立され、その影響は現在のパリの街並みやフランスのラグジュアリー・ビジネスにも及んでいるが、ロンドンでもこの業態は定着した。時に「ボン・マルシェ」と並んで世界初の百貨店と称される「ハロッズ」の原型となる店は1849年に開店したが、これが百貨店規模に拡大するのは、ハロッド一族2代目が別の人物に経営を譲った1890年代以降のことである。そのため、ロンドン初の百貨店は、1863年に創業し、「ピンから象まで」提供するユニヴァーサル・プロヴァイダーを名乗った「ホワイトリーズ」とされることが多い。「ホワイトリーズ」は1981年に閉店したが、1989年からショッピング・センターとして復活、2021年現在は複合施設に改装工事中である。20世紀に入る頃には、ニューヨークでは「ロード&テイラー」、「バークドルフ・グッドマン」などの百貨店が5番街に軒を連ね、「メイシーズ」も人気を博す。1905年には江戸期の三井越後屋からの歴史を誇る三越呉服店が「デパートメントストア宣言」を発表し、日本初の百貨店となった。

こうして世界各地に百貨店という業態が広まる20世紀初頭には、自動車が都市内を、鉄道が都市間を、大洋航路船が大陸間を結び、人とモノの移動はいつそう盛んになる。ニューヨークでは『ハーパース・バザー』や『ヴォーグ』などの定期刊行物がファッション雑誌として装いを整え、1910年代からはハリウッドで映画制作も始まり、パリ・モードがアメリカの大衆消費文化の発展に煽られつつ拡散する。そんな時代に、人々は、雑誌で、映画で目にした豊かな暮らしを体現する商品を、船や鉄道を乗り継いで百貨店を訪れ、あるいは通信販売を利用して、競って手にした。

今回リプリントされる百貨店カタログでは、まさにこの時代、憧れのまなざしを向けられた「パリ」の輝きを纏う商品を、当時大衆消費を形作った人々と同じ視線で眺めることができる。それはきっと、ほしいもの買えるものを吟味して注文票を埋めていった20世紀前半の人々が経験したのと同様に、新鮮な発見をもたらすことだろう。