(別記様式－後報４)　　(課程博士用)

氏　　名	横田尚美
学 位 の 種 類	博士（学術）
学 位 記 番 号	博甲第　7564　号
学位授与年月日	平成　27 年　10 月　31 日
学位授与の要件	学位規則第４条第１項該当
審 査 研 究 科	図書館情報メディア研究科
学位論文題目	パリ・ルーヴル百貨店の初期ファッションビジネスの研究－1860～80 年代の印刷メディアを資料として－

主　　査	筑波大学　教授　博士（文学）綿抜豊昭
副　　査	筑波大学　教授　博士（文学）松本浩一
副　　査	筑波大学　教授　博士（史学）白井哲哉
副　　査	筑波大学　教授　修士（工学）西岡貞一
副　　査	国立教育政策研究所　総括研究官　博士（学術）岩崎久美子

論　文　の　要　旨（2,000 字程度）

本論文は、ルーヴル百貨店が発行した印刷メディアを主な資料とし用い、フランスの 1860～80 年代の女性服の製造販売の方法など女性服ビジネスを解明することを目的とする。

ルーヴル百貨店は、フランスで２番目に開店した百貨店である。フランスではじめて万国博覧会が開催された 1855 年に開店した。その初期から 20 年間ほどの期間、ルーヴル百貨店が発行したさまざまな印刷メディアが現存している。すでに複数の研究者が、その印刷メディアを研究資料として用いている。しかし、それらは断片的なものに過ぎず、それを網羅的に調査したうえで用いているわけではない。本論文はそれらを網羅的に調査し、分析することによって、フランスの 1860～80 年代の女性服の製造販売の方法など女性服ビジネスを明らかにするものである。

本論文で用いた印刷メディアは、フランス国立図書館などが所蔵する 1863～1882 年までの 85 点である。具体的には、手紙やチラシ、2 つ折りのパンフレット、カタログがある。カタログの中には、文字情報のみのもの、イラスト中心のもの、生地見本付きのものがある。掲載されている商品数は、ファッションイラストのカタログで 6,662 点を数える。最も厚いカタログは、275 頁である。一冊のカタログの中に、一般的なもので 40 以上の大項目がある。

第１章では、研究目的、先行研究、研究方法について述べた。

第２章では、19 世紀後半のフランスの状況を概観し、百貨店ビジネスに欠かせない織物産業、既製服産業と、百貨店、そしてルーヴル百貨店の歴史、さらにオートクチュールビジネスとファッショ

ンメディアの発展について述べた。

第 3 章では、本研究で資料とするルーヴル百貨店が発行した印刷メディアを分析した。まず同店が発行した印刷メディアについて、これまでの研究成果を確認した上で、調査した印刷メディアを整理し、これらの資料の印刷方法の変化や、イラストの描き方と効果、編集デザインの工夫などを分析した。同時代のファッション雑誌に掲載されている同店の記事からは、多様なメディアに情報を掲載してビジネスを拡大しようという販売戦略が明らかになった。

第 4 章では、ルーヴル百貨店のビジネスについて分析した。同店の直接のターゲットは女性であるが、またその家族である子供や夫もターゲットであり、さらに百貨店を利用する都市部の人々だけでなく、地方の客も念頭に置かれていたことが明らかになった。セールスポイントは常に、新作、流行品、安くて品質が良いこと、豊富な品揃え、返品・交換が効くことが明らかになった。また各種のアトリエが開設されたことから、百貨店のビジネスが、仕入れた既製品ではなく自店での生産によっていたことが明らかになった。また客に送付されたカタログや見本は、その情報によって客の失敗をなくすために作られ、特許権、商標登録、独占販売の明示、商標マークの使用、デザイナーの存在のアピール、バーゲン告知など多彩な工夫があることが明らかになった。

第 5 章では、ルーヴル百貨店の主要商品であった布の製造販売について分析した。無地の絹布は、さまざまな織物として消費者に届けられ、服や布製品、室内装飾品として幅広く提案されたことが明らかになった。またオリジナル布については、これまでの研究成果より多い 6 種類を確認でき、特に黒布が人気だったことが明らかになった。また多くの消費者を取り込むために、イミテーションが作られ、漂白やクリーニング、リユースなどのサービスも行われ、素材の産地名として、アジア、アメリカ大陸など遠隔地の地名が利用され、商品に付加価値を付けたことが明らかになった。

第 6 章では、カタログを用いてルーヴル百貨店の女性服ビジネスについて分析した。主なアイテムの服種の特徴、価格や素材、デザインと装飾などの傾向を明らかにし、そのプロトタイプを示した。次に、コンフェクションを含む女性服の製造法について、それぞれを詳細に分析した結果、女性服の複雑な製造法とそれに起因する販売法が明らかになった。

第 7 章では、これまで述べてきたことを整理し、ルーヴル百貨店の印刷メディアを資料として、同店の女性服製造販売がどのようなものであったか、オートクチュールとコンフェクションの関係はどのようなものであったか、当時の女性の暮らしと服との関係はどのようなものであったかなど、本研究で解明できたことを結論としてまとめた。

最後に、ルーヴル百貨店が発行した印刷メディアを受け取った側が、それをどのように利用したかなどを示す資料の発掘とその分析を今後の課題とした。

審　査　の　要　旨（2,000 字以上）

【批評】

本論文は、フランスのルーヴル百貨店が発行したパンフレット、カタログといった印刷メディアを資料とし用い、ルーヴル百貨店の 1860～80 年代の女性服の製造販売の方法など女性服ビジネスを明らかにしたものである。

フランスの服飾文化は、フランスにとどまらず、多くの地域に影響を与え、日本もその例外ではない。フランスの代表的な百貨店であったルーヴル百貨店で、パンフレット、カタログといった印刷メディアを資料として用い、どのような女性服が、どのように販売されたかを実証的に明らかにすることは、服飾研究として意義深いものと判断される。

対象としたルーヴル百貨店は、フランスではじめて万国博覧会が開催された 1855 年に開店しており、しかもフランスの文化の中心でもあるパリで開店された注目すべき百貨店である。そこで取り扱われた商品としての女性服は、当時のファッションなどを考える上で重要な位置をしめるものであり、服飾文化史上看過できるものではない。すなわちルーヴル百貨店が取り扱う女性服を研究対象としてとりあげることは問題ない。

また本論文は、ルーヴル百貨店が発行した、初期から 20 年間ほどの期間の印刷メディアを資料としている。それは、フランス国立図書館などが所蔵する 1863～1882 年までの 85 点であり、現在、公的機関が所蔵していることが知られるものを網羅している。それらは具体的には、手紙やチラシ、2 つ折りのパンフレット、カタログであり、カタログに掲載されている商品数は、6,662 点を数える。後の世に、第三者によって成された資料ではなく、発行時の資料であり、研究資料として用いることに問題はない。また現在から 130～150 年ほど前の資料であり、当時の資料として 85 点という点数は少なくなく、また補助的資料として、当時のファッション雑誌などの調査もしており、調査資料として質的にも量的にも問題ないと判断される。

これまでルーヴル百貨店が発行した印刷メディアを資料に用いた服飾研究はあるが、それはあくまでも論証の一資料として部分的に用いたもので、初期 20 年間ほどの期間に発行されたものを網羅的に調査したものではなく、それを資料の中心においてなされた研究はない。

本論文第 1 章では、研究目的、先行研究、研究方法について述べている。研究目的、研究方法に問題はない。先行研究についても十分に調査し、内容を分析している。

第 2 章では、19 世紀後半のフランスの状況を概観し、百貨店ビジネスに欠かせない織物産業、既製服産業と、百貨店、そしてルーヴル百貨店の歴史、さらにオートクチュールビジネスとファッションメディアの発展について整理している。本論文の扱う時代の背景となる歴史を、論者がどのように捉えているかについて述べたものであり、その歴史認識はきわめて妥当なものである。

第 3 章では、本研究で主たる資料であるルーヴル百貨店の印刷メディアを整理した上で、印刷方法の変化や、イラストの描き方と効果、編集デザインの工夫などを分析し、形式的な点を中心に、その資料的特徴を明らかにしている。整理の仕方、分析の結果は妥当なものである。

第 4 章では、ルーヴル百貨店の印刷メディアの中身の分析を行い、ルーヴル百貨店のビジネスがどのようなものかを明らかにしている。またどのような人々を商品購入者として想定していたか、またそのためにどのようなことをセールスポイントにしたかを明らかにしている。内容の分析は確かなものがあり、それによってみちびきだされたルーヴル百貨店のビジネスの特徴は妥当なものである。

第 5 章では、ルーヴル百貨店の印刷メディアの中身の分析を行い、ルーヴル百貨店の主要商品で

あった「布」について、どのような質的特徴があるのが、またその製造販売がどのようなものであったかを明らかにしている。内容の分析は確かなものがあり、それによってみちびきだされたルーヴル百貨店が商品として取り扱っていた布の特徴は妥当なものである。

第 6 章では、ルーヴル百貨店の女性服ビジネスについて、ファッションイラストカタログを用いて分析し、プロトタイプを明らかにするとともに、コンフェクションを含む女性服の製造法とそれに起因する販売法を明らかにしている。ファッションイラストカタログの分析は確かなものがあり、それによってみちびきだされたプロトタイプおよび女性服の製造法とその販売法は妥当なものである。

第 7 章では、百貨店の女性服製造販売、オートクチュールとコンフェクションの関係、当時の女性の暮らしと服との関係、ファッションビジネスを研究する上でのカタログの資料価値など、本研究で解明できたことを結論としてまとめた。さらに課題を述べている。これまで述べてきたことを的確にまとめ結論としており、課題についても問題はない。

本論文は、ルーヴル百貨店が発行した印刷メディアを資料として用い、1860～80 年代に、ルーヴル百貨店がどのような女性服を製造し、販売したかなどを調査・分析し、これまで成されてきた服飾研究では明らかにされていないルーヴル百貨店の女性服ビジネスを明らかにしたものである。同時代資料として、貴重なものでありながら、これまでに十全に調査・活用されてこなかった印刷メディアを用いて、実証的に考証されており、信憑性に富み、服飾研究において新知見をみちびきだしている。今後の服飾研究の発展に資するものであり、博士の学位論文としての水準に十分達していると判断できる。

【最終試験結果】

平成２７年９月２８日、図書館情報メディア研究科学位論文審査委員会において、審査委員全員出席のもと、本論文について著者に説明を求めた後、関連事項について質疑応答を行った。引き続き、「図書館情報メディア研究科博士後期課程（博士課程）の学位論文審査に関する内規」第２３項第３号に基づく最終試験を行い、審議の結果、審査委員全員一致で合格と判定された。

【結論】

よって、本学位論文の著者は博士（学術）の学位を受けるに十分な資格を有すると認められる。