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　－

筑波大学

図書館情報メディア研究科

2015 年 10 月

横田尚美

学位論文の概要

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－

ファッションという単語は、日常的に使用され、広くライフスタイル全般を指すこともあるが、通常は服飾の流行や流行の服飾を指し、服飾そのものをいう場合も多い。

女性服の流行は、西欧ファッションの中心地パリで発表される新作に始まる。その服のほとんどは、工場で大量生産された洋服の既製服であり、ファッションビジネスの成果物と言える。服の製造工程が手作業から次の段階に移って行ったのは、19 世紀の前半のことであった。職種の範囲の自由化が進み、パリに流行品を扱う店が登場した。1852 年には、その中から世界初の百貨店が誕生する。1852 年から 3 年後、パリ初の万国博覧会が開催された 1855 年に、2 番目の百貨店であるルーヴル百貨店が開店した。

百貨店が婦人既製服を広めたと、従来言われてきた。これは、フランス語で「コンフェクション（confection）」と呼ばれる。初期の百貨店の製品は現存せず、既製服とそのビジネスの実態は解明されていない。百貨店は半世紀後に日本にも登場し、日本のライフスタイルが洋風になることに影響を与えたと考えられる。それを理解するためにも、我々が着用する既製服の発展について知るためにも、パリの先例を研究することは有意義である。

ルーヴル百貨店の発行したさまざまな印刷メディアが、その初期から 20 年間ほど何らかの形で複数が継続的に現存している。すでに何人かの研究者が断片的にこれらを研究に利用しているが、それを対象とした研究はない。本論文は、ルーヴル百貨店の印刷メディアを研究することにより、当時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。それとともに、その基礎となる同店のビジネス全体を流れる方針や、初期にはむしろ服よりも重要だった布ビジネスや多様な布製品ビジネスを明らかにする。女性服を買う主な客は主婦であり、彼女らは家庭の衣生活を担っていたから、女性服と他の布製品とを切り離すことはできないのである。

女性服だけでなく、布と布製品を対象とすること、それらのデザインから製造販売までを研究することから、本論ではこれをファッションビジネスの研究とした。

分析した資料は、フランス国立図書館などが所蔵する 1863～1882 年までの 85 点の印刷メディアである。手紙やチラシ、二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だけで 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。

1 章では、研究目的、先行研究、研究方法について述べた。先行研究については、百貨店の歴史と女性服の製造についての二つの視点からまとめた。

2 章では、基礎研究として、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た。

歴史あるリヨンの織物産業は、この世紀に高価な絹織物から廉価で多品種の絹織物産地へとその姿を変えた。大量生産の織物に支えられ、既製服産業が発展する。流行品店の中から生まれてきた百貨店は、広告を打ち、値下げ競争を行い、通信販売を始め、消費者の生活に影響を与えた。百貨店に続いて誕生したオートクチュールビジネスは、ブランド価値によって高額な服を販売した。これらの服や流行を広めたのが、同時代に次々創刊する女性向けファッション雑誌であった。

3 章では、本研究で資料とするルーヴル百貨店の印刷メディアを分析した。同店の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た。

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確認できた。

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、その先には家族である子供や夫が存在した。一般的な人々から富裕な人々まで、また地方の客も念頭に置かれていた。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・交換が効くことであった。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依っていたことがわかった。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た。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見られた。

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明らかにした。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。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 種類を確認できた。特に黒布が人気だった。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、リサイクルなどのサービスも行われた。素材の産地名として、遠くアジア、アメリカ大陸までの世界中の地名が利用され、商品に付加価値を付けた。

6 章では、ルーヴル百貨店の女性服ビジネスについて分析した。まず 1 冊のファッションイラストカタログをサンプルとして、カタログ分析の可能性を探った。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が確認でき、このシーズンのプロトタイプを示すことができた。

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。

コンフェクションとは、製造法には幾つもの方法があるものの、いずれにせよ、注文を受けた側が形にしてくれる商品であった。他にも、店が何らかの方法で完成品を用意してくれるシステムがあった。また、装飾など一部を店が作る、裁断をしてくれる、準備をしてくれるという 3 つのサービスによって、客側で服を形にするシステムが確認できた。

このことは、当時が既製服のほとんど作られていない時代であったということを示している。どの製造法にも共通して言えることは、百貨店が販売したのはファッション、つまり流行のデザインだったということである。

製造法以外にも、同時代の衣生活や流行が確認できた。ここから流行や慣習をビジネスに利用している百貨店のファッションビジネスが明らかになった。黒い服、シンプルな服、流行のシルエットの服などが打ち出されていた。補正下着は、その役割が説明されていた。

地名や人名などの固有名詞を商品名に使用するのは、商品のイメージを具体化させようとするデパートの戦略である。幅広い文化情報が、ファッションビジネスに生かされた。

布製品の説明文や布製品の多様さとセット販売という売り方は、百貨店が当時の女性たちにアピールした生活を示す。

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。さらに課題と展望を述べた。

コンフェクションは、前述のように単純に既製服と考えられる商品ではなかった。百貨店はその初期には、既製品を普及させたわけではなく、デザインを提示し、注文を取って服をつくり販売した。このシステムだけを見れば、オートクチュールビジネスと変わらない。からだにぴったりした女性服が当たり前であった時代に、百貨店は、オートクチュールより下の段階を埋める商品を、製造と販売方法の工夫によって売ったのであった。コンフェクションは、その中の代表的な商品だったのである。

百貨店の新しさは、女性服の製造法ではなく、それが魅力的なデザインとしてイラストで表現されたり、店内で見本として飾られたりして、客に提示されたことにあった。

客は、多くのデザインの中から自分の好みや流行、用途により商品を選ぶことができるようになった。どこにいてもカタログ一つで、最新流行の情報や TPO の複雑さに象徴される豊かな暮らしを手に入れることが可能になった。商品を買えなくとも、カタログを眺めることで、舞踏会に行ったり旅行に行ったりする暮らしを夢見る楽しみを得た。

女性服の既製服化が進まなかったのは、形態の複雑さと製造の難しさによる。それは、家政や社交に存在感を発揮しつつも、自立できず、自由な暮らしが手に入るわけでもなく、窮屈な服を着て、家の中で布製品の充実に生き甲斐を見出す当時の女性たちの暮らしを反映している。ルーヴル百貨店の印刷メディアは、社会全体の変化に遅れを取った女性の服装と、それを何とかビジネスにしようと試行錯誤をしていた百貨店の姿を明らかにした。

印刷メディアからは一方的な店側の情報しか読み取れないという難点もあり、資料にはまだ分析の余地があると考えられる。しかし、周知のこととして片づけられてきた女性既製服について、以上のような新しい知見を導き出すことができた。

ルーヴル百貨店の印刷メディアには、ファッションにおける当時のバーチャルリアリティ（百貨店によって喧伝された憧れや虚構）とリアリティ（実際の衣生活）との両者が載っている。当時は客と百貨店をつなぐメディアとして機能し、現在は過去のリアルクローズを示すメディアとしての価値を発揮する。同店の印刷メディアは、当時の女性客と百貨店と服飾文化を現在の我々に伝える役割も担う、貴重な研究資料だったのである。

Early fashion business at the Grands Magasins du Louvre, Paris:
Analysis of print media from 1860s to 1880s

The term 'fashion' is prevalent in our daily life and, though sometimes it implies a life-style in general, commonly it means clothes in vogue.

Fashion trends are set by the Paris Collection, held in Paris annually, making it one of the world's fashion capitals. Ready-to-wear garments mass-produced at factories are, today, the most common products of the fashion business. In the early 19th century, borders between businesses within the fashion industry disappeared, creating room for a new type of business in Paris – the draper's shops selling fashion goods (*magasins de nouveaté*). Then, in 1852, the world's first department store opened in Paris. Three years later, when the first World Exposition was held in Paris in 1855, the second department store, the Grands Magasins du Louvre, opened for business.

It is widely believed that department stores promoted ready-to-wear garments, called 'confection' in French. Department stores were opened in Japan half a century later and have influenced westernization of the lifestyle of the Japanese people. In order to fully understand the process of lifestyle change, as well as the evolution of ready-to-wear garments which we now use every day in Japan, it is necessary to study the origin and spread of the concept in Paris.

A variety of print media produced by Grands Magasins du Louvre from its beginning until the 20th century has been preserved. Such media has been mentioned in academic publications earlier, they have never been the main topic of research. This thesis aims to study the business model of the women's fashion industry including the production and sales of women's clothes through an analysis of the print media of the Grands Magasins du Louvre. This study investigates the fundamental business principle of the Grands Magasins du Louvre.

Thus, this research looks into not only women's clothing, but also into fabrics and fabric products, as well as the entire process from designing to sale of these products. This research, therefore, could be described as research into the early development of the fashion business.

The data and materials analyzed in this study are 85 print media products dated 1863 to 1882, belonging to 3 libraries. These include letters to customers, flyers, leaflets and catalogues. The number of merchandise in fashion illustration catalogues reaches 6,662 items. The thickest catalogue has 275 pages. In general, one catalogue contains more than 40 categories.

Chapter 1 describes the purpose of the study, previous research and research methodology.

Chapter 2 provides the background of this study, such as the general situation in France in the latter half of the 19th century, the textile industry, the ready-to-wear garment industry, department store business, the history of the Grands Magasins du Louvre, and the development of haute couture business and fashion media.

The textile industry in Lyon shifted to a range of inexpensive silk materials. Mass-production of fabrics facilitated the ready-to-wear garment industry's development. Department stores influenced consumers by advertising their goods, offering cheaper prices, and creating the mail-order business.

Chapter 3 analyzes the print media of the Grands Magasins du Louvre, the primary data for this research. Changes in printing techniques, methods and impact of illustrations, and editing and design are analyzed.

Chapter 4 analyzes the business of the Grands Magasins du Louvre. They targeted married women with children. Their target audience ranged from ordinary people to the rich, including those who were based outside cities. Key selling points were always 'new' products, trendy, reasonable and of good quality, good selection of goods, refundable and exchangeable. That different types of ateliers were established indicates that department stores produced goods themselves, and did not buy ready-to-wear garments. Information was sent to customers in catalogues and samples to help them make the right choice and place an order.

Chapter 5 sheds light on the production and sales of fabrics, the main merchandise of the Grands Magasins du Louvre. A variety of plain color silk fabrics were made available for consumers together with a range of products from clothes, fabric products, and home decoration. Among six original fabrics, the black fabric was most popular.

The origins of fabrics, including places in the world, were tagged to goods for value addition.

Chapter 6 analyzes the women's clothing business of the Grands Magasins du Louvre. Taking a fashion illustration catalogue as a sample, the main items, characteristics of different types of clothes, prices and materials, trends of design and decoration, and so forth are identified.

Then, the complex production process is analyzed in detail, along with the sales strategy which resulted from the process. A confection is a clothing product which Grands Magasins du Louvre made on order. Customers could choose from the decorations prepared by the store, get materials cut and ready for sewing, or ask for only cutting.

In addition to production system, daily clothing and fashions of the time were also identified, which made clear that the fashion business of department stores tapped trends and customs.

Attaching names of particular places and persons to products is a strategy employed by department stores to give vivid and unique images to the goods. We gain insights into the life style of the women of that period through the explanations, the variety of fabric products, as well as the white fabrics marketed as a set by the department stores.

Chapter 7 presents the findings of this research, specifically on the production and sale of women's clothing in department stores, relationships between haute couture and confection, women's lives and clothes, and the value of catalogues as data for fashion business research. This chapter concludes with challenges faced in this research and offers suggestions for future research into the history of fashion.

As noted above, confection was different from ready-to-wear garments. At the beginning, department stores only proposed designs to produce clothes on order. This system may seem no different from haute couture.

Customers could choose a design from a line-up of products according to their taste, trends, and usefulness. Catalogues supported their comfortable and luxurious life experience by providing information at their homes, on the latest fashions, trends and

complex social rules and practices such as changing clothes many times a day according to time and occasion.

Because of the complexity of the forms and production of women's clothes, mass-production of women's clothes did not make much progress. This reflected the life of women during the period; they played key roles in household and society, but were not able to enjoy independence and freedom. They put themselves in tight clothes and found pleasure in furnishing their home with fabric products. The print media of the Grands Magasins du Louvre reveals how women's clothing lagged behind other areas of change in society and how the Grands Magasins du Louvre attempted to turn this gap into a business.

this research offers new insights into the concept and growth of ready-to-wear garments which has been regarded as a known fact, and consequently, there has been little research on this topic.

The print media of the Grands Magasins du Louvre presented both fashion virtual reality (dreams and fictions promoted by the department stores) and reality (actual life with fabrics). It connected customers to the department stores and now it reveals to us real clothes from the past. The print media of the Grands Magasins du Louvre plays an important role today to inform us about the lives and interests of women customers, the department stores, and clothing culture of the time.

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－

目次

1　研究の背景と研究目的ならびに研究方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
1.1　研究の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
1.2　研究目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・7
1.3　本論文の構成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・8
1.4　先行研究・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・9
1.4.1　百貨店の歴史について
1.4.2　女性服の製造販売について
1.4.3　本節のまとめ
1.5　本論の研究方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・16

2　19 世紀後半のフランス社会とファッション関連産業・・・・・・・・・・・・・・・・・18
2.1　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
2.2　フランスの社会状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・18
2.3　百貨店の成立とその背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・20
2.3.1　織物産業の発達
2.3.2　既製服産業の始まり
2.3.3　1880 年代までの百貨店の歴史
2.3.4　オートクチュールの成立
2.3.5　ファッションメディアの発展
2.4　本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32

3　ルーヴル百貨店の印刷メディア・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・34
3.1　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・34
3.2　ルーヴル百貨店の印刷メディアの概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・34
3.2.1　ルーヴル百貨店の印刷メディアの歴史と先行研究
3.2.2　ルーヴル百貨店の印刷メディアの内訳
3.2.3　ルーヴル百貨店の印刷メディアの所蔵先と内容
3.3　ルーヴル百貨店の印刷メディアの分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・40
3.3.1　種類ごとの特徴
3.3.2　研究資料の情報
3.3.3　印刷メディアとしての特徴

3.4　ファッション雑誌とルーヴル百貨店・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・66
3.4.1　ルーヴル百貨店と『ラ・モード・イリュストレ』誌
3.4.2　『ラ・モード・イリュストレ』誌におけるルーヴル百貨店の記事の概要
3.4.3　『ラ・モード・イリュストレ』誌におけるルーヴル百貨店の記事の分析
3.4.4　絵入り新聞に見られるルーヴル百貨店の広告と
『ラ・モード・イリュストレ』誌におけるルーヴル百貨店の記事との比較
3.5　本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・80

4　ルーヴル百貨店のビジネス手法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・82
4.1　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・82
4.2　ビジネスの基本・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・82
4.2.1　ターゲット
4.2.2　セールスポイント
4.3　ビジネスの拡大・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・89
4.3.1　店の拡大政策
4.3.2　増大するアトリエ
4.3.3　データに見るビジネスの拡大
4.4　通信販売・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・97
4.4.1　通信販売の開始
4.4.2　通信販売の地域
4.5　ラ・モード・イリュストレ』誌とのコラボレーション・・・・・・・・・・・・・101
4.6　商品の工夫・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・103
4.6.1　権利ビジネス
4.6.2　その他の工夫
4.7　本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・105

5　ルーヴル百貨店の布ビジネス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・106
5.1　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・106
5.2　布販売の工夫・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・106
5.2.1　無地布
5.2.2　柄物
5.2.3　産地
5.2.4　安さの価値
5.2.5　イミテーション
5.2.6　リサイクル

5.3　オリジナル布・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・113
5.3.1　オリジナル布の商法
5.3.2　オリジナル布の黒の需要
5.3.3　ゾラ著『ボヌール・デ・ダム百貨店』に登場するオリジナル布
5.4　布販売と地名・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・120
5.4.1　イラストカタログに頻出する 3 大地名
5.4.2　フランス国内の地名
5.4.3　フランス国外の地名
5.5　本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・130

6　ルーヴル百貨店の女性服と布製品ビジネス・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・131
6.1　本章の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・131
6.2　女性服の販売－1876-77 年冬のイラストアルバムの「最初の分冊」から－・・・132
6.2.1　各アイテムの分析
6.2.2　1876-77 年冬のシーズンの女性服のプロトタイプ
6.3　女性服の製造・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・141
6.3.1　confection
6.3.2　confectionné と tout fait
6.3.3　この時代の既製品
6.3.4　mi-confectionné
6.3.5　coupe
6.3.6　disposé
6.3.7　まとめ－女性服の作られ方と売られ方－
6.4　製造法以外の特徴・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・153
6.4.1　女性のための「黒服」の販売
6.4.2　魅力の付加
6.4.3　ファウンデーションの販売
6.4.4　付加価値をつける情報
6.5　よりよい衣生活の提案・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・173
6.5.1　TPO
6.5.2　白物と身の回り品
6.5.3　子供服
6.5.4　ブルジョワ家庭の主婦への訴求
6.6　本章のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・179

7　終章・・182
7.1　結論・・182
7.1.1　ルーヴル百貨店のコンフェクション
7.1.2　ルーヴル百貨店のファッションビジネスから読み解く女性の暮らし
7.1.3　ルーヴル百貨店のファッションビジネスにおける印刷メディアの役割
7.2　総括・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・185
7.2.1　総括
7.2.2　課題
7.2.3　展望

謝辞・・187

資料
1　文献目録・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・001
2　『ラ・モード・イリュストレ』誌 1866 年 10 月 1 日号付録・・・・・・・・・・・・009
3　ルーヴル百貨店　1873 年夏のファッションのイラストアルバム・・・・・・・・・・025
4　全研究業績リスト・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・128

1　研究の背景と研究目的ならびに研究方法

1.1　研究の背景

ファッションという単語を英和辞書で引くと、そのまま「ファッション」と記されているほど[1]、現在ではファッションは説明が不要な言葉となっている。広くライフスタイル全般の流行を指すこともあるが、通常は服飾の流行や流行の服飾を指し、服飾そのものをファッションという場合も多々ある。その企画・生産・販売を行うのが、ファッションビジネスである。ファッションビジネスは、衣食住の一つを担うという意味において最も身近なビジネスである。

このビジネスにおいて、ファッションの流行を先導しているのは昔も今も、フランスのパリである。パリでは、年に 2 回、オートクチュール（「高級仕立服」と訳す）とプレタポルテ（「高級既製服」と訳す）の新作発表会（「コレクション」という）が行われている[2]。

我々が着用しているのは、パリコレクションの情報に何がしか影響を受けてデザインされた、ファッションビジネスの成果物であり、工場で大量生産された洋服の既製服である。

この既製服をフランス語で「confection（コンフェクション）」と呼んだ[3]。confection の語源は、ラテン語の「confectiõ」であり[4]、「作成、組立、成就」の意[5]である。「19 世紀ラルース[6]」は、コンフェクションを以下のように説明している。

Action de faire complètement：*La* CONFECTION *d'une route, d'un habit, d'une pommade.*　（完全に作る行為：道路、服、ポマードを作ること。）

使用例として、

La CONFECTION *des listes électorales, des rôles de l'impôt, d'un inventaire, d'un*

1　例えば、『新英和大辞典　第 6 版』では、「（服装などの）はやりの型、流行、ファッション」とある。
竹林滋編集代表，研究社，2002 年，p.884

2　プレタポルテは、英語の「ready to wear」のフランス語の直訳で、既製服のことであるが、「プレタポルテ」は一般の既製服よりも高級なものだけを指す場合が多い。
大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.271 参照

3　本論では、「コンフェクション」と表す。ただし、その単語自体について検討するときはフランス語表記とする。また、6 章では他の製造法と区別するため、全てフランス語で表す。

4　小学館ロベール仏和大辞典編集委員会．小学館ロベール仏和大辞典，小学館，2010 年（1988 年），p.533

5　田中秀央編，羅和辞典，研究社，1960 年（1952 年），p.127

6　Pierre Larouse，*Grand dictionnaire universel du XIXe Siècle*，Administration du Grand dictionnaile universel, Paris，1865-90，17vol. t.V，pp.888-889

budget.　（選挙人名簿、課税目録、目録、予算の作成。）

さらに、

Fabrication en grand d'objets prêts à servir et non commandes （販売できる状態の商品を注文を待たずに大規模に製造すること。）

とあり、「その結果、仕立産業に重大な損害をもたらした」「コンフェクションは貧しい人のためにある、金持ちは注文を好む」と説明される。続けて同書では、同時代の仕立産業とコンフェクション産業との対立の歴史を解説している。

また、1886 年に刊行された辞典「リトレ[7]」では、1 番目に「完成まで作る行為」、3 番目に「大規模に注文なしに機械生産で物を作る製法」とあり、この意味は「19 世紀ラルース」の上記の意味に、機械生産ということを加えている。さらに、「仕立産業の用語」として、「コンフェクションをつくる、前もって一式揃いで衣類をつくる」とあり、これらの意味合いが、現在までコンフェクションの意味として、広く普及している内容であることが確認できる。

特に女性の既製服に関しては、19 世紀半ばパリに誕生した百貨店が、その発展とともに広めたと言われてきた[8]。だから女性既製服の始まりについて知りたいと考えるならば、百貨店が売ったコンフェクションを研究するということになる。百貨店は現在も、服を売りファッションを提供する多種多様なビジネスの中で、日本を含め一定の役割を担っている。百貨店は、パリに遅れること半世紀後に日本にも登場する。そして、日本のライフスタイルが洋風になることに何らかの影響を与えたと考えられる[9]。それを理解するためにも、我々が日常着用するようになっている既製服の発展について知るためにも、パリの先例を研究することは有意義である。

初期の百貨店については、小説家のエミール・ゾラが、パリのボン・マルシェと本論で扱うルーヴル百貨店、プランタン百貨店に取材して、小説『ボヌール・デ・ダム百貨店[10]』（1883 年　「ルーゴン・マッカール叢書」20 巻の第 11 巻）を著わした。この中で、彼は百貨店の主要ビジネスとして、布と女性服に多くの頁を割いている。この中にも、コンフェクションは登場する。

7　Émile Littré，*Dictionnaire de la langue française:supplement…*，Hachette, Paris, 1886

8　例えば、『世界服飾史』には、「これらの既製服が主に販売された場所は 1850 年代パリに誕生したデパートであり…（以下、略）」と解説されている。
石上美紀，4 章，深井晃子監修，美術出版社，2014 年（1998 年），p.126

9　神野由紀『趣味の誕生　百貨店がつくったテイスト』（勁草書房　1994 年）参照

10　Émile Zola, *Au Bonheur des Dames*. Les Rougon-Macquart, G. Charpentier, Paris, 1883

ゾラが消費生活などの研究者でないにも関わらず、この小説は、同時代の消費生活などを研究する内外の専門家が、その論文や著書の中で必ずと言ってよいほど言及する作品である[11]。しかしながら研究者たちは、小説の中で重要な要素となっている布や女性服に特別な関心を示しているわけではない。

服装史の分野では、文学作品を資料とした研究は多い。しかし小説などに描かれた内容が史実に忠実かということは判別しづらい。ロラン・バルトはその著『モードの体系』において、研究素材は「本来の文学作品から引き出した記述例も何人かの大作家（バルザック、ミシュレ、プルースト）の場合たしかにきわめて豊富にあるのだが、なにぶんあまりにも断片的すぎるし時代も色とりどりで、とてもここでの取扱い（研究素材として扱うこと　筆者註）には向かないのである。また他方、百貨店のカタログの記述はほとんどそのままモードの［雑誌類による］記述と同一視して扱うことができる[12]。」と指摘している。

バルトの指摘する通り、文学作品とは違って百貨店のカタログには商品としての服飾品が載っている。さらに値段、素材、デザインなどが明確で、ファッション雑誌と比較して同種の商品が数多く掲載されているため、その時の流行などをより明確に知ることができる。

百貨店のカタログについては、フィリップ・ペローが『衣服のアルケオロジー[13]』の中で、「百貨店のカタログを年代順に調べてみた[14]」と述べている。この書は、服装史分野において基礎研究であり、必ずと言ってよいほど引用される文献である。ペローは 19 世紀の資料を駆使し、百貨店ビジネスやファッションビジネスについて言及している。ただ、ペローが参考文献に挙げている資料のほとんどは一次資料ではなく、カタログについてはいつのどこのものをどれだけ調査したのか不明である。

カタログと言えば、百貨店よりもアメリカの通信販売会社のものが研究対象としては知られてきた。そのためか、通信販売の始まりを疑いなくアメリカとする研究もある[15]。それに対して、世界初の百貨店フランス・パリのボン・マルシェのものをはじめ、カタログの存在が知られていなかったわけではないが、これらが体系立って研究された例はないといえる。

11　少なくとも、1.4 の先行研究に挙げた研究の全てが、この小説に触れている。

12　ロラン・バルト，佐藤信夫訳，モードの体系，みすず書房，1992 年（1972 年），pp.22-23（Roland Barthes，*Système de la Mode*，Éditions du Seuil，Paris，1967）

13　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，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差異構造，文化出版局，1985 年（Philippe Perrot，*Le dessus et les dessous de la bourgeoisie*，Librairie Arthème Fayrd, Paris，1981）

14　ペロー，同前，第 5 章，p.87

15　堀麻衣子は、「通信販売は 1869 年にアメリカの大陸横断鉄道開通を発端として、主要地域との物流の整備がすすめられたことにより生まれた。…中略…1870 年代から 1880 年代創業のモンゴメリー・ウォード社やシアーズ・ローバック社は通信販売の発展に大きく貢献した代表的な会社と言えるだろう。」としている。
堀，「衣服購入における無店舗販売の浸透と家庭生活：通信販売を中心として」，目白大学短期大学部研究紀要，50 号，2014 年，pp.77-89

欧米には、多くの衣装美術館が存在する。1.4 の先行研究で示すように、衣装美術館の図録にはカタログを利用した幾つかの研究が見られるが、19 世紀末からが対象となっている。

西洋服装史の分野では、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、1881～1900 年分のテキスタイル記事を調査した研究[16]と、1881～1910 年を調査した論文[17]がある。

また服飾文化に関連する研究として、畑久美子の「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 - [18]」と、田中沙織・坪井善昭・伊藤紀之の「20 世紀アメリカの生活デザインーシアーズ=ローバック通信販売カタログを事例として - [19]」は、対象としたカタログが極めて限定されているが、アメリカのシアーズ・ローバック社（1893－2005）の通信販売カタログの研究である。後者の論文では、「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[20]」と指摘されている[21]。

通信販売カタログの現存そのもの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）図書館にも国立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、通信販売カタログの宿命として「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[22]」と述べている。

本研究で調査を行ったフランス国立図書館の所蔵状況を見ると、3 章で確認するようにカ

---

16 米今由希子,「リバティーのテキスタイルデザインー1881 年～1900 年のカタログから」, 国際服飾学会誌，20 号，2001 年，pp.21-35

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

18 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， pp.21- 32

19 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ーシアーズ＝ローバック通信販売カタログを事例としてー」, 共立女子大学家政学部紀要，第 57 号，2011 年，pp.81-100

20 田中，同前，p.81

21 鍜島康子の研究では、調査しているカタログがそれぞれ 1 年か 2 年分である上、時代が異なり、重なっている部分はないなど客観性に乏しい。
鍜島康子,「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，pp.101- 109、「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」, 服飾文化学会誌, vol.2 no.1, 2002 年，pp.1-12。前者では『シアーズ・ローバック』を、後者では『シアーズ・ローバック』に加え、『ジョルダン、マーシュ・アンド・カンパニー、ボストン *Jordan, Marsh and Campany, Boston*』、『スターン・ブラザース *Stern Brothers*』計 3 社の通販カタログを資料として利用している。

22 畑，前掲　註 18，　p.22

タログが系統だって揃っているわけではなく、資料が整理されていないなど、先述のバルトの考えとは異なり、フランスで百貨店のカタログの収蔵に力が入れられているとは考えられない。

畑は、カタログには「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[23]」と指摘しており、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[24]」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[25]」と畑は述べている。「通信販売用カタログが人々の生活に何をもたらし、アメリカ的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[26]」がわかるからである。これは視点を変えれば、売る側のビジネスについて知ることができる資料となる。

文化学園大学図書館には、ルーヴル百貨店のカタログの一部（1873-77 年の合本）が所蔵されており[27]、そこには数多くのコンフェクションを含む女性服や服飾小物などがイラスト入りで紹介されている[28]。それまで研究資料とされてきたカタログは、先述のように 19 世紀末からのものばかりであったので、この資料を研究すれば、従来の成果より以前の時代の女性服について明らかにできるものと考えた。

パリ国立図書館には、シアーズ・ローバック社設立よりも 30 年早い 1863 年からのルーヴル百貨店(1855－1974)の資料が所蔵されている。ピエダードゥ・ダ・シルヴェイラ著『19 世紀のルーヴル百貨店[29]』によれば、1863 年が同店の出版物発行の始まりで、同店のカタログが同業者の中では最も早いという[30]。ルーヴル百貨店は、2 番目の百貨店とは言われるが、他に先駆けて出版を始めている。その資料は、フランス国立図書館には、その初期から量にばらつきはあるものの多くが収蔵されている。イラストによるファッションのカタログに限れば、その発行の初年分からまとまってパリ装飾美術図書館に収蔵されている。

これらは、シアーズ社やモンゴメリー・ウォード社のような通信販売の専門業者ではなく、ファッションの都パリの百貨店が発行したカタログである。通信販売の専門業者のカタログのように生活に必要な全ての商品が掲載されているわけではなく、女性服を中心とした服飾品に特化したカタログとなっている。カタログを補完する他の資料も、現存している。

先に百貨店が女性既製服を広めたと言われていると述べたが、19 世紀の服装史において

23　畑．同前
24　田中，前掲　註 19，p.83
25　畑，前掲　註 18，p.31
26　田中，前掲　註 19，p.83
27　2008 年に収蔵された。
28　拙稿，稀覯本 106，図書館だより，文化学園図書館，No.147，2009 年，　pp.3-4
29　Piedade da Silveira，*Les Grands　Magasins du Louvre AU XIXe SIÈCLE*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995
30　Silveira，ibid., p.30

研究対象となってきたのは、コンフェクションではなくオートクチュールというファッションビジネスのシステムである場合が多かった。オートクチュールは、百貨店を追うように、1858 年に同じくパリで生まれたビジネスモデルである。前者は既製服で、後者は仕立服、しかも高級な服であり、対照的な商品として捉えられてきた。衣装美術館で展示されるのも、オートクチュールの服であることが少なくない。オートクチュールの服は、大量生産された服とは異なり、高級であるがゆえに大事にしまわれ、残されている確率が高いのである。

このビジネスについては、当時の書類に注目した研究成果がこの数年多く報告されるようになっているが[31]、オートクチュールに注目するだけではその時代の女性服ビジネスが解明できたとはいえない。この服を着たのは、宮廷人や貴族、市民階級の中の大金持ちや高級娼婦などごく限られた女性のみだからである。

西洋服装史の研究動向について確認してみると、海外の事情については、フランスとアメリカの論文検索サイト「Catalogue SUDOC」「EBSCO host」を調査したが、本研究で資料とするカタログに具体的に関わるような研究は見当たらない[32]。調査した限りでは、フランスには服装史に関する学会がない。テキスタイルに関する学会はあるが、そこでは服装史の研究は発表されていない。アメリカとイギリス、ドイツで発行されている服飾関係の学会誌を調査したが、歴史的な研究はあるものの、カタログに関する研究やファッションビジネスに主眼を置いた研究は見当たらない。最近では、現代のファッションやアジア・アフリカなどの動向に関心が高い傾向がある。

一方、日本では欧米と比べて西洋服装史の研究が盛んであるが、ファッションビジネスの研究といえる成果は多くない。欧米同様に、衣生活を対象とし、着る側に視点を置く研究が主流である。

2001 年から 2014 年までの 14 年間の国内の西洋服装史の論文を、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全て抽出して、近年の研究動向を調査してみた[33]。学会によっては 19 世紀後半の研究が半分前後を占めることがわかった[34]。例えば村上裕子が、「衣生活の近代化＝市民の衣生活の改善ととらえ、衣生活

31　2013 年にパリ市庁で行われた「オートクチュール展」、2015 年に移民史博物館で行われた「ファッションミックス展」などがある。

32　フランスの Catalogue SUDOC は、La catalogue du Systèsitaire de Documentation の略称である。西洋の文献を扱う古書店主によれば、通信販売カタログのよう印刷物は雑紙類として扱われ、文献資料の流通の中には含まれないという。

33　拙稿,「服装史研究における通信販売カタログの資料価値の再評価」, 駒沢女子大学研究紀要, 第 18 号, 2012 年, p.240

34　タイトルに、1870 年代などの具体的な年代のほか、19 世紀後半、19 世紀末、ヴィクトリア朝後期などと明記された論文を含め、タイトルに時代が明記されたものを抽出してみると、日本家政学会誌で 59%、国際服飾学会誌で 48%、服飾文化史学会誌で 12%、服飾美学会誌で 28%である。

の改善の始まる 19 世紀後半を研究対象とした[35]」と説明しているように、この時代に関心を持つ研究者が多いのである。

その研究資料は、「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[36]」と絵入り新聞、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。服の企画・製造・販売などのビジネスの歴史がこれまであまり研究されていないのは、それにふさわしい資料が発見されてこなかったからでもある。

カタログを資料とした現在のファッションに関する研究はあるが[37]、やはりビジネスではなく消費者に焦点を当てた研究となっている。

日本の服飾造形研究の分野では、オートクチュールの作品など、ある 1 点の現存資料の複製品を作成することが近年行われている[38]。しかし、選ばれた 1 点が一般的か特殊かという点は考慮されていない。それに対して、カタログに載っているデザインや数値は少なくとも個人的な趣味によるものではない。確認する限り、百貨店の初期の女性服が現存しているわけではないが、ビジネスの成立が可能なだけの点数が集められたカタログの商品の情報から、客観的な分析をすることができる。

ルーヴル百貨店は 2 番目に開店したとはいえ、その開店までの経緯は明らかで、その出版は先述のように最も早かったと言われている。有名なボン・マルシェと比べても、その資料価値は遜色ないと考えられる。

同店の出版物は、古くはゾラから現在のシルヴェイラまで様々な人々にそれぞれの目的で利用されてきた。しかし各々の目的のために資料の取捨選択が行われ、ルーヴル百貨店のビジネスの詳細と顧客について、またそこからわかる衣生活などについて、分析され尽したとは言えない。そこで、服飾文化史研究においてルーヴル百貨店の資料を研究する意義は少なくないと考えた。

1.2　研究目的

女性服のコンフェクションにおける当初の実態を知ろうとするならば、1.1 の研究の背景で見たように、それを広めたとされている百貨店の販売したコンフェクションを研究することが適切と考えられる。そこで、コンフェクションを含む女性服と、それより早くから百貨店の主要商品となっており服の素材でもある布と、その布から作られる家庭用品（本論では「布製品」と称する）のビジネスについて、ルーヴル百貨店の資料によって研究す

35　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

36　村上，同前

37　福井典代，岩川真澄,「通信販売における女性用フリーサイズ衣料の実態調査」，繊維消費科学，vol.53-11，2012 年，pp.942-947、中川敦子，吉野鈴子，木村惠子　他 4 名，「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，　pp.278- 284

38　一例として、鈴木美和子，塚田耕一，吉川玲子　他 6 名，現代衣裳の源流を探る　ウォルト　イヴニングドレスの復元，杉野服飾大学，2006 年

ることとした。

女性服ビジネスを解明するためには、その元となる百貨店のビジネスについても分析する必要がある。百貨店のビジネスの基本から始まり、女性服に加えて、布と布製品を対象とすること、それらのデザインから製造販売まで研究することから、本論ではこれを、「百貨店の初期のファッションビジネスの研究」と呼ぶこととする。

資料には告知の手紙から冊子状のカタログまで、文字情報のみのものからイラスト主体のものまで、さまざまな形態と種類がある。これらが店の情報を客に伝える媒体であることから、本研究ではこうした資料を「印刷メディア」と総称することとする。

19 世紀の百貨店研究においてゾラの小説が注目されるのは、同書以上に当時の百貨店を知ることができる資料がなかったことを示している。しかし、前述のように小説はあくまでも創作であり、必ずしも事実を伝えているとは限らない。よって、小説は信憑性の高い研究資料とは見做せない。

しかし百貨店のカタログには、実際に販売可能な商品が掲載されている。少なくとも注文があれば必ず販売したであろう商品である。カタログに掲載された服は、その値段を見るとオートクチュールより価格がはるかに安い[39]。ゾラも注目したカタログを含む印刷メディアを詳細に研究すれば、当時の百貨店のファッションビジネスが明らかになり、特別な女性ではなく、より多くの女性が着用した服がどのように作られ売られていたのかを解明できると考えた。

そこで本研究では、ルーヴル百貨店の多様な印刷メディアを、期間を限定して全て調査することとした。服の製造法について研究するということは、その商品がこれまで言われてきたような既製服なのかどうなのか、既製服だとしたら当時の既製服ビジネスがどのようなものだったのかを明らかにすることになる。百貨店の販売した女性服の作られ方を明らかにすることにより、コンフェクションとは対照的と考えられてきたオートクチュールビジネスについても新たな知見を得られる可能性がある。カタログ全体で見ると、必ず最初に掲載される布や、多くの頁が割かれる布製品についても研究することで、女性服を着ている女性たちの暮らしについても新しい知見が得られるものと期待される。

1.3　本論文の構成

本論では、1 章 1 節 1 項を 1.1.1 のように表すこととする。項以下も、同様に表していく。

次の 1.4 では、先行研究について検証する。百貨店の歴史と女性服の製造販売についての 2 点からまとめる。1.5 では、研究方法について確認する。終りに、凡例を付す。

2 章では、本論の基礎研究として、社会背景を明らかにする。2.2 では、19 世紀後半のフランスの政治社会の状況について概観する。2.3 では、百貨店ビジネスを研究する上で欠かせない織物産業、既製服産業の歴史について確認し、百貨店全体とルーヴル百貨店の歴史をまとめる。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

39　2.2.3 参照

確認する。

3 章では、本研究で資料とするルーヴル百貨店の印刷メディアを概観する。3.2 では、同店の印刷メディアの概要をまとめる。3.3 では、同店の印刷メディアの分析を行う。3.4 では、もう一つの印刷メディアとして、同時代のファッション雑誌『ラ・モード・イリュストレ』誌に掲載されている同店の記事を検討する。

4 章では、ルーヴル百貨店のビジネスについて分析する。4.2 では、同店のビジネスの基本となるターゲットやセールスポイントなどを確認する。4.3 では、同店のビジネスが 20 年の間にいかに拡大したかをまとめる。4.4 では、印刷メディアの大部分を占めるカタログにしばしばその内容が掲載されている通信販売について整理する。4.5 では、『ラ・モード・イリュストレ』誌との関係について分析する。4.6 では、権利ビジネスなどその他の具体的なビジネスの工夫についてまとめる。

5 章では、布販売をファッションビジネスの一環と捉え、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明らかにする。5.2 では、同店の布の種類や産地・価格について検討する。5.3 では、同店のオリジナル布について分析する。5.4 では、布を説明するための地名について検討する。

6 章では、ルーヴル百貨店の女性服ビジネスについて分析する。6.2 では、1 冊のファッションイラストカタログをサンプルとして、カタログ分析の可能性を検討する。6.3 では、コンフェクションを含む女性服の製造について、その方法をそれぞれ詳細に分析する。6.4 では、同店で売られている女性服の特徴を整理する。6.5 では、同店で売られている布製品や子供服などについて分析する。

7 章では、本論の結論と今後の課題や展望を述べる。結論は、コンフェクションを含む女性服、女性の暮らし、印刷メディアについてまとめる。

1.4　先行研究

1.4.1　百貨店の歴史について

第一に挙げるのは、研究書ではないが先述のゾラの小説である。研究者が同書を引用する理由の一つに[40]、ゾラが詳細な資料を残していることがある。 これが『調査ノート[41]』と

---

[40] 国内で発表された論文と書籍を以下に挙げる。
神野由紀，「19 世紀百貨店空間の考察－Ｅゾラ『*Au Bonheur des Dames*』の空間描写を例に」，デザイン学研究，日本デザイン学会，No.89，1992 年，pp.39-45、
吉田典子，「オスマンのパリ改造とゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』，神戸大学国際文化学部紀要　国際文化学研究，第 8 号，1997 年，pp.1-42、「ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』における近代消費社会とジェンダー(1)」，EBOK，神戸大学仏語仏文学研究会，9-10 合併号，1998 年，pp.113-148、「ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』における近代消費社会とジェンダー(2)」，近代，神戸大学近代発行会，第 89 号，2002 年，pp.71 -113
松田祐子，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年 7 月

して出版されていることからも、彼の取材ノートの資料性が評価されていることが理解できる。

ゾラのノートの出版を監修したアンリ・ミッテランは、同書の前書きの中で、ゾラが小説『ボヌール・デ・ダム百貨店』の題材を選ぶのに「ボン・マルシェを特に選択した」と指摘している。ボン・マルシェについては、この本にして 20 頁に及ぶノートと 4 枚のイラストが残っているが、ルーヴル百貨店に関しても 12 頁分のノートと 1 枚のイラストが残っている。ミッテランは、「ゾラは、ボン・マルシェの次にルーヴル百貨店を訪れた[42]」と述べている。

ゾラのメモには、ルーヴル百貨店についてファッション売場の商品が年に 54 回、絹物が 4 回入れ替えられるといった、具体的なデータが掲載されている。店が発展していくに従い、売場が細分化されていくことについて、具体的なデータとともに記されている。広告やファッション商品の版画にどれだけの額を費やしたか、生地見本作りにどれほどの人々が従事したか、レジがフロアにいかに何か所もあったか、売場はどのようであったかなどについても記されている。

とりわけ注目すべきなのは、その次の節にある「陳列品とカタログ」の中で、彼がルーヴル百貨店のカタログから、商品を箇条書きにしてメモしている部分である[43]。これについては改めて、5.2 で述べる。

『ボヌール・デ・ダム百貨店』出版から 10 年以上を経て、ゾラに触発されたと思われる研究書が出版されている。いつの時代について書かれているのかが明確でない記述が多いが、百貨店の設立当初を知る人物の証言としては貴重である。この『近代生活のメカニズム[44]』の第 1 章は「マガザン・ド・ヌーヴォーテ（流行品店のことで、新しい流行の商品を扱う店という意味である）」に充てられ、百貨店についても述べられている。第 2 章は「鉄鋼産業」である。マガザン・ド・ヌーヴォーテと鉄鋼産業は、近代社会を形成した一大産業である。ダヴネルの姿勢は、大きな産業から近代を探ろうというものであり、その後の多くの研究も同様の視点に立っている。

第 1 章には、ルーヴル百貨店についての項目が見られる[45]。しかし、その 9 頁の中に通信販売や服のビジネスについての記述はない。全体の中でも通信販売やファッションの販売に費やされたページ数は、3 頁分のみである。近代社会という大きな視点で見たとき、百貨店という新しいビジネスシステムに対する関心は高くとも、その中の細かい内容までは注目されなかったと考えられる。

---

41 Émile Zola，*Carnets d'Enquêtes. une ethnographie inédite de la France*，êd. Henri Mitterand，Librairie Plon, Paris，1986，pp.177-203

42 Zola，ibid., p.197, 201

43 Zola，ibid., p.177

44 Vicomte G. d'Avenel，*Le Mecanisme de la Vie Moderne*，Librairie Armand Colin et Cie, Paris，1922（1896-1905）

45 D'Avenel，ibid., pp.21-30

中心に書かれているのは広告や客、販売方法などで、どのようにマガザン・ド・ヌーヴォーテが生まれ、それが百貨店に発展して行ったのか、百貨店の売場のバイヤーがどれほどヨーロッパ中を飛び歩いて商品を集めたか、価格競争がどれほど熾烈だったか、いかに納入業者をないがしろにして利益を上げたか、成功のためにどれほど技術革新を図ったか、そしてどれ位売り上げが増加し、従業員はどのような待遇で働いたのかなど、当時の百貨店の内情が示される。

マガザン・ド・ヌーヴォーテの成立までについては、角田奈歩が『パリの服飾品小売とモード商　1760-1830[46]』にまとめている。この研究の主な対象は、1776 年に設立されたモード商同業組合である。モード商は、百貨店の起源となる組織と考えられている。

ジャンヌ・ガイヤールによるパリの都市論[47]では、オスマン計画が論じられている。

第 3 部で、百貨店について述べられている。この中に、「百貨店のパリ」という章がある。同書の第 1 部で、ルーヴル百貨店の成立ともかかわりの深い「オスマン時代の都市計画」を著わしているガイヤールは、この章では「オスマンのパリは、百貨店のパリでもある[48]」と述べ、主要な百貨店の全てが第 2 帝政期に生まれていること、この時代を象徴する現象であること、ブルジョワジーの欲望を体現していることなどを指摘した。

さらに、「商業の役割の改革」の節では、百貨店の店長や資本について解説し、ダヴネルのように具体的なビジネスの方法について述べている。この中で通信販売カタログについては 1 行だけ触れられている。カタログに掲載されている商品の価値がどれほど高いかを客に示しているというのである。百貨店における生地販売の比重の高さについて論じられている部分では、カタログに掲載されている色や品質についての情報量の多さについて、言及されている。生地に対していかにコンフェクション[49]の価値が低かったかということも述べられている。

「新しい客の獲得」の節では、新たに財力を持ったブルジョワジーを取り込むことによって百貨店がいかに成功したかについて指摘している。この節の中で、百貨店が開店したのはブルジョワジーが住むようになった地域であることを指摘した上で、百貨店の役割は都会の人々の服を都会的な服装に統一することだと説明している。

すでに取り上げているペローの『衣服のアルケオロジー[50]』の第 6 章は「百貨店、そしてブルジョワの衣服の普及」というタイトルであるから、ガイヤールの考えと近いことがわかる。ペローは、1848 年の二月革命時の混乱で多くの中小業者が立ち行かなくなった後、

46　角田奈歩，パリの服飾品小売とモード商　1760-1830，悠書館，2013 年

47　Jeanne Gaillard，*Paris, La Ville 1852-1870*，Champion, Paris，1976
19 世紀後半のパリの都市化について、3 部構成で著されている。第 2 部が「パリの郊外」、第 3 部が「パリの役割」である。

48　D'Avenel，op.cit., pp.525-553

49　原書では confection　以下、本論では「コンフェクション」と表す。

50　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，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

次々に開店する百貨店が既製服（原書では confection である。訳書に従った）の生産と販売を一手に握ることになったと指摘している[51]。ペローの場合は、服装から社会を見るのが目的であるために、百貨店のビジネスのディテールまでは論じていない。

百貨店については、北山晴一が『おしゃれの社会史[52]』の中で、19 世紀の大都市パリの姿とともに、百貨店の発展にも触れ、ルーヴル百貨店について 9 頁を割いている。百貨店の通信販売についての記述は、ダヴネルの記述を引用している。

鹿島茂は、北山の研究成果も踏まえながら『デパートを発明した夫婦[53]』をまとめた。最初の百貨店ボン・マルシェについて、「欲望喚起装置」、「教育装置」といった独自の視点で分析している。同書の指摘は、ルーヴル百貨店にも当てはまる点が多い。鹿島はまた、同時代の文学を資料とした手法で 19 世紀のフランス社会を分析している[54]。

前述のように近年は、パリの衣装展の図録に研究成果が見られる。1992 年に、パリ市立衣装美術館で開催された展覧会「奥様の天国　ファッションの流行品とコンフェクション 1810-1870」は、マガザン・ド・ヌーヴォーテから百貨店、オートクチュールまで婦人服ビジネスの発展を振り返る内容である。この展覧会図録[55]には、「パリの流行」「オートクチュール以前のクチュール」「カタログ」といった論稿が並び、『19 世紀のルーヴル百貨店』の著者であるシルヴェイラが、マガザン・ド・ヌーヴォーテについて解説している。

オートクチュールビジネスの本当の姿、ファッション雑誌と百貨店の結びつき、百貨店とオートクチュールとの関係、商品に名前を付けるアイディア、万博と婦人服ビジネス、オリジナル布などについて解説され、カタログの歴史も詳細にまとめられている。また、マガザン・ド・ヌーヴォーテや百貨店が登場した時代に関して同美術館が所蔵する服やカタログなどが出展され、図録にもそのほとんどが掲載されている。

但し、ルーヴル百貨店のオリジナル素材について、その登場より 6 年後のカタログを根拠に述べていることから、少なくとも同店の情報については検証が必要である。

それに続く展覧会として、同館が 1995 年に開催した「世紀末の女性　1885-1895[56]」は、前出の展覧会に続く時代を主に扱っている。図録には、「絹の民主主義」、「百貨店と女性のコンフェクション」、「イラストつきの出版物に見られるイメージとモデル」「新聞と流行」といった論考が並ぶ。前出の展覧会と内容が重ならないように配慮しているためか、残念

51　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 4 章，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，p.84

52　北山晴一，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年。北山が『おしゃれと権力』（三省堂　1985 年）の改訂版と位置付けている。ルーヴル百貨店については pp.234-243、通信販売については pp.245-247 で述べられている。

53　鹿島茂，デパートを発明した夫婦，講談社現代新書，1991 年

54　鹿島，19 世紀パリ・イマジネール　馬車が買いたい，白水社，1990 年、明日は舞踏会，作品社（叢書メラヴィリア④），1997 年

55　éd. Musée de la Mode et du Costume，*Au paradis des dames. nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, Paris，1992

56　Musée de la Mode et du Costume，Femmes fin de siècle 1885-1895

ながら展覧会が扱った時代の前のことがほとんど論じられていない。

しかし「百貨店と女性のコンフェクション」の中では、ルーヴル百貨店にも紙面が割かれており、ルーヴル百貨店の 1885 年と 1895 年のカタログのイラストが図版に使用されている。「コンフェクションの売場：ルーヴルの売場の比較研究（1885-1895)」、「コンフェクションの売場：3 つの百貨店の比較研究」「百貨店と流行」という節がある[57]。3 つの百貨店とは、ゾラが調査したボン・マルシェ、プランタンとルーヴルのことである。

こうした先行研究に基づいてシルヴェイラがまとめたのが、『19 世紀のルーヴル百貨店』である。本文 41 頁中 10 頁が「“流行”のかけ」という章に充てられ、同店のファッションビジネスについてまとめられている。しかし店の成り立ちや発展という視点で分析され、後半は、従業員、客、創業者について書かれている。ファッションビジネスそのものが解明されているわけではない。ファッションの通信販売については、0.5 頁しか記述がなく、本研究で資料とするカタログについては詳しく述べていない。

リヨンの絹織物について研究をまとめた[58]経済史の研究者である松原建彦は、論文「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」において、絵入り新聞『イリュストラシオン（*L'Illustration*)』（1834～1944 年）に掲載されている百貨店の広告を同紙から全て抽出し、当時の百貨店の展示会などの商法、オリジナル商品などの絹織物について分析した[59]。一つの資料と限られた文献だけによる研究であるが、データを集めて分析するという、服装史の研究者とは異なる研究手法によって、百貨店のビジネスの特徴を捉えようとした。

このように百貨店は、様々な分野の研究者から多様な視点で論じられてきたが、百貨店の女性服ビジネスについて研究され尽くしたとは言えない。角田が、モード商を研究した理由を「服飾史家がオートクチュールの歴史を描くとき、しばしばモード商にさかのぼ」るにもかかわらず、これに関する研究はなく、また「19 世紀以降の大規模小売業の発展に、モード商がどのような影響を及ぼしたかという観点からの分析は皆無」で、「研究者の関心は商業より工業、小売業より卸売業に傾きがちである[60]」からだと述べている。百貨店について言及する研究者たちの多くが、同様に百貨店を流通業や小売業態として分析している。そのため、具体的な商品やそれを扱うビジネスには余り興味が持たれてこなかったのである。

---

57 Fabienne Falluel, “Les grands magasins et la confection feminine”, *Femmes fin e siècle 1885-1895*, Paris-Musées, Paris, 1990, pp. 75-92,

58 松原建彦，フランス近代絹工業史論，晃洋書房，2003 年

59 松原，「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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，pp.456-497、同（後編)，福岡大学経済学論叢，第 54 巻第 3-4 号，2010 年，pp.319-372

60 角田奈歩，パリの服飾品小売とモード商　1760-1830，悠書館，2013 年，p.3

1.4.2　女性服の製造販売について

北山は、『おしゃれの社会史』の中で、「既製服の誕生の経緯と歴史について[61]」明らかにした[62]。女性用既製服については、第二帝政期には既製服の発展は「男性服についての現象であり、デパートの顧客の主要部分を占める女性に関してはあてはまらない。この時期のデパートにおける女性既製服は寸法の上で問題のないマント、コートなどの大物だけが作られ（以下、略）」たが、第三共和政期になると「女物の既製服においても一般化した[63]。」としている[64]。

第二帝政期の後半の状況について、フランソワ=マリー・グローは、「フランス・クチュール〔注文服〕・コンフェクション〔既製服〕組合が発足した 1868 年当時、服飾店はどこも二つの相互補完的な専門技術を持っていた（〔　〕は訳文のまま）」とし、その「一つはお客の注文を受けてクチュール作品を制作する技術、もう一つは前もって『新作既製服』を製造しておく技術である[65]」と述べている。ここからは、注文服とコンフェクションが同じ店で扱われていたことがわかるが、その違いが明らかにされているわけではない。

この二つのビジネスについて、2013 年にパリ市庁で開催された「パリ・オートクチュール[66]」展の図録の冒頭に、オートクチュールとコンフェクションは対立関係にあると思われてきたという指摘がある[67]。これは逆説的に、実はその二つのビジネスモデルが対立していないということを示唆している。さらに、オートクチュールの元祖と言えるイポリット・ルロワ店のやり方が、マガザン・ド・ヌーヴォーテと婦人用コンフェクションの店の手法と似ていることを指摘している。この三者は、同じようなビジネスをしていたということになる。

このうちのコンフェクションに関しては、パリ市立衣装美術館の『世紀末の女性 *1885-1895*』の論文の中で定義されている[68]。この時代の女性服を論じる上で、コンフェクションの定義が必要であると衣装美術館のキュレーターが認識したことを示す。それは、

61　北山晴一，「既製服普及以前の衣料品流通の後継」，ドレスタディ，京都服飾文化研究財団，No.64，2014 年，p.4

62　北山は、少なくとも p.135 と p.153 で、confection を通例通り「既製服」と訳していることが原書との比較から確認できる。

63　北山，第 4 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991，　p.249-250

64　能澤慧子は、「1870 年以降になるとドレスも既製服として販売された。」としている。能澤，第 2 章，世界服飾史の全てがわかる本，株式会社ナツメ社，2012 年，p.125

65　フランソワ=マリー・グロー，鈴木桜子監修，中川高行・柳嶋周訳，オートクチュール パリ・モードの歴史，白水社，2012 年，p.5（François-Marie Grau，*La haute couture*，Presses Universitaires de France, Paris，2000）

66　dir. Olivier Saillard，Anne Zazzo，*Paris Haute Couture*，Skia Flamarion, Paris，2012

67　Françoise Tétart-Vittu，“Aux origines de la haute couture”，XIXe Siècle le Tissu et la Façon，ibid., p.18

68　Fabienne Falluel，“Les grands magasins et la confection feminine”，*Femmes fine de siècle 1885-1895*，éd. Musée de la Mode et du Costume，Paris-Musées, Paris，1990，p.82

本論を進めて行くうえで重要と考えるため、以下に引用する。

Il convient de rappeler les quatre critères qui caractérisent *la confection pour dames*：le vêtement est coupé dans un *tissu*, par *tailles* et non sur mesure, il est exécuté en *série* et non comme pièce unique, sa fabrication est plus ou mois *mécanisée* et non faite à la main.

女性用コンフェクションを特徴づける 4 つの基準を再確認しておく必要がある。すなわち服は、オーダーではなくサイズごとに、一本の原反を用いて裁断される。そして一点ものとしてではなく、量産される。大量生産によって、または個別の部品を使わずに製作される。その製法は多かれ少なかれ機械化されていて、手作業によってつくられたものではない。（下線は原文の斜体の部分を示す。）

この定義と、ルーヴル百貨店のカタログに当初より登場する既製服を示す単語 confection が指す商品とを比べてみると、少なくとも本論文で扱う 1882 年までのコンフェクションの商品は上の基準に当てはまるとは言えないのである。

当時のファッションビジネスで扱われた商品の現存資料については、前述のようにパリ市立衣装美術館の図録『奥様の天国』に、コンフェンクションとして作られたと考えられるコート類が掲載されている。ルーヴル百貨店の 1870 - 72 年頃のコンフェクションかと判断された旅行着も掲載されている[69]。同美術館の図録『世紀末の女性　1885-1895』からは、1890 年のルーヴル百貨店製のコンフェクションが同館に収蔵されていることがわかる。ラベル(後ろ身頃のネックラインに付けられた織りネーム)には、「confection」と明記され、サイズが手書きされている。ボン・マルシェの 1895 年ころのケープも収蔵されている。

1890 年代のファッションビジネスについて、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[70]」を資料とした研究をしている。これは、雑誌掲載の通信販売や注文服ビジネスについての研究である。資料とされたのは雑誌の囲み広告で、カタログと比べ商品の選択の幅は極めて限られる。

その後の変化について見ておくと、『ファッション国際事典　*Dictionnaire International de la Mode*[71] 』の「コンフェクション」の項目には、第二次世界大戦以前はフランス人の

69　éd. Musée de la Mode et du Costume，*au paradis des dames nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, Paris，1992，p.119

70　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.59 No.4，2008 年，pp. 237-244、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」，国際服飾学会誌，25 号，2004 年，pp.4-16、ならびに、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」，国際服飾学会誌，31 号，2007 年，pp.32-42

71　dir. Bruno Remaury，Lydia Kamitsis，*Dictionnaire International de la mode*，Éditions du Regard，2004(1994)，p.144

25%しかコンフェクションを着ていなかったこと、それは労働者だったことが述べられている。しかしルーヴル百貨店のカタログに掲載されている服は安価な商品ばかりではなく、時代が異なっているとはいえ労働者が主たる対象だったとは考えにくい。また 25%という数字については、それほど少数の客のためだけにカタログが提供されることはないと考えられる。

先行研究を整理してみると、研究成果の多い 19 世紀末以前の、初期の女性既製服について明らかになっているとは言えない。その後の時代の記述を見ても、女性服の発展が明確になっていないまま、従来の説が踏襲されていると考えられる。

百貨店とオートクチュールが創設されたフランスでは、衣装美術館の研究を中心に、近年オートクチュールに使用された請求書や勘定書などの新たな文献資料への関心が集まるようになっているものの、全体としては定説の踏襲が多い。このようなときに、いまだ整理も研究もされていない初期の百貨店の印刷メディアを資料として、ビジネスとして扱われた女性服の歴史を研究することの意義は決して小さくないと考える。

1.5　本論の研究方法

研究にあたっては、文献資料であるルーヴル百貨店の印刷メディアを調査分析するという方法をとる。ビジネスと商品についての説明文が豊富で商品数の多いカタログなどの印刷メディアを、時代を区切って継続的に調査分析することによって、ビジネスとして流通していた女性服や布、布製品などのファッションビジネスを明らかにする。

本研究で用いるルーヴル百貨店の印刷メディアには、主に文字情報のみのカタログとイラストカタログとがある。前者には、総合カタログ、各種の展示会カタログ、季節ごとのカタログ、バーゲンカタログなどがある。後者には、幾つかのアイテムだけが掲載されている分冊と、それがまとまったアルバムがある。1882 年発行分は、その後半に文字情報のカタログがついている。手紙やパンフレット、大小のチラシもある。これらを所蔵の図書館 3 館で調査し、そのデータによって研究した。本研究には用いないが、調査した 20 年間の資料には、家具や本などのイラストカタログがある。また図書館が所蔵している資料の中には、数種類の雑誌に付けられていたカタログがある。

分析したのは、手紙やカタログの序文、商品の説明文などと、イラストカタログ掲載の女性服のイラストとイラストの下の商品情報などである。

なお、本研究では、複数の資料を継続的に調査することのできる 1863 年から 20 年間を研究対象とする。

ルーヴル百貨店と資料を所蔵する 3 つの図書館については、図表とキャプションの中では省略記号を用いた。例えば、Grands Magasins du Louvre を GML、Grands がつかない Magasins du Louvre を ML とする。

本論の中の章や節によっては、分析対象となるカタログを限定している場合がある。

各資料は、発行年ごとに番号を振り、□で囲んだ。カタログには、売場ごとに商品が紹

介されている。その売場は《　》で、その中の小さな項目やコーナーは〈　〉で示した。また、同店のオリジナル布は【　】で示した。商品名や修飾語は｛　｝で示した。

商品のアイテム名や商品名が示された後に、素材やデザインが示された部分を「情報欄」と呼ぶこととする。

2　19 世紀後半のフランス社会とファッション関連産業

2.1　本章の目的

19 世紀に入ると産業革命が進み、新しいビジネスが登場し、地域間の繋がりが変化して、都市化が進展した。この世紀の間に百貨店の前身といえる小売業マガザン・ド・ヌーヴォーテが登場し、繊維産業は機械化が進む。第二帝政が始まる 19 世紀半ばには、百貨店が誕生する。特にルーヴル百貨店の成立は、万国博覧会を開催しようと計画したナポレオン 3 世の意向と関わっている。先行研究で確認したように、女性服は百貨店が既製服化させたと言われてきた。

百貨店のファッションビジネス、その成果である女性服、またその素材となる布はどれも、社会背景と無関係には成立していない。そこで、本章 2.2 では、本論に関わるフランスの政治社会的状況について概観する。ルーヴル百貨店の発展に関わるフランスの国内政策、金融危機や戦争、交通網の発展などと、この時代の消費者の生活を考える上で基本となる当時の家計や衣生活の状況などをまとめる。

2.3 では、百貨店ビジネスを研究する上で欠かせない織物産業、既製服産業、オートクチュールビジネス、ファッションメディアの発展について概観する。染織技術の進歩、既製服産業が誕生してから 19 世紀後半に至る変化、百貨店全体の歴史とルーヴル百貨店設立の経緯、既製服と考えられているコンフェクションとは対立するビジネスと位置づけられ、研究成果の多いオートクチュールビジネスの内容と発展、19 世紀の印刷メディア全体と女性向けファッション雑誌の状況についてまとめる。

このことによって、ルーヴル百貨店の当時の位置づけがなされ、印刷メディアを研究する意義が明らかになるのである。

2.2　フランスの社会状況

ここでは、19 世紀初めからルーヴル百貨店が通信販売を本格化させる 1870 年代までの社会状況を確認する。

19 世紀になる約 10 年前の 1789 年に、フランス革命が起こる。その後政治混乱が続いたが、ナポレオン・ボナパルトが第一帝政を敷いた（1804～1815 年）。彼が失脚した後、国王シャルル 10 世が反動政治を行ったために、1830 年に七月革命が起こる。自由主義者の支持を得て、ルイ=フィリップが国王に即位した。立憲君主政が成立し、富裕なブルジョワジーが政治の実権を握る。丁度この頃から男性服は定型化し、変化がなくなって行く。すると彼らの経済力を示すのは、妻や娘の衣装となった[1]。マガザン・ド・ヌーヴォーテが登

1　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 1 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.52
この部分の節のタイトルは「女性すなわち男の看板」である。

場するのはこの時代であるが、庶民は古着を購入していた[2]。

産業革命が進むと、中小ブルジョワジーや労働者階級が選挙権を要求するようになった。仕立て職人たちが活発な社会闘争を行っていたことを、北山が指摘している[3]。こうした運動を政府が抑えたために、1848 年に二月革命が起こる。

国王は亡命し、ナポレオン 3 世が大統領となった。彼はクーデターを起こし、1852 年に第二帝政が始まる。ナポレオン 3 世は、国内産業を保護しパリ大改造を行った。百貨店ができるのは、この時である。対外的には、1853～56 年クリミア戦争に参戦し、ナポレオン 3 世はヨーロッパにおけるフランスの存在感を増すことに成功した。

それと前後して、1851 年に初めてロンドンで開催された万国博覧会が、1855 年と 1867 年にパリに招致される。2.3 で詳述するが、万博に関連してルーヴル百貨店が開店したのが 1855 年である[4]。

1867 年から金融危機が起こり、1869 年にはルーヴル百貨店の親会社であるクレール・イモビリエが破産する。

1832 年に敷設が始まったフランスの鉄道網が、1870 年には 17,400 キロメートルに達していた。国内においては、この鉄道網がパリへの一極集中を促す[5]。一方、フランスの融資した鉄道と電信システムがその周辺の国々に拡大して行く。1869 年には、スエズ運河がフランスの融資によって完成する。フランス国内外を市場とした百貨店の通信販売は、こうしたインフラの広がりの上に成立するのである。

第 2 帝政期の市民の暮らしを見てみると、この間物価が上がり、賃金上昇を相殺するほどとなった。デュヴォの研究によれば、1860 年には高くて 5 フランだった職人の日給が、1871 年には 0.5～1 フランの上昇となっていたという[6]。ルーヴル百貨店の最も古い 1866 年のカタログからは、5 フランほどで買うことができるのは安い肌着であることがわかる。ちなみに、当時パンの値段は 1 キログラム 0.35～40 フランだったという。

1870-71 年のプロイセン=フランス戦争（以後、普仏戦争と表記）でフランスは敗れ、ナポレオン 3 世は退位した。ドイツとの講和条件がアルザス=ロレーヌ地方の割譲と多額の賠償金だったため、パリの人々は抗議のためにパリ=コミューンを宣言して戦う。しかし市民の自治政府は 2 カ月で鎮圧され、1875 年には第三共和政が発足した。領土の変化は、カタログの序文に掲載される地名の表記にも反映されている。

2　ペロー，同前，第 4 章，pp.65-78

3　北山晴一，第 2 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，pp.85-103

4　1867 年の万博では、日本館が人気を博し、ジャポニスムへと繋がった。この流行は、ルーヴル百貨店のカタログからもわかる。

5　フランスの鉄道の発展については、北河大次郎『近代都市パリの誕生　鉄道・メトロの熱狂』（河出書房新社　2010 年）に詳しい。

6　G. Duveau，*La Vie Ouvrière en France sous le Second Empire*, *Paris*
デビッド・ハーヴェイ，大城直樹，遠城明雄訳，第 9 章，パリ　モダニティの首都，青土社, 2006 年, p.227（David Harvey, *Paris, Capital of Modernity*, Taylor & Francis Books, Inc.,　2003）

ルーヴル百貨店がイラストによるカタログを発行するようになるのは、パリ・コミューンの翌年 1872 年である。

デビッド・ハーヴェイは、こう指摘する。

> 鉄道網の密度の増加と、海上交通や電信のつながりの規則性とスピードの高まりは、人々の空間と場所の知覚に根底的な衝撃を与えた。情報、商品、貨幣、人は、1850 年に比べて 1870 年に、はるかに簡単に世界中を移動するようになった[7]。

こうした時代に発行されたのが、本論で扱うカタログなのである。ルーヴル百貨店の通信販売の対象地域も、1870 年代には拡大して行ったことがカタログからわかる。

2.3　百貨店の成立とその背景

2.3.1　織物産業の発達

ルイ 14 世の治世下で、1667 年に王立織物製造所が作られたリヨンは、宮廷衣装に欠かせない素材となる高級な絹織物をヨーロッパ中に供給して栄えた。ところが、18 世紀後半になると産業革命によってイギリスからヨーロッパ中に綿が広められ、リヨンの織物産業は危機を迎える。しかし 19 世紀に入ると、ナポレオンの政策により絹の需要は回復した。

この頃からリヨンでは、絹と羊毛や綿との交織（こうしょく）（複数の繊維を一緒に織ること）が始まり、それにより安価になった絹織物が大衆化する。王政復古期にはジャカード織（紋織り）が実用化され、模様織も比較的安価に織ることが可能となった。第二帝政期には、単純で安価な純絹の無地織や交織織が人気となる。この時代はスカートの大きなクリノリンスタイルが流行していた。1 着の服をつくるのに大量の布を使用するため、布の需要がその分増加する。工業化しやすい平織り（経糸と緯糸を 1 本ずつ交互に組み合わせた、織物の基本組織）の絹織物がその需要に応えた。

人工染料の普及により、これまで染めるのが難しかったり、染めると高価になってしまったりするような色を容易に染めることができるようになった。松原は、「上流社会の皮相的な模倣を追求した結果は、安価な並質・低質品に対する大量需要であり、目先の変わった見かけの良い製品への殺到であった[8]」と指摘している。見た目の満足が追及され、先染め(糸を染めてから布を織ると、色を変えることができない)に比べ手軽な後染め（布を織ってから色を染める技法）によって、リヨンの織物業者は利益を上げた。織物業界が需要に答えて工場制度を整え、生産の集中による大量生産体制に入るのは、ちょうど百貨店が発展していく 1860～80 年代にかけてである。

1870 年代の後半からは、織物のバリエーションが増えていく。松原が挙げているリヨン

7　デビッド・ハーヴェイ，大城直樹，遠城明雄訳，第 16 章，パリ　モダニティの首都，青土社，2006 年，p.342

8　松原建彦，第 3 章，第 1 部，フランス近代絹工業論，晃洋書房，2003 年，p.105

の織物の内訳[9]をみると、カタログに登場する織物の種類と合致する。毛織物人気についても指摘されているが、やはりカタログから確認できる。

布販売については、5 章で分析する。

2.3.2　既製服産業の始まり

リヨン王立織物製造所が設立される 3 年前の 1664 年に古着商同業組合は、安い布で寸法を取らずに新品の既製服を製造することが許された[10]。フランス革命後には、パレ・ロワイヤル（ルーヴル宮の北側）に外套やチョッキ、ルダンゴト(乗馬コート)、部屋着などの既製品が並ぶようになる[11]。

但し 19 世紀に入っても、現実的には生地屋と仕立屋の領域の相互不可侵は続いており[12]、既製服の製造販売がすぐに一般化したというわけではない。仕立服は一般庶民にとっては高くて手が出ないので、先述のように彼らは古着を購入していた。同じ値段で買うならば、古着のほうが品質の高いものを手に入れることができたからである。

1824 年に既製服店の先駆けと言われる「ベル・ジャルディニエール（「美しき女庭師」の意)」が開店する。手仕事を分担し、生地を重ねて裁断し、製造の合理化を図った。最初は仕事着だけを扱ったが、需要に気付いた同店はブルジョワ向けの既製服も製造するようになり、拡張を重ねた末に 1858 年には一区画丸ごと土地を取得するほどに発展した。

1830 年に、フランスではティモニエがミシンを発明する。これが有効に使われたのは、軍服生産においてであり、それ以外では 19 世紀の後半になるまで、なかなか受け入れられなかった。1834 年には、既製服業者を指す名詞が確認されるようになる[13]。

初期の既製服の裁断は大雑把で、安価に縫製された粗悪な製品だったため、その時点では仕立屋に脅威を与えるものではなかった。その製造法は、一つの工房に仕立屋、裁縫士、裁断職人などを集めて生地の裁断と大方の仮の縫合を行い、それを各自の自宅で仕上げさせるというやり方だった。その後、裁断、型紙、形、寸法の取り方、サイズの揃え方などが改良され、既製服がからだに合うようになって行く[14]。

1846 年には、女性用コンフェクションの専門店が幾つもできていた。取引額が 100 万フラン以上になる店が何店もあり、一番大きな店は 300 万フランに達していた[15]。マガザン・

9　松原，同前，p.109

10　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 4 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，pp.63-64

11　ペロー，同前，p. 78

12　北山晴一，第 2 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.74

13　Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française*, Société du Nouveau Littré le Robert, Paris，1976，p.885

14　Robert, ibid.,

15　約 10 年後となるが、1857 年の統計によれば、パリの既製服店のうち大規模店 20 軒の総売上額は 1,400 万フラン(1 軒平均 70 万フラン)である。
北山，前掲　註 12，第 3 章，p.141

ド・ヌーヴォーテに、女性用コンフェクションの売場が設けられていく。主流は、寸法を取らずに作るゆったりとしたコート類などであった。ルーヴル百貨店のすぐ裏手にあたるパレ - ロワイヤルの回廊には、「新品ではあるが、既製品で寸法の調整されていない衣服の販売を専門とし、一種の手工業的既製服生産をやっていた[16]」仕立屋が集まっていたという。

これまで見てきたように、ミシンの出現、原料の低価格化、生産の効率化が行われ、衣類は特に大量生産によって安くなった。安くなった理由には、労働者の搾取もあった[17]。これまでは流行品を身に付けることができたのはごく一部の人々だったが、このような変化によって中流のブルジョワジー、さらには労働者階級の中でも収入の良い人々が、そこに加わることができるようになる。

1855 年の万博の頃には、既製服業者は世界中に販路を広げ、仕立服にも参入するようになり、仕立屋にとっては大きな脅威となった[18]。女性用コンフェクションの取引額は 5,500 万フランに達していた。とはいえ、女性服業界では、正確な寸法を必要とする服種の既製服が発達することはなかったというのが、先行研究の一致した見解である[19]。ダヴネルは百貨店のコンフェクションについて、「6 台の機械が 1 時間に 32,000 着分を裁断し、12 台のミシンを用いて機械工と仕上げ工によってつくられる[20]」と報告している。

百貨店は服だけではなく豊富な布を安価に販売したので、その布によって女性裁縫師の「仕事を刺激する結果になって」しまったという側面もあった[21]。多種多様な布を簡単に仕入られるようになった彼女たちは、その仕事の幅を広げることができたのである。

同じ女性の仕立職人でも、零細業者は仕事がなくなって経済的に困窮していった。サヴィエル=エドゥアール・ルジェーヌの回顧録によれば、ちょうどルーヴル百貨店が開店した 1855 年には、彼の母親は仕立服だったのか、それともコンフェクションだったのかわからないが、パリで 6～8 人の女性を雇って、特定の小売店からの発注で高品質の女性用コートを生産していた。しかし、1861 年に従業員が一人となり、1872 年までどうにか商売を続けたが、1874 年に完全な貧困状態となり、精神に障害をきたしたという[22]。

---

16 フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 4 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.62

17 例えば、1833 年に共和主義組織－人権協会のメンバーである仕立て職人グリニョンが発表したビラには、「われわれは一日 14 時間から 18 時間も働いている。」などと書かれていたという。（北山晴一，第 2 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，pp.87-88）そして、北山自身が「結論的にいえば、既製服が安かったのは、以上のような大資本導入による近代的な資本主義的経営と搾取システムとを採用し始めていたためである。」と分析している。（同前，第 3 章，p.140）

18 Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française*, Société du Nouveau Littré le Robert, Paris，1976，p.889

19 1.4.2.2 参照

20 Vicomte G. d'Avenel，*Le Mecanisme de la Vie Moderne*，Librairie Armand Colin et Cie, Paris，1922（1896-1905），p.63

21 ペロー，第 5 章，前掲　註 16，p.102

22 デビッド・ハーヴェイ，大城直樹、遠城明雄訳，第 8 章，パリ　モダニティの首都，

先に見た織物工業の発展と既製服の普及に見るような「完成品の大規模な工業化[23]」によって、百貨店は成功することになる。百貨店で服を揃えることができるだけの経済力を持った人々にとっては、わざわざ古着を購入する理由はなくなった。

2.3.3　1880 年代までの百貨店の歴史

百貨店は、フランスで生まれた。本論で扱う時代までの、百貨店全体とルーヴル百貨店の歴史を確認する。

2.3.3.1　百貨店の成立

19 世紀に入って、フランスでマガザン・ド・ヌーヴォーテが発展するまでの歴史は、1 章で紹介した角田が綿密に研究を行っているので、本論では述べない。

マガザン・ド・ヌーヴォーテの一つだったボン・マルシェの共同経営者に、同店を成功させることになるアリステッド・ブシコーが 1852 年に名を連ねる。この時点では、百貨店を表わす grand magasin（大規模店＝百貨店）という表現はまだ使われていない。しかし、この 1852 年を百貨店の始まりとするのが、通説となっている[24]。

引き続きパリには、1855 年にルーヴル百貨店、1865 年にプランタン[25]、1869 年にサマリテーヌが開店する。

このように パリに次々に百貨店が開店した理由を、ガイヤールは「人口が集中し、十分な富を持っている都市はパリ以外にフランスにはない」、したがって「百貨店は、この時代のパリの現象である」と考察している。そして「パリのブルジョワジーは、百貨店のショーウィンドーを見て、自分が金持ちになったと思い込み、新しい欲望を自覚した」とする。つまり、百貨店は「客に贅沢を普及させることを目的とした」のだと分析する[26]。

ガイヤールが百貨店として挙げているのは上記のような店だが、いずれも設立当初は grands magasins という表現を用いていたわけではない。ルーヴル百貨店も開業当時は「ルーヴル」のみで、Grands Magasins という表記は 1863 年に始まっている[27]。フランス国立図書館に収蔵された同店の資料は、この年からである。松原によれば、プランタン百貨店に関しては 1868 年に Grands Magasins de nouveauté という表記が見られ、ボン・マルシ

青土社，2006，p.216

23　ペロー，前掲　註 16，　p.87

24　北山は、ブシコーが 1852 年にボン・マルシェの共同経営者となったことをもって、「これが 19 世紀屈指のデパートであり、デパートの代名詞ともなった『ボン・マルシェ』の起源である。」としている。
北山，第 4 章，前掲　註 17，p.224

25　同店に関しては、重松佳江『プランタン　巴里　ベルエポックー百貨店商法の創始者 J.ジャルゾーの物語―』（講談社，1985 年）が参考になる。

26　Jeanne Gaillard，*Paris, La Ville 1852-1870*，Champion, Paris，1976，p.525

27　Piedade da Silveira，*Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995，p.9, 11, 13

ェの広告では同表記が 1873 年初出という[28]。先述のように彼の研究は『イリュストラシオン』紙にのみ依っているのではあるが、「ルーヴル百貨店(下線　筆者)」という表現の登場がそれより早いとすれば、同店の規模が他店より早く拡大した一つの証拠となる。

鉄道網の拡大は、通信販売の対象地域を広げ、支店の開設を促したと考えられる。シルヴェイラは支店には注目していないが、カタログにはナント（1878 年）やグルノーブル（1882 年）のものが現存している。

ルーヴル百貨店が印刷物を発行し、ワンシーズン毎に多くの商品を紹介するようになるのは、パリの主だった百貨店が顔を揃えた中でルーヴル百貨店が拡大発展する時期に当たるのである。

ゾラが『ボヌール・デ・ダム百貨店』で百貨店に翻弄される女性たちを描いているように、百貨店のターゲットは主に女性だった。ルーヴル百貨店の資料では、常に「マダム」と呼び掛けられている。マダムとは、松田が研究したように、この時代に登場し、家計の実権を握ったブルジョワ家庭の「主婦」のことである[29]。

百貨店で買い物をするのは、中産階級が主だった。百貨店は中産階級の上と下の階層まで取り込もうと、豪華な商品と日常的な商品を増やす[30]。何年のデータかわからないが、ボン・マルシェとルーヴルに来店するのは一日に 15,000~18,000 人、そのうちの 4~5,000 人は何も買わない、その代わり日に平均 4,000 通の郵便による注文が届き、その数は月曜には倍に上るのだという。ダヴネルはそれを「 会ったこともない客から毎日注文が届く[31]」と表現している。

ボン・マルシェは 250 万フラン、ルーヴル百貨店は 300 万フランの広告費を使い、その広告の中では熾烈な値下げ競争が見られることもあった[32]。ルーヴル百貨店は、5 万フランを費やして子供に風船を配ったという[33]。

初の百貨店の研究書と言えるピエール-ルイ・ジファール著『百貨店』が 1882 年に出版

28　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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，p.463。
但し、カタログの表記を見る限り、店名の表記に一貫性があるわけではない。

29　松田祐子は、「財産の管理に関しては、当時の法律では妻はなんら権限を持っていなかったのですが、実質的には、日常生活におけるお金の使い道を決めることになります。」と述べ（松田，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，p.218)、マルグリット・ペローが 1873 年以降の家計簿を分析していることを指摘している（同前　p.235)。
Marguerite Perrot，*Le mode de vie des familles bourgeoises, 1873-1953*，Armand Colin, Paris，1961

30　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 5 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.97

31　Vicomte G. d'Avenel，*Le Mecanisme de la Vie Moderne*，Librairie Armand Colin et Cie, Paris，1922（1896-1905），p.61

32　D'Avenel，ibid., p.46

33　D'Avenel，ibid., p.88

された[34]。1883 年にはゾラの『ボヌール・デ・ダム百貨店』が出版される。これらはまさに、百貨店の存在が生活に与える影響への関心の高まりが形になった時に著されたのである。

それはゾラが描いているように、百貨店が万引きや痴漢など社会問題の温床になったからでもある。百貨店は、良くも悪くも当時の人々の暮らしや価値観を左右した。ダヴネルは、百貨店の広告が値段の目安となって、他の店がそれ以上の値段で売ることができなくなったと指摘している[35]。

現代の日本ではユニクロの値段がアパレル業界全体に影響を与えているが、すでに同様の現象が百貨店の登場によって起こっていたことがわかる。同業者には百貨店の登場が痛手となった一方で、地方の織物業者などにとっては、ボン・マルシェやルーヴル百貨店との取引が成功の始まりだったということに、ダヴネルは注目している[36]。

2.3.3.2　1880 年代までのルーヴル百貨店史

ルーヴル百貨店は、1855 年に開業し 1974 年に閉店する。

すでに述べたように、1855 年とは第 1 回パリ万国博覧会開催の年である。ナポレオン 3 世は、万博に集まる人々を泊めるための国際的大ホテルを建てる必要性に思い至り、現在もその建物があるリヴォリ通りのルーヴル宮の向かい側に、それは建てられることになった（図 2-1）。

ホテルは、突貫工事のためフランス初となる電灯による夜間工事が行われた。ホテル近くのマガザン・ド・ヌーヴォーテの店員だったアルフレッド・ショシャールは、仕事帰りにそれを見て、この中に店があればどれほど成功するかと思い描いたのだという。その後、もう一人の創業者となるオーギュスト・エリオと出会い、年間契約料の大金 110 万フラン

図 2-1　1868 年のパリ
ルーヴル宮周辺
ブルーの部分がルーヴル百貨店のあった場所
（福井憲彦他著『革命期 19 世紀パリ市街地図集成』柏書房　1995）

34　Pierre-Louis Giffard，*Les Grands Bazars*，Victor Havard, Paris，1882
北山晴一，第 4 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.266

35　D'Avenel，op.cit., p.89

36　D'Avenel，ibid., p.44

の出資者を見つけ、ホテル開業に先立つ 7 月に建物の 1 階の一部分で開店した[37]。同店は、パリの都市整備とともに生まれた百貨店ということになる。

しかし一年後の純利益が 1,500 フランしかなかったため、出資者は逃げ出してしまう。利益が出るようになったのは、1861 年のことである[38]。本論で調査した資料は 1863 年からのものなので、店が軌道に乗ってからということになる。

普仏戦争終了後の 1872 年から拡大を続けたルーヴル百貨店は、1874 年には従業員 40 人、利益 84 万フランになった[39]。建物所有者の親会社が破産し、1875 年に創業者二人がホテルを含むこの一画全体の不動産を 1,500 万フランで落札する[40]。彼らはホテルの客室を減らし、百貨店を増床し、1877 年に大々的にリニューアルオープンした。この時の様子は、カタログなどにしばしばイラストで紹介されている。本論では 4.3.3 で改めて取り上げる。この時には、従業員は 1,500 名になっていた。

エリオは 1879 年に他界、ショシャールは 1885 年に引退する。本研究で扱うのは、創業者の時代ということになる。

1.4.1 で紹介したように、ゾラのノートによれば、同店は服飾品や絹物を何度も入れ替えていた。それほど商品を入れ替えるには、それだけ取引する商品が豊富でなくてはならない。しかも利益率は 4 - 5%だというから、儲けを出すには回転率を上げて多売しなくては店が成り立たなかったと考えられる。

シルヴェイラはその著書の中で、同店の商品量の多さと新商品の開発力、オリジナル商品とその販売方法（商標登録など）に加え、創業者たちが早くからコンフェクションの重要性に気づいていたこと、流行を重視していたことを指摘する[41]。また、同店が 1865 年にコンフェクションのアトリエを開設し、翌年には 500 人の労働者を雇っていたこと、コンフェクションのサロンがいかに豪華だったかということ、同年に販売網を広げるために通信販売を始めたことを紹介している[42]。

前述のように、ルーヴル百貨店の建物は経営は変わったものの現在もそのままホテルとして使用され、1 階部分ではカフェや店舗が営業している（図 2-2）。

2.3.4　オートクチュールの成立

西洋服装史の研究では、1 章で見たような高級仕立服ビジネスをオートクチュールの特徴として位置付けてきた。能澤慧子は、「客がそのドレス（ファッションショーで見たドレス

37　Piedade da Silveira，*Les Grands Magasins du Louvre au XIXè siècle*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995，p.24

38　デビッド・ハーヴェイ，大城直樹，遠城明雄訳，第 5 章，パリ　モダニティの首都，青土社，2006 年，p.157

39　Vicomte G. d'Avenel，*Le Mecanisme de la Vie Moderne*，Librairie Armand Colin et Cie, Paris，1922（1896-1905），p.40

40　Silveira，op.cit., p.14

41　Silveira，ibid., p.28

42　Silveira，ibid., p.30　1866 年のカタログを元にしている。

図 2-2　現在の建物の様子（筆者撮

のこと、筆者註）から気に入ったものを選ぶと、今度はその客の身体にぴったり合わせて仕立ててくれる。これがのちにオートクチュールと呼ばれることになった、当時としては斬新な方式であった。」と述べ、さらに「ウォルト(オートクチュールの創立者、後述)の方式では、選択の幅が広く、しかも生きたマヌカン（ファッションモデルのこと、筆者註）が実際に着て見せてくれること、そして仕立ての段階が残されているため、身体に合わせた仕立が得られるという 2 点だけが既製服との違いである。もっともこの二つの違いは偉大であって[43]…（後略　下線　筆者）」と指摘する。

1 章でも取り上げた「オートクチュール」展図録の中の T-ヴィテュの論文「オートクチュールの起源」 の冒頭には、異なった視点から以下のように書かれている。

> Nous croyons connaître ce commerce de luxe parisien sur la foi de deux ou trois citations qui ne reflètent qu'imparfaitement la complexité de cet ensemble de couturiers, couturières, lingères, modistes, …
>
> 我々がこのラグジュアリー産業を、クチュリエ（オートクチュールのデザイナー）、肌着製造業者、婦人帽製造業者の集まった複雑な組織であることが不完全にしか反映されていない 2、3 の引用を信用して、よく知っていると思い込んでいる[44]。

ラグジュアリービジネス、つまりオートクチュールは、様々な業種によって成り立っていることと、その実態はまだ分かっていないことが多いという立場の表明である。それを踏まえた上で、オートクチュールがどういうビジネスかということを概観しておきたい。

クチュールとは「仕立」ということである。仕立服というだけなら、大量生産の既製服でない服は皆仕立服である。何が新しいのかと言えば、どんな服をつくるかを決定する主

43　能澤慧子，「オートクチュールの足跡」，パリ・モード 1870 - 1960 華麗なる夜会の時代，東京都庭園美術館編集，テレビ朝日，1999，p.167

44　Françoise Tétart-Vittu，“Aux origines de la haute couture”，*Paris Haute Couture*, dir. Olivier Saillard, Anne Zazzo，Skia Flamarion, Paris，2012，p.18

導者が逆転したということである。

1850 年代にオートクチュールが登場した背景には、まず他の業種と同様に職業の自由化が進んだということがある。以前ならば、布を扱うことと服を仕立てることとは職業としては両立できなかった[45]。

職業の分業が厳しく規定されていた時代の仕立服は、客が生地屋で買った布を仕立て屋に持ち込み、自分の好みを伝え、仕立てて貰うというものであった。ところが、イギリス人のシャルル・フレデリック・ウォルトは、自らドレスのデザインを考えてサンプルを作成し、客を店に呼んで、それらを見せて注文をとるという方法を思いつく。

彼は、ロンドンの服飾品店で見習いをした後にパリにやってきて、有名な婦人服地店ガジュラン店の販売員となる。彼が作ったドレスが評判を呼び、同店に婦人服部門が設立された。しかし店の「経営方針と折り合わず[46]」、スウェーデン人のパートナーとともに 1858 年に店を開く。これには織物業者から刺繍業者までが協力をして、開店 2 年後の 1860 年にはビジネスが軌道に乗ったという[47]。

ウォルトは、「私の仕事は、客の望み通りに服を作ることではなく、服を発明することにある」と 1871 年に述べたという[48]。発明とは、デザインするということである。

ウォルトがそう宣言した前年に、メディアにオートクチュールデザイナーを指す「クチュリエ couturier」という言葉が初めて登場した。それは、『ラ・ヴィー・パリジェンヌ *La Vie Parisienne*』誌 1870 年 2 月 26 日号のウォルトのファッションショーを評した記事の中であると、T-ヴィテュは指摘する[49]。

この論稿の図版として、ウォルトがパートナーとビジネスをしていた時の請求書が掲載されている。オートクチュールメゾン開設の 1858 年より後、1862 年の資料である。そこには、「コンフェクションの特別な店」と表示されている[50]。

T-ヴィテュは、「オートクチュールは、コンフェクションに直接由来しているにもかかわ

---

45 フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 4 章，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，p.79

46 周防珠実，「シャルル=フレデリック・ウォルト　20 世紀モードへの礎石」，日本衣服学会誌，第 56 巻第 2 号，2013 年，p.49

47 Françoise Tétart-Vittu，“Aux origines de la haute couture”，*Paris Haute Couture*, dir. Olivier Saillard, Anne Zazzo，Skia Flamarion, Paris，2012，p.19

48 Alexandra Bosc，“Le couturier et ses clients dans la seconde moitié”，*Paris Haute Couture*，dir. Olivier Saillard, Anne Zazzo，Skia Flamarion, Paris，2012，p.24

49 T-Vittu，“Maisons célèbres”，La couture avant la haute couture，*Au paradis de dames*，Paris-Musées, Paris，2013，p.37

50 オートクチュール店を 1875 年に開店したジャック・ドゥーセの両親は、「高級既製服製造と下着・刺繍の二つの作業場を所有してた」とフランソワ=マリー・グローが指摘している。
グロー，鈴木桜子監修，中川高行・柳嶋周訳，オートクチュール　パリ・モードの歴史，白水社，2012 年，p.49

らず、我々の抱いているイメージではコンフェクションと対立関係にある[51]」のだと指摘し、ウォルトが独立する前に働いていたガジュラン店が、コンフェクションを提供した最初の店だと述べている。1851 年の第 1 回ロンドン万国博覧会に、この店で婦人服を任されたウォルトはコンフェクションを出品した[52]。こうした経過から、彼が独立した際にガジュラン店のコンフェクション・ビジネスを参考にしたと考えられる。

その上でウォルトが提案したのは、絹織物産地のリヨンで織られた高価な布を使い、装飾を施した、二つとないドレスであった。第二帝政時代のファッションリーダーであるウジェニー皇妃をはじめとする名だたる宮廷の女性たちや金持ち、高級娼婦などが顧客に名を連ねる。

しかしながら、オートクチュールが発展したのは、ファッションの民主化が進んだからだという考えもある。本論で注目している通り、百貨店が誕生すると、これまで仕立服には手の出ない経済状況にあった市民たちも新品の服を手に入れることができるようになった。以前は新作を着るのはごく一部の女性に限られる行為であったが、流行を楽しむ人々の範囲が広がる。その流行というのは、トップモードであるオートクチュールのデザインの模倣によって生まれた。

だが、多くの人々が似たようなデザインの服を着るようになるということは、ごく一部の選ばれた女性たちにとっては、ゆゆしき問題であった。自分たちが特別であることを示すためには、これまでとは異なる形で他の市民たちとの差別化を図る必要が生じる。デザインでは差がつけられなくなったので、ブランドで差をつけなければならなくなった。そのため、市場にオートクチュールに似た商品が出回れば出回るほど、オートクチュール・ブランドは儲かることになる。

これまでコンフェクションがオートクチュールをコピーしてきたと考えられてきたが、その意味では、実はオートクチュールがコンフェクションを利用したのだと T-ヴィテュは指摘する[53]。さらに彼女は、オートクチュールの服はシンプルなもので 700 フラン、一般には 1,000 フラン以上だったが、百貨店も服の値段を上げれば、大クチュリエと同等の特別な店になるという。その違いは値段だけだということを指摘しているのである。

オートクチュールの新しさは、店が客に新作を提案することにあると先に述べたが、それはこの時代の産業全体の特色である。デパートが扱っている商品は服飾品以外も含め、あらかじめ何らかの形で客に提案される商品であるから、その意味ではオートクチュールと変わらない。オートクチュールとコンフェクションは似たビジネスだということになる。

服をからだに合わせるというやり方も、オートクチュールとこれから分析する百貨店のファッションビジネスとのどちらにもみられるシステムである。また、オートクチュールの早い段階で、デザイナーによっては海外に出向いて新商品を見せたり、カタログを送っ

---

51 T-Vittu, art. cit., 47, p.18
52 T-Vittu, art. cit., 49, p.42
53 T-Vittu, art. cit., 49, p.36

たりしたという[54]。これらのビジネスモデルは、従来は 20 世紀に入ってからポール・ポワレというデザイナーが始めたと言われてきたが[55]、すでに 19 世紀半ばに行われていたとしたら、これらのことも百貨が通信販売を広範囲に行っていたやり方と変わらない。

T-ヴィテュに従えば、ルーヴル百貨店もウォルトもファッション雑誌に型紙を提供していた。特にウォルトは、1866 年から『ル・プランタン』という新聞に 1 万タイトルもの型紙付のデザイン画を提供し、1867 年に創刊して現在まで続く『ハーパース・バザー』誌にも型紙を提供したということである。ここからも、百貨店とオートクチュールは同様のビジネスをしていたことがわかる。1850 年代にともに登場したコンフェクションとオートクチュールとは、車の両輪としてお互いに影響し合いながら発展していったのである。

2.3.5　ファッションメディアの発展

女性向けの出版物としては、フランス革命の少し前にファッション雑誌の草分けと言われる『ギャラリー・デ・モード　*Gallerie des modes et costumes français*(全文を註に記す)[56]』が発刊される。それ以降、『ジュルナル・デ・ダム・エ・デ・モード *Journal des dames et des modes*』をはじめ、幾つもの女性誌が出版された。どのような雑誌がいつからいつまで発行されていたかということについては、詳細な報告がある[57]。

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[58]。」と分析している。

その後について松田は、「19 世紀前半まで、フランスの新聞や雑誌は、政治的事柄を掲載したオピニオン紙を主体としており、貴族と限られた上層のブルジョワ階級が読むもので、しかも男性だけのものでした。しかし、1860 年ごろから変化がおこりはじめ、…中略…女性のための新聞と雑誌が大衆化するのも 1860 年ごろからです[59]」と述べている[60]。

54　Françoise Tétart-Vittu, “Aux origines de la haute couture”, *Paris Haute Couture*, dir. Olivier Saillard, Anne Zazzo, Skia Flamarion, Paris, 2012, T-Vittu, p.19

55　カタログに関しては、深井晃子がポール・ポワレのカタログを「デザイナーたちが出す自作のカタログの、はじめてのものともいえるだろう。」としている。
深井，パリ・コレクション，講談社現代新書，1993 年，p.69

56　パリで出版された、銅版画に手彩色された『ギャラリー・デ・モード』がファッション雑誌の原型と言われている。
Le Clerc, Thomas, Dupin M, *Gallerie des modes et costumes français: dessinés d'après nature : gravés par les plus céébres artistes en ce genre, et colorés avec le plus grand soin*, Chez Esnauts et Rapilly, Paris, 1778-1781

57　Raymond Gaudriault, *Gravure de mode féminine en France*, Éd. de l'Amateurs, Paris, 1983

58　北山晴一，第 2 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.67

59　松田祐子，第 1 章，主婦になったパリのブルジョワ女性たち 100 年前の新聞・雑誌から読み解　　く，大阪大学出版会，2009 年，pp.4-5

60　パリ市民の識字率は 1872 年でもまだ約 2 割で、読み書きができると言っても本当の

松田は、女性向けの雑誌について七月王政期（1830-1848 年）と第二帝政期（1852-1870 年）を比べると、発行部数が 10 倍になっていること[61]、女性誌の『ラ・モード・イリュストレ』が同時代の新聞『ル・フィガロ　*Le FIGARO* 』よりもほんの少しだが多く発行されていたことを指摘しており[62]、女性が情報を求めていたことがわかる。第 2 帝政期については、「パリの出版業の発行部数は 1852 年の 15 万部から 1870 年には 100 万部以上へと成長した[63]」というハーヴェイの指摘もある。日刊紙の発行部数を見ると、1870 年にパリの新聞が 110 万部で地方の新聞が 30 万部だったものが、10 年後にはパリで 60 種類 200 万部、地方で 190 種類 90 万部になった[64]。特に地方の伸びが高いことには、カタログに記された通信販売の対象地域の広がりとの共通性がある。

出版業の発展に拍車をかけたのが 1881 年施行のプレス法[65]で、これによって定期刊行物の発行が届け出のみで許可されるようになった。技術面でも、輪転機、電信印字機の発明に加え、写真の導入などが出版物の普及を後押しした[66]。

こうした 19 世紀後半の一連の動きは、本研究で扱う百貨店の印刷メディアが多種多彩な内容で頻繁に発行されていたことと関連があると考えられる。

T-ヴィテュによれば、フランス国立図書館所蔵の資料の中では、1841 年発行の『デンマーク王の店のアルバム　*Album des magasins du roi de Danemark*』誌が、コートとドレスの版画に情報を添えており、カタログに近いメディアとしては最も古いものである。それより早く 1839 年 10 月には、ポプリン-デュカール店が、『モード・ド・パリ　*Mode de Paris* 』誌に 4 頁ほどのパンフレットを挟み込んでいた[67]。『ル・モニトゥール・ド・ラ・モード *Le Moniteur de la mode* 』誌の 1850 年 4 月号の付録には、初めてガジュラン店の「ケープとコンフェクション」の 8 点のデザイン画が付いた[68]。同誌は、その翌年からコンフェクション店のヴィル・ド・フランス店の最新作の石版画を挟み込むことにした。

基礎教育しか受けていない人々が多かった。
デビッド・ハーヴェイ，大城直樹、遠城明雄訳，第 11 章，パリ　モダニティの首都，青土社，2006 年，p.259
そのことから、雑誌を読んだのはごく一部の女性だったと考えられる。

61　ハーヴェイ，第 1 章，同前，　p.13

62　ハーヴェイ，同前

63　ハーヴェイ，第 7 章，同前，p.190

64　松田，前掲　註 59，　p.5

65　プレス法が施行されるまでは、出版物の検閲が行われ、発刊にあたって高額の保証金を支払わねばならなかった。
松田，同前，p.8

66　松田，同前，p.9

67　T-Vittu，art. cit., p.18
なお、『デンマーク王の店のアルバム』掲載のコートとドレスは「コンフェクショネ」された商品となっているが、これについては 6 章で分析する。

68　T-Vittu，“Maisons célèbres”，La couture avant la haute couture，*Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, Paris，1992，p.41

コンフェクションの需要が高まると、店が版画を挟むことが増える。最初は冬の商戦が始まる 10 月に、更に 3 月にもというように増えていったという[69]。こうした版画は、「ファッションプレート」と呼ばれる。19 世紀後半を通じて、ファッション雑誌一号につき一枚ほどの割合で見られるファッションプレートには、店の名前と住所が必ず記載されている。これらは、T-ヴィテュの分析によれば全て広告だったということである。

ルーヴル百貨店の場合は、その初期には『ラ・モード・イリュストレ』誌に、後には『ラール・エ・ラ・モード　L'art et la Mode 』誌などにカタログを掲載している。一方、同店のカタログには、外国のファッション雑誌に版画を載せていることが告知されていた（3.2.2 参照）。

その上、ボン・マルシェとルーヴル百貨店は自前の印刷所を持つに至る[70]。この時代の印刷メディアの影響力の大きさを、当時の百貨店は強く認識していたのである。

2.4　本章のまとめ

第二帝政から第三共和政に至る 19 世紀後半のフランスでは、パリ大改造が行われ、鉄道網が広がり、万国博覧会がロンドンと並んで開催された。しかしその一方、金融危機が起こったり、普仏戦争の結果アルザス=ロレーヌ地方が失われるなど、安定した社会状況が続いていた時期とは言い難い。そのような中、物価が上がり、市民の暮らしは楽とはいえなかった。

歴史あるリヨンの織物産業は、機械化や人工染料の発達とともに、高価な絹織物から廉価な多種の絹織物産地へとその姿を変えて行った。大量生産の織物に支えられ、既製服産業は発展するが、女性用については百貨店登場の時代までは、寸法のいらない服種だけに限られると考えられてきた。

マガザン・ド・ヌーヴォーテの中から生まれてきた百貨店は、多額の広告費を使い、値下げ競争を行い、通信販売を始め、消費者の生活に影響を与えた。その中で 18、ボン・マルシェのような基盤を持たないところから 1855 年に開店するルーヴル百貨店は、ちょうど本研究が対象とする約 20 年間の間に創業者がその基礎を作り、引退をしていく。その中で、ビジネスは布販売や女性服販売が大きな割合を占めていた。その意味で、同店を研究する意義は少なくない。

百貨店に続き、誕生したオートクチュールビジネスは、百貨店の登場によって広まった流行の服では満足できない客層にアピールし、ブランド価値によって高額な服を販売した。しかし、百貨店の販売するコンフェクションとオートクチュールとには、ビジネスとしての類似点が見られるものの、コンフェクションに関する研究は進んでいないのである。

69　Françoise Tétart-Vittu，“Maisons célèbres”，La couture avant la haute couture, *Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, Paris，1992，　pp.53-54

70　北山晴一，第 4 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.246

これらの服や流行を広めたのが、同時代に次々創刊する女性向けファッション雑誌である。法律の改正や印刷技術の進歩によって、ちょうど百貨店が発展する時期に女性向けファッション雑誌は部数を拡大した。本研究で資料とするルーヴル百貨店のさまざまな印刷物は、印刷メディアが女性の必需品となった時代のものなのであるから、その資料価値が検討されなければならないと考えられる。

これらの時代背景を念頭に、資料を分析していくこととする。

3　ルーヴル百貨店の印刷メディア

3.1　本章の目的

本研究で使用する資料を整理し、印刷メディアの性質や内容を検討する。ここでいう印刷メディアとは、ルーヴル百貨店が発行したカタログやチラシ、パンフレット、手紙などである。これらは、同店が編集発行した印刷物で、後には同店は全てではないものの印刷も手掛けるようになって行く。これらの印刷メディア以外に、雑誌や絵入り新聞に掲載されているルーヴル百貨店の記事や広告などの情報も、印刷メディアとして研究する。

3.2 では、ルーヴル百貨店の印刷メディアの概要をまとめる。同店の印刷メディアの歴史と先行研究を確認し、調査を行ったフランス国立図書館、パリ装飾美術図書館、文化学園大学図書館が所蔵するルーヴル百貨店の資料について、研究した資料の所蔵が多い順に整理する。

3.3 では、ルーヴル百貨店の印刷メディアの分析を行う。まず各種カタログやチラシ、手紙、パンフレットといったメディアの種類ごとに分類し、特徴を分析する。特にイラストカタログについては、その内訳を表にして示す。そして印刷法、イラスト、編集デザイン、売場、生地見本など、メディアの内容を分析する。全てのメディアについて、それぞれの発行年、表紙の情報などを表にして示す。

3. 4 では、同時代の代表的ファッション誌である『ラ・モード・イリュストレ』に掲載されているルーヴル百貨店の記事を検討する。掲載記事を整理し、その注目すべき点を明らかにする。また、絵入り新聞『イリュストラシオン』掲載の同店の広告との比較検討を行う。

これらのことにより、ルーヴル百貨店の印刷メディアが多角的な分析に耐えうる研究資料であることが確認でき、この資料によって同店のファッションビジネスの諸相を明らかにすることができるということが確認されるのである。

3.2　ルーヴル百貨店の印刷メディアの概要

3.2.1　ルーヴル百貨店の印刷メディアの歴史と先行研究

シルヴェイラは同店の印刷物について、1861 年からカタログの前身と考えられる印刷物を『ラ・モード・イリュストレ』誌に付録のように付けていたことを指摘している[1]。しかし、文化学園大学図書館の所蔵分では確認できない。

フランス国立図書館が所蔵する同店の資料の最も早いものは、1863 年発行である。それは 5 万部、1865 年には 10 万部刷られ、1866 年 1 月の最初のカタログは 10 万部刷られたという。同年に、特売チラシの印刷も開始された。1860 年代は、百貨店各店がコンフェク

1　Piedade da Silveira，*Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995，p.53

ションのデザインを紹介する小さなアルバムを出版するようになった時である[2]。そして1872年に、ルーヴル百貨店のイラスト入りのカタログが誕生する。

シルヴェイラはカタログ発行までの経緯を簡単に述べてはいるが、1863年からのカタログの具体的な内容は明らかにしていない。彼女がカタログを調査していることは、著書の註にカタログが掲載されていることからわかる。例えば、1865年に既製服のアトリエを開設し、翌年には500人の労働者を雇っていたこと、既製服のサロンがいかに豪華だったかということ、同年に販売網を広げるために通信販売を始めたことを、カタログの情報によって紹介している[3]。しかしカタログの全てを調べたわけではなく、カタログの説明文から店の発展、ファッションビジネスの拡大、店に関わる人々のことなど、彼女が研究対象とした内容について抽出したと考える。

1.4.1の先行研究で取り上げたガイヤールは、カタログについては2回、それぞれわずか1行ほどしか記述しておらず、通信販売に至っては全く指摘していない。同書の引用文献には、ボン・マルシェとルーヴル百貨店のカタログが取り上げられているが、いずれもわずか1冊ずつである。ペローは百貨店のカタログを年代順に調べてみたというが、その詳細には全く触れていない。

このように、ルーヴル百貨店を含めた百貨店の印刷メディアは十分に研究されてきたとは言えない。カタログ発行の意義について同店は、1870年夏のカタログの序文の冒頭で、客の判断と比較のためであり、値段、工場などの情報が買い物の失敗を避けることになると説明している。

本研究では、次節で紹介する3つの図書館が所蔵するルーヴル百貨店の印刷メディアについて、時代を限って全て調査した。

3.2.2　ルーヴル百貨店の印刷メディアの内訳

すでに前項で、シルヴェイラの先行研究を紹介しつつ「カタログ」や「チラシ」、「アルバム」に触れたが、調査した種々のメディアを整理しておく。

分析した資料は、1863～1882年までの85点の印刷メディアである。この中には、手紙やチラシ、二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、イラスト中心のカタログ、生地見本の貼られたものがある。そこに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だけで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。

表紙にカタログと明記された冊子状のものに、「総合カタログ」、「総合展示会カタログ」、「特別展示会カタログ」、「カタログ」があり、同様の形態の冊子でありながらタイトルのないカタログもある。

---

[2] Françoise Tétart- Vittu, “Le Catalogue”, Le renom de Paris, *Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992, p. 54

[3] Silveira, op.cit., p.30　1866年のカタログを元にしている。

総合カタログは、200 頁弱からそれを超えるものまである。百貨店はたびたび展示会を仕掛け、集客していた。その事前告知のためのカタログが、展示会カタログである。春と冬に発行された。二つの地方都市の展示会のカタログもある。「カタログ」は、50～75 頁ほどのもので、夏と冬に発行された。これらは、文字情報が大部分を占めるカタログである。資料 2 に示した『ラ・モード・イリュストレ』誌別冊の付録が、その典型例である。初めの何ページかに通信販売の告知が掲載されている資料が多い。ほとんどの場合、巻末には目次がついている。裏表紙には、印刷所や商標などに関する記述が見られる。

ほとんどのカタログは、布、婦人服、男性用シャツ、布製品から成り立っているが、年末のお年玉とバーゲンセール用のカタログもある。

ファッションイラストのカタログには、一部に春があるものの夏と冬のシーズンごとのアルバムと、「最初の分冊」、「分冊」がある。資料 3 に紹介した 1873 年夏のアルバムが、イラストアルバムの典型例である。1882 年からは「イラストカタログ」となり、後半に文字情報のカタログが合体した形式になっている。ファッションイラストが掲載されている資料には、大判の一枚の紙にファッションイラストが描かれ、商品情報が載った展示会の案内などもある。この中には、雑誌の付録であることが確認できる資料もある。

イラストのカタログには、家具のカタログ、本のカタログが 1 冊ずつある。

判型にはばらつきがあるが、1867～1874 年の総合カタログや季節のカタログなどとファッションイラストアルバムや分冊は、ほぼ縦が 27 ㎝前後、横が 18cm 前後である。

これらのカタログが全て通信販売カタログとされたのか、店でも配布されたのかなどは、資料からは確認できない。1873 年のタイトルのないカタログや同年冬の総合展示会カタログの序文の註に、「総合カタログは、毎シーズン発行されるイラストカタログ同様に、申し込まれた全ての方々に送料発送人払いでお送りします。」と告知されている。1872 年の総合カタログ最新版には、求めに応じて特別カタログを送ると書かれている。これらの記述から、少なくともカタログ類は、希望者には送付されたことがわかる。

調査した資料を形状や種類から、表 3-1 にまとめた。詳しくは、3.3.1 で検討する。これらの資料には、発行年ごとに通し番号を付ける。資料 No.の頭にアルファベットがないものは、文字情報のカタログである。j は絵入りの発行紙やイラストのチラシ、f はファッションのイラストカタログ、i は他のイラストカタログ、p はパンフレットとする。

3.2.3　ルーヴル百貨店の印刷メディアの所蔵機関と内容

以下に、ルーヴル百貨店の印刷物の所蔵機関と内容を示す。調査は、2009～2015 年にかけて行った。各機関の資料を発行年ごとに整理し、表 3-2 にまとめた。この表に、3.4 で取り上げる『ラ・モード・イリュストレ』誌掲載の同店のカタログとファッションプレートも加えた。

表3-1　　ルーヴル百貨店の印刷メディアの分類

形状	種類		種類(タイトルより)	頁数	内容	資料No						
1枚	手紙			1	告知、商品紹介	j1863-2	j1870-2					
	チラシ			2		j1863-3						
				1		j1866-1	j1866-2					
2つ折り	パンフレット		「新聞」	4	商品紹介	j1863-1						
			春のパリ・ルーヴル	4	生地見本付パンフレッ	p1870-1						
			売場ごとの要約	4	売場案内	p1870-3						
			中の見本を見てください	4	生地見本	p1873-4						
				4	商品紹介	p1876-5						
冊子	カタログ	タイトルに「カタログ」	カタログ	42	告知、商品紹介	1866-3						
				80	告知、商品紹介	1873-1						
			総合カタログ	184～275	告知、商品紹介	1872-1	1873-2	1874-1	1874-2	1875-1	1875-3	1876-1
			冬のカタログ	52～75	告知、商品紹介	1867-1	1868-5	1871-2				
			夏のカタログ	56×2	告知、商品紹介	1868-3	1869-3					
			総合展示会と冬の新作バーゲンカタログ	24～66	告知、商品紹介	1867-2	1868-4	1871-1	1872-4			
			総合展示会と春の新作バーゲンカタログ	33～40	告知、商品紹介	1868-2	1869-2	1870-4				
			特別展示会カタログ	16	告知、商品紹介	1868-1						
			特別カタログ	20	告知、商品紹介	1870-7						
			冬の総合展示会	39	告知、商品紹介	1873-6						
			春の新作総合展示会	64, 40	告知、商品紹介	1873-3	1874-3					
			冬の新作総合展示会	35	告知、商品紹介	1875-6						
			最初の展示会	19	告知、商品紹介	1869-1						
			12月の展示会	17, 20	告知、商品紹介	1873-8	1874-5					
			1875年12月1日	20	告知、商品紹介	1875-7						
			新作のバーゲンとキャンペーン、ナント	32	告知、商品紹介	1878-1						
			クルノーブル	13	告知、商品紹介	1882-4						
	イラストカタログ（女性服）		ファッションアルバム	96	イラスト商品紹介	f1875-5						
			夏のアルバム	62	イラスト商品紹介	f1872-5						
			夏のファッションのイラストアルバム	206, 215	イラスト商品紹介	f1876-2	f1877-2	f1878-2	f1880-1	f1881-2		
			冬のファッションのイラストアルバム	147, 187	イラスト商品紹介	f1876-4	f1877-7	f1878-3				
			夏のファッションのイラストカタログ	114	イラスト商品紹介	f1882-2						
			冬のファッションのイラストカタログ	114	イラスト商品紹介	f1882-5						
		分冊	春の分冊No. 1	106	イラスト商品紹介	f1875-2						
			冬のファッションのイラストアルバム 最初の分冊	74, 97	イラスト商品紹介	f1875-5	f1877-3					
			夏のファッションのイラストアルバム第1分冊	21	イラスト商品紹介	f1881-3						
			夏のファッションのイラストアルバム 第2分冊	16	イラスト商品紹介	f1881-4						
			夏のファッションのイラストアルバム第3分冊	20	イラスト商品紹介	f1881-5						
			夏のファッションのイラストアルバム第4分冊	62	イラスト商品紹介	f1881-6						
			冬のコートとコンフェクション・・・	18	イラスト商品紹介	f1872-5						
			冬のコートとコンフェクション	54	イラスト商品紹介	f1877-4						
			夏のコートとコンフェクション	20	イラスト商品紹介	f1880-2						
			冬のコンフェクションその衣装とガウン	38	イラスト商品紹介	f1877-5						
			冬の婦人帽と頭飾り・・・	49	イラスト商品紹介	f1877-6						
大きなチラシ	（女性服）		服飾小物、帽子と頭飾り　女性用	2	商品紹介	j1870-5						
			春の新作展示会、商品の見本	2	商品紹介	j1870-6						
			夏のコートとコンフェクション・・・	2	商品紹介	j1872-2						
			ドレスとコートの特別催事	2	商品紹介	j1881-6						
			新しい衣装の催事	1	商品紹介	j1881-1						
			復活祭の衣装の展示会	1	商品紹介	j1882-3						
			冬の新作総合展示会	2	商品紹介	j1882-6						
冊子	（家具など）		オリエントの絨毯と家具用布展示会	24	商品紹介	1874-4						
冊子			絨毯とタピスリー、カーテンと家具用布展示会		商品紹介	1881-7						
冊子			家具と素材のカタログ	34	告知、商品紹介	1870-9						
冊子		イラスト	家具のイラストカタログ	31	イラスト商品紹介	i1877-1						
冊子			本のイラストカタログ		イラスト商品紹介	i1882-1						
冊子			お年玉のイラストカタログ		イラスト商品紹介	i1882-7						

＊研究対象とするデータのない資料は頁数を掲載していない

表3-2 ルーヴル百貨店のカタログの現存状況

発行年	総合カタログ	総合展示会 春	総合展示会 冬	カタログ 夏	カタログ 冬	タイトルなし	モードのイラスト・カタログ アルバム	モードのイラスト・カタログ 初校分冊	モードのイラスト・カタログ 分冊	布見本	ちらし パンフレット	手紙	その他 カタログ	*La Mode illustrée*
1863												n		
1864														pl
1865														pl
1866						n					n			冬ｶﾀﾛｸﾞ、pl
1867			n		n									pl
1868			n	n	n					n				*
1869				n						n				
1870				n							n		n	
1871			n		n									
1872	n		n				夏d		冬n					pl
1873	n	n	n			n	夏d、冬b			n			n	pl、*
1874	n	n											n	春ｶﾞｲﾄﾞ、pl、*
1875	n		n				春d、冬bd							pl、*
1876	n						夏d、冬b	冬b						pl、ｾｰﾙ告知、*
1877							夏d、冬nd	冬n	冬n				n	pl、*
1878							夏d						n	*
1879														pl、*
1880							夏d						n	*
1881							夏n		夏n		n		n	pl
1882							夏冬d				d		n	pl、12月ｶﾀﾛｸﾞ

*は、特集頁
plは、ファッションプレート
La Mode Illustrée 誌は、
文化学園大学、神戸松蔭女子学院大学図書館所

所蔵機関
n Bibliothèque nationale de France
d Bibliothèque des arts Décoratifs, Paris
b Bunka Gakuen Library(文化学園大学図書館)

3.2.3.1 フランス国立図書館（Bibliothèque nationale de France 図表においては BNF と略す場合がある）所蔵のルーヴル百貨店の印刷メディア

同館は、ルーヴル百貨店のカタログなどについて、複数の資料を所蔵している。

まず旧館に収蔵されている所蔵番号 REC-45-BOITE PET FOL は、1872 年と 1878 年の夏のイラストアルバムと、1882 年のお年玉のイラストカタログ（服以外）、1891 年 10 月 3 日の『ルニヴェール・イリュストレ *L'Univers Illusutré* 』誌掲載のカタログ、1880 年 11 月 7 日と 1881 年 4 月 2 日の催事の大きなチラシ、発行年不明の 9 月 16-17 日の「新しい家具売場の落成式の案内」、同じく 9 月 20-21 日の「インテリア用絨毯、カーペット、カーテンの特別展のカタログ」、10 月 15 日の「子供服のカタログ」、そして広告の切れ端である。OA-343(14)-4 は、「1873 年夏のファッションイラストアルバム」である。

次に新館所蔵の資料を見てみると、GR FOL-WZ-7 には、閲覧できる資料と出来ない資料があり、出来るのは 1872 年夏、1881 年 4 月 2 日と発行年不明の 7 月 11 日の大きなチラシである。

MFILM GR FOL-WZ-7 はマイクロフィルムで、「1863 年春の新聞」と題された、大きなチラシと同型の資料（「発行紙」と呼ぶ）と、「1920 年の破格なバーゲン」のカタログである。前者が同館に現存する最も古い資料で、先述のようにこの年は同店が「百貨店」と表記するようになった年である。コンフェクションの展開を決定した年でもあり、その PR のために高級な商品の掲載された絵入り新聞を出版したと、シルヴェイラは指摘している。この紙面では触れられていないが、T･ヴィテュによれば、これが 1863 年の『ラ・モード・

イリュストレ』誌に挟み込んだチラシなのだという[4]。実際に、イラスト 2 点が同誌 4 月 6 日号に掲載されている。

FOL-WZ-216 は、13 の箱から成る。箱の中に、発行年ごとに資料が分類され、封筒やファイルに入ったりしている場合もある。年月日が全く記入されていないカタログもあるが、同館が調査を行った結果であろうか、鉛筆書きで発行年が記されているものも幾つかある。

第 1 の箱は、日付なしのカタログが入っている。1910 年代のカタログが 1 冊と、第二次世界大戦後のカタログである。そのため、本研究では調査を行っていない。

第 2 の箱は、1863 年から 1874 年までのカタログなどが入っている。

この箱の中の 1873 年の総合カタログと、同年の表紙にイラストがあるだけのカタログは、一部が袋綴じのままになっており、本調査で頁の切開を依頼した。

また 1873 年のカタログが、1875 年の封筒に入っているということもあった。

第 3 は、1875 年から 1880 年までのカタログなどが入っている。中には、1873 年 12 月 8 日開催の展示会のカタログが、誤って混入している。「3」を「5」と見誤ったものと思われる。また、1875 年 12 月 1 日付の手紙で始まる年末セールのカタログは、翌年のカタログ類の中に混入していた。

1875 年の総合カタログ、1875-76 年の総合カタログと 1877-78 年冬のファッションのイラストアルバムの初版にも、切れていない頁があった。

第 4 の箱は、1881 年から 1909 年までの印刷物が入っている。

第 5 以降のものは本研究では扱わないが、1968 年までのカタログが収蔵されている。

発行年が不一致な箱に幾つかのカタログが混入するという誤りがそのままになっていることや、頁が切れていないカタログが 5 冊あったことから、本資料はこれまで十分に調査されてこなかったと考えられる。

同図書館では、著作権の切れた資料は写真撮影が許可されているため、研究対象とした資料の中で撮影に耐えられないほど傷んだもの以外は全て写真撮影を行い、データは著者が保管している。

3.2.3.2　パリ装飾美術図書館（Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris　BAD）所蔵のルーヴル百貨店の印刷メディア

同図書館には、ルーヴル百貨店に関して、2 種類の資料が収蔵されている。

まず、1872 年～1910 年のカタログが 10 冊の合本としてまとまって残されている。ただし最初のイラストカタログとなる 1872 年夏のアルバムは、10 冊のうちの 1 冊目の合本に挿入されている。綴じられているのは、1873 年から 1876 年までとなる。タイトルは『Grands Magasins du Louvre Modes』となっている。寄贈者は、1902 年に同店の支配人だったオノレ氏であるということが、合本にメモされている。

---

[4] Françoise Tétart-Vittu, “Le Catalogue”, Le renom de Paris, *Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992, p.22

2 冊目は 1877 年～1881 年、3 冊目は 1882 年～1884 年である。4 冊目以降は本研究では扱わないが、1885～ 1888 年、1889～ 1892 年、1893～ 1897 年、1898～ 1901 年、1902～ 1904 年、1905～ 1907 年、1908～ 1910 年がそれぞれ合本されている。中には、同図書館にはそれ以前の分は所蔵されていない総合カタログ、展示会カタログ、新作カタログなどとカタログの掲載された雑誌やチラシなどが綴じられている。

別に、1904 年～1953 年のカタログが所蔵されている。

同図書館では、研究に必要な部分のみ撮影を行い、その他は書写した。

3.2.3.3　文化学園大学図書館（Bunka Gakuen Library　BGL）所蔵のルーヴル百貨店の印刷メディア

同館には、一冊の合本が収蔵されている。

「Grands Magasin du Louvre」とタイトルがつけられている。薄紙に、「1873-74 年冬のモード」、「1875 年冬のモード」、「1876-77 年冬のモード」とそれぞれのアイテム名が印刷された表紙があり、その後に、商品を紹介するページが続く形態となっている。

1876-77 年の分だけは、「初回の分冊」とイラストアルバムの両方が収められている。しかしそれ以外は、分冊を集めたのか、イラストアルバムなのか、表紙などを外して合本したのか、今となってはわからない。

本資料は、現在は同館ホームページの「貴重書デジタルアーカイヴ」で公開されている。

3.3　ルーヴル百貨店の印刷メディアの分析

3.3.1　種類ごとの特徴

3.3.1.1　発行紙

タイトルに「新聞」とついているのは、この資料だけである。服と布が掲載されている。フランス国立図書館に所蔵されるルーヴル百貨店の資料で最も古く、マイクロフィルムでしか閲覧できない（図 3-1）。値段が記され、カタログなどの前身と言える。イラストが 8 点あるが、それ以降のイラストが掲載された大判のチラシと比べるとその点数は少なく、

図 3-1　1863 年春のルーヴル店の新聞

（Bibliothèque　nationale　de France）

説明文が多い。

3.3.1.2　バーゲン告知の手紙

3.3.3.1 の資料と同じ 1863 年の 10 月 11 日付の手紙は、カタログではないがバーゲン品がリストアップされているので、それ以後に出る文字情報だけのカタログの前身と考えることができる。

以後にも、手紙は単体で現存している場合と、カタログの冒頭に置かれている場合とがある。宛名は「奥様 madame」となっており、ターゲットがはっきりしている。簡潔に伝えたい内容をまとめている。

3.3.1.3　チラシ

送料無料の告知と、送料と見本の送付に関するチラシが、1866 年のカタログに挟み込まれて保存されている。同時に送付されたセットになったメディアであるという可能性もある。前節で見たように、シルヴェイラの研究から、しばしばチラシなどが配られていたと考えられる。

3.3.1.4　パンフレット

二つ折りの紙一枚の簡易な印刷物である。1870 年のオリジナル布の生地見本を張ったものや店の大拡張を知らせるもの、1876 年の紳士用のものがある。

ピンポイントで情報を伝えたい場合に用いられた。

3.3.1.5　季節のカタログ

フランス国立図書館に現存する資料では、1867 年から 1871 年にかけてと 1890 年に、「SAISON D'ÉTÉ　夏の季節」と「SAISON D'HIVER　冬の季節」というタイトルと店名だけが記されたシンプルな表紙のカタログが計 7 冊ある（図 3-2）。

図 3 -2　1867 年冬のカタログ

（Bibliothèque nationale de France）

一年に二度、夏と冬に出版された総合カタログで、50 ページ前後のものが多く、1868 年冬のカタログは 75 ページある。

3.3.1.6　総合展示会カタログ

このタイトルのカタログは 2 点あり、いずれも春である。春の総合展示会カタログ 1873-3 では、定価よりも安くなっている商品に★がつく。そのことは、頁の下に説明されている。翌年春の総合展示会カタログ 1874-3 は、タイトルの数が 36 万点だと T-ヴィトゥが指摘している[5]。

このタイトルに「新作」がつくカタログは、1867 年から 1873 年にかけてと 1875 年冬のものが現存している。表紙には、展示会の始まる日にちが告知されている（図 3-3）。現存するのは 1875 年の 1 冊以外はどれも 10 月発行で、シーズンは冬用である。ヴァカンスが終わって 10 月から商戦がスタートしていたということがわかる。季節のカタログよりも頁数が少なめとなっている。

新作総合展示会カタログについては、1884～89 年分がパリ装飾美術図書館に 5 点所蔵されている。

いずれも、展示会告知のためのカタログと考えられる。

図 3 -3　1873 年春の新作総合展示会カタログ

（Bibliothèque nationale de France）

3.3.1.7　総合カタログ

1872 年から 1876 年にかけて、このタイトルのカタログが現存する。1872 年は、イラストカタログが登場する年であるが、スタートが同時期なのかどうかはわからない。

1873-1 や冬の総合展示会カタログ 1873-6 では、序文の註で、「総合カタログは、毎シーズン発行されるイラストカタログ同様に、申し込まれた全ての方々に送料発送人払いでお送りします」と告知されている。

5　Françoise Tétart-Vittu, “Le Catalogue”, Le renom de Paris, *Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992, p.55

最新版 1872-1 には、求めに応じて特別カタログを送ると述べられている。

1872-1 と 1873 年の 1873-2 は、このタイトルの後に、「DERNIÈRE ÉDITION（最新版）」とあり、新しい内容であることをアピールしている。その後は継続的に出ているので、最新版と断る必要がなくなったと考えられる。

1873-1 は、表紙に発行年もタイトルもないが、序文のタイトルが「総合カタログの抜粋」となっている。内容は前年の総合展示会のカタログの序文と同様であり、これも総合カタログと考えられる。

1874 年の総合カタログは、通常の版と内容は全く同じで版型に違いのある版との二つのカタログが、フランス国立図書館に収蔵されている。内容は同じであるが、レイアウトや頁数は異なる。

その翌年以降、総合カタログの中身は毎年それほど違いがなくなってくる。総合カタログ 1875-1 と冬の総合カタログ 1875-3 とを比べると、序文、中扉は全く同じ、途中に違うところがあるので少しずつ頁数はずれて行くが、全く同じ内容の頁が 150 頁分ある。

パリ装飾美術図書館には、1889～91 年のものが 4 点収蔵されている。

3.3.1.8　12 月の展示会カタログ

1873-8 と 1874-5、1875-5、1882-7 は、年末の展示会の案内である(図 3-4)。カタログの表紙には、「お年玉　étrennes」と記されている。フランスでも、元日にお年玉が配られる習慣があった[6]。

1882-7 以外については、1877 年に大改装されるまでの連続した 4 年間の年末バーゲンのカタログが現存していることになる。これらは、通常のように絹物の案内から始まるが、子供向けのクリスマスプレゼントになるような玩具も少し掲載されている。

これらと同様の内容が、「ラ・モード・イリュストレ」誌の 1882 年 12 月 17 日号に掲載されている。しかし 1882-7 はフランス国立図書館の中の収蔵先が異なり、現在閲覧ができないため、同じものかどうか確認できない。

図 3-4　1874 年 12 月展示会

(Bibliothèque nationale de France)

6　Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française*, Société du Nouveau Littré le Robert, Paris, 1976, tome 2, p.695

3.3.1.9　イラストカタログ

家具、本を紹介するものが現存しているが（i1877-1、i1882-1）、圧倒的に多いのはファッションカタログである(図 3-5　表 3-3)。本研究では、これを分析の一つの中心とする。

同店のファッションカタログは、1872 年に創刊されて以来、ほぼ同じ体裁で女性服のみのカタログが継続的に発行され続けた。

1860 年代から 1870 年代にかけて、女性服のシルエットが大きく変化している。スカートの広がりは 1860 年代後半に後方に移っていたが、1870 年代には後ろ腰の出っ張りが際立つようになった。

スカートが単純に丸く均等に広がっているうちは、説明がいらない。しかし後ろ腰にスカートのポイントが移ったとき、それを言葉だけで説明するのは難しい。また、その流行とともに二部形式の女性服が人気となり、ボタンが女性服に使用されるようになった。

流行をその目で確認できない地方や外国の客には、文章からこれまでと全く異なる服装を想像することは不可能である。大きな変化を文字情報だけで説明し、商品の違いを納得してもらうのは容易ではない。1860 年代からカタログには少なからぬ女性服が文字情報として紹介されてはいたが、もはやその伝達方法に限界があったと考えられる。

前述のように、「シーズンごとに出版されるイラストカタログ同様に」総合カタログを申し込んだ客の全員に配布するという記述から、イラストアルバムが毎シーズン出版されたことが確認できる。

図版は全て単色で印刷され、表紙や、ところどころに挟まれた口絵には、赤や紫が使用されている。1874 年は現存していないが、1875 年から両面印刷となっている。表紙には、中のイラストが使われていることもある。イラストがない場合もある。

カタログの頁ごとのレイアウトを見て行くと、イラストの上には「ルーヴル百貨店」とあり(例外があることは後述する)、イラストの下には「コートとコンフェクション」などアイテムごとのカタログ名、そしてその下に、それぞれの商品の情報が掲載される。頁の一番下に、服を作るための採寸箇所についての注意書きなどが、場合によってはある。

図 3-5　1873 年夏のイラストアルバム

（個人蔵）

表 3-3　ルーヴル百貨店　イラストカタログ　シーズン毎の内訳　　（斜体はカタログ No.）

所蔵機関	カタログのタイトルと内訳	分冊	小計
BAD	ALBUM de l'Eté 1872 *1872-2*	点	点
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 CRAVATES ET FICHUS		9
7	COMPTOIR DES DENTELLES		8
8	COMPTOIR DES CHAPEAUX		10
	計		120
BNF	SAISON D'HIVER　1872　*1872-5*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		35
3	ROBES ET PEIGNOIRS		18
	(計)		53
BAD	MODE D'ÉTÉ　1873　*1873-5*		
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
BGL	MODES D'HIVER 1873-74 *1873-7*		
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 *1875-2*		
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
BGL	Saison d'Hiver 1875 *1875-4*	BAD	
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS	55	77
2	ROBES ET COSTUMES TOUTES FAITES	35	57
3	JUPES ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES	22	44
4	MODES ET COIFFURES	16	20
	計	128	198
BAD	ALBUM ILLSTRÉ DES MODES D'ÉTÉ 1876 *1876-2*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		99
2	COSTUME ET PEIGNOIRES CONFECTIONNÉS		65
3	MODES ET COIFFURES		28
4	JUPES ET JUPONS TOUT FAITS		48
5	ROBES ET TUNIQUES MI-CONFECTIONNÉS		17
6	CRAVATES ET FICHUS		40
7	COMTOIRS DIVERS		6
	計		303

所蔵機関　BNF Bibliothèque nationale de France
BAD Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris
BGL Bunka Gakuen Library(文化学園大学図書館)

所蔵機関	カタログのタイトルと内訳	分冊	小計
BGL&BAD	Album illustré des Modes d'Hiver 1876-77 *1876-4*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS	32	108
2	COSTUME ET PEIGNOIRES CONFECTIONNÉS	8	41
3	MODES ET COIFFURES	4	32
4	JUPES ET JUPONS TOUT FAITS	24	59
5	ROBES ET TUNIQUES MI-CONFECTIONNÉS		12
6	TORNURES ET CORSETS		6
BAD 7	CRAVATES ET FICHUS		52
BAD 8	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		54
	計	68	364
BAD	Album illustré des Modes d'Été 1877 *1877-2*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		87
2	COSTUME ET PEIGNOIRES CONFECTIONNÉS		87
3	MODES ET COIFFURES		36
4	ROBES ET TUNIQUES 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&BNF	Album illustré des Modes d'Hiver 1877-78 *1877-7*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS	59	99
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés	29	64
3	MODES ET COIFFURES	16	34
4	ROBES ET TUNIQUES Mi-Confectionnés	12	12
5	JUPES ET JUPONS Confectionnés	16	64
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS	33	70
7	TORNURES ET CORSETS		16
8	CRAVATES ET FICHUS		81
	計	165	440
BNF	Album illustré des Modes d'Été 1878 *1878-2*		
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 TUNIQUES Mi-Confectionnés		36
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		108
7	TORNURES ET CORSETS		21
8	CRAVATES ET FICHUS		81
	計		535
BAD&BNF	Album illustré des Modes d'Hiver 1878-79 *1878-3*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		90
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés		57
3	MODES ET COIFFURES		48
4	JUPES ET JUPONS Confectionnés		72
5	ROBES ET TUNIQUES Mi-Confectionnés		35
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		59
7	TORNURES ET CORSETS		14
8	CRAVATES ET FICHUS		76
9	LINGERIE FINE		20
	計		471

所蔵機関	カタログのタイトルと内訳	分冊	小計
BAD	Album illustré des Modes d'ÉTÉ 1880 *1880-2*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		97
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés		70
3	MODES ET COIFFURES		39
4	JUPES ET JUPONS Confectionnés		55
5	ROBES ET TUNIQUES Mi-Confectionnés		23
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		168
7	COMPTOIR DES LAYETTES		32
8	TORNURES ET CORSETS		18
9	CRAVATES ET FICHUS		121
	計		623
BAD	Album illustré des Modes d'HIVER 1880-81*1880-3*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		119
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés		80
3	MODES ET COIFFURES		39
4	JUPES ET JUPONS Confectionnés		96
5	ROBES ET TUNIQUES Mi-Confectionnés		17
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS Et Articles de Layettes	(enfants 187)	219
7	TORNURES ET CORSETS		43
8	CRAVATES, FICHUS Lingerie et Dentelle		181
	計		794
BNF	Album illustré des Modes d'ÉTÉ 1881 *1881-2*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		118
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés		86
3	MODES ET COIFFURES		45
4	JUPES ET JUPONS Confectionnés		100
5	ROBES ET TUNIQUES Mi-Confectionnés		18
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		250
7	TORNURES ET CORSETS		10
8	COMPTOIR DES LAYETTES		24
9	CRAVATES ET FICHUS		95
10	LINGERIE FINE		53
9	ARTICLES NOUVEAUX DU COMPTOIR DES DENTELLES		22
	計		821
BAD	*Catalogue* illustré des Modes d'ÉTÉ 1882 *1882-2*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		132
2	COSTUME ET PEIGNOIRES Confectionnés		61
3	MODES ET COIFFURES		36
4	JUPES ET JUPONS TOUT FAITS		55
5	COSTUMES Mi-Confectionnés		11
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		150
7	COMPTOIR DES CRAVATES ET FICHUS		65
8	COMPTOIR DE LINGERIE FINE		16
9	COMPTOIR DES LAYETTES		22
	計		548

所蔵機関	カタログのタイトルと内訳	分冊	小計
BAD	*Catalogue* illustré des Modes d'HIVER 1882-83 *1882-5*		
1	MANTEAUX ET CONFECTIONS		89
2	COSTUME ET PEIGNOIRES		52
3	MODES ET COIFFURES		33
4	JUPES ET JUPONS Confectionnés / TOUT FAITS		40
5	COSTUMES Mi-Confectionnés		12
6	VÊTEMENTS POUR ENFANTS		130
7	COMPTOIR DES TROUSEAUX		10
8	CRAVATES ET FICHUS		41
9	SPÉCIMEN DE BRODERIE DU COMPTOIR DE LINGERIE		11
10	COMPTOIR DE LINGERIE		16
11	COMPTOIR DES LAYETTES		24
12	COMPTOIR SPÉCIAL DES CORSETS		21
13	COMPTOIR DES CHAUSSURES		36
14	COMPTOIR DES FLEURS ET PLUMES		6
15	(VESTE, GILET, CUIRASSE)		8
16	COMPTOIR SPÉCIAL DE FOURRURES		7
	計		536

パリ装飾美術図書館所蔵の1875年夏のカタログの表紙には、以下のように書かれている。

今後、商品に応じて分冊でファッションのカタログを出版します。
それぞれの分冊が全体として、素晴らしいアルバムを構成します。

この通りであれば、このシーズンからアイテムごとのカタログが出版されたということになる。ただし、それより早い1872年冬シーズンに関して、フランス国立図書館は《コートとコンフェクション　ドレスとガウン》のカタログを所蔵している(冬の f1872-5)。二つのまとまりが集められたカタログは、他にはない。この時、ほかのアイテムのカタログもあったのか、イラストアルバムもあったのかどうかは、現状では確認できない。

パリ装飾美術図書館所蔵の冬の f1875-5 は、表紙の右肩に「最初の分冊」とあり、文化学園大学所蔵分とは商品掲載の順番が異なる。《コートとコンフェクション》《婦人帽と頭飾り》《仕立て済みのドレスと衣装》《一部コンフェクショネされたスカートとドレス》の順番で綴じられ[7]、全て点数が少ない。

文化学園大学図書館所蔵の冬の f1876-4 は、「最初の分冊」とイラストアルバムの両方が揃っているが、表紙は欠落している。「最初の分冊」は、各頁の上に印刷されている店名がない（図3-6)。表3-3からわかるように、「最初の分冊」はアルバムに比べ、それぞれ点数が少ない。

パリ装飾美術図書館所蔵の冬の f1877-2 とその「最初の分冊」f1877-3 は、表紙のイラストもデザインも「初版」という1行以外は全く同じで、紙とインクの色が違うだけである。《一部仕立済みのドレスとチュニック》を除いては、分冊は f1877-2 よりもそれぞれ点数

7　アイテム名に基づくカタログ名は、これ以降の章でたびたび使用されるが、これらの用語と内容については、6章で分析する。

図 3-6

1876 年冬のイラストアルバム

left: 最初の分冊

right: イラストアルバム

（文化学園大学図書館蔵）

が少ない。

これらのことを踏まえて、1875 年冬のイラストカタログについて、パリ装飾美術図書館と文化学園大学図書館の所蔵するものとを比べてみると、この 2 冊は「最初の分冊」とアルバムという関係にあることがわかる。「最初の分冊」とは、アイテム数と点数が少ない、アルバムのダイジェスト版なのである。

夏の f1881-4 は、4 分冊に分かれ、第 1、第 2…と番号が振られている。これらは、ダイジェストではない。出版の順番を示しているものと考えられる。

ほとんど同じような形状で描かれた絵からは、アイテムごとの流行が視覚的に理解できる。コーディネートのアイディアも提供してくれる。その上、ファッション雑誌でも活躍するイラストレーターが描く美しいイラスト[8]は、必要最低限のもの以上の情報を客に提供したと考えられる。イラストは顧客の目に訴え、流行を理解させる上、欲望を喚起するツールとなった。

イラストカタログには、実に多くのアイテム、商品が紹介されている。カタログに掲載されているアイテムの上位 10 種を示す（表 3-4）。

表3-4　ルーヴル百貨店ファッションイラストアルバム/カタログ掲載商品　上位10アイテム

アイテム	シーズン																
	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 été	1875 hiver	1876 été	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 été	1881 été	1882 été	1882 hiver	アイテム計
costume	16			2	1	43	29	56	40	46	46	82	97	100	56	46	660
jupe	20	29	16	28	39	48	55	46	48	52	47	35	43	47	25	22	600
robe	18	9				2		30	27	40	25	81	52	98	59	27	468
vêtement	1	12	11	15	22	58	19	26	15	13	14	27	34	33	27	27	354
jupon	3	2					3	3	17	14	26	24	43	52	29	20	236
paltot		1	13		4		28	19	32	15	45	22	24	20	6	7	236
costume mi-confectionné	5					15	7	16	10	32	25	23	17	18	5	12	185
manteau					11		41		35		13	5	18	6	1	27	157
robe de chambre							8	14	14	23	18	17	20	14	7	20	155
visite							4	1	2	16	12	16	42	17	20	18	148

8　たとえば、カタログにしばしばイラストを提供しているウヨ（Huyot）は、3.4 で取り上げる『ラ・モード・イリュストレ』誌において、表紙のタイトルバックからファッションプレートまでイラストを描いている。

1882 年には、イラストアルバムから「イラストカタログ(下線　筆者)」へと変更される。これは、従来のイラストアルバムに文字情報のカタログが合体したものである。この時代に総合カタログなどがあったのかは、不明である。そして、1884 年夏からはまたイラストアルバムに戻る。

3.3.1.10　大きなチラシ

大判の紙に、イラストが複数印刷され、下にそれぞれの情報が載る。j1870-5、j1870-6、j1872-2 と、j1881-1、j1881- 8、j1882-3、j1882-5 がそれで、シルヴェイラが「絵入り新聞」と表現している資料である。彼女によれば、春と秋の新作ファッションの発売が始まる時期に刷られたという。一枚の印刷物で、j1863-1 と違い、「新聞」と題されていない上、図 3-7 のように紙面のほとんどをイラストが占めているので、本論ではチラシとした。

たとえば新作展示会のチラシ j1870-6 には、横に 4 点ずつ 3 列、計 12 点のイラストがある。商品は帽子でイラストの下に説明文があるが、価格は示されていない。

1872 年夏のチラシのイラストは群像となっている（図 3-7）。最初のイラストアルバムと同じシーズンであるが、イラストも商品も同じではない。一枚で完結するチラシも作り、頒布していたことがわかる。1880 年代には複数残され、パリ装飾美術図書館の合本の中には、大判のチラシが綴じられているカタログもある。例えば本研究の対象外ではあるが、1884 年は夏冬ともに大判チラシが綴じられている。

図 3 -7　1872 年夏の新作

(Bibliothèque nationale de France)

3.3.2　研究資料の情報

以下に、調査した全ての資料の表紙の情報を全て訳して列記する(表 3-5)。

なお、時として資料の出版年が明確でない場合があるが、フランス国立図書館の分類に従った。中には日付だけがわかるものもあり、これらはカレンダーによって出版年が確認されたものと推察する。

各資料の性格を示す単語（「カタログ」、「展示会」などと、シーズン）を太字にした。フランス国立図書館の資料以外は、所蔵機関の略号を記した。先述のように、資料 No.の頭にアルファベットがないものは、文字情報のカタログである。j は絵入り新聞やイラストのチラシ、f はファッションのイラストカタログ、i は他のイラストカタログ、p はパンフレット

とする。

表3-5　ルーヴル百貨店の印刷メディア　1863年～1882年発行分

*資料No.のみは文字情報のカタログ
*資料No.のjはチラシと手紙、pはパンフレット、fはイラストの内容がファッション、iは他

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	j1863-1	GMLの新聞 春のシーズン 1863年	［MFILM FOL-WZ-7］ 4p分のチラシ *マイクロフィルム
	j1863-2	1863年10月11日、パリ	手紙
	j1863-3	絹布　無地	チラシ
	j1866-1	GML 世界で一番広い 当店による送料発送人払い 1866年2月15日から	チラシ
	j1866-2	GML 世界で一番広い 1866年冬のシーズン	チラシ
	1866-3	GMLのカタログ 1866年 パリ AD.レーヌとJ.ハヴァード印刷所 サンペール通り19番地 1866年	(42p)
	1867-1	GMLのカタログ 世界で一番広い 冬の季節 1867年	(52p)
	1867-2	GML 世界で一番広い 総合展示会と 1867年冬の新作の大バーゲンセール 次の月曜日　10月14日から 破格の最も注目すべきお買い得品 （展示会に並ぶ）のカタログ	(24p)
	1868-1	GML 世界で一番広い 白いトワル、ダマスク風のリネン、 身の回り品と産着、綿の白、メリヤス製品、 家具用の更紗、レースの売り場の 特別展示会 破格の 最も注目すべき品々のカタログ 次の月曜日2月3日から始まる バーゲンセール 1868年	生地見本付き (16p)

所蔵機関　BAD　Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris
　　BGL　Bunka Gakuen Library(文化学園大学図書館)

表記のない資料の所蔵機関は
　　BNF　Bibliothèque nationale de France

BNFの資料ID　表記のない資料は[FOL-WZ-216]

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	1868-2	GML 世界で一番広い 総合展示会と 春のシーズンの新作のバーゲンセール 1868年 破格の 最も注目すべき品々のカタログ 次の月曜日3月9日から始まる バーゲンセール	(39p)
	1868-3	GMLのカタログ 世界で一番広い 夏のシーズン 1868年	(56p)
	1868-4	GML 世界で一番広い 総合展示会と 冬のシーズンの新作のバーゲンセール 1868年 破格の 最も注目すべき品々のカタログ 次の月曜日　10月12日から 始まるバーゲンセール	(47p)
	1868-5	GMLのカタログ 世界で一番広い 冬のシーズン 1868年	(56p)
	1869-1	GML 世界で一番広い 1869年の最初の展示会	生地見本付き (19p)
	1869-2	GMLの拡張 5つのサロンの開設 とりわけコンフェクショネされたドレスのため 総合展示会と 春のシーズンの新作 1869年 破格の 最も注目すべき特別な品々のカタログ 次の月曜日　3月8日から 始まるバーゲンセール	(33p)
	1869-3	GMLのカタログ 世界で一番広い 夏のシーズン 1869年	
	p1870-1	GML 1870年春のシーズン パリ - ルーヴル シルク・ラシャ　使用権	二つ折りパンフレット 生地見本付き (56p)
	1870-2	1870年3月5日、パリ	同じ手紙 2枚
	p1870-3	GML 世界で一番広い 大拡張 通りごとの売場の要約 56の売場	二つ折りパンフレット

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	1870-4	GMLの大拡張 5つの売場の展示 2つの新しい入口の開設 **総合展示会** **春**の季節の新作 1870年 信じられないような格安の 最も注目すべき商品のカタログ 次の月曜日3月7日から始まる バーゲンセール	(40p)
	j1870-5	GML 世界で一番広い 服飾小物、帽子と頭飾りの売場　女性用	**大きなチラシ**
	j1870-6	3月7日月曜日から **春の新作展示会**開催 服飾小物の売り場の商品の見本 (イラスト)	**大きなチラシ**
	1870-7	GMLの大拡張 **特別カタログ** 手芸材料 縁飾りの材料 - リボンとパリのおしゃれな小物 特別な入口　サントノレ通り4番ゲート 3月7日にオープン 1870年	(20p)
	1870-8	GMLの**カタログ** 世界で一番広い **夏**のシーズン 1870年	(68p)
	1870-9	GML 付属 寝具と家具の素材の**カタログ** 寝具・木と鉄製の家具の店 サントノレ通り90番地 調度品の絨毯のアトリエと店 サントノレ通り202番地 GMLの向い パリ 活版印刷所ラホール クルール通り9番地	(34p)
	1871-1	1871-2年　**冬**のシーズン GML 新しい拡張の落成式 5番目の入り口の開設 **冬の新作の総合展示会** 信じられない位格安で最も注目すべき商品の カタログ 次の月曜日　1871年10月9日に 始まるバーゲンセール	(56p)
	1871-2	GMLの**カタログ** 世界で一番広い **冬**のシーズン 1871-72年	(75p)

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	1872-1	総合カタログ GML 世界で一番広い 最新版 パリ鉄道中央印刷所 A.シェー商会 モンマルトル大通り近く 20番地ベルジェール通り	(198p)
	j1872-2	GML 世界で一番広い 1872年夏 コートとコンフェクション 既製品の衣装とドレス	[GR-FOL-WZ-7] 大きなチラシ
BAD & BNF	f1872-3	GML 世界で一番広い （イラスト） 1872年夏のアルバム	[REC-45-BOITE PET FOL] (62p)
	1872-4	冬のシーズン 1872年 GML 世界で一番広い 10月10日から始まる 冬の新作の総合展示会 今シーズン最も注目すべきバーゲンセールの キャンペーンの要覧	(66p)
	f1872-5	GML 世界で一番広い コートとコンフェクション ドレスとガウン 冬のシーズン 1872年	(18p)
	1873-1	(イラスト) GML 世界で一番広い サントノレ通りーマランゴ通りの全てー リヴォリ通り パリ	(80p)
	1873-2	総合カタログ GML 世界で一番広い 最新版 パリ鉄道中央印刷所 A.シェー商会 モンマルトル大通り近く 20番地ベルジェール通り	(184p)
	1873-3	カタログ GML 世界で一番広い 3月17日月曜日 大拡張と リヴォリ通りとサントノレ通りをつなぐ 横断ギャラリーの開設 1873年春の新作の総合展示会 3月17日月曜日	(64p)

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	p1873-4	重要 中の見本を見てください GML パリ	二つ折りパンフレット
BAD & private	f1873-5	(イラスト) GML 世界で一番広い サントノレ通り - マランゴ通りの全て - リヴォリ通り パリ ファッションアルバム　1873年	(96p)
	1873-6	総合展示会 冬 1873-74年 (イラスト) GML 世界で一番広い パリ	(39p)
BGL	f1873-7	（1873年冬のイラストカタログ）	(96p)
	1873-8	GML 世界で一番広い 12月の展示会 シーズンの最終セール お年玉 1873年12月8日開催	(17p)
	1874-1	GML 世界で一番広い パリ 総合カタログ 1874年	(297p)
	1874-2	GML 世界で一番広い パリ 総合カタログ 1874年	1874-1 と内容は同じで 版型が小さい (243p)
	1874-3	GML 世界で一番広い 春の新作の 総合展示会カタログ 1874年	(40p)
	1874-4	GML 世界で一番広い パリ 全ての産地のオリエントの絨毯と 家具用の布の 展示会とバーゲンセール	(24p)
	1874-5	GML 世界で一番広い 12月の展示会 シーズン最後のセール お年玉 開催 1874年12月7日（月曜日）	(20p)

所蔵l機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	1875-1	GML 世界で一番広い 総合カタログ 1875年	(254p)
BAD	f1875-2	分冊No.1 GML 世界で一番広い パリ 春のシーズン 1875年	(106p)
	1875-3	GML 世界で一番広い パリ 総合カタログ 1875-76年	(275p)
BGL	f1875-4	(1875年冬のイラストアルバム)	(123p)
BAD	f1875-5	最初の分冊 1875年冬のイラストアルバム	(74p)
	1875-6	GML 世界で一番広い パリ 冬の新作のカタログ 1875-76年 総合展示会の開催 次の月曜10月11日	(35p)
	1875-7	1875年12月1日、パリ (手紙の表紙)	(20p)
	1876-1	GML 世界で一番広い パリ 総合カタログ 1876年	(260p)
BAD	f1876-2	世界で一番広いGML パリ 夏のファッションのイラストアルバム コートとコンフェクション 婦人帽と頭飾り、コスチューム、ペチコート 一部コンフェクショネされたドレス ネクタイと肩掛け 1876年	(206p)
BGU	f1876-3	（1876-77年冬のモードのイラストアルバム 最初の分冊）	(32p)
BAD & BGL	f1876-4	GML 世界で一番広い パリ 冬のファッションのイラストアルバム 1876-77 年	(147p)
	f1876-5	GML パリ （イラスト）	二つ折りパンフレット

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
	i1877-1	GML 世界で一番広い 家具の**イラストカタログ** 絨毯の広いアトリエ 202番、サントノーレ通り、202番 GMLの向かい	(31p)
BAD	f1877-2	GML 世界で一番広い パリ **夏のファッションのイラストアルバム** 1877年	(215p)
	f1877-3	GML 世界で一番広い **冬のファッションのイラストアルバム** **の最初の分冊** 1877-78年　冬	(97p)
	f1877-4	GML パリ - 世界で一番広い - パリ コートとコンフェクション 1877-78年**冬**	(54p)
	f1877-5	GML パリ - 世界で一番広い - パリ コンフェクショネされた衣装とガウン 1877-78年**冬**	(38p)
	f1877-6	GML パリ - 世界で一番広い - パリ 婦人帽と頭飾り 仕立て済みのペチコートと 一部コンフェクショネされた衣装 1877-78年**冬**	(49p)
BNF & BAD	f1877-7	GML 世界で一番広い **冬のファッションのイラストアルバム** 1877-78年　冬	(187p)
	1878-1	**主要な商品のカタログ** GML 4月1日（月曜日）と翌日 シーズンの新作の 大バーゲンセール と全ての売場のたくさんのキャンペーン サン-ナゼールの支社 **ナント** カルデュル通り10番地	(32p)
BNF	f1878-2	GML 世界で一番広い パリ **夏のファッションのイラストアルバム** （イラスト） パリ E.プロン商会　印刷・編集 ガランシエール通り10番地 1878年	[REC-45－BOITE PET FOL] (202p)
BAD	f1878-3	GML 世界で一番広い パリ （イラスト） **冬のファッションのイラストアルバム** 1878-79年	(191p)

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
BAD	f1880-1	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションのイラストアルバム 1880年	(120p)
BAD	f1880-2	GML 1880年夏のファッション コートとコンフェクション	(20 p)
BAD	f1880-3	GML 世界で一番広い パリ 冬のファッションの イラストアルバム 1880-81年	(144p)
BNF	j1881-1	パリ-GML－パリ 次の月曜日4月4日と翌日 1881年夏の新作の衣装の催事 1881年4月2日の新聞 LE MONDE ILLUSTRÉの 付録	[GR-FOL-WZ-7] 大きなチラシ
	f1881-2	BNF GML パリ 夏のファッションの イラストアルバム 1881年	(55p)
BAD	f1881-3	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションの イラストアルバム 1881年 コートとコンフェクション 第1分冊	(21p)
BAD	f1881-4	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションの イラストアルバム 1881年 コスチュームとガウン コンフェクショネされた 第2分冊	(16p)
BAD	f1881-5	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションの イラストアルバム 1881年 婦人帽と頭飾り 仕立て済みのスカートとペチコート 一部コンフェクショネされた衣装、ガウン、 朝のガウン 第3分冊	(20p)

所蔵機関	資料No.	表紙	資料ID、形状、頁数
BAD	f1881-6	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションの イラストアルバム 1881年 子供服 産着、トゥールニュールとコルセット - 身の回り品 - ネクタイと肩掛け 上等なランジェリー - レース 第4分冊	(62p)
	1881-7	GML パリ 絨毯とヨーロッパとアジアのタピスリー カーテンと家具用の布 展示会 月曜日9月19日	
	j1881-8	パリ - GML - パリ 月曜日11月7日 ドレスとコートの特別催事	大きなチラシ
	f1882-1	GML 1882年の 本の イラストカタログ パリ ショシャール商会の活版印刷 164番地、リヴォリ通り、164番地	
BAD	f1882-2	GML 世界で一番広い パリ 夏のファッションの イラストカタログ 1882年	(114p)
BAD	j1882-3	パリ-GML -パリ 月曜日　4月3日 復活祭の衣装の展示会	大きなチラシ
	1882-4	1882-83年 グルノーブルの GML レディジエール・エ・カシミール-ピエール 通り	(13p)
BAD	f1882-5	GML 世界で一番広い パリ 冬のファッションのイラストカタログ 1882-83年	(114p)
	1882-6	パリ-GML -パリ 月曜日10月2日と翌日 新作総合展示会 1882-83年の新作衣装	大きなチラシ
BNF	i1882-7	GML お年玉のイラストカタログ 1882年	[REC-45-BOITE PET FOL]

服飾に関係のないカタログはページ数を示していない。

3.3.3　印刷メディアとしての特徴

3.3.3.1　印刷法

寝具と家具の素材の 1870-8 では、通常は裏表紙に記載されている印刷所まで表紙に掲載されており、「活版印刷所ラホール」と記されている。以後、活版印刷所という表現は、1872-4、1873-3、f1873-5、f1873-7、f1877-1、f1880-3、f1881-3、f1882-1 の 8 冊に見られる。

f1873-5 には、「ルーヴル百貨店製版」と書かれているので、製版まで同店で行うようになったことがわかる。編集は、創業者二人の名を冠したショシャール・エリオ商会となっている。

前述のように、1874 年の総合カタログは、全く内容が同じで版型の異なる二つのカタログが現存している。一つの情報源を様々な形で発信し、少しでも客の関心を引き出そうそしていたのである。このうちの 1874-2 の目次の後には、以下の記述がある。

> ルーヴル百貨店のこの 250 頁のカタログは、イヴ氏とバーレット氏（パリのテヴノー通り 6 番地）のグラビア印刷[9]の技術を用い、写真と科学的凹版画によって縮小された複製です。
>
> 科学的凹版画
> イヴとバーレットのグラビア印刷
> テヴノー通り 6 番地
> パリ

印刷技術まで本論では立ち入ることができないが、こうした記述からカタログと印刷技術の発展には関係があるということがわかる。

1877 年冬の f1877-7 では、「ショシャール・エリオ活版印刷会社」の印刷となっている。ルーヴル百貨店に印刷所ができたことが確認できる。住所はヴァロア通り 2 番地で、同店の裏手にあるパレ - ロワイヤルの東側の通りにあたる。なおエリオ氏が亡くなった後の 1882 年には、この会社は「ショシャール商会活版印刷」と変更されている。

カタログの口絵や商品を示すイラストなどは、イラストアルバムが登場した初期から一つの図版が複数のメディアに使用されている。何度でも同じイラストを使用することは合理的だといえるが、商品と店の印象を強める工夫とも考えられる。しかも『ラ・モード・

9　ただし印刷の歴史を確認すると、1826 年にフランスで写真応用の凹版が考案されているものの、チェコでグラビア印刷が発明されるのが 1876 年ということで、カタログに記載されている技法がどういったものかはわからない。
相賀徹夫編『万有百貨大事典　17　科学技術』（小学館，1973 年，p.18）参照
また、19 世紀と現在のグラビア印刷では、技法も刷られた面も異なるという。
(http://antiquesanastasia.com/art/reference/techniques/printing_techniques/photogravure)

イリュストレ』誌にしばしば転用されている。版を外部にまで持ち出したということである。詳しくは、3.4 で見ることとする。

3.3.3.2　ファッションイラスト

先述のように、1863 年の最初の資料に、計 8 点のイラストが掲載されている（図 3-8）。しかも、このうちの 2 点は『ラ・モード・イリュストレ』誌の同年 4 月 6 日号に掲載されている（図 3-9）。

冬の 1871-2 の〈防水コート〉（p.8）の最後の説明文には、「当店は、今シーズンの流行を特徴づけることができる商品を表したアルバムを送ります」とある。その下の《服飾小物、帽子、頭飾りの売場》でも、客の要求に応じて版画が見せられると述べている。地方や外国の客のためにも要望に応じると言っている。こうしたメディア戦略が、翌年のイラストアルバム発行に繋がるのである。

カタログの中では、イラストの効果がよく考えられている。例えば、《婦人帽と頭飾り》のアイテムは、1880 年代になるまで胸像が一頁に一点となっている。この時代は、特に上流階級やブルジョワジーにとって帽子が欠かせなかった[10]。帽子は身につける服とは違い、既製品でも間に合わせられる。カタログだけで完成品を選ぶ場合、ディテールの情報が必要となる。そこで、大きなイラストでアピールすることになったと考えられる。

冬の f1872-5《コートとコンフェクションの売場》の No.31 と No.32 の 2 点は、同じ服

図 3-8 1863 年春の新聞

(Bibliothèque nationale de France)

図 3-9『ラ・モード・イリュストレ』誌

1863 年 4 月 6 日号

（文化学園図書館蔵）

10　鹿島茂，第 10 章，明日は舞踏会，作品社（叢書メラヴィリア④），1997 年，p.76

を横と後ろから描いている(図 3-10)。一つの商品のデザインを二方向から描くことで、服の情報を正確に伝え、売上げにつなげようという工夫である[11]。

冬の f1877-7 の《コンフェクショネされた衣装とガウン》の 211 番は 2 部形式の衣装で、次の 212 番はその上にパルトーを重ねた組み合わせである。イラストも、上にパルトーを着たコーディネートで描かれている。こうした商品の紹介の仕方は、イラストを使用するメリットを活かしている。トータルコーディネートで売ろうとしていたことがわかるが、こうした特徴を文字だけで紹介することは難しい。次の頁も同様になっている。

一冊のイラストカタログについて、その中の一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、服のデザインなどそのシーズンに売りたい商品の特徴がわかる。図版を見れば具体的に、同じアイテムの丈がほとんど同じであることや、多くの商品はシルエットが似ていることが確認できる。

1880 年夏のイラストアルバムでは、《コンフェクショネされたドレス》は横に 5 体が、《仕立済みのスカートとペチコート》は 6 体が、《子供服》は一頁に 7 体が並ぶ。見開きで 10 点以上が同時に見られる（図 3-11)。1880 年代に入って、変化してきたシルエットや新しいディテールの傾向が客にわかりやすい。このように特徴や変化が目で見てわかり、比較できるのがイラストカタログのメリットであり[12]、ビジネスに有効である。

left: 図 3-10 1872 年夏
≪コートとコンフェクション≫
の分冊
left: No.31 center, right: No.32

right: 図 3-11 1881 年夏
≪コートとコンフェクション≫
fig.153-163 の見開き
(Bibliothèque nationale de France)

---

11 鹿島茂が、この方式は『プティ・ウーリエ・デ・ダム・ウ・ヌヴォー・ジュルナル・デ・モード』誌が打ち出した新機軸であると指摘している。
鹿島,「ファッション・プレートの誕生　版画という複製芸術のオリジナリティ」, 鹿島茂コレクション 3　モダン・パリの装い　19 世紀から 20 世紀初頭のファッション・プレート, 求龍堂, 2013 年, p.25

12 畑久美子は、カタログと雑誌や現存する実物資料とを比較することで、あるバッグ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た。
畑,「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, pp.31-32

3.3.3.3　店名の利用

「ルーヴル」という店名を多用し、商品にオリジナリティを与える工夫をしている。店名は、男性用ネクタイを含めると商品名に 14 点、情報欄に 16 点登場する。{ルーヴル - ダービー}、{ルーヴル - ジェントルマン}、{スポーティング - ルーヴル}、{ルーヴルのオーロラ}という商品名がある。例えば店名にオーロラがつくことによって、さらに特別な感じが生まれるのである。

12 月の展示会カタログ 1873-8 では、《トゥールニュールとコルセット》（p.5）のトゥールニュールは、どれも「ルーヴルの」と但し書きされている。「ルーヴルのバッグ」（1873-1 の〈旅行用品〉（p.77）の中の〈婦人用と旅行用のバッグ〉）という商品もある。

冬の f1876-4《婦人帽と頭飾り》の 317 番のイラストでは、女性が「ルーヴルの展示会」と読める印刷物を見ている。322 番では、イラストの女性がルーヴルと名前の入ったショールを肩に掛けている(図 3-12)。他にも、子供が持つ風船や店の前を行く馬車の車体などに店名が書かれている。カタログのイラストでも、随所に店名を出すことでそれを客の心に刻みつけようとしているのである。

店名が商品名に使用されるのは当然ともいえるが、この百貨店は有名なルーヴル美術館の向かいにある。その知名度、「ルーヴル」という単語がすぐに場所を想起させるという、他にはないメリットを最大限に生かすアイディアである。こうした命名によって、店名をより広く行き渡らせるという効果があったと考えられる。店名を含め、固有名詞が商品名に多用されていることについては、6.4.4 で改めて分析する。

図 3-12 1876 年冬
Fig.322 婦人帽と頭飾り
（左図参照）
（文化学園大学図書館蔵）

3.3.3.4　編集デザイン

カタログによっては、編集デザインを工夫することで本当に安いということをアピールしている場合がある。例えば 12 月の展示会カタログ 1874-5 では、○や□で装飾し、更に

それらに影を付けるなどして、情報を強調している(図 3-13)。こうした視覚に訴える方法は、現在の新聞の折り込みチラシなどと変わらない。

6 Grands Magasins du Louvre

ÉTOFFES DE FANTAISIE

Vigogne sergée, nuances unies (article de 1.75). Le mètre » 75

Diagonale Beige et Marengo, teintes naturelles (article de 1.95). Le mètre » 85

Armure nouveauté, unie et teintes naturelles..
Diagonale veloutée, nuances unies et mélangées.
Cachemire vigogne, nuances unies, et mélangés nouveaux. (Articles de 1.95, 2.10 et 2.35.
Le mètre 1.25

Armure granitée.....
Diagonale perlée. Tissus unis nuances nouvelles (articles de 2.60 et 2.75).....
Le mètre 1.45

Une Nouvelle Affaire très-importante

Sicilienne unie tout laine et soie (article de 3.75). Le mètre 1.90

図 3-13　1874 年 12 月の展示会

変わり織の布の値下げ　〇や□で強調している

(Bibliothèque nationale de France)

3.3.3.5　カタログの中の「売場」の変化

カタログの項目には、必ず《絹物売場　comptoir des soieries　(下線　筆者)》といった表現が用いられる。カタログに「売場」などと付ける必要はないと思われるが、常に comptoir と rayon という売場を意味する二つの単語が用いられている。カタログでありながら、実際の百貨店の売場と連動した商品の紹介がされているのである。その売場がどこにあるかといったフロアマップも配られた（p1870-3）。印刷メディアは、百貨店の店内を紹介する役割も担っていたのである。

掲載される売場を、頁数の最も多い総合カタログでは初期の 1872 年の資料をサンプルとして、順に記す（表 3-6）。総合カタログ、総合展示会カタログ、季節のカタログの売場は、どれも年によって大幅に変わるものではない。

総合カタログや総合展示会カタログ、季節ごとのカタログなどを見る限り、ほとんど布と布製品に限られる。しかも、常に絹物から始まる。ゾラがノートに書き写している通りである[13]。百貨店のビジネスがファッション中心であったことがわかる。

絹物売場の中では、オリジナル商品などの一大キャンペーンが謳われ、同様の商品が一つのカタログの中に複数回登場することもあり、その時々のビジネスの主流がわかる。

服の売場に関しては、最初のカタログ 1866-3 ではガウンとドレスの売場が掲載されているものの商品はなく、売場とアトリエの説明だけである。徐々に商品数が増えていく。冬の 1867-1 には子供服売場が登場し、のちに重要な売場となっていく。

特別展示会カタログ 1868-1 はバーゲンセールのカタログで、ページ数が少ない。売場は

[13] Émile Zola, *Carnets d'Enquêtes. une ethnographie inédite de la France*, éd. Henri Mitterand, Librairie Plon, Paris, 1986, pp.177-203

表 3-6　1872 年総合カタログに掲載された売場

page	売場	page	売場
3	イントロダクション	139	男性用シャツ売場
7	絹布売場	145	既製品のガウンとドレスの売場
15	コートとコンフェクションの売場	147	コルセット売場
18	新作の布売場	148	トゥールニュール(尻当て) 売場
24	無地のウール製品の売場	149	インドのカシミア売場
25	喪服売場	151	変わったショールの売場
32	ラシャ売場	152	喪のためのショール売場
36	上等なランジェリー売場		タータンとスコットランド風チェックのショールの売場
39	レース売場	153	メリヤス製品売場
45	トワル売場	160	革手袋売場
69	カバー売場	162	毛皮売場
75	家具売場	168	婦人帽売場
79	インド更紗売場	170	ネクタイとスカーフの売場
82	絨毯売場	172	頭飾りとフードの売場
91	綿の白物売場	173	雨傘、日傘、晴雨兼用傘の売場
95	上等な白物売場	175	手芸用品売場
96	刺繍したカーテンの売場	183	縁飾り売場
105	身の回り品と産着売場	185	リボン売場
135	子供服売場	187	ネット売場
137	スカートとペチコート	188	パリの小物売場

絹物、次にショール、コンフェクション、ドレス、白物のみで、主要な商品が何かを示している。総合展示会カタログ 1868-2 では、コルセット売場に加えてクリノリン(スカートを広げる枠)売場が登場する。徐々に売場が多岐に渡るようになる。

総合展示会カタログ 1870-4 になってくると、それぞれの売場の説明文が減る。また商品によって、あったりなかったりとなる。商品が浸透し、詳細な説明が不要になってきたからだと考えられる。

総合カタログ 1872-1 から、若い娘用のドレスのコーナーが登場し、毎回掲載される。主婦、子供、更に年頃の娘と、ターゲットが増えていく。

夏の f1872-3 は最初のイラストアルバムのためか、《インド更紗とモスリンの売場》や《レース売場》など、文字情報のカタログにはあっても、イラストアルバムにはその後は登場しない売場が見られる。

1873-1 から《ドレス用の新しい布》や《ドレス用の毛織物》など、布売場の中に服作りが目的とわかる売場が増える。

総合カタログ 1873-2 からの布売場のページ数が減ってくる。また、各売場の説明文が既出の文章ばかりになってくる。

総合カタログ 1874-1 には、結婚のお祝い品が登場する。

f1877-7 には、従来のイラストカタログにはない《身の回り品の売場》が登場する。この売場は、文字のカタログには常に掲載されている。

f1882-2 のイラストカタログには、靴や羽飾りも登場する。

以上のように、布から服への商品の変化、ターゲットの広がり、アイテムの増加という点からビジネスの拡大が確認できる。

3.3.3.6　生地見本

生地見本がついた資料が 3 点確認できる[14]。偶然と考えられるが 1868～1870 年の、いずれも一年のうちの早い時期に発行されたカタログである。触覚にも訴えるのであるから、印刷だけでは得られない効果があることは想像に難くない。

3.4　ファッション雑誌とルーヴル百貨店

3.4.1　ルーヴル百貨店と『ラ・モード・イリュストレ』誌

ルーヴル百貨店は、1867 年パリ万国博覧会に際して、『ラカレル-モード *L'Aquarelle-Mode*』誌にカタログの要約となる 12 枚の版画をつけたという[15]。本論で取り上げるより後の時代になるが、フランス国立図書館とパリ装飾美術図書館が所蔵するルーヴル百貨店の資料の中には、カタログの掲載されている週刊誌『ル・モンド・イリュストレ *Le Monde Illustré*』（フランス国立図書館蔵　1888 年無料臨時号）、『リュニヴェール・イリュストレ *L'Univers illustré*』（フランス国立図書館蔵　1891 年 10 月 3 日、パリ装飾美術図書館蔵　1891 年 2 月 28 日、10 月 3 日、1892 年 3 月 3 日号）、ファッション誌『ラール・エ・ラ・モード *L'Art et la Mode* 』（フランス国立図書館とパリ装飾美術図書館蔵 1892 年 10 月 1 日号）が含まれている。

また、同店の冬の総合展示会カタログ 1873-6 の目次と 12 月の展示会カタログ 1873-8 の目次（表紙の裏）の下には、以下のように書かれている。

当店の全てのファッション版画は、以下のようにフランスと外国で公表されています。

フランスでは、フィルマン・ディドーの『ラ・モード・イリュストレ　*La Mode Illustrée : journal de la famille*』（パリで編集されています）、『ルヴュー・ド・ラ・モード　*Revue de la Mode* 』、『リルストラシオン・ド・ラ・モード *L'Illustration de la Mode*』、『パリ-マガジン *Paris-Magazins*（『フィガロ』の付録）』

ロンドンでは、『イングリッシュ・ウーマンズ・ドメスティック・マガジン *English Woman's domestic Magazine*』、『ヤング・イングリッシュ・ウーマン *Young English Woman* 』、『ミリネル・エ・ドレス-メーカー-ガゼット *Milliner et Dress-Maker-Gazette*』

マドリッドでは、『コルロス *Correros*』

サンクトペテルブルク、アテネ、ニューヨークでは、『ルヴュー・ド・ラ・モード（外国の編集）』

上記の中の『ラ・モード・イリュストレ』誌の記事に、ルーヴル百貨店が非常に人気が

14　本研究では扱わないが、パリ装飾美術図書館の 1886 年夏の総合展示会カタログにも生地見本がついている。

15　Françoise Tétart-Vittu, "Le Catalogue", Le renom de Paris, *Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992, pp.54-55

あったこと、同店では室内着類とコンフェクションに関して、全ての要望を満足させられると書かれていることなどを、シルヴェイラが指摘している[16]。『ラ・モード・イリュストレ』誌がルーヴル百貨店とコラボレーションして広告をしていたということも述べている[17]。現在の雑誌ビジネス、特にファッション雑誌ビジネスでは、広告主が一般の広告料よりも格段に高い料金を払って、特別な広告を依頼する場合がある。これをタイアップ広告という。まるで雑誌の企画頁のようで、読者がそれを広告と気づかないような頁づくりがされる。このような手法がすでにあったということである。カラー刷りのイラストは、今のファッション雑誌で言えばイメージ写真に当たると考えることができる。

例えば、総合カタログ 1875-1 には洗濯方法が紹介されているが、その最後に、これは『ラ・モード・イリュストレ』誌のやり方の写しであると断りがある。ルーヴル百貨店と同誌との結びつきが特に強かったことが、ここからも裏付けられる。

『ラ・モード・イリュストレ』誌は、1860 年にフィルマン・ディド（Firmin Didot）によって発行され、1937 年まで続いたフォリオ版の週刊誌である。表紙には、「週に一号ずつ土曜に発行される」、「一年に 52 号発行される」と書かれている。全て 8 頁で構成されている。最初に表紙と図版、その説明がある。最後のページはほとんど文字情報である。

価格は、通常は 25 サンチーム、型紙やファッションプレートが付くとそれぞれ 25 サンチーム掛かる。有名な絵入り新聞『イリュストラシオン』の価格が 75 サンチーム[18]だったことと比べると、高額というほどの値段ではなかったと考えられる。定期購読は一年で 12 フラン、半年で 6 フラン、3 ケ月で 3 フランである。ファッションプレートがつくと、一年 24 フラン、半年 13 フラン、3 ヶ月 6 フラン 75 サンチームである。3 ヶ月につき 50 サンチームを付け足すと、郵送してもらうことができる。

日本の西洋服装史研究において、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非常に少ないが、その中で研究対象とされる代表的な資料をあえて挙げれば、同誌ということになる[19]。村上裕子は「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、「1868 年から 1939 年の長い期間発行され続けた雑誌[20]」だから研究対象になると評価した。

そうした理由以外に、同誌の副題が「家庭の新聞　journal de la famille」で、ファッシ

---

16 Piedade da Silveira, *Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*, Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris, 1995, p.28

17 Silveira, “Les magasins de nouveautés”, A la mode de Paris, *au paradis des dames 151 Annexes*. Paris-Musées, 1992, p21

18 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」, 福岡大学経済学論叢, 第 52 巻第 3-4 号, 2008 年, p.459

19 拙稿, 服装史研究における通信販売カタログの資料価値の再評価, 駒沢女子大学研究紀要, 第 18 号, 2012 年, pp.237-253

20 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, 第 34 号, 1997 年, p.40
同誌は、正しくは 1937 年まで発行された。

ョン情報ばかりではないからであるといえる[21]。表紙には創刊号より 1879 年まで、その副題の下に「とてもエレガントな流行のデザイン、針仕事の見本エトセトラ。芸術、音楽、小説、ゴシップ、文芸、エトセトラを含む。」と明記されている。

ファッションプレートは、文化学園大学図書館の所蔵分においては 1864 年から確認できる。プレートがまとめて最後に綴じられている合本と、全くない合本がある。上記のように同誌はプレートなしでも販売されていたので、そのタイプが合本されている可能性が考えられる。現在ではファッションプレートだけで流通していることから、後からプレートがなくなったという可能性もある。

もう一つの特徴として、毎号ではないが型紙が付いている。その年により、多かったり少なかったりするが、型紙が付いている場合は、表紙の左上の隅の号数の後に、型紙付きであることが明記されている。型紙は、必ずしも現存しない。現存していても、長い間折り畳まれていたため、広げることが難しい状況になっている。型紙付きの商品が表紙に掲載されていることも少なくない。ただしファッションプレートや型紙は同誌だけの特徴ではなく、同時代のファッション雑誌全体の特徴である。

現在のファッション雑誌のように、取り上げられた商品に店名が記載されることは創刊年の 3 月 17 日号から見られるが、商品の値段が載るのは翌年からである。

1866 年から、イギリスに送る場合の料金も明記される。創刊してすぐイギリスでも同誌の需要が出た証である。4.4.1 で見るように、翌 1867 年にイギリスに特約店ができたことがカタログから確認できるルーヴル百貨店にとって、イギリスに販路を広げる礎となる。

3.4.2 『ラ・モード・イリュストレ』誌におけるルーヴル百貨店の記事の概要

前項を踏まえ、同誌に掲載されているルーヴル百貨店の記事を、ルーヴル百貨店発行の印刷メディアの調査に合わせて、1882 年まで調査した。そこで扱われているルーヴル百貨店の情報は、カタログよりも選別されたものであると考えられる。

調査したのは、文化学園大学図書館所蔵の資料が中心である。1862 年の 9 月 29 日号～12 月 29 日号と 1877 年の 11 月 25 日号～12 月 30 日号は、神戸松蔭女子学院大学図書館の所蔵本で調査を行った。表 3-6 において、◎がついている号は、個人所蔵分である。

なお、文化学園大学図書館所蔵分は、現在は同館の貴重書データベースで公開されている。神戸松蔭女子学院大学図書館所蔵分は、必要な個所のみ複写させていただいた。

一年ごとに概観し、イラストカタログが出版される 1872 年の前後に分けて考察した。特徴的なことについては、後にまとめて分析する。

＊は、ルーヴル店以外に関する記事である。

《　》〈　〉【　】は、1 章で確認した本論におけるカタログの表記に準じている。

21　深井晃子は、「19 世紀では女性誌とモード誌はほぼ同じものだったといってもそれほど間違いではない。」と述べている。
深井，第 7 章，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年，p.192

表 3-6　『ラ・モード・イリュストレ』誌掲載のルーヴル百貨店の記事（1862～1882 年）★は別冊など、3.4.3 で考察

年	月	日	No.	頁	アイテム	点数
1862	3	31	13	表紙	下スカート	1点
1862	3	31	13	1頁	コート	1人
1863	2	16	7	表紙	若い女性用ドレス	2人
1863	4	6	14	見開き	ドレス	1人
1863	4	6	14	見開き	コート	1人
1863	5	31	35	1頁	ドレス、コート	2人
1863	11	2	44	1頁	室内着	1人
1863	11	2	44	1頁	コート	1人
1863	9	9	45	見開き	コート	1人
1863	9	9	45	見開き	コート	1人
1863	16	16	46	1頁	スカート	1点
1864	11	6		ファッションプレート	ドレス	2人
1865	4	23	17	見開き	コート	6人
1865	6	25	26	1頁	コート	前後
1865	11	12	46	見開き	既製服	5人
1865	11	12	46	ファッションプレート	ドレス、ショール	2人
1865	12	3	49	ファッションプレート	既製服	2人
1866	5	20	21	1頁	室内着	1人
1866	10	7	41	表紙	コート	1人
1866	10	7	41	11頁（別冊）	カタログ	★ ◎
1866	10	7	41	見開き	コート	6人
1866	10	7	41	ファッションプレート	既製服	2人
1866	10	21	43	表紙	コート	2人
1866	11	4	45	表紙	コート	1人
1867	1	13	2	1頁	コート	1人
1867	2	17	7	1頁	コート、室内着	3人
1867	3	10	10	1頁	ブラウス	1人
1867	4	28	17	表紙	子供服	6人
1867	4	28	17	見開き	既製服	16人
1867	5	26	21	1頁	コート	2人
1867	6	16	24	1頁	ドレス	1人
1867	9	15	47	ファッションプレート	ドレス	2人
1867	10	13	41	1頁	子供服	1人
1868	2	23	8	1頁	ドレス	3点
1868	6	7	23	1頁	フード	1人
1868	6	14	24	表紙	ドレス	5人
1868	12	6	49	見開き	子供下着	57点
1868	12	27	52	見開き	衣装と既製服	11人
1869	4	4	14	表紙	ウェディングドレスなど	5人
1869	4	18	16	1頁	フード	1人
1869	8	8	32	表紙	衣装	5人
1870	6	26	26	表紙	ドレス	5人（子1）
1870	12	4	49	表紙	子供服	5人
1871	10	22	43	表紙	コート、帽子	5人
1872	5	26		ファッションプレート	既製服、布	2人
1872	6	16		1頁	ドレス	2人
1872	10	20		1頁	コート	2人
1873	5	11		見開き	コンフェクション	4人
1873	5	11	19	ファッションプレート	ドレス	2人
1873	5	18		1頁	子供服	9人
1873	6	29		見開き	子供服	2人
1873	7	20		1頁	子供服	1人
1873	8	3		1頁	子供服	9人
1873	9	21		1頁	子供下着、室内着、小物	21人
1873	10	19		1頁	子供下着、室内着、小物	18点
1873	11	23		表紙	ドレス	2人

年	月	日	No.	頁	アイテム	点数
1874	3	1		1頁	子供服	9人
1874	4	12	15	8頁(別冊)	ガイド	★
1874	5	17		表紙	子供服	3人
1874	6	28		ファッションプレート	子供服	7人
1874	7	5		見開き	ドレス、乳母用ドレス、子供服	26人
1874	8	2		1頁	子供服	8人
1874	8	16		表紙	ショール(タータン)	2人
1874	9	20		見開き	下着、室内着、小物	41点
1874	12	6		1頁	子供服	7人
1875	1	10	2	ファッションプレート	子供服	8人
1875	2	14	7	1頁	コート	1人
1875	5	30	22	ファッションプレート	子供服	8人
1875	6	20	25	1頁	コート	3人
1875	8	22	34	見開き	下着、室内着、小物	38点+1人
1875	9	5	36	1頁	子供下着、小物	18点
1875	11	7	45	表紙	子供服	8人
1875	12	12	50	ファッションプレート	子供服	8人
1876	8	6	42	見開き	下着、室内着、小物	44点
1876	8	20	34	1頁	子供服、下着、小物	20点
1876	9	10	37	表紙	室内着	2人
1876	12	10	49	4頁	セールの案内	★
1876	12	17	50	表紙	コート	3人
1876	12	17	50	ファッションプレート	子供服	9人
1877	5	27	21	ファッションプレート	子供服	8人
1877	6	10	23	見開き	室内着、コート、衣装	8人
1877	6	17	24	1頁	子供服、下着、小物	13点
1877	7	1	26	見開き	ショール	2人、前後
1877	7	29	30	表紙	衣装、室内着	4人
1877	12	8	48	2頁	コート	10人
1878	1	13	2	表紙	コート、子供コート	7人(子1)
1878	6	16	24	1頁	子供服、下着、小物	25点+1人
1878	8	4	31	見開き	下着、室内着、小物	28点+5人
1879			18	1頁	子供服、下着、小物	19点
1879			18	見開き	ドレス、乳母用ドレス、子供服	17人
1879			26	ファッションプレート	子供服	7人
1879			29	1頁	子供下着、小物	17点
1880			15	表紙	子供服	2人
1880			21	見開き	ドレス、乳母用ドレス、子供服	14人
1880			29	1頁	子供用下着	9点
1880			34	見開き	下着、室内着、小物	30点+6人
1880			50	見開き	子供服	12人
1881			7	見開き	室内着	6人
1881			21	見開き	ドレス、乳母用ドレス、子供服	11人
1881			22	ファッションプレート	子供服	8人
1881			25	1頁	子供服	1点
1881			33	1頁	紳士服、婦人帽	5人
1881			47	ファッションプレート	子供服	7人
1882			32	見開き	下着、室内着	36点+2人
1882			36	1頁	下着	18点
1882			48	ファッションプレート	子供服	7人
1882	12	17	51	見開き	カタログ	★

3.4.2.1　イラストカタログ出版以前（1860～71 年）

●1860 年　4 月 21 日号表紙に、ボン・マルシェのコートが掲載されている。

12 月 22 日号表紙に、サン・トマの商品が掲載されている。

●1861 年　シルヴェイラの研究によれば、同店の商品の絵が出ているとのことだが、文化学園大学所蔵分では、この年に掲載はない。

●1862 年　3 月 31 日号の表紙に、初めて同店のペチコートが紹介されている。

4 月 6 日号に掲載されているヤクの「タルマ」とアイルランドのトワル（綿布）のドレスは、j1863-1 の新聞に掲載されているイラストと全く同じであることは、3.3.1.10 で見た通りである。

●1863 年　見開きに 1 点ずつ商品が大きく掲載された頁が、2 号見られる。店名に GRANDS が初めてつけられて、「ルーヴル百貨店」という表記が始まる。この見開きの図版の下、「ファッション（MODES）」欄には、コンフェクションのことが説明されている。

●1864 年　初めてファッションプレートに同店の図版が見られる。

●1865 年　二回、見開きを全面使った、ストーリー性のあるイラストで同店の商品が表現され、初めて価格も示されている。

初めて「ルーヴル店のコンフェクション（下線　筆者）」と表わされている。

同店の商品について、前後両方が見られる図版が示された頁がある。

●1866 年　同店のカタログが 10 月 7 日号付録についている。（3.4.3.2.1 参照）

●1867 年　初めて同店の子供服が表紙に使われている。

4 月 28 日号には、見開きで 16 点の図版が示されている。（3.4.3.3.2 参照）

＊6 月 9 日号、16 日号には、この年開催されたパリ万国博覧会の記事があり、前者には「服と布」の項目がある。その中で、流行品店の先駆けベル・ジャルディニエールについて言及されている。

●1868 年　12 月 6 日号には、初めて見開きで子供の下着が多数掲載される。（3.4.3.3.3 参照）

年末号には、見開きの下半分に「ルーヴル百貨店の衣装とコンフェクション」が 11 点紹介される。

●1869 年　同店のウェディングドレスが表紙を飾る。

同誌には毎号 11 点ほどの服飾品が掲載されている。その数と比較すると、同店の商品が数多く掲載されているというわけではない。また、同店のファッションプレートが掲載されるのは、一年にほぼ一度である。しかし、他の百貨店が全く取り上げられないことを考えると異例とも言える。

1870 年からは登場回数が減る。普仏戦争やパリ・コミューンなどの政治的な理由の他に、イラストカタログを出版する準備が進んでいて、雑誌に掲載することが控えられたということが考えられる。

3.4.2.2　イラストカタログ出版後（1872 年～82 年）

●1872 年　ファッションプレートが一回、その他の図版が二回登場する。6 月 16 日号の図版は、カタログのイラストの転載かもしれないが、確認できていない。

●1873 年　表紙に一回、ファッションプレートに一回、同店が登場する。

1 頁を横に使って、子供を 9 人並べた図版がある。9 -10 月と続けて、子供用の下着などが 1 頁にびっしりと紹介されている。乳幼児用の服が半頁に紹介された号もある。(3.4.3.3.3 参照)

5 月 11 日号の、ファッションプレートを挟んだ見開き頁の図版は、同年のイラストアルバム f1873-5 の「コートとコンフェクション」のカタログの 1 番と 4～6 番が、11 月 23 日号の表紙の図版も同様にイラストアルバム f1873-7 から転載されている（図 3-14、15）。

●1874 年　同店が表紙に取り上げられているのが 2 号、見開きの頁が 2 号、ファッションプレートが 1 号。それ以外の図版が計 4 号にある。

4 月 12 日号に、再び同店の付録が付いている。(3.4.3.2.2 参照)

●1875 年　同店のファッションプレートが 3 枚掲載され、表紙にも一度取り上げられるが、どちらも子供の群像である。(3.4.3.3.1 参照)

初めて、見開きで大人の下着などが紹介された頁がある。大きく「パリのリヴォリ通りのルーヴル百貨店の下着」とタイトルがつけられているが、他店のものが含まれている。初めて男性用の下着などが登場した。(3.4.3.3.3 参照)

●1876 年　12 月 10 日号には、4 頁に渡って同店のバーゲンの告知が出ている。(3.4.3.2.3 参照)

同じく 17 日号の表紙は子連れ女性、ファッションプレートは子供の群像である。

●1877 年　ファッションプレートに子供の群像が取り上げられ、描かれた風船には「ルーヴル」の文字が見える。

left: 図 3-14

『ラ・モード・イリュストレ』誌

1873 年 11 月 23 日号表紙

（文化学園大学図書館蔵）

right: 図 3-15

1873 年冬のイラストアルバム

《仕立て済みのドレスとガウン》

fig.205, 206

（文化学園大学図書館蔵）

6 月 10 日号の図版は夏の f1877-2 の《コンフェクショネされた衣装とガウン》101-2 番、123-4 番と 133-4 番、《コートとコンフェクション》の 204～7 番、7 月 29 日号の表紙は、f1877-2 の 201 番、210 番、245-6 番が転載されている。12 月 2 日号には、冬の 1877-7《コートとコンフェクション》の 123- 124 番、128-129 番、139 番、148-149 番、150-151 番が、見開きの 4 隅に利用されている。

6 月 17 日号の見開きに、前後を組み合わせたイラストが 2 点あり、「型紙の図版の説明」と書かれている。付録の型紙によって読者が同じものを作ることができる商品である。型紙を提供していたと T-ヴィテュが指摘している（2.3.4 参照）。

●1879 年　途中から同店の住所表記が変更され、「パレ・ロワイヤル広場」となる。カタログ類は、この年は調査した 3 館には所蔵がなく、その後は調査した範囲では住所が掲載されていない。

18 号では乳児用の小物が一頁に紹介された次に、見開きで女性と子ども、乳幼児が何組も描かれている。乳母の衣装もある。「この頁の図版の説明は型紙の挿絵中に見つかる」と書かれている。イラストレーターは、ファッションプレートの原画で知られるコラン姉妹の三女アナイス・トゥードゥーズ[22]による。（3.4.3.3.2 参照）

●1880 年　前年同様にアナイスによるイラストで、母親と少女、乳児と乳母が描かれている。同様に、型紙の服の説明である。（3.4.3.3.2 参照）

それ以外に、29 号には子供の下着と寝巻、34 号には見開きで大人の男女向けの下着や室内着、小物が出ている（これも、型紙の説明である）。（3.4.3.3.3 参照）

以上から、主要商品が、子供服と下着に移ったことが確認できる。子供服のイラストカタログが登場するのは 1876 年からのことであるが、それ以前から同誌には子供服が多く掲載される。イラストカタログ以外の同店のカタログでは、子供服の扱いが小さい。それに比べると、同誌では子供服の扱い方が大きい。子供服がイラストカタログに登場するようになり、カタログの商品数が増加して行くと、子供服を更にアピールする狙いから、雑誌においてもさらに掲載が増えたと考えられる。

下着は、この時代は雑誌ではほとんど見ることがない[23]。子供服や下着の掲載は、「家庭の新聞」という副題に沿うものである上、他誌との差別化を図ることができる。

3.4.3　『ラ・モード・イリュストレ』誌におけるルーヴル百貨店の記事の分析

同誌掲載のルーヴル百貨店の記事を分析する。ただしビジネスの内容に関しては、特別なこと以外は同店の資料と一緒に 4 章以降で分析する。

22　石山彰，「ラ・モード・イリュストレ」，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

23　石山，同前

3.4.3.1　掲載された流行品店と百貨店

創刊年の 4 月 21 日号の表紙の図版に、初の百貨店と言われるボン・マルシェの春のコートが掲載されている。12 月 22 日号には、代表的マガザン・ド・ヌーヴォーテの一つプチ・サントマのことと思われるサン・トマの商品が表紙に掲載されている。

しかし本論で取り上げる 1862～82 年において、調査した限りこうした店の商品が掲載されるのはこの 2 件だけで、それ以降ルーヴル百貨店以外の流行品店や百貨店の商品が同誌に掲載されることはない。前述のように、万博の記事にベル・ジャルディニエールが出てくるだけである。常に掲載の多いフレディ夫人店のような個人商店と思われる名称の店以外では、掲載が続くのは同店のみである。

3.4.3 2　ルーヴル百貨店のカタログ類

3.4.3.2.1　別冊カタログ（1866 年 10 月 6 日号付録）

まず、この年がカタログの出版が始まった年であることに注目しなくてはなるまい。頁を追って検討していく。なお、頁数は同誌 1 年間分の通し番号になっている。

付録を付けた理由についての説明の後に表紙から次頁まで続く、注文と発送に関する注意事項は、1867 年冬のカタログ 1867-1 の内容と全く同じである。

p.322　商品が分野ごとに紹介される。

それに続いて、細かい活字で次々と布地が紹介されて行く。頁は 3 段組になっている。これは、カタログよりも少ない頁数に多くの商品を紹介するためと考えられる。カタログでは、通常 1-2 段組みである。

右の段は、家具調度品にほとんど当てられる。同店のカタログには、早い例で特別展示会カタログ 1868-1 にペルシャ絨毯が登場する。下 5 分の 1 ほどが「衣装の説明」で、スカートとドレスが説明されている。値段はない。

p.323　上に、「1866-67 年のルーヴル百貨店のカタログ」というタイトルがあり、絹織物が紹介される(図 3-16)。この売場は、1866-1 では 3 頁あるが、ここでは 1 頁になっている。

p.324　次の変わり織の布も 2 頁が 1 頁になっている。以下、ほとんどの売場の商品が同様にカタログより少なくなっている。

下に、3 点だけ子供服が紹介されている。

p.325　コンフェクションの中の〈コンフェクショネされたガウンとドレス〉の説明文は、1866-1 と同じである。1866-1 では、その前に《喪服売場》があるが、ここにはない。その下に下着類があり、2 頁先まで、3 点のイラストを挟みながら続く。下着の説明文も 1866-1 と同じである。

p.328-9　見開きで、「リヴォリ通り、ルーヴル百貨店の冬のコンフェクション」というタイトルの下に、六人の女性が描かれている。これは、カタログにはない。イラストは、アナイスによる。それぞれの商品には、「矢車菊」、「 ヴォーバン（VOBAN 17 世紀の元帥、経済学者)」、「中国風」などの名前が付き、それぞれラシャとヴェロアの場合の価格が提示さ

CATALOGUE
DES GRANDS
MAGASINS DU LOUVRE
POUR L'ANNÉE 1866-1867.

COMPTOIR DES SOIERIES.

図 3-16　『ラ・モード・イリュストレ』誌
1866 年 10 月 7 日号別冊
1866 - 67 年ルーヴル百貨店のカタログ　p. 1
（個人蔵）

れている。

p.330　下着が 3 分の 2 頁ほど続いた残りは、男性用シャツである。説明文は 1866-1 と同じである。

p.331　《ショール売場》の説明文は、喪服用以外の 3 つについては 1866-1 と同じである。商品も、ほぼ同じである。

p.332　《ラシャ売場》の説明文も同じである。

この後、カタログではメリヤス製品、手袋、頭飾りがあり、コルセットやスカート枠、傘などが続くが、この別冊の中にはない。

p.337　ファッションプレートで、タイトルは「リヴォリ通り、ルーヴル店のコンフェクション」である。店名に grands はついていない。

このように 17 頁に及ぶ別冊となっている。通常、同誌はファッションプレートを入れて 8 頁という作りになっていることから考えると、二号分以上になる。

3.4.3.2.2　買い物ガイド（1874 年 4 月 12 日号）

表紙の左上の隅には、「15 号（追加）、予約購読分以外のプレゼント、春の流行の号」と断り書きがあり、1866 年分に見られるような、付録についての説明は一切ない。

店を巡るルポルタージュの形態で、ユーモアを交えながら店内が案内されていく。そのルポを読み進めると、いつの間にか表紙のイラストに取り上げられた商品である肩掛けの紹介になるという趣向である。

この号は、すでにイラストカタログの発行が始まってからのものなので、カタログの図版の転載と思われるイラストが、表紙から順に 2 点（フィシュー：三角形のスカーフ）、1 点（春先用の衣装）、4 点（帽子 2 点コート 2 点）（図 3-17）、3 点（一揃いの衣装 2 点とチュニック：丈の長い上着）、3 点（ロトンド：コートの一種と帽子 2 点）、4 点（室内着、肌

着、寝巻）と掲載されている。ベッドとカーテンのイラストもある。このシーズンのカタログは調査した 3 つの図書館にはなく、これと比較することができない。

数少ないイラスト以外は、やはり文字情報によって商品が紹介されている。

この説明の後は、「絹織物」から始まる。冒頭に【パリ - ルーヴル】、次に【カシュミール・ドール】、そして【ラシャ・シクロープ】と、オリジナル素材だけが紹介されている（5.2 参照）。

その後に、《色無地の絹織物》、《柄物の絹織物》という順で紹介され、右の段から、《コートとコンフェクション》が始まる。ここには〈絹の衣装のシリーズ〉〈カシミアの服のシリーズ〉〈合いの季節の服のシリーズ〉がある。次頁には《仕立済みのドレスとガウン》（図 3-17）、4 頁目に《一部コンフェクショネされたスカートとドレス》、5 頁目に《帽子》《ネクタイ》《リボン》など、6 頁目に《家具調度品》などと続く。次の頁にベッドと窓のイラストがある。最後の頁には、情報欄があり、その下にイラストともに、子供向けに風船を送るといったことが書かれている。

図 3-17　『ラ・モード・イリュストレ』誌
1874 年 4 月 12 日号　ルーヴル百貨店買い物ガイド　p. 3
イラストは、《婦人帽と頭飾り》と
《コートとコンフェクション》
（文化学園大学図書館蔵）

3.4.3.2.3　バーゲン・カタログ（1876 年 12 月 10 日号）

「季節の終わりのバーゲンの特別展示会、玩具とお年玉[24]」と表記されたカタログが、4 頁に渡り掲載されている。細かい活字でびっしりと書かれている。

このようなタイトルではあるが、やはり絹織物から始まる。黒布が強調され、オリジナル素材の【パリ - ルーヴル】と【カシュミール・ドール】も含まれている。半頁分ほどである。その後、次頁に掛けては《コートとコンフェクション》、《コスチュームとガウン》、《仕立済みのスカートとペチコート》、《帽子》と続く。この中には、同店の 12 月のカタログに見られる「裁断」のサービス（6.3.5 参照）も紹介されている。

その後は、他の素材やベッドリネン類、レース、下着、ショール、子供服、手袋、男性

24　表 3-5 同様に、表紙の表記をそのまま記載している。

用シャツ、リボンなど多種多彩な商品が少しずつ掲載されている。

最後の半頁が、人形や玩具などで、タイトルが示す「玩具とお年玉」はここだけである。このタイトルの下には〈パリのおしゃれ小物売場〉のサブタイトルがあり、総合カタログからの抜粋であることが明記されている。

なお、村上がこのバーゲンセールの案内について言及している[25]。

3.4.3.2.4　カタログの抜粋（1882 年 12 月 17 日号）

左頁には、《ランジェリー売場》、《ネクタイと肩掛けの売場》、《産着売場》があり、それぞれ 8 点、8 点、5 点が紹介されている。右頁は、「おもちゃとお年玉用グッズのイラストカタログの抜粋」と題され、人形やミニチュアといった子供用のおもちゃからアルバムやティーテーブルといった大人向けのものまで計 26 点紹介されている。中には、ジャポニスムの装飾が施されたテーブルもある。

3.4.3.2.3 同様に、年末年始向けである。

3.4.3.3　ルーヴル百貨店に関するその他の記事

3.4.3.3.1　ファッションプレート

調査した資料の中では、同店は 20 年間に 17 回登場する。『ラ・モード・イリュストレ』誌の代表的イラストレーターであるコラン姉妹は、アナイスだけでなく姉のエロイーズも、ルーヴル百貨店のファッションプレートを描いている。

1867 年までの 7 枚は大人の女性用で、その半分は「コンフェクション」となっている。それ以降の 7 枚は、全て子供の群像である(図 3-18)。3.4.1 でみたように、ファッションプレートがつくと倍の値段になる。唯一のカラー刷りで、1 号の中に 1 枚しかないのであるから、読者に与えるインパクトはそれだけ強い。T-ヴィテュが指摘する通り[26]、ここに店側の

図 3-18
『ラ・モード・イリュストレ』誌
1875 年 5 月 30 日号
ファッションプレート
（文化学園大学図書館蔵）

25　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

26　Françoise Tétart- Vittu,“Le Catalogue”，Le renom de Paris，*Au paradis de dames nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, Paris，1992，p.36

意図が反映されているとすれば、ルーヴル百貨店が、その初期にはコンフェクションを、それ以降は子供服を読者にアピールしたかったということになる。

前半では、黒いドレスやレースが多用されており、同誌付録のカタログやイラストカタログの傾向と合致する。

子供の群像は、大体 8 人前後が描かれ、そこには少年少女から幼児までが描かれている。

3.4.3.3.2　見開きの大判図版

1865 年 4 月 23 日号に、見開きに群像が描かれる図版が初めて登場する。アナイスが描いている。同様の図版は、この年に 2 回、1866 年、74 年、79 年、80 年にも掲載される。

初出の後の 3 回は、既製服である。内容はコートが中心である。1865 年の図版と 1866 年の付録は、前述のように見開き頁の上部に大きく「リヴォリ通り、ルーヴル百貨店の冬のコンフェクション」と題されている。1867 年 4 月 28 日号は点数が 16 点と多いためか、隙間に小さく「ご婦人とお嬢さんのためのコンフェクション」と題がついている。

後半の 1874～81 年は、いずれも同じような体裁である。若い母親、少女、幼女、乳児、乳母が、ストーリー性のあるイラストで合計 14～26 点描かれている(図 3-19)。乳母の服は文字情報のカタログにはあっても、イラストカタログには登場しない。これは「家庭の新聞」ならではの商品選択である。

図 3 -19
『ラ・モード・イリュストレ』誌
1879 年 18 号
（文化学園大学図書館蔵）

3.4.3.3.3　下着の広告

前述のように、石山彰は同誌の特徴の一つとして、下着を紹介していることを挙げている。特にルーヴル百貨店の記事としては、下着のカタログのような頁がしばしば見られる。

初出は、1868 年 12 月 6 日号で、乳児のよだれかけから少年少女のシャツなどまで、多種多様なアイテムが 57 点見開きに掲載されている。こうした子供用の下着類は、1874 年にも見開きで、また 1873 年には続けて 2 回、1879 年も 2 回、それを挟んで 1875 年～80

年に毎年 1 回掲載されている。どの号もほとんど同じ体裁で、様々な着用者のための色々なアイテムが紹介されている。

1879 年 29 号には、「ルーヴル百貨店のモデル」と明記されている中に、他の店名もある。コルセットの 2 点のみなので、コルセットの専門店からルーヴル百貨店が仕入れた商品と考えられる。うち 1 点は、6～8 歳の男児用である。

大人の男女の下着類に関しては、1874～76 年、78 年、80 年、82 年に見開きで紹介されている(図 3-20)。タイトルは、大きく「下着」と書かれている場合もあれば、ない場合もある。初出の 1874 年以外は、類似のレイアウトとなっており、見開き部分の下の方に、着装姿の女性が身繕いする姿などが、1875-6 年は 1 人、それ以後は 5、6 人描かれている。

女性用のアイテムは、コルセット、パンタロン（下ばき）、肌着、室内着、衿や袖口飾りなど、男性用のアイテムはシャツ、衿、ベスト、ズボン下などである。

図 3 -20

『ラ・モード・イリュストレ』誌

1875 年 8 月 2 日号

（文化学園大学図書館蔵）

3.4.4　絵入り新聞に見られるルーヴル百貨店の広告と『ラ・モード・イリュストレ』誌に見られる同店の記事との比較

先述のように、松原建彦は絵入り新聞『イリュストラシオン *L'Illustration* 』が創刊された 1843～1898 年を調査し、そこに登場する百貨店の広告を分析している。その中には、ルーヴル百貨店も含まれる。同店に関するもう一つの印刷メディアとして、『ラ・モード・イリュストレ』誌と比較検討する。

ルーヴル百貨店は、同紙の 1868 年 3 月 7 日に初めて広告を掲載する。これは、ボン・マルシェが早くも『ラ・モード・イリュストレ』誌の創刊年に取り上げられ、ルーヴル百貨店が 1862 年から同誌に登場するようになるのと比べると、とても遅い。

松原によれば、『イリュストラシオン』紙の発行部数が 1866 年に 18,000 部になったというから、発行部数の増加をみた各百貨店が広告を掲載するようになった可能性が考えられる。一方で、同年『ラ・モード・イリュストレ』誌は 5 万部を発行していたという[27]。部数

27　深井晃子，第 7 章，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年，p.193

に注目する限り、後者に掲載された方が影響力は強いということになる。

現在、ファッション企業が主に広告を出稿するのは、はるかに発行部数が多い新聞よりもターゲットがはっきりしている雑誌である。同店が『ラ・モード・イリュストレ』誌にカタログなどを掲載したのは、部数だけでなく、読者層を意識した結果とも考えられる。

松原の研究から、ルーヴル百貨店が 1860-70 年代、10 月上旬に冬物流行品の大売り出しを行ったことがわかる[28]。これは『ラ・モード・イリュストレ』誌の 1866 年 10 月 6 日号にカタログが付録としてつけられた時期と一致する。冬の流行を知らせるのに最適な時期なのである。

ルーヴル百貨店の広告は、3、9、10、12 月の 4 カ月に集中するという[29]。これは、『ラ・モード・イリュストレ』誌に登場する同店の頻度とは一致しない。同誌にルーヴル店の商品が掲載されるのは、6 月がもっとも多く、ついで 5、8 月、さらに 4、9～12 月となり、1～3 月は連続して少ない。

1870 年代は、9 月にルーヴル百貨店が絨毯の大売り出しを広告していたという[30]。これも『ラ・モード・イリュストレ』誌には見られない。1880 年 1 月 31 日号に、同店の白物セールの案内が出ているという[31]。そのような記事は同誌には出ていない。これらのことから、百貨店は新聞と雑誌とを使い分けていたと考えられる。

商品の返品の自由に関しては 1869 年 3 月 6 日号から、イラストカタログへの見本の添付についての言及は 1874 年 10 月 3 日号から[32]、お年玉の広告は 1880 年代から[33]ということである。いずれも、『イリュストラシオン』紙の広告は、情報が出るのが遅い。

1876 年 3 月 11 日号に、ルーヴル百貨店が、『ラ・モード・イリュストレ』誌につけられた付録を無料配布すると告知しているという[34]。ただし、調査した資料の中にはそれは含まれない。

3.5　本章のまとめ

3.2 では、ルーヴル百貨店の印刷メディアについてこれまでの成果を確認した。その上で調査した印刷メディアの内訳を整理した。さらに、所蔵先ごとの資料の内訳をまとめた。

3.3 では、手紙、チラシ、パンフレット、各種カタログの特徴をまとめた。手紙、チラシといった一枚の紙片から、300 頁弱のカタログまでが現存する。カタログには、様々なバリエーションが確認できた。ファッションイラストのカタログについては、幾つもの形式が

28　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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，p.483

29　松原，同前，p.473

30　松原，同前，p.482

31　松原，同前，p.475

32　松原，「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（後編）」，福岡大学経済学論叢，第 54 巻第 3-4 号，2010 年，　p.334

33　松原，前掲　註 28　p.486

34　松原，同前，p.336

あった。アルバムとカタログの二つの形式があり、分冊も見られた。売場は、絹布から始まり、次には婦人服が紹介された。それらの売場を整理して表にまとめ、その中で特に数多く紹介されるアイテムをさらに表にまとめた。3.3.3 では、カタログの内容ごとの特徴をまとめた。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がわかった。

3.4 では、『ラ・モード・イリュストレ』誌掲載のルーヴル百貨店の記事を確認し、特徴的なことをまとめた。同誌創刊の 2 年後には、ルーヴル百貨店の商品が表紙に掲載されるのに始まり、百貨店では唯一、同誌で積極的な販売促進を行っていたと考えられる。ここからは、同店とファッション雑誌との提携の可能性が窺われる。下着の特集からは、百貨店が雑誌と提携するビジネスのメリットもわかる。『イリュストラシオン』紙掲載の広告との比較からは、ルーヴル百貨店の別の販売戦略が確認できた。同店は、多様な外部の印刷メディアにも情報を掲載することで、さらなるビジネス拡大を図っていたのである。

様々な印刷メディアには、商品のアイテム名、価格などとともに、通信販売や店の動向に関する説明文、商品や多岐に渡る売場、注文についての文字情報、イラスト、生地見本などが掲載されている。同じシーズンについて、複数の資料が現存する場合もある。これらの印刷メディアを分析することによって、これまで看過されてきたファッションビジネスの実像が明らかになると期待される。

そこで、これらの資料を 4〜6 章において分析する。

4　ルーヴル百貨店のビジネス手法

4.1　本章の目的

本章では、ルーヴル百貨店の布や女性服、布製品の販売などファッションビジネスの基礎となる同店のビジネスの特徴を印刷メディアから分析する。

4.2 では、同店のビジネスの基本をまとめる。百貨店のターゲットと、その消費者にアピールするセールスポイントを分析する。

4.3 では、同店のビジネスが、本研究で対象とする 20 年間にいかに拡大して行ったかをまとめる。店の拡大政策、店の中に次々と設けられていった様々なアトリエについて分析する。また印刷メディアに掲載される各種データから、布販売と女性服販売に分けて同店のビジネス拡大について検討する。

4.4 では、印刷メディアの多くの部分を占めるカタログを使用するビジネスである、通信販売について整理する。その始まりや通信販売の対象地域について、この時代の社会背景とともに分析する。

4.5 では、同店と『ラ・モード・イリュストレ』誌との連携について分析する。

4.6 では、以上に挙げた以外のビジネスの特徴をまとめる。各種の権利ビジネスと、それ以外の特徴に分けて整理する。

これらの分析によって、ルーヴル百貨店がビジネスの拡大を目指していかに工夫を重ねていたかが明らかになる。このことは、それをベースになされるファッションビジネスを研究する上で欠かせない。

なお、本論で資料(手紙など)の文章をそのまま引用する時、そのレイアウトも同様にしている場合がある。

4.2　ビジネスの基本

4.2.1　ターゲット

夏のカタログ 1870-8 の《コートとコンフェクション売場》では、これらの商品の種類と価格が「全ての社会階級の手が届く」ものであることを告げている。ビジネスの当事者である百貨店が、誰でも買えることがセールスポイントになると認識していたことがわかる。同年の家具用の素材カタログ 1870-9 でも、同店が獲得している富裕層と一般庶民のどちらにも満足の行く商品を提供できると謳っている。

家具のカタログ i1877-1 には、「家具のイラストアルバム」というタイトルの序文（p.1）に、快適で比較的エレガントな家具調度類を揃える喜びを探し求めるのは、この時代に「最も一般的な人々」だと書かれている。具体的には、「理性を備えた家庭の母、エレガントな女性、洗練された趣味の紳士、オリジナルな独創性を備えた芸術家」というから、少なくとも「エレガントな女性」の前に登場する「家庭の母」は、それほど資産の多い客ではないと考えられる。「比較的エレガントな家具調度類」という表現では、エレガントに「比較

的」という形容詞が付いていることから、真にエレガントな家具が買えるわけではない客まで対象としているとわかる。様々な経済状況の人々が「平等な満足」を得られるということは、エレガントでない商品を含め、それだけ品揃えが豊富だということである。

総合カタログ 1874-1 の最初の商品は「結婚のお祝い品」で、その購入は資産のレベルに応じて高まると明記されている。これは富裕層向けの言葉と考えられるが、分相応をアピールしているという見方もできる。

ナントのカタログ 1878-1 の《ガウンと朝の部屋着》の売場（p.15）では、「奥様方の興奮を誘うドレス」の品揃えを願って、「全てのサイズと種類」の商品を集めていると告げているが、10 点のイラストで紹介されているのは 7.75～35 フランといずれも安い服ばかりである。ナント支店のカタログであるから、それほど高価な服は買わない地方の客向けと考えられる。

訴求対象は、大人だけではない。2.3.3.1 で見たように、同店では風船が毎日 500 個も子供に配られ、それに年間 5 万フランも費やされたという。今でいう販売促進費である。ボーイが風船を子供に配っているイラストが、1874-1 の口絵に使われている（図 4-1）。夏のアルバム f1873-5 や 1874-1、冬のアルバム f1877-7《子供服》の 637 番、夏のアルバム f1880-1 の子供服の 639 番に描かれた子供も、同店の風船を持っている。カタログに何度も掲載されている「パレ - ロワイヤルのホールの眺め」の群集の中にも、風船を持った女児が描かれている（図 4-6 参照）。

『ラ・モード・イリュストレ』誌の 1874 年 4 月 12 日号の同店のガイドには、イラストに加え地方の客の子供に「どこでも遊べるように」「美しい風船」を送ると書かれ、膨らませ方などが詳しく説明されている。未来の顧客として、または母親に影響を与える存在として、百貨店は子供客も疎かにはしていなかったのである[1]。

パンフレット p1876-5 の表紙は、二人の男性が燕尾服を着ているイラストである（図 4-2）。

left: 図 4-1
1874 年総合カタログ　口絵
(Bibliothèque nationale de France)

right: 図 4-2
1876 年のパンフレット
(Bibliothèque nationale de France)

1　鹿島茂，第 3 章，デパートを発明した夫婦，講談社現代新書，1991 年，pp.112-113

以下のように、記されている。

ルーヴル百貨店は、男性服に貢献すべく全ての商品に発展をもたらします。その発展とは、男性に流行品店に足を踏み入れさせる決断をさせることです。また、比べようもない商品には実質的にその価格の倍以上の価値があり、その分倹約になるという誘惑です。

常に、カタログでは「マダム」と呼びかけられてきたが、1870 年代後半に入ると男性もターゲットになったのである。男性用の印刷物がこれ以前になかったとは断言できないが、少なくとも上記の文言から、これが新しい試みであることが読み取れる。家族の全てがターゲットだということは、扉絵に使われている家族のイラストから確認できる（図 4-3）。また、3 章で見たように、『ラ・モード・イリュストレ』誌からもわかる。

ターゲットは、子供から大人まで、女性から男性まで、都会から田舎まで、一般庶民から富裕層まで、主婦から芸術家まで（i1877-1p.1）、実に幅広かったのである。それはカタログに、パン 2kg 分くらいで買える 0.45 フランの装飾品から、オートクチュールと変わらない 875 フランのイヴニングドレスまで掲載されていることと符合するのである。

図 4-3　1873 年冬のイラストアルバムの扉絵

（文化学園大学図書館蔵）

4.2.2　セールスポイント

フランス国立図書館に所蔵されるルーヴル百貨店の最も古い年の資料である手紙 j1863-2 には、それ以降のカタログで謳われていく内容がすでにほとんど表れている。以下に、手紙の全容を示す。なお、細かく改行して内容を強調しているので、そのまま記す。

パリ　1863 年 10 月 11 日

オー・ルーヴル
リヴォリ通り
マランゴ通りの全てと
サントノレ通り
ヌーヴォーテ

奥様
当店は謹んでバーゲンについてお知らせいたします。
もうすぐやってくる 10 月 13 日火曜日
リヨンで当店の買付事務所が特別な価格で買いつけた
絹の莫大な量（800 万フランと見積もられる）
新しい布の中でも冬の最も新しいもの
奥様のための素敵なコートとコンフェクション
絨毯とインテリア用布の幅広い品揃え
奥様、これほど大規模で大変お値打ちであるという点で
前代未聞の大バーゲンのお知らせが、奥様のお気に召すことと確信する次第です。

敬具

ルーヴル百貨店の支配人

裏返してください。

明確な数量が挙げられている上に、ここで特に強調されているのは「新しい」ことと「安い」ことである。

絹織物は、これまで見てきたようにイラストカタログ以外では常に最初に紹介され、種類も価格の幅も大きい商品で、バーゲンでも目玉商品となる。インテリア用の布は、これ以降に登場する「総合カタログ」では、絹、服の次に掲載されている。これらが、設立より 8 年目を迎えている 1863 年時点における同店の主要商品と考えられる。

この時、服はまだ重要な取引品目ではなかった。イラストカタログで常に服の最初に取り上げられる「コートとコンフェクション」のみが紹介されていることから、百貨店で販売される女性服の筆頭に挙げられる服種であることがわかる。

差出人の名前のところには、「ヌーヴォーテ（1 章で述べたように「流行品」を指す)」とわざわざ明記され、最後の差出人の肩書のところには、百貨店を示す grands がつけられている。両者から、grands magasins という表現はまだ定着していなかったが、マガザン・ド・ヌーヴォーテの大規模店であることをアピールしているものと考えられる。

手紙の裏には、柄物シルクの布の詳細が示される。6 種類が掲載され、「最新」、「豪華な」

「最高級品」、「是非選んでいただきたい」と商品をアピールする言葉が重ねられる。

バーゲンという商法について、鹿島は「売れ残りの流行品の在庫処分は、〈ボン・マルシェ〉が最初というわけではなかったが、〈ボン・マルシェ〉のそれは、従来に比べてはるかに徹底していた。」とする[2]。また松原は、プランタン百貨店が 1866 年にバーゲンを始めたと同店が述べていることを指摘している[3]。

冬のカタログ 1867-1 の表紙裏には、他店の及ばない品揃え、良い商品の販売、返品・交換・払い戻しの自由が謳われている。特別展示会カタログ 1868-1、総合展示会カタログ 1868-2、と特別展示会カタログ 1869-2 の表紙裏も同様で、同じ文章はパリ装飾美術図書館の合本の最初に綴じられた序文の 2 頁目と総合カタログ 1872-1、1873 年の文字情報のカタログ全てにある。

夏のカタログ 1870-8 の序文には、良い品を大量販売することによって、商品の回転を速めるようにしていると書かれ、特に、コンフェクションのサロンやそこで扱う服について行数を割いている。これは、布についで服の売り上げが同店で重要になってきている証と考えられる。

《コートとコンフェクション売場》（p.7）の冒頭には、以下のように書かれている。

> ファッションの進歩を目指して常に発展的歩みを進めております当売場におきまして、新作の生まれる秘訣というものは、ファッションの進歩というこの先見的な方向性の一点にのみございます。
>
> 従いまして、当売場では、季節ごとに「おしゃれへの一歩」を先んじてご提案いたします。

これらは、同店がファッションビジネスにいかに力を入れているかを消費者に納得させようとする文言である。冬のカタログ 1871-2 では、同店の商品の優雅さとエレガンスは「競争相手を寄せ付けない」と述べている。

1870-5 の大きなチラシでは、この（服飾小物の）新しいサロンのねらいは、非の打ちどころのないエレガンスと信じられないような安い値段にあり、客がこれらを自分自身で判断してほしいと結んでいる。自信を持った態度と、判断を客に任せるという姿勢はカタログに一貫している。新しい商売の仕方が、あくまでも消費者主体であることを強調して、あたかも客のためを思っているかのような表現をとっている。

1871-2 の序文では、「買いなさいとは申しませんが、こう繰り返し申します。比較して下さい」と説得する。比較すれば自ずと同店で買うことになるという主張である。

薄利多売に関しては、カタログ 1866-3 の〈インドのカシミア〉（p.16）の説明文で、す

2　鹿島茂，デパートを発明した夫婦，講談社現代新書，1991 年，pp.42-46

3　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（後編）」，福岡大学経済学論叢，第 54 巻第 3-4 号，2010 年，p.331

でにそれをはっきりと打ち出している。夏のカタログ 1870-8 の序文では、商品の保証として最も確かなものが、良心的で適切な利益なのだと説明している。

最新版 1872-1 の序文では、限界ギリギリまたは破産しそうな安値で売るにもかかわらず、その品質は従来の安かろう悪かろうという幻想を打ち破るものであること、ばら売りを嫌うような店では得られないような安値であること、世界で最も多くの顧客を抱えていること、大儲けするために薄利で売るという逆説的な経営をしていること、常に時代の流れに即して組織を変化させて適応していることなどを次々と訴えている。序文の註では、大拡張を進めていることが紹介されている。そして、クレームの窓口をつくることになったいきさつを詳しく述べて、クレームの付け方を説明している。

グルノーブル店のカタログ 1882-4 の 9 月 15 日付けの手紙では、「『薄利多売』これが当店のモットーです。」と行を変えて強調している。次頁の一番下にも、「薄利で売ることが店の絶対的な基本方針です。」と再び書いてあり、さらに次の頁には、「ルーヴルでは、全て値段が変わりません。公表された数字で示されています。」と正札販売であることも強調している。地方では、まだ百貨店の販売手法が知られていなかったと考えられる。

安売りには、様々な努力があった。冬の総合展示会カタログ 1871-1 では、マダポラム(綿モスリン) [4]を先行して買い付けていたので、値上がりしても安売りできると述べている。

このカタログでは、客はこの店で「生活を維持するのに必要な全てのものを手に入れられる。」としている。

こうして、冬のカタログ 1872-4 では、「ルーヴル百貨店は、お客様が世界中で最も多く、比類のない布の品揃えを持っています。組織力のおかげで、今シーズンはかつてないほど素晴らしく大きなメリットが得られることを、奥様方に断言できます。（p.66）」と述べるほどになって行くのである。

組織力ということに関しては、春の総合展示会カタログ 1869-2 《仕立済みのドレス》の売場の商品の後には、「店の組織力によって、パリからも地方からも注文が短時間で届くようにして、商品に対する満足と保証を提供させていただきたい。」と抱負を述べている。「店の組織力」という表現は、冬の新作展示会 1872-4 にも見られ、春の新作展示会カタログ 1870-4 では、「強力な組織」という表現がある。組織力があるということもアピールするポイントであると認識されていた。

春の総合展示会カタログ 1873-3 の《糸の白物》（p.40）は、その下に「トワルとリネン」と具体的に書かれ、この商品が、ホスピスや客船、修道院などの大量発注の超過分を安く売っていることを説明している。現在でいう「わけあり商品」である。そして、これらは在庫品とはいえ品質は素晴らしく、品質にうるさい家庭の主婦を満足させられると結ぶ。

回転率もビジネス成功には欠かせない。1874 年総合カタログ 1874-1 の「結婚のお祝い品」は、売れ行きが大きいからこそ絶えずデザインを新しくすることができると謳っている。ナントのカタログ 1878-1 の《ショールとレース　結婚のお祝い》の説明文では、イン

4　大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.327

ドショールの売場がシーズンに 2 回品物を入れ替えることで[5]、新鮮さを保証しているとアピールしている。ここでは薄利であることと工場と密に連絡を取ることで、新商品を提案し安い価格で提供できるのだということも述べている。

いかに多品種かも重要なセールスポイントである。冬の総合展示会カタログ 1873-6 の註には、余りに多くの商品を紹介するのを避け、えりすぐりのキャンペーンだけを紹介すると宣言している。この表現は 1874-3 などにみられる。これは裏返せば、店に来れば多くの品物があることをアピールすることになる。

1872-1《女性用のコートとコンフェクション売場》（p.15）の「コートとコンフェクション」では、最も目立つ活字を使用し、以下のように書かれている。

> この売場の評判がとても良いので、当店がお客様方に改めてお勧めする必要はもはやなくなりました。この売場で売られている服の新しさ、優雅さ、気品が本当に知られているので、フランス国内はおろか外国からも沢山のお店の方が見本を買いに来られます。
> 当店のお客様はそれを直接お買い求めになれるのですから、もちろんコピー商品よりもオリジナルの方を好まれることでしょう。

同店が他店に見本を売るということは、一緒に型紙をその店に売って、その店が複製品を販売することを認めていたということだと考えられる。だからこそ、似て非なるものよりもオリジナル商品に価値があることになる。

他店に見本が買われるのには、それなりの理由があると考えられる。その理由を知るために、商品自体のクオリティについて検討する。

最新版 1872-1 の〈シチリアの布〉（p.13） は、パリの「大婦人服店」の全てに採用されていると書かれている。les grandes maisons de coutures は、ただの大規模な、または有名な婦人服店を指すのかもしれないが、すでに誕生しているウォルトのようなオートクチュールの店を指す可能性も考えられる[6]。

冬の新作総合展示会カタログ 1872-3 の《スカート、ペチコートと一部コンフェクショネされたドレスの売場》（p.23）に〈黒いシルクとダウン製の下にはくペチコート〉が紹介されている。その説明は、綿（わた）を最も上質で最もふんわりしたダウンに取り換えたので、比類のない軽さを与えてくれ、キルティングは手刺しされ、裾にも刺繍があるという内容である。冬の室内着に最適である。常に商品が研究され、更新されていく様子がわかる。

総合カタログ 1874-1 の《ドレスと仕立て済みのガウンの売場》（p.43）では、同店の型は全てオリジナルだということがまず述べられている。次に、アトリエで入念に作られて

5　1.4.1 で見たように、ゾラは、同店で商品によっては年に 54 回も入れ替えられたとメモしている。
Émile Zola，*Carnets d'Enquêtes. une ethnographie inédite de la France*，êd. Henri Mitterand，Librairie Plon, Paris，1986，pp.177

6　2.3.4 参照

いることが述べられている。また、オーダーの注文はてきぱきとこなすと宣言している。オリジナルとオーダーがポイントである。

冬のアルバム f1877-7 の《コートとコンフェクション》では、コンフェクションに使われる布の品質は全て第 1 級の工場のマークがついていること、同店のデザイナーと裁断士の技はパリ随一であること、コンフェクションには前代未聞の新しさとエレガンスがあることが謳われている。《婦人帽と頭飾り》では、有名な帽子店と変わらない素晴らしい製品にも関わらず、価格がリーズナブルだとアピールしている。

1862 年に、ロンドンで第 2 回万国博覧会が催された。最初の資料 j1863-1 には、「ロンドン万国博覧会で感嘆された」ヤクの毛のロトンドが紹介されている。1867 年には第 2 回パリ万国博覧会が開催されたが、冬のカタログ 1867-1 の《家具売場》(p.41) には、絨毯の中に「万国博覧会から届いたいろいろな絨毯」が紹介され、総合展示会カタログ 1867-2 では《フランスのカシミア売場》(p.5) の最後に、同店のショールが 1867 年の万国博覧会で認められたと記されている。総合展示会カタログ 1868-2 の《コルセット売場》(p.31) の〈オーダーでないコルセット〉は「1867 年の万国博覧会でメダルを授与した」とある。万国博覧会のお墨付きも、セールスポイントとなったということがわかる。

寝具と家具の素材カタログ 1870-8 では、二頁に渡る序文で、家具などに営業範囲を広げるためにビジネスを集約化して無駄を省こうと考え、布同様に中間マージンを省くことで、「最も丈夫で最もエレガントで最も贅沢な家具」を提供したいと書かれている。1877 年になると、「皆様に安い価格で高品質の商品をご提供するために全ての仲買人を排除しました。」と述べている（家具のイラストカタログ i1877-1）。

しかも、同店の家具はフォーブールサンジェルマンの豪華なホテルやシャンゼリゼの高級アパルトマン、趣味にうるさい芸術家の邸宅に配されていて、その素晴らしさはすでに証明されていると実例を示している。

4.3　ビジネスの拡大

4.3.1　店の拡大政策

春の総合展示会カタログ 1868-2 では、「カシミア売場を拡張して、二つの売場に分け、マランゴ通りの 1 階をまるごとカシミア売場に充てることにしたと皆さまに伝えることで、いかにこの商品に力を入れているかがおわかりになるはずです。」と述べられている (p.8)。

ここでカシミアというのは、ショールを指している。この時代のスカートは大きく広がるスタイルだったため、コートを着ることは現実的ではなく、ショールが必需品となった。それに合わせて、百貨店がショールに大きな売場を充てていたことがわかる。

春の総合展示会カタログ 1869-2 の《喪服の布》(p.12) と《仕立済みのドレス》(p.14)、《身の回り品売場》(p.22) には、そのタイトルの上に「売場の大拡張」と付け加えられている。《仕立済みのドレス》の売場の商品の後には、「5 つのサロンが新しく作られ、これらの商品に割り当てられました。」と説明されている。

翌年には、二つ折りのパンフレット p1870-3 が存在する（図 4-4）。「大拡張　通りごとの売場の要約　56 の売場」とあり、その下に、通り名ごとに細かい字で売場が列挙されている。売場が何階かがわかるようになっており、レジの場所も書かれている。リヴォリ通り側のギャラリーには、地方と外国への発送を行う部署、統括本部、レジと事務所がある。「コートとコンフェクションのサロンは、ギャラリー・マランゴの真ん中のメインゲートです。」という一文から、これが大拡張の目玉だったと推察される。

内側の見開きには、店内の地図がある。それぞれ 1 階と中 2 階の地図となっていて、主要な売場と入り口などが示されている。

裏表紙には、入り口と階段ごとに、どの売場に行けるかが説明されている。

現在でも百貨店や駅ビルなどには、フロア案内の冊子が置かれている。こうしたアイディアはこの時代からあったのである。

GRANDS
MAGASINS DU LOUVRE
Les plus vastes du Monde
AGRANDISSEMENTS CONSIDÉRABLES
RÉSUMÉ DES RAYONS PAR RUE
— 56 RAYONS —

GALERIE St-HONORÉ
Rue Saint-Honoré
(Rez-de-chaussée)
Caisse centrale de Détail.
Gants.
Cravates et Foulards.
Fichus.
Bonneterie.
Parapluies et Ombrelles.
Châles et Percales.
Mousselines.
Jupons de fantaisie.
Corsages.
Fourrures.
Indiennes et Cotonnades.
Jaconas imprimés.
Lingerie.
Dentelles.
Guipures.
Soieries.
Velours.
Paris-Louvre.
Rubans.
Passementeries.
Articles de Paris.
Mercerie.
Maroquinerie.
(6 caisses de détail.)

GALERIE DE MARENGO
Rue de Marengo
(Rez-de-chaussée)
Fantaisie.
Lainages.
Deuil.
Mérinoires.
Toiles blanches.
Manteaux et Confections.
Nota. — Les toilers des Manteaux et Confections ont leur entrée principale en milieu de la galerie MARENGO.

GALERIE DE RIVOLI
Rue de Rivoli
(Rez-de-chaussée)
Draps de lits.
Linge confectionné.
Linge de table.
Couvertures et Couvre-pieds.
Doublures.
Modes.
Coiffures.
Chapeaux Dames et Fillettes.

GALERIE St-HONORÉ
Rue Saint-Honoré
(Entre-sol)
Tapis.
Étoffes pour Ameublements.
Moquettes.
Trousseaux.
Layettes.
Vêtements d'Enfants.
Robes confectionnées.
Peignoirs.
Crinolines.
Corsets.
Ceintures.

GALERIE DE MARENGO
Rue de Marengo
(Entre-sol)
Draperie.
Flanelle de santé.
Châles des Indes.
Châles de Fantaisie.
Châles Français.
Chemises et Caleçons.
Gilets de flanelle.
Robes de chambre.

GALERIE DE RIVOLI
Rue de Rivoli
(Entre-sol)
Expéditions pour les Départements et l'Étranger.
Administration générale des Magasins.
Caisse et Bureaux.

AGRANDISSEMENTS CONSIDÉRABLES
DES GRANDS
MAGASINS DU LOUVRE
OUVERTURE DE DEUX NOUVELLES ENTRÉES
PLANS INDICATEURS

Plan du Rez-de-Chaussée

ENTRÉE I (*Angle des rues Saint-Honoré et Marengo*). — *Cette entrée donne accès à la grande galerie* **Saint-Honoré** *et à gauche à la galerie de* **Marengo**.

La galerie **Saint-Honoré** comprend les Comptoirs de : **Soies, Crevates, Jupons de fantaisie, Bonneterie, Blanc de coton, Fourrures, Indienne et Jaconas imprimés, Lingerie, Dentelles et Soieries, Mercerie et Rubans.**

La galerie **Marengo** comprend les Comptoirs de : **Fantaisies, Lainage, Deuil, Toiles et Mouchoirs.**

NOTA — *Au milieu de cette galerie se trouve l'entrée qui conduit aux salons des* **MANTEAUX** *et* **CONFECTIONS.**

ENTRÉE II (*Angle des rues de Rivoli et Marengo*). — Par cette entrée on se rend aux Comptoirs des : **Toiles, Linges de table, Trousseaux, Couvertures et Doublures** et aux **MANTEAUX** et **CONFECTIONS.**

ENTRÉE III (*Nouvelle entrée rue de Rivoli*). — Cette entrée conduit aux Magasins de **Modes** et **Coiffures** pour **Dames** et **Enfants.**

ENTRÉE IV (*Nouvelle entrée rue Saint-Honoré, en face celle des Bons-Enfants*). — Par cette Entrée on se rend aux Comptoirs de **Rubans — Passementeries — Merceries et Articles de Paris** (6 caisses) — **Soieries** et **Dentelles.**

Plan de l'Entre-sol

L'ESCALIER I. — Conduit à l'Entre-sol aux Comptoirs de **Draperies — Châles des Indes — Châles de fantaisies — Châles français — Chemises** pour **Hommes** ainsi qu'aux bureaux des Expéditions des départements et de l'étranger.

L'ESCALIER II. — Conduit à l'Entre-sol aux Comptoirs de : **Draperie — Tapis** et **Étoffes** pour **Ameublements.**

L'ESCALIER III. — Conduit à l'Entre-sol aux Comptoirs de **Trousseaux** et **Layettes — Vêtements d'Enfants — Peignoirs — Robes confectionnées.**

L'ESCALIER IV. — Conduit à l'Entre-sol aux **Jupons** et **Crinolines — Corsets — Peignoirs — Robes confectionnées.**

L'ESCALIER V. — Conduit aux **Manteaux et Confections** à la Galerie **Marengo** et aux Expéditions des départements et de l'étranger.

図 4-4　1870 年
大拡張　通りごとの売場の要約
56 の売場
left: 表紙　right: 裏表紙
below: 見開き
（Bibliothèque nationale de France）

春の総合展示会カタログ 1870-4 の表紙には、「ルーヴル百貨店の大拡張 5 つの売場の展示　2 つの新しい入り口の開設」と記され、最後の頁には絨毯と家具のアトリエについての情報が、一頁を使って掲載されている。

特別カタログ 1870-7 の表紙には「特別な入り口　サントノレ通り 4 番ゲート」と記され、冬のカタログ 1871-1 の表紙には、「新しい拡張の落成式　5 番ゲートの開設」と記されている。ビジネスが年々拡大して行くのが確認できる。表紙の裏には、店のイラストがあり、その下に入り口の説明がある。

リヴォリ通り　－　マランゴ通りの全て　－　サントノレ通り
入り口Ⅱ　アーケード・リヴォリへ　　入り口Ⅳ　サントノレ通りへ
入り口Ⅲ　　入り口Ⅴ
表玄関　Ⅰ
マランゴ通りとサントノレ通りの角にある

このカタログは、《メリヤス製品売場》（p.36）に「拡張は、当店の評価を高めるために必要不可欠です」と書かれていたり、《男性用シャツの特設売場の大拡張》（p.38）という見出しがあったりする。

同年冬のカタログ 1871-2 の序文には、「特別な 32 の売場が増えると樹液のように循環してお客様に利益を無限に増やすことができます」という表現があり、店を有機体のように説明して、客の関心をそそろうとしていることがわかる。

なお、1871 年のカタログが冬からしか現存しないのは、普仏戦争の影響と考えられる。

翌年の総合カタログ 1872-1 と夏のアルバム f1872-3 の裏表紙は、店のにぎわいを示すイラストの下に店の入り口の案内と、拡張された部門の内容と場所が説明されている。1873-1 の裏表紙は、同じイラストの上に「ルーヴル百貨店の大拡張」と書かれ、イラストの下と説明の下には、通りの名が大きく記されている（図 4-5）。

図 4-5
1873 年のカタログ　裏表紙
（Bibliothèque nationale de France）

大拡張の内容が明らかになるのは、春の新作の総合展示会カタログ 1873-3 である。表紙に「大拡張とリヴォリ通りとサントノレ通りをつなぐ横断ギャラリーの開設」と謳われ、表紙の裏には大拡張についての告知がある。註が二つあり、（1）は「大拡張」についての具体的な情報である。

リヴォリ通りに 14 の店を併設しました。これらの新しい店はサントノレ通りに連絡していて、2 つの道をつなぐ、通り抜けのできる大きなギャラリーです。ルーヴル百貨店の占有面積は 13,700 平方メートルでしたが、別館を含め、総面積が 18,300 平方メートルとなりました。

註（2）は、「世界で一番広い」という記述を裏付けるデータで、ニューヨークにできた新しい店は約 11,000 平方メートルと記されている。

総合カタログ 1874-1 の重要なお知らせには、地方の客に向けたメッセージが加わる。

地方のお客様に、ルーヴル百貨店の重要な方針を示すために、巨大な店の設備の計画を公表致します。これにより、皆様に楽しんで頂けることと思います。

p1870-3 は見開き 2 頁だったが、ここでは 3 頁に渡って店の地図が掲載されている。最初が中 2 階、次が 1 階、最後が地階である。通りや入り口、各売場が詳細に記されている。

オリエントの絨毯と家具用の布のカタログ 1874-4 には、大きな展示会のために、ホテルに協力を仰いだ結果、ルーヴル・ホテルが正面広場の一部を同店のために譲り、そこを絨毯売場にしたことなどが紹介されている。

同年は、百貨店とホテルを含む広い区画の全体が、同店の創業者の所有となった年である。そしてホテル部分も改装して、店の更なる大拡張を行い、4 月 9 日に新たに開店した。冬のアルバム f1877-7 の《コートとコンフェクション》の裏表紙は、「パレ - ロワイヤルのホールの眺め」で、大拡張による店内のにぎわいが描かれている（図 4-6）。イラストの下には「パレ - ロワイヤルの入り口」と表記されている。

付属する施設としては、9 月のチラシ j1866-2 に、いち早くリヨンのほかにルーベーと他の産地（地名は明記されず）に同様の買付事務所を開き、カシミアショールの買い付けのためにインドにも事務所を開設したとある。

夏のアルバム f1881-2 の裏表紙の店のイラストの下には、次の新拡張の説明がある。調査した 20 年の間に、同店は拡大を続けて行った。

4.3.2　増大するアトリエ

店の拡張とともに、アトリエが増え従業員も増加する。

アトリエの紹介の記述の初出は、最初のカタログ 1866-3 の《コンフェクションと部屋着》

図 4-6　1877 年冬のイラストアルバムの分冊
《コートとコンフェクション》
パレ-ロワイヤルの入り口
（Bibliothèque nationale de France）

と《コンフェクショネされたガウンとドレス》の売場のアトリエで、後者ではアトリエがあることによって、いつでもあらゆる価格の商品を揃えられるとアピールしている。

冬の総合展示会カタログ 1868-4 の《仕立て済みのガウンとドレス売場》の説明（p.25）では、「ドレスを完全に仕立てるためのアトリエをさらに拡大させること、短期間に複雑な多くの注文をこなし、完璧な縫製と仕上げの商品を届けること」を告げている。

総合カタログ 1872-1 の《仕立て済みのガウンとドレス売場》の説明文（p.147）には、「特別なアトリエを設けました」とある。1873-1 にも同様の告知がある。そこで作るのは、オーダーでぴったりさせるドレス、舞踏会用衣装、乗馬服だという。舞踏会用のドレスは特に見栄えが求められるし、乗馬服は機能性からフィットが求められた。百貨店が評価を得るためには、専用のアトリエを持ってオーダーメイドにまで力を入れる必要があったのである[7]。

アトリエには、デザイナーが配属された。冬の新作総合展示会カタログ 1872-4 の《コートとコンフェクション売場》（p.17）の説明文には、新作は同店のデザイナーが考え、同店のアトリエでコンフェクショネされたものであると明言している。

冬のカタログ 1867-1 の《男性用シャツ売場》（p.48）では、「この売場は著しい発展を遂げ、裁断とコンフェクションのアトリエを開設することができました。これによって、お客様にリーズナブルで趣味の良いシャツをご提供できます」とある。さらに春の総合展示会カタログ 1869-2 では、価格を最安値にするためにコンフェンクション専用のアトリエを作ったことを紹介している（p.31）。アトリエは特別な職員に指導され、破格な値段で非の

7　百貨店ではないが、既製服業者の中に仕立服も同時に扱うようになる者があるという傾向について、ペローの指摘もある。
フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 5 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.101

打ちどころのない製品を届けられるとアピールしている。この二つのアトリエが同じものか別のものかは不明であるが、アトリエの存在が客の信頼を得る道具になると捉えられていたと考えられる。

1867-1には、毛皮もアトリエで製造されていることが書かれている。冬の新作総合展示会カタログ1872-3の《毛皮売場》（p.27）の注意書には、同店の毛皮が新しいことに加え、どんな毛皮も修理すると謳われている。毛皮は、手入れが難しい商品である。古いと毛が抜けたりするので、こうしたビジネスが喜ばれたと考えられるが、これもアトリエあってのことである。

夏のカタログ1868-3《刺繍のカシミア売場》では、カシミアショールの刺繍を店のアトリエで行っていることが紹介され、それは品質に対する信頼を長く得るためであると説明している。翌夏の1869-3からは、カプション(フード)とバシュリク(スペイン語　頭を覆うショール）専門のアトリエもあったことがわかる（p.25)。夏のカタログ1870-7の《上等なランジェリー売場》（p.58）では、その全てが当店のアトリエでコンフェクショネされていると書かれている。

総合展示会カタログ1869-2では、多くの頁に店の大拡張が謳われるが、《家具用の布売場》（p.33）では、カーテンや木製家具製造を含む絨毯の大きなアトリエを設立し、家具の装飾、カーテンのコンフェクションと取り付けを引き受けることを告げている。3 年後の1872 年最新版1872-1には、家具、壁布、カーテンのコンフェクションのために寝具の工場と絨毯のアトリエを作ったことが告知されている（p.82）。1873-1には、それによって格安の家具を販売する上で、品質と製作についての保証ができると述べられている。

店舗と裏方のアトリエのどちらもが、お互いのために拡大して行く。現在では百貨店は売るためのハコでしかなく、高級ブランド品店や大型電気店、ファストファッション店までテナントに組み込んでいる。それに対して、この時代には多くのアトリエが併設されていたことを考えると、百貨店のビジネスは取引先による既製品というよりは自店のマニュファクチュアによって支えられていたということになる。

ペローが、この時代に「百貨店風」の広がりをもたらした、工業化された商品について、既製品ではなく「完成品[8]」という言葉を選んで説明している。これは、上記のことから考えると正しい選択といえる。

4.3.3　データに見るビジネスの拡大

カタログには、これまでにも見てきたように具体的な数値が頻繁に見られる。以下に、カタログに具体的に取り上げられた数字からビジネスの拡大について分析する。

8　フィリップ・ペローは、「大量生産がその力を最大限に発揮するには、19 世紀末の 30 年間に起こる完成品（原書では、produits finis）の大規模な工業化を待たねばならない。」と指摘している。
ペロー，大矢タカヤス訳，第 5 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.87

4.3.3.1　布について

最初の年の資料 j1863-2 から、手紙の裏には「新しいシルクの布 20,000m」や「アンティーク・モアレタフタ 1,000 枚」などの数字が並んでいる。

9 月 28 日付のチラシ j1866-2 では、このシーズンについて、190 万フランもの商品を買い付けたと述べている。10 月のバーゲンカタログ 1868-4《絹布売場　変わり織の絹物》(p.3) では、リヨンだけでなくスイスのチューリッヒとドイツのクレーフェルトの買付事務所で 2,200 万フラン以上を買い付けたと述べられている。2 年前は、全商品でこの一割弱しかない。急成長の様子がわかる。

枚数のデータを見てみると、総合展示会カタログ 1867-2 には、絹物の取引は 1,500 万枚とある（p.3）。春の総合展示会カタログ 1868-2 の《インドカシミアの売場》（p.8）では、同店のエージェントがインドにあり、14 ケースのショールを買い付けたことを紹介している。

新作展示会カタログ 1873-3 の《新しい布》（p.14）の中に取り上げられている山羊の毛の布は 10,000 枚もあり、ルーベーの商業裁判所に登録されているという。

特別展示会カタログ 1868-1 では、割引率が示されている。ラマのレースは差し押さえで安く現金買いして、通常の 6 割引きで買い手になったとか、シャンティレースを時価より 4 割安い値段で提供するなどと、理由があることを強調している。

夏のカタログ 1869-3 の〈ダマスク風リネンのコーナー〉（p.29）では、「デザインが 600 種類以上あるので、全てを紹介することができません。」と書かれている。

最新版 1872-1 の〈インドのサテン〉（p.82）のところでは、クレトン（未晒しの織物にプリントした生地）[9]、ペルヌ（チンツ）[10]、インドサテン（サテンは朱子織物のこと）[11]の全てのコレクションは 437 ものデザインからなり、良く似た紙にも再生産され、注文があれば紙も送ると書かれている。

同年冬の新作総合展示会カタログ 1872-4 の〈色無地の絹の値段〉（p.10）の説明文には、同店のシルク・ラシャと【パリ - ルーヴル】の品揃えが 100 色以上で、他店では見ることができないと書かれている。次頁には〈【パリ - ルーヴル】の色の階調　「都会の色」〉が 20 色示され、【パリ - ルーヴル】は各色 5-6 トーンの段階があると示されている。延べ 1,000 色以上ということになる。染色技術の進歩によるものと想像されるが、実数ではない可能性もある。

春の新作総合展示会カタログ 1874-3 の《絹の布》（p.2）では、〈黒い絹の大キャンペーン〉として【パリ - ルーヴル】を強く勧めた後に、「63 人の従業員が絹布の販売に配属されています。」という記述がある。それほど販売員が必要なくらいに売れるということを強調

9　大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.306

10　小学館ロベール仏和大辞典編集委員会，小学館ロベール仏和大辞典，小学館，2010 年（1988 年），p.1809

11　大沼，前掲　註 9，p.309

していると考えられる。

現在の通信販売カタログにも、「○○を△△枚用意しました」という売り文句が見られる(図 4-7)。テレビショッピングは、枚数が目の前でどんどん減って行くことで視聴者の心をくすぐる。数字をセールスポイントにするというのは、メディアを使うからこそ可能な「見える化」戦略である。

図 4-7 通販生活　2013 年秋号

ゴビのカシミアストール 3,000 枚（赤線、筆者）

4.3.3.2　服について

最初のカタログ 1866-3 では、コンフェクションと部屋着のアトリエには 500 人もの職人を雇っていると述べている。ランジェリーは、150 人の修道女たちによってつくられているということも書かれている[12]。

総合展示会カタログ 1868-2 には、「フォーラード製の 200 着のドレスが 49 フランから、1,000 着のドレスは一着 13m で 59 フランから」、「サージの 1,000 着のドレスは 1 着につき 10m と 10m25 があり、70 フランから」となっている。値段と限定枚数で客に注文を迫っている。

夏のカタログ 1869-3 の《コートとコンフェクション売場》（p.10）の説明では、具体的に「今シーズンは 40 型以上の商品で構成されています。」と明言されている。冬の新作総合展示会カタログ 1872-3 では、新作が 116 点あると書かれており（p.17）、3 年で 3 倍近くになっている。

ナントのカタログ 1878-1 《仕立済みのスカートとペチコート》の売場（p.18）では、衣装、ドレス、コンフェクションの売場が益々拡大して、今シーズン 300 型以上の新作があるから、その服の雰囲気や裁断に不満が出るはずがないと主張している。

その他、1872-1 の《絨毯売場》（p.83）には、デザインが 516 種類も用意されていると

12　アラン・コルバンは、「若い娘たちの集団が、修道女たちの指導の下で布製品の製造と手入れに携わったのである。寄宿女学校の作業所や…（後略）。」と指摘している。コルバン，小倉孝誠，野村正人，小倉和子訳，第 1 章，時間・欲望・恐怖－歴史と感覚の人類学，藤原書店，1993，p.50（Alain Corbin, Le temps, *le desie et l'horreur,* Aubier, Paris，1991）

いうことが述べられている。1873-1 の〈旅行用品〉（p.77）の中の〈婦人用と旅行用のバッグ〉は、1,200 型もデザインがあるという。

4.4　通信販売

4.4.1　通信販売の開始

百貨店ビジネスの特徴の一つは入店自由[13]、つまり買わずに帰ってもよいということであるが、カタログも見るだけは自由なのだから、通信販売はこれと同様の特徴を持つと言える。定価を提示して販売するという、当時は画期的だった百貨店の売り方も、カタログに明示された価格に通じる。百貨店に所狭しと並べられた商品の数々は品物の豊富さを訴えるが、これもカタログにも言えることである。百貨店の新しい商法は、そのまま通信販売に反映された。

1866 年 2 月 11 日付のチラシ j1866-1 が、通信販売に関する最初の正式な言及となる。以下に、全文を挙げる。

送料　商店の発送人払い
1866 年 2 月 15 日から

この日からルーヴル百貨店は、地方のお客様の荷物について、買い物の送料を頂くことをやめます。

この措置をとる上に、販売価格を大幅に抑えるのには理由があります。発展する地方とルーヴル百貨店との関係は、当店が手に入れた信頼によって、さらに整備された活動によって、説明できます。

加えて、ルーヴル百貨店はこのほど帝国輸送会社と輸送に関する非常に有利な契約を取り交わしました。それは、お客様の特典になるものです。

従って、
1866 年 2 月 15 日から
ルーヴル百貨店は、フランス国内全ての送料を、25 フラン以上の買い物については撤廃することにしました。

パリ、1866 年 2 月 11 日
注意 - ルーヴル百貨店本部に、発送を確実にするための特別な事務所を開設しました。
見本を発送人払いでお送りするのは、以前同様です。
署名　ルーヴル百貨店
1866（手書き）、パリ

13　北山晴一，第 4 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.212

これ以降のカタログの序文の内容も、ほぼこれを踏襲している。さらに、半年後の手紙には、以下のように書かれている。

送料発送人払い
25 フラン以上の全ての注文は、フランス、ベルギー、スイスの全てで送料発送人払いです。国外（原文のまま）に関しては国境まで。
コルシカ、アルジェリア宛の小包は、船積みの港までは郵便料金がかかりません。
この場合、港で追加料金が発生した時は、その領収書があれば当店が急ぎ支払います。

見本の請求と返送
見本の請求には、お望みの布の種類を指定し、支払える限度を示してください。
返送する見本に何か書き込んだりしてはいけません。郵便法により罰金を科せられます。

(注意)　遅れを避けるため、全ての見本と商品の請求には、正確な住所と、最寄りの駅の指示が必要です。

注意 - 全ての商品の詳細なカタログを、請求した全ての方々にお送りします。
パリ、1866 年 9 月 28 日

カタログの意義については、3 章で見たように、夏のカタログ 1870-8 の序文に書かれている。値段や工場などの情報によって、客の買い物の失敗を避けることになる、カタログの価値は売られる全ての商品についての客の不安や疑問に答えるものだということである。最初のカタログ 1866-3 に見られる、価格と素材情報を商品に添えているという記述も、カタログの必要性を示す。
注文を受けたらすぐに発送できるように、新しい部門をつくったこと、申し込んだ客の全てに特別なカタログを送るということも述べられている。
具体的な内容について 1866-3 では、コンフェクションを含む全ての商品の返品を受付ける、着用した後でも構わないと書かれている。
また服の新しい見本の全てについて版画を刷っていて、希望者には送るということが書かれている。夏のカタログ 1869-3 の《コートとコンフェクション売場》(p.10) の説明には、「商品の選択を助けるため、申し込んだお客様に版画を送ります。」とある。実際に同年の『ラ・モード・イリュストレ』誌の付録のルーヴル百貨店のカタログには、商品情報の中に、すでに幾つかのイラストが見られる。
冬のカタログ 1867-1 に、返品はできるが、その場合は送料は発送人払いであることが加えられているのは、それを告知する必要性が認識されたからと考えられる。切手が貼られ

ていない手紙は拒否されるとも、明記されている。

宛先の住所に通りの名が増えたことは店の拡張を示すが、注文する際に住所を書かなくても「パリのルーヴル百貨店　GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, A PARIS（原文のまま)」と書くだけでも着くようになった。また、イギリスとスペインに特約店ができている。このように、一年の間に通信販売の基盤が整備された。

さらに 1873 年になると、冬の総合展示会カタログ 1873-6 の表紙裏のお知らせには、封筒に宛先を書いた見本がつけられている。間違いなく郵送してもらうための工夫である。

オリジナル素材【パリ - ルーヴル】のパンフレット p1870-1 の最後には、注意事項として、「保証に責任の持てない【パリ - ルーヴル】製のドレスは、その全てについて払い戻します」と書かれているが、そのドレスがどういう商品や状況を指すのか具体的な記述はない。いずれにせよ、こうした姿勢自体が、保証になるという側面があると考えられる。この表現は、布の名前を変えながらこれ以降も常に登場する。

家具と寝具の素材のカタログ 1870-9 では、値段から送料を省いてなるべく安くしているので、送料は受取人が負担することになると説明されている。今から 150 年近く前に、家具でさえ外国にまで配送できたことが確認できる。家具のカタログ i1877-1 の「発送に関するノート」(p.2) には、家具ならではの注意事項が並べられている。損害が出た場合についての説明や、ゆっくり運ぶという断りなどは、それ以外のカタログには見られない。

総合カタログ 1874-1 の序文には、発送についての説明が、これまで以上に詳しく述べられるようになる。家具など商品の幅が増えて行くこと、発送先が広がって行くことに対応するものと考えられる。値段が安い分、発送に掛る税金は客に払ってもらわなければならないという弁明が書かれている。

客に対する要望も述べられている。夏のカタログ 1870-8 では、返品は受け付けるけれども、客側で手直しできない場合に行うように勧めている。少しでもロスを減らしたいという本音が表われている。

冬のカタログ 1876-4 の《トゥールニュールとコルセット》はどの頁にも、一番下に、「とても重要なお知らせ」という表現で、間違いや遅れを避けるために指示通りに書くよう客に依頼している。正確なサイズを求めていると考えられる。これは、翌年のカタログにも書かれている。来店せずに買う客との取引に関して、リスクを少しでも回避したいという店の事情と考えられる。

更に、「条件付きの発送」という項目が加わる。ショールやレースに加え、コートとコンフェクション、また絨毯なども、商品を買うという条件付きで、店に来られない客が参照するために商品の見本を送るという。「往復のリスクを負って」とわざわざ書かれている。安い商品では行われず、50 フラン以上の商品に限るとのことである。それだけリスクも高いものと考えられる。大胆なビジネス手法ではあるが、どれほどリスクを負っても何らかのメリットがあったと考えられる。但し、オーダーの商品はこの範囲外だとされている。

ナントのカタログ 1878-1 の《ショールとレース　結婚のお祝い》の注意事項には、客の

比較検討のために、ショールを条件付きで発送するとある。

最初のカタログ 1866-3 では、いろいろな商品の見本を送ることができると紹介されている。見本の送付についてはこれ以後、具体的なアイテムごとに注意書きが見られる。冬の新作総合展示会カタログ 1872-3 の【ラシャ・シクロープ】と改良された【パリ - ルーヴル】についての頁の説明文の終わりの方で、「このカタログに添えられている見本によって、それ（どれほど素晴らしいか）は簡単にわかります。」とある。しばしば布見本が送られていたと推察される。ナントのカタログ 1878-1 の《家具用の布》（p.28）の売場の頁の最後では、客の布選びを容易にするために、布見本を大きくしたことを伝えている。

春の新作総合展示会カタログ 1873-3《絹の布》（p.2）の説明文では、特に地方の客に対して、見本を請求せずに注文を決めないようにと念を押している。だからこそ、地方の客に「布見本の全てを含むコレクションがフランス全土で送料無料になったことをお知らせできることを嬉しく」思うものと考えられる（1873-1 の表紙の裏側の「重要なお知らせ」）。

1878-1 の《新作の布の売場　ルーヴル百貨店の豪華な当店だけの新作》（p.8）で「即座に注文しないように」と注意しているのは、カタログで詳細を正確に伝えることができないからだという。だから見本を注文するようにと喚起し、さらに売場の重要性が高まっていると続ける。このカタログにはナントの催事が告知されているが、地方にも支社を作り催事を行うのは、実際に商品を手に取って見て貰うという目的があると考えられる。それだけ通信販売のリスクが大きいということを表しているとも考えられる。

冬の新作総合展示会カタログ 1871-1 の序文は、「遅れもなくミスもなく、これが管理部のルールです。」という一文で結ばれ、顧客第一の姿勢が示されている。しかし、カタログの中で発送について何頁にも渡って説明しなくてはならないのである。そのこと自体が、この時代の通信販売の不便な事情を示している。それにもかかわらず、通信販売を行うだけのメリットがあったものと考えられる[14]。

4.4.2　通信販売の地域

4.4.1 にその内容を示したように、チラシ j1866-1 には、送料発送人払いで、25 フラン以上の注文は全て、フランス、ベルギー、スイスの全域、国外に関しては国境まで行われ、コルシカ、アルジェリア宛の小包は、船積みの港まで郵便料金がかからないと説明されている。

夏のカタログ 1870-8 では、その範囲は、「フランス帝国（コルシカ島と植民地を除く）、

14　ダヴネルは、「12,000 万フランの取引を超えるルーヴルは、そのうちの 2,000 万フランを地方と、1,000 万フランを海外と行っている。ボン・マルシェは、15,000 フランの販売額のうち 40 万フランを鉄道による発送品で売上げている。サマリテーヌは 36 万フランのうちの 9 万フラン、プランタンは 35 万フランのうちの 14 万フランに達した」としている。
Vicomte G. d'Avenel，*Le Mecanisme de la Vie Moderne*，Librairie Armand Colin et Cie, Paris，1922（1896-1905），pp.61-62

ベルギー王国、オランダ王国、スイス共和国、ロンドン、トリエステと以下のイタリアの都市：ミラノ、フィレンツェ、ボローニャ、アレクサンドリア、ヴェニス、ヴェローナ」となる。「その他は、フランス国境まで」となり、商品代引きである。

イタリアの地名が羅列されていることや、フランスが「帝国」と表記されていることには、この時代のフランスと海外の都市との関係、歴史などが反映されている。

それとともに、郵便事情や鉄道事情の進歩も関わる。スペインとポルトガルは、近い国であるが、上の地域と同じ条件では送れなかった。しかし、すでに国境に取次店があったことがわかる。通信販売の対象地域の広さは、1870 年時点のビジネスの商圏を示す。

鉄道網[15]の拡大が通信販売を広げたのだとしたら、当然ビジネスには広範囲の消費者が想定されていたと考えられる。カタログに広範囲の地名が登場することと呼応する。また第二帝政期の 1855 年と 1867 年、そして 1878 年とパリ万博がほぼ 10 年おきに開かれ、この間戦争が行われていた。カタログの地名からは、国境を自覚しないわけにはいかなくなった普仏戦争を経験していることに加え、織物産業をはじめとするファッション産業が発展し、世界各地との結びつきが強まったことなど、この時代ならではのビジネスの背景が確認できる。

4.5　『ラ・モード・イリュストレ』誌とのコラボレーション

『ラ・モード・イリュストレ』誌が、ルーヴル百貨店のカタログ発行が始まるや否や、別冊の発行という特別な手段を使ってまで、同店の商品カタログや買い物ガイドを発行し、同店のバーゲンの案内にも頁を割いていることは、3.5 で見た通りである。その上、図 3-14、15 からわかるように、少なからずカタログのイラストが同誌に転載されている。1866 年の増刊号の冒頭における『ラ・モード・イリュストレ』誌側の「一店に絞った」というコメントからは、同店との結びつきが考えられる。3.4.1 で見たように、T-ヴィテュは 2 社の関係を「コラボレーション」と表現している。

別冊カタログがつく 1866 年 10 月 6 日号の表紙には、ルーヴル百貨店の商品を着た女性のイラストを囲むように、定期購読者に向けた、この号についての説明がある。まとめると以下のような内容である。

> 増刊号はお得です。予約購読者だけの特典です。皆さんに役立つように、冬の初めにつけました。全て価格のわかる豊富な情報によって、この冬の流行がわかります。最良の情報を提供するために、紹介する店を 1 つに絞りました。ここには、家族全員が必要とするものが家具に至るまで、安い商品から高級な品物まで揃っています。
>
> 万が一これに満足しない読者の方々も、元々予約している号は全て手に入るのですからご満足いただけるでしょう。（下線　筆者）

---

[15] 1870 年までに、フランス国内に鉄道網が張り巡らされた。
木村尚三郎，ラルース　世界歴史地図，ぎょうせい，1991 年，p.120

書いている主体は雑誌側であり、ルーヴル側ではない。1 つに絞った店とは、ルーヴル百貨店である。雑誌への信頼を土台に、読者に同店を積極的にアピールしている。ここまで同店を押す姿勢からは、T-ヴィテュが指摘する通り、両者がメリットを得るシステムの存在した可能性が考えられる。

紹介される商品は、まず「ファッション」である。「半 - 衣装　demi-toilette」が強調されている。カタログで扱われる「一部コンフェクショネされている（詳しくは第 5 章で分析する）」商品が連想される。「これは若い女性に支持されるでしょう」とか、「多くの女性にとって近づきやすい衣服のことです」などと、この「半 - 衣装」を肯定的に説明している。それほど経済力はないものの、流行を求める消費者にアピールしていると考えられる。

買い物ガイド（1874 年 4 月 12 日号）の本文は、「ルーヴル百貨店の買物ガイド」というタイトルから始まり、「ルーヴル美術館のすぐ近くに位置する産業の美術館、人はこれをルーヴル店（grands はない）と呼ぶ」と書かれている。同美術館は 1793 年に開館している。全 8 頁で、通常の号と同じ頁数である。以下のように解説されている。

> たくさんの店が集まっているから、複数形で表さなければなりません。人が押し掛け、年々ビジネスが拡大しています。従業員は千人です。全ての年齢の衣料品、全ての資産家の家具の必需品と嗜好品があります。

4.2.1 で見たとおり、全ての人向けであることを強調していることがわかる。

次に内容を分析する。子供服についてシルヴェイラは、子供服の特別コーナーが創設されるのは 1867 年で、女性服の成功に牽引されたとしている。ファッションプレートを見ると、その傾向が同誌の記事に反映されていることがわかる。同誌における子供服の掲載数は、イラストカタログが創刊した翌年から、下着の頁でも、他の図版でも子供が描かれることが圧倒的に増える。子供の群像も多いが、大人の中に混じって子供が描かれることもある。その上、ファッションプレートは子供服だけとなって行く。同誌の代表的なイラストレーターであるアナイスも、イラストを提供している。

その上、大人の男性の服や家具・室内装飾品などが同誌には掲載されていることから、やはり『ラ・モード・イリュストレ』誌が女性ファッション誌であるだけでなく「家庭の新聞」だということが確認できる。

下着については、大人から子供までの下着類が年に 1 度くらいずつ大きく取り上げられている。これらはカタログのようなレイアウトではあるが値段はなく、通信販売の記事というわけではない。型紙用の図版となっていることが多く、実際に下着を作る読者もあったのだろうが、これも同店をアピールする記事の一つと考えられる。なぜなら人目につかない下着は最も既製品でも構わない衣服であり、消費者が百貨店に求める商品としては、大きな需要があった可能性があるからである。

繰り返すように、同誌の副題は「家庭の新聞」であり、ルーヴル百貨店の商品はそのテ

ーマに沿った形で選ばれている。これらの商品が、ルーヴル百貨店が『ラ・モード・イリュストレ』誌で売りたかったものということである。言い換えれば、ルーヴル百貨店の文字情報のカタログにはありながら、ファッションのイラストカタログに載らない商品が掲載されているのが同誌ということになる。

しかもこの 20 年間、同誌の記事に見られる百貨店はルーヴル百貨店のみである。これは『ラ・モード・イリュストレ』誌が高級ファッション誌[16]で、ルーヴル百貨店が高級百貨店であった[17]こととも関係すると考えられる。例えば、1873 年冬のカタログと 11 月 23 日号の表紙の両方に使われている 2 点のドレス（図 3-14、15）は、825 フラン、775 フランとカタログの中では非常に高価な商品で、2.3.4 で見たようにオートクチュールの価格と変わらない。お互いのイメージアップのために相手を選び合った結果、高価な商品が表紙に選ばれたと考えられる。

4.6　商品の工夫

4.6.1　権利ビジネス

10 月のバーゲンカタログ 1868-4 《新しい布売場》の〈新しい布売場に並べられた衣装のシリーズ〉(p.10) には、「当店の衣装は全て登録されています。」という断り書きがある。

夏のアルバム f1872-3 以降、たびたび裏表紙には、「お知らせ　全ての版画、デザインは内務省に商標登録されており、複製は厳しく禁止されています。」と書かれている。冬のアルバム f1876-4 は、頁ごとにイラストの下に「ルーヴル百貨店が商標登録した版画」と記されている。

夏のカタログ 1869-3 の《クリノリン売場》(p.22) の「ランクロワイヤーブル（風変り）」という商品には、「特許権のある型、ルーヴル百貨店の使用権」という断り書きがある。同店の特許が謳われたのは、資料の中ではこれが初めてである。

冬の総合展示会カタログ 1871-1 の《縁飾りの売場》（p.54-55）では、全ての種類の飾り、フリンジ、縁飾りとジェット（黒い石）、鉤針編みの材料の最新のモデルと最も豪華なデザインの飾りに「独占所有権」があると書かれている。

同シーズンの 1871-2 の《ガウンと仕立済みのドレスの売場》（p.64）の最後には、〈独占商品〉という見出しがある。《手袋売場》(p.71)の犬革の手袋は「ダブルステッチでほころびないルーヴル百貨店が独占所有権を持つ商品」とある。総合カタログ 1874-1 の《ネクタイと肩掛け売場》(p.199) では、〈最新の鼻まで覆うマフラー〉が同店の独占販売の柄だと謳われている。独占所有権のある商品が次々と増えて行く。このように、多くの商品になにがしかの権利があることを様々な形で示していた。1877 年冬から翌年冬にかけてのイラストアルバムの情報欄の中で、素材に同店の独占所有権があることを謳っている商品が

16　北山晴一，第 2 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，p.68

17　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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，pp.468-469

各シーズン 2 点ずつある（表 6-2 参照）。

最新版 1872-1〈装飾用のヴェロア〉（p.184）のコーナーには、この布には同店の商標である唐草にライオンのマーク（図 5 -3 参照）がついていると書かれている。

最初の展示会カタログ 1869-1 の《メリヤス製品売場》(p.14) では、ストッキングに「CG マーク」がついているとアピールしている。これはリブ（ゴムの入った部分）に縞があることで識別でき、そのことは重要な情報だという。

4.6.2　その他の工夫

2 月のバーゲンセールのカタログ 1868-1 では、安くできる理由をこう述べている。「私たちはとても安い値段で莫大な量の布を当店でプリントしました。その量のおかげでデザイン代と版代はほとんど頂かなくなりました。」これは、プリント（印刷）が伴うビジネスには普遍的なことであるが、こうした内情を暴露することが同店の情報戦略と考えられる。

夏のカタログ 1868-3《アンディエンヌ売場》(p.49) では、高級な材料の買付は、最も有利な時に行うことで品質、価格、趣味の全てを満足させられると説明している。

春の総合展示会のカタログ 1869-1 の頁の最後の「意見」の欄には、「最高のデザイナーによって大成功を約束された訪問着を品揃えしています。」と書かれている。先述のように、冬のカタログ 1872-4 の《コートとコンフェクション売場》（p.17）の説明文にも、デザイナーの記述がある。

最新版 1872-1《メリヤス製品売場》（p.153）には、メリヤス製品についての採寸に関する注意事項が見られるようになる。靴下やストッキング(長靴下)は形状が単純ではなく、伸縮性がある。通信販売で客の採寸によってサイズを決めるのが難しかったという事情によるものと考えられる。

この売場で次に紹介されているニット製品は、4 段階の品質に分かれている。1 番が「丈夫なニット」、2 番が「ある程度丈夫なニット」、3 番が「上質のニット」、4 番が「とても上質のニット」で、質が良いか丈夫かという二つの価値基準が示されている。これも、伸縮性がありデリケートなニット製品ならではの問題点を克服する目的と考えられる。ただし、基準が示されているだけで、それに対応した商品が紹介されているわけではない。

扱う商品が広がれば広がるほど、工夫も求められたのである。

イラストカタログでは、スカートとペチコート、アンダースカートに関しては、素材により選択肢があることは 6 章で述べる。同じデザインを多様な値段で買うことができれば、流行を手に入れられる層が広がる[18]。これも工夫の一つである。

18　フィリップ・ペローは、中心となるターゲットの上と下の層も取り込むべく商品の多様化を進めたことを指摘している。
ペロー，大矢タカヤス訳，第 5 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.97

4.7　本章のまとめ

各種印刷メディアを詳細に分析することで、ルーヴル百貨店の方針、ターゲット、セールスポイント、店の拡大の様子、通信販売の整備、その他様々なビジネスの工夫などが具体的に明らかになった。

直接のターゲットは女性であるが、その先には彼女の家族である子供や夫が存在する。最も一般的な人々から富裕な人々までが対象になっていた。そして、地方の客も念頭に置かれていた。

セールスポイントは、一貫している。新作であること、流行品であること、安くて品質が良いこと、豊富な品揃え、返品・交換が利くことである。薄利多売や直接取引、わけあり商品などビジネスのカラクリまでアピールされた。さらに取引された布の枚数や販売できる布の枚数などによってもアピールされた。

店の拡大は、印刷メディアにダイレクトに表れた。パンフレットがつくられたり、カタログの表紙に宣伝されたり、見出しに付け加えられたりした。それによって、入り口や売場が増え、床面積が広がり、同じ建物のホテルまで取り込まれ、地方や海外に事務所まで作られていくことがわかる。アトリエは、ドレス、刺繍、毛皮、男性用シャツなどの服づくり、家具やカーテンの製造などのために開設された。この時代は、百貨店のビジネスは仕入れた既製品ではなく、自店での生産によっていたのである。

通信販売の特徴は、百貨店のビジネス手法をなぞるやり方で行われた。カタログは、その情報によって客の失敗をなくすためのもので、価格と素材情報は欠かせないと考えられていた。リスクを減らすために、見本がやりとりされた。カタログに、直に見てもらう重要性が謳われていることからも、通信販売の限界が認識されていたことがわかる。

ファッション雑誌掲載のルーヴル百貨店の記事には、子供服や下着の記事が多く、同店が雑誌の特徴を分析して、それを生かした販促戦略を行っていたと考えられる。

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、バーゲン告知などからは、店のオリジナリティ、ハイクオリティによって、ブランド力を高める方策が明らかになる。

これまで見てきたビジネスの内容は、インフラや技術の違いを加味すれば、現在の百貨店のビジネスの戦略に比べ、大きく劣るものではない。

こうした店のビジネスの基盤があるからこそ、遠方からの商品の買付けや遠方への通信販売も可能となる。また、それによって更に商売を成功させたいと望むがゆえに、ビジネスの基盤整備が進んだということになる。

以上の分析によって、百貨店の初期ビジネスの基本がどのようなものであったかが、これまでの研究よりも詳細に明らかにされた。5 章、6 章では、これに基づく布ビジネス、女性服ビジネス、布製品ビジネスについて分析する。

5　ルーヴル百貨店の布ビジネス

5.1　本章の目的

本章では、ルーヴル百貨店の初期のファッションビジネスの主要商品である布と、その製造販売について考察する。百貨店の売場構成を見ると、初期のカタログではさまざまな布の売場の中に服が紹介されている。現在の百貨店には布の売場はほとんどないが、布あってこその服である。この時代は布売場が主で、服は従だった。ゾラのノート[1]によれば、同店の絹織物売場の売上が 1,500 万フランなのに対して、コンフェクションは 1,000 万フランという時代である。

5.2 では、ルーヴル百貨店が販売する布の種類や産地・価格について検討する。まず最も多い無地布に注目し、柄物についても検討する。さらに布の生産地や同店が力を入れている布の価格の安さ、イミテーションの布、布のリサイクルについて考察する。

5.3 では、百貨店の布ビジネスの特徴であるオリジナル布について分析する。オリジナル布をどのように販売したかを整理し、オリジナル布の中でも強調される黒いオリジナル布について検討する。そして、ゾラの『ボヌール・デ・ダム百貨店』のオリジナル布との関連について分析する。

5.4 では、カタログに掲載される布を修飾する地名に着目する。特に多い地名、フランス国内の地名、フランス国外の地名に分けて検討する。

布ビジネスについて詳細に分析することによって、現在とは異なる布ビジネスの百貨店における重要性が明らかにされる。このことは、6 章で検討する女性服製造販売法のベースとなるのである。

なお、布は、イラストカタログではイラストの下の説明文の中に登場する。この欄を、１.5 の凡例に示したように「情報欄」と表す。また、資料を引用している部分では、数字や地名など、現在と表記が異なる場合もあるが、原文のままとする。

5.2　布販売の工夫

5.2.1　無地布

2 番目に古い年の資料である j1866-2 のタイトルは、「無地の絹布」である。2 月のバーゲンセールのカタログ 1868-1 では、服飾用ではなく家庭で使用する布類が紹介されている。添付されている 3 枚の布見本のうち 2 枚は、白い布である(図 5-1)。シーツ用の白いラシャは、カタログの最初に 8 万枚用意されていると紹介されている。ラシャは、毛羽のある厚手織物のことである[2]。《綿の白物売場》の最初に紹介されるマダポラムは、16,000 枚用意されていると書かれている。これだけの枚数が用意されているということから推して、大

1　Émile Zola，*Carnets d'Enquêtes. une ethnographie inédite de la France*，éd. Henri Mitterand，Librairie Plon, Paris，1986，p.180

2　大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.328

TOILES ET LINGES DAMASSÉS.

MOUCHOIRS
du Comptoir de Toiles.

TAIES D'OREILLER
du Comptoir de Toiles.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE 1868.

Cinq mille pièces
TOILES DE COTON ÉCRUES.

LINGE CONFECTIONNÉ.

DRAPS DE CRETONNE BLANCHE.

DRAPS DE COTON ÉCRU.

図 5-1

1868 年 2 月 3 日から始まるバーゲンセール

left: ラシャのシーツの見本

right: マダポラムの見本

(Bibliohtèque nationale de France)

量生産された商品だと考えられる[3]。このカタログの説明文にも、量産しているから安いのだと書かれている。布が大量生産品であるということは、6.4.1 で検討する黒い服の普及ということとも関わる。

夏のカタログ 1869-3 の最初の頁に、当店の黒い絹は全てルーヴル百貨店のためだけに特別に作られた「色鮮やかな黒」と呼ばれる特別な黒い布であると書かれている。「この新しい黒は、絹の染色の大いなる進歩を明らかにします。」と続く。

最新版 1872-1 (p.9) では、黒いファイユについて 100cm 幅から 10cm 刻みで 150cm 幅まで「幅広い品揃え」をしている。大量生産ではないマニュファクチュアならではの特徴に加え、黒い布の多様な需要に答えてのことと考えられる。

12 月展示会カタログ 1873-8 の冒頭の手紙の註 (1) は「正確で詳しい情報」というタイトルで、以下のように書かれている。

> 黒い絹布は、1m 4、5、6 フランの 3 種類があります。
> 黒いシルク・ヴェロアは、1m 5、6、8 フランの 3 種類があります。
> 飾り撚糸を経糸にした黒いヴェロアには、最も大きな差があります。

この記述から、黒無地の布の需要の高さがうかがわれる。

チラシ j1870-5 では、コンフェクションのサロンの成果を挙げるために、格安な無地の差別化と魅力を引き出したいと述べている。当事者が大量生産による安い布と服との販売を自覚的に結び付けていることがわかる。

春のアルバム f1875-2 の《一部コンフェクショネされたスカートとドレス》435 番は、ドレスのスカート部分の身頃と裾飾りのために、57cm 幅の布が、18m 用意され、裾飾り用の

---

3 松原建彦，第 1 部 第 1 章，フランス近代絹工業史論，晃洋書房，2003 年，pp.43-122

刺繍された布 4.1m と二つ目のスカートと胴衣のための刺繍された布が 8.4m あるという。現在のワンピースなら、広幅の布でなくとも 3m 以内で作ることができる。それと比べてこれほどの布を使うというのはこの時代の特徴であるが、それも布の大量生産が叶ったからこそ実現される商品といえる。

無地ばかりになってくることに関しては、松原が 19 世紀に「奢侈的織物（すなわち模様織）から安価な織物（すなわち主として無地織、続いて交織織）へという、絹織物のいわゆる『大衆化』（democratization）の現象が着実に進行して」いた、「世紀後半には、内外市場ともに、流行は…中略…単純で安価な純絹の無地織や交織物へと決定的に移行した[4]」と述べている。

最新版 1872-1（p.10）には、〈色無地の絹〉は 100 色以上のニュアンスを揃えていると記されている。これは化学染料が普及した成果と考えられる[5]。どの品質についても、結婚式と舞踏会用の白い布もあるということが述べられており、黒が強調されている半面、全ての色を取り揃えているということもアピールされたことが確認できる。

同じく〈本物のクレープデシン〉（p.12）も、「当店の【パリ-ルーヴル】の全てに合う色調」、〈シチリアの布〉（p.13）は、【パリ - ルーヴル】に合うと説明されている（下線筆者）。飾り紐、ポーランド風のケーブル、ピンタック、ギンプヤーン（縫い目や布端を隠す笹縁糸[6]）、留め紐など縁飾りを、家具と調和するような色のお好みの布で作るという告知もある（p.82）。

春のカタログ 1870-4（p.10）では、色物のヴェロア（パイル織物の一種で、ビロードのこと）[7]は、シルクモアレの色と色調が揃えられていて、衣装や飾りに用いることができると説明されている（下線　筆者）。色合わせに配慮して染色がされていた。

《新作の布売場》（p.11）でも、これらが揃いの衣装の材料に使われると、とても首尾よく行くと書かれている（下線　筆者）。別布使いを考慮して様々な布が売られていたのである。総合カタログ 1874-1 では、無地のシュラー（絹など柔らかな手触りの軽い綾織物）[8]は、ドレスやチュニックにも合わせやすいと書かれている（p.22）。コーディネートから考えても、無地は使いやすかった。

こうした記述やイラストの表現から、布、服、帽子、家具全てにおいてコーディネートに注意が払われていたことがわかる。それが実現可能な時代になったことの証にもなる。

4　松原建彦，第 1 部　第 1 章，フランス近代絹工業史論，晃洋書房，2003 年，p.54, 57

5　1856 年に、最初の合成染料アニリン染料が発明された。
松原は、「人工染料の発見とその普及によって、上質の無地織にありとあらゆる変化を与えることが可能と」なり、「色彩の科学のみがリヨンの技術の名声を保持した」ことを指摘している。
松原，同前，p.57

6　小学館ロベール仏和大辞典編集委員会．小学館ロベール仏和大辞典，小学館，　2010 年（1988 年），p.1418

7　大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.321, 324

8　大沼，同前，p.312

5.2. 2　柄物

5.2.1 で取り上げた布見本付きの 1868-1 の《家具用の布売場のお買い得商品》に紹介されるカシミアのクレトン（図 5-2）は、カタログの最後に「古代ペルシャ風にプリントしました」と説明されている。布見本から、ペルシャ風の唐草模様と大きなペーズリー柄が組み合わされたプリント地ということがわかる。

ペーズリー柄は、ナポレオンのエジプト遠征の土産にもたらされたカシミアショールに端を発し、19 世紀を通して人気のあった柄である[9]。プリント産業は、17 世紀にインドからもたらされたインド更紗に触発されて、18 世紀にフランスのミュールーズなどで起こり、綿紡績とプリントの機械化の進展とともに 19 世紀に発達した[10]。

夏のカタログ 1870-6《新しい布売場》（p.11）では、「未発表の作品だけをお客様にお届けするために、今シーズン、成功間違いなしの品質・柄・価格の布をデザインして制作しました。」と述べられているから、柄もオリジナルということがわかる。

総合カタログ最新版 1873-2 の《インド更紗、ペルカル（軽く密な平織[11]）、モスリン(平織りの柔らかな薄地織物[12])、コトネードとヴィシーのトワル》（p.147）では、変化のあるデザインのプリント地を独占販売していることがアピールされている。

柄物に対しては記述がこれ位しか見られないので、やはり無地が主であるということになるが、商品の多様さを示すために柄物に注意が払われていなかったわけではなかったのである。

12　GRANDS MAGASINS DU LOUVRE 1868.

AFFAIRES EXCEPTIONNELLES DU COMPTOIR
DES
ÉTOFFES POUR MEUBLES
en tissu de Coton.

1,500 pièces PERSES glacées, toutes nouvelles, largeur 80 cent., à . . . . . » 55
500 — PERSES, genre Pompadour, largeur 80 cent., à . . . . . » 75
900 — CRETONNES, style ancien, fond bleu et fond bis, largeur 80 cent., à . . » 95
1,000 — CRETONNES, genre cachemire, larg. 80 cent. (*voir l'échantillon ci-dessous*), à 1 40
500 — CRETONNES, genre cachemire (*ce qui se fait de plus beau*), largeur 80 cent., à . . . . . 1 fr. 95 et 2 25
600 — RAYONS, pour housses, rose et blanc, et bleu et blanc, largeur 80 cent. » 90

Un choix considérable de tissus de fantaisie pour ameublements dans les mêmes conditions de bon marché.

OPÉRATIONS
DE
TAPIS POUR LA CAMPAGNE

250 pièces TAPIS, genre Smyrne, largeur 1m 20, à 2 75
1,000 — MOQUETTE BOUCLÉE, à 3 75
500 — MOQUETTE VELOUTÉE, à 5 75
4,000 — DESCENTES DE LIT, à . . . . . 1 fr. 75 et 2 45
8,000 — DESCENTES DE LIT, haute laine, dessins à fleurs, à . . . 5 fr. 90 et 8 75

SPÉCIMEN DES CRETONNES POUR MEUBLES à 1 fr. 40 le mètre.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE
SPÉCIMEN
DES CRETONNES POUR MEUBLES
à 1 f. 45 le mètre

SPÉCIMEN DES CRETONNES POUR MEUBLES à 2 f. 40 le mètre.

(C'est par erreur que l'étiquette porte 1 fr. 45. C'est 1 fr. 40 qu'il faut lire.)

図 5-2

1868 年 2 月 3 日から始まるバーゲンセール

カシミアのクレトンの見本

（Bibliothèque nationale de France）

9　深井晃子，第 3 章，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年，p.97

10　深沢克己，「ヨーロッパのプリント技術、その起源と発達」，更紗今昔物語－ジャワから世界へ－，国立民族学博物館，千里文化財団，2006 年，pp.70-71

11　深井，原由美子，石上美紀，フランスモード基本用語，大修館，1996 年，p.159

12　大沼，前掲　註 7，p.327

5.2. 3　産地

最初の年の資料 1863-2 に、すでにパリ、スコットランド、リヨンが登場する。

9 月のチラシ 1866-3 には、いち早くリヨンのほかにルーベーと他の産地(明記はされず)に同様の事務所を開き、カシミアショールの買い付けのためにインドにも事務所を開設したとある。

総合カタログ 1874-1 の《新作の布の売場》(p.33) の説明の中では、全ての産地の布が「一覧表にすることができないほど」集められていると書かれている。いろいろな産地の布があるということがアピールポイントだったのである。

『ラ・モード・イリュストレ』誌の買い物ガイド(1874 年 4 月 12 日号)では、絹織物が値上がりする前の 5-6 月にリヨンとチューリッヒの買付事務所で買い付けた絹物とヴェロアに注目してほしいと謳っている。

最初のカタログ 1866-3 の《ショール売場》(p.15) や《メリヤス製品》(p.37) 売場には、商品がパリの第 1 級のマニュファクチュアから届いていることが紹介されている。パリも一大産地であった。

生地見本が付いた夏のカタログ 1868-3《新しい布売場》(p.5) の説明文には、ブラッドフォードとルーベーのマニュファクチュアとある。前者はイングランド北部ウェストヨークシャー州にあり、現在も繊維産業が盛んな土地である。後者は、フランス北部のオランダ国境の町である。この一帯は、古くから繊維産業が盛んだった。1868-3《ラシャ売場》(p.48) では、英仏の優秀な工場で作られた製品であることがアピールされている。

最大の絹織物産地リヨンについては、織物業者の名前もカタログに登場する。早くも 1863-2 に「ボネ氏」の名前が出ている C.-J.ボネ社は、チラシ j1866-2 では品質保証の理由とされている。同社はルーヴル百貨店のオリジナル布の製造者として、総合展示会カタログ 1867-2 以降カタログに継続的に名前が登場する。また他の織物商の名も、大きく取り上げられている。総合展示会カタログ 1869-1 に登場するリヨンのポンソン商会は、無地のモアレ 800 枚を通常 18 フランのところ、12.75 フランで売るという。12 月の展示会カタログ 1874-5 には、「ポンソン商会の最高級のファイユ」が取り上げられている。

ナントのカタログ 1878-1 の〈カシミアの家具用の布〉では、ディヴリーという会社の名前が太字で強調され、消費者が求めている品質の全てを要約するものだと謳っている。

産地に加え、織物商の名前も信用を高める要素として必要とされたのである。

カタログでは、布の出自が価値を持った。地名については、改めて 5.4 で分析する。

5.2. 4　安さという価値

冬の総合展示会カタログ 1873-6《新しい布》(p.11) の 1m0.95 フランのサージの下に、その本当の価値は 1m1.95 フランだと書かれている。半値以下ということになる。「本当の価値は」という表現は、他にも見られる。

5.2.3 でも分析した同年 12 月の展示会カタログ 1873-8 には、冒頭に手紙がある。内容は、

以下の通りである。

12 月 1 日　パリ
奥様

当店は、絹物とヴェロアのバーゲンをお伝えできることを光栄に思います。
これらの商品は、リヨンにある当店の買い付け会社で取り扱われています。
バーゲンは、12 月 8 日〈月曜〉に始まります。
当店の全ての売場におきまして、「新年用」に入荷したばかりの商品を、コンフェクションされた膨大な数の小間物とともに、例外的なお値打ち価格で大売出しいたします。
ご注目いただきたく同封いたしました生地見本を手に取っていただければ、今回のバーゲンがこの上なくお値打ちであると納得して下さるものと存じます。

敬具

ルーヴル百貨店の支配人

これでも、まだ宣伝が足りないと考えたのか、手紙の下には、以下のような註も付いている。

（1）正確で詳しい情報
当店は、冬の商品をかつてこれほど多くこの時期に販売したことがありません。
それほどのバーゲンですから、通常のバーゲンよりも大幅に値引きしています。
最も注目すべきバーゲンの品揃えの豊富さをご覧になって下さい。

いかにも大袈裟な宣伝文句である。本文では様々な布を紹介し、「この絹とヴェロアを使って、最もお安い値段で衣装一式とスカートのシリーズを作ることができます。いつもの値段なら 450 フランや 325 フランになってしまいます。」と具体的にどれほど得かを示している。この時代のドレスは布を大量に使うから、メーター当たりの割引が大きければ結果的に出来上がる服の値段は大きく変わってしまう。
ナントのカタログ 1878-1 の〈慈善事業用の特別な商品〉（p.7）は、一覧にして紹介できないと書かれている。なぜなら、この商品は「今日はあっても明日にはなくなってしまうからです。」というから、通常以上のお買い得品ばかりと考えられる。実際に「1m につき 25 サンチームから丈夫な布を見つけることができると断言できます。」、「本当にお買い得になっているということを断言できます。」と念を押している。カタログの布の通常の値段と比べれば、この価格がいかに破格かはよくわかる[13]。

[13]　例えば、同じカタログの中で比べても、絹物売場に紹介されているカシミア・ルーヴ

5.2. 5　イミテーション

総合カタログ 1874-1 の《レース売場》（p.52-61）には、6 頁に渡りレースが図版によって紹介されている。ここには高級なレースと並んで、「イミテーション」がたくさん紹介されている。《上等なランジェリー売場》（p.63）の〈ヴェール〉のタイトルの下にも「イミテーション、全て新作」と書かれている。既製品が増えるとともに、複製品も作られて大衆化を促したと考えられる。ペローは、「独創的あるいは高価なためにわずかしか存在しない本物を大量に複製で生産することであるが、これは既製品産業の発生と百貨店の流通組織をもって初めて実現したものである」と指摘し、「模造金、電気メッキ、真綿、人造皮革などは全てこの時代に出現した技術」であるという。それは「その記号としての価値をずっと安価に獲得しようとするものである[14]」と述べ、コンフェクションにもこの価値観が当てはまると説明した。

百貨店は、イミテーションによってより多くの人々にパールや毛皮などをまとうことを可能にさせた。それは、高いものから安いものまで並べて客に選ばせるという百貨店ならではの販売方法の中で実現されたのである。実際に、同店のカタログの巻末にはメッキ製品の雑貨が紹介されていることがある。

5.2. 6　リサイクル

冬の総合展示会カタログ 1871-1 の〈インドのサテン〉（p.82）では、インドのサテンがシルク・ブロケードのランパに再生されると書かれ、さらにクレトン、ペルヌ、インドサテンも良く似た紙に再生産され、注文があれば紙も送るという。紙についての仔細は不明である。

1874-1 《トワル売場》の〈シャツ用の白いトワル〉のコーナー（p.66）には、この布が亜麻 100%で手織りである上に「漂白されている」と書かれている。漂白ということに関しては、早いものでは総合展示会カタログ 1868-2（p.9）において、漂白してもレースが痛むことなく真っ白になっていることが強調されている。真っ白いということに価値があればこそ、漂白も注目されると考えられる[15]。

冬のカタログ 1871-2 の《男性用シャツ売場》(p.55)には、「コンフェクションのシャツは当店で漂白されます」、「クリーニングは 50 サンチーム余計にかかります」と説明がある。ここでは漂白と洗濯との両方に触れられている。いかに白さが求められたかがわかる。

ルは 1m につき、本当は 8.75 フランのところ、6.9 フランとなっている。無地の絹は、3.90～9.75 フランである。

14　フィリップ・ペロー，第 5 章，大矢タカヤス訳，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差異構造，文化出版局，1985 年，pp.104-105

15　漂白について、アラン・コルバンが塩素漂白の発明と白物の洗濯との関連について指摘している。
コルバン，小倉孝誠，野村正人，小倉和子訳，第 1 章，時間・欲望・恐怖－歴史と感覚の人類学，藤原書店，1993 年，p.42

1874-1《上質な白物売場》（p.180）には、「15m を 5 日間での染色引き受けます。」と書かれている。白物がありがたがられた一方で、白以外に染めたいという要望もあったということがわかる。黄ばんだら染め替えて、リユースしたと考えられる。

春の新作総合展示会カタログ 1873-3 に、新しく取り上げられた《ルーヴル百貨店の輸入品》（p.10）の〈インドの布〉の中には、「酢酸シルク」が紹介されている。これは 100%シルクで、洗濯可能だと説明されている。シルクにもかかわらず洗濯できるということが魅力だったのである[16]。翌年の同じカタログでは、酢酸シルクとともに中国のポンジーも洗濯可能と紹介されている。

ナントのカタログ 1878-1 の《綿の新作などの布》(p.19)の〈新しい布〉は、「洗濯が保証されている」と断り書きがある。綿であるから洗濯は当たり前のようにも思われるが、染織方法によっては問題も起こる可能性がある。何より「洗濯可能」ということが客に対するアピールになるということであり、洗濯方法が発達途上だったことの証となる。

3.4.1 で見たように、総合カタログ 1875-1 には、洗濯方法が詳しく紹介されている。こうした情報が客に評価されると考えられたのである。

5.3　オリジナル布

5. 3.1　オリジナル布の商法

松原は、ルーヴル百貨店には、【パリ - ルーヴル】、【ソレイユ】、【ラシャ・シクロープ】、【カシュミール・ドール】の 4 素材があったとするが[17]、カタログにはほかにも【ルーヴル・キュイール】、【カシュミール・ルーヴル】が紹介されている。ソレイユは太陽のこと、シクロープとはギリシア神話に登場する一つ目の巨人キュプロクスのこと、カシュミールはカシミアであるが、ここでは発音のままとした。ドールは金のことである。キュイールは、なめし皮などの意味もあるが、cuir de laine（cuir-laine とも表記する）で綾織りラシャ[18]のことなので、ここではオリジナルのラシャ布だと考えられる。【キュイール - ルーヴル】は、Louvre-cuir と Cuir-Louvre と二つの表記がある。

調査したカタログの中で最も早く登場するオリジナル素材は、【ラシャ・シクロープ】である。総合展示会カタログ 1868-4（p.7）に、以下のように宣伝されている。

> ルーヴル百貨店は、品質を保証する特別な布である C.J.-ボネ社の【ラシャ・シクロープ】のヨーロッパで唯一の販売店です。
>
> 【ラシャ・シクロープ】は、セヴェンヌのとても美しい絹で作られた、とてもリッチ

16　コルバンは、洗濯が徐々に外注から家庭での作業に移って行くかを指摘している。コルバン，同前，　pp.43-49

17　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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，　p.495

18　小学館ロベール仏和大辞典編集委員会，小学館ロベール仏和大辞典，小学館，2010 年（1988 年），p.636

な黒い絹布の最良のものです。

C.J.-ボネ氏は、極上の製法によって織られていることを保証できる、とても素晴らしい布を提供したいと願っています。

特別な商標ということは、布の両端の白い耳に記された「C.J.-ボネのラシャ・シクロープ」という文字でわかります。

私たちの所有権を示すこの名前と布の耳は、どんなコピー商品からも区別するために、リヨン商事裁判所に商標登録されています。

記述の中のセヴェンヌは、フランスの中央山地南東部の山岳地帯の地名である。厳密には、C.J.-ボネ社のオリジナル布ということかと考えられるが、「私たちの所有権」という表現があることから、松原の研究に準じて、これもオリジナル布の１つとする。

最新版 1872-1 でも【ラシャ・シクロープ】について説明が繰り返され、「ルーヴル百貨店は、クロード・ジョゼフ・ボネの【ラシャ・シクロープ】の見事な布の、ヨーロッパで唯一の保有者です。」と再び書かれているが、この２行は冬のカタログ 1872-4 以降はカタログの各頁の下端の同じところに、ページ毎に印刷されるようになる。

夏のアルバム f1873-5 などには、上記の説明の後に、布の経糸の数と織り方により 14 種類もの【ラシャ・シクロープ】の価格が示されている。機械による工業生産が当たり前の現在、ひとつの布が複数の布幅で織られるということは見られない。前述のように、いまだマニュファクチュアの時代だからできることと考えられる。

次に登場するのは、【パリ - ルーヴル】である。パリとルーヴルが結びついたアピール度の高い命名である。名前の中に、素材名はない。同店の名は、「ルーヴル美術館のすぐ近くに位置する産業の美術館、人はこれをルーヴル店と呼ぶ」と『ラ・モード・イリュストレ』誌で紹介されたような特別な名前である。この店名と、首都名であり、同店の所在地であるパリとを結びつけることで、消費者の購買意欲を誘ったと考えられる。

1870 年に発行された、これを紹介するための二つ折りのパンフレット p1870-1 が現存しており（図 5-3)、表紙には、「パリ - ルーヴル　シルク・ラシャ　使用権」と記され、次のように書かれている。

【パリ - ルーヴル】は、最も豪華で最も良質な

無地の絹布　どんな布も比較になりません。

重要なお知らせ：　ルーヴル百貨店の本部は、ご婦人方に、【パリ - ルーヴル】を有名なほかの布と間違わないように、タイトルと名前を取り違えないように、布の耳を間違えないように、お願いいたします。

ルーヴル百貨店はこの素晴らしい布の唯一の所有者です。

この商品は、製造法と無地の絹の染色法において最も偉大な進歩の結果として生まれたもの以外の何物でもありません。

【パリ - ルーヴル】の目印は、以下のようなものです；
布端の金と白の耳と、反対側の端の赤紫と白の耳
どの布にも両方の織端にタイトルが織り込まれています。
【パリ - ルーヴル】
シルク・ラシャ　使用権
ルーヴル百貨店のために特別に織られた
この素晴らしい布の耳には、工場のマークが織り込まれ、それは、偽物と間違われないように、リヨン商事裁判所に登録されています。

布見本は、左右の頁の上に、「【パリ - ルーヴル】　黒と全ての色　使用権の保証された品質」と書かれ、見本のそれぞれの上端に「全く前例のないお買い得品」、その下に「布幅 63cm」と記され、さらにそれぞれの 1m あたりの価格が続く。
見本の下端には耳があり、3 点は金と白、1 点は赤紫色と白である。
一番下には、頁を渡るように「【パリ - ルーヴル】の見本の下を見てください。2 つの見事な商品を含む、明るいニュアンスとくすんだニュアンスの色の取り揃えがあります。」と書かれている。見本をめくるとその下に、展開されている色名が連ねられている。

図 5-3　1870 年　パリ・ルーヴル　春のシーズン
left: 表紙　right: 見開き
生地見本の下の 2 色の部分が耳
below: 裏表紙
(Bibliothèque nationale de France)

折れ目のところには店名がある。

パンフレットの内容について、これまでと重複しない部分を抽出してみる。この布は、「セヴェンヌの最も美しい布とともに製造」され、どの品質でも 1m につき 5〜6 フランは安く提供しているとアピールしている。また、ほかの布と比較すれば、その「比類のない美しさとニュアンスに膝まずくことになるでしょう。」と強い語調で続けている。

これ以降の同社のカタログには、毎回のように【パリ - ルーヴル】が大々的に登場する。

同年春のカタログ 1870-4 でも、【パリ - ルーヴル】が繰り返しアピールされている。これまで同様に、いかに格安かを謳い、客に判断を委ねている。「【パリ - ルーヴル】の成功を明らかにします」、「素晴らしい布を大量に作れるようになったので、地方や外国のお客様の注文にも全て応じることができます。」と書かれている。

さらに黒いシルクの需要が増大していることに触れ、それを賄うための商品として【ラシャ・シクロープ】を紹介している。

どちらもラシャなので、この時代を通じてラシャの需要が非常に多かったことがわかる[19]。ラシャは密に織られたウールの生地であり、まだ大量生産をするための工業用ミシンなどがない時代に、縫いやすい布として重宝されたと考えられる。現在では、ラシャが服地に使われることはほとんどない。

総合カタログ 1872-1(p.10)には、〈改良された【パリ - ルーヴル】〉が紹介される。改良についての詳しい説明は、冬の新作の総合展示会カタログ 1872-4 に掲載されている。

冬の総合展示会カタログ 1871-1（p.4）の《絹布売場》に、同店が独占所有権を持つ「新しい布」として三番目に登場するのが【ル・ソレイユ】である。【ル・ソレイユ】はベタベタしない布で、その黒が素晴らしいことを示すために、【ル・ソレイユ】製のドレスや衣装を喜んでつくると述べられている。さらに、「お客様の関心を添付の【ル・ソレイユ】の見本に向けたい」とある。現存はしないが、パンフレット p1870-1 のようなものを添付していたのではないかと考えられる。

また頁の最後には、【パリ - ルーヴル】同様に、保証通りと考えられない【ル・ソレイユ】製のドレスの全ての払い戻しに応じると書かれている。

冬の新作総合展示会カタログ 1872-4 の《絹布売場》（p.7）では、製造工程に問題があるグログラン（厚地の畝織物）[20]の取り扱いをやめて、使用権と独占所有権のある C.J.-ボネの【ラシャ・シクロープ】と改良された【パリ - ルーヴル】を取り扱うことにしたと書

---

19 『ボヌール・デ・ダム百貨店』第 1 章に、同店に潰される布地店の店主に、「奴が扱うのは今のところ婦人用のラシャだけだ。…よりによって真正面に、ラシャの売り場なんぞ設置した。…必ずやつはそこに一番素敵な既製服を並べ立てる。それもラシャの反物でまわりを囲って…」と言わせている。百貨店とラシャと婦人服との結びつきがわかる。
エミール・ゾラ，伊藤桂子訳，第 1 章，ボヌール・デ・ダム百貨店，論創社，2002 年，pp.31-32

20 大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.307

かれている。特に【ラシャ・シクロープ】は 1m17 フランのところを 11.75 フランで販売するという。3 割引きの価格である。次頁も、【ラシャ・シクロープ】と改良された【パリ‐ルーヴル】に割かれている。

但し書きは、

お知らせ

ルーヴル百貨店の事務所は、ご婦人方に、保証された内容に見合わない全ての【ラシャ・シクロープ】と【パリ‐ルーヴル】製ドレスについて、払い戻しに応じます。

と、2 種類をまとめた内容になった。複数のオリジナル素材を用意した上、高品質の素材でできたドレスまで返品も受付けたのである。このようにオリジナル布が出揃うと、それと並列にアピールするようになる。何種類もオリジナル布があれば、それだけ客に関心を持ってもらうことができる。

春の新作総合展示会カタログ 1874-3 (p.3) には、【カシュミール・ドール】が登場する。非常に大きな活字で「とても大きな (très-grands)」「キャンペーン(occasion)」と宣伝されていて、いかにも一大キャンペーンという雰囲気が伝わってくる(図 5-4)。そのキャンペーンとは 1m16 フランの布を 9.75 フランで安売りするというもので、4 割引きとなる。

頁の下の方には「【カシュミール・ドール】で、190 フランの素敵なペチコートのシリーズをコンフェクショネしました。」と書かれている。客にとって、布で買って作るよりも買った方がよいと思える値段になっているものと考えられる。

文化学園大学図書館所蔵の 3 冊のイラストアルバムを調べてみると、オリジナル素材【パリ‐ルーヴル】は、冬の f1875-4 で 7 点、冬の f1876-4 で 4 点使用されており、【カシュミール・ドール】は冬の f1876-4 で 3 点、【ラシャ・シクロープ】は、冬の f1873-7 で 1 点、f1875-4 で 3 点使用されている。これらの中には、一つの商品につき二種類のオリジナル素

図 5-4

1874 年春の新作総合展示会カタログ

right:カシュミール・ドール

(Bibliothèque nationale de France)

材によって、異なる価格を提示したものもある（図 5-5）。

《コンフェクショネされた衣装とガウン》では、65 点中【パリ - ルーヴル】の使用が 9 点、【カシュミール・ドール】の使用が 10 点、そのうち、両方が選択肢になっているのが 5 点で、別の 1 点は【パリ - ルーヴル　エクストラ】と【カシュミール・ドール】との選択になっている。

《仕立て済みのスカートとペチコート》は 48 点中、【パリ - ルーヴル】の使用が 7 点、【パリ - ルーヴル　スペシャル】が 5 点で、【カシュミール・ドール】が 7 点である。同様にこのうち、【パリ - ルーヴル】と【カシュミール・ドール】からの選択が 5 点、スペシャルとの選択が 2 点である。

ナントのカタログ 1878-1 では【カシミア・ルーヴル】が大きく取り上げられていて、店のデビューに伴わせたと説明されている。他のカタログでは見られないが、店名がついていることからこれもオリジナル布と考えられる。

【ルーヴル・キュイール】は、1878 年夏以降のイラストアルバムに見られる。この年から文字情報のカタログがないので、布についての説明は確認できない。

オリジナル布を使用した商品は、1881-2 年発行のイラストカタログには全く見られない。

図 5-5　1975 年冬のイラストアルバム

《一部コンフェクショネされたスカートとペチコート》

fig430, 431

fig. 431 のスカートはパリ・ルーヴル製 195 フラン、

キュプクロス・ラシャ製 390 フラン

（Bibliothèque nationale de France）

5.3.2　オリジナル布の黒の需要

【パリ - ルーヴル】のパンフレット p1870-1 で、黒いシルクの需要の増大を賄うため【ラシャ・シクロープ】を紹介したことに触れたが、オリジナル布は黒が中心に売られた。

総合展示会カタログ 1870-4 の 4～ 9 頁では、【パリ - ルーヴル】が再度紹介され、複数回 5-6 フラン安いと繰り返されている。これまでにも似たような表現があったが、製法と黒い絹の染色法の大きな進歩によると説明されている。そして、添付された見本を他の黒い布と比べるように求めている。これは、p1870-1 を指していると考えられる。

冬の f1875-4 では、2 点目のウェディングドレスの後に、オリジナル素材が 3 種類まとめて紹介されている。【ラシャ・シクロープ】は 10 種類、【パリ - ルーヴル】と【カシュミール・ドール】が 7 種類ずつ紹介され、3 種類全ての布の耳の特徴も示され、「ルーヴル百貨店は、3 種類の最高級の黒い絹の商標をヨーロッパで独占的に保有しています。」と断り書きがある。

総合カタログ 1874-1 の《絹布売場》には、同じく【ラシャ・シクロープ】、【カシュミール・ドール】、【パリ - ルーヴル】が並べられている。下に「黒い絹布の時価」と書かれ、オリジナル布ではない 4 種類の絹布が紹介される（p.17）。また別に【パリ - ルーヴル】について、「使用権のある黒い絹布」と副題がつき、その素晴らしさについて言及されている（p.19）。

先述のように、19 世紀後半は合成染料・化学染料が発明され、発色が良くなり、これまで染められなかった色も容易に染められるようになった時代である。黒も深く染められるようになった。

最新版 1872-1 の《絹布売場》には、二頁に渡り〈黒い絹布の時価〉という見出しがあり、それぞれに【パリ - ルーヴル】と【ラシャ・シクロープ】が紹介されている。ここには〈クロード・ジョセフ・ボネの黒いタフタ〉も紹介される。黄色い在来種の繭が原料で、ジュジュリュー（ローヌ=アルプ地域圏）にあるボネ社のマニュファクチュアで撚糸されていると説明されている。ここまで詳しい情報が掲載されているのも、黒い絹の差別化のためと考えられる。

冬の新作総合展示会カタログ 1872-4 の《絹布売場》（p.7）にも、【パリ - ルーヴル】と【ラシャ・シクロープ】が紹介されている。この売場の説明文には、「ご婦人方用の衣装に大きな役割を演じる黒い絹布」という表現がある。

これほど黒布が注目されていたのだから、服も実際に黒服が多かったと想像される。合理的に黒い布ばかりが生産され、そればかりが着られたのである。黒のオリジナル布が大変人気だったことについては、松原がルーヴル百貨店の事例以外にプランタン百貨店の「マリー=ブランシュ」という布について詳しく紹介している[21]。

こうした競争の中で、ルーヴル百貨店はただオリジナル布を売っていたわけではない。冬のカタログ 1871-2（p.4）では、【ル・ソレイユ】が大きく取り上げられ、「丈夫さについてたくさんのテストを行った」結果「最も耐久性のある黒い絹布」として「保証をお約束します」とより強調している。冬の新作総合展示会カタログ 1872-4 の《絹布売場》（p.7）では、黒い絹布の生産の大改良を行ったことが紹介されている。商品は、常に改良を加えられていたのである。

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」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年， pp.493-494

5.3.3　ゾラ著『ボヌール・デ・ダム百貨店』に登場するオリジナル布

ゾラの『ボヌール・デ・ダム百貨店』には、この架空の百貨店のオリジナル布「パリ - ボヌール」と「キュイール・ドール」が登場する[22]。これに関連して、序章で論じたゾラのノートの中に、ルーヴル百貨店の「カタログの要約」がメモされている[23]。

まず「ルーヴル - 絹物」とし、「店の特別な黒の絹 2 種類。独占販売。シルク・グログラン」、次に「パリ - ボヌール、青と金の耳、5.60～10.50 フラン」、「キュイール・ドール、薄く輝く布、7.40 と 15.90 フラン。赤と黄の耳」…（以下、略　下線　筆者）と続く。

ルーヴル百貨店のカタログの要約であれば、そのオリジナル素材である【パリ - ルーヴル】とメモするはずであるが、ゾラは「パリ - ボヌール」と書いている。カタログを写しながら、これを小説に応用しようと思いつき、店名を入れ替えてメモしたと考えられる。

そうであれば、『ボヌール・デ・ダム百貨店』のキュイール・ドールは、同じようにルーヴル百貨店の【カシュミール・ドール】と【キュイール・ルーヴル】を組み合わせたと考えることができる。

ラシャについてのメモの中でも、「特別なラシャ、ボヌール用」とか、「最高のボヌールは、ご婦人のラシャ用に限定される。」などと書かれている。「ボヌール」は「幸福」という意味である。「幸福」とすると、この文脈に使われる整合性が取れない。しかも「ボヌール」の頭文字が大文字になっているので、固有名詞としてメモされていると考えられる。ゾラは、架空の百貨店の名前にすることにした「ボヌール」を、布の名前に使う目的でメモしたと考えられる。

これまでの認識以上に、ゾラがルーヴル百貨店にインスピレーションを得ていたことが明らかになった。ゾラは、オリジナル商品というプライベートブランド・ビジネスについて、新しい商法として強い関心を抱いたと考えられる。

5.4　布販売と地名

5.2.3 で産地について見たが、情報欄では素材や装飾などについて、「インドのカシミア」のように地名で修飾していることが多い。情報欄に出てくる固有名詞のほとんどは、地名である。頻度が高いのは、何かしらの素材の産地として有名な場合である。フランス国内の地名がもちろん多いが、海外の国名や地域名も広範囲に及ぶ（表 5-1、図 5-6）。

素材の産地について地名で説明されるのは当然であるが、中には少なからぬ素材を修飾し、その登場回数が特に多い地名がある。頻出する地名から一度きりの地名まで、当たり前と片づけるには余りに多くの地名が登場する。

例えば総合カタログ 1872-1 の《ラシャ売場》（p.32）では、同店の布がフランス、イギ

22　エミール・ゾラ，伊藤桂子訳，ボヌール・デ・ダム百貨店，論創社，2002 年，pp.48-50, 100-102, 133-136, 253-257。
訳者あとがき（p.565）に、ゾラの調査について説明されている。

23　Émile Zola，*Carnets d'enquêtes une ethnographie inedited de la France*，Librairie Plon，1986，p.197

表5-1 情報欄に見られる修飾語

修飾語	修飾する対象	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
Alençon	point										11				
	dentelle											1	7		
	dentelle imitation										2				
Alger(algérien)	bourdure											1			
	crépon										2	4	2		
	rayues												1		
Alsac (e)	cretonne								4		10				
	forlard										2		1	2	
	percale						14		8		5		1	1	2
alsac, France, Lorraine	souvenir	1													
	parure	1													
amazone	drap										2	2			1
	rond										1			1	
anglais	broderie														3
	cheviotte											3	2		2
	col											3			3
	crépe											4		1	6
	dentelle											1			1
	drap							4	6	2	6				
	forme							1							
	genre										2	2		1	
	mohair	4											4		
	moire								2	4		3			
	paille						4		11		15		21	14	2
	piqué												1		
	point									1	1		3	2	
	serge										4	4	1	1	2
	surah						1	1	2	1	12	11			
	tartan											1			
	tissu											3	2	1	
	tricot											2	1		
	twill										1	1			
	valenciennes						8			12	2	1			1
	velours							10		2		2			
Angleterre	point											1	2	1	
Asie	toile						6		7		25		12	2	
	velours			1	22	9									2
australienne	fourure														
Auvergne	dentelle										1				
azulèn	bleu	1													
Barcelone	dentelle						5								
basque											1				
	à la													1	
	zéphyr						1								
bayadère	volant	7													
bengaline							4								5
Brabant	point								2	2					
brandebourgs	ornée														1
Brésil	castor											1			3
Bruges	dentelle									7	2			1	
Bretagne	dentelle									2	2				
Breton(bretonne)	corsage genie						2								
	costume						2								1
	dentelle									2	7				5
bretons ou bretonnes							1								
Broussah												1			1
Bruges	dentelle									7	2	1	3		
Burano	point											1			
Canada	castor									1		5			
Chantilly	dentelle	4				1							4	1	
	genre						1					1	1	1	

修飾語	修飾する対象	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
China														1	
Chine	crêpe	6				2	11	10	10	10	2	1	1	1	
	crêpon											1			
	lainage							1							
	mousseline											1			
	pongée						14	16	22	17	2		1	1	
	satin										2	4	4	3	
chiné													1		
	drap												1		
	tissu											1			
Cluny	dentelle						3			1					
	entre-deux						4								
craponne	dentelle											1			
directoire	chapeau										1				
dolman										1					
	forme										1				
duchesse	dentelle					2	4	1	1				2		2
	forme					9				1	1				3
	suran extra													1	
écossaise										5		4			
	borderie												1		
	bordure											1	1		
	cashemir											2	1		1
	crêpon													1	
	forme											1			
	genre							1							
	neigeuse							1							
	ruban											1			2
	soie													1	4
	surah											1			1
	tartan							1		5		10			
	tissu									11		14		1	1
	veste											1			
espagnole											2				
	blonde									1			2		6
	dentelle										3	5	27	29	14
	tulle												4		1
Flandre							2								3
	point									2	2	1			1
florentin	crêpe										6		13		
français	cachemire							2					3	3	13
	moire													1	
France	bleu											5			5
	loutre											1			
Heracule	galon										1				
hindou	cachemire								15	9	36	18	31	34	10
	tissu										2	1			
himalaya					1										
incroyable													1		
	col											2			
Inde	castor					14		6		16		15			
	cachemir						30	23	42	31	26	28	28	22	
	corah											1			
	crépon										7				1
	drap							1							
	mousseline							1	1	2	1		2		
	niphon												1	1	
	toile										19	1			
	vigogne							1		1					
indien	crépon												1	1	
	satin												3		
	surah												5		1
Indiana											1		6	1	
	barège								5						
	crépon										2		5	1	
	tissu								1						
Irland	crochet												1		
	guipure												4	2	2
	point													1	
	popeline	1													
irlandaise	guipure										1				

修飾語	修飾する対象	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
Itali(e)	paille						7		2		7		16	5	
italienne													1		
japonais	bandes										1				
	cretonne										1				
	impression										1				
	dessin										3				
	tissu												1		
kalouga	doublé							1				1			
	nappes							1							
kaméhaméha									1						
Languedoc	dentelle										13	1			1
	point										2				
Lavallière														1	
Louis XIII	style						1								
Louis XV	noeud									1					
	tunique										1				
Luz(costa de la)	barège								7						
Lyon						2									
	armure					1									
	popline									1					
	velours				9			1							
Malines	garni										1				
	dentelle											1	1		
	point												4	1	
	tulle												1		
marile	paille												1		
Matelot	forme						1								
Mauresque	dentelle													1	2
Medicis	col						1								
	collerette										1				
	dentelle											1			
	point										1	1			
	réseau									1					
	ruches												1		
Milan	point											1	1		
Mirecourt	dentelle							1	3	7	1				
Moscovite	brodé														5
Mulhouse	cretonne												2	4	
	foulard										1				
	satin										1		1	3	
Murcie	dentelle											1			
Nemours	point											1	4		
oriental	dessin													1	
Paris	dentelle						1			3	2	2	5	2	
parisien	genre												1		1
	modèle très-										1				
pékin		2								2			2		
	doublé											1			
	mohair													1	
	rayure				1					3	1				
	vigogne									1					
persan	faille										1				
	soie			1											
	soire sorte						6			3					3
polonaise				5	2	8	19	26	33	8					3
Pompadour													5	4	
	applique												1		
	biais												9		
	bande										1				
	coloris										4				
	cretonne										2				
	dessin	1									13		1		
	fantaisie										1				
	foulard										1				
	impression										1				
	percale										1				
	rayeues										1				
	toile										5				
	zéphyr										3				

修飾語	修飾する対象	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
président	drap											1			1
princesse	forme						17	3	1		3				
Raguse	point											2			
raines - marguerites	guirlande										1				
Renaissance	dentelle												1		1
Richelieu	parements											1			1
rouennaise	toile										1				
russe	dentelle												1		
Russie	chat							1		1					
	chemisette											1			4
Sarah Bernhardt											1				
Saxe	dentelle													5	4
	dentelles brodes													2	
	point													3	
saxon(ne)	drap										2				
Sèville	dentelle						1								
Sibérienne					4							1			
Sicile	gros						1		2						
Sicilienne					5		1		39		36		17		
spanisch	dentelle												1	3	
	entre-deux													1	
suisse	drap										4				
	mouseline												1		
toscan	paolle						1								
Turquoise	crêpe de Chine	1													
valencien		1							1						
valenciennes							10			3	6	3	2	2	
	colissé													1	
	dentelles												3	1	
	garnis												4	1	
	garniture												1		
	rangs												1		
Venise	point											1	1	1	
Vichy	tiole										1	2	4	8	6
victoria	brodé														5
Washington	drap									1					
Wateau	coloris										12				
	forme		1		4										
	pli				1										

リス、ベルギーの中心のより良い商品を寄せ集めていて、それらの国々が品質と丈夫さに信頼できる保証を与えていると述べられている。国の名前が補償すると説明するのである。

10 月の総合展示会カタログ 1868-4 の《無地の羊毛製品売場》と次の《喪服の特設売場》（p.11）の最後には、幅広い品揃えとして、アルベルチーヌ、スエズのグロ、ヴェニスのサテン、アルマの純毛、マタモラン、エパングレ、カシミールのサテンなどと紹介されている。これと同様の表現は、文字情報のカタログには複数回登場する。

多くの地名からは、織物産業がすでに地産地消では成り立たない大きな産業だったことがわかるが、カタログに地名を使うメリットがあったということである。広範囲の地名は、消費者に何らかのイメージを喚起したと考えられる。また、商品がいかにバリエーション豊富かということを示すことができるのである。

商品名と情報欄の修飾語については文字情報のカタログにも掲載があるが、本研究では商品が具体的に確認できるイラストアルバムを中心に分析した。しかし、文字情報のカタログからわかることを逐次加えている。

この項では、地名のカタログ掲載の表記を初出時に併記する。

図 5-6 カタログに見られる地名

above: 世界

below left: ヨーロッパ　right:フランスとその周辺

5.4.1　イラストカタログに頻出する三大地名

最も多く使用されているのは{イギリス anglais, Angleterre}と{インド inde, indes, Inde, indien}、{中国 chine,Chine, China }である。インドと中国は、古くから絹の産地としてヨーロッパで知られていた。さらに、インドは東インド会社によって綿の産地であることが知られた。

イギリスは、アルファベット順に布地のチュビオット cheviotte、クレープ crêpe　ラシャ drap、モヘア mohair、モワレ moire、パイユ paille、ピケ piqué、サージ serge、シュラー surah、タータン tartan、 布 tissu、ニット tricot、ツイル twill、ヴェロア velour、またレース dentelle, 同じくレース point、ヴァランシエンヌ・レース valenciennes と刺繍 broderie、型 forme、種類 genre、衿 col の 21 語を修飾している。

最も使用されているのは、シーズンごとでは夏のアルバム f1881-6 パイユ 21 点、全体では同 67 点である。これは帽子素材である。服地ではシュラーが全体で 28 点である。

冬のアルバム f1876-4 の《仕立て済みのスカートとペチコート》の 236～239 番と 240～243 番のそれぞれの頁の下には、同店のイギリス・ヴェロアは特別だから他の商品と混同しないようにと注意書きがある。イギリス製品に対する信頼が厚いことがわかる。

インドは、ビーバー castor 、カシミア cashemir(元々カシミール地方の地名に由来する)、クレポン crépon、ラシャ、モスリン mousseline、サテン、シュラー、トワル toile、ヴィクーニャ vigogne など 9 素材を修飾している。中でもカシミアは、冬のアルバム f1878-3 で 31 点、夏のアルバム f1878-2 で 42 点と圧倒的に多い。延べ数は 230 点に上る。

インドの類似語として、ヒンドゥー hindou もカシミアを修飾している。インドに近い{ヒマラヤ himalaya}や{ベンガル地方の bengaline}も使用されている。また{マダポラム}はインドの地名であるが、{ カシミア}同様に素材名として定着している。

中国は、クレープ crêpe、クレポン、ラシャ、ウール lainage、モスリン、ポンジー pongée、サテン、布を修飾する。中でもクレープは、クレープデシン crêpe de Chine という素材名として現在でも使用されている。 また、{北京 pékin}はカシミアなどと同様に、18 世紀以来、この語単体で北京縞という織物を指すようになっており、カタログでは{北京}だけで用いられている場合と、縞 rayure を修飾している場合がある。他に、裏地 doublé、モヘア、ヴィキューナ vigogne を修飾している。

5.4. 2　フランス国内の地名

国内の地名としては、{アランソン Alençon}、{オーヴェルニュ地方 Auvergne}、{バスク地方 basque}、{ブルターニュ地方 Bretagne}、{シャンティ Chantilly}、{クリュニー Cluny}、{フランドル地方 Flandre}、{ラングドック地方 Languedoc}、{リヨン Lyon}、{ヌムール nemours }、{ルーアン rouennais}、{パリ　Paris}、{ヴァランシエンヌ valenciennes}、{ヴィシー Vichy}が登場する（図 5-6)。2 点のみではあるが、{フランスの français}カシミアという素材もある。文字情報のカタログにはしばしばインドのカシミアとともに売場が設

けられている。カタログの売場ごとの説明文では、フランス製ということがアピールされている。この言葉には、信頼できる響きがあったと考えられる。

リヨンは、フランスを代表する大都市である上、2 章で見たように、17 世紀以来ヨーロッパ最大の絹織物産地である。12 月展示会カタログ 1873-8 では、シルクとヴェロアが余りに安い値段で取引されたので、リヨンでセンセーションを巻き起こしたと述べられている。

{アランソン}や{フランドル}は、有名なレース産地である。{シャンティ}、{ヴァランシエンヌ}は、この単語自体でシャンティレースやヴァランシエンヌレースを指す。

普仏戦争の結果、ドイツ領となったアルザスは、1877 年夏号以降、単独でクレトン、フーラール foulard、ペルカル percale の 3 種類の布地を修飾している。この地方は、ファッション関連産業が発達していた地域である。

{ミュールーズ Mulhouse}はアルザス地方の工業都市で、フーラールとクレトン、サテンを修飾している。19 世紀半ばからプリント布産業で有名な町である。{ミルクール Mirecourt}は、ロレーヌ地方の町で、レースを修飾している。

こうした地名は、産地や由来を示すために使われているが、現在のファッション雑誌やカタログでは、これほどさまざまな地名が冠されることがない。これらのカタログでは、差異化のために地名を利用していると考えられる。また遠方の客には、客の地元の地がアピールとなることもあったと考えられる。

5.4.3　フランス国外の地名

{イギリスの}、{インドの}、{中国の}以外に、修飾語に登場する地名を国名（またはそれと同等）から見てみると、アルファベット順に{オーストラリア australien}、{ブラジル Brésil}、{カナダ Canada}、{スコットランドの écossaisse}、{スペインの espagnole, spanisch}、{アイルランド Irland, irlandaise}、{イタリア Italie, Italien}、{日本の japonais}、{ペルシャの persan}、{ロシア Russie , russe}、{スイス Suisse}の 11 か国が登場する。

スコットランドは、イラストのカタログ以外にも、夏のカタログ 1869-3 に《スコットランドのタータンとプレードの売場》(p.24)が登場する。プレードも、タータンチェックの布を指す。文章だけからは断定できないが、後者は単語の使われ方からタータンチェック製の膝掛やコートを言っていると考えられる。

タータンチェックは、ヴィクトリア女王が流行させたと言われる[24]。イギリスの風俗画家のジェームズ・ティソはタータンチェックの女性や兵士をしばしば描いているが、1873 年と 1877 年頃に集中している[25]。カタログに{スコットランド}が掲載されるのは、後者の時

24　石上美紀，4 章，世界服飾史，美術出版社，2010 年（1998 年），p.129

25　Christopher Wood, *Tissot*, Little Brown Company, 1986 所収の図版を見てみると、タータンチェックが描かれているのは、1873 年が 4 点で、1876 年が 2 点、1877 年と 1878 年が 1 点、1876-78 年が 1 点となっている。

代と一致する。「女性用と男性用」と但し書きがある場合があることから、タータンチェックは男女に売れる商品だったことがわかる。流行品を的確に商品化していたのである。

文字情報のカタログでは、夏のカタログ 1868-3《変わり織のショール売場》(p.26) では、タータンチェックのショールがグラスゴーの工場製と謳われている。春のカタログ 1870-4《スコットランドのカシミア》(p.15) では、製法まで触れられており、産地に特徴的な染色や織り方で差別化を図ろうという意図と考えられる。

日本の名を使用していることについては、特に家具類のカタログも含め検討する。早くから最新版 1872-1 の《毛布の売場》(p.68)に〈日本製品〉の小見出しがあり、食堂や玄関、喫煙室、待合室用の 5 点が紹介され、1 点はデザインも「日本風」となっている。ジャポニスムの早い段階で、すでに日本製品が推すべき人気商品だったことが確認できる。

絨毯と家具用の布のカタログ 1874-4 の《ペルシャとトルコのドアカーテン》(p.4) の中には、〈日本と中国のクッションカバー〉の小見出しがあり、4 点のうち 2 点は日本のクッションである。《家具用の布売場》(p.7) の〈新しい布〉のコーナーに、6 点中 4 点の日本の布が紹介されていて、「ミカド」という商品もある。

翌年の総合カタログ 1875-1 の《ハンカチ売場》(p.95) には、〈日本のハンカチ〉のコーナーがある。「日本の」がカタログで小見出しになっていることから、日本製品の認知度の高さがわかる。12 月のセールのカタログ 1875-5 には、《ネクタイと肩掛け》の商品の下に、スカーフ用の布の幅広い品揃えとして、中国に関わるペキン - ツィル、デシンなどと並んで、「ナガサキ」が紹介されている。

このように文字情報のカタログには 1872～75 年に少しずつ日本が登場している。1878 年のパリ万国博覧会に、リヨンの織物業者が日本風の織物を出品したこと、日本の出展品が人気を博したことがわかっている[26]。

イラストのカタログでは、夏のアルバム f1880-3 に初めて見られる(図 5-7)。《コンフェクションの衣装》のカタログの 201 番と 215 番の情報欄には、それぞれ以下のように記されている。

201 番　コスチューム
フーラール織のプリント地かゼファー
ブルターニュ・レース
220～255 フラン
同じ商品、サテン地、日本のデザイン
275 フラン

215 番　コスチューム
無地のクレトン
またはゼファー
日本のテープの飾り
85 フラン

特に 201 番は、同じデザインの商品について、日本のデザインの柄の布だと値段が高く

26　京都服飾文化研究財団，モードのジャポニスム，東京クリエイションフェスティバル実行委員会，1996 年，p.206

図 5-7　1880 年夏

fig. 211～215　右端の fig. 215 は、日本のデザイン（右図参照）

Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris, Collection Maciet

なっている。高くてもそれを買う客がいるとしたら、「日本」に付加価値がつけられていると考えることもできる。ただし、同じ頁の 211 番は、日本のクレトン製だが、その下に紹介されるベージュの布製よりも安い。

9 月の絨毯などの展示会カタログ 1881-6 には、日本のラシャが紹介されている。

更に広い範囲を示す単語としては、{アジア Asie}がある。

外国の中の特定の範囲を示す地名としては、21 の地名がある。そのうち、フランスに近い、ベルギーとスペイン、イタリアが目立って多い。ベルギーの{ブラバン地方 Brabant}、{ブリュージュ Bruges}、{マリーヌ Malines}、ドイツの{ザクセン地方 Saxe, saxon}、スペインの{バルセロナ Barcelone}、{コスタデラルス costa de la Luz}、{ムルシア Murcie}、{セビリア Séville}、{バレンシア地方 valensien}、イタリアの{ブラーノ Burano}、{フィレンツェ florentin}、{ラグーザ Raguse}、{ペルージア pérouse}、{シチリア Sicile}、{トスカーナ地方 toscan}、{ヴェニス Venise}がある。ファッション産業や人々の交流におけるフランスとの結びつき、知識としての近隣諸国への関心、そして 4.4.2 で見たようなカタログの流通先との関連を背景として地名を使っていると考えられる。一方、ベルギー、スペイン、イタリアと違い、ドイツの地名は{ザクセン}が見られるだけである。普仏戦争直後のフランスの人々の心境を反映している可能性が考えられる。

ほかに、イランの古い地名{ペルシャ persan}、アルジェリアの{アルジェ Alger}、インドの{ベンガル地方}、{ヒマラヤ}、フィリピンの{マニラ Manile}、ロシアの{カルーガ州 kalouga}、{シベリア Sibérien}、アメリカの{ワシントン Washington}、{インディアナ Indiana（インディアナ州のこと）}が使用されている。アルジェはフランスの植民地だったアルジェリアの首都である。{スエズ Suez}は『ラ・モード・イリュストレ』誌の中のルーヴル店の記事にも出ている。

このように、見過ごせないほどの多くの地名がカタログに使用され、カタログの情報を増やして商品の魅力を客に訴えたのである。

5.5　本章のまとめ

無地の絹布は、さまざまな織物として消費者に届けられた。それは、服や服飾品、室内装飾品として幅広く提案された。その際、コーディネートが強く意識されたこともわかった。柄物は、無地布に比べると印刷メディアに登場する頻度は少ない。無地布の需要の高さは、ここからも確認できる。しかし柄物は、百貨店の魅力を高める役割を担っていた。

価格も重要なポイントだった。いかに安いか、それがいかに限定的かが示された。

多くの消費者に届けるために、イミテーションが作られるようになった。漂白やクリーニング、リサイクルなど、新品を売るだけではないサービスが提供された。

ルーヴル百貨店における布ビジネスの重要性は、複数のオリジナル布の存在、オリジナル布のパンフレットに布の特徴を示す耳がついていることなどからわかる。

無地布については、これまでの研究成果より多いオリジナル布 6 種類を確認できた。ルーヴル百貨店のオリジナル布は、同店を取材したゾラの関心を引いている。オリジナル布の宣伝文句からは、産地名と安さの強調が確認できる。とりわけ黒布が人気だったこともわかった。

産地名は、印刷メディアに頻出する。有名な産地名は、多品種を修飾する。産地の製造会社名まで掲載される。地名は、パリからフランス国内に広がり、アルザス-ロレーヌ地方を含め、近隣諸国へ、そして海を渡ってイギリスへ、北米から南米へ、さらにはアジアのペルシャ、インド、フィリピン、中国、日本と、世界中が取り込まれている。

以上のことから、初期百貨店の布ビジネスがいかに工夫されていたか、いかにグローバルに展開されていたかがが明らかになった。そして染織産業の発達や、交通網の広がりによって、百貨店における布販売の規模がいかに大きくなっていたかが改めて確認された。オリジナル布をはじめとする当時の布ビジネスは、現代から見ても遜色ないものである。

布ビジネスの比重の大きさは、女性たちが布を買って、どこかで服をつくっていたということを示しており、既製服が多くないことの証左ともなる[27]。デザインと布を選んで服づくりを依頼できるサービスも、カタログから確認できた。

布ビジネスで実績を積んだ百貨店が、その布を用いて女性服ビジネスを拡大して行く。次章では、百貨店が手掛けた女性服について検討する。

27　日置久子は、女性たちが「ドレスやスーツ、スカートなどは、百貨店や生地やで服地を買い求めて、仕立屋につくらせるか、家庭でつくるようになった。」と指摘している。日置，8 章，女性の服飾文化史 - 新しい美と機能性を求めて - ，西村書店，2006 年，p.142

6　ルーヴル百貨店の女性服と布製品ビジネス

6.1　本章の目的

ルーヴル百貨店のカタログは、少なくとも調査した 1882 年まではごく少数の例外（家具や本など）を除いて、布と女性服と布製品が中心のカタログと女性服中心のイラストカタログしか発行されていない。本章では、百貨店が主要な顧客である女性に向けて、服をどのように製造し売ったのかを印刷メディアから分析する。

なお本章では、さまざまな服飾用語をフランス語とカタカナで表記する。6.2.1.5 においてはスカートとペチコートの違いについて厳密に検討するため、jupe と jupon というようにフランス語で表記している部分がある。6.3 については、より厳密に製造法を比較するために、それ以外の服の製造に関する単語やアイテム名も含め、フランス語表記をすることは、1 章で示したとおりである。

6.2 では、文化学園大学図書館が所蔵する 1876-77 年冬のファッションイラストアルバムの「最初の分冊」f1876-3 を一つのサンプルとして、カタログの分析を試みた。同カタログに取り上げられた各アイテムの特徴を、製造法や客の注文の仕方に着目しながら整理した。特にスカート類に関しては、素材、色、価格、サイズ、デザイン、修飾語、装飾について検討した。そして、各アイテムのプロトタイプを選別した。これは、6.3 以降の女性服の研究の基礎となる。

6.3 以降は、調査した資料全てを分析対象としている。

6.3 では、女性服の製造と販売の実態について、詳細に分析した。confection、confectionné、tout fait、mi-confectionné、disposé、coupe という製造法やサービスを取り上げ、そのそれぞれがどのようなもので、お互いにどこが違うのかを検討する。製造販売法にこれだけの種類があったこと自体が当時の女性服の実態を表していることになるのであるが、これらを分析することは、従来の既製服の意味について再確認することになり、百貨店が女性服を広めたという通説を検証することになる。

6.4 では、資料から読み取れる製造法以外の女性服の特徴を整理する。まず、黒服と喪服について検討する。次に、ルーヴル百貨店が女性服にどのような魅力を付加することで商品の価値を高めて消費者にアピールしていたかを分析する。そして、シンプルなデザインと装飾的なデザイン、流行、メンズライクなファッションの提案、ファウンデーションの実態について整理する。さらにアイテム名に付加された商品名について、地名・人名・文学と演劇などに着目して分析する。

これらから、ルーヴル百貨店がいかに複雑な戦略によって女性服を販売していたが明らかになる。それと同時に、当時の女性が服に何を求めていたかを具体化する。

6.5 では、布製品について、TPO との関連、白物、子供服、家庭用品に分けて分析する。布製品の多様さは、服装史の分野では余り注目されてこなかった新たな一面を明らかにすることになり、この時代の主婦の生活や暮らしの再検証ともなる。

6.2　女性服の販売 - 1876-77 年冬のイラストアルバムの「最初の分冊」から -

6.2.1　各アイテムの分析

6.2.1.1　コートとコンフェクション

このアイテムのカタログは、表 3-3 からわかるように、どの年のどのシーズンでも最初に登場する。点数も特に多い。季節柄、夏のカタログについてはコートの数が最も多いというわけではないが、百貨店が売る女性服の中心である。

「最初の分冊」には、同年のイラストアルバム f1876-4 の同じアイテムのカタログの商品番号 1～ 99 番のうちの 1～ 32 番と、800～ 808 番が取り上げられている。800 番台の商品のみ頁を横に使って、1 頁に 9 点が並べられている。その他は、1 頁に 1-2 点ずつ掲載されている。

商品名は、多い順にコート manteau（以下、外套全体を表すコートと区別して、これを指す場合は「コート」とする。）10 点、パルトー paletot 8 点、ヴェットモン vêtement 7 点、ロトンド rotonde 4 点（図 6-1）、ジャケット jaquette 2 点、アルスター ulster　1 点、プリス pelisse　1 点（これは「コートまたはプリス manteau ou pelisse」となっている）である。これらについては、後に説明を加える。

イラストアルバムには、上記の服種に舞踏会用コート sortie de bal、チュニック　tunique、ヴィジット　visite（この時代特有の袖がつかないコートで、流行のバッスルスタイルのシルエットになっている）の 3 種類が加わる。しかし、もっとも多いコート、パルトー、ヴェットモンの割合の高さとその順位は変わらない。これらがコート類の主要商品ということになる。「コート」と紹介された商品は、このアイテムのカタログの 4 割を占める。

イラストアルバムでは上衣について延べ 26 種類のアイテムが紹介されている中で、特徴のあるコートとしては、パルトーが平均して毎年夏冬ともに多い。パルトーは、19 世紀に登場した丈の短い外套[1]で、すでに男性用の既製服として広まっていた。

図 6-1　1876 年冬

《コートとコンフェクション》

left: fig. 27　特別なコート　fig2　ロトンド

right: fig. 29&30　旅行用のロングコート

（文化学園大学図書館蔵）

1　Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique de la langue française*, Société du nouveau Littré Le Robert, Paris, 1976, p.836

ロトンドは、円に近い形の布でつくられた外套[2]で、イラストを見るとその通りに描かれている。アルスターは、アイルランド北東部の田舎アルスター地方の名前に由来する冬用外套[3]である。プリスは、毛皮の総裏がついた外套[4]で、カタログではキタリスの裏付きになっている。

「コート」とジャケットは、上記のような特徴がつけられない上着と考えられる。本資料の図版を確認するとジャケットは丈が短く、「コート」は一概には言えない。さらに抽象的な表現として衣服全般を表すヴェットモンがあるが、この場合はドレスの上に着る服を指し、広く上着や外套という意味と考えられる。図版では総じて長めの丈で描かれている。

このように種類が細かく紹介されているのは、コート類だけである。他は、スカートならスカートで、「〇〇スカート」などと種類分けされていない。コートだけが特別に扱われている。

コート類は、最も外側に着る服でからだに密着しない。そのためドレスに比べれば厳密でなくてもよいので、百貨店で当初から売りやすかったと考えられる。その上、服装の中でバリエーションをつけられる貴重なアイテムだったという理由も考えられる。この時代のドレスは流行のシルエットが固定化されていて、現在のように選択の幅がない。人と違う格好をしたいと思ったら、ドレス以外で個性を出すしかなかった。また、女性が以前に比べ外出をするようになり、コートの需要が高まったということも背景にあったと考えられる。そうした様々な理由からくる需要に答えられるコートを多数販売することによって、商品の多様性をアピールしたということが考えられる。

コート類は、元々はメンズアイテムとして既に広まっており、それを女性用に転用しているために、既に名称が確立していたということも、多種類紹介しやすかった理由の一つと考えられる。

アイテム名の次に、具体的な用途として「旅行用　de voyage」（2 点　図 6-1 右頁参照）、「雨と旅行用　pour la pluie et le voyage」（1 点）と謳われている商品がある。ほとんどが腰丈から膝丈の商品の中で、これらは裾までカバーする丈になっている。先述のように、生活範囲が広がりアウトドア用コートのニーズが生まれたのである。

アイテム名の次には素材が、《コートと confection》のみイタリック体で提示される。

全体に無地のラシャ　drap uni（7 点）、中でも黒が目立つ（5 点）。次に多いのはモアレタフタ　poult de soie（6 点）で、C.-J.ボネ社の布であることを謳っているものがそのうち 6 点、リヨン産であることを謳っているものが 1 点ある。同シーズンのイラストアルバムでは、前者が 10 点、リヨン産が 2 点になる。モアレタフタは、杢目模様の緯畝織物である[5]。

2　Pierre Larouse，*Grand dictionnaire universel du XIXe Siècle*，Administration du Grand dictionnaire universel，1865-90，17 vol. t. VI，p.72

3　Larouse，ibid., p.710、小学館ロベール大辞典編集委員会，小学館ロベール大辞典，小学館，2010 年（1988 年），p.2472

4　Larouse，ibid., t. V，p.86

5　大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年, p.327

イタリック体を使っていることや、織物業者の名前を出していることから、商品において素材がアピールポイントであることがわかる。

冬用の外衣であるためか、キルティング ouaté を 10 点に施している。毛皮も、裏に飾りにと頻繁に登場する。何らかの形で毛皮を使っているのは 17 点で、インド・ビーバーの毛皮 une fourrure de castor des Indes を使った商品が 6 点と特に多い。こうしたデータからは、そのシーズンに同店が打ち出そうとしたトレンドを読み取ることができる。

装飾では、組み紐飾り cordelière 5 点とボタンの使用 6 点が目立つ。外衣は脱ぎ着できなくてはいけないから、ボタンが必要なのは当たり前のように思われる。しかし、例えば 23 番は「この服は、前を全部ボタンで留める」とわざわざ情報欄と注意書きとの間に、別に一行加えて説明している。ボタン留めは、強調されるべき情報であったのである。

女性にコート類が多く着られるようになり、ボタンが使われることが増えて行くのは、この時代である。それというのも、この時代より以前はスカートが広がり過ぎていたため、ショールを羽織ることしかできず、その上裕福な家の女性の服は後ろ開きが一般的だったのである。

その他、ボー　nœuds、縁飾り passementerie 、飾り紐　soutache など、さまざまな装飾がついている。

ロトンドのみ、その丈も記されている。1m、または 1.2m 以上となっている。膝丈よりもう少し長い位の丈である（図 6-1 参照）。ロトンドは円形のマントでからだに合わせる必要がない分、丈だけで注文をとることができた。この商品は、現在の既製品と同等と考えられる。

商品の説明の下に、さらに二項目が付記されている。

1 項目は、注文する場合に客が百貨店に伝えるべき採寸箇所で、細かく指定している。

1. 袖丈、腕の下の縫い目で測る　2. 服の後ろ丈　3. 首　4. 脇の下を通る胸周り
5. 背、腕、胸の一番高いところがわかるような胴の輪郭

採寸箇所は、2. を除いて全て上半身である。2 項目は、「ぴったりな胴衣（ウエストまでの上半身の服のこと）を見本に送って下さい。」という要請である。それは、客にぴったりな服を仕立てるためである。二つの項目から、この時代の女性服の上半身がいかにボディフィットしていなければならなかったかがわかる。スカート部分はウエストと丈さえ合っていれば、からだから離れているから正確な寸法がなくとも製造できる。

上記の二項目から、コンフェクションという商品は既製服ではないことがわかる。

価格に注目してみると、27 番の美しい毛皮の裏地つきの「贅沢なコート」が最も高くて 480 フラン、最も安い大きな外套の 29 番、30 番は 25 フランからとなっている。約 20 対 1 の価格差である。非常に幅広い所得層の女性を同店がターゲットにしていたということになる。

6.2.1.2　コンフェクショネされた衣装とガウン

イラストアルバムの商品番号 102～ 142 番のうちの 110～ 117 番がピックアップされている。この中には、タイトルにあるガウン peignoir は 1 点も含まれていない。全て衣装 costume の頁である。このカタログのイラストを見ると、どれも上下に分かれた二部形式である。衣装は、一揃いの服のセットを指す場合に用いられている。衣装が 1 冊のカタログを形成していることは、この時代に 2 部形式の女性服が増えたことを反映している。

百貨店は、単価を考えればガウンよりも値段の高いセット販売の衣装を売った方が儲かる。買う側は、まずは外に着て行くものを買いたいと望んだと考えられる。両者が通信販売に求める思惑が合致したのである。ゆえに「最初の分冊」では、部屋着は掲載しなかったのである。

イラストアルバムでは、衣装の割合は 7 割となっている。イラストアルバムの中にも、peignoir という商品名はなく、部屋着 robe de chambre が 8 点、朝用部屋着 matinée が 2 点紹介されている。そのため peignoir はガウンの総称として使用されていると考えられる。イラストアルバムには、他に舞踏会用ドレス robe de bal が 1 点掲載されている。

素材は 4 点がカシミアで、色は 5 点が黒である。オリジナル素材の【パリ - ルーヴル】が使用される商品がイラストアルバムには 4 点あるのだが、「最初の分冊」には選ばれていない。イラストアルバムから頁ごと転用する際に、衣装だけが 8 点続く頁をピックアップした結果と考えられる。

5 点は長めの上衣とアンダースカート jupon という組合せである。上衣については長めの上衣を指すチュニックと明示されているのが 3 点、そのバリエーションであるポロネーズ　polonaise が 1 点である。図 6-2 でも左の 112 番はチュニックとの組合せである。

アンダースカートは、プリーツ plissé やフリル volant などで裾が装飾されている。このことについては 6.2.1.4 で考察する。チュニックの下半身の部分にも、リボン飾りやプリーツなどが施されている。この時代の女性服づくりは上半身のボディフィットが重要なポイントだったため、服がからだから離れる下半身のデザインで服の個性を表現したと考えられる。

図 6-2　1876 年冬《コンフェクショネされた衣装とガウン》

fig. 112, 113　衣装　fig. 112 はチュニックとの組合せ

（文化学園大学図書館蔵）

そのうち、2 点には別にもう 1 点スカートが付いている。イラストアルバムではそうした商品が 4 点ある。2 枚目のスカートは、スカート jupe と表記されているが、チュニックの下ではスカートが裾位しか見えない。チュニックとセットなら jupon、それと独立していると jupe と、用語を区別している。

このカタログの下にも付記がある。求められている寸法は《コートとコンフェクション》と重ならない。このカタログではウエストとヒップ回りのサイズが求められている。腰辺りまでぴったりした上衣であることが求められたため、ウエストサイズが必須となる。上半身の採寸を求めていないのは、ウエスト丈の胴衣の送付が前提になっているからと考えられる。

価格に注目してみると、最初の分冊ではそれほど極端な価格差がないが、イラストアルバムでは、40 点中最も高い衣装が 650 フランなのに対し、最も安い衣装が 29 フランで、ほぼ 25 対 1 となり、価格差が大きい。また 1 つのデザインの舞踏会用ドレスが、素材の違いにより 195 フランから 550 フランまで 4 種類のバリエーションで紹介されている。《コートとコンフェクション》も、同様の傾向が見られる。

6.2.1.3　婦人帽と頭飾り

このタイトルのカタログは、1873 年以降の全てのカタログに存在する。時代的に帽子が必需品となったことと、帽子は既製品で済ませやすく、百貨店で売りやすいアイテムであったことがその理由と考えられる。

服ではない上、4 点と極めて点数が少ないため、ここでは検討しない。

6.2.1.4　仕立て済みのスカートとペチコート

このアイテムは、シーズンにより confectioné であったり、mi- confectioné であったり、tout fait であったりする。そのことについては、6.2.2 で改めて検討する。しかし、少なくともどれかの状態で、このアイテムは必ずカタログに登場する。

分冊には、イラストアルバムの商品番号 200～ 258 番のうちの 231 番までが取り上げられている。ペチコート（6.2.1.2 では、jupon をアンダースカートと訳したが、ここでは何か上衣の下にどれだけか隠れるように履くと想定されているわけではないので、「ペチコート」とした。）は 1 点のみ、後は全てスカートである。イラストアルバムでも、ペチコートが 3 点、6.2.1.2 には 1 点もなかったガウン peignoir が 1 点あるのみで、9 割以上はスカートである。

スカートの点数は、イラストカタログの中では他のアイテムと比べて常に多い。しかも一頁に 4 点の図版を載せることで、多くの商品を紹介している。このシーズンのイラストアルバムでは、アイテム延べ 30 種類中スカートは 55 点で 16%、前年の冬は 22 種類中 39 点で 20%である。この時代のロングスカートは、ウエスト以外はフィットしている必要がない。コートの次にスカートの商品数が多いのは、一番上にまとうコートとともに百貨店

が売りやすかったからだと考えられる。

カタログにも度々書かれているように、ターゲットの半分は資産の少ない一般市民だった（4.2.1 参照）。二部形式の服が普及したこの時代、消費者はそのライフスタイルの変化から、より合理的で機能的な服を求め、スカート単体の需要も拡大したと考えられる。

以下に、このアイテムについて、幾つかの視点から更に詳細に分析して行く。

6.2.1.4.1　製造法

このアイテムには、発注上の注意書きはない。他のアイテムで注意書きがある場所には、スカートの前丈 longueur devant 、後ろ丈 longueur derrière 、裾周り largeur のサイズが明記されている。客は、それらの情報から自分のサイズに合った服を注文することになる。現在の既製服と同じ売り方である。

たびたび述べてきたように、この時代の女性服は上半身がフィットしていなくてはならないが、スカート単品であれば上半身を考える必要がない。だからスカートに関しては、既製品の中からサイズ・デザインともに自分に合ったものを客が選ぶという販売方法が可能となるのである。

このアイテムだけは 1 頁に 4 点ずつ商品が掲載されている（図 6-3）。単品ゆえ、ある程度客が想像できるから、イラストが小さくても問題は起こらない。サイズが決まっている分、多くの選択肢を示そうという店側の意図が働いていると考えられる。

スカートは、図 6-2 では長い丈のチュニックとコーディネートされていたが、ここでは上にチュニックを着ている図版は少ない。このカタログではスカートが主役なので、上衣の丈を短くしてスカートのデザインがわかるようにイラストを工夫している。

図 6-3　1876 年冬《仕立て済みのスカートとペチコート》

fig. 208 -　fig. 211　スカート

左から 2 番目 fig. 209 は公爵夫人型

（文化学園大学図書館蔵）

6.2.1.4.2　素材と色と価格

素材は、このアイテムに限って 2 種類ずつ提示されている。

最初に提示する素材は、シルクのモアレタフタが 32 点中 29 点と 9 割である。後から紹

介する素材は、カシミアが多く、24 点である。

色は、1 点明記されていないが、それ以外は全て黒を最初に紹介し、その後に同素材の色無地を紹介している。1 点の例外を除いて、黒よりも色無地の値段の方が高い。最後に異素材の色無地を紹介する。

これらを考え合わせると、延べ点数としては、24 点の 4 倍の 96 点が紹介されていることになる。客は予算に合わせて選べ、TPO や自分の手持ちの服に組み合わせるために素材と色を選択することが可能である。しかし、これほど選択肢があるということは、サイズ展開があるとはいえ、注文があってから作ったと想像できる。

5.2.1 や 5.2.3 で黒が多いことを指摘してきたが、特にスカートでは黒が用いられている。上衣と下衣とをコーディネートする際に着回しが効くということや、汚れが目立たないということなどが理由と考えられる。

黒と他の色では、ほぼ 15 フランから 20 フラン位の価格差がある。価格帯は、ほぼ決まっている。例えば、シルクの黒なら 78 フラン、シルクの色無地なら 98 フラン、カシミアの色無地なら 35 フランという商品（それぞれの商品の最初に掲載されている価格で比較している。以下、同じ）と、シルクの黒なら 59 フラン、シルクの色無地なら 79 フラン、カシミアの色無地なら 27 フランという商品を、5 点ずつ紹介している。

前者は価格差が 63 フラン、後者は 52 フランで、同一デザインでも素材と色による価格差がかなりある。百貨店の商品の価格差が非常に大きいことについては、すでにガイヤールが指摘している[6]。価格が高い商品ほど素材の違いによる価格差が大きく、価格が安い商品ほどその価格差も小さい傾向にある。例えば、カシミアの色無地が 52 フラン、黒いシルクタフタが 39 フラン、色無地のカシミアが 15.5 フランの商品が 2 点ある。

色無地の 2 種類には、どちらの素材も「どんな色合いでも」という但し書きがついているが、片方に nuances、もう片方に teintes と、必ず 2 種類に 2 語が使用されている。同じ表現を繰り返さないことで、より幅広い品揃えをアピールしていると考えられる。

図 6-3 の中で群を抜いて高い商品は、左から 2 番目の 209 番で、240 フランである。素材には同店のオリジナル素材【カシュミール・ドール】が用意されている。本品は、この「最初の分冊」の中では唯一オリジナル素材を用いる商品である。更に、beau 美しいという形容詞で修飾されている。黒いファイユは 180 フランで、【カシュミール・ドール】なら 240 フランである。色物のファイユは 260 フランであり、オリジナル素材が最も高いというわけでない。なお、この【カシュミール・ドール】は、イラストアルバムでは 4 点に提案されている。

イラストアルバム全体を見てみると、55 点中最高 390 フランから、最低 18.75 フランまでの価格の幅の中に、59 フランのスカートが 8 点、78 フランが 8 点、39 フランが 5 点掲載されている。掲載の商品には、ある程度の売れ筋、中心価格帯があったと推測できる。

6　Jeanne Gaillard, *Paris, La Ville 1852-1870*, Champion, Paris, 1976, p.543

そして、その価格は 100 フランを切っている。松田によれば、当時の小ブルジョワや労働者階級の平均年間生活費は 2,500 フラン、中流のブルジョワの年収は 1 万フラン、大ブルジョワは 5 万フランという[7]。それと比較すると、ルーヴル百貨店が売る服のうちの多くの商品の価格は決して安くはない。

6.2.1.4.3　サイズとデザイン

商品のサイズを確認する。最も多いのは前丈 1.1m、後ろ丈 1.25m、裾周り 3m の商品で 13 点ある。次に、前丈 1.1m、後ろ丈 1.3m、裾周り 3m の商品が 6 点ある。際立ってスカートが大きいのは前述の 209 番で、前丈 1.12m、後ろ丈 1.60m、裾周り 3.60m である。

実際に計測されたドレスのデータを見てみると、イギリスのドレスであるが、1874-75 年頃のトレーン（引き裾）を引かないドレスの裾周りが約 3.25m、1878 年頃のトレーンを引くドレスが約 4.1m である[8]。

209 番は、唯一オリジナル素材を使った商品でもある上、トレーンもつくから裾周りが長く、諸条件から見てこのカタログの中では最も豪華な商品といえる。

これを含め、「公爵夫人型 forme duchesse」と説明されるデザインが 5 点である。そのうちの 4 点は、イラストの女性が横向きか後ろ向きに描かれていて、トレーン付きのデザインを強調している（図 6-3 参照）。イラストアルバムでは 10 点がこの形で、スカートとペチコートのカタログの 6 分の 1 に当たる。実際に、現存するこの時代のドレスや絵画には後ろスカートがトレーンを引くデザインがしばしば見られる。それがカタログにこれだけ掲載されていることから、流行の服が売られていたことが実証される。

6.2.1.4.4　修飾語

209 番のカシミアに「美しい」という修飾語をつけていることは既に述べたが、同商品の素材としてカシミアの前に紹介されているファイユには「美しい　belle (beau の女性形)」という修飾語を使っている。

同様に、「美しい　belle」「とても美しい　très-belle」とか、「美しい品質 belle qualité 」「とても美しい品質 très-belle qualité」、「しなやかな souple」「とてもエレガント très-élégante」といった修飾語を計 10 点に使っている。こうした傾向が、他のアイテムに全くないわけではないが、本資料の中ではこのアイテムのカタログに顕著である。

スカートは、素材も色もほとんどバリエーションがない。それゆえ商品同士の違いを際立たせるために、修飾語を用いて印象を変える販売戦略と考えられる。

7　松田祐子，第 5 章，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，p.237

8　Jane Arnold，*Patterns of Fashion 2 English Women's Dress and their Construction c.1860-1940*，Drama Book Publishers, London, 1972(1966)，No.32, 34

6.2.1.4.5　装飾

差別化ということに着目すると、スカートの、特に裾の装飾が非常に多様である。

アルファベット順に、布を斜めに使う biais、ブイヨン bouillon、クリース（紐通し）のついた　coulissès、クシュクシュのプリーツ　plis crevés、トリミング　liséré、プリーツ plissé、ギャザーを寄せた　ruché、フリル　volant という技法が、それぞれにほとんど複数、多くの場合 4 種類使われている。最も多いのは 5 種類の装飾を付けたスカートで、2 点ある。前述のように、この時代の女性服はシルエットが決まっていて、大きな違いを表すことが難しい。違いを可視化するとしたら、ディテールを変えるしかない。黒無地でシルエットが変わらない代わりに、そのディテールに工夫を凝らしていたのである。

さらにこのカタログの着装を比べてみると、jupe はチュニックやポロネーズなどと組み合わせており、まれに室内着もあるものの、ほとんどは家の外に着て行くよそ行きに用いられる商品となっている。jupon は、よりゆったりとした上衣やシンプルな胴衣と組み合わせて、部屋着として用いられており、こちらには室外用はない(図 6-4)。素材も、jupe にはオリジナル素材やヴェロアなどを用いているが、jupon にはモヘアやキルティングなどを用いている。キルティングのスカートは、絵画でも外で着る服には見られない。トレーンがつくのは、スカートだけである。以上のことから、jupon は室内用の下衣を指していると考えられる。アウター（一番上に着る服）であるスカートと室内用とを明確に区別して販売していたことがわかる。

図 6-4　1876 年冬

《仕立て済みのスカートとペチコート》

fig. 244-251　頁の右端がペチコート

（右図参照）

（文化学園大学図書館蔵）

6.2.2　1876-77 年冬のシーズンの女性服のプロトタイプ

これまで見てきたことを念頭にイラストを改めて検討してみると、それぞれのアイテムごとの典型的なデザインが具体化される。それが、百貨店側が最も売れる、または売りたいと考えた商品と想像できる。そうした商品をそのシーズンのプロトタイプと考え、選び出してみることにした。

《コートとコンフェクション》では、最も多いコートの中のラシャ製品 3 点のうち、無

地の 2 点を一頁に紹介している頁に注目した。その 3 点のうちで、価格が中間帯になる 7 番を抽出した（図 6-5)。

《コンフェクショネされた衣装とガウン》では、チュニックとスカートの組合せで、カシミア製の商品 112 番を抽出した（図 6-2 参照)。

《仕立済みのスカートとペチコート》では、黒のシルクモアレタフタ製で、スカートのサイズが最も一般的であり、その価格帯も 5 点が重なっているうちの 1 点 200 番を抽出した（図 6-6)。この商品は、カタログの最初の商品である。

すると、コートと衣装は価格を考慮していないにもかかわらず、どちらもが 90 フラン代の商品となった。プロトタイプの検証から一つの方向性が示されるとすれば、どのシーズンのカタログからもプロトタイプを選んで行く作業によって、価格や素材、デザインを含め、女性服の売れ筋に近い商品を明らかにできるものと考えられる。

図 6-5　1876 年冬《コートとコンフェクション》

左が fig. 7 コート

（文化学園大学図書館蔵）

図 6-6　1876 年冬

《仕立て済みのスカートとペチコート》

左が fig. 200　スカート　（文化学園大学図書館蔵）

6.3　女性服の製造

本節では、ルーヴル百貨店の印刷メディアから確認できる服の製造と販売方法について分析する。厳密にそれらを比較するために、服の製造販売に関する単語をすべてフランス語で表記する。

6.3.1　confection

同店における confection ビジネスの重要性に関しては、すでにシルヴェイラが注目しており、カタログの説明文を元に、幾つかの指摘をしている。その内容は、同店のショール

が既に 1860 年代の前半に confection にとって代わられるようになったこと、支配人が confection の重要性が高まることを認識していたこと、そのため confection が 1863 年に採用され、1865 年にはその成功によって confection のアトリエが設立され、1866 年には 500 人がそこで働いていたことなどである[9]。しかし、confection が何かということについては触れていない。

1.1 で見たように、「19 世紀ラルース」は、「販売できる状態の商品を注文を待たずに大規模に製造すること：仕立て産業に重大な損害をもたらした」「confection は貧しい人のためにある、金持ちは注文を好む」と解説している。ここで confection の意味が「既製服」を指すものとなっていることと、confection は注文服ではなく、二つが対立するものとして認識されていたことがわかる。さらに、「リトレ」では、機械生産であることも説明していた。これらが、1.4.2 で取り上げたファリュエルの confection の定義に繋がっていくのである。

「19 世紀ラルース」はさらに、婦人服の confection の店が、1846 年に幾つもできて、大きな売上げを挙げたこと、マガザン・ド・ヌーヴォテが confection の売場を作り、やはり大変な額を売り上げたこと、1866 年冬の婦人用 confection の取引額は 5,500 万フランと見積もられ、この産業のために 17,000 人が働いていることが述べられている[10]。ここで取り上げられている confection は、「注文を待たずに」作られた服なのか、「完全に作る行為」によっていずれかの時点では完成していた服なのかは不明である。「リトレ」は、confection を前もって一式まとめて衣類を揃えることとも言っているので、その意味では、どちらでもよいことになる。

ルーヴル百貨店の文字情報のカタログの服の売場においても、イラストアルバムにおいても常に最初にあるのは、前節でも述べたように《MANTEAUX ET CONFECTION》である。コート manteau と confection が並列されている。manteau は商品のアイテム名にも使用されている。けれども confection という商品はない。

冬のカタログ 1871-2 の序文には、「あらゆる confection がある」と書かれている。さまざまなアイテムの後に続けて書かれているので、この書き方からは confection が 1 アイテム名のように取れるが、それより前に並べられたアイテム各々についての confection とも考えられる。

最初の資料 j1863-1 から《コートと confection》は登場しており、カシミアのロトンド 2,000 枚について、商品を構成する布などの詳細が書かれている。手紙 j1863-2 の裏には、3 種類が布地とアイテム別に示されている。

ここではさらに、これらの服の「この上ない安さを伝えるために正確な情報をお知らせ

---

9 Piedade da Silveira, *Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*, Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris, 1995, p.29

10 Pierre Larouse, *Grand dictionnaire universel du XIXe siècle*. Administration du grand dictionnaile universel, Paris, 1865-90, 17 vol. t.V, pp.888-889

します。」と断ったうえで、confection の価格がどのような内訳になっているかを明示している。

一例として、(1)のヴェロア製のロトンドについて、転記する。

100cm 幅のヴェロア（表地）	2m60	70	フラン～	182 フラン
シルク・ラストリン（裏地）	5m	3.20	フラン～	16 フラン
シルクのフリンジ（房飾り）	4m60	15	フラン～	69 フラン
組み紐（飾り）		12	フラン～	12 フラン
手間賃		20	フラン～	20 フラン
	販売価格	175	フラン～	299 フラン

このように内訳が公開され、明瞭会計となっている。素材の価格に幅があり、手間賃も入っていることから、この confection は、注文を受けてから作られるということがわかる。服をつくる布に、布の装飾も組み合わされて内訳が示されていることから、これが「リトレ」が説明する「服にする一式」ということと考えることもできる。

j1863-1 において、confeciton は、からだと下づくり（コルセットやスカート枠などの補正下着でドレスのシルエットを作ること）に合わせて設計し裁断した服であると説明されている。confection のポイントは、既製服かどうかではない。また、そのしばらく後には「confection - type」という表現が用いられていることから、この時点では confection が何を指すのか明確ではなかった可能性がある。

6.2.1.1 で指摘した confection 売場における見本となる胴衣の発送と採寸に関する注意書きは、春の総合カタログ 1870-4（p.18）から始まる。この注意書きは、当売場の商品が私たちが考える既製服とは異なるものであることを示す。confection と既製服とは、少なくともここでは同義ではない。この注意書きは、イラストカタログ創刊後も含め、当売場に 1882 年まで見られる。

但し、何か所もの採寸と見本の胴衣を求めるこのアイテムのカタログの中にも、ごく一部サイズが記されている商品や、採寸が求められていない商品が掲載されている。

資料の中でイラストの初出となる j1863-1 の最初のイラストは、サイズの不要なロトンドである（図 3-8 参照）。ロトンドは、6.2.1.1 で検討したように既製品と想定される。

春の新作総合展示会カタログ 1873-3（p.11）では、《コートと confection》のタイトルの活字はコートが大きく、confection はとても小さく印刷されている。これ以外のカタログでは、同じ大きさで扱われている。1873-3 の中には、コートから独立して《防水服の値段》が紹介されている（p.13）。具体的にはロトンドやパルトーなどが掲載されていて、着丈によって 4 段階の値段が示されている。これらは、サイズで選ぶ既製服である。最後の約 1 頁（pp.29 - 30）には、〈レインコートの値段〉があって、同様に着丈によって 4 サイズあり、既製服である。

春のアルバム f1875-2 や冬のアルバム f1875-4 でも、3 ページ計 6 点のレインコートのみ、下に採寸などの注意書きがない既製品となっている。レインコートは、その用途からぴったりしていなくてもよかった。こうした商品だけを 1873-3 では別項目にしている (p.13)。他の商品とは区別していると考えられる。

冬のアルバム f1876-4 では、79 番のみ値段の後に、「この服はウエストにぴったり合います。」と付け加えられている。裏返せば、他の商品はそれほどぴったりしていないということを示している。

着丈が示されたパルトーやウエストのぴったりしない商品を検討してみると、confection をさらに厳密に何らかのアイテムを指すのに用いている場合には、全体的にはある程度作られていて、客のサイズに合わせて少し調整を加える服に使用されていると考えられる。

総合カタログ 1874-1 の序文には「条件付きの発送」という項目があるが、コートと confection については、商品を買うという条件付きで、店に来られない客が参照するために商品の見本を送ると書かれている。このアイテムに関しては、見本がつくられているということがわかる。

既製品が注文主に合わなければ返品できるシステムだったのだとしたら、それは現在の通信販売でも行われているやり方である。しかし現在では、送られてくるのは見本ではなく商品である。見本のデザインを見て客が注文すると、それをその人に合わせて作ってくれるのであるから、これは既製品ではない。

図 6-7 を見ると、イラストの両端にマネキンに着せられた服が飾られている様子が描かれている。現在であれば、マネキンが着ているのはその売場で売られている商品であるが、ここでは見本だった可能性が高い。

男性の既製服の発達段階を見ると、大体の形を作っておいて、その場で客に合わせてあ

図 6-7　1875 年春のイラストアルバム(右は、右端のディテール)

コートとコンフェクションのギャラリー　(Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris, Collection Maciet)

る程度調整していた[11]。女性服に関しても、コート類の中にはそうした作業が行われたアイテムもあったと考えられる。アトリエに沢山の職人が必要なのは、そうした理由からと考えられる。「短刀」を意味する「ポワニャール poignard」という職人がいたという[12]。

彼らは、短刀を扱うように素早く服を調整したと考えられる。既製服が広まるまでは、市民には古着が着られていた[13]。客が自分のサイズに合わない古着を着るには、少なからぬ調整が必要だったために、当時の職人たちにとって服のサイズ調整はそれほど特別な作業ではなかったと考えられる。

冬の最初の分冊 f1875-5 の《コートとコンフェクション》は、28 番のみ mi-confectionnés の服についての説明がつけられている。この商品が特別に confection ではないということだとしたら、それ以外が confection ということになる。mi-confectionnés は 6.3.4 で述べるように、ある部分だけを店が作ってくれる商品である。それに対して confection は全てを店が作ってくれる商品と考えられるが、これまでのことから総合的に考えると、それは完全に作られた服として、既製品、注文服、セミオーダーという複数の可能性を含んでいるということになる。

女性服ではないが、夏のカタログ 1869-3 の《男性シャツ売場》のバーゲンセールの告知（p.37）には、「同店のアトリエの confection」と書かれた後に「手でプリーツをたたんだ」という記述がある。わざわざこう書かれていることから、手作業に価値があると考えられていたことがわかる。そして、ここでは confection は手作業によっていたことが裏付けられる。

総合カタログ 1874-1 の《喪服の規則》（p.42）の冒頭には、未亡人の喪服について、「やむを得ない場合は、最初の 2 カ月の後はシンプルな confection でも構いません（下線　筆者）」と書かれている。confection は一段ランクが低い服と意識されていて、フォーマルウェアにはなりづらいということになる。

それでも、confection には魅力があった。冬のカタログ 1867-1 の《コートと confection 売場》（p.9）には、「confection によって新しさを手に入れたいでしょう」という表現がある。その意味は、安く出来合いの服を買うことで最新流行のファッションを手に入れるという意味ではない。confection という商品がどのような製造法であれ、そこには、百貨店が提供してくれる最新デザインの新しさがあったのである。

6.3.2　confectionné と tout fait

《コスチュームとガウン》は、1875 年冬から 1876 年夏シーズンにかけて、tout fait から confectionné の商品に切り替わっている。夏のアルバム f1881-2 の《confectionnés のス

11　フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，第 5 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.99

12　ペロー，同前，p.91

13　ペロー，第 4 章，同前，　p.78

カートとペチコート》や冬のアルバム f1882-3 のスカートについては、頁ごとにタイトルに confectionné と tout fait とが交互についている。この 2 つの間で何らかの区別がされていたか、同じ語句を繰り返すのを避けるためで内容は同じだったのか、カタログの情報だけでは判断がつかない。

confectionné は動詞 confectionner の活用形である。confectionner は、「製作する、（衣服を）大量に製造する、量産する」という意味である[14]。手作業でも量産はできる。tout fait は「できあいの、既成の、レディメイドの」という意味で[15]、ここには「既製品」という言葉が現在含んでいる工場での大量生産[16]という内容は反映されていない。confection の持つ「注文を待たずに」製造されるという意味と同じことである。

春の新作総合展示会カタログ 1874-3 には、「【カシュミール・ドール】で、190 フランの素敵なペチコートのシリーズを confectionner しました。」と書かれている。こう述べるからには既製品と考えられる。しかし、最初のカタログ 1866-3 の《ランジェリー売場》(p.11) では、ここに紹介される商品が「機械生産ではない confectionnés」であることを強調している。冬のカタログ 1867-1 の《身の回り品と産着売場》（p.13）の説明文では、全ての品物には「confectionnés の下着」も含め、「機械生産のものはありません」と述べられている。confectionné は、機械による大量生産とは異なる製造法を指している。

一方、春の総合展示会カタログ 1868-2 （p.5）には、まだドレスの売場はないが《絹物売場》に「ドレスの構成」という小見出しがあり、ドレスとペチコートとベルトで 90 フランと 135 フランの 2 組の商品が紹介されている。これらは、「紹介したどのドレスについても、当店ではドレスの作り方を示すための色刷り版画と、ぴったりの型紙を差し上げています。これ以上の支出なく、選んだドレスを faire confectionner する（作る）ことができるように見本もお送りします。」と説明されている。ドレスを faire confectionnér するのは、注文した客である[17]。百貨店の提供したデザインを客がそれぞれの家などで作った結果、そのデ

---

14 Pierre Larouse, *Grand dictionnaire universel du XIXe Siècle*, Administration du Grand dictionnaire universel, 1865-90, 17 vol. t.V, p.888

15 小学館ロベール仏和大辞典編集委員会．小学館ロベール仏和大辞典，小学館， 2010 年（1988 年），p.1014

16 『ファッション辞典』(大沼淳, 荻村昭典, 深井晃子監修, 文化出版局, 1999 年, p.245) では、既製服は「出来合いの服、標準サイズの寸法に合わせて工場で量産される衣服のこと」とある。また『新・田中千代服飾事典』（田中千代著　同文書院，1991 年，pp.197-199）では、その製造過程について、機械による大量生産法を詳細に説明している。

17 日本では、『装苑』(文化出版局　1936 年 -)や『ドレスメーキング』（鎌倉書房 1949-1993 年）には、1980 年代の前半までは専門的な知識を必要とする製図の頁がついていて、読者は自分のサイズに調整した型紙を作り、自宅で服をつくることが一般的に行われていた。『ドレスメーキング』では 1982 年から、自分で製図を引くための原型が掲載されなくなり、簡単な囲み製図ばかりになる。囲み製図は、1993 年まで続く。『装苑』は 1982 年まで原型を使用する製図の頁がみられるが、その後少なくなって、2001 年には製図の頁は全くなくなる。

ザインは大量ではないかもしれないが量産されていることになる。

冬の総合展示会カタログ 1873-6 の《confectioné されたリネン》（p.32）では、枕カバーやシーツなどが売られている。商品は単純な作りであるから、ここでの confectioné は、「量産されている」ということと考えられる。翌年の春の新作総合展示会カタログ 1874-3 の《綿の白物》の〈confectioné されたリネン〉に紹介されているエプロンと枕カバーも、サイズが掲載されているので量産品と考えられる。

1870-8 の《男性用シャツ売場》（p.34）の〈toutes faites のシャツ売場〉は、説明文では「confectionnées のシャツ」と表現されている。この二つの表現が同じ商品を指していることから、同じ単語を続けて使うことを避けるというフランス語の特徴が表われているとも考えられる。冬の分冊 f1877-6 では、表紙は《tout faits のペチコート》と表わされているが、その後の注意書きには単に「スカート」と記され、実際のこのアイテムのカタログにつく薄紙の表紙には、《confectionnés されたスカートとペチコート》と表されている。そして前丈、後ろ丈、裾周りが提示されている。店側が confectionner して（作って）くれて、その結果客に届けられる商品は tout fait になっている（仕上がっている）ということであると考えられる。

さらに冬のアルバム f1878-3 のスカートとペチコートのカタログは、タイトルは confectionnés であるが、各ページのアイテム名には単に fait が使われている。「完全に」という単語が使われていないことと呼応するように、通常は示される前丈、後ろ丈、裾周りのサイズが示されていない商品が多く、サイズが示されているのは 6 頁 24 点である。18 頁 72 点はサイズがないのであるから、これは既製品ではないと考えられる。

confectionné と tout fait の服の製造法には大差はなく、既製服であるかそうでないかも決まってはいない。作り手も店側と客側とどちらの場合もある。多様な商品を揃えるための工夫と捉えることができる。

6.3.3　この時代の既製品

これまでにも既製品と思われる事例を幾つか挙げてきたが、既製服は最初の資料 j1863-1 の 1 面から掲載されていることはすでに指摘した通りである。寸法の要らないケープ状のロトンドであった。

冬のカタログ 1867-1 の《新作の布売場》（pp.5-6）の〈部屋着の新作〉の項目には、それ用の布とともに、25 フランの〈とてもたくさんの部屋着〉が掲載されている。25 フラン以上は送料無料であるから、それを考慮した価格設定と考えられる（4.4.1 参照）。採寸などの情報もない。これは、既製服と考えられる。《手袋売場》（p.47）には、客が手にぴったり合う商品を選ぶためのサイズ展開について記されている。これも既製品ということになる。

冬の新作総合展示会 1871-1 の《メリヤス製品売場》(p.36)には、ベストが売られている。「並みの体型」「大きい体型」「とても大きい体型」の 3 サイズがあり、1 フランずつ高くなる。この表現から、現在と同様の既製品であることがわかる。

同じく《雨傘と日傘の売場》（p.63）では、注意事項として、2 種類の丈を用意していると説明している。《毛皮の売場》（p.162-3）の注意書きには、毛皮の付け衿に 3 サイズがあることが明記され、選ぶための指針として、首回り、肩回り、後ろ丈が示されている。これらも既製品、量産品と考えられる。

冬のアルバム f1876-4《tout faits のスカートとペチコート》の 229 番、247 番、249 番は、それぞれ 2 サイズから選ぶことができる。《ネクタイと肩掛け》の 501 番は、3 サイズが併記されている。四角い肩掛けにもサイズがあり、量産品と考えられる。

ナントのカタログ 1878-1 の《ガウンと朝の部屋着》の売場(p.15)では、「奥様方の興奮を誘うドレス」の品揃えを願って、「全てのサイズと種類」の商品を集めていると告げている。「集めている」という表現から、既製品と考えられる。

冬のアルバム f1875-4 の《toutes faites のドレスと衣装》のカタログは、304 番から 307 番まで 4 点ガウンが続くのであるが、その頁の下には、以下のように書かれている。

> 当店は奥様方に、ここに値段の表示されているガウンはオーダーメイドはできないということをお伝えしておきます。最も大きなサイズでも、前丈 1 メートル 50 センチ、腋の下で測った胸囲 1 メートル 10 センチを超えることはありません。これ以上の体形の場合は、必然的に値段が上がります。（下線　筆者）

この文面から、値段が設定されているのは量産品であり、客個々人のサイズでは作らないこと、しかしサイズが合わない客のためには別料金で作ろうとしていることがわかる。発展途上の百貨店としては、既製服の合わない客も排除しないように工夫していた。

冬のアルバム f1877-7 の《confectionnés の衣装とガウン》の室内着の下には、「普通丈（1m40cm）以上の場合、どのガウンでも提示の価格より 3 フラン高くなります。」と書かれている。この内容は、夏のアルバム f1880-2 からは 2 フランに安くなるが、同じように掲載されている。

まだ割合は多くないものの既製品は作られ、それとともに既製品では対応できない客への配慮もなされた。これらのことは、既製服化の過渡期であることを示している。

6.3.4　mi-confectionné

冬のアルバム f1877-6 のドレスとチュニックのカタログについては、confectionné と mi-confectionné の二つの分冊がある。前者は半分以上が 100 フランより高くて最も高価な商品は 850 フランなのに対し、後者は最も高価な商品は 150 フランで、それ以外は 100 フランより安い。相対的に後者の方が安く、シンプルなデザインが多い。幾らシンプルとはいえ自分で作る分手間は掛かるが、安い方がより多くの消費者を引き付けたと考えられる。

このカタログの《mi-confectionnés の衣装とガウン》の説明文は、この商品の特徴を具体的に示している。

多くのご婦人方は縫うことができます。ただ、失敗して布を間違えて切ってしまったらどうしようと思うと、衣装を思い切って裁断することができません。そんな皆様のために当店は mi-confectionné の衣装とガウンの売場を開設いたしました。全く経験のないお客さまでも作ることができるようになりました。

布は裁断してしまえば元には戻せない上、この時代の服は現在と違って複雑で、ボディフィットが求められている。機械化は進んでいない。客がこの複雑な服を自力で作るのは、簡単ではない。それだけに仕立てを頼むと高価になる。そのような事情を、上の説明文から読み取ることができる。

調査した中で初めて mi-confectionné が登場するのは、 10 月の総合展示会カタログ 1868-4(p.6)のコスチュームである。この商品が何故「mi（半分）」confectionné されているかと言えば、「アンダースカートだけは完全につくられた」ものだからである[18]。

一例をあげると、「walking costume for ladies」という英語の商品名がついた服は、「tout confectionné されたアンダースカートと、ドレスとコスチュームに必要な布で構成されています。（下線　筆者）」とある。その下に、「ドレスとコスチューム用広幅の布 12m、用いられるアンダースカート　広幅の布 10m、22m のアイルランドポプリン　150 フラン」とある。アンダースカートは既製品なのであるから布の分量まで示す必要はないが、金額の目安にするために同様に布の分量を示していると考えられる。

最初のイラストアルバム f1872-3 の《mi-confectionnés されたドレス売場》では、頁の下の注意書きに、「全てのスカートやペチコートは前丈 106cm、後ろ丈 112cm、裾まわりは 3m」と書かれている。こちらは、下衣だけ作られている商品だということがわかる。着装を構成する組み合わせの一部が出来上がっているのが、mi-confectionné である。

冬の新作総合展示会カタログ 1871-1 の〈mi-confectionnés されたドレス、ペチコートの売場の目玉商品〉（p.19）では、mi-confectionnés は「toute faite の飾りで構成されます。全く新しい種類です。」と説明されている。

商品の内訳は、総合展示会カタログ 1868-4 よりもさらに詳しく書かれている。

1°　13m の純毛のサージ　一級の品質　65cm 幅
2°　3m20 のプリーツの布、スカート用、幅 35cm　…55 フラン
3°　7m のフリンジ(サージと同色)　チュニックとスカートのプリーツ用
4°　3m のフリンジの飾り、胴衣用

18　N.J.スティーヴンソンは、「体形に合わせたり仕上げを仕立職人が行う半既製服もあった」と指摘するが、その内容は説明されていない。
スティーヴンソン，古賀令子訳，ファッションクロノロジー，文化出版局，2011 年，p.46

「tout faite の飾り」とは、このうちのプリーツやフリンジが出来上がっている（tout fait）ということと考えられる。こうした商品を「推薦しても、し過ぎるということがありません」とアピールしている。

冬のカタログ 1872-4 〈mi-confectionnés されたドレスとスカート売場の目玉〉（p.25）の説明文でも、ドレスの装飾はすべて完全にできていて、これ以上の出費なくドレスが作れるように便宜を図ると謳われている。

さらに、ここに掲載されている以外の布で服を注文する際は、イラストアルバムの中から気に入った服のイラストを選んで番号を指定すればよいと書かれている。カタログに載っている全ての布について、全てデザインの装飾部分だけ作って送ってくれるのである。

この時代の女性服に装飾が多いことは 6.2.1 で見た通りだが、それを手づくりすることは作業の質量ともに容易なことではない。そこで、個人では作ることのできない装飾部分と布を、型紙と版画とセットで売るというビジネスが成立したと考えられる。

総合カタログ最新版 1873-2 の《スカート、ペチコートと mi-confectionnés されたドレス》のドレスのコーナー（p.125）では、装飾に使われた残りの布について言及され、下絵が描かれたり型紙が配置されたりしているという。春の新作総合展示会カタログ 1873-3 では、「布の残りは自由に使えます。」と書かれている。いずれも客が作ることを示している。

1873 年のイラストアルバムでは、夏冬ともにスカートが例外的に mi-confectionné になっている。スカートは前丈、後ろ丈、裾まわりが示されていてサイズで選ぶ既製品なので、他のカタログでは tout fait となっているが、ウエストについての記述は常にない。ウエストだけ客が自分で調節するから mi-confectionné と、このシーズンは表現したと考えられる。

冬のアルバム f1877-6 の《mi-confectionnés されたドレスとチュニック》の情報欄の下には、「当店のガウンのメーター数は、最も大きなサイズもつくることができる分量以上を保証します。」とある。どんなサイズの客でもこれを利用できるように配慮されている。

冬のアルバム f1875-4 《mi-confectionnés されたスカートとドレス》の 436 番には、「毛皮、シルクかヴェロアのリボンと裾は、この服の値段の中に全く含まれません。作られてもいません。ただ、デザインされ、刺繍されているだけです。」と断り書きがある。この商品における mi-confectionné とは、刺繍が済んでいるという意味である。

その最後の行は、「デザインと値段に大きなバリエーションがあります。」となっている。一点の商品のイラストに幾つものデザインがあるというのは、刺繍の柄のことと考えられる。冬のアルバム f1876-4 の《mi-confectionnés されたドレスとチュニック》408 番、409 番のポロネーズも、できているのは身頃に施されている刺繍だけである。

大きなサイズに合わせて刺繍をしておいて、客のサイズで仕立てるというイージーオーダーのようなアイディアは、18 世紀の男性用のベストでも見られた[19]。上着の前を開けて、

19　大体のサイズに合わせて刺繍だけされた 1760 年頃と 1855 年頃のベストの布が、「FASHIONING fashion」展に出展された。（同図録 Los Angeles County Museum of Art，*FASHIONING fashion / EUROPIAN DRESS IN DETAIL 1700-1915*,

ベストの前身頃の刺繍を見せるのがお洒落のポイントであったのであるが、ベストの他の部分は人目に触れない。そこで、見えない部分はそれほどきれいに仕立なくてもよかったのである。

冬のアルバム f1878-3 の《mi-confectionnés されたドレスとチュニック》の商品名の後には、ナンバーが振られている。同じ番号が複数回登場するので、比べてみると同じ番号の服はよく似ている（図 6-8）。番号は、共通の型紙を示している可能性も考えられる。同店が型紙をファッション雑誌に提供していたことが明らかになっていることから[20]、それらとの共用という可能性も考えられる。

カタログに掲載されている服は、100 フラン以内で買える商品が多く、室内着は 10 フランしない場合が少なくない。500 フラン以上の商品は初期には数点しかなく、1870 年代の後半になって 5～10 点程度が掲載されるようになる。冬のアルバム f1877-7 が一番多く 10 点である。しかし、1880 年代に入ると 500 フラン以上の服は再びほとんどなくなる。全体の中では、冬のアルバム f1880-3 に 1,500 フラン～2,000 フランという非常に高価な商品が 1 点見られるだけである。

この価格を全体として見るとオートクチュールから比べれば安いに違いないが、前述のように当時の日給や月給から考えれば決して安易に買える額ではない[21]。百貨店が、それを

図 6-8　1878 年冬≪一部コンフェクショネされた衣装》

left:左の fig.517 と right:右の fig.520 は、いずれも商品名の後に、No.11 とある（右図参照）。

どちらも、上衣にヨークとプリーツがあり、スカートのデザインもほとんど同じである。

(Bibiliothèque des Arts Décoratifs, Paris, Collection Maciet)

DelMonico Books，Munich，2010，p.129, 151

20　Piedade da Silveira，*Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995，p.21

21　松田祐子，第 2 章，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，p.58

幅広い層に売ろうとすれば、客にそこまでしても買いたいと思わせる様々なアイディアが生み出されなければならなかった。

難しいところだけを店側が提供するというのは、既製服とはいかないまでも、少しでも合理化しようとする工夫である。これは、婦人服製造の発展途上の一形態である。

6.3.5　coupe

12 月展示会カタログ 1873-8 に〈ドレスの coupes（裁断）〉というコーナーがある(p.6)。これは、布を買えば裁断までしてくれるというサービスである。3 点だけであるが、その下に「最安値で販売」とある。12 月の展示会カタログ 1874-5 には、〈お年玉のキャンペーン〉として、「3.5m から 6m のドレスの裁断」と出ている(p.16)。対象となるドレスが決まっているわけではなく、布の長さによって値段が変わるのは、布を大量に使用するこの時代ならではと言える。12 月 1 日付け 1875-6 や『ラ・モード・イリュストレ』誌 1876 年 12 月 10 日号のバーゲン・カタログにも、このサービスがある（pp.6-7）。

この商品が見られるのは、偶然とは思われるが 1873～1876 年の 4 年間に連続して確認できる年末のカタログだけである。価格の安さからみて、縫製代は入っていないと想定される。年に一度のサービスと想定されるが、やはりまだ既製服が簡単にできない時代の婦人服ビジネスの一形態と考えられる。

6.3.6　disposé

これも 12 月のカタログであるが、1875-5 には、《faits になっているスカートとペチコート、mi-confectionnés されたドレスと disposées されたチュニック》(p.9)というタイトルが見られる。disposé の元の動詞である disposer は、「配置する、準備する」という意味である。断定はできないが、布に型紙を配置するという意味であると考えられる[22]。この売場では、これら 3 つの販売形態による 3 アイテムが売られている。

これまで考察してきたことの繰り返しになるが、スカートやペチコートは既製品がある程度可能でも、ドレスはそれが難しいので、装飾の部分だけ既製品にする mi-confectionné というシステムで流行のデザインのドレスを自力で手に入れる。

しかし、チュニックのような上物は仕立が難しいから、リーズナブルに手に入れようと思ったら自分で作るしかないが、それでは新しいデザインを取り入れることが難しい。パーツも単純ではないので、下準備をしたものを送って貰えると客はありがたい。これが、disposé というサービスである。

6.3.2 で取り上げた版画と型紙を送り、見本も送るという 1868-2 に見られる提案は、下準備だけしてくれるというサービスの初期のものと考えられる。

22　フランスのファッションの教科書にも、disposer がこの意味用いられている。
Olivier Gerval，Chapitre V，Studio et Produits，Éditions Eyrolles，2007，p.158

6.3.7　まとめ－女性服の作られ方と売られ方－

1860～80 年代の女性服には、ひとくくりにはできない複雑な販売方法があったことがわかる。それは年々、またシーズンによっても、同じアイテムでも様々な形で提供されていた。

主には 3 つの段階があった。まずは、寸法と客の服によって調整する商品で[23]、自分のサイズを少なからず申告しなければならない。その上、アイテムによって求められる採寸箇所が異なっている。胴衣も送らなくてはいけない。

上に着るジャケットやコート類は布地も厚く、それを型崩れしないように、また見栄え良く作るのは、自作では難しい。以前とは違って、顧客が最新流行の型を手に入れられるようになったというところに、このビジネスモデルの意味があったのである。当時は、顧客も服に必要なサイズ情報を自覚していて、それを送ることを厭わなかったと考えられる。

次の段階として、難しいところだけ既製品を使う mi-cofectionné があった。いちから作るよりは格段に簡単に作れるというメリットに加え、カタログから選ぶことで、都会の店に行かなくても最新ファッションを享受することが可能になったのである。

そして、ほぼ完成品といえる商品も少数存在した。

現在の意味での既製服がまだ流通していない時代に、百貨店は様々なアイディアで客を引き付けようとしたのである。共通するのは、百貨店が売ったのはデザインだったということである。だからこそ、総合カタログ 1872-1《ご婦人用のコートとコンフェクション売場》（p.15）の「コートとコンフェクション」で、「フランス国内はおろか外国からも沢山のお店の方が見本を買いに来られます。」と説明されているのである。

6.4　製造法以外の特徴

6.4.1　女性のための「黒服」の販売

本研究で対象としている時代は、TPO が厳密になった時代と言われている[24]。総合カタログ 1874-1 の《喪服の規則》（p.42）の冒頭には、以下のように書かれている。

> La Mode qui, depuis plusieurs années, persiste à favoriser les toilettes noires, même en dehors du deuil, oblige celui-ci à se montrer plus rigoureux qu'an temps où une robe quelconque, pourvu qu'elle fût noire, était un signe de deuil.
>
> この何年か、喪中以外の時でも黒い衣装を特別扱いすることが続いているため、黒い服でありさえすれば何でも喪服になった時代よりも、喪服の規則に正確でなくてはいけなくなっています。

23　これを注文服として、太田茜がアメリカの事例を研究している。「1890 年代アメリカの婦人雑誌委見る衣服の入手方法」，国際服飾学会誌，No.31，2007，pp.32-42

24　石上美紀，4 章，世界服飾史，美術出版社，2010 年(1998 年)，p.129

喪服以外にも黒い服が流行しているから、喪服の規則が難しくなっているというのである。ナントのカタログ 1878-1 の《喪服売場》(p.11)で、カシミアの黒の美しさとしなやかさを強調したり、《喪服のための布》(p.12) の〈黒いショール〉のコーナーで、同店のショールの黒味が全ての布の黒と調和すると説明していたりするのは、それに答える商品であると強調するためと考えられる。黒と言っても、布の素材によって色味の深さなどがかなり異なる。そのようなことにまで配慮されるほど、黒は関心の高い色だった。

服装における黒の意味については、ジョン・ハーヴェイが『黒服』を著している。この中で、彼は 19 世紀における男性服の無彩色化に注意を向けているが[25]、第 6 章は「黒服の男と白いドレスの女と」と題されている。その中でハーヴェイは、1872 年の黒い乗馬服の女性の版画を取り上げつつ、「しかし全体的にみると、黒の採用は女性服では例外に属し、黒が標準化したのは男性服の領域だけだった。女性服はまだ圧倒的に明るい色だった[26]」としている。現存する当時のドレスからも、黒の特別な志向は見られない。

しかしペローは、「多くの女性たちも、しばらく前まではまるで喪服姿だったのだ」という、ハーヴェイとは逆のミシュレの考えを紹介している。女性が以前よりも黒い服を着なくなったというのである。一方で彼は、裕福な人間にとって日曜日が黒服をひけらかす口実になっていたと指摘する[27]。

深井はルノワールの絵について、「ここで女性たちが着ている黒服は、自分を埋没させる地味な黒の服『喪服』ではない。彼女たちが着ているのはこの時期の『流行』である」という[28]。他にも、市民生活を描いた絵画には 1880 年代以前から黒い服の女性が多く描かれている[29]。

これらを考え合わせると、当時黒い服が流行していたといえる。黒い服が流行したことに喪服の影響があるという説もある。夫を 1861 年に亡くしたイギリスのヴィクトリア女王が喪服を愛用したからだというのである[30]。

5.3.2 で見たように、同店のオリジナル素材については、どれも「黒」ということが謳われている。表 3-4 に示したように、イラストアルバムに掲載の多い上位 10 アイテムの中で

---

25 ジョン・ハーヴェイ，太田良子訳，第 6 章，黒服，研究社，1997 年，pp.315-362（John Harvey，*Men in Black*，Reaktion Books, London，1995）

26 ハーヴェイ，同前，pp.329-331

27 フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.107, 112

28 深井晃子，第 4 章，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年，p.121

29 例えば、「マネとモダン・パリ」展（三菱一号館美術館 2010 年 4 月 6 日- 7 月 25 日）では、1862～81 年の作品で、黒い服の女性が 11 点、黒以外でもグレーの服の女性が 6 点、茶色の服の女性が 4 点に描かれており、濃色の無地が目立つ。
また、「カイユボットー都市の印象派」展（ブリヂストン美術館　2013 年 10 月 10 日- 12 月 29 日）では、同時代に女性が描かれた作品 7 点のうち、黒が 5 点、黒とグレーが 1 点、グレーが 1 点である。

30 深井，第 7 章，名画とファッション，小学館，1999，p.99

はスカートの多さが際立つが、冬のアルバム f1876-4 の《スカートとペチコート》では、基本色は黒のみである。冬のアルバム f1873-5 では、スカートは黒以外は 1 点のみである。冬のアルバム f1875-4 では、黒とグレーの縞柄 2 点と色名がない【ラシャ・シクロープ】製 1 点以外は、黒である。

合成染料が登場して黒を容易に深く染めることができるようになった時代に、女性たちは現在と同様に何にでも合う便利な色として黒を求めていた。スカートは、必ず何らかの上衣と組み合わされて普段着や仕事着として着用される。黒を選ぶのは、着回しが利くようにという配慮があったと考えられる。

百貨店はこの流行に乗り、黒服ばかりを販売し、黒服の流行を促進した。黒という色が男性のみならず女性にも、19 世紀後半から喪服にも喪服以外にも多用されてきたということを、印刷メディアから確認することができる。

黒布が大量に織られ販売されて黒い服の人気が高ければ、6.2.1.4.2 で見たように、価格も黒の方がほかの色よりも安くなるのである。

6.4.2　魅力の付加

6.4.2.1　シンプルなデザイン

最初のカタログ 1866-3 には、「コンフェクションのサロンは最も新しく最もエレガントで最もリッチで、最もシンプルな形を提供します。それは丁寧に裁断され、きちんと仕立てられ、細心の準備がなされた商品を手に入れるために、今皆様がコートに出してもよいと思う値段です(下線　筆者)。」と書かれている。

上等なドレスに装飾が夥しくついている時代のこの記述にはシルヴェイラも着目し、著書に引用している[31]。このアピールからは、装飾過多でなくなりシンプルな服が好まれる現在のファッション感覚につながる価値観を売りにしていたことがわかる。

冬のカタログ 1867-1 の《コートとコンフェクションの売場》(p.9) には、「衣服の値段は、飾りの豪華さや刺繍の細かさによって決まります。ですから、リーズナブルなコンフェクションの服は最もシンプルであるというだけで、仕立てが悪いというわけではありません(下線　筆者)」と断り書きがある。この文章は、前年の『ラ・モード・イリュストレ』誌の別冊カタログにも見られる。まだシンプルなデザインが必ずしも評価されていたわけではないから、印象を良くしようという工夫である。

総合展示会カタログ 1868-2 の《仕立て済みの絹のドレス》(p.25) は、「当店は今シーズン、最もシンプルなものから最もエレガントなものまで、長いベルトの豊富な品揃えがあり、並はずれてお買い得であることをお伝えします」と結ばれている。

他にも、「シンプル」は「豪華な服」(1871-2 の序文) や、「豪華なデザイン」 (1873-1 の《仕立て済みのガウンとドレス》p.55) 、「優雅」(夏のアルバム f1877-2 の《一部コン

---

[31] Piedade da Silveira, *Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*, Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris, 1995, pp.28

フェクショネされたガウンなど》)、「良い趣味」(ナントのカタログ 1878-1《新作の布売場ルーヴル百貨店限定の豪華な新作》(p.8) と結び付けられて使われている。

店が服を合理的に作るためには、服がシンプルであった方が良い。客からすると、流行を楽しみたいと願っても、それを思いのままの豪華さで実現することは難しい。リーズナブルに流行を享受するための新しい市民的な感覚として、新しくてシンプルなことを良しとする美意識をこれまでにない魅力として、百貨店の側から提案したと考えられる。

6.4.2.2　装飾的なデザイン

1870-7 の表紙は、4.3.1 に示したように「ルーヴル百貨店の大拡張　特別カタログ　手芸材料　縁飾りの材料 - リボンとパリのおしゃれな小物　特別な入口　サントノレ通り 4 番ゲート　3 月 7 日にオープン　1870 年」となっている。売り場の落成式に合わせて、副資材と小物ばかりの特別なカタログを出版したのである。

度々述べるように、この時代のドレスにはリボンや縁飾り、フリルなど様々な装飾がつけられている。それゆえ装飾品だけでも 1 つの売場を構成することができたのである。こうした売場があるということは、既製品を買わないで自分で服を縫ったり仕立てに出したりする客が多かったことを示す。もちろん既製服が普及している今日でも、自分で仕立てることに楽しみを感じたり、サイズなどの理由で仕立服を着る人もいる。しかし装飾品の売場が充実しており、それがカタログの謳い文句になるということは、まだ多くの女性を満足させられるだけの既製服が販売されていなかったということの証になると考える[32]。

このカタログでは、「装飾は服装の中でとても重要な役割を演じます」と指摘されている (p.20)。百貨店が成功するには、臨機応変にシンプルも装飾過多も打ち出すことが必要だったのである。

具体例として、冬の総合展示会 1871-1 の《新作の布》の中で、フリンジを提案している。「良い趣味を求める奥様方に、フリンジのメリットを繰り返す必要はないでしょう」「これほど格安な条件で素敵な衣装をつくることはできません」「装飾を形作る裾につけるフリンジは、飾りに代わるものです。通常では、衣装を作るのはとても高くつきます」などと繰り返されている。

《手芸材料、リボン、縁飾りとパリのおしゃれな小物売場》(pp.54-55) の終わりにある《縁飾り売場》では、「全ての種類の飾り、フリンジ、縁飾りとジェット (黒い石)、鉤針編みの材料の最新モデルと最も豪華なデザインの飾りが並んでいます。」と案内されている。4.6.1 で見たように、これらには「独占所有権」があり、「パリ風」を表すとも書かれている。

32　北山の指摘に関しては、1.4.2 を参照。
フィリップ・ペローも、婦人服の工業的生産はまだ無理だったとしている。
ペロー，大矢タカヤス訳，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差異構造，文化出版局，1985 年，pp.101-102

こうした提案は、装飾がいかに必要不可欠かを客に認識させるばかりでなく、客にとって装飾だけ作ってくれる一部コンフェクショネされた商品を注文すると便利であることの裏付けにもなる。

6.4.2.3　流行のシルエット

冬のアルバム f1875-4 の《一部コンフェクショネされたスカートとドレス》の 426～429 番の下には、「当店のイギリス・ヴェロアのスカートは全て、後ろに 2 つの盛り上がりがあり（イラストには後ろ側は描かれていない）」と、また 432 番は、「パットとトレーンのつくスカート」と書かれている。両者は、お尻の出っ張りを強調する新しい流行を説明している（図 6-9）。

冬のアルバム f1876-4 の《スカートとペチコート》の 232 番は、スカートだけと、それに「半トレーン」がついた状態との両方を売っていて、それぞれのサイズを示している。トレーンがつくと、スカート周りが 10cm 広くなる。

236～239 番と 240～243 番のそれぞれの頁の下には、二つの注意書きがある。そのうちの一つは、全てスカートの後ろ身頃には、経地を使っているということである。布は使う方向によって性質が変わるので、ドレスのシルエットの美しさに影響が出る。

流行のシルエットを客に知らせるための情報がこのようにいちいち示されることで、商品の差異化が行われ、魅力がアップするのである。

図 6-9　1875 年冬
《一部コンフェクショネされたスカートとドレス》
左が fig. 432　パットとトレーンがつくスカート
（文化学園大学図書館蔵）

6.4.2.4　流行の顕在化

最初のカタログ 1866-3 の《アンディエンヌ（インド更紗）の売場》（p.10）の説明文の最後は、「今最も人気のあるデザイン」という文言で締めくくられている。最新版 1872-1 の《クリノリンとトゥールニュールの特設売場》（p.148）に掲載されている鉄製のトゥー

ルニュールは、「今シーズン最大のヒットと言われています。」と書かれている。《婦人帽売場》（p.168）には、帽子が衣装のディテールにぴったり釣り合って調和していることが、「今どきの流行の法則である」と説明されている。「人気」や「ヒット」、「流行」で消費者を煽っているのである。現在の通信販売カタログやファッション雑誌にも、同様の表現は見られる[33]。

「流行」と述べるだけでは足りない。夏のカタログ 1868-3 の《トゥールニュールとコルセット売場》には、「流行に正確に従うことを信条にしています」という表明がある（《新しい布の売場》(p.5)の変わり織の布）。冬のアルバム f1877-6 では、流行に従うだけでなく流行を予測することに力を入れているとアピールしている。

具体的に、カタログからは以下のような流行が確認できる。

冬のアルバム f1875-4 の《婦人帽と頭飾り》は全部で 20 点あるが、8 点は鳥の剥製で飾られている（図 6-10）。またセーラーカラーの子供服が、夏のアルバム f1881-6 には 18 点見られる(図 6-11)。

図 6-10　1875 年冬《婦人帽と頭飾り》

fig.204　丸い帽子（鳥の剥製の飾り）

（文化学園大学図書館蔵）

図 6-11　1881 年夏《少年の服》

fig.637-639　セーラー服

（Bibliothèque nationale de France）

6.4.2.5　メンズライクなファッションの提案

冬のアルバム f1873-7 の《コートとコンフェクション》や《出来ているドレスとガウン》の衣装のイラストからは、メンズライクなデザインが多いことが確認できる。前者の数々のアイテムの中で「ジャケット」とされた商品は、テーラードカラーで短い丈の上着を指

33　2015 年 9 月号『Cancam』(小学館）には「秋、これゼッタイくる」が、同『ViVi』（講談社）には、「夏　流行ってるものまるわかり」、「秋、流行るもの大予測」、「ハヤリの美容ネタすべて」という特集が掲載されている。

すことが多い。この頃に男性服の日常着はテーラードスーツに定型化され、女性服が二部形式になっている[34]。こうした時代に、女性服に男性服の要素を取り入れる流行が生まれ、ルーヴル百貨店も積極的にこれを提案したのである（図 6-12）。

夏のアルバム f1880-1 の《コートとコンフェクション》では、テーラードカラーをはじめ、ますますメンズライクなデザインが増えていることが確認できる。中には、{ルーヴル－ジェントルマン}という商品名もあり、メンズライクであることをアピールしようとしていたことを示す。

冬のカタログ f1882-5 の《狩猟用ジャケット売場》では、現在の商品と変わらない着心地の良い既製品のカーディガンが紹介されている（図 6-13）。機能的な二部形式やボタン留めなどが増えたことは、6.2.1.1 で見た通りである。

図 6-12　1873 年冬　《コートとコンフェクション》
右が fig.30　アビ（男性用の上着）型ジャケット
（文化学園大学図書館蔵）

図 6-13　1882 年冬　≪狩猟用ジャケット≫
fig.2007　カーディガン　高品質の最新作
（Bibliothèque des Arts Décoratifs, Paris, Collection Maciet）

6.4.3　ファウンデーションの販売

1860～80 年代は、コルセットとクリノリン（スカートを広げるための下着）やバスル（尻当て）などを使用していた時代である。このようなファウンデーション（土台となる下着）は、多少は当時のファッション雑誌に登場することがあり[35]、少なからず現存している。また、時には画家によって描かれた娼婦がそれらを身につけているということもある。しか

34　石上美紀，4 章，世界服飾史，美術出版社，2010 年（1998 年），p.123

35　石山彰，「ラ・モード・イリュストレ」，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

しアウターのように多くの情報があるわけではなく[36]、そのビジネスに関しては研究が進んでいるとは言えない[37]。しかし、カタログには毎号必ずこうした商品が掲載されており、説明文や情報によってファウンデーションのセールスポイントが理解できる。

これらは、当時の西欧の女性服には必要不可欠である。服をカタログで揃える客にとっては、ファウンデーションを一緒に求めることができることは便利で合理的である。

シルヴェイラは、1866 年のコルセットの販売に関して、同店が 1 日 400 ダースのコルセットを作ることができるので全ての注文にすぐに答えることができること、その注文は田舎や外国の商店から送られてくることを指摘している[38]。

同じ年のカタログ 1866-3 では、《頭飾りの売場》（pp.41-42）と〈トワル（平織りの綿布[39]）〉（p.20）に、クリノリンが掲載されている。〈トワル〉の欄には「鉄製のスカート枠」という表現が、〈頭飾り〉には「スプリング」という表現が出ている。クリノリン自体は、馬の毛を織り込んだ麻布のことである。元々はこの固い布で下スカートをつくっていたため、クリノリンがスカート枠を指すようになったのである。針金製のクリノリンが登場して、簡易にスカートを広げられるようになった。スプリングとは、針金の輪のことと考えられる。輪の数で値段が変わるということがわかるのは、実用的なカタログならではである。クリノリンを注文するための採寸についての一文もある。

このクリノリンは、「トムソンのアメリカ式の籠」というタイトルになっており、次頁には「新しいコルセット（トムソンの特許）」とある。トムソンは、イギリスのメーカーである[40]。コルセットの紹介欄には「ルーヴル百貨店だけの登録」と断りがしてある。海外ブランドとの提携まで行っていたことが確認できる。

そこには、以下のような売り文句が並べられている。

> 製法の完全な革命「コルセット・ガン（ぴったり合うコルセットの意）」、特許取得、全く信じられないお安さです。上半身を締めつけずに発育を自然に止めて、努力せずに優雅さを保ち、衛生学的経済学的に見て最も偉大な進歩であると断言します。これは、コンフェクションです。

---

36 フィリップ・ペローは、「モード新聞や百貨店のカタログを大っぴらに飾るのを道徳的秩序が許容するには下着はあまりに扇情的であり、その図解は第 2 帝政下ではますます稀になり、ただおずおずとある種の絵画、あるいはもう少し大胆に風刺画の中に残るだけであった。」としている。
ペロー，大矢タカヤス訳，第 9 章，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差異構造，文化出版局，1985 年，p.203

37 京都服飾文化研究財団で 2014 年 9～12 月に行われた展覧会「コルセットの世界」では、コルセットメーカーの情報と現存のコルセットを分析した研究成果が発表された。

38 Piedade da Silveira，*Les Grands Magasins du Louvre au XIXe siècle*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995，p.30

39 大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.317

40 註 37 の展覧会に、トムソン社の 1880 年代後半のコルセットが展示された。

現在では、発育を自然に止めるコルセットというものがあったとしてもからだに良くないと考えられるが、当時の女性たちの心をくすぐる言葉であったということになる。

春の総合展示会カタログ 1868-2 には、《クリノリン売場》が新設された（p.30）。ほとんどは「クリノリン{マリー・アントワネット}」という商品である。「最新流行のファッションに必要」で、ドレスにぴったり合うと説明されている。

1870年春と1871年冬の総合展示会カタログ 1870-4、1871-1 の《コルセット売場》(p.30、p.35）に紹介される〈本心を表さない人〉は、その下に小さな文字で「クリノリン・ペチコート」とサブタイトルがあり、以下のように説明されている。

> この新しいクリノリンは、非の打ちどころのない裁断で、今までのどんなクリノリンとも異なり、鉄が具合よく配置されていて、巧みに結合されています。歩きやすさと優美さを取り戻すやり方で（スカートの広がりを）後ろに集めて、ペチコートの前を開放するのがわかるでしょう。

1820年代に始まるロマン主義の流行に呼応するように広がり始めた女性服のスカートは、1860年代に至るまで拡大を続けた（図6-14)。1850年代半ばにはクリノリンに針金が使用されるようになるが、1860年代後半にはその広がりに限界が訪れる。するとスカートの広がりの中心が、後方に移る（図6-15)。こうしたシルエットの変化を、売る側が巧みに商品に活かしていたことが確認できる。

〈本心を表さない人〉の次には、1870-4 では〈魔法〉、1871-1 では〈目に見えないもの〉という商品が掲載されている。どちらもルーヴル百貨店の特許取得と所有権が謳われ、外からは見えないが魔法のようにシルエットを整えてくれる必需品ということを言うためのネーミングと考えられる。

left: 図6-14
『ラ・モード・イリュストレ』誌
1863年2月16日号
（文化学園大学図書館蔵）

right: 図6-15
『ラ・モード・イリュストレ』誌
ルーヴルのドレス　1867年
pl.17
（文化学園大学図書館蔵）

1870-4 と 1871-1 のどちらでも次に紹介されるのは〈支配者〉であるが、サブタイトルは「トゥールニュール（腰当て）」である。これは 1870 年頃から始まる流行のシルエットをつくる下着で、スカートを広げずに後ろ腰だけを出っ張らせるバッスルスタイルにするためのファウンデーションである。＜支配者＞という命名は、次に流行を支配するものであると女性たちに印象づけるためと考えられる。

この半頁に、その時の流行である後期クリノリンスタイルの下着と、次の流行であるバッスルスタイルの下着が並んでいる。1870 年が流行の過渡期であり、百貨店は流行品も流行遅れの品も売っていることが確認できる。

2 年後の最新版 1872-1 では、《クリノリンとトゥールニュール（腰当て）の特設売場》（p.148）に、7 点トゥールニュールが紹介された後に 6 点のクリノリンが紹介されている。既に流行の終わっているクリノリンも、いまだ掲載されるだけの需要があったのである。流行の終わったファッションを雑誌で見ることはないが、急に流行が切り替わるわけではないことが百貨店のビジネスから確認できる。

しかし、説明文はトゥールニュールが中心となる。それは鉄でつくられていて、これまでのものとは全く異なると説明されている。この器具は様々な素材で作られたが、針金製の籠状のものやコイル状のものが現存している。このカタログでは、鉄製ということがアピールすべき新しいアイディアだったと考えられる。

さらに総合カタログ最新版 1873-2 の《トゥールニュールとコルセット》（p.128）では、トゥールニュールが今シーズンのドレスを「支える」ために欠かせなくなったと述べられている。スカートを変わった形に膨らませたり広げたりした状態で保つことは、下に形を支えるものがないと不可能である。新商品の説明文では、アピールしようとする言葉の中に商品の意図が表現される。機能が的確に表現されているカタログの説明文によって、この商品を「支え」として販売していたことが明らかになる。

売場の名前から、クリノリンはなくなった。カタログから、年々少しずつ流行が移っていくことが確認できるが、カタログの文章が客に変化を促しているという一面もあると考えられる。

総合カタログ 1874-1 の《身の回り品》の〈トゥールニュール・ペチコート〉（p.123）には、高いところまでフリルのついたタイプと、トレーン（引き裾）の付くタイプが掲載されている。完全にトゥールニュールに移行すると、今度はそれをより多く売るために、一アイテムの多品種化が始まるのである。

12 月のセールのカタログ 1875-5 では、〈トゥールニュール・ペチコート〉が囲みで紹介されており（p.17）、「長いトレーンのドレスは、衣装を軽くするために欠かせないトゥールニュール・ペチコートによって形作られます。」と説明されている。トレーンは、それでなくとも大仰なドレスの重さをさらに増やす。そのシルエットを保つには、スカートの中を布で膨らませる必要がある。新しいファウンデーションは、重さを軽減しながらシルエットを作るのである。

冬のアルバム f1876-4 には、「トレーン・ペチコート」と、「トゥールニュール・ペチコート」にトレーンを付けるという、二つのアイディアが紹介されている。そして、「この新しいシステムは、ドレスを完ぺきに支えるためのもの（下線　筆者)」とその役割が、ここでもはっきりと説明されている。

イラストカタログにファウンデーションが表われるのは、調査した範囲ではトゥールニュールが 1876 年から、加えてコルセットが現れるのはその翌年からとなる（図 6-16、17)。

ファウンデーションの販売は、カタログだからこそ堂々と取り扱えるビジネスである。他のメディアでは見られないカタログならではの宣伝文句によって、ファウンデーションの役割が確認できる。

図 6-16　1877 年冬
《トゥールニュールとコルセット》
fig. 703-708　トゥールニュールのいろいろ
(Bibliothèque nationale de France)

図 6-17　1877 年冬
《トゥールニュールとコルセット》
fig. 711, 712　コルセット
(Bibliothèque nationale de France)

6.4.4　付加価値をつける情報

カタログでは、それぞれの商品のイラストの下にアイテム名を最初に表示している。これまでにも見てきたように、そこに商品名がつくことがある。例えば、イラストアルバム創刊号の帽子の No.5 は Chapeau Charlotte Cordy と記され、アイテム名「帽子」に、{シャルロット・コルデー}という名前がついている。コルデーは、フランス革命期に政治家マラーが入浴しているところを暗殺した女性である。

商品名は、イラストカタログだけで延べ数にして 1872 年夏から 1882 年冬の 17 シーズン全体で 196 点となる（表 6-1)。商品名にはコルデーのようなさまざまな人名を含む固有名詞が多く使用され、主に《コートとコンフェクション》の商品と男性用ネクタイにつけられる。しかし、本研究では女性服を中心としているので、男性用ネクタイは扱わない。

商品名には、その商品などとの関係があまり明確でない人名も見られる。その場合、そうした人名や地名は元の情報とは切り離されて商品名に利用されていることになる[41]。固有

41　ピエール・ノラの『記憶の場』では、歴史的な記憶がそれ自身とは関係なく、後の時

表6-1　　イラストアルバムに見られる商品名　　（点）

商品名	（同定できた項目）	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
aissé	エセ	1													
Alsace-Larraine	アルザス-ロレーヌ	1													
Alsacien	アルザス人														
amazone	乗馬する女性											2			
Amélie	アメリ										1				
anglaise	イギリス風の						1		1			7		1	2
Annie	アニー	1													
aurore	ルーヴルのオーロラ								1						
baby	赤ちゃん											1			2
bain de mer	海水浴		1												
Barbe	バルバラ							1	1			1	1		
bebe	赤ちゃん											1		1	
le bonheur du jour	一日の幸福						1								
breton(ne)	ブルターニュの					2	5	1	1	1	1	2			
bourgeois	ブルジョワ	1													
Buckingham	バッキンガム											1	1		
Carlotta	カルロッタ										1				
Carmen	カルメン										3				
cephyse		1													
Charlotte	シャルロット											1			1
Charlotte Corday	シャルロット・コルデー	1	1									1	2		
chatelain	城主	1													
Chinois	中国人	1									1				
christane		1													
Clementine											1				
collégien	コレージュ風の														
conquête	征服	1													
coquette	コケット	2						1							
Dauphin	王太子											1	1		
Devriés			1												
Diadème	王冠							1		1					
Dolman	肋骨飾り月軍服								1	1					
Dona Maria	マリアさん		1												
Dona-Sol	エルナニの恋人								1						
Douairière	上流階級の老婦人									1		1			
duchesse	侯爵夫人								3			7			
Écossais	タータン				3					3		1			1
Edile	市長												1		
élégant	エレガント	1													
Estelle	エステル	1													
Etole	ストラ												1		
Etretat	エトルタ												1		
Éva	イヴ？														1
fleurette	小さな花	1													
Gabriel	ガブリエル（男）		1								1				
Gabrielle	ガブリエル（女）	1									1				
Gentleman	紳士												2		
Georgette	ジョーゼット										1				
Graziella										1					
Henri Ⅲ	アンリ3世									1					
Hernani	エルナニ										1				
Houppelande	ウープランド							4							
Indiana	インディアナ												2	6	
Inès	イネス	1											1		
Isabelle	イサベル								1		2				
Italienne	イタリアの												1		
Jeannette	ジャネット/十字架						1								
Lauzun	ローザン館	1													
La Vallière	ラ・ヴァリエール夫人					3	16	8	8	7	4				1
laveuse	洗濯女								1						
Lesbia	レスビア島							1							
Léonie											1				
Lina											1				
LouisXV	ルイ15世				1		1	1	1				3		
Louis XVII	ルイ17世										1				
Louis XVIII	ルイ18世										1		1	1	1

代に利用されていることが研究されている。

ノラ，谷川稔訳，「『記憶の場』から『記憶の領域』へ　英語語版序文」，記憶の場－フランス国民意識の文化＝社会史　第１巻　対立，岩波書店，2003 年，p.15

商品名	（同定できた項目）	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
Louvre	ルーヴル	1							2		1	2	5	2	1
Louvre-Gentleman	ルーヴル-ジェントルマン												1		
Lucette	18世紀のコメディ										1				
MacGrégor	マクレガー	1													
Maintenon	マントノン		1												
Mancini	マンチニーニ家（伊）									1					
Marguerite	マルグリート	1									1				1
Marie-rose	マリー・ローズ	1													
Marion Delorme	ユゴーの小説		1												
Médicis	メディチ						1	1	1						
Marie-Louise	マリー・ルイーズ												2		
Marin	海											7	6	3	1
Marmotte	マーモット											1	1	1	
Mascotte	マスコット													1	
Mauresque	ムーア人の												1		
Medaillon	メダイヨン												1		
Montomorency	モンモランシー	1													
Montecarlo	モンテカルロ										1				
Montespan	モンテスパン侯爵夫人											1	1		
Monpentier	モンパンシエ												1		
mousquetaire	マスケット銃兵	1						1	1	1	3	4			
Mouchy	ムーシー	1													
New-Market	新しい市場														
Niniche										2			2		
Nitza											2				
Officier	士官												1	2	1
Ondine	水の精	1													
Ophélie	オフェリー		1												
Parisien(ne),parisien(n	パリジェンヌ、パリの	1	1				1	2	5	1	2	7	3	4	1
paysan(ne)	田舎風、農民の						1								
Persane	ペルシャ人											1			
pérouse	ペルージア人										1				
pompadour	ポンパドゥール											2	1		
pomponnette	玉房のついた														
président	大統領										1				
primavère	桜草	1	1												
princesse	プリンセス	2					2	1	3	1		1			
princesse de Bagdad	バグダッドの王女						1		1				1		
princesse de Galles	ウェールズの王女												1		
Princesse Louise	ルイーズ王妃	1									2				
Raguse	シチリア島の都市												1		
Raphaël	ラファエロ												1		
Le Ravissant	美しい人														
Regina	ラマルタンの小説												1		
Renaissance	ルネサンス										2		2		
Richelieu	リシュリュー							2	2	1			2		
rival	ライバル	1													
Robespierre	ロベスピエール										1	1	1		
Roi de Rome	ローマ王										1	2	4		
rose-marie	ローズマリー	1													
Russe	ロシア		1			9	1	1				4	1		1
Saint-Étienne	サンテチエンヌ								1		2	2			
(St-Ètienne)	サンテチエンヌ					1		1		1					
Sarah	サラ										1				
Sarah-Bernhardt	サラ・ベルナール										1				
Sévigné	セヴィニエ夫人						1								
Sibérienne	シベリアの女											1			
Simplet	シンプル？										1				
sultane	スルタンの妻	1													
sylphe	空気の精	1													
Touriste	旅行者												1		
Trouville	トルヴィル（海水浴場）							1	1	1			1		
Van-Dyck	ヴァン・ダイク							2	2	2					
La Vicomtesse	子爵夫人									2					
Grand Vicomtesse	大子爵夫人	1								1					

名詞によって、商品に付加価値を与え、商品の魅力を増しているのである。商品名を付けていることに関しては、T-ヴィテュがコンフェクションの老舗であるガジュラン店が新作の布に名前を付けたのを、その発案者の一人だと指摘している[42]。その後は、コンフェクションやヌーヴォーテ(新商品)に女優や女王、場所の名前がつくようになったとし、それは「時事的な話題や極度に膨らませた幻想にもとづく想像力」を利用して付けられていると述べる。また意味論を研究する対象としてファッション用語を分析したバルトは、「買い手の経済意識を煙に巻くために、対象[もの]の前にイメージや理由や物を創りだす必要がある[43]。」と指摘した。徳井淑子は、服の名前にどこそこ風という表現が多いことについて、「それらの特徴が衣服の形や飾りのどこにあるのかというより、むしろそのようなことばでファッションを語ることを楽しんでいるように見える[44]。」と述べている。

しかし、商品名に関する研究は行われていない。そこで、本項では商品名に関するルーヴル百貨店の戦略を分析する。情報欄の中の地名以外の固有名詞も検討する（表 6-2）。5 章同様に、本研究では商品が具体的に確認できるイラストアルバムを中心に分析した。そこに、文字情報のカタログからわかることを逐次加えている。中には、通常表記されているはずのアイテム名がなく、商品名しか載っていないという場合もある。これほどの数があるだけに、一度しか使われない商品名も少なくない。ごく少数、同じ表現の表記違いという場合もある。たとえば「聖」を表す saint と st.などである。

この項では 5 章同様に、商品名をカタログ掲載の表記を初出時に併記する。

6.4.4.1　地名

地名は素材にも多用されたが、商品名にも登場する。例えば、普仏戦争終結の翌年に発行された、イラストアルバムの創刊号 f1872-3 では、商品名に{アルザス-ロレーヌ Alsac-Lorraine}、情報欄に{アルザス、フランス、ロレーヌ Alsace, France, Lorraine}が見られる。普仏戦争直後の創刊号ということが背景にあると考えられるが、十字架のペンダントヘッドとピアスのセットという他にはない商品で、この時一度きりである。ここに、国境の変化もビジネスに活用しようとする姿勢が見られる。

一方、ドイツの地名は素材の修飾語同様に、{ザクセン}が見られるだけである。普仏戦争直後のフランスの人々の心境を、ルーヴル百貨店が酌んでいる可能性がある。

イギリスについては、『ラ・モード・イリュストレ』誌の買物ガイド（1874 年 4 月 12 日号）の 2 頁目の上着が{ロンドン - ルーヴル London-Louvre}と名付けられている。5.4.1 で

42　Françoise Tétart- Vittu，“Le magasin des grâce”，A la mode de Paris，A*u paradis des dames nouveautés modes et confections 1810-1870*，Paris-Musées, 1992，p.35

43　ロラン・バルト，佐藤信夫訳，前書き，モードの体系，みすず書房，1992 年（1972 年），p.8

44　徳井淑子，「資料としてのファッション・プレート：版画の文字を読む」，ファッション史の愉しみ – 石山彰ブック・コレクションより ー ，神戸ファッション美術館/世田谷美術館，2014 年，p.30

表 6-2　情報欄に見られる地名以外の固有名詞

修飾語	修飾する対象	1872 été	1873 été	1873 hiver	1875 hiver	1876 hiver	1877 été	1877 hiver	1878 été	1878 hiver	1880 été	1880 hiver	1881 été	1882 été	1882 hiver
amazone	drap										2				1
	rond										1			1	
directoire	chapeau										1				
dolman										1					
	forme										1				
duchesse	dentelle					2	4	1	1				2		2
	forme					9				1	1				3
	surah extra													1	
Heracule	galon										1				
incroyable													1		
	col											1			
Lavallière														1	
Louis XIII	style						1								
Louis XV	noeurd									1					
	tunique										1				
Mauresque	dentelle													2	
Medicis	col						1								
	collerette										1				
	dentelle											1			
	point										1				
	réseau									1					
	ruches												1		
Pompadour													5	4	
	applique												1		
	biais												9		
	bande										1				
	coloris										4				
	cretonne										2				
	dessin	1									13		1		
	fantaisie										1				
	foulard										1				
	impression										1				
	percale										1				
	rayeues										1				
	toile de										5				
	zéphyr										3				
président	drap											1			
princesse	forme						17	3	1		3	1	2	1	
raines - marguerites	guirlande										1				1
Renaissance	dentelle												1		1
Richelieu	parements											1			
Sarah Bernhardt											1				3
Wateau	coloris										12				
	forme		1		4										
	pli				1										
Louvre	gros grain du									10					
	soie nouvelle du									6					6
	tabliers du												1		
cuir-Louvre	soie										7	6			
Louvre-Cuir									20	1					
	soie									11					
	soie garanti											1			
	soie nouvelle									7					
	tissu nouveau									1					
Paris-Louvre							4	6	9	9		8			
	faille							1	4	2					
	soie						1	4			4				
Grands Magasins du Louvre								2	2	2					
C.-J.Bonnet	faille de						1	1		2					
	soie de									2		2			
Bonnet	faille de									2					
	soie de							1		1					

見たように、イギリスは素材の産地として重要である。18 世紀後半には、産業革命の影響でライフスタイルにイギリス趣味が流行した[45]。3.4 で確認したように、『ラ・モード・イリュストレ』誌にはイギリスでの販売価格が明記されている。ルーヴル百貨店のカタログには、イギリスの 3 誌にルーヴル百貨店のイラストが載っていると告知されている（3.4.1 参照）。

女性用のテーラード・ジャケットには、{スポーティング - ルーヴル sporting-Louvre}が見られる。店名とスポーツにかかわる英語を組み合わせて、メンズライクなイメージを生んでいる。メンズファッションの本場イギリスというイメージも背景にあると考えられる。

商品を企画する上でイギリスは、フランス人をターゲットにする上でも、イギリス人をターゲットにする上でも必要な地名であったのである。

{スコットランド}は、イギリス同様に、情報欄にも使われたが商品名にも使われている。タータンチェックを使用した商品をいう。冬のアルバム f1877-7 と f1878-3 だけに、特徴的に頻出する。前章で見たように、同時代の流行を商品名に活用しているのである。

{ロシア}は、特に、1876 年冬のコートの商品名に 9 点見られる。そのほか 4 シーズンに、商品名として登場する。寒い国なので、コートにロシア風のデザインを利用して、それをアピールしたのである。情報欄にも使用されている。

パリについては、直訳すれば〈パリの商品 articles de Paris〉と訳すことができる商品の売場があるほどであるから、いかにパリという地名がパリ以外の地方や外国の人々にとって特別なものだったかが理解できる。しかもルーヴル百貨店はパリにあるのだから、この地の利を使わない手はない。{パリジャン（男性形 Parisien）}、{パリジェンヌ（女性形 Parisienne）}と{パリの　parisien}が、商品名と情報欄の両方に登場する。

フランスの地名で、商品名に使われている{サンテチエンヌ Saint-Étienne}は、リボンの産地として有名な町である。{トルヴィル Trouville}は、イギリスの対岸にあたる海水浴場である。

こうした地名は、産地や由来を示すために使われているが、現在のファッション雑誌やカタログでは、これほどさまざまな地名がキャプションには見られない。本資料では、事実の情報というだけでなく、差異化のためにも利用されていると考えられる。また遠方の客には、その地元の地名がアピールとなることもあったと考えられる。

6.4.4.2　人名

商品名には、人名が多用される。歴史人物と関わる商品名を、時代順に挙げる。本文中ではカタログに登場する通りの表記とその日本語表記のみとし、別に姓名と生没年を表にした（表 6-3）。

16 世紀では、{メディチ Medicis}が使われている。{メディチ}の 4 点中 2 点が衿（col、collerette）を修飾しているのは、メディチ家が勢力を拡大した時代にラフカラー（襞衿）

45　周防珠実，3 章，世界服飾史，美術出版社，2010 年（1998 年），pp.87-88 , 100

表6-3 歴史から採用された商品名

（点）

No.	商品名（カタログの記載は斜体）		生没年	身分、職業など	女性用		素材、形
					服、帽子	フィシュー	
1	Mlle *Aissé*	エセ	1693?94?-1733	若く美しいチェルケスの娘、書簡を残す	1		
2	Barbe	バルバラ	c.238-c.306	殉教者			
3	*Charlotte de Corday* d'Armont	シャルロット・コルデー	1768-93	仏革命期、マラーを殺した	2		
4	*De Comminges*	ド・コマンジュ		ド・コマンジュ伯			
5	*Jules Loseph Gabriel De Lurieu*	ガブリエル	1792-1869	フランス正劇の作家			
6	*Henri III*	アンリ3世	1551-89	仏国王、ブルボン朝の祖		1	
7	*Isabelle* de France ?	イサベル	1292-1358	英国王エドワード2世妃	3		
8	*La Vallière*	ラ・ヴァリエール	1708-80	仏愛書家		47	
9	*LouisXV*	ルイ15世	1710-74	仏国王	5		
10	Robert *MacGrégor*	マクレガー	1671-1734	スコットランドの無法者	1		
11	*Maintenon*	マントノン	1635-1719	ルイ14世の寵姫	1		
12	Marie *Mancini*	マンチニーニ	c1640-1715	ルイ14世の愛人	1		
13	*Médicis*	メディチ		ルネサンス期フィレンツェの名家		3	
14	Françoise Athénaïs *Monthespan*	モンテスパン侯爵夫人	1641-1707	ルイ14世の愛人	1		
15	Marie de Bourbon, Mlle de Monthpensier	モンパンシエ公爵夫人	1605-1627	オルレアン公の王女	1		
16	Marquise de *Pompadour*	ポンパドゥール夫人	1721-64	ルイ15世の公妾			33
17	*Princesse Louise*	ルイーズ王妃	1848-1939	ヴィクトリア女王の王女、1871年結婚	1		
18	*Reines-Marguerites*	王女マルグレット		複数なので、歴代の女王か			
19	Mme *Récamier*	レカミエ	1777-1849	王政復古時代にサロン開設			
20	Duc de Richelieu	リシュリュー	1585-1642	政治家、枢機卿、ルイ13世の宰相		5	
21	Maximilien de *Robespierre*	ロベスピエール	1758-94	仏革命期の政治家		1	
22	*Roi de Rome*	ローマ王	1811-32	ナポレオン2世		1	
23	*Sarah*			サラ・ベルナール？	1		
	Sarah-Bernhardt	サラ・ベルナール	1844-1923	女優		1	1
24	marquise de *Sévigné*	セヴィニエ夫人	1626-96	仏書簡作家		1	
25	*Van-Dyck*	ヴァン・ダイク	1599-1641	フランドルの画家		6	
26	Antoine *Wateau*	ワトー	1684-1721	仏画家			17

が着用されたことによる（図 6-18）。

17 世紀では、{ラ・ヴァリエール La Vallière}が、女性の首を飾るボーのような商品に用いられている。ルイ 14 世の公妾の名であるが、その服装に由来しているためか、大きな蝶ネクタイを同名で呼ぶようになった。本カタログでは、商品名全体の中でずば抜けて多く、計 41 点に使用されている。

18 世紀では、夏のアルバム f1881-6 に{ポンパドール Pompadour}が使われている。情報欄では、特に 1880 年夏の f1880-1 で 32 点に使われている。修飾するのは、バンド、衿、6 種類の布、プリント、スカーフ、デザインと多種多様である。ポンパドゥールとは、ルイ 15 世の公妾の名である。

イラストカタログではないが、最新版 1872-1 の〈豪華な絹物〉では、「ポンパドゥールや、他のドレスやコスチュームの新作のための」布と書かれているので、服飾用語として使われていたことがわかる。ポンパドゥールは、スカートの横広がりがロココ時代のドレスを彷彿とさせるデザインのアイテムである。当時、ポンパドゥールというだけで、パリのみならずフランスからヨーロッパ中の人までがその形を思い浮かべることができたから、ここまで利用されていると考えられる。歴史上の有名な人物名は、商品の差別化に役立つのである。

以上の三人の名は、情報欄でも使用されている。

イラストのカタログではないが、総合展示会カタログ 1868-2 の《クリノリン売場》(p.30) のほとんどがクリノリン{マリー・アントワネット Marie-Antoinette}という商品名であることは、すでに述べた通りである。実際にマリー・アントワネットの時代は、パニエ・ドゥブルというスカート枠をつけていて、1860 年代に勝るとも劣らないスカートの広がった時代だったのである。誰でも知っている彼女の名前は、大げさなスカート枠にはぴっりだったために、名前に利用したと考えられる。

時代に注目してみると、特定の時代の人名が集中して登場するのは、男性用ネクタイに多用される同時代の人名以外では、フランス革命期だけである。百年が経つこの時代にも、フランスの人々にとって革命は重要な記憶として刻まれていたため、商品名に使うメリットが高かったと考えられる。

図 6-18　ヴァーツラフ・ホラー
「町を歩くアムステルダムの女性」
首の周りをラフカラーが覆う
1662 年　（文化学園大学図書館蔵）

前述のマリー・アントワネットに加え、{ロベスピエール Robespierre}、{シャルロット・コルデー}、{ルイ 17 世 Louis XVII}が登場する。コルデーは、『ラ・モード・イリュストレ』誌の買物ガイド（1874 年 4 月 12 日号）のフィシューにも命名されている。情報欄には、人名ではないが{ディレクトワール directoire（総裁政府)}や{アンクロワイヤーブル incroyable}が登場する。

同時代では、{ヴィクトリア}が見られる。

『記憶の場』では、ジャンヌ・ダルクが 19 世紀後半に、どれほど人々に消費されていたかが分析されている[46]。一世紀近く前の歴史的事件にまつわる商品名がつけられるということは、ジャンヌ・ダルクという人名が消費されるのと同様の現象と考えることができる。

カタログでは、固有名詞を意識的に商品アピールに使っていたのである。

6.4.4.3　文学と演劇

演劇のキャラクター、または伝説上の人物のような架空の人名も少なくない。別表にまとめた（表 6-4)。

表6-4　文芸・演劇から採用された商品名

商品名	登場する作品	年	作者
Amélie	小説	1751	フィールディング
	小説『マンスフィールドのアメリ』		コタン夫人
Carmen	小説『カルメン』	1845	プロスペル・メリメ
	オペラ「カルメン」		
Clémentine	ドラム「クレマンチヌとデゾルム」	1780	
	オペラコミック「クレマンチヌまたは継母」	1795	
Coquette	コメディ「コケット」又は「婦人の協会」	1691	ルニャール
	コメディ「村の娘」又は「偽りの法」	1715	ドゥルズニー
	コメディ「見つめられた娘」	1746	ヴォワスノン
	コメディ「反省した娘」	1756	ラ・ヌー
	マズルカ		ショパン（1809?10?-1840)
Charlotte Corday	評伝	1840	アルフォンス・ユスキロス
	悲劇「シャルロット・コルデー」	1850	ポンサール
Dona Sol	韻文劇「エルナニ」	1830	ユゴー
	オペラ「エルナニ」	1844	ピゼー
Estelle	ヴォードヴィル「エステル」または「父と娘」	1834	スクリーヴ
Gabrielle	小説「ガブリエル」	1839	アンスロ夫人
	コメディ「ガブリエル」	1849	エミール・オージエ
Georgette	オペラブッファ「ジョルジェット」又は「フォントノワのムーラン」	1853	
Graziella	劇の一場面（「ジョスラン」の一部）	1849	ラマルティーヌ
Inès de Castro	イタリア・オペラ	1835	音楽ベルシアン
Jannette(?)	喜劇「ジャノとジャネット」	1757	ファヴァール
Léonie	小説「マブルーズのレオニー」	1813	ソフィ・ガイ夫人
Lina	オペラコミック「リナ」又は「秘密」	1807	
Lucette	コメディ「ルセットとルカ」又は「好奇心旺盛な農民」	1781	伊
Marguerite	小説「マルゲリート・ランゼイ」	1825	スコットランドの詩人アラン・カニングハム
	小説「マルゲリート」」又は「二人の愛」	1853	ド・ジラルダン
	オペラコミック「マルゲリート」	1838	スクラブとブラナル
Marion De Lorme	演劇「マリオン・ド・ロルム」	1829	ヴィクトル・ユゴー
	小説「マルオン・ド・ロルム」	1831	ヴィクトル・ユゴー
Ondine	童話「ウンディーネ」	1811	フーケ（独）
princesse de Bagdad	バグダッドの王女」	1881	アレクサンドル・デュマ
Sylphide	バレエ	1832	

46　ミシェル・ヴィノック，渡辺和行訳，「ジャンヌ・ダルク」，記憶の場ーフランス国民意識の文化＝社会史 3．Ⅰ，岩波書店，2003 年，pp.3-66
この中に、普仏戦争の後、「ジャンヌ・ダルクの名は、すべての経済活動に関わっていた。小売店、レストラン、ホテル…（中略）…台所用具、化粧品、ボンボン、特選料理、リキュール、ビール、石鹸からセメントまで…（後略)」と説明されている（p.15)。

商品名に使われる女性名の約半分が、演劇の登場人物名である。ロマン主義が流行してからそれほど時間が経っていない上、娯楽は限られていた。政治家や芸術家同様に、本当に存在するわけではない劇中人物も、現在のアニメーションや漫画の登場人物のように名が知られ、人々に親しみを持たれていたから商品名に利用したと考えられる。人気女優サラ・ベルナールの名も、商品名などに使用されている。

同時代の名が多用されることについては、ファッション商品に同時代の人気キャラクター「ハバードおばさん」の名前がついた服が人気だったことが報告されている[47]。

6.4.4.4　社会と文化

人名以外にも、身分や階級、役職などを示す商品名が散見される。

アルファベット順に、{ブルジョワ bourgeois}、{城主 chatelain}、{おんな conquête}、{コケット}、{上流階級の老婦人 douairière}、{公爵夫人 duchesse}、{紳士 gentleman}、{洗濯女 laveuse}、{近衛兵 mousquetaire}、{農婦 paysanne}、{大統領 président}、{王女 princesse}、{書生 scribe}、{スルタンの妃 sultane}、{子爵夫人 vicomtesse}の 15 種が商品名に使われている。地名と結びついた{ウェールズの王女 pricesse de Galles}も取り上げられている。

この時代は、現在に比べ階級や職業ごとのイメージが明確で、演劇同様に消費者にとってイメージしやすい対象だったと考えられる。一冊の分冊に、同じアイテムの商品が多い場合には百点前後も紹介される中で、商品名がつくことによってほかの商品との差別化ができる。現在では魅力的とは思えない商品名もあるが、顧客の印象に幾らかでも残るようにとの工夫と考えられる。

中でも 6.2.1.4 で見た{公爵夫人}は、商品名にも、情報欄にも、後ろスカートがトレーンを引くスカートのデザインの中でも、豪華に見えるトレーンを引くタイプを示す言葉として 15 点使われている。また{公爵夫人}は、レースの修飾語にも 12 点使用されている。レースの高級感を表す意図と考えられる。

{小さな花 fleurette}、{桜草 primavère}、{ローズマリー rose-marie}と、花に関わる商品名も 3 点あった。服を見ても、特段花はイメージできない。女性らしさと花のイメージとの関係によって商品名に利用されていると考えられる。

6.4.4.6　商品名についての考察

現在の通信販売カタログには、写真が豊富に掲載されている。各商品について、最低 1 枚の写真が載っている上、それらをモデルが着ているコーディネート写真などが、商品によっては何カットも、複数ページに渡って掲載されていることもある。

しかしこの時代のルーヴル百貨店のカタログには、写真はない。せいぜい小さなイラストがあるだけである。カラー印刷もない。

47　坂井妙子，「1880 年代イギリスにおけるハバードおばさんファッションーキャラクタードレスの可能性と特徴ー」，第 27 号，国際服飾学会誌，2005 年，pp.18-35

そこで、消費者が商品をイメージするのに役立つと店が考えたのは、人々がよく知っている地名や人名、人気の演劇の登場人物などである。徳井は、「芝居に熱中した当時とあれば、その影響は大きく」、「舞台や時事、あるいは異国趣味がファッションに直結する様子に、現実感覚にも想像世界にも自在な人々の自由な発想、または革命に向かい時代を生きる人々の意識の一端を見てもよいだろう[48]。」と指摘している。だからこそ、商品名などにこうした人名を利用したのである。タータンチェックやジャポニスムが流行れば、すぐにそれを取り入れた。

6.5　よりよい衣生活の提案

6.5.1　TPO

これまでにも述べて来たように、19 世紀後半は TPO が複雑化した時代であり[49]、礼法書が売れた[50]。『ラ・モード・イリュストレ』誌のような婦人雑誌にも、しばしば着分けに関するルールが紹介される[51]。

カタログには、その号によってそれぞれ、数は多くないがガウンや帽子類、肩掛けなど様々な服飾品が紹介されている。一般市民にも、TPO を着分ける生活が目指されたと考えられるが、その生活はカタログによって、地方にいてもある程度簡単に実現できる。少なくともそうした生活をカタログから思い描くことは、誰にでも可能になった。

最新版 1872-1《アンディエンヌの売場》(p.10) では、「モーニングガウンや田舎で着る服などを作るのに便利なように」と具体的な TPO が示されている。アンディエンヌとは、インド更紗のことである。この使用目的を明確にした上で、「今最も人気のあるデザイン」という文言で締めくくっている。

以下に、TPO に応じた商品を幾つかカタログから抽出し、ルーヴル百貨店が顧客にどのようにして多様な商品を売ろうとしたかを確認する。

なお、本節でも必要に応じてフランス語表記をする。

6.5.1.1　喪服

喪服用布売場の説明文は、唯一 1866 年以降変化なく使われてきた。しかし夏のカタログ 1870-8 になると、そこに〈喪服の規則〉(p.16-7)が加えられ、今後はこの内容もずっとカタ

48　徳井淑子，「資料としてのファッション・プレート：版画の文字を読む」，ファッション史の愉しみ – 石山彰ブック・コレクションより　ー，神戸ファッション美術館/世田谷美術館，2014 年，pp.31-32

49　time、place、occasion の頭文字をとった日本の造語。時と場所と目的に応じて服を着分けることをいう。
大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年，p.209 参照

50　北山晴一，第 5 章，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年，pp.333-334

51　松田祐子，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，pp.12-13

ログに掲載されて行く。ルールが煩雑化して判断に困るようになった主婦向けに、商品をアピールしていると考えられる。

規則の説明文には、以下のように述べられている。

正式な喪服のための布は 4 つのシリーズに分かれています。ウール 100%の布、シルクウールの布、黒いシルクと略式の喪服です。ご主人、奥様、父母、祖父母、兄弟姉妹のためだけに着用します。

普通の喪服は 2 段階に分かれます。黒と略式礼装です。おじさま、おばさまのために着用します。

そして、最初の 4 ヶ月、次の 3 ヶ月、その次の 3 ヶ月、その後の 3 ヶ月と、計 4 つの期間の規則が示される。細かく布の種類が並べられ、帽子や衿、袖などの指針も示されている[52]。

その後には、未亡人の喪服、父母のための喪服、祖父母のための喪服と続く。

非常に急いで喪服を注文したい客のための助言もある。慌てて喪服を揃えるということは、古今東西起りうることである。細かな事態に対応していることがわかる。

夏のカタログ 1868-3 〈略式礼装のための商品〉(p.6)には、水玉、縞、市松柄が紹介されている。現在なら何でも黒い服で済ませてしまうところである。喪服の規則が細かかったことの反映と考えることができる。また黒以外の服まで売ろうと計画していたともいえる。

6.5.1.2　その他のフォーマルウェア

冬の総合展示会カタログ 1871-1 には、《舞踏会用ドレスの特設売場》（p.50）が、点数は少ないものの大きく掲載されている。総合カタログ 1874-1 の《レース売場》（p.52-61）の各所に 1、2 行ずつ挿入される説明文には、舞踏会と劇場用の最新の品揃えが紹介されている。

12 月 1 日付 1875 - 6 の《コートとコンフェクション》(p.5)には、〈劇場用コート　sortie de théatre〉というコーナーに 2 点の商品が紹介されている。sortie は、元々は「外出」のことで、「舞踏会用コート　sortie de bal」は通常使われるが、「劇場用」はフランスの辞書にも載っていない。しかし当時の社交界では、観劇は舞踏会と同様に、最も人目を気にしてお洒落をしなければいけない場だった。このカタログで劇場用にも sortie が使われていることから、舞踏会にも劇場用にも同じ服を売っていたことがわかる。

最新版 1872-1 《男性用シャツ売場》(p.139)には、〈結婚式と舞踏会用のシャツ〉の項目がある。普通のシャツが高くても 10 フランしないのに対して、こちらは安くても 10 フラン以上、最高は 75 フランである。フォーマルウェアには特別な商品を用意していることが

52　深井晃子が 19 世紀後半の規則として示している内容とは、期間、服装共に異なる。
深井，第 7 章，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年，p.128

わかる。

1874-1の最初の商品は、「結婚のお祝い品」（p.16）で、「人生において服飾品の購入が大切なことだとすれば、結婚のお祝い品の購入はもっと大事なことでしょう。」と書かれている。ここで紹介しているのは、インドカシミアのショールやレースである。むろん、結婚は現在でも人生の一大事であるが、百貨店がターゲットにした人々にとっては、自分たちの経済状況を示す絶好の機会だったので、上記の文言は彼らに向けたメッセージと考えられる。

夏のアルバム f1881-2には、聖体拝領式用の少女の衣装が紹介されている。1882 年 4 月 3 日の展示会のチラシ j1882-3は、復活祭の衣装の案内である。前者はいかにも儀式にふさわしいデザインだが、後者には服から儀礼的な要素は感じ取れない。しかし用途が示されていることから、宗教行事でも客に服を揃えて着分けるように仕向けていると考えられる。

6.5.1.3　旅行と水着

夏のカタログ 1869-3（p.6）に、〈旅行用のドレス〉という小見出しが登場する。ただし、宣伝文だけである。春の総合新作展示会 1873-1では、〈旅行用品〉（p.77）の中に、〈婦人用と旅行用のバッグ〉が紹介されている。それ以前には布の説明文などにあった「皆様の全ての関心を向けていただきたい」とか「前例のない重要なものです」などという表現をこれらに使っているので、旅行需要の高まりに対応しているものと考えられる。旅行用は、イラストカタログでは夏の f1875-2のコスチュームに 1 点あるのが早いもので、それ以降は各カタログに 1、2 点の割合で見られる。f1881-2の《トゥールニュールとコルセット》には、「ツーリスト」という商品名が見られる。

総合展示会カタログ 1868-2の《インドカシミアの売場》（p.8）には、「海水浴用」がある。新作展示会カタログ 1873-3《リボン》のコーナー（p.59）には、〈海水浴用のベルト〉が掲載されている。総合カタログ 1874-1の〈イギリスの布〉のコーナー（p.33）の最後では、「海水浴と旅行着用の」最新作の幅広い品揃えがあると謳っている。

海水浴や旅行など新しいライフスタイルも、百貨店はビジネスに活用する。

6.5.2　白物と身の回り品

白物とは、業界用語で「リンネル（リネン）や綿布などの白生地を使ったワイシャツ、ブラウス、下着、シーツ、タオル、テーブル・クロスなどのことを指す[53]」。ボンマルシェのブシコーが思いついたとする伝説があるという[54]。白物がいかにこの時代に重要だったかは、ゾラが『ボヌール・デ・ダム百貨店』で著しており[55]、コルバンは「19 世紀の女性た

53　鹿島茂，第 1 章，デパートを発明した夫婦，講談社現代新書，1991 年，pp.46-49

54　同前

55　エミール・ゾラ，伊藤桂子訳，第 14 章，ボヌール・デ・ダム百貨店，論創社，2002 年，pp.509-517

ちにとって、布類(リネン類のこと　筆者註)は快楽であり、したがって欲望の対象である」と述べている[56]。百貨店にとっては、願ってもない売れ筋商品ということになる。

冬のカタログ 1867-1 から、《綿の白物の売場》（p.32）が登場する。最初の展示会のカタログ 1869-2 の表紙の裏には、以下のように記されている。

次の月曜日 2 月 1 日から
特別展
白いトワル　ダマスク風のリネン　身の回り品と産着　綿の白物　メリヤス製品
家具用のクレトン　レース
新しい寝具売り場の開設
サントノレ通り 90 番地

5 章で見たように、このカタログには、白 2 枚とペイズリー調の布 1 枚が貼られている。1 枚が柄物とはいえ、表紙裏の内容から白物展示会のカタログと考えられる。実際に、フランス国立図書館には、1889 年の「白物　Blanc」と題されたカタログも所蔵されている（図 6-19）。冬のアルバム f1877-7 の〈白いガウン（下着）〉の説明文には以下のように述べられている。

ランジェリーの豪華さは、普及し大衆化しました。白いガウンやボンネット、丁寧な仕立てのランジェリーは、かつてはお金持ちの女性だけのためのものでしたが、今日ではわずかな資産のご家庭でも近づきやすい値段で作られ販売されております。

この文章が大衆化の証拠となると断言することはできないが、少なくともこの文言に刺激され、コルバンが指摘するように、自分も手に入れたいと願った女性があった可能性は否定できない。実際に百貨店が資産状況のあらゆる家庭に販売しようとしていたことは、

図 6-19　1889 年 1 月 28 日月曜日　白物展示会
（Bibliothèque nationale de France）

56　アラン・コルバン，小倉孝誠，野村正人，小倉和子訳，第 1 章，時間・欲望・恐怖－歴史と感覚の人類学，藤原書店，1993 年，p.66

4.2.1 で見た通りである。

例えば白物のセットは、早い時期の冬のカタログ 1867-1 には、260 フランのセットから 2,500 フランのセットまで、5 種類が紹介されている。後者では、ハンカチだけで 7 種類あり、最も安い商品は 0.95 フラン、最も高い商品は 6.75 フランである。《高級ランジェリー売場》（p.11）でも、多くの商品がその素材や飾りによって、値段が何段階かの中から選択できるようになっている。それが 4 年後の冬のカタログ 1871-2 になると、身の回り品のセットの種類は 200 フランのセットから 10,000 フランのセットまで、10 種類に及ぶ。翌年の最新版 1872-1 の《身の回り品》は 19 頁に渡る。セット売りの商品の値段の幅は広い。続いて《産着》も 11 頁である。

身の回り品のほとんどは肌着類であり、そのほかにハンカチやナプキンなどが含まれる。この単語 trousseaux は、「嫁入り支度一式」という意味も持つが、説明文で結婚について一切触れられていないので、結婚と特別に関係があるとは捉えない。肌着などは、白いから黄ばんでしまったりするので買い替え需要が高かったと考えられる。どのカタログでもセットで販売されている。一式に含まれる商品からは、当時の女性たち、または家族の衣生活が具体的になる。

マルグリット・ペローの研究から、この頃の市民階級の暮らしにおいて、衣服費は年収の 1 割程度だったということがわかっている[57]。幾らセットで買うものとはいえ、最も安い価格でも労働者階級クラスの家庭には高価と考えられる。10 フランもしないような服がカタログに紹介されていることと比較しても、非常に高い。憧れを演出するために、高級なセットを提案している可能性も考えられる。商品が現実的でなくとも、同店を憧れの存在にすることは店に有利に働く。

総合カタログ 1874-1 には、〈フランスと外国のふき取り用リネン〉が「身繕いと入浴用」として大きく取り上げられていて（p.86）、マッサージや水治療法[58]には粗い布がよいと書かれている。カタログでは、続いてバスローブやバスタオルなどが紹介されている。入浴などが徐々に広まると、それに対応する商品をすぐに導入するのである。〈足温帯〉や（p.189）、〈最新の鼻まで覆うマフラー〉（《ネクタイと肩掛け売場》 p.199）も紹介されている。

6.5.3 子供服

『ラ・モード・イリュストレ』誌の記事からもわかるように、子供服は重要な売場の一つである。冬の総合展示会カタログ 1868-4 《子供服売場》（p.26-7）の最後には、提示され

---

57 Marguerit Perrot, *Le mode de vie des familles bourgeoises, 1873-1953*, Armond Colin, 1961（松田祐子，第 5 章，主婦になったパリのブルジョワ女性たち 100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，p.249）

58 沐浴、湿布、蒸気浴などによる治療法
小学館ロベール仏和大辞典編集委員会，小学館ロベール仏和大辞典，小学館，2010 年（1988 年），p.1243

る値段が 4 歳までで、それ以降は高くなること、3 歳から 15 歳までの女児と 5 歳までの男児のための商品を取り揃えているという告知がある。

少女は 3 歳から 15 歳まで、それ以降は娘として扱われる。男児が 5 歳までというのは、ズボンをはくようになる前の年齢のことである。全体に 3 歳から 5 歳児の服としてスコットランド風が目立つのは、民族衣装のキルトがスカート状だからと考えられる。

冬の総合展示会カタログ 1871-1 の《子供のコンフェクションの特設売場》(p.29) の〈少年用の服〉では、「6～10 歳の少年の服を子供服に加えることを告知する」とある。これまでは、ワンピースを着る年代の服しか揃えていなかったが、6 歳以上の男児のためのズボン形式の服も扱うことにしたのである。ワンピースであれば男女変わらないので商品を揃えるのも簡単であったが、アトリエが整いズボンにも対応できるようになったと考えられる。

年齢区分は、どのカタログでも変わらない。年齢と値段が明確にされていることが、子供服の特徴である。

最新版 1872-1 の《メリヤス製品売場》（p.154）には、子供用の水着やブラジャーが見られる。同じカタログに「コレージュ（中等学校）の生徒用の支度一式」が初めて紹介されている。

子供向けの商品を取り揃え、購入を促していることがわかる。子供服を選ぶのは母親であるから、女性服同様に、彼女らの価値観が反映される商品である。自分が着る服については既製服では満足できなくても、子供服ならば百貨店の既製服でもある程度満足できる。可能な範囲で子供にもそれなりの服を着せたいと願い、実際に着せられる消費者が登場した。子供服がこれほどカタログや『ラ・モード・イリュストレ』誌に掲載された理由は、こうしたことであると考える。

6.5.4　ブルジョワ家庭の主婦への訴求

冬のカタログ 1867-1 の《トワル売場》(p.2) 4 の説明文に「les maîtresses de maison(直訳すれば「一家の女主人」となる)」という表現が登場する。松田によれば、この表現は「主婦」を指すが、19 世紀後半には「ブルジョワ家庭の女主人」だけを指したという[59]。

ナントのカタログ 1878-1 の《トワル売場》(p.24) では、トワルを「最も厳しく最も要求の激しい主婦（les maîtresses de maison）の皆様を満足させることができる」本当に比類のない品質だとアピールしている。このアピールからは、特定のターゲットに向けて商品を打ち出す戦略が読み取れる。

ブルジョワの主婦たちは、掃除洗濯といった具体的な家事を自ら行うわけではなく、家の管理を行った。家庭で使う布類の管理も、主婦の能力を発揮すべきところである。前述の身の回り品や、ここに掲載されている細々（こまごま）とした商品(シーツ、シーツの布、枕カバー、エプロン、ナプキンなど)から、家の調度や主婦が求めている暮らしの像までが明らかにな

59　松田祐子，第 4 章，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年，pp.162-167

る。トワル売場の商品のターゲットは、ブルジョワ家庭なのである。

冬のカタログ 1871-2 には、乳母用のエプロンやネクタイが掲載されている（p.32）。新作展示会カタログ 1873-3 の《身の回り品》（p.37）に〈乳母とメイドのエプロン〉という項目もある。3 章で見たように、『ラ・モード・イリュストレ』誌の同店の記事にも、乳母の服が掲載されている。ブルジョワの間で社交が重要になるにつれ、乳母の需要が高まったという[60]。前述のように、家事や育児を実際に担ったのはメイドや乳母だからである。

冬のカタログ 1867-1 の《毛皮売場》（p.51）には、馬車の馬や御者用の毛皮のカバーが売られている。総合カタログ 1874-1 の《毛皮の特設売場》には〈女性の乗馬用ネクタイ〉のコーナー（p.186）があり、〈毛皮の絨毯と階段の手すりとベッド〉のコーナー（p.188）には、書斎や馬車用の絨毯が紹介されている。当時の上流階級やブルジョワジーには、馬車が昼用夜用と 2 台必要だったという[61]。これはターゲットが限られた商品である。しかし馬車を持たない人々がカタログを見ることによって、馬車のある生活に憧れを抱いたり、野望を持ったりしたことも想像される。

冬の総合展示会カタログ 1871-1 の 11 頁の最後には、「慈善事業のための特別な売場の開設」と書かれており、27 頁には、「10 月 9 日から、子供用品の中に慈善事業のための産着を取り揃えることを告知します。」とある。《メリヤス製品売場》（p.37）にも、慈善事業用の商品が用意されている。これ以降しばらくの間、慈善事業のための商品が時々掲載される。慈善事業に参加することも、ブルジョワジーのたしなみだった[62]。ブルジョワジーの主婦にターゲットを絞った売場だということがわかる。それとともに、あからさまにブルジョワジーに向けた商品をカタログに掲載することは、それ以下の階層の人々の消費欲を刺激する効果がある可能性を持つのである。

6.6　本章のまとめ

6.2 では、ファッションイラストアルバムの概要がどのようなものであったかを明らかにした。主なアイテム、アイテムの中の服種の特徴、価格や素材、デザインと装飾などの傾向を確認し、女性服に見られるこの時代の特徴をある程度浮かび上がらせることができた。また、このシーズンのプロトタイプを示すことができたことで、どのシーズンのカタログからもプロトタイプを選んで行く作業によって、女性服の売れ筋に近い商品を提示できる可能性を示すことができた。

6.3 では、6.2 で予測された女性服の複雑な製造法とそれに基づく販売法が明らかになった。confection は既製服であるという既成概念に阻まれて、これまで服の製造法に注目がなされてこなかった。しかし confection は現在の感覚でいう既製服とは違い、アトリエで手

60　松田，第 3 章，同前，pp.201-202

61　鹿島茂，第 17 章，19 世紀パリ・イマジネール　馬車が買いたい，白水社，1990 年，pp.202-214

62　松田，第 5 章，前掲　註 59，pp.264-265

作業によって作られている場合もあった。シルヴェイラは、「全ての準備ができたドレス robes toutes prêtes[63]」という表現を使っているが、confection とは、製造法には幾つもの可能性があり、どんなやり方にせよ注文を受けた側が形にしてくれることがポイントとなる商品であった。

tout fait は量産品を指す場合もあるが、作り方は問わずに仕立て上がっている商品を指している。confectionné は、その場に応じて色々な意味に使われている。そして、どちらもこの表現がどのような作り方なのかを示しているわけではなかった。

ここまでは、店が何らかの方法によって完成品を用意してくれるシステムである。

それに対して、装飾など一部が店で作られ、客側で服を形にするのが mi-confectionné というシステムである。それ以外にも、準備だけしてくれるサービスや裁断までしてくれるサービスが確認できた。

このように幾つもの段階があるということは、実際には既製服がほとんど作られていない時代であるということを示している。裏を返せば、百貨店が販売したのはファッション、つまり流行（服そのものと服のデザイン）だったのである。

6.4 では、商品情報と説明文によって、この時代の衣生活や流行が確認できた。流行や慣習をビジネスに利用している百貨店の、現在と変わらないファッションビジネスの工夫がわかる。黒い服、シンプルな服、装飾過多の服、流行のシルエットの服、流行のメンズライクな服、子供服におけるセーラーカラーの流行が見られた。ファウンデーションについては、ファッション雑誌には掲載されないカタログならではの説明文の記述から、当時の補正下着についての認識が明らかになった。

地名や人名などの固有名詞を商品名にしたり、情報欄で使用したりしている実態からは、通信販売ビジネスにおいて、少しでも客に商品のイメージを抱かせたいというデパートの工夫の一端がわかる。特に、文学や演劇から借用される商品名が 20 点あることから、この時代の人々の関心がどこにあったかが想定される。時代背景が異なるとはいえ、現在のタレント商法や「コラボ（コラボレーションの略）商品」を想起させる。幅広い文化情報が、ファッションビジネスに生かされていたのである。これらの傾向は、消費者である女性が求めていた美意識や志向を明らかにするものでもある。

6.5 では、布製品の説明文や布製品の多様さから、TPO の重要さと白いリネンへの憧れが確認でき、セット販売された一式に含まれる商品からは、当時の女性たち、または家族の衣生活が具体的になった。百貨店は、女性が願う暮らしをビジネスに巧みに取り込んだのである。

このように、初期百貨店の印刷メディアによって、当時の女性服や布製品の製造販売などのファッションビジネスから暮らしまでが明らかになった。これまで十分に価値が知ら

---

63 Piedade da Silveira, “Les magasins de nouveautés”, À la mode de Paris, *Au paradis des dames nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992, p.21

れてこなかったルーヴル百貨店の印刷メディアは、女性服と布製品について多くの情報をもたらしてくれる貴重なファッションビジネスの資料として、今まで以上に評価されるべきであるということが本研究によって示されたのである。

7　終章

7.1　結論

7.1.1　ルーヴル百貨店のコンフェクション

ルーヴル百貨店では、主要商品である布とともに女性服販売が増えて行ったことが、印刷メディアに掲載される服の点数の変化からわかる。その代表的商品がコンフェクションであった。ファッションカタログでは、常にその最初に掲載されてきた。

コンフェクションという単語の意味は既製服と捉えられ、その意味するところは大量生産の服で、オートクチュールの服とはかけ離れたものと捉えられてきた。しかし、少なくとも本研究が対象とする時代の女性服については、コンフェクションが既製服そのものとは言い難いことが明らかになった。そもそも布が百貨店で大量に売られていたことからもわかるように、むしろ既製品はまだわずかだった。1860～80 年代初めにおいてのコンフェクションは、完成が「準備された服」というに過ぎなかったのである。しかもそこには、「準備」という一言では簡単に片づけることができないさまざまな工程があった。研究対象とした時代の百貨店のビジネスは、現在のような取引先による既製品というよりは、自店のアトリエ生産による商品に支えられていた上、客にまでその製造工程の一部を負わせていたのである。

百貨店の新しさは、先んじてデザインされた服が、カタログに掲載されたり、店内で見本によって示されたりしていたことにある。客は、その中から自分の好みや用途によりデザインを選ぶようになった。

百貨店が提示するデザインに客の選択がある程度集中すれば、流行が生まれる。カタログにもあるように、百貨店は流行を意識していた。店やカタログにおいて流行を広められれば、百貨店の通信販売を含む売上は増していく。百貨店のブランド力が高まれば、客がカタログを見るだけで何も注文しなくても、パリに来なくても同店への憧れは増し、パリの流行情報は広がって行ったと考えられる。

実際にはその多くの部分を仕立てに依っていたコンフェクションとオートクチュールとの違いは、どれだけ客のからだにぴったりするかと、その品質、素材や装飾の豪華さと、その結果生ずる価格の差にあったということが、本研究により確認された。オートクチュールの祖ウォルトが、その初期には店名に「コンフェクションの高級な店」と冠していたように、オートクチュールとは高級なコンフェクション、つまりデザインが準備されていることは同様であるものの、完成の度合いが高級な服であった。

オートクチュールの服は、からだにぴったりした女性服という当時は当たり前の商品の、安い服から高い服までのバリエーションの中の一番上のランクの商品だったと言える。そして百貨店が売ったのは、オートクチュールより下の段階を、コンフェクションを含むさまざまな製造形態によって埋める商品だったのである。

百貨店はその初期には、既製品を普及させたわけではなく、広範囲にデザインを売り、

流行を広めたのであった。コンフェクションの売りがデザインにあり、そこに価値があるからこそ、ウォルトは自らのビジネスを「高級なコンフェクション」と称したのである。

7.1.2　ルーヴル百貨店のファッションビジネスから読み解く女性の暮らし

ルーヴル百貨店の印刷メディアに掲載されている情報の一つ一つが、デザインを選んで流行に乗ることができる贅沢な暮らし、時代の要請である TPO を守る暮らしの提案を示している。

時にはシンプルだけを勧め、また時にはリッチなことを称賛し、場合によってはシンプルもリッチもそれぞれ良いとするして、１フランしない商品から１万フランの商品まで販売するルーヴル百貨店のビジネスは、広い階層の女性たちに向けられ、商品の品質と価格の選択肢があることを世間に認めさせた。

カタログの服の多くの部分、イラストカタログの大部分が女性服で占められているのは、客が女性であるというだけでなく、男性の服が既に定型化してしまった 1870 年代以降において、常に流行を追い掛けなければならないのが女性だけとなったことを示している。

服が変化を続け、流行が購入の重要なポイントとなる女性服だからこそ、カタログでデザインを紹介することがビジネスとなった。流行が加速すれば、百貨店のビジネスはより回転を速め、売上げが増える。しかし、その製造法と販売法は当時の複雑な服が既製服化を妨げていたことを示す。雑誌やカタログで、女性客本人を対象とした商品以外に子供服の比重が増えて行くことは、その一つの証拠である。子供服以外にも、家庭用のリネンや肌着類が大量に売られていた。

とりわけ服の製造に関するバリエーションは、発展途上にある産業技術と女性服の複雑さとを反映している。女性たちは服と製造法と値段とを引き比べながら、予算内で、流行や TPO に合っていて、なおかつデザインが気に入った服を手に入れようと工夫したのである。値段によっては客が自分の側で服を仕立てることもいとわないという、この時代の女性服販売のシステムは、便利になって行く時代の変化に置いて行かれている女性の生活を明らかにする。

男性服はテーラードスーツが日常着になるとともに既製服化が進むのに対して、女性服はデザインの幅は広がっても形や着方のコンセプトが変わらないために、その製造法が遅々として進まなかったのである。服における男女の格差が、ここに表れている。

カタログは、より多くの女性に流行が手に届くようになったことを示すだけでなく、家政や社交に存在感を発揮しつつも、自立はできず自由な暮らしが手に入るわけでもなく、窮屈な服を着て、コルバンが指摘したように家の中の布製品の充実に生き甲斐を見出す、当時の女性たちの暮らしぶりを反映している。

ルーヴル百貨店の印刷メディアは、社会全体の変化に遅れを取った女性の服装と、流行を無視することのできない女性の心理とを結び付けながら、それを何とかビジネスにしようと試行錯誤をしていた百貨店の姿を明らかにするのである。

7.1.3　ルーヴル百貨店のファッションビジネスにおける印刷メディアの役割

ルーヴル百貨店は、新聞、雑誌、自社カタログなど多種多様な印刷メディアを駆使しながら、大量の情報によって店と商品を広め、イメージアップを図り、生活レベルを上げつつあった市民層にアピールした。

イラストカタログの発行が始まったのは、チラシやカタログが発行されるようになってほぼ 10 年後のことである。その背景として普仏戦争やパリ・コミューンが間にあることは無視できない。その上で、服装史研究の立場から考えられるイラストカタログ出版の理由は、以下のようなものである。

国を揺るがす激動の二年間を経て、女性服のシルエットが大きく変化した。1870 年代には、後ろ腰の出っ張りが際立つようになる。それを言葉だけで説明するのは難しかったはずである。流行をその目で確認できない地方や外国の客は、文章だけでこれまでと全く異なる服装を想像することは不可能である。1860 年代からカタログには少なからぬ女性服が文字情報として紹介されてはいたが、もはやその伝達方法は限界となった。

いかに視覚情報が重要かということを百貨店の経営者らが認識し、それを実現できるだけの混乱の収束の上に、技術と通信や流通面のバックグラウンドが整った時、イラストカタログが登場したと考えられる。イラストは顧客の目に訴え、流行を理解させ、欲望を喚起するツールとなる。

ただし布見本なら見たり触ったりするだけで視覚以外の情報も得られるが、服に関してはイラストだけで伝わる情報には限界がある。アイテム名、価格、素材、デザイン、修飾語などがなくては、客は商品を選択することができない。アイテム名の多さ、多岐にわたるロマンティックな商品名、有名な素材の産地名、数々の装飾法、こういったものが何層もの情報となり、イラストと相まって消費者に流行の服の魅力をアピールした。

その上客には、カタログを眺めることで、商品を買おうが買うまいが、また買えなくとも、舞踏会に行ったり旅行に行ったりする暮らしを夢見る楽しみが与えられた。地方にいても、パリの生活を思い描くことができた。その意味では、ターゲットはカタログに書かれている通り、全ての人々に開かれていたと言うことができる。その中の経済的に恵まれた人々は、実際にどこにいても、カタログ一つで最新流行の情報や TPO の複雑さに象徴される豊かな暮らしを、その懐具合に応じて手に入れることが可能になった。

印刷メディア全体を見ると、絵や商品の情報だけでなく、商品に付けられたマークなどの細かい工夫からグローバル化しているビジネスの様子まで、多彩な情報が提示されている。各所の説明文からは、婦人服を含む百貨店のビジネスやその背景となる社会状況が具体化される。商品説明の文言からは、売る側の意図がわかる。その表現からは、当時の美意識や共通認識などについて理解することができる。注文の際の注意事項からは、アイテムごとの着装や縫製のポイントがわかり、当時の服装とからだとの関係が具体化される。

カタログには、ファッションにおける当時のリアリティ（実際の衣生活）とバーチャルリアリティ（百貨店によって喧伝された憧れや虚構）の両者が載っている。その二つをう

まく利用しながら、百貨店はデザインを売り、ファッション(流行)を生み出し、客の購買欲を刺激し、売上げの増大を図ったのである。

7.2　総括

7.2.1　総括

本論では、印刷メディアの情報を研究することによって、その時代の女性服や布のビジネスにおいて新たな知見を得ることができた。具体的にはコンフェクションの複雑な実態、オートクチュールとコンフェクションとの同質性を指摘することができた。コンフェクションは既製服と訳せないし、オートクチュールを単純に仕立服と呼ぶことにも疑問が生じてくる。オリジナル布を含む布の売り方は、従来に比べより詳細に具体化された。さらに、女性の暮らしぶりと服との関係を指摘することができた。

カタログに掲載されたイラストは、当時は客と百貨店とをつなぐメディアとして機能し、現在の私たちには過去のリアルクローズを示すメディアとしての価値を発揮する。そしてイラストとともに具体的に示された服の情報は、この時代の女性服がいかに複雑なものだったかを示す。雑誌を含む印刷メディアからは、百貨店のターゲットである、顧客であり妻であり母であり、そして流行に関心を持つ女性たちの生活と志向を、値段やサイズ、枚数、デザインなど現実的なスケールで知ることができる。

ルーヴル百貨店の印刷メディアは、当時の女性客と百貨店という主体を含む服飾文化を伝える貴重なメディアとして、その役割を現在も担っているのである。

7.2.2　課題

もちろん印刷メディアを資料にした研究には、限界がある。何といっても、ルーヴル百貨店が発行した印刷メディアからは購入者の情報が得られない。実際にどんな経済状況の、どんな家庭の女性が幾らのものをどのくらいの程度に購入していたのかわからない。彼女たちが、どういった意図で商品を選択したのか、実際にその商品をどういった時に着たのか、そしてどの商品が人気だったのかなど不明なままである。例えば部屋着であるガウンとマチネとローブ・ド・シャンブルなどが、店側と顧客にどのように区別されていたのかなどについても、説明がないので確認できない。

カタログを含む印刷メディアには、イラストはあるものの、数少ない生地見本を除いては色がないという難点がある。同時代の雑誌につけられたファッションプレートは、一号に一枚程度とはいえ彩色されていた。

こうしたことに鑑みて、従来のような雑誌の記述などの研究も有効であろう。複数のアプローチによって、衣生活やファッションビジネスは解明されるべきである。

本研究では、ルーヴル百貨店の資料が多面的継続的に調査できる時代に限って研究をした。この時点では店側で完成が「準備された服」でしかなかった婦人服のコンフェクション産業は、ベル・エポックから第一次世界大戦を経る間に進化を遂げ、コンフェクション

が本来持っていた性質を、産業と女性服の現代化が追い越してしまい、「準備」が「すでにつくられてしまっている」ということに置き換え可能となって行くと推測される。服の形や構成も、工業生産による既製服化が可能なくらいにシンプルになる。1920 年代の女性服は、平面的な長方形のドレスで、スカート丈も膝下位まで短くなってしまうのである。その時には、既製服とオートクチュールの間には、本研究で取り上げている時代よりも大きな違いが生まれてくると考えられる。

19 世紀末以降についても女性服のコンフェクションについて研究を進め、その転換点を明らかにすることが今後の課題である。また次の機会には、消費者の側に立って印刷メディアを捉えなおすことができればと考えている。

7.2.3　展望

本論でも見たように、オートクチュールや百貨店のファッションビジネスについて、近年ファッションの本場フランスで再検討が行われている。そのために研究者たちは、ファッション雑誌と文学作品が主な資料だったこの研究分野で、ビジネスに使われた書類に目を向け始めている[1]。しかしルーヴル百貨店の印刷メディア一つとっても、調査が行われていないことはフランス国立図書館に所蔵されている資料の状況から明らかである。

本研究により、これまで文献資料として正当な評価を受けて来なかった百貨店の印刷メディアが、実は看過することのできない貴重な文献資料であったということが確認された。しかもそれは、単にファッションビジネスの資料というだけではない。たとえばイラストカタログの発行の時期は、女性服のシルエットの変化と普仏戦争からパリ・コミューンに至る政治社会の転換点との間に、何らかの関連がある可能性を示唆する。また、当時の女性服が女性の地位や暮らしぶりの表象であることが、改めて示された。もっと活用が望まれる資料である。

服飾文化史の研究者には、服の構造や服づくり、素材に関する知識も求められる。今後、総合的な力を兼ね備えた研究者が百貨店の印刷メディアを正当に評価し研究に取り組んだならば、少なからぬ新しい知見が得られていくに違いない。

服飾文化史研究のための資料の発掘と新しい研究法について、本論が一石を投じることができたとすれば幸いである。

1　フランス国立移民史博物館（Musee de l'histoire de l'immigration）で開催された「Fashion Mix」展（2014 年 12 月 8 日～2015 年 5 月 31 日）には、商標登録や特許の書類、受勲の際の身上書などが展示された。（図録は、dir. Olivier Saillard et Anne Zazzo, *Fashion Mix Mode d'ici. Créateurs d'ailleurs*, Skia Flamarion, Paris, 2014）

謝辞

本論は、筆者が筑波大学大学院図書館情報メディア研究科博士後期課程において、指導教官である綿抜豊昭教授のご指導の下で研究成果をまとめたものです。本研究を遂行するにあたり、多くのご支援とご指導を賜りました方々に、心より御礼申し上げます。

まず初めに、ご指導をお引き受け下さった綿抜豊昭教授に深く感謝いたします。綿抜教授からは、長引く研究期間の折々に、研究の進め方、論文の執筆などについて懇切丁寧にご指導賜っただけでなく、公私に渡り温かい励ましとご助力をいただきました。ここに改めて、深謝いたします。

副指導教官の松本浩一教授には、本論の核となる論文とそれを執筆するための学会発表でもお世話になりました。そして、大きな視野でご助言を頂き、勇気を与えて頂きました。西岡貞一教授には、論文に関する細やかなご指導とともに、研究と並行して形になった拙著の出版を喜んでいただき、筆者の拙い話にも耳を傾けて下さり、大きな励みになりました。ここに、二人の副指導教官に厚くお礼申し上げます。

また、学位論文中間発表ならびに予備審査等において、たびたび鋭いご指摘によって論文の軌道修正をして下さった白井哲哉教授と、学位論文予備審査において、詳細で具体的なご意見で論文の体裁を整えて下さった呑海沙織教授にも、心より感謝いたします。

四半世紀に渡り筆者の研究や執筆を支えて下さり、しかも本研究の資料に出会う機会を与えて下さった文化学園大学図書館員の皆様にも、厚く御礼申し上げます。

最後に、6 年の間、経済的にも支えてくれた母と、日々寄り添ってくれた家族などに感謝します。

資料

資料 1
参考文献リスト

≪邦文≫

岩波書店編集部，岩波西洋人名辞典，岩波書店，1989 年　ISBN 4000800264
大沼淳，荻村昭典，深井晃子監修，ファッション辞典，文化出版局，1999 年 3 月
小倉孝誠，19 世紀フランス　愛・恐怖・群衆，人文書院，1997 年 3 月　ISBN 4409510444
小倉重夫，バレエ音楽百科，音楽之友社，1997 年　ISBN 4276250315
鹿島茂，19 世紀パリ・イマジネール　馬車が買いたい，白水社，1990 年 7 月　ISBN 4560028540
鹿島茂，デパートを発明した夫婦，講談社現代新書，1991 年 11 月　ISBN 406149076
鹿島茂，明日は舞踏会，作品社（叢書メラヴィリア④），1997 年 3 月　ISBN 4878937548
鹿島茂，職業別　パリ風俗，理想社，1999 年 6 月　ISBN 4560028184
鹿島茂，パリ五段活用　時間の迷宮都市を歩く，中央公論社，1998 年 4 月　ISBN 9784122041929
鹿島茂，鹿島茂コレクション 3　モダン・パリの装い　19 世紀から 20 世紀初頭のファッション・プレート，求龍堂，2013 年 7 月　ISBN 9784763013187
北河大次郎, 近代都市パリの誕生　鉄道・メトロの熱狂, 河出書房新社, 2010 年 6 月　ISBN 9784309624174
北山晴一，おしゃれと権力，三省堂　1985 年 11 月　ISBN 4385348499
北山晴一，衣服は肉体になにを与えたか　現代モードの社会学，1999 年 7 月　ISBN 4022597291
北山晴一，おしゃれの社会史，朝日新聞社（朝日選書），1991 年 1 月　ISBN 4022595183
木村尚三郎，ラルース　世界歴史地図，ぎょうせい，1991 年 12 月　ISBN 4324029598
京都服飾文化研究財団，モードのジャポニスム，東京クリエイションフェスティバル実行委員会，1996 年
河本信治，深井晃子監修，COLORS ファッションと色彩，京都服飾文化研究財団，2004 年 4 月　ISBN 4876421706
佐藤彰一，中野隆生，フランス史研究入門，山川出版社，2011 年 11 月　ISBN 9784634640375
重松佳江, プランタン　巴里　ベルエポックー百貨店商法の創始者 J.ジャルゾーの物語ー，講談社，1985 年 12 月　ISBN 4062006723
柴田三千雄，樺山紘一，福井憲彦，世界歴史大系　フランス史 3－19 世紀なかば～現在ー，山川出版社，1995 年 6 月　ISBN 4634461102
清水正和，ゾラと世紀末，国書刊行会，1992 年 3 月　ISBN 4336033420
小学館ロベール仏和大辞典編集委員会．小学館ロベール仏和大辞典，小学館，2010 年 3 月

（1988 年） ISBN 40951521X
神野由紀，趣味の誕生　百貨店がつくったテイスト，勁草書房，1994 年 4 月　ISBN 4326651563
鈴木美和子，塚田耕一，吉川玲子　他 6 名，現代衣裳の源流を探る　ウォルト　イヴニングドレスの復元，杉野服飾大学，2006 年
相賀徹夫編，万有百貨大事典　17　科学技術，小学館，1973 年 ISBN 4095250046
田中千代，新・田中千代服飾事典，同文書院，1991 年　ISBN 4810300080
手塚章，三木一彦，フランス文化の歴史地理学，二宮書店，2006 年 2 月（2005 年）　ISBN 4817602376
竹林滋編集代表，新英和大辞典　第 6 版，研究社，2002 年 3 月　ISBN 9784767410265
田中秀央編，羅和辞典，研究社，1960 年 9 月（1952 年）
角田奈歩，パリの服飾品小売とモード商　1760-1830，悠書館，2013 年 2 月　ISBN 9784903487687
東京都庭園美術館編集，パリ・モード 1870－1960 華麗なる夜会の時代，テレビ朝日，1999 年
能澤慧子，世界服飾史の全てがわかる本，株式会社ナツメ社，2012 年 3 月　ISBN 9784816351952
能澤慧子，他，ファッション史の愉しみ – 石山彰ブック・コレクションより ー ，神戸ファッション美術館/世田谷美術館，2014 年
服部春彦，谷川稔，フランス近代史，ミネルヴァ書房，1997 年 6 月（1993 年）　ISBN 4623022099
日外アソシエーツ株式会社，西洋人物レファレンス事典，日外アソシエーツ株式会社，2012 年　ISBN 9384816923638
日置久子，女性の服飾文化史－新しい美と機能性を求めて－，西村書店，2006 年 9 月　ISBN 4890136061
樋口信也，英和和英タイトル情報事典，小学館，1997 年　ISBN 409510192X
筆宝康之，勝俣良雄，資本主義の世界史－1500-1995，藤原書店，1996 年 6 月　ISBN 4894340410
深井晃子，パリ・コレクション，講談社現代新書，1993 年 4 月　ISBN 406149144X
深井晃子，ファッションから名画を読む，PHP 新書，2009 年 3 月　ISBN 9784569703367
深井晃子，名画とファッション，小学館，1999 年 4 月　ISBN 4096060151
深井晃子監修. 京都服飾文化研究財団コレクション　ファッション　18 世紀から現代まで. TASCHEN GmbH，2002 年　ISBN 4887831250
深井晃子監修，増補新装カラー版　世界服飾史，美術出版社，2010 年 4 月(1998 年初版) ISBN 9784568400779
深井晃子企画・構成，ラグジュアリー : ファッションの欲望，京都服飾文化研究財団，2009

年４月　ISBN 9784990396510
深井晃子，原由美子，石上美紀，フランスモード基本用語，大修館，1996 年 4 月　ISBN 44692552X
福井憲彦他，革命期 19 世紀　パリ市街地図集成，柏書房，1995 年 2 月　ISBN 4760111387
福井憲彦，ヨーロッパ近代の社会史，岩波書店，2005 年 7 月　ISBN 4000254510
文化女子大学図書館，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 3 月
ブリヂストン美術館，カイユボットー都市の印象派，ブリジストン美術館，2013 年
森茉莉，父の帽子/濃灰色の魚（森茉莉全集Ⅰ），筑摩書房，1993 年 7 月　ISBN 4480700811
松田祐子，主婦になったパリのブルジョワ女性たち　100 年前の新聞・雑誌から読み解く，大阪大学出版会，2009 年 7 月　ISBN 978487259306
松原建彦，フランス近代絹工業史論，晃洋書房，2003 年 2 月　ISBN 4771014043
三菱一号館美術館，マネとモダン・パリ，三菱一号館美術館，2010 年
宮下志朗，小倉孝誠，いま、なぜゾラか　ー　ゾラ入門，藤原書店，2002 年 10 月　ISBN 4894343061
国立民族学博物館，更紗今昔物語ージャワから世界へー，千里文化財団，2006 年 8 月　ISBN 4915606570
山田夏子，モード小辞典，三洋出版貿易株式会社，1962 年 10 月
和田敦彦編，デパート，ゆまに書房，2005 年 5 月　ISBN 4843315362
和田重夫，荒井信一他，コンサイス外国人名事典＜第 3 版＞，三省堂，1998 年 4 月，ISBN 4385153264

（論文）
伊藤紀之，田村沙織，「20 世紀アメリカの生活デザイン（Ⅱ）：シアーズ・ローバックの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，58 号，2012 年，　pp.51-59
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ー『ジュルナル・デ・ダム・エ・デ・モード』を通してー」，日本家政学会誌，vol.53 No.6，2002 年，pp.581-592
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.11，2005 年，pp.797- 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 年，pp.93- 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ー*Journal des Dames et des Modes* 1800-1838 を資料としてー」，服飾文化学会，vol.10 No.1，2009 年，pp.85-92
太田茜，「1890 年代アメリカの婦人雑誌委見る衣服の入手方法」，国際服飾学会誌，No.31，2007 年，pp.32-42
太田茜，「19 世紀末アメリカ婦人雑誌にみる衣生活ー衣服記事と広告の分析をとおしてー」，

日本家政学会誌，vol.59 No.4，2008 年，pp. 237-244
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」，国際服飾学会誌，25 号，2004 年，pp.4-16
北山晴一，「既製服普及以前の衣料品流通の後継」，ドレスタディ，京都服飾文化研究財団，No.64，2014 年，pp.4-12
好田由佳，「ヴィクトリア朝後期の女性雑誌の役割－ガールズ・オウン・ペーパー』のファッション記事を通して－」，日本家政学会誌，vol.60 No.8，2009 年，pp.705-714
坂井妙子，「1880 年代イギリスにおけるハバードおばさんファッション－キャラクタードレスの可能性と特徴－」，第 27 号，国際服飾学会誌，2005 年，pp.18-35
神野由紀，「19 世紀百貨店空間の考察－Ｅゾラ『*Au Bonheur des Dames*』の空間描写を例に」，デザイン学研究，日本デザイン学会，No.89，1992 年，pp.39-45
周防珠実，「1880 - 1910 年代のイギリスにおける日本製室内着　リバティ商会の通信販売カタログを手がかりとして」，ドレスタディ，京都服飾文化研究財団，　51 号，2007 年，pp.30-36
周防珠実，「シャルル=フレデリック・ウォルト　20 世紀モードへの礎石」，日本衣服学会誌，第 56 巻第 2 号，2013 年，pp.49-52
高水伸子，「1860 年代フランスのモード雑誌に見る衣服製作について - *La Mode Illustrée* を中心に」，国際服飾学会誌，33 号，2008 年，　pp.4-13
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，pp.81-100
中川敦子，吉野鈴子，木村惠子　他 4 名，「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，　pp.278- 284
鍜島康子，「既製服の歴史　（その 3）　アメリカ女子既製服商品形態の形式」，実践女子大学家政学部紀要，第 19 号，1982 年，pp.89-96
鍜島康子，「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，pp.101- 109
鍜島康子，「スポーツを通してみた 19 世紀後半のアメリカのファッション－『Godey's』を資料として－，実践女子大学生活科学部紀要，第 35 号，1998 年，pp.77-83
鍜島康子，「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」，服飾文化学会誌，vol.2 No.1，2002 年，　pp.1- 12
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，　pp.21- 32
濱田雅子，「アメリカ女子服のパターン・システムに関する一考察 - でもレスト・パターンとバタリック・パターンを中心に－」，国際服飾学会誌，24 号，2003 年，pp.41-62
福井典代，岩川真澄，「通信販売における女性用フリーサイズ衣料の実態調査」，繊維消費

科学，vol.53-11，2012 年，pp.942-947
福本逸美，「19 世紀後半パリにおける草創期百貨店の女店員」，Etudes françaises，大阪大学外国語学部フランス語研究室，22 号，1986 年，pp.109-142
堀麻衣子,「19 世紀末アメリカの既製服店とテーラーの広告宣伝手法ー『ワールド』より - 」，国際服飾学会誌，36 号，2009 年，pp.50-56
堀麻衣子，「衣服購入における無店舗販売の浸透と家庭生活：通信販売を中心として」，目白大学短期大学部研究紀要，50 号，2014 年，pp.77-89
松原建彦，「19 世紀後半のパリにおけるデパート経営ー『イリュストラシオン』紙上の広告分析を中心に」，福岡大学経済学論叢，第 52 巻第 3-4 号，2008 年，pp.456-497
松原建彦，「19 世紀後半のパリにおけるデパート経営ー『イリュストラシオン』紙上の広告分析を中心に（後編）」，福岡大学経済学論叢，第 54 巻第 3-4 号，2010 年，pp.319-372
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*”を資料としてー」，実践女子大学生活科学部紀要，第 34 号，1997 年，pp.39-46
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ー」，実践女子大学生活科学部紀要，第 36 号，1999 年，pp.81-85
横山寿子，「19 世紀後半アメリカにおける紳士服産業」，名古屋女子大学紀要，第 44 号（家政・自然編），1997 年，pp.65-77
横山寿子，「19 世紀後半アメリカにおける紳士用服飾品の消長」，名古屋女子大学紀要，第 45 号（家政・自然編），1997 年，pp.79 -88
吉田典子，「オスマンのパリ改造とゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』，神戸大学国際文化学部紀要 国際文化学研究，第 8 号，1997 年，pp.1-42
吉田典子，「ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』における近代消費社会とジェンダー(1)」，EBOK，神戸大学仏語仏文学研究会，9-10 合併号，1998 年，pp.113-148
吉田典子，「ゾラ『ボヌール・デ・ダム百貨店』における近代消費社会とジェンダー(2)」，近代，神戸大学近代発行会，第 89 号，2002 年， pp.71 -113
米今由希子，「リバティーのテキスタイルデザインー1881 年～1900 年のカタログから」，国際服飾学会誌，20 号，2001 年，pp.21-35

≪欧文≫
Jane Arnold，*Patterns of Fashion 2 English Women's Dress and their Construction c.1860-1940*，Drama Book Publishers, London, 1972(1966)
Athena Press，*Montgomery Ward 1876*，Athena Press，2010　ISBN 9784863400610
Nancy Villa Bryk，*American Dress Pattern Catalogs*, 1873-1909，Dover Publications, Inc., New York，1988　ISBN 0486256545
François BOUCHIER, *A History of Costume in the West*, Thames and Hudson, London, 1966，1987　ISBN 050279101
Jean-Paul Caracalla，*Le Roman du Printemps Hirstoire d'un Grand Magasin*，Éditions Denoël, Paris，1989　ISBN 2207236242

Vicomte G. d'Avenel, *Le Mecanisme de la Vie Moderne*, Librairie Armand Colin et Cie, Paris, 1922（1896-1905）
Akiko FUKAI, *The Collection of the Kyoto Costume Institute FASHION A History from the 18th to the 20th Century*, Taschen, London, 2002 ISBN 3822812064
Jeanne Gaillard, *Paris, La Ville 1852-1870*, Champion, Paris, 1976 ISBN 2852030209
Raymond Gaudriault, *Gravure de mode féminine en France*, Éd. de l'Amateurs, Paris, 1983 ISBN 2859170308
Olivier Gerval, *Studio et Produits*, Éditions Eyrolles, 2007 ISBN 9782212119961
Frances Grimble, *bridal, sport, outer, accessories, and dressmaking, 1877-1882*, Lavolta Press, San Francisco, 2004 ISBN 0963651765
Frances Grimble, *Undergarments, bodices, skirts, overskirts, polonaises, and day dresses, 1877-1882*, Lavolta Press, San Francisco, 2004 ISBN 0963651757
Bill Lancaster, *The Department Store A Social History*, Leicester Iniversity Press, London, 1995 ISBN 0718513746
Pierre Larouse, *Grand dictionnaire universel du XIXe Siècle.*, Administration du Grand dictionnaire universel, 1865-90
Le Clerc, Thomas, Dupin M, *Gallerie des modes et costumes français: dessinés d'après nature : gravés par les plus céébres artistes en ce genre, et colorés avec le plus grand soin*, Chez Esnauts et Rapilly, Paris, 1778-1781
Émile Littré, *Dictionnaire de la langue française:supplement…*, Hachette, Paris, 1886
Los Angeles County Museum of Art, *FASHIONING fashion / EUROPIAN DRESS IN DETAIL 1700-1915*, DelMonico Books, Munich, 2010 ISBN 9783641062521
Marguerite Perrot, *Le Mode de Vie des Familles Bourgeoises 1873-1953*, Press de la Fondation nationale des Sciences Politiques, Paris, 1982 ISBN 2724604687
Michael Miller, *The Bon Marché Bourgeois Culture and the Department Store, 1869-1920*, Princeton University Press, New Jersey, 1981 ISBN 0043303161
éd. Musée de la Mode et du Costume, *Femmes fin de siècle 1885-1895*, Paris-Musées, Paris, 1990 ISBN 2901424198
éd. Musée de la Mode et du Costume, *Au paradis des dames. nouveautés modes et confections 1810-1870*, Paris-Musées, Paris, 1992 ISBN 287900102X
Philippe Perrot, *Le dessus et les dessous de la bourgeoisie*, Librairie Arthème Fayrd, Paris, 1981 ISBN 2870271379
Gabriel Prevost, *Le Nu Le Vêtement La Parure Chez l'Homme et chez la Famme*, C.Marpon et E. Flammarion, Paris, 1883
dir. Bruno Remaur, Lydia Kamitsis, *Dictionnaire International de la mode*, Éditions du

Regard，Paris，1994　ISBN 2841050254
Paul Robert, *Dictionnaire alphabétique et analogique de la Langue Française*，Société du Nouveau Littré le Robert, Paris，1976
dir. Olivier Saillard，Anne Zazzo，*Fashion Mix Mode d'ici. Créateurs d'ailleurs*，Skia Flamarion, Paris，2014　ISBN 9782081343092
dir. Olivier Saillard，Anne Zazzo，*Paris Haute Couture*，Skia Flamarion, Paris，2012 ISBN 9782080201386
Piedade da Silveira，*Les Grands　Magasins du Louvre AU XIXè SIÈCLE*，Caisse de Retraites des Entreprises à Commerces Multiples, Paris，1995
Piedade da Silveira，*Les Magasins de nouveautés du La rue Montesquieu.: Au Pauvre Diable et Au Coin de Rue*, Caisse de Retraites des Enterprises à Commerces Multiples, 1996
Henriette Vanier，*La Mode et ses Métiers ivolités et lutes des classes*. Armand Colin, Paris，1960
Philippe Verheyde, *Les Grands Magasins Parisien*, Balland Éditeur, Paris, 2012　ISBN 9782353151769
Norah Waugh, *The Cut of Women's Clothes 1600-1930*, Faber & Faber Limited, London, 1968　SBN 571085946
Jan Whitaker，*Une Histoire de Grands Magasins*，Citadelles, Paris，2011　ISBN 9782850883286
Émile Zola，*Au Bonheur des Dames*. Les Rougon-Macquart，G. Charpentier，Paris，1883
Émile Zola，*Carnets d'Enquêtes. une ethnographie inédite de la France*，êd. Henri Mitterand，Librairie Plon, Paris，1986　ISBN 2724235568

（翻訳）
ロザリンド・H・ウィリアムズ，吉田典子，田村真理訳，夢の消費革命，工作舎，1996 年 3 月　ISBN 487502262X
ジョン・ウォラック，ユアン・ウェスト，大崎滋生，西尾稔監訳，オックスフォードオペラ大事典，平凡社，1996 年 3 月　ISBN 4582125212
フランソワ=マリー・グロー，鈴木桜子監修，中川高行，柳嶋周訳，オートクチュール　パリ・モードの歴史，白水社，2012 年 6 月　ISBN 9784560509692
アラン・コルバン，小倉孝誠，野村正人，小倉和子訳，時間・欲望・恐怖－歴史と感覚の人類学，藤原書店，1993 年 7 月　ISBN 4938661772
セシル･サンローラン, 深井晃子訳, 女子下着の歴史, Edition Wacoal, 1989 年 12 月　ISBN 4900544043
マリエル・シュヴァリエ，ギョーム・ブレル，福井憲彦監訳，フランスの歴史【近現代】,

明石書店，2011 年 6 月　ISBN 9784750334127
N.J.スティーヴンソン，古賀令子訳，ファッションクロノロジー，文化出版局，2011 年　3 月　ISBN 9784579501922
エミール・ゾラ，伊藤桂子訳，ボヌール・デ・ダム百貨店，論創社，2002 年 11 月　ISBN 4846004007
ピエール・ノラ，谷川稔訳，記憶の場－フランス国民意識の文化＝社会史，岩波書店，2003 年 9 月　ISBN 4000225197
ロラン・バルト，佐藤信夫訳，みすず書房，1992 年 10 月（1972 年）　ISBN 4622019639
ジョン・ハーヴェイ，太田良子訳，黒服，研究社，1997 年 11 月　ISBN 432737671X
デビッド・ハーヴェイ，大城直樹，遠城明雄訳，パリ　モダニティの首都，青土社，2006 年 5 月　ISBN 4791762681
フランソワ・ブーシェ，石山彰訳，西洋服装史，文化出版局，1973 年 6 月
ジョゼット・ブレディフ，深井晃子訳，フランスの更紗　ジュイ工場の歴史とデザイン，平凡社，1990 年　ISBN 582620159
P.フローラ，ヨーロッパ歴史統計　国家・経済・社会　1815-1875＜上巻＞，原書房，1985 年 6 月　ISBN 4562015888
フランシュ・ペイン，古賀敬子訳，ファッションの歴史 - 西洋中世から 19 世紀まで，八坂書房，2006 年 10 月　ISBN 4896948807
フィリップ・ペロー，大矢タカヤス訳，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差異構造，文化出版局，1985 年 3 月　ISBN 00987015107368
シャルル・ボードレール，福永武彦編，阿部良雄訳，ボードレール全集Ⅳ，人文書院，1974 年 5 月重版（1964 年初版）
ジャック・ル・ゴフ/ピエール・ジャンナン，アルベール・ソブール，クロード・メトラ，桐村泰次訳，フランス文化史，論創社，2012 年 8 月　ISBN 9784846011697
モニク・レヴィストロース，深井晃子監修，カシミア・ショール　歴史とデザイン，平凡社，1988 年 10 月　ISBN 4582620108
ブリュノ・デュ・ロゼル，西村愛子訳，20 世紀モード史，平凡社，1995 年 9 月　ISBN 4582620191
鹿島茂監訳，パリ歴史事典，理想社，2000 年 10 月　ISBN 4-560-02825-7
杉村和子，志賀亮一監訳，女性史は可能か[新版]，藤原書店，2001 年 1 月（1992 年）　ISBN 4894342278

資料 2

『ラ・モード・イリュストレ』誌　1866 年 10 月 4 日号

N° 41. SEPTIÈME ANNÉE. Dimanche, 7 octobre 1866.

LA MODE ILLUSTRÉE

Le numéro, vendu séparément, **25 centimes.** AVEC UNE PLANCHE DE PATRONS : 50 CENTIMES.

JOURNAL DE LA FAMILLE

Le numéro seul avec une gravure coloriée, **50 centimes.** AVEC UNE PLANCHE DE PATRONS : 75 CENTIMES.

CONTENANT LES DESSINS DE MODES LES PLUS ÉLÉGANTS ET DES MODÈLES DE TRAVAUX D'AIGUILLE, ETC. — BEAUX-ARTS — MUSIQUE — NOUVELLES — CHRONIQUES — LITTÉRATURE, ETC.

PRIX DE LA MODE ILLUSTRÉE :
PARIS.
Un an, 12 fr. — Six mois, 6 fr. — Trois mois, 3 fr.
DÉPARTEMENTS (*frais de poste compris*).
Un an, 14 fr. — Six mois, 7 fr. — Trois mois, 3 fr. 50 c.
POUR L'ANGLETERRE.
Un an, 15 s. — Franc de port, 18 s. — Cahier mensuel, 1 s. 6 pence.
Avec Patrons illustrés.
Un an, 20 s. — Franc de port, 28 s. — Cahier mensuel, 2 s.

RÉDACTION ET ABONNEMENTS, RUE JACOB, 56.
S'adresser pour la rédaction à
Mme EMMELINE RAYMOND,
Et pour les abonnements et réclamations à
M. W. UNGER.
Toutes les lettres doivent être affranchies.

PRIX DE LA MODE AVEC L'ALBUM COLORIÉ :
PARIS.
Un an, 24 fr. — Six mois, 13 fr. — Trois mois, 6 fr. 75 c.
DÉPARTEMENTS (*frais de poste compris*).
Un an, 25 fr. — Six mois, 13 fr. 50 c. — Trois mois, 7 fr.
POUR L'ANGLETERRE.
Un an, 25 s. — Franc de port, 30 s. — Cahier mensuel, 2 s. 6 pence.
Avec Patrons illustrés.
Un an, 30 s. — Franc de port, 35 s. — Cahier mensuel, 3 s.

Toute demande non accompagnée d'un bon sur la poste ou d'un mandat à vue sur Paris, à l'ordre de MM. Firmin Didot frères, fils et Cie, sera considérée comme non avenue. — On s'abonne également chez tous les Libraires de France et de l'Étranger. (*Pour l'étranger le port en sus*). — LONDRES, 13, Bedford Street, Covent Garden, W. C. —

Sommaire. — L'Administration du journal *la Mode illustrée* à ses abonnées. — Modes. — Ameublement. — Description de toilettes. — Catalogue des *Grands Magasins du Louvre* pour l'année 1866-1867.

L'ADMINISTRATION DU JOURNAL
LA MODE ILLUSTRÉE
A SES ABONNÉES.

Aux termes de nos engagements, nos abonnées doivent recevoir 52 numéros par an. Cette année nous leur donnerons 53 numéros. Elles recevront en réalité *trois numéros de plus*, le présent numéro étant double, et le prochain numéro devant contenir, outre l'un de nos numéros habituels, la suite du numéro d'aujourd'hui, soit huit pages de plus.

Désirant donner à nos numéros supplémentaires une utilité réelle pour nos abonnées, nous nous sommes décidés à les publier au commencement de la saison d'hiver; ils sont en effet destinés à contenir une grande quantité de renseignements pour les confections, les tissus d'hiver de tous prix, le linge, la lingerie, la draperie, la bonneterie, etc. Si ces renseignements, qui composent une sorte de *Dictionnaire* utile à consulter dans toutes les familles, avaient paru dans les derniers jours de décembre, ils auraient offert une utilité contestable, au lieu de présenter une utilité réelle; car il ne suffit pas en effet d'être renseigné..... Il faut surtout être renseigné à temps. Grâce au n° 41, nos lectrices n'ignoreront aucun détail concernant la mode de l'hiver prochain, et, tandis que les dessins leur représenteront les objets, les chiffres leur indiqueront les prix de toutes les confections, de tous les tissus d'hiver.

Pour donner des renseignements aussi complets que possible, nous avons dû choisir dans Paris un magasin-type, le plus vaste et le plus complet du monde, où se trouvent réunis tous les objets servant à l'habillement de toutes les personnes d'une famille, comme à l'ameublement d'une maison princière ou du plus modeste appartement. C'est surtout dans les *Grands Magasins du Louvre* que l'on peut parcourir, dans toutes les branches de l'industrie, les divers échelons, qui commencent au meilleur marché possible, pour s'élever graduellement jusqu'aux plus riches produits des diverses fabriques françaises; tous les goûts sont prévus, et toutes les bourses peuvent trouver, dans ces immenses galeries, l'objet qu'elles peuvent payer.

Notre propre intérêt qui, bien entendu, se compose surtout du soin scrupuleux avec lequel nous veillons sur les intérêts de nos abonnées, nous imposait d'ailleurs le choix que nous avons fait de ce magasin, pour y puiser les renseignements que nous voulions placer dans *la Mode illustrée*. Nous savions en effet que nous n'encourrions aucun reproche en recommandant cette maison, car chacune de nos abonnées y trouvera une complaisance inépuisable, une exactitude scrupuleuse, et enfin tous les objets qui pourront lui être utiles, aux prix les plus raisonnables. Tout se trouve réuni dans ce vaste établissement, depuis la layette la plus modeste ou la plus élégante, jusqu'au trousseau le plus simple ou le plus somptueux, depuis la robe de laine qui coûtera 20 francs, jusqu'aux velours et aux satins, en passant par les tissus intermédiaires.

Nous pensons avoir agi dans l'intérêt de nos abonnées, en leur fournissant ces renseignements, et nous espérons qu'elles nous sauront quelque gré d'avoir fait préparer pour elles ces trois numéros supplémentaires. Si cependant, contre notre attente, il se trouvait parmi nos abonnées quelques personnes qui ne partagent pas notre opinion, nous les prions de vouloir bien considérer que nous ne leur faisons aucun tort, puisqu'elles recevront, *en dehors de ces trois numéros*, les 52 numéros que nous nous sommes engagés à leur fournir.

Toutes les commandes au-dessus de 25 francs sont expédiées *franco* par toute la France, la Belgique et la Suisse, et *franco* jusqu'à la frontière pour les envois faits à l'étranger.

Les droits de douane sont toujours à la charge des destinataires. Les colis en destination de la Corse et de l'Algérie ne sont affranchis que jusqu'au port d'embarquement.

Lorsque les marchandises ne répondent pas à ce que l'on attendait, l'Administration des *Grands Magasins du Louvre* accepte toujours qu'on les lui renvoie; on ne fait à cette règle qu'une seule exception, concernant les objets confectionnés, qui ne peuvent être repris.

Tous les retours de marchandises doivent être faits *franco*; les articles envoyés en échange ne sont point affranchis. Les dames qui ont été à même d'apprécier la modicité de ces prix comprendront facilement qu'il ne peut en être autrement.

Toutes les lettres, demandes d'*échantillons* (expédiés *franco*),

PALETOT RÉSÉDA, MODÈLE DES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE.
En drap : de 100 à 170 fr. — En velours : de 200 à 300 fr.

de devis de trousseaux, de layettes, doivent être adressées à **Messieurs les administrateurs des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, rue de Rivoli, toute la rue Marengo et la rue Saint-Honoré, à Paris**, ou plutôt aux **Grands Magasins du Louvre, à Paris**. Les lettres non affranchies sont refusées.

Afin que les collections soient bien complètes, prière d'indiquer le genre de tissus dont on désire recevoir des échantillons et de fixer la limite des prix.

Éviter d'écrire ou de mettre des chiffres sur les échantillons en retour; c'est un délit puni d'amende par l'administration des Postes.

L'Administration des *Grands Magasins du Louvre* expédie ses marchandises sur tous les points de la France, villes, bourgs, villages; le payement s'effectue contre livraison, c'est-à-dire qu'elle *tire en remboursement;* en d'autres termes, on paye l'objet demandé en le recevant.

Dans le cas où il serait réclamé un supplément de port pour le service des correspondances, l'Administration prie les dames de le payer pour éviter tout retard et de lui en envoyer le reçu, dont elle s'empressera de faire passer le montant.

La poste ne répondant pas des objets expédiés comme échantillons, l'Administration des *Grands Magasins du Louvre* ne les envoie par cette voie que sur la demande expresse des dames, sans en prendre la responsabilité. Ces envois ne pouvant se faire contre remboursement, l'Administration prie les dames de la solder en mandats de poste.

Pour éviter tout retard, l'Administration prie les dames de lui rappeler leur adresse à chaque demande d'échantillons ou de marchandises et de lui faire connaître exactement le nom de la gare qui dessert la localité.

Les Messageries impériales ne pouvant se charger d'envoyer les paquets contre remboursement, en Angleterre et en Espagne, l'Administration prie les personnes qui lui feront des demandes de lui indiquer un correspondant à la frontière auquel elle fera l'expédition en remboursement. Le correspondant serait chargé de faire parvenir les marchandises à l'adresse qui serait donnée à l'Administration des *Grands Magasins du Louvre.*

MODES.

Je crois que l'objet le plus important dans la toilette féminine est représenté par la robe que l'on désigne à Paris par ces mots : *demi-toilette.* C'est là en effet que règne la plus grande variété, que le choix est le plus difficile par conséquent, et c'est sur ce point qu'il importe le plus d'être suffisamment renseigné, car chaque femme, quelle que soit sa fortune, a besoin d'une ou plusieurs robes de demi-toilette, lesquelles, d'un autre côté, représentent pour beaucoup de jeunes filles, et même pour un grand nombre de femmes, la *seule grande toilette* qui leur soit accessible. Commençons donc notre examen par les tissus dits de fantaisie, et par les prix les plus modestes.

Cretonne fantaisie, ayant 65 centimètres de largeur, à 1 fr. 25 le mètre; 12 mètres suffisent pour faire une robe coupée en pointes. Cette cretonne est rayée et un peu chinée; on la trouve dans toutes les teintes grises, depuis le noir, en brun de diverses nuances, et en violet.

Diagonale pointillée, 70 centimètres de largeur, à 1 fr. 60. Plus épaisse que la précédente, cette étoffe composera de bonnes robes pour toilettes d'intérieur.

Cretonne unie, à 1 fr. 45, avec largeur de 65 centimètres, et 1 fr. 95, largeur de 70 centimètres, en toutes nuances. Ce tissu est prêté à toutes les garnitures de taffetas, et composera des robes de *demi-toilette* modestes, mais déjà très-suffisantes.

Cretonne pointillée et rayée, 70 centimètres de largeur, à 1 fr. 95 le mètre; en gris, brun, et noir. Je recommande particulièrement le fond noir avec rayures pointillées blanches; quelques bandes de taffetas noir piquées en soie blanche, ou simplement bordées d'une soutache blanche, donneront une élégance de bon goût à ce tissu *bon marché.*

Cretonne rayée, 70 centimètres de largeur à 1 fr. 95, sur fonds bruns, gris, et noirs; plusieurs fines rayures blanches forment une rayure assez large. Les fonds gris et les fonds noirs sont ceux que l'on adopte le plus généralement.

Granité, 70 centimètres de largeur, à 1 fr. 95; sorte de *chiné,* très-bon pour toilettes de fillettes et d'enfants.

Cretonne satinée. C'est (à mon avis du moins) la plus jolie variété dans cette famille; la largeur est de 70 centimètres; leur prix de 2 fr. 40. Les fonds bruns, havane ou violets, sont rayés de noir, et cette rayure principale est accompagnée de filets blancs satinés. L'effet de cette combinaison est simple et élégant. Beaucoup de cretonnes noires ont diverses rayures blanches, plus ou moins fines, plus ou moins rapprochées, etc. Les cretonnes chinées ont 80 centimètres de largeur, et coûtent 2 fr. 95.

Reps de laine satinés, 70 centimètres de largeur, 2 fr. 45; tissu plus côtelé que le précédent; mêmes dispositions de rayures variées.

Popeline de Paris, pure laine, 70 centimètres de largeur, à 2 fr. 95, en toutes couleurs, même rouge, avec rayures noires. On sait que les enfants portent des étoffes rouges et noires. Mentionnons les popelines à rayures serrées, dont la largeur est de 75 centimètres; le prix, de 2 fr. 45. Les chinés plus épais que ceux déjà mentionnés, à 2 fr. 25, et 2 fr. 45, ayant 70 centimètres de largeur.

Drap de Paris, pure laine, 70 centimètres de largeur, à 2 fr. 95 le mètre. Dispositions écossaises, pour toilette d'enfants, robes de chambre et jupons.

Lindsay, 78 centimètres de largeur, à 2 fr. 90; étoffe un peu chinée.

Granité. Tissu charmant, 70 centimètres de largeur, à 2 fr. 45, parfois chiné, ou bien un peu *raboteux,* à l'instar du *knickerbocker,* mais infiniment préférable, car il est aussi épais, sans être aussi lourd. Le granité-nouveauté, à 2 fr. 95 (75 centimètres de largeur), est un assez gros *chiné,* d'aspect très-confortable.

Cretonne rayée, presque du reps de laine.

Pacha, 75 centimètres de largeur, à 2 fr. 95, tissu très-soyeux. Comme je m'applique à classer les étoffes par leur prix, on trouvera des répétitions de noms, parce que la même *famille* contient des variétés, plus ou moins chères.

Armure, gris, gros bleu, etc.; 75 centimètres de largeur, à 3 fr. 25.

Cretonne satinée, violet, noir, brun, 90 centimètres de largeur, à 3 fr. 50, et 3 fr. 90.

Diagonale (fines côtes, disposées en biais), 80 et 90 centimètres de largeur à 3 fr. 50, et 3 fr. 90.

Comme je n'ai pas abdiqué le droit de manifester mes préférences, je signale particulièrement le granité, à 70 centimètres de largeur, au prix de 3 fr. 90, et la *popeline* chinée du même prix, mais un peu plus large. Ce sont les *vraies demi-toilettes,* étoffes simples, quant à la disposition, mais soyeuses, et formant de beaux plis.

Puebla, 90 centimètres de largeur, à 3 fr. 50; étoffe complétement unie.

Drap de Paris, dispositions écossaises; 80 centimètres de largeur à 4 fr. 25.

Drap de Paris, pure laine, 75 centimètres de largeur, à 4 fr. 50; tissus épais, solides, inusables, à rayures noires, sur fonds de couleurs, à rayures plus espacées de toutes couleurs, sur fond noir.

Granité. Toujours mon étoffe favorite; 77 centimètres de largeur, à 4 fr. 50.

Armure, laine et soie, 75 centimètres de largeur, à 4 fr. 25.

Naïté. Très-beau tissu, 70 centimètres, à 5 fr. 50.

Neigeuse. C'est un *knickerbocker* très-perfectionné, et corrigé de tous ses défauts; 73 centimètres de largeur, à 5 fr. 50.

Laine et soie. Nouveauté à pois blancs, satinés, imitant les perles semées sur fond noir, 75 centimètres de largeur, 5 fr. 90.

Le résumé de ces divers renseignements est celui-ci: Les étoffes de fantaisie ont de 65 à 85 et 90 centimètres de largeur; à 65 centimètres, on emploie 12 mètres pour une robe.

La généralité, pour ne pas dire la totalité des tissus d'hiver, est vouée au gris, au violet, au noir. Point de dessin, excepté toutes les rayures imaginables; l'uni, ou le chiné, telles sont les dispositions adoptées.

Je suivrai pour les soieries la méthode observée pour les tissus de laine, et j'indiquerai d'abord les taffetas à rayures larges ou fines, en toute couleur, sur toute couleur, à 4 fr. 90 le mètre; le brun clair sur brun foncé, le vert clair sur vert foncé, et en général toutes les rayures de nuance claire sur nuance plus foncée sont charmantes.

Quatorze mètres de taffetas suffisent amplement aujourd'hui pour une robe qui, en belle et bonne qualité, dans les prix ci-dessus indiqués, coûte à peine 70 francs.

A 5 fr. 50 le mètre on trouve toutes les variétés de rayures, égales au fond, plus ou moins fines, plus ou moins espacées; il y a des bruns *dorés* et des bruns capucine sur fond noir qui sont d'un effet à la fois riche et simple; je ne parle pas du noir et blanc qui se trouve représenté dans toutes les variétés imaginables.

A 5 fr. 75 le mètre, j'indiquerai les fines rayures avec tout petits dessins finement brochés, soit de couleurs vives, soit de même teinte que la rayure.

A 5 fr. 90 le mètre toutes les rayures sur fond uni ou changeant. Pour robes de ville je recommanderai aux dames âgées la rayure Havane satinée sur fond noir, — la rayure capucine, qui est plus *jeune* que la précédente, — la rayure rouge, qu'une jeune femme peut porter. Pour toilettes de dîner et de soirée je signalerai aux jeunes femmes un taffetas rose de Chine, avec rayures noires, pas trop noires cependant, puisqu'elles sont atténuées par la trame rose: l'effet en est charmant, *gai* et *paré.* Dans cette variété nous trouvons aussi les petits carreaux imperceptibles formés par des filets qui conviennent parfaitement aux jeunes filles.

Les taffetas chinés, jaspés, changeants, forment de belles toilettes, surtout quand on y joint le pardessus pareil, ouaté pour l'hiver.

A 7 fr. 25 le mètre les rayures *reps* et les rayures satinées qui forment des plis superbes.

A 8 fr. 50 le mètre, des *semés* composés de tout petits disques, de carrés, de losanges; les semés blancs ont l'aspect de l'argent, les semés bruns semblent tissés en or; toute cette disposition mérite une recommandation spéciale.

Je ne puis énumérer toutes les autres rayures *reps* ou satinées, groupées par trois, par six, etc.; mais je m'arrêterai complaisamment sur une étoffe qui est la propriété exclusive des *Grands Magasins du Louvre:* on l'appelle *broderie Pompadour;* je n'ai pas encore vu un travail *broché* aussi finement exécuté; il représente des fleurettes d'une délicatesse telle que l'on n'y découvrirait pas de défauts, même en les examinant à la loupe. Sur fond noir, ces fleurettes sont ou d'une seule teinte, ou de plusieurs couleurs. On comprend, en admirant ces tissus, que la France ne peut avoir de rivale dans l'industrie de la soierie. Une robe en *broderie Pompadour* est digne de figurer à l'exposition.

Je crois superflu d'ajouter que l'*uni* dans toutes les teintes, et depuis les prix les plus raisonnables, est représenté par des pièces immenses de soyeux et épais poult-de-soie, de taffetas, de faye, de draps de Paris, de satins et de velours.

Le comptoir des cachemires des Indes mérite une mention spéciale, en ce que les *Grands Magasins du Louvre* ont supprimé une grande partie des frais qui élevaient les prix de ces cachemires, en établissant une maison dans l'Inde même pour éviter tout intermédiaire, même les entrepôts de Londres.

AMEUBLEMENT.

Nous examinerons d'abord la collection des reps de laine, unis (dits reps gobelins); leur largeur est d'un mètre 30 centimètres, grandement suffisante par conséquent, pour un rideau ou une portière. Les nuances foncées, telles que le grenat, servent à meubler les salons simples, ou les chambres à coucher; le jaune, le groseille, le vert d'eau, sont consacrés aux salons élégants, et surtout aux petits salons; le gris, le gros bleu, le bleu de Chine, aux chambres à coucher élégantes. Le vert, le brun dans toutes ses teintes, conviennent aux bibliothèques, cabinets, salles à manger, fumoirs.

Ces reps coûtent de 5 fr. 50, à 10 fr. 25, avec toutes les qualités intermédiaires entre ces deux prix, qui représentent le minimum et le maximum. C'est aux reps unis que s'allient, soit pour les rideaux et portières, soit pour les sièges, les bandes de tapisserie plus ou moins larges; des bandes de tapisserie façon *Aubusson* se trouvent du reste dans les *Grands Magasins du Louvre,* pour servir d'encadrement aux reps unis; il y en a sur tous les fonds possibles, et avec les dessins les plus variés.

Les reps façonnés, ou plutôt reps gobelins, à rayures en soie brochées, offrent des dessins splendides. Les fonds groseille, verts, bleus, gros bleu, havane, sont traversés par des rayures en soie jaune d'or; parfois une fleur de lis est parsemée dans l'intervalle qui sépare les rayures, ou bien encore celles-ci sont à dessins égyptiens, ou indiens, brillamment colorés. Les reps unis à bordure *tissée,* composée d'une grecque en soie jaune sur fond noir, sont ceux qui conviennent le mieux pour salon; les autres reps sont destinés surtout aux salles à manger, aux chambres à coucher, aux cabinets de travail. Parmi ces derniers reps je dois signaler tout particulièrement un vert foncé avec rayures violettes, vert clair, vert très-foncé, et jaune d'or, le tout mélangé en dessins superbes, — une groseille avec rayures vert d'eau, et nuance *mode,* — un groseille foncé, avec dessins cachemire sur fond de soie jaune; celui-ci est magnifique, et se retrouve aussi en d'autres teintes.

Le reps impérial, vert, avec rayures de velours vert à côtes de soie jaune d'or, est l'un des plus beaux tissus d'ameublement qui aient jamais été faits. J'en dirai autant des reps à rayures Pompadour, et du store impérial sur fond bleu, gris, vert, cramoisi, et vert d'eau.

Chacun connaît les damas de laine, et je n'aurais rien à en dire, si je ne répétais ici, une fois de plus, que même le damas de laine coûtant 2 fr. 95 le mètre, en un mètre 30 de largeur, peut servir à meubler un salon suffisamment élégant, pour peu que l'on y introduise la *recherche* des portières.

Les *satins* en laine et soie imitent à s'y méprendre les belles soieries pour ameublement. Je répéterai encore l'observation contenue dans le paragraphe précédent: mise en demeure de choisir entre un brocart de soie, coûtant 30 fr. le mètre, à la condition de garnir seulement les fenêtres, j'opterais, pour le satin en laine et soie, avec *portières,* et j'aurais un salon à la fois moins coûteux et plus élégant.

Il y a une étoffe qui est presque aussi épaisse que certains tapis, et que l'on appelle stamboul; vu de près, le tissu en paraît grossier..... Employée en rideaux et portières, l'effet décoratif est superbe; le tissu est à double face, ce qui est bien commode pour les rideaux, et surtout pour les portières. La dépense de la doublure est ainsi évitée. Cette étoffe servira surtout pour fumoirs, chambre de jeune homme, salle à manger, antichambre d'une demeure très-élégante. Même couleur que l'une des teintes dominantes du *stamboul;* son prix est de 7 fr. 75, en un mètre 30 centimètres de largeur.

Les *Algériennes, Tiffiet Tombouctou* coûtent de 2 fr. 95 à 3 fr. 75, pour les premières, de 3 fr. 25 à 5 fr. 75, pour les secondes, de 3 fr. 50 à 4 fr. 75 pour les dernières; même emploi que le stamboul. J'en dirai autant des madrilènes à 5 fr. 50, qui occupent dans mon estime le premier échelon en dessous du stamboul.

Comme la fantaisie conserve ses droits, même dans le domaine de l'ameublement, on voit apparaître un tissu indien multicolore, comme la bordure d'un cachemire de l'Inde; sa largeur est d'un mètre 40 centimètres; son prix varie de 4 fr. 50, à 6 fr. 25. Cela est charmant pour petit salon de ville, grand salon de campagne, et chambre de jeune homme.

Quant aux damas de soie, aux brocarts et aux brocatelles de Lyon, la nomenclature en est inutile; chacun sait que ces tissus composent l'ameublement le plus somptueux; on en trouve aux *Grands Magasins du Louvre* une collection aussi complète que possible.

J'en dirai autant des tapis, recommandant les dessins de Smyrne, pour salle à manger, cabinet de travail, les fleurs sur fonds gris ou *mode* pour salon, sur fond foncé pour chambre à coucher. EMMELINE RAYMOND.

DESCRIPTION DE TOILETTES.

ÉTOFFES, PALETOTS ET JUPONS DES MAGASINS DU LOUVRE.

Jupon en cachemire rouge (ou plutôt bande de cachemire rouge, ayant 30 centimètres de largeur, tuyautée sur toute sa hauteur); robe en taffetas noir, à fines rayures rouges, à bords dentelés, un peu plus courte que le jupon. Paletot en cachemire noir, orné de galons perlés, à bords dentelés, garnis d'un effilé terminé par des perles. Chapeau de tulle noir, avec brides-écharpes.

Robe en poult-de-soie gris, bordée avec un volant tuyauté, ayant 10 centimètres de largeur; chaque lé est bordé avec une bande de velours violet, ayant 4 centimètres de largeur, surmontée d'une bande pareille, ayant 1 centimètre de largeur; ces bandes remontent sur toutes les coutures. Paletot en cachemire noir, orné de galons perlés, à bords dentelés, garnis d'un effilé terminé par des perles. Chapeau de tulle noir, avec brides-écharpes.

Robe en poult-de-soie gris, bordée avec un volant tuyauté, ayant 10 centimètres de largeur; chaque lé est bordé avec une bande de velours violet, ayant 4 centimètres de largeur, surmontée d'une bande pareille, ayant 1 centimètre de largeur; ces bandes remontent sur toutes les coutures. Le lé de devant *semble* boutonné de chaque côté sur les lés qui se joignent. Paletot en drap-velours violet, bordé d'astracan; manchon d'astracan. Chapeau en satin blanc.

CATALOGUE
DES GRANDS
MAGASINS DU LOUVRE
POUR L'ANNÉE 1866-1867.

COMPTOIR DES SOIERIES.

Afin d'offrir au public un assortiment de Soieries aussi complet que celui des maisons SPÉCIALES vendant en gros, nous avons établi une **MAISON D'ACHAT A LYON**, et nos produits sont livrés à la vente aux **prix de fabrique**, puisque nous avons supprimé les bénéfices prélevés par les intermédiaires.

Soieries noires.

	fr. c.	fr. c.	fr. c.	
TAFFETAS D'ITALIE, noir cuit, bonne qual., larg. : 0m 63.	4 60	4 75	4 90	
— — — qual. supér., —	5 90	6 75	7 75	
— CACHEMIRE, — qual. extra, —	8 75	9 75	10 75	
— — — doub. chaîne, —	11 75	12 75	13 50	
DRAP DE LYON, noir cuit, largeur : 0m 63	4 90	5 90	6 75	Cette étoffe est avec lisières blanches.
— noir anglais, —	7 75	8 75	9 75	
— noir sup., doub. chaîne, larg. : 0m 63.	10 75	11 75	12 75	
DRAP DE FRANCE, noir, 1re qualité, larg. : 0m 63. . . .	5 90	6 75	7 75	
— — qual. extra, —	8 75	9 75	10 75	fr. c.
POULT-DE-SOIE FAYE, noir fin, largeur : 0m 70. . . .	8 75	9 75	10 75	11 75
— — noir anglais, —	12 75	13 75	14 75	15 75
— ANTIQUE, noir extra, larg. : 0m 80. . . .	13 75	à	17 50	
— — — larg. : 1 mètre . .	18 50			
— — — larg. : 1m 20. . . .	22 »			
MOIRE ANTIQUE, noir cuit, largeur : 0m 70	8 75	9 75	10 75	
— — noir anglais, —	11 75	12 75	13 75	
— — noir extra, —	14 75	15 75	16 75	
— — noir anglais, qualité extra, largeur : 0m 80 et 0m 90	19 50 et au-dessus.			
SATIN DOUBLE, noir cuit, larg. : 0m 45 et 0m 48. . . .	5 50	5 90	6 75	7 50
— TRIPLE, noir cuit, apprêt anglais, larg. : 0m 58.	8 50	9 75	10 75	11 75
— EXTRA, — — —	12 75	13 75	14 75	15 75
— noir, qualité extra, largeur : 0m 70.	19 »			

Soieries noires façonnées.

	fr. c.	fr. c.
POULT-DE-SOIE, broché, dispositions nouvelles, largeur : 0m 52.	5 50	6 75
— — genres riches, largeur : 0m 70.	10 75	
MOIRE ANTIQUE, façonnée, largeur : 0m 70.	11 75	12 75
— — pékin satin, —	11 75	12 75

Soieries blanches.

TAFFETAS D'ITALIE, blanc frais, largeur : 0m 52.	4 90	5 75
— blanc fin, — 0m 63.	6 75 à 10 75	
POULT-DE-SOIE, blanc argent, — 0m 52.	5 90	6 50
— — — 0m 63. . . . . 7 75	8 75	9 75
— — extra, — 0m 63. . . . . 10 50	11 50	12 50
— ANTIQUE, blanc fin, — 0m 70.	11 75 à 20 50	
— — blanc, qualité extra, largeur : 0m 80.	27 »	
MOIRE ANTIQUE, blanche (blanc de jour et de lumière), larg. : 0m 70.	10 75 à 16 75	
SATIN DOUBLE (blanc de jour et de lumière), larg. : 0m 45. 5 50 6 75	7 50	8 75
— TRIPLE — — — 0m 58.	9 75 à 17 50	
— blanc, qualité extra, largeur : 0m 70	23 »	

Soieries unies.

POULT-DE-SOIE, couleurs claires et foncées, largeur : 0m 52	5 90	
— — première qualité, largeur : 0m 63.	7 75	8 75
— couleurs claires et fonc., qual. ext., larg. 0m 63. 9 75	10 50 à 12 50	
— couleurs toutes les nuances, largeur : 0m 70. . 13 75	14 75	15 50
— — — qualité extra, largeur : 0m 70. . .	16 75 à 18 50	
— couleurs toutes les nuances, qualité exclusive, largeur : 0m 70.	19 50 à 21 »	
MOIRE ANTIQUE, couleurs claires et foncées, largeur : 0m 70.	12 75 à 16 75	
SATIN DOUBLE, nuances foncées, — — — claires, } 1re qualité, largeur : 0m 58.	12 75	
— TRIPLE, nuances foncées, trame pure, — — — claires — blanche, } qualité extra, largeur : 0m 58. . .	15 50	
— QUALITÉ EXTRA, nuances claires et foncées, larg. : 0m 70.	15 50 à 22 »	

NOUVEAUTÉS D'HIVER.

Soieries fantaisies, fond de couleurs.

	fr. c.	fr. c.
TAFFETAS, rayés et quadrillés, couleur et noir, — rayés et quadr., couleur et camaïeux — dispositions nouvelles, } 1re qual., larg. : 0m 52.	4 90	5 90
— rayé, fond glacé, couleur et noir, largeur : 0m 52	4 90	5 90
POULT-DE-SOIE, assortiment considérable de rayés et autres genres, en 0m 52 et 0m 63 de largeur.		

Choix immense de SOIERIES, HAUTE NOUVEAUTÉ, *grande largeur.*

Soieries fantaisies, fond noir.

TAFFETAS, rayé, nuances nouvelles, largeur : 0m 52	
— — cannelé, nouveautés, — }	4 75 à 5 75
— — satiné, dispositions variées, largeur : 0m 52. . . . . }	
POULT-DE-SOIE, broché, haute nouv., nuances nouvelles, larg. : 0m 52. .	5 75
— dispositions canelées, — —	5 75 à 6 75
— broderie riche, qual. extra, — —	7 75
— cannelé et nouveauté, largeur : 0m 62 et 0m 68.	7 75 à 12 »
— et taffetas spouliné pompadour, larg. : 0m 62 et 0m 68.	10 75 à 16 »

Assortiment considérable de SOIERIES RICHES, *grande largeur, fond noir, broché, cannelé, rayure nouveauté, etc.*

Soieries fantaisies, fond blanc.

TAFFETAS, rayé, couleurs, POULT-DE-SOIE, rayé et couleurs, } nuances nouvelles, larg. : 0m 52 . .	4 90 à 6 25
POULT-DE-SOIE, MOIRE ANTIQUE, SATIN, } dispositions satinées et pompadour, haute nouveauté, largeur : 0m 70.	12 75 à 14 75
Grand choix de FOULARDS croisés, unis et fantaisie, largeur 68/70 pour chemisettes et robes.	3 50 — 5 90

Popeline de Lyon.

Assortiment complet dans toutes les nuances unies, 1re qualité, largeur : 0m 63	6 75
Assortiment complet dans toutes les nuances unies, qualité extra, largeur : 0m 63	7 75
POPELINE DE LYON, noire, largeur : 0m 63	6 75 à 10 75
— ECOSSAISE et rayée, pour costumes d'enfants, larg. : 0m 63 . .	5 90

Velours tout soie.

VELOURS, noir, tout cuit, largeur : 0m 50.	14 50 à 16 75	
— — — qualité extra, largeur : 0m 50 . . . . 17 50	18 50	19 50
— — tout soie, mousseline, —	20 50 à 25 »	

Grand assortiment de VELOURS DE COULEURS.

Velours larges.

VELOURS, noir, qualité extra, largeur : 0m 70	32 »	35 »
— — — — 0m 80	42 »	45 »
— — — — 0m 90	55 »	—
— — — — 1m 00	65 »	
— — — — 1m 20	75 »	

Soieries pour doublures.

FLORENCE, blanc, — de couleur, } largeur : 0m 36 et 0m 40, de	1 75 à	2 50
LUSTRINE, noire, largeur : 0m 50.	2 » à	2 75
— — — 0m 63.	2 75 à	3 25
MARCELINE, toutes nuances pour édredons : Vert clair et foncé, — Bleu clair et foncé, — Bouton d'or, — Rubis, — Cramoisi, — Solferino, — Cerise, — Scabieuse, — largeur : 1m 20.	10 50	
SERGE noire, — SATIN DE CHINE noir, — SERGE blanche, larg. : 0m 63	6 25	5 90

COMPTOIR DE FANTAISIE.

Nous avons pour principe de suivre scrupuleusement les arrêts de la mode dans l'importante question des ÉTOFFES DE FANTAISIE; on trouve dans ce rayon non pas la *fantaisie* de l'an passé, mais les tissus les plus nouveaux, les plus frais, dessinés pour nous, et fabriqués exclusivement pour nous, par les premières manufactures.

SAISON D'HIVER.

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
REPS MÉLANGÉ, grande largeur. . . .	» 90	1 25	1 45	1 75	1 95	2 25	2 45
CRETONNE MOULINÉE, grande largeur.	» 90	1 25	1 45	1 75	1 95	2 25	2 45

Nouveautés (GRANDE LARGEUR).

CRETONNE, trame pure laine, fond noir et couleur, dispositions et nuances nouvelles. . .	» 75	» 95	1 25	1 45	1 75	
— trame pure laine, rayures satinées		1 45	1 75	2 25	2 45	
— — — soie.			2 45	2 95	3 50	
REPS, trame pure laine, fond noir et couleurs, dispositions et nuances nouvelles.	» 95	1 25	1 45	1 75	1 95	
— trame pure laine, rayures satinées.		1 45	1 75	2 25	2 45	
— — — laine.				2 45	2 95	
— — — soie.			2 45	2 95	3 50	
— — chiné et caillouté.		1 25	1 45	1 75	2 25	2 95
POPELINE, trame pure laine, fond noir et couleurs, dispositions et nuances nouvelles, depuis.						1 90
— trame pure laine, rayures satinées soie, depuis						1 95
— — chinée et caillouteé, depuis						1 25
— PURE LAINE, rayures satinées laine, depuis.						2 45
— — — et cannelées soie, depuis.						2 95
— — chinée et moulinée soie, depuis						2 95
— PURE LAINE ET SOIE, rayures satinées et cannelées soie, depuis.						3 90
— — chinée et moulinée soie, depuis.						3 90
ÉPINGLÉ PURE LAINE, fond noir et couleur, disposit. et nuances nouvelles, depuis.						3 50
— rayures satinées soie, depuis						3 90
— chiné et broché soie, depuis.						3 90
DIAGONALE PURE LAINE, fond noir et couleur, dispositions et nuances nouvelles, depuis						3 50
— chinée et brochée.						3 90

Un choix de dispositions très-variées en DRAPS DE PARIS *pure laine et* GROS DE TOURS *laine et soie.*

Nouveautés pour costume complet.

KNICKERBOCKER, depuis	1 25
LINDSAY, WINDSAY, CHAMBRAY, grande largeur, lisses et croisés, toutes nuances pures et glacées, chaîne coton, trame pure laine, depuis.	1 95
— chaîne soie, trame pure laine, depuis	3 90
DIAGONALE, grisaille et couleurs, chaîne coton, depuis.	1 45
— — — soie, toutes dispositions, depuis	3 90
GRANITÉS, — — coton, depuis	1 45
— — — soie, depuis.	2 95
MOUSSEUSE, — — coton, depuis	1 45
NEIGEUSES, fonds noir et couleurs, dessins variés, depuis	1 95
— — pure laine, double chaîne soie, depuis . . .	3 90
NATTES, grisailles et couleurs, chaîne coton, depuis.	2 45
— — soie, depuis.	3 90
VALENCIAS, grisaille et couleurs, chaîne coton, toutes nuances pures et glacées, depuis	2 45
— pure laine, toutes nuances, pures et glacées, depuis.	3 50
— chaîne soie, — —	4 50
VELOURS ÉPINGLE, chaîne coton, grisaille et couleurs, disposit. très-var., depuis.	2 95
— pure laine, grisaille et couleurs, broché soie, depuis	3 90
— soie et laine, grisaille, depuis	4 50

Un choix très-complet d'armures de toutes sortes, chaîne coton, chaîne soie et pure laine, grisailles et nuances nouvelles.

Étoffes unies (GRANDE LARGEUR).

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
CRETONNE unie, toutes nuances.	1 25	1 45	1 75	1 95	2 45
REPS — —	1 25	1 45	1 75	1 95	2 45
POPELINE PURE LAINE, depuis		2 90	3 50	3 90	4 50
DRAP DE PARIS, depuis		3 90	4 50	4 90	5 50
POPELINE DE PARIS, laine et soie, depuis	3 50	3 90	4 50	4 90	5 90
— — — —			6 75	7 75	8 25
GROS DE TOURS, laine et soie, depuis.			6 75	7 75	8 25
ÉPINGLINE, laine et soie, depuis.			4 90	5 90	6 75
VELOURS ÉPINGLES PURE LAINE, depuis.			4 90	5 90	6 75
VELOURS ÉPINGLÉ LAINE ET SOIE	3 50	3 90	4 50	4 90	5 90
VALENCIAS PURE LAINE.				3 90	4 50
— LAINE ET SOIE, depuis					4 50
MÉRINOS, pure laine, grande largeur, toutes nuances, depuis.					2 75

Nouveautés pour robes de chambre.

FLANELLE, pure laine, unie et mélangée, grande largeur, depuis	3 50
— haute nouveauté, dispositions nouvelles, depuis	3 90

Un grand choix de flanelles et cachemires imprimés et brochés disposés pour robes de chambre.

Nouveautés pour enfants.

Un choix très-varié de dispositions nouvelles pour enfants :
ÉCOSSAIS, pure laine et laine et soie.
CARREAUX ET RAYURES, nuances vives pour costumes d'enfants.
DAMIERS ET DESSINS DÉTACHÉS, toutes nuances fonds pure laine et laine et soie.

Nouveautés pour demi-deuil.

Un choix très-complet de grisailles, blanc et noir, noir et blanc, dispositions nouvelles dans tous les prix.

Robes de soirées.

	fr. c.
GAZE CRISTAL, dispositions nouvelles, depuis	2 90
GAZE DE SOIE, unie et à dispositions, depuis.	2 90
CHAMBERY uni, toutes nuances, depuis.	3 50
— rayures taffetas et satinées, dessins détachés, haute nouv., depuis. .	3 50

Étoffes demi-saison.

CRETONNE unie, chinée, dispositions nouvelles, nuances demi-foncées.
POPELINE unie, chinée, dispositions nouvelles, pure laine et laine et soie.
GRISAILLES en tissus nouveaux pour demi-saison, popelines Bengale, armures de toutes sortes, diagonale, granit, etc.

ARTICLES D'ÉTÉ.

Toile de Saxe et Poil de chèvre.

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
TOILE DE SAXE, grande largeur, dispositions et couleurs nouvelles.		» 75	» 95	1 25	1 45
TAFFETAS DE LAINE, Pékins, chinés, carreaux. . . .	1 45	1 75	1 95	2 25	2 45
POIL DE CHÈVRE, grande largeur, trame pur Mohair, carreaux, Pékins, taffetas et Pékins satinés, chinés et fonds unis, depuis.					1 45
POIL DE CHÈVRE uni, nuances pures, depuis.					2 90
— — — glacées, depuis.					2 90
— impr. sur chaîne, rayures satinées et rayures taffetas, depuis.					1 95

Alpaga.

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
ALPAGA ANGLAIS mélangé.		» 90	1 25	1 45	1 75	1 95	2 25	
— uni, nuances pures.	1 25	1 45	1 75	1 95	2 25	2 45	2 90	
— glacé, trame pur Mohair. . .	1 25	1 45	1 95	2 45	2 90	3 50		
PACHA glacé, trame pur Mohair.	2 90	3 50	3 90	4 50	»	»	»	
ALPAGA chiné, Pékins carreaux.	1 25	1 45	1 75	1 95	2 45	»	»	
— imprimé.	1 60	1 75	1 95	2 45	»	»	»	
— impr. riches, trame pur Mohair. . .	2 90	3 50	»	»	»	»	»	»

Un choix très-varié de nuances et dispositions nouvelles, Pékins, chinés et armures de toutes sortes.

Linos anglais.

LINOS uni et glacé, chiné, Pékin et carreaux, grande largeur, nuances et dispositions nouvelles.	» 75	» 95	1 25	
— trame pur Mohair	1 45	1 75	1 95	2 25
— imprimé pur Mohair.	1 60	1 75	1 95	2 25

Un grand choix de LINOS IMPRIMÉS SUR CHAINE, *avec et sans rayures de satin ;* LINOS FONDS BLANCS, *fonds chinés et fonds de couleurs avec dessins détachés et satins de couleur.*

Taffetas de laine.

TAFFETAS DE LAINE, grande largeur, Pékins taffetas toutes nuances sur fond blanc et fond chiné	1 75	1 95	2 25	2 45
— grande largeur, fond uni et chiné rayure satin	2 75	2 90	»	»
— chiné grande largeur.	2 45	2 75	2 90	
— uni et glacé, depuis			2 90	
— imprimé sur chaîne, rayures satinées et taffetas, depuis. .			2 90	

Un grand choix de toutes dispositions et couleurs nouvelles en taffetas pure laine et laine et soie.

Sultane poil de chèvre.

SULTANE unie	2 45	2 95	3 25
— glacée	2 45	2 95	3 25
— chinée	2 45	2 95	3 25
— rayures satin et rayures taffetas	2 95	3 25	3 50

Un choix immense de couleurs unies, glacées, et de dispositions très-riches et très-variées, rayures nouvelles, dessins détachés, cailloutés, neigeuses, etc., le tout entièrement poil de chèvre et soie.

Grenadine de laine.

GRENADINE unie et à dispositions nouvelles, carreaux, rayures, chinée, imprimée et brochée, depuis.	» 75
MOUSSELINE DE SOIE, toutes dispositions et nuances, depuis	1 25
GAZE CRISTAL, tissu et dispositions nouvelles, depuis	2 90

Gaze de Chambéry.

CHAMBÉRY uni, toutes nuances, pures et nouvelles, depuis.	3 25
— rayures taffetas et satinées, dessins détachés sur fond blanc et de couleur, hautes nouveautés, depuis.	3 50

Robes de voyage.

Un grand choix de tissus nouveaux pour costume complet de voyage.

Robes d'enfants.

	fr. c.
ÉCOSSAIS pure laine et laine et soie, depuis	2 45
RAYURES pure laine et laine et soie fonds blancs, rayure rose, bleu, cerise, etc., depuis.	2 90
DAMIERS ET DESSINS DETACHES fond blanc, dessins rose, bleu, cerise, vert, depuis.	1 95

Étoffes unies d'été.

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
LINOS ANGLAIS, toutes nuances	» 95	1 25	1 45	1 75	1 95
ALPAGA ANGLAIS, —	1 25	1 45	1 75	2 25	2 45
POIL DE CHÈVRE, —	2 45	2 75	2 90	3 50	
TAFFETAS DE LAINE, —	2 45	2 75	2 90	3 50	
TAFFETAS LAINE ET SOIE, — depuis				3 90	

	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.	f. c.
SULTANE, toutes nuances	2 45	2 75	2 90	3 50	3 90
GRENADINE DE LAINE, —	1 25	1 45	1 75	1 95	2 45
GRENADINE DE SOIE, — depuis					3 25
GAZE DE CHAMBÉRY, — depuis					3 25

Nouveautés pour demi-deuil en noir et blanc, blanc et noir dans tous les tissus et prix énoncés ci-dessus.

CONFECTIONS.

Les confections comprennent les vestes d'appartement, les paletots en cachemire noir, brodés, ou bien ornés de galons; les paletots en drap, en velours, les sorties de bal, les manteaux de voyage, les bournous.

Quel que soit le prix de l'un de ces vêtements, modique ou élevé, on est certain que le *bon marché* n'est pas obtenu aux dépens de la qualité de l'étoffe, de la grâce de la forme, ou de la nouveauté de la confection. Le prix du vêtement s'élève suivant la richesse des ornements, la minutie de la broderie; par conséquent les confections les moins chères sont seulement les plus simples, et non pas les *plus mal faites*.

COMPTOIR DES PEIGNOIRS ET ROBES CONFECTIONNÉES.

Nous avons installé des *ateliers spéciaux* pour la confection des ROBES et des PEIGNOIRS, dont nous avons toujours (dans tous les tissus nouveaux) un choix considérable en magasin, depuis les plus bas prix jusqu'aux prix les plus élevés.

	fr. c.
JUPE ET CASAQUE d'appartement, garnie de biais et galons, étoffe fantaisie de première qualité	45 »
PEIGNOIR d'appartement avec pèlerine, garnitures de taffetas roulé, étoffe de première qualité	55 »
— La Vallière, cachemire entièrement doublé d'alpaga blanc, le devant en telé, orné de fort jolis boutons	90 »
PEIGNOIR élégant, popeline laine et soie, entièrement doublé d'alpaga blanc, très-belles garnitures variées, de	120 à 150 »
COSTUME DE VOYAGE, casaque ou paletot droit, bord de la jupe plissé, étoffe et garnitures de 1re qualité	90 »
TOILETTE DE VILLE, jupe et casaque ou paletot droit, formes péplum et autres, étoffe et garnitures nouvelles, à 45 francs et au-dessus.	

COMPTOIR D'INDIENNE.

Il est une foule de cas dans lesquels nulle étoffe ne peut remplacer l'indienne, la toile de Vichy, etc.; nous nous sommes appliqués à donner à ces tissus si convenables pour peignoirs du matin, toilettes de campagne, etc., un aspect élégant et moderne, en leur attribuant les dessins actuellement préférés.

	fr. c.	fr. c.
INDIENNES Rouen, excellent teint	» 75	» 95
PERCALES d'Alsace, qualité supérieure		1 25
— Pompadour, haute nouveauté		1 75

Toiles de Vichy.

Première qualité, excellent teint, largeur 1 mètre	1 45	1 75	1 95

Cotonnades.

	fr. c.	fr. c.
COTONNADES, 4/4 grand teint	1 45	1 75
— première qualité	1 95	2 25
RETORS, extra-fort	1 95	2 25
MADRAS, première qualité		1 60

Étoffes pour Jupons.

REPS rayé et chiné, trame pure laine	1 45	1 75	1 95
TISSUS nouveaux, largeur 1 mét.	3 25	3 75	4 75

Jupons à dispositions.

	fr. c.	fr. c.
ÉTOFFES NOUVELLES, dessins riches, 4 mét. d'ampleur, 1m10 de hauteur		14 75
HAUTE NOUVEAUTÉ	19 75	24 »

Tartanelles.

TARTANELLES chinées et rayées	1 45	1 95	2 45

COMPTOIR DE LINGERIE.

Aucun objet, dans nos trousseaux, layettes, linge confectionné, n'est fait à la mécanique; cent cinquante couvents travaillent exclusivement pour les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, et nous permettent de livrer ce que l'on nous demande dans le délai que l'on nous fixe.

La différence des prix est due tout entière à la différence des tissus, ou des dentelles, ou de la richesse des broderies; *jamais* à la négligence apportée à la préparation des objets mis en vente à bon marché.

TROUSSEAUX.

Chemises de jour en madapolam, à coulisse.

CHEMISES MADAPOLAM.	fr. c.
— coulisse et manches ourlées	4 » 4 50
— fort, coulisse et manches piquées	5 »
— extra-fort, coulisse et manches piquées	6 »
— fin, coulisse et manches piquées	6 50
— extra-fin, coulisse et manches piquées	7 »

Chemises de jour en madapolam à poignet.

CHEMISES MADAPOLAM.	
— poignet uni	4 »
— —	4 50
— fort, poignet uni	5 50
— fort, poignet et manches piqués	6 50
— extra-fort, poignet et manches piqués	6 50
— fin, poignet et manches piqués	7 »
— extra-fin, poignet et manches piqués	8 »

Chemises de jour en madapolam à coulisse festonnée.

CHEMISES MADAPOLAM.		
— coulisse et manches festonnées	7 »	8 »
— fort, coulisse et manches festonnées		9 »
— extra-fort, coulisse et manches festonn.		10 »

CHEMISES MADAPOLAM.	fr. c.
— fin, coulisse et manches festonnées	11 »
— extra-fin, coulisse et manches festonn.	12 »
— PERCALE, festons et pois, à coulisse	8 50
— — brodées à coulisse	12 »
— — broderie fine à coulisse	18 »

Chemises de jour en madapolam à poignet festonné.

CHEMISES MADAPOLAM.	
— poignet et manches festonnés	7 » 8 »
— fort, poignet et manches festonnés	9 »
— extra-fort, poignet et manches festonn.	10 »
— fin, poignet et manches festonnés	11 »
— extra-fin, poignet et manches festonnés	12 »
— PERCALE, festons et pois, à poignet	12 »
— — fine, broderie fine, à poignet	18 »

Chemises en percale festonnées à coulisse ou à poignet.

CHEMISES EN PERCALE,	
festonnées	9 »
— feston riche	10 50
— broderie et dentelle	25 »

Chemises de jour en toile à coulisse.

CHEMISES EN TOILE de Flandre à coulisse	7 »	8 »
— d'Irlande à coulisse		9 »
— — fine à coulisse		10 »

Chemises de jour en toile à poignet.

CHEMISES EN TOILE de Flandre, poignet uni	7 »	fr. c. 8 »
— d'Irlande, poignet piqué		9 »
— — fine, poignet piqué		10 »
— extra-fine, poignet piqué		12 »

Chemises de jour en toile à coulisse festonnée.

CHEMISES EN TOILE de Flandre, coul. festonnée		10 »
— — —	11 »	12 »
— d'Irlande, coulisse festonnée		14 »
— — fine, coulisse feston		16 »

Chemises de jour en toile à poignet festonné.

CHEMISES EN TOILE de Flandre, poignet festonné		10 »
— — —	11 »	12 »
— d'Irlande, poignet festonné et brodé		14 »
— — fine, poignet festonné et brodé		16 »

Chemises de jour riches.

CHEMISES EN TOILE		
— brodées, garnies de dentelle		22 »
— ondulation, festonnées, garnies de Valenciennes		22 »
— broderie fine, garnies de dentelle	25 »	28 »

	fr.	c.
CHEMISES EN TOILE,		
— garnies de Valenciennes	29	»
— broderie riche, garnies de Valenciennes	35	»
— batiste, broderie fine, garnies de Valenciennes	40	»

Chemises de nuit en madapolam.

	fr.	c.
CHEMISES MADAPOLAM		
— uni, col et manches piqués	7	50
— fin, col et poignets festonnés	9	50
— col et poignets à pois brodés	12	»
— PERCALE,		
— col et poignets brodés	14	»
— col, poignets et jabot brodés	20	»
— col, poig. et jabot garnis de bandes br.	25	»
— col et manches piqués et entre-deux br.	20	»
— garnies de bande brodée	20	»
— broderie fine	28	»
— entre-deux et garnies de Valenciennes	35	»
CHEMISES EN TOILE, col et poignets brodés	26	»
— garnies de bandes brodées	40	»
— entre-deux riches et garnies de Valenciennes	55	»

Camisoles.

	fr.	c.
CAMISOLES MADAPOLAM,		
— col et poignets piqués	3	25
— fin, cols et poignets piqués	4	50
— col et poignets festonnés	5	»
CAMISOLES PERCALE,		
— col et manches brodées à pois	8	50
— col et poignets brodés	10	»
— entre-deux, col et poignets garnis de bande	15	»
— ent.-deux et garnies de Valenciennes	18	»
— broderie fine	25	»
— ent.-deux riche, garn. de Valenciennes	35	»
CAMISOLES EN NANSOUK, entre-deux et garnies de dentelle	35	»
CAMISOLES EN FINETTE, col et poignets piqués	7	»
— — col et poignets festonnés	9	»
PALETOTS DE LIT en piqué festonnés tout autour	15	»
— — garnis de broderie	25	»
— en velours de laine garnis de Cluny et ruban	35	»

Jupons.

	fr.	c.
JUPONS DE DESSOUS de cage en madapolam	5	»
— — fin	6	»
— percale	7	»
— basin	7	»
— basin, garnis d'un volant	9	»
— percale, festonnés	11	»
— — garn. dentell.	12	»
— en piqué unis 1re qual.	10	50
— — festonnés	15	»
— flanelle unis biaisés	12	»
JUPONS DE DESSOUS de cage flanelle festonnés	16	»
— — brod. en soie.	25 à 30	»

Jupons longs.

	fr.	c.
JUPONS unis en madapolam	7	»
— — fin	8	»
— 5 plis en madapolam	9	50
— — fin	12	50
— 7 plis en percale	15	»
— en percale entre-deux et plis	18	50
— — volant	25	»
— empire entre-deux et volant plissé	30	»
— en nansouk garnis de Cluny	35	»
— fantaisie	50	»
— brodés à même	30	»
— broderie riche	45	»
— en mousseline, unis	12	»
— — grand volant	18	»
— — volant et entre-deux	25	»
— — volant plissé et ent.-deux	35	»
— empire remplaçant la crinoline	18	»

Pantalons.

	fr.	c.
PANTALONS MADAPOLAM, avec ourlet	3	75
— — — et plis	4	50
— — fin et plis	5	50
— — à plis festonnés à même	6	50
PANTALONS PERCALE, avec plis	6	»
— — entre-deux brodés	8	»

DOUILLETTE FORME EMPIRE EN CACHEMIRE BLANC, doublée de soie garnie d'entre-deux Cluny et ruban bleu de 60 à 80 fr. Chapeau forme catalane en taffetas, garni de Cluny, de 25 à 30 fr.

COSTUME EN PIQUÉ FORME POLONAISE. Garni d'entre-deux brodé et bande pareille de 80 à 120 fr. Chapeau marin en feutre blanc garni de bleu.

	fr.	c.
PANTALONS PERCALE, bande plissée	8	50
— — brodés sur l'ourlet	8	75
— — entre-deux fin	12	»
PANTALONS PERCALE, entre-deux et garnis de dentelle	15	»
— — très-riches, garnis de haute dentelle	25	»

Taies d'oreiller.

	fr.	c.
TAIES D'OREILLER TOILE,		
— avec guirlande à pois	3	75
— avec semé de pois	4	50
— écusson avec ourlet à jour	6	75
— brodées au coin avec écusson	11	75
— brodées au point d'armes et festons, point de rose	18	50
— broderie riche garnie de Valenciennes	18	50
— brodées point d'armes et festons, point de rose, garnies de Valenciennes	23	50

Peignoirs de toilette.

	fr.	c.
PEIGNOIRS DE TOILETTE		
— unis en percale	10	50
— en percale, festonnés à même	12	50
— — garnis de bandes festonnées	15	»
— — — plissées	18	»
— — garnis tout autour	22	»
— — garnis, broderie riche	25	»

Peignoirs d'appartement.

	fr.	c.
PEIGNOIRS blancs forme Louis XV garnis	60	»
— — garnis Cluny	80	»
— — riches, broderie et dentelle	110	»
— Impératrice, en mousseline, garnis de broderie	125	»
PEIGNOIRS DE BAIN en croisé	9	»
— — en toile, unis	12	»
— — en toile œil-de-perdrix feston	18	»

Robes brodées.

	fr.	c.
ROBES EN MOUSSELINE brodées	25	»
— guirlande et semé	38 à 70	»
— fond semé	50 à 80	»

Tabliers.

	fr.	c.
TABLIERS EN MADAPOLAM unis sans poches	1	75
— — fort	2	25
— — à plis	2	75
— — unis avec poches	2	»
— — fort —	2	50
— — fort à plis	3	»
— — festonnés	8	»
TABLIERS EN PERCALE unis avec poches	3	50
— — à plis avec poches	5	50
— — festonnés	9	50
— — volant festonné	12	50
— — entre-deux brodé	18	»
— — très-élégants	25 à 40	»
TABLIERS TAFFETAS unis avec cordelière	9	50
— — avec poches	11	»
— — garnis de jais	12	50
— — garnis dentelle et jais	22 à 25	»

Bonnets.

	fr.	c.
BONNETS NANSOUK, festonnés	2	»
— à biais piqué	3	»
— festonnés à la vieille	3 à 4	»
— festons riches	6	»

Devis de Trousseau de 300 fr.

		fr.	c.		fr.	c.
12	Chemises madapolam unies, à	4	»	=	48	»
3	— — festonnées, à	7	»	=	21	»
6	Camisoles unies madapolam, à	3	50	=	21	»
2	— percale, à	7	»	=	14	»
6	Pantalons unis madapolam, à	3	75	=	22	50
3	Jupons de dessous cage, à	5	»	=	15	»
3	— madapolam, à	8	»	=	24	»
2	— à plis percale, à	12	»	=	24	»
4	— entre-deux brodé				18	»
6	Bonnets de nuit, à	1	75	=	10	50
1	Bonnet riche				10	»
4	Toilettes unies, à	6	»	=	24	»
1	Toilette fantaisie				10	»
12	Mouchoirs ourlets à jour, à	1	25	=	15	»
6	— écussons brodés, à	2	90	=	17	40
1	Mouchoir brodé				12	»
					300	»

Devis de Trousseau de 500 fr.

	fr. c.	fr. c.
12 Chemises unies en toile, à	7 » =	84 »
6 — festonnées, à	10 » =	60 »
6 Camisoles unies madapolam, à	4 » =	24 »
3 — percale festonnées, à	8 » =	24 »
6 Pantalons unis madapolam, à	3 75 =	22 50
3 — à plis, à	4 50 =	13 50
2 — entre-deux brodés, à	8 » =	16 »
3 Jupons dessous cage, à	5 » =	15 »
6 — madapolam unis, à	8 » =	48 »
3 — percale à plis, à	15 » =	45 »
1 — entre-deux		18 »
1 — volant		12 »
6 Bonnets de nuit, à	2 » =	12 »
2 — du matin, à	7 » =	14 »
4 Toilettes unies, à	6 » =	24 »
1 Toilette brodée		12 »
1 — guipure		10 »
12 Mouchoirs unis, à	1 25 =	15 »
6 — écussons à	2 90 =	17 40
1 Mouchoir brodé		20 »
		500 »

Devis de Trousseau de 700 fr.

	fr. c.	fr. c.
12 Chemises unies en toile, à	7 » =	84 »
6 — festonnées, à	10 » =	60 »
6 Camisoles unies madapolam, à	5 » =	30 »
4 — percale festonnées, à	8 » =	32 »
2 — brodées, à	12 » =	24 »
6 Pantalons unis madapolam, à	4 » =	24 »
6 — à plis, à	5 50 =	33 »
2 — entre-deux, à	8 » =	16 »
3 Jupons dessous cage, à	5 » =	15 »
3 — en finette, à	7 » =	21 »
6 — unis en madapolam, à	8 » =	48 »
2 — percale, à plis, à	15 » =	30 »
1 Jupon entre-deux		18 50
1 — brodé		25 »
6 Bonnets de nuit, à	2 » =	12 »
6 — de nuit, à	3 50 =	21 »
2 — du matin, à	10 » =	20 »
6 Toilettes unies, à	6 » =	36 »
1 Toilette brodée		12 »
1 — guipure		10 »
1 — entre-deux Valenciennes		15 »
12 Mouchoirs unis, à	1 25 =	15 »
12 — batiste, à	2 50 =	30 »
3 — brodés, à	10 » =	30 »
1 Mouchoir riche		50 »
		700 »

Devis de Trousseau de 1,200 fr.

	fr. c.	fr. c.
24 Chemises en toile, unies	7 » =	168 »
12 — — festonnées	10 » =	120 »
4 Camisoles, cols et poignets brodés	14 » =	56 »
2 — riches	25 » =	50 »
12 Chemises de nuit madapolam, unies	9 » =	108 »
2 — — percale festonn.	12 50 =	25 »
2 — jabot	20 » =	40 »
6 Pantalons madapolam, plis	4 50 =	27 »
6 — percale, plis et feston.	6 50 =	39 »
3 — entre-deux garnis	15 » =	45 »
6 Jupons dessous cage	6 » =	36 »
6 — en piqué	10 50 =	63 »
6 — longs en madapolam	8 » =	48 »
3 — — en percale, plis	15 » =	45 »
3 — — entre-deux	18 50 =	55 50
1 Jupon entre-deux et volant plissé		30 »
1 — nansouk garni de Cluny		35 »
6 Bonnets de nuit à la vieille	3 » =	18 »
6 — — garnis de Cluny	7 50 =	45 »
6 Toilettes unies	6 » =	36 »
2 — brodées	12 » =	24 »
1 Toilette Valenciennes		25 »
12 Mouchoirs ourlets à jour	2 » =	24 »
6 — écussons brodés	2 90 =	17 40
1 Mouchoir riche		25 »
		1,200 »

Trousseau de 2,500 fr.

	fr. c.	fr. c.
36 Chemises toile à poignet festonn.	10 » =	360 »
12 — — d'Irlande festonn.	14 » =	168 »
12 — — brod.	18 » =	216 »
12 — brodées garnies Valenc.	25 » =	300 »
12 — de nuit percale festonn.	12 50 =	150 »
6 — — jabot à pois	14 » =	84 »
6 — — garn. de bande.	20 » =	120 »
6 Pantalons madapolam à plis	5 » =	30 »
6 — — plis et fest.	6 50 =	39 »
6 — percale bande plissée	8 50 =	51 »
3 — entre-deux	12 » =	36 »
2 — garnis Valenciennes	15 » =	30 »
6 Jupons dessous cage	6 » =	36 »
6 — piqué unis	10 50 =	63 »
6 — madapolam unis	8 » =	48 »
6 — percale plis	15 » =	90 »
3 — entre-deux	20 » =	60 »
2 — entre-deux volant	35 » =	70 »
1 Jupon riche brodé		50 »
6 Filets de nuit	5 » =	30 »
2 — élégants	8 » =	16 »
3 Peignoirs de toilette unis	10 50 =	31 50
1 Peignoir garni de bande festonnée		15 »
2 Peignoirs de bain en croisé	9 » =	18 »
2 Douzaines serviettes toilette	25 » =	50 »
6 Toilettes unies	6 » =	36 »
3 — brodées	12 » =	36 »
2 — garnies Valenciennes	25 » =	50 »
1 Toilette point de Venise		50 »
24 Mouchoirs ourlet à jour	2 » =	48 »
12 — écussons brodés	2 90 =	34 80
2 — brodés	18 » =	36 »
1 Mouchoir dentelle		50 »
		2,500 »

PRIX DU BONNET FANCHON
avec
barbe en mousseline
garni
de Valenciennes et ruban,
de 25 à 40 fr.

PRIX DE LA CHEMISE
avec
entre-deux brodé
et
jabot de haute Valenciennes,
de 80 à 120 fr.

CHEMISE DE NUIT STYLE RÉGENCE.

LAYETTE.

	fr. fr. c.
CHEMISES en toile, unies, 1er, 2e et 3e âge, de	2 à 2 50
— — festonnées, 1er, 2e et 3e âge	3 50
— toile batiste, garnies de Valenciennes	4 »
CHEMISES FLANELLE, 1er, 2e et 3e âge	2 50
— — festonnées	3 50
BRASSIÈRES en piqué, molletonnées, 1er, 2e, 3e âge	2 50
— — festonnées	3 50
— — garnies de broderie	7 »
— en nansouk, à jupe garnie	11 »
BÉGUINS, batiste unie	» 75
— — fine	1 25
— — garnie de Valenciennes	2 »
BAVOIRS, piqué uni	1 25
— — festonné	2 »
— — feston et œillet	2 50
COUCHES carrées, toile de Bretagne, la douzaine	18 »
— — toile de Cholet, la douzaine	20 »
— — toile très-fine, la douzaine	22 »
— — œil de perdrix, la douzaine	24 »
— caleçon, anglaises en flanelle	4 »
— — anglaises en toile	4 »
CEINTURES anglaises	3 »
— en toile	2 »
— en flanelle	2 »
LANGES MOLLETON LAINE 3 50 4 » 5 »	5 50 6 »
LANGES MOLLETON COTON 3 » 3 50	4 »
— — festonnés	5 50
LANGES en piqué, molletonné 3 50	4 50
COUVRE-LANGES en brillanté garnis de festons	15 »
— nansouk, garnis de broderie	22 »
JACKSONS en flanelle	12 »
ROBES DE DESSOUS en percale unie	11 »
— — festonnées	12 50
— **BRILLANTÉ** garnies de festons	15 »
— **NANSOUK** à tablier, garnies de broderie et dentelle	38 »
PELISSES EN FLANELLE anglaise doublées de mousseline laine	38 »
— — anglaise doublées de soie	48 »
— **EN CACHEMIRE** doublées de laine	38 »
— — — de soie	48 »
— — garnies d'un plissé de taffetas	80 »
— — garnies de moire et effilé	110 »
CAPELINES assorties, de	16 à 25 »

Bonnets.

BONNETS en piqué festonnés	1 75
— — garnis de broderie	2 50
— de linge fantaisie, de	3 à 4 »
— entre-deux et Valenciennes	12 à 20 »
— de baptême en Valenciennes	16 à 30 »

Robes jusqu'à 3 ans.

ROBES courtes en piqué, de	14 à 25 »
— — en nansouk	15 à 30 »
JUPONS en percale à plis	6 »
— — à plis	9 »
— — festonnés	8 »
— — entre-deux	12 »

Guimpes.

GUIMPES plis creux, cols et manches en toile	4 50
— — garnies de bande	7 »
— — entre-deux et Valenciennes	12 »
TABLIERS percale à plis	5 50

CONFECTIONS D'HIVER DES GRANDS MA
BLEUET.
Drap depuis . . . 160 fr. avec astrakan (imitation).
— — 230 — — (véritable).
Velours depuis . 250 — — (imitation).
— — 320 — — (véritable).
VAUBAN.
Drap depuis . . . 130 fr. avec franges.
— — 150 — astrakan (imitation).
Velours depuis . 220 — franges.
— — 250 — astrakan (imitation).
— — 320 — — (véritable).
CENTRITORS.
Drap de. . . . . 130 à 160 fr.
Velours de. . . . . 210 à 300

AGASINS DU LOUVRE, RUE DE RIVOLI.
HUYOT
CHINOIS.
Drap de..... 130 à 160 fr.
Velours de..... 190 à 280
GILLIATT.
Drap de..... 160 à 220 fr.
Velours de..... 300 à 400
DAGMAR.
Drap de..... 75 à 120 fr.
Velours de..... 150 à 200

	fr. c.
DRAPS en toile, ourlets piqués	5 50
— — fine, festonnés	7 75 et 8 50
— — très-fine, brodés riche	13 50
— — ourlets à jour et écusson	8 75
TAIES, toile unie	4 50
— toile fine, festonnées	7 »
— toile très-fine, broderie riche	13 50
— toile à écusson et festons	9 »

Pantalons de 2 ans à 10 ans.

PANTALONS MADAPOLAM, de 2 à 3 ans	3 »
— — de 3 à 4 ans	3 50
— — de 4 à 5 ans	4 »
— — de 5 à 6 ans	4 50
— — de 6 à 10 ans	5 »
— **EN PERCALE**, garnis, de 2 à 3 ans	6 »
— — garnis, de 3 à 5 ans	9 »

Chemises de jour en madapolam pour enfants de 2 à 10 ans.

CHEMISES POUR ENFANTS de 2 ans	3 50
— de 4 ans	4 »
— de 5 ans	4 50
— de 6 ans	5 50
— de 7 à 10 ans	6 »

Chemises de nuit en madapolam.

CHEMISES POUR ENFANTS de 3 ans	4 50
— de 5 ans	6 »
— de 7 ans	7 »
— de 7 à 12 ans	9 »

Devis de Layette de 600 fr.

	fr. c.		fr. c.
12 Chemises batiste unies, 3 tailles	2 50	=	30 »
12 Brassières flanelle unies, 3 tailles	2 50	=	30 »
12 — en piqué feston., 3 taill.	3 50	=	42 »
3 Ceintures en flanelle	2 »	=	6 »
3 — en toile	2 »	=	6 »
12 Béguins unis, en batiste, 3 tailles	» 75	=	9 »
12 Bonnets de nuit en piqué, festonn.	1 75	=	21 18
6 — linge, unis	3 »	=	9 »
3 — linge garnis	5 »	=	15 »
3 — linge garnis	8 »	=	24 »
2 — garnis de Valenciennes	17 »	=	34 »
12 Fichus en mousseline	1 »	=	12 »
6 Bavoirs unis	1 25	=	7 50
6 — festonnés	2 50	=	15 »
4 Douzaines couches en toile	22 »	=	88 »
6 Langes molleton de laine	5 »	=	30 »
6 — en piqué	3 50	=	21 »
2 Robes longues en brillanté	15 50	=	31 »
1 Robe longue à tablier, broderie et dentelle			38 »
1 Pelisse cachemire doublée soie			48 »
1 Capeline assortie			16 »
1 Voile			2 »
6 Taies d'oreiller unies	4 50	=	27 »
6 Draps unis	5 50	=	33 »
			600 »

LINGERIE FINE.

Parures et Cols.

	fr. c.
TOILETTES, toile Hollande, piquées à la main	4 50
— — fine, piquées à la main	6 »
— avec coins brodés ou guipure	7 50
TOILETTES, guipure fantaisie	7 75
— avec cols Van Dyck	9 75
— entre-deux Valenciennes et broderies	11 75
— — brodés et Valenciennes	15 50
— toile avec application Valenciennes	18 »
— — point gaze	28 »
— habillé point de Venise	50 »
— application riche	70 »
RICHE TOILETTE, point gaze, de	70 à 300 »
PARURES batiste brodée, bords à jour	11 50
— — très-riches	14 50

Corsages.

	fr. c.
CORSAGES nansouk, à plis creux, avec cols et manches en toile, piqués à la main	9 50
— nansouk, entre-deux brodés garnis de dentelle Cluny	12 75
— nansouk, entre-deux brodés et garnis Valenciennes	15 50
— nansouk, à plis, cols et manches, toile brodée, et piqués à la main	13 50
— mousseline, entre-deux brodés, garnis Valenciennes	16 50
Une série de **CORSAGES** riches, de	18 à 30 »

Mouchoirs.

MOUCHOIRS BATISTE, OURLETS A JOUR	» 95	1 25	1 60
— — —	2 »	2 50	3 50
— — —	4 50	5 50	» »
— — avec chiffres brodés			1 10
— — —		1 60	2 10
— à quatre coins brodés, fleur naturelle, ourlets à jour			2 90
— ourlets à jour, linon batiste, brodés à guirlandes et coins			6 75
— linon brodé			9 »
— batiste, broderie suisse			10 50
— brodés et festonnés			16 50
Série de jolis **MOUCHOIRS** brodés pour mariage, de		20 à	100 »
MOUCHOIRS entre-deux Valenciennes			16 50
— — et garnis Valenciennes			19 »
— — —		21 50	25 »
— application	18 »	28 »	35 »
Une série de très-riches, de		40 à	150 »
MOUCHOIRS point gaze		35 »	70 »
Série de **MOUCHOIRS** riches, point gaze, de		70 à	300 »

DENTELLES.

	fr. c.		fr. c.
TOILETTES dentelle, point gaze, de	40 »	à	300 »
— application, de	25 »	à	100 »
COLS, point gaze, de	6 75	à	40 »
— application, de	5 »	à	30 »

Valenciennes de Courtrai.

VALENCIENNES pour garnitures de layettes, de	» 50	à	1 »
— pour garnitures de chemises, de	1 »	à	2 50
— de Bruges, réseau rond pour garnitures de jupons et peignoirs, de	1 50	à	3 50
— d'Ypres pour garnitures de mouchoirs, robes et fichus, de	3 50	à	30 »

	fr. c.		fr. c.
MALINES pour bonnets, de	» 75	à	3 »
— pour garnitures, de	3 50	à	40 »

Dentelle Chantilly.

VOLANTS CHANTILLY, 0m25 de hauteur	22 »
— 0m30 —	28 »
— 0m30 et 0m35 de hauteur	35 »
— 0m50 de hauteur	45 à 60 »
DENTELLE pour garniture de 0m10 à 0m15	16 50

Volants application Bruxelles.

0m25 hauteur, de	15 à 20
0m30 — de	25 à 30
0m35 — de	25 à 50
0m50 — de	55 à 80
GARNITURES POUR CORSAGES, assortis au volant	10 à 25
POINTE APPLICATION, de	300 à 700
BARBES — de	20 à 60

Pointe dentelle Chantilly.

	fr. fr.
POINTE, 7/4, de	165 à 200
— 8/4, de	200 à 800
CHALE oblong Chantilly pour être garni, de 75,	90 à 160
POINTE pour être garnie de deux volants de dentelle, de 65,	80 à 150

	fr. c. fr.
BARBES pour coiffures, de	16 50 à 60
PETITS COLLIERS, dentelle Chantilly, de	3 50 à 20
FANCHONS dentelle Chantilly, de	13 50 à 50

Dentelle guipure noire.

	f. c.	f. c.	f. c.
VOLANTS guipure, de 0m15 à 0m18, à	2 40	2 90	3 75
— guipure, de 0m20, à		4 50	5 50
— guip., 0m24 et 0m26, à 6f75	7 50	8 75	10 50
— guip., genre fin et médaillon		12 50	15 50
COUPUPES pour garnitures, de 0m75, à			5 »

Guipure Cluny.

GUIPURE Cluny, de	» 40 à 1 90
ENTRE-DEUX Cluny, de	» 60 à 2 »
— Cluny, deux têtes, de	1 40 à 5 »

POINTES ET BOURNOUS EN VÉRITABLE DENTELLE DE LAMA.

(Breveté.)

	fr.	fr.	fr.	fr.	fr.	fr.	fr.	fr.
POINTES, à	25	32	35	38	45	55	60	68
	75	78	80	85	90	95	100	105
	110	115	120	125	130	135	»	»

Châles reversibles, ce qui se fait de plus grand.

CHALES, à	65f	90f	115f	130f	150f

Grandes rotondes en dentelle de Lama.

ROTONDES, à	65f	90f	115f	125f	135f 150f

Bournous dentelle de Lama.

(Breveté.)

BOURNOUS, à	58f	65f	75f	90	100f	115f	125f 135

Bournous Yack.

BURNOUS, à	90f	100f	110f	145f	155f

COMPTOIR DE CHEMISES POUR HOMMES.

Depuis la création des **GRANDS MAGASINS DU LOUVRE**, un comptoir de chemiserie sur mesure pour hommes a été établi; ses relations d'affaires et ses commandes se sont constamment agrandies; cela tient à l'excellente qualité des étoffes employées, à la coupe irréprochable, et aux soins donnés à tout ce qui est confection.

	fr. c.		fr. c
CHEMISES MADAPOLAM, bonne qual., plastron ou larg. plis avec ou sans col, au goût du client et sur ses mesures, de	7 »	à	7 75
— plis variés, devant percale, de	8 »	à	8 50
— plis plastron ou plis américains en toile, de	8 50	à	9 »
— plis fantaisie, devant toile	10 »		» »
— — riche, de	11 »	à	12 »
— devant plis à jour, de	13 »	à	15 »
CHOIX DE CHEMISES de soirées ou mariage, devant à jours ou brodé sur toile, de	15 »	à	18 »
— — riche de	20 »	à	24 »
— toile devant fantaisie, la toile fine, de	14 »	à	17 »
— brodées ou à jours, de	20 »	à	25 »
CHOIX CONSIDÉRABLE DE DEVANTS CHEMISES en percale, toile et brodées sur toile, que l'on peut envoyer à choisir.			
DEVANTS CHEMISES percale, variés de dessins, de	» 95	à	1 75
— en toile fantaisie, de	2 25	à	3 50
— riches fantaisies, de	4 »	à	6 50
— brodés et à jours, de	6 »	à	7 »
CHEMISES DE NUIT cretonne forte et très-larges, sur 1m25 de long, de	7 50	à	8 50

	fr. c.		fr. c.
CHOIX IMMENSE DE CHEMISES FLANELLE, fantaisie, jolies dispositions, très-belle qualité, de	12 »	à	14 »
GILETS, PANTALONS, CEINTURES ET PLASTRONS en flanelle de santé, blancs et couleurs.			
CAMISOLES, CHEMISETTES ET CALEÇONS de dames, en très-belle flanelle douce.			
GILETS FLANELLE pour dames, formant la taille, décolletés, manches courtes et festonnées, toutes tailles	9 50 et 10 50		
CHEMISES pour enfants toutes tailles.			
GRAND CHOIX DE CRAVATES BLANCHES, unies, brodées et à jour pour soirées et mariage, en satin moire, taffetas et batiste	2 »	à	3 75
CRAVATES BLANCHES, unies et façonnées, pour livrée et cochers de	1 25	à	2 25
PEIGNOIRS ÉPONGE, avec manches, bordés en couleur, pour bains (étoffe anglaise), longueur, 1m40 et 1m50, à	19 »	à	20 »

P.-S. Pour les mesures des chemises, nous envoyer: 1°. La grosseur de l'encolure, du bouton à la boutonnière. 2°. La longueur de l'épaulette, prise du col à la naissance du bras. 3°. La longueur du bras, épaulette et manchette comprises. 4°. Largeur de la poitrine, prise entre les bras. 5°. Largeur de la poitrine, prise sous les bras. 6°. Longueur du devant, à partir du haut de l'épaulette. 7°. Longueur de la chemise par derrière. — Nous adresser de préférence une chemise de modèle, en nous indiquant les rectifications s'il y a lieu. — Indiquer quelle forme de col on désire.

COMPTOIR DES CHALES.

CACHEMIRES FRANÇAIS.

Les châles carrés et longs, mis en vente dans les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, sortent des premières manufactures de *Paris*, lesquelles ont *seules*, à juste titre, une supériorité universellement reconnue, due au bon goût des dessins et à l'excellente fabrication du tissu. On trouve dans nos Magasins les châles carrés et les châles longs, depuis le prix le plus modeste jusqu'au prix le plus élevé. Ces faits, bien connus du public, ont assuré une vente si considérable, tant en gros qu'en détail, qu'il n'est pas de maison de commerce où l'on trouve une aussi grande variété de nouveauté récente que dans nos Magasins. A ces avantages vient encore s'ajouter un *bon marché* tellement incontestable, que nous engageons toutes les dames à juger et à comparer nos châles avec tous ceux qui pourront leur être offerts ailleurs.

Nous avons absolument exclu de nos comptoirs de cachemires français la vente des châles à *tissus lisses*, c'est-à-dire non *croisés ;* c'est une fabrication économique, ayant pour but de faire paraître les châles plus fins, mais dont on ne peut garantir l'usage sans tromper le public.

Nous expédions *à condition*, à toutes les personnes qui nous en font la demande, un choix de nos cachemires français, des Indes et de fantaisie.

Carrés rayés.

	Grandeur.	fr.	fr.
1re série. CARRÉS RAYÉS, tout laine	1m80,	de 8	à 12
2e — — (type de l'Inde), tout laine	1m80,	de 15	à 20
3e — — laine fine extra	2m00,	de 25	à 60
4e — — cachemire extra	2m00,	de 70	à 100
CARRÉS PALMES ET BOUQUETS, avec ou sans rosaces	1m80,	de 15	à 40
— — fonds pleins, avec ou sans rosaces	2m80,	de 20	à 60

Châles Stellas.

CHALES STELLAS	1m80,	de 10	à 20
CHALES BRODÉS CACHEMIRE (type de l'Inde), cachemire pur (fonds noirs) broderie couleur	2m00,	de 35	à 90

Châles carrés à galerie et tapis.

1re série. CARRÉS A GALERIE ET TAPIS, tout laine	1m80,	de 12	à 20
2e — — laine cachemire	1m80,	de 25	à 50
3e — — (type de l'Inde)	2m00,	de 60	à 100
4e — — (cachemire pur), bon marché extraordinaire ; affaire exclusive (aux GRANDS MAGASINS DU LOUVRE)	2m00,	de 100	à 150
5e série. CARRÉS A GALERIE ET TAPIS, cachemire pur, ce qu'il existe de plus fin, correspondant comme types et qualités à nos beaux Châles longs	2m00,	de 200	à 500

Châles longs rayés.

1re série. LONGS RAYÉS, tout laine, très-grands, de		15	à 30
2e — — (type de l'Inde), de		40	à 80
3e — — cachemire extra, de		90	à 200
LONGS fonds pleins (bouquets et palmes), toutes couleurs, de		25	à 90
LONGS brochés soie, bouquets Pompadour, de		15	à 20

Longs à galerie et tapis.

1re série. LONGS A GALERIE ET TAPIS, tout laine, de		29	à 60
2e — — laine cachemire (types de l'Inde), de		70	à 200
3e — — (affaire exceptionnelle, cachemire pur), haute nouveauté, propriété du LOUVRE, de		95	à 200
4e — — cachemire pur, grandes réductions, de		225	à 400
5e — — cachemire pur, ce qu'il existe de plus fin, et dont les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE ont seuls le monopole pour la vente de ces réductions extraordinaires, de		500	à 1000

CACHEMIRES DES INDES.

L'emplette d'un cachemire des Indes est toujours une affaire considérable, toute relation gardée ; il n'est guère de femme qui n'en possède au moins un, et, comme on ne peut renouveler fréquemment cette acquisition, il importe de la faire dans les meilleures conditions possibles.

Nous avons voulu offrir à toutes les familles, en vue de la composition des corbeilles de mariage, un choix exceptionnel de cachemires longs ou carrés, comme de cachemires rayés, destinés aux toilettes et aux fortunes modestes. On sait qu'aujourd'hui toutes les corbeilles de mariage contiennent un cachemire rayé accompagnant le cachemire à haute bordure, ou le remplaçant quand on n'a pu acquérir celui-ci.

Nos cachemires de l'Inde sont cotés aux prix les plus avantageux, car nous suivons pour cet article la règle invariable appliquée à toutes les affaires que nous traitons : gagner peu, pour vendre beaucoup. Nous renouvelons sans cesse nos approvisionnements, et pouvons ainsi mettre à la disposition des acheteurs les dessins les plus nouveaux, tout en les préservant de quelques excentricités de mauvais goût et de durée éphémère, dont le plus sûr résultat est d'indiquer la date du châle, et de lasser promptement la personne qui le possède.

Nous nous attachons principalement à choisir les dessins les plus élégants parmi les plus nouveaux, mais en recherchant l'élégance solide, qui se compose, d'une part, de la grâce du dessin, et, d'une autre, des teintes harmonieusement fondues et savamment distribuées.

INDICATIONS DE QUELQUES PRIX :

LONGS A GALERIE, bonne qualité, jolis dessins	800 à 1,000 fr.	
— belle qualité, dessins riches	1,100 à 1,700	
— qualité fine, dessins riches	1,800 à 2,100	
— qualité extra, dessins élégants	2,200 à 3,500	et au-dessus.
CARRÉS A GALERIE, bonne qualité, jolis dessins	575 à 800	
— belle qualité, dessins riches	850 à 1,200	
— qualité fine, dessins riches	1,250 à 1,600	
— qualité extra, dessins élégants	1,700 à 2,200	et au-dessus.
LONGS RAYURE LARGE, très-bonne qualité	125 à 200 fr.	
— qualité fine	225 à 300	et au-dessus.
CARRÉS BRODÉS CACHEMIRE (genre fantaisie)	250 à 325	
— à galerie, dessins riches	450 à 600	
— à galerie, dessins extra-riches	650 à 800	

Assortiment très-varié de CHALES POUR JEUNES FILLES, *à bouquets et petites rayures, longs et carrés, de 70 fr. à 175 fr.*

CHALES FANTAISIE.

La clientèle élégante, qui chaque saison fait ses emplettes de châles fantaisie dans les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, nous oblige à redoubler d'efforts pour mériter la sanction continue des véritables connaisseurs ; aussi les assortiments sont toujours faits avec le soin le plus scrupuleux, de manière à posséder les productions les plus nouvelles en marchandise de première qualité.

Châles d'hiver.

	fr. c.	fr. c.
CHALES carrés, 1m80, tartan laine fine	12 »	à 16 50
— carrés, 1m80, tartan laine cachemire	19 »	à 28 »
— carrés, 1m80, tissu nouveauté	17 50	à 25 »
— carrés, 1m80, tissu drapé	22 »	à 25 »
— carrés, 1m80, tissu vigogne	24 »	à 28 »
— carrés, 1m80, double face nouveauté	42 »	à 48 »
— longs, 1m80, tartan laine fine (écossais)	25 »	à 38 »
— longs, 1m80, tartan laine cachemire	35 »	à 49 »
— longs, 1m80, tartan laine cachemire (anglais)	48 »	à 55 » et au-dessus
— longs, 1m80, tissu nouveauté	38 »	à 48 »
— longs, 1m80, tissu vigogne	42 »	à 50 »

En toute saison la maison possède de grands assortiments de CHALES ET PLAIDS ÉCOSSAIS, *article pour le voyage, 29 francs et au-dessus.*

Châles d'été.

	fr. c.	fr. c.
CHALES carrés barége, chaly, crêpe indien	6 75	à 13 50
— carrés barége, satinés et tissu, nouveauté	14 »	à 22 »
— carrés soie, nouveauté	29 »	à 45 »
— carrés soie, haute nouveauté riche	50 »	à 110 »
— carrés grenadine soie, nouveauté	27 »	à 42 »
— carrés grenadine soie, haute nouveauté riche	48 »	à 100 »
— carrés grenadine soie, brodés, nouveauté riche	65 »	à 175 »
— carrés Ecosse, imprimés, 1m80, nouveauté	10 75	à 22 »
— longs Ecosse, imprimés, nouveauté	19 »	à 45 »
— longs barége, satinés, nouveauté	22 »	à 35 »
— carrés brodés (soie noire), 1m60, sur cachemire Ecosse non frangé	14 75	à 25 »
— carrés brodés (soie noire), 1m70, sur cachemire Ecosse non frangé	21 »	38 »

	fr. c.	fr. c.
CHALES carrés brodés (soie noire), 1m70, sur cachemire Écosse non frangé, dessins riches	40 »	75 »
— carrés brodés (soie noire), 1m60, sur cachemire pur	70 »	110 »
— carrés brodés (soie noire), 1m70, sur cachemire pur	100 »	200 »
— carrés brodés (soie noire), 1m60, cachemire Écosse, frange soie	18 50 à	38 »
— carrés brodés (soie noire), 1m70, cachemire Écosse, frange soie	29 »	48 »
CHALES carrés brodés (soie noire), 1m70, cachemire Écosse, frange soie, dessins riches	55 »	95 »
— carrés brodés (soie noire), 1m60, cachemire pur, frange soie	85 »	130 »
— carrés brodés (soie noire), 1m70, cachemire pur, frange soie	125 » à	250 »
— carrés brodés (soie noire), 1m60, grenadine soie, frange soie	45 » à	75 »
— carrés brodés (soie noire), 1m70, grenadine soie, frange soie, dessins riches	85 » à	150 »

CHALES POUR DEUIL.

Les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, voulant obtenir le prix de revient le plus réduit de cet article pour en faire profiter l'acheteur, font fabriquer tous leurs tissus qui sont de qualité supérieure, et n'emploient que les meilleures teintures, en ayant soin que les noirs de leurs châles soient toujours identiques à ceux des étoffes pour robes.

	fr. c.	fr. c.
CHALES carrés, mérinos, 1m80, belle qualité	8 75 à	12 »
— carrés, mérinos, — qualité fine	13 » à	20 »
— carrés, mérinos, — qualité extra-fine	22 » à	29 »
— carrés, mérinos, 2m00, qualité extra-fine	17 50 à	35 »
— longs, mérinos, 1m80, bonne qualité	19 » à	27 »
— longs, mérinos, — qualité fine	29 » à	38 »
— longs, mérinos, — qualité extra-fine	39 » à	58 »
— longs, mérinos cachemire, — qualité supérieure	60 » à	90 »
— carrés, cachemire pur, — qualité supérieure	55 » à	90 »
— longs, cachemire pur, — qualité supérieure	90 » à	180 »
— carrés, cachemire Écosse, — bonne qualité	8 » à	11 »
— carrés, cachemire Écosse, — qualité fine	12 50 à	17 »
— carrés, cachemire Écosse, — qualité extra-fine	18 50 à	25 »
— longs, cachemire Écosse, — bonne qualité	17 50 à	24 »
— longs, cachemire Écosse, — qualité fine	27 » à	35 »
CHALES longs, cachemire Écosse, — qualité extra-fine	38 » à	50 »
— longs, cachemire Écosse, — qualité supérieure	55 » à	75 »
— carrés, grenadine de Paris, 4 franges laine, 1m80	13 75 à	19 »
— longs, grenadine de Paris, 1m80	21 » à	32 »
— longs, grenadine de Paris, frange soie, 1m80	35 » à	42 »
— carrés, barége, unis et satinés, 1m80	8 50 à	15 75
— longs, barége, unis et satinés	19 » à	32 »

CHALES AVEC OURLETS, simulant le châle long, forme adoptée pour le remplacer pendant les chaleurs; il en a la richesse moins le poids.

	fr. c.	fr. c.
CHALES CARRÉS, 1m70, ourlets grenadine de Paris	19 50 à	35 »
— 1m80, — —	21 » à	38 »
— 1m70, — Byzantine, étoffe nouvelle	27 » à	33 »
— 1m80, — — —	29 » à	45 »

Collection complète des nouveautés pour demi-deuil dans tous les genres.

FOULARDS, FICHUS ET CRAVATES.

	fr. c.	fr. c.
FOULARDS de Lyon, 0m90, qualité supérieure	3 90 à	5 50
— de l'Inde, 0m90, qualité extra	5 90 à	7 50
— — 0m90, qualité extra-forte	7 75 à	9 50
— croisé anglais, 0m80, dessins nouveaux, pour corsage Garibaldi	5 90 à	7 50
— Surah, 0m70, unis et fantaisie, 1re qualité	5 90 à	6 75
— batiste, vignette imprimée, 1re qualité	2 25 à	3 »
— damassé anglais, blancs et couleurs	4 50 à	6 50
CACHE-NEZ soie croisée, 0m90, unis et fantaisie	9 50 à	14 75
— — 0m90, haute nouveauté	18 50 à	32 »
— laine douce	2 75 à	4 75
— laine douce et cachemire, grande taille	5 75 à	12 50
— cachemire broché, grande taille	10 75 à	17 50
— cachemire Écosse et cachemire pur *unis*, longs et carrés	4 90 à	24 »
FICHUS soie, unis, toutes couleurs	1 90 à	4 75
— soie, fantaisie	1 90 à	3 25
— soie, fantaisie, haute nouveauté	3 60 à	5 50
CRAVATES pour dames, nouveauté	» 75 à	1 45
ÉCHARPES pour dames, ruban, nouveauté	1 25 à	2 50
— pour dames, haute nouveauté	2 75 à	4 90
— pour dames, extra-riche, nouveauté	5 50 à	6 75 et au-dessus.
CRAVATES pour hommes, écharpes, nouveauté	3 90 à	5 75
— pour hommes, écharpes riches, nouveauté	6 50 à	9 75
— pour hommes, forme moscovite, nouveauté riche	2 75 à	3 25
— pour hommes, forme La Vallière, nouveauté	1 25 à	2 90
COLS-CRAVATES (étoffes soie noire), toutes les formes	1 25 à	4 90
Assortiment complet de **CRAVATES CARRÉES ET LONGUES**, en 0m75, 0m80 et 0m90 et 1m80 les longues; en taffetas, satin, serge, serge d'Alger, royale et Batzimir noirs, toutes les qualités	4 90 à	17 50
CHALES D'ENFANTS carrés, tartan laine fine, 1m, 1m20 et 1m50	4 90 à	14 50
— longs, tartan laine fine, 1m, 1m20 et 1m50	13 75 à	19 50
— carrés, Barége, Bagnos franges bouclées, toutes couleurs unies, 0m90, 1m, 1m10, 1m20 et 1m50	2 90 à	7 50
Une très-grande variété d'articles tricotés en laine et en soie, haute nouveauté, **COIFFURES, FANCHONS ET FICHUS**, toutes les formes nouvelles	2 90 à	9 75 et au-dessus.

COMPTOIR DE DRAPERIE.

LES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, fabriquant les divers produits qu'ils mettent en vente, peuvent offrir toutes les nouveautés à un bon marché qui ne saurait être porté plus loin par aucune maison.

DRAPERIE POUR HOMMES.

	f. c.	f. c.
DRAP NOIR, pour paletots et habits, Elbeuf et Sedan, belle qual., de	15 » à	25 »
— Sedan, qualité supérieure, de	26 » à	31 »
SATIN NOIR, pour pantalons, bonne qualité, de	14 50 à	25 »
ÉLASTICOTINE NOIRE, pour pantalons, étoffe très-belle et très-solide, de	19 » à	25 »
DRAP NOIR, ouatine, édredon, duité, épinglé, moskovienne et autres, de	10 50 à	25 »
DRAP ÉDREDON, envers fourrure, noir et couleur, ce qui se fait de plus beau, à	23 »	» »
CASIMIR NOIR, pour gilets, dans tous les prix.		

Nouveautés pour pantalons.

	f. c.	f. c.
DRAP FANTAISIE, de fabr. franç., cuirs de laine, largeur 1m35, de	10 50 à	14 50
— haute nouveauté, qualité supérre, larg. 1m40, de	15 » à	25 »
DRAP CHEVIOT anglais, pour pantalons et costumes complets, largeur 0m75, de	7 50 à	13 50
— haute nouveauté, qualité supérre, largeur 1m40, de	12 50 à	25 »

Pardessus d'hommes.

	f. c.	f. c.
DRAP BRUT OU MELTON anglais, largeur 1m40, de	13 50 à	20 »
DRAP CHINCHILLA, édredon, satiné et ondulé, en toutes nuances, belle qualité, de	15 » à	28 »

Étoffes pour gilets.

	f. c.	f. c.
GILETS de laine, laine et soie, unis et à petits dessins, le gilet par 0m75, de	4 75 à	14 50
SOIERIE NOIRE ET FANTAISIE en tous genres.		
GILETS BRODÉS, en casimir noir et piqué blanc.		
GILETS PIQUÉS, anglais et français, à petits dessins, le gilet par 0m75, depuis	fr. c.	fr. c. 2 90
PIQUÉ BLANC, dans tous les prix.		
VELOURS DE SOIE, nouveauté, le gilet, par 0m75, de	12 50 à	25 »

Costumes d'enfants.

	f. c.	f. c.
DRAP UNI et mélangé, largeur 1m30, de	6 75 à	15 »
— chinés, reps, jaspés et rayés, de	8 75 à	14 50
VELOURS DE COTON, noir, uni, largeur 0m55, de	3 50 à	5 50
— gris et marron, mille côtes, largeur 0m75, à	4 75	4 90

Coutils.

Choix considérable de **COUTILS**, pur fil, pour costumes d'hommes et d'enfants, largeur 0m60 et 0m70, à 1 fr. 45, 1 fr. 95, 2 fr. 45 et au-dessus.

	f. c.	f. c.
COUTIL fantaisie français, belle qualité, largeur 0m70, de	2 90 à	4 90
— — anglais, — — de	5 90 à	6 75
— gris, écru et blanc dans tous les prix.		
— satin, côtelé, toile impériale, natté anglais, de	5 50 à	6 75
NANKIN DES INDES.		
VELOURS DE COTON, côtelé, nuances variées, pour costumes de chasse, de	3 50 à	5 75
— uni, noir et marron, belle qualité, de	5 90 à	7 50
— uni, noir, pour paletots, largeur 0m70, ce qui se fait de plus beau, de	10 50 à	12 50
VELOURS ANGLAIS, trame soie, en toutes nuances, pour robes, largeur 0m50, de la plus belle qualité, à	» »	6 50

DRAPERIE POUR CONFECTIONS DE DAMES ET D'ENFANTS

	fr. c.	fr. c.
DRAPS AMAZONES, noirs et coul., bonne qual., larg. 1m30 et 1m40, de	8 50 à	18 »
DRAP BAIGNEUSE, fond blanc et de coul., rayures variées, larg., 1m30, à	6 75	7 50
DRAPS SULTANES, casimirs, unis et mélangés, en toutes nuances et dans tous les prix.		
— gris rayés et à carreaux, *article spécial pour robes de chambre*, largeur 1m35, à	7 75	» »
Un choix considérable de **MOLLETONS ET VELOUTINES RAYÉS**, pour vestes d'appartement et robes de chambre, largeur 1m30, à	6 75	7 75 9 50
MOLLETONS, à pois, de toutes nuances, de	9 50 à	12 50
— double face, à fond de couleur, mouchetés et rayés, largeur 1m35, de	13 50 à	16 50
VELOURS DE LAINE, moucheté, haute nouveauté, de	15 » à	18 »
PIQUES DE LAINE, molletonnés, nuances unies et à rayures, largeur 1m30, de	10 50 à	13 50
VELOURS DE LAINE, *écossais*, pour manteaux de voyage et robes de chambres d'hommes, largeur 1m35, à	10 50	» »
DRAPS VELOURS, nuances unies et mélangées, largeur 1m35, depuis	8 50	» »
— — licence Montagnac, largeur 1m40, de	13 50 à	20 »
— — Montagnac, belle qualité, —	20 » à	25 »
DRAPS CACHEMIRE, ce qui se fait de plus beau, —	25 » à	29 »
— chinchilla, chinés, veloutés, largeur 1m40, de	13 50 à	19 »
— peau d'agneau, bouclés cachemire, article très-épais et très-chaud, nuances mélangées, de	23 » à	29 »

	fr. c.	fr. c.
DRAPS noirs, façonnés, tels que duités, articulés, épinglés, armurés et autres, de	9 50 à	25 »
— façonnés, truités et articulés, nuances nouvelles, de	15 » à	25 »
— édredons unis, envers cachemire, en toutes nuances, à	23 »	» »
— astrakan noir et peau de loutre, des premières fabriques de Leipzig et de Berlin, qualités extra, largeur 1m40, de	27 » à	45 »
SEALKSKIN anglais, noir et à deux couleurs, peau de singe, belle qualité, depuis	7 50	
DRAPERIE, haute nouveauté, pour sorties de bal.		
MOLLETONS, VELOURS DE LAINE BLANCS, unis et façonnés.		

FLANELLES DE SANTÉ.

	fr. c.	fr. c.
FLANELLE lisse, pure laine, largeur 0m70, de	1 75 à	2 50
— chiffon, bonne qualité, de	2 50 à	3 90
— — qualité supérieure, de	4 10 à	6 50
— — cachemire extra, de	6 50 à	8 50
— — genre fort, largeur 0m80, de	3 10 à	6 50
— de dame, tissu fin, bonne qualité, de	2 90 à	5 50
— mousseline, — —	2 75 à	6 50
— de couleur, de	2 50 à	4 50
— mousseline, de couleur, de	3 25 à	4 50
— écrue, lisse et croisée, *garantie irrétrécissable*, depuis	3 50	» »
— croisée, chiffon, pure laine, largeur 0m65, de	1 95 à	2 90
— — qualité supérieure, largeur 0m70, de	3 10 à	4 50
— — qualité extra, de	4 50 à	7 50
— — très-forte, largeur 0m80, depuis	3 50	» »
MOLLETONS BLANCS, pure laine, bonne qualité, largeur 0m60 et 0m70, de	2 75 à	4 50
— layette extra, peau d'agneau, de	4 50 à	6 50

FLANELLES GAUFRÉES, FLANELLES MOLLETONS, blanches et de couleur, pour jupons.
MOLLETON, pour parquets, depuis 1 fr. 95.
SERGES ET ANACOSTES, en toutes nuances, pour rideaux.
MÉRINOS NOIR, chaîne double pour vêtement.
SATIN DE CHINE, pour doublures.

PALETOT DU MATIN EN MANSOUK. (COMPTOIR DE LINGERIE. — TROUSSEAUX.)

Entre-deux de Valenciennes, et garni de Valenciennes, de 30 à 40 fr.

CHEMISE RÉCAMIER EN BATISTE.

Entre-deux de Valenciennes, et garnie d'une haute Valenciennes, de 80 à 125 fr.

COMPTOIR DE TOILE.

Les toiles mises en vente sont livrées au public sous la responsabilité des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE; ces toiles sont de qualité irréprochable, et de nature à satisfaire les maîtresses de maison les plus rigoureuses et les plus exigeantes sur ce point; les directeurs en sont tellement certains, qu'ils s'engagent à rembourser toute personne qui n'en serait pas satisfaite.

Toile pour Chemises.

	Largeur.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
TOILE BLANCHE Cretonne pur fil	0m80	1 60	1 75	1 90	2 »	à	4 »
— — —	0m90	1 75	1 90	2 15	2 50	à	5 »
— Cholet et Cambrai pur fil.	0m80	1 25	1 40	1 55	1 70	à	3 »
— — —	0m90	1 50	1 75	2 »	2 50	à	5 »
— Cambrai pur fil	0m90	2 50	3 »	4 »	5 »	à	8 »
— Irlande pur fil	0m90	2 »	2 25	2 75	4 »	à	6 »
— Pour chemises d'enfants.	0m65		» 85	» 95	1 10	à	1 40
— — —	0m70		1 »	1 15	1 40	à	2 25
BATISTE pour chemises	0m82	2 50	3 50	5 »	6 »	à	12 »
DEMI-BLANCHE Cretonne pur fil	0m80	1 60	1 75	1 90	2 »	à	2 50
— — —	0m90	1 65	1 85	2 05			
— de Fresnay pur fil	0m78	1 »	1 10	1 15			
— — —	0m80	1 10	1 25	1 45			
— — —	0m90	1 15	1 30	1 55			
ÉCRUE Cretonne pur fil	0m80	1 30	1 40	1 50	1 65	à	2 »
— Alençon pur fil	0m78	» 85	» 95	1 10	1 25		
— — —	0m80	1 »	1 15	1 30	1 50		
— — —	0m86	1 25	1 45	1 65			

Toile pour Draps avec surjet.

	Largeur.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
TOILE DE MÉNAGE blanche pour petits draps	0m90	1 65	1 75	1 90	à	2 15
CRETONNE BLANCHE pour petits draps	0m90	1 75	1 90	2 15	à	2 50
TOILE CRETONNE demi-blanche	0m90	1 60	1 75	1 90		
— fil blanchi, extra-forte	0m86	1 45	1 60	1 75		
— — plus fine	0m86	1 50	1 60	1 75	à	2 »
TISSAGE chanvre demi-blanc, ce qui se fait de plus lourd	0m90	1 85	2 »	2 15		
TOILE ÉCRUE d'Alençon (lin)	0m88	1 30	1 40	1 60		
— pur chanvre	0m88	1 40	1 55	1 70		
TOILE DE MÉNAGE blanche, pour grands draps	1m05	1 75	1 85	1 95		
— blanche cretonne	1m05	1 85	1 95	2 10	à	2 50
— demi-blanche cretonne	1m05	1 75	1 85	2 05		
— fil blanchi extra-fort	1m00	1 70	1 80	2 »		
TISSAGE chanvre demi-blanc	1m05	2 »	2 20	2 40		
TOILE FINE d'Alençon	1m00	1 70	1 80			
— **ÉCRUE**, pur chanvre	1m00	1 80	1 95	2 40		
TOILE CRETONNE blanche, pour grands draps	1m20	2 25	2 40	2 60	à	4 »
— demi-blanche, pour grands draps	1m20	2 15	2 25	2 50	à	3 »

SPÉCIMENS DE CHIFFRES BRODÉS.

N° 1. — 1 fr. 25 c.

N° 2. — 2 fr. 25 c.

N° 3. — 1 fr. 75 c.

N° 4. — 1 fr. 50.

N° 5. — 1 fr. 90 c.

N° 6. — 3 fr.

N° 7. — 2 fr.

N° 8. — 1 fr.

N° 9. — 85 c.

N° 12. — 80 c.

N° 10. — 55 c.

N° 13. — 40 c.

N° 11. — 45 c.

N° 14. — 1 fr.

SPÉCIMEN DES ARMOIRIES TISSÉES DANS LE LINGE DE TABLE.

N° 15. — 1 fr.

N° 16. — 95 c.

N° 19. — 75 c.

N° 20. — 20 c.

N° 17. — 2 fr. 50.

N° 18. — 4 fr.

N° 21. — 3 fr.

3e Série. — Magnifiques dispositions, linge fin, dessins fleurs-de-lis, pois-mignon, chasse-au-cerf, corbeille de tulipes, couronne, mosaïque, rose du Louvre, églantine, etc., la douz. de serviettes. . . . . 32f » 34f » 36f 38f

NAPPES encadrées de 6 à 30 couverts, larg. 2m40, le mètre. 9 75 11 » 13 14
— — 18 à 40 2m40, 11 50 12 50 à 16

4e Série. — Tout ce qui se fait de plus riche et de plus fin, la douz., de 50f à 90

Linge damassé avec armoiries et chiffres tissés.

		fr.	fr.
Grands dessins et bordures riches : 1re série.	12 couverts.	100 à 150	
	24 couverts.	200 à 280	
— — 2e série.	12 couverts.	150 à 180	
	24 couverts.	280 à 350	
— — 3e série.	12 couverts.	180 à 280	
	24 couverts.	350 à 450	

Les armoiries, chiffres et écussons, quelle que soit leur complication, sont tissés sans augmentation de prix par les Grands Magasins du Louvre; *il suffit de leur adresser une empreinte en cire ou une esquisse des armes, qu'ils font reproduire par leurs graveurs.*

Voir un spécimen, page 335.

SERVICES écru et blanc, deux dessins, Lis-Louvre et Mauresque, 12 serviettes et 1 nappe encadrée, 2m40 sur 1m80, le service. . . . . fr. c. 29 »
— écru et blanc, étoile grecque, 12 serviettes et 1 nappe encadrée, 2m40 sur 1m80, le service. . . . . 32 »

Linge à thé.

			fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr.	fr.	fr.
SERVIETTES (thé)	écrues.	la douz.		3 50	5 »		6	8 à 15	
—	blanches.	—	4 50	5 50	7 »		9	11 à 16	
—	rouges et blanches.	—	10 50	11 50					
—	chamois et blanches.	—	9 75	10 75					
—	soie blanc. et de coul.	—	27 »	32 »	28 »				

			fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr.	fr.	fr.
NAPPES écrues.	longeur : 1m50,	largeur : 1m50	6 50	7 50	8 50	9 50	11 à 16		
— — —	1m80,	— 1m80	10 »	12 »	15 » à 20				
— — —	2m00,	— 1m80	14 »	16 »	20 » à 25				
— — —	2m50,	— 2m00	20 »	25 »	30 » à 40				
NAPPES blanches. . —	1m50,	— 1m50	7 50	8 50	9 50	11 à 18			
— — —	1m80,	— 1m80	11 »	12 »	16 » à 22				
— — —	2m00,	— 1m80	15 »	17 »	21 » à 26				
— — —	2m50,	— 2m00	22 »	25 »	32 » à 45				

SERVIETTES à déjeuner, long. 0m60 carrés. . . . . 16 » 18 » 20 » à 25
NAPPES à thé, soie et lin. — **NAPPES** chamois et blanches, tissus natte, etc., etc.

Linge de toilette.

	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
SERVIETTES frangées ou ourlées, pur fil (œil-de-perdrix).	» 95	1 05	1 15		
ŒIL-DE-PERDRIX, œil-de-faisan, pur fil, largeur 0m72. .	1 10	1 20	1 30	1 40	
— pur fil de main, largeur 0m80.	1 60	1 70	1 90 à 2 25		
ŒIL ANGLAIS et œil-de-fauvette, larg. 0m70	1 50	1 70	1 85		
— — 0m80	1 85	2 10	2 25		
— — 0m90 . . . . . 2m50	2 85	3 » à 4 »			
SERVIETTES frangées (Saxe), dessin étoile et diamant encadré, larg. 0m73, la douz.	23 »	25 »	26 »		
— **RUSSES**, long. 1m50, larg. 0m80 (franges de 0m15) . .	34 »	40 »	80 »		
— toile de Bretagne (toile fine et légère), largeur 0m70.	13 »	15 »	17 » à 21 »		
— **ÉPONGE** (linge turc)	2 10	2 25	2 50	3 » à 5 »	
DRAPS ÉPONGE, bordés rouge ou bleu, 1m00 carré, le drap					16 »

Peignoirs de bain.

PEIGNOIRS en drap velours rouge, forme robe de chambre. . . . . 19 »
— drap velours fond blanc, à rayures de couleurs . . . . . 25 » et 30f, bordés de cachemire.
— de toile, avec col et manches. 10 50
— de finette, avec col et manches 8 75 10 75 12 75

Mouchoirs.

MOUCHOIRS		fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
batiste toile pur fil p. enfants.	0m45 carrés.	» 35	» 40	» 50	» 60	» 75	1
batiste pur fil, p. dames. . . .	0m54 —	» 65	» 75	» 85	1 »	1 25 à 2	
batiste Valenciennes	0m54 —	1 90	2 25	2 50 à 6	»		
batiste Linon	0m48 —	1 40	1 75	2 »	2 50 à 4	»	
batiste à ourlets à jours. . . .	0m48 —	» 75	1 »	1 50	1 90 à 5	»	
batiste pur fil, pour hommes.	0m63 —	» 90	1 10	1 35	1 50 à 2	40	
batiste de Valenc. p. hommes.	0m64 —	2 25	2 75	3 25	4 » à 8	»	
batiste à ourlets à jours, pour hommes.			1 50	1 75	2 »	2 25	
batiste claire à ourl. à jours, p. hommes.			2 50	3 50	4 » à 10	»	
batiste à ourlets à jours et initiale brodée au plumetis.						1 15	
batiste à vignettes blanches, initiale brodée au plumetis.						» 95	
batiste avec sujets brodés.				1 25	1 50 à 3	»	

MOUCHOIRS	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
toile Cholet, pur fil, 0m54 carr.	4 50	6 »	7 »	8 »	9 »	11 »	15 » à 25	»
toile Cholet, pur fil, 0m64 —		9 »	11 »	13 »	15 »	18 »	22 » à 30	»
toile ménage, pur fil, 0m72 —		16 »	18 »	20 »	à	30 »	» »	» »
lilas et roses à carreaux		6 »	8 »	9 »	10 »	11 »	» »	» »
couleurs, pur fil, pour priseurs . . .		9 »	10 »	12 »	14 »	16 »	30 » à 60	»

Couvertures de voyage et de lits.

	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
COUVERTURES DE VOYAGE, drap pure laine. . .	12 »	15 »	18 »	22 »	25 »	
— drap mérinos.			29 »	32 »	38 »	
— anglaises à double face unie.		10 »	11 »	12 »	» à 15	»
— anglaises imitation fourrure. . . .	8 »	22 »	25 »	29 »	» à 45	»
— françaises velours extra (propriété exclusive).				45 »	48 »	
— françaises duvet de cygne (propr. exclus.).	54 »	65 »	75 »	85 »		
COURROIES DOUBLES.						2 »

	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
COUVRE-LITS DE SOIE, de toutes nuances, doublés à l'intérieur, en magnifique duvet-édredon.	48 »	65 »	78 » à 85 »			
COUVRE-LITS DE PERSE, avec intérieur laine, pour lits ordinaires, longueur : 2m00, largeur : 1m50.				13 50 à 16 »		
— pour grands lits, longueur : 2m50, largeur : 1m00. . . .	16 »	18 » à 22 »				

Couvertures de cheval.

COUVERTURES, pure laine, jaune, bleu, écossais et ponceau, largeur : 1m50, longueur : 1m50.	9 »	10 »	14 »
— qualité moyenne, larg. : 1m70, long. : 1m70		14 »	16 »
— extra, largeur : 1m70, longueur : 1m90		18 »	22 »
COUVERTURES D'ATTENTE, bordée, forme française.	22 »	25 »	29 »
— — forme anglaise avec poitrail. .	22 »	25 »	29 »
— , drap bleu, bordées de drap noir.		22 »	25 »
— drap de fantaisie assorti aux livrées . .	35 »	42 »	48 »
ACCESSOIRES, chiffre en drap.			3 »
— couronne.			4 »
— surfaix			6 90

Tarif des Couvertures de lits.

LAINE.

Longueur.	Largeur.	Laine demi-fine.	Laine fine.	Mérinos fin.	Mérinos surfin.	Mérinos extra.	Cachemire.
2m10	1m70	15 fr. »	17 fr. »	20 fr.	»	»	»
2 25	1 85	17 »	20 »	22	26	»	»
2 40	2 00	20 »	22 50	25	30	»	»
2 55	2 15	23 »	26 »	30	35	38	55 fr.
2 70	2 30	26 »	29 »	33	38	52	60
2 85	2 45	28 50	32 »	36	42	57	65
3 00	2 60	31 »	35 »	39	45	65	75
3 10	2 70	33 »	36 »	45	50	70	85
3 50	2 80	39 »	45 »	50	55	75	95

Les mesures (longueur et largeur) ne peuvent être garanties qu'à 0m10 près en plus ou en moins.
A partir de la qualité mérinos fin, toutes nos couvertures sont bordées de soie.

COTON.

Longueur.	Largeur.	Qualité demi-fine.	Qualité fine.	Qualité extra.
1m80	1m35	8 fr. 25	9 fr. 50	11 fr. »
1 95	1 50	9 50	10 75	12 50
2 10	1 65	11 25	12 50	15 50
2 25	1 80	13 50	15 »	17 »
2 40	1 95	15 »	17 »	20 »
2 55	2 10	17 50	19 50	23 »
2 70	2 25	21 »	23 50	27 »
2 85	2 40	» »	27 »	31 »
3 00	2 55	» »	» »	36 »

COUVERTURES LAINE GRISE POUR LITS DE DOMESTIQUES.

Longueur.	Largeur.	Qualité demi-fine.	Qualité fine.	Qualité extra longue soie.
2m »	1m 60	6 fr. 75	9 fr. »	12 fr. »
2 45	2 »	8 75	12 »	18 »

Toiles à matelas.

		fr. c.	fr. c.	fr. c.
TOILE DAMASSÉE, pur fil, gris et blanc, larg. : 1m40.		1 75	1 90	2 25
— pur fil, gris et blanc, larg. : 1m40, qualité extra.		2 25	2 50	2 75 3 »
— rayée, pur fil, gris et blanc.	largeur : 1m40	2 25	2 50	2 75
— pur fil, gris et blanc.	— 1m60	2 50	2 85	3 25
— pur fil, gris et blanc.	— 1m75	2 75 à 3 50	» »	
COUTIL rayé, fil et coton, pour oreillers.	— 1m40	3 50	5 » à 7 »	
— uni, blanc, fil et coton, pour oreiller. . .	— 1m40	4 75	5 50 à 8 »	

Doublures.

		fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
JACONAS, gris, noir et blanc, pour corsage, larg. :	0m85	» 65	» 75	» 85	» 90
PERCALINE, grise, noire et blanche, pour corsage,	0m90	» 75	» 85	» 95	1 »
CROISÉ, gris, noir, blanc et paille. . . . . larg. :	0m90	» 90	1 »	1 10	1 25
SATINETTE de toutes couleurs, tissu extrêmement fin et jouant la soie. . . . . —	0m90	» »	1 50	1 75	» »
PERCALINE de toutes couleurs, pour doublures de rideaux. . . . . —	0m90	» 85	» 95	1 05 à 1 15	
— de toutes couleurs, etc. . . . . —	1m15	1 60	1 75 à 2 10		
— — pour édredon. . —	1m20	1 25	1 40	1 60	
— — — —	1m35	1 45	1 60 à 1 85		
— — — —	1m45	1 10	1 75 à 2 10		
ANDRINOPLE pour édredon. . . . . —	1m20	2 85	3 »	3 50	
— — —	1m35	3 10	3 25 à 3 75		
PERCALINE noire, pour tabliers d'enfants. . . —	1m20	1 15	1 25 à 1 40		
— — — —	1m35	1 30	1 45 à 1 75		

	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.	fr. c.
FINETTE grise, peluchée, pour doublure, largeur : 0m75.	» 85	» 95	1 10	1 40	1 60
— blanche peluchée, pour doublure, largeur : 0m75.	» 95	1 10	1 25 à 1 40	» »	
— blanche satin, pour camisoles et jupons, largeur : 0m78.	1 25	1 50	1 75	2 »	2 50 à 3 75
BRILLANTÉ peluché, pour camisoles et jupons, largeur : 0m80.	1 20	1 50	1 75	2 » à 3 50	
COTTELINE peluchée, pour camisoles et jupons, largeur : 0m80.	1 40	1 60	1 80	2 » à 3 »	
FINETTE écrue et blanche, très-épaisse, pour caleçons, largeur : 0m80.	2 25	2 50	2 75	» »	» »

Le Directeur-Gérant de la Mode illustrée : W. UNGER.

Paris. — Typographie de Firmin Didot, frères et fils, rue Jacob, 56.

挟み込まれたファッションプレート

資料 3

ルーヴル百貨店　1873 年夏のファッションのイラストアルバム

GRANDS

MAGASINS DU LOUVRE

MODES D'ÉTÉ

1873

MANTEAUX ET CONFECTIONS

6146/04

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

Les plus vastes du monde

EXPÉDITIONS

Tous les envois de 25 francs et au-dessus sont rendus entièrement **franco de port**, pour toute l'étendue de la **France** (¹), de l'**Alsace-Lorraine**, de la **Belgique**, de la **Hollande**, de la **Suisse**, pour **Londres**, **Trieste**, et les **villes de l'Italie** dont les noms suivent : Suze, Turin, Gênes, Lodi, Milan, Florence, Ancône, Bergame, Bologne, Brescia, Alexandrie, Côme, Crémone, Mantoue, Modène, Novare, Parme, Plaisance, Padoue, Trévise, Venise, Vérone et Vicence ; pour tous les autres pays du monde, jusqu'à l'extrémité des frontières françaises.

Dans le cas où il serait réclamé un supplément de port pour le service des correspondances, l'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE prie les Dames de le payer, pour éviter tout retard, et de lui en envoyer le reçu dont elle s'empressera de faire passer le montant.

Pour toutes les marchandises sortant du territoire français, les droits de douane prélevés par les Gouvernements sont toujours à la charge des destinataires.

L'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE expédie ses marchandises sur tous les points ; le payement s'effectue contre livraison, c'est-à-dire qu'elle **tire en remboursement** ; en d'autres termes, on paye l'objet en le recevant. Les frais résultant de ce mode de recouvrement sont à la charge des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, à l'exception des envois à destination de l'Italie, pour lesquels ces frais sont payés par les destinataires.

Il n'est fait exception à ce mode de recouvrement que pour la **Corse**, l'**Espagne** et le **Portugal**, où les expéditionnaires des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE ne peuvent se charger de faire effectuer les payements ; dans ce cas, l'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE prie les personnes qui lui feront des demandes, de lui indiquer un correspondant à la frontière ou au port d'embarquement, auquel elle fera l'expédition en remboursement ; ce correspondant sera ensuite chargé de faire parvenir les marchandises à leur adresse.

EXPÉDITIONS PAR LA POSTE

La Poste ne répondant pas des objets expédiés comme échantillons, l'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE ne les expédie par cette voie que sur la demande expresse des Dames, sans en prendre la responsabilité.

Pour qu'il soit donné suite à ces sortes d'envois, chaque demande devra être accompagnée d'un mandat de poste représentant la valeur de la marchandise, plus les frais d'affranchissement, fixés ainsi par le tarif postal :

De 1 à 50	grammes	0f 30
50 à 100	—	0 40
100 à 150	—	0 50
150 à 200	—	0 60
200 à 250	—	0 70
250 à 300	—	0 80

NOTA. *Les paquets confiés à la Poste à titre d'échantillons ne peuvent peser plus de 300 grammes, ni mesurer plus de 25 centimètres en tous sens.*

RETOUR DES MARCHANDISES

Lorsque les marchandises ne répondent pas à ce que l'on attendait, l'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE accepte toujours qu'on les lui renvoie ; on ne fait à cette règle qu'une seule exception concernant les objets confectionnés, qui ne peuvent être repris.

Tous les retours de marchandises ou échantillons doivent être faits *franco* et porter sur l'adresse le nom et la demeure de la personne qui a fait l'achat. Les articles envoyés en échange ne sont point affranchis. Les Dames qui ont été à même d'apprécier la modicité de nos prix comprendront qu'il ne peut en être autrement.

(¹) *A l'exception de la Corse et de l'Algérie, pour lesquelles les colis ne sont affranchis que jusqu'au port d'embarquement.*

Toutes les lettres doivent être adressées *franco* à Messieurs les Administrateurs des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, rue de Rivoli, toute la rue de Marengo et la rue Saint-Honoré, à Paris, ou simplement aux GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, à **Paris.**

DEMANDES D'ÉCHANTILLONS

Pour les demandes d'échantillons, et afin que les collections soient bien complètes, prière d'indiquer le genre des étoffes que l'on désire et fixer les prix approximativement.

L'insertion de toute note manuscrite dans un paquet d'échantillons est formellement interdite ; c'est un délit puni par les règlements de la Poste.

Pour éviter tout retard dans la remise de nos envois de marchandises ou d'échantillons, l'Administration prie les Dames de lui rappeler leur adresse à chaque demande et de lui faire connaître exactement le nom de **la gare et celui du bureau de poste desservant la localité.**

Nous prions les Dames, avec la plus vive instance, de ne jamais nous adresser de **timbres-poste** sans faire charger la lettre, qui peut se trouver perdue en route. On est alors sans recours si l'on n'a pas rempli les formalités voulues ; la meilleure sécurité est d'adresser un **mandat-poste.**

RÉCLAMATIONS

Nous avions voulu, il y a quelques années, établir des Agences dans les Départements ; mais nous avons pu nous convaincre que ces Agences étaient à la charge des acheteurs, lesquels supportent, en fin de compte, les frais occasionnés par ces établissements.

De plus, nous avons été empêchés de donner suite à cette combinaison, par l'impossibilité de contrôler les opérations et de conserver cette certitude, indispensable à notre sécurité, que les marchandises livrées par ces Agences sont irréprochables au point de vue de la nouveauté comme de l'excellence des produits.

Beaucoup d'abus peuvent et doivent s'introduire dans ces transactions, et nous n'avons pas voulu en assumer la responsabilité ; nous préférons, dans l'intérêt de notre clientèle, centraliser les opérations, de façon à pouvoir les **surveiller** *et les* **garantir.**

Nous venons, à cet effet, de créer un **Bureau de Réclamations,** *afin de réparer les oublis qui pourraient être faits à notre Bureau central d'expéditions : soit retard dans l'envoi des commandes, ou inexactitudes dans le choix des échantillons.*

Nous prions donc les Dames qui auraient à se plaindre d'irrégularités dans leurs envois, d'écrire :

Aux GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, *à Paris, en ayant soin de mettre sur l'enveloppe de leurs lettres :* **Bureaux des Réclamations.**

L'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE a créé une

FABRIQUE DE LITERIE

90, RUE SAINT-HONORÉ, EN FACE LA RUE DE L'ARBRE-SEC

Ateliers de Tapisserie pour la confection des Meubles, Tenture et Rideaux
202, rue Saint-Honoré.

Nous adressons à toutes les personnes qui nous en font la demande un *Catalogue spécial* énumérant les *avantages réels* qu'offre aux Consommateurs cette branche si importante de nos industries.

LES ADMINISTRATEURS DES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE.

Le privilége exclusif des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE est de pouvoir offrir dans toutes les étoffes des assortiments QU'ON NE SAURAIT TROUVER DANS AUCUNE AUTRE MAISON, et, en raison de l'importance de leurs opérations, de VENDRE MEILLEUR MARCHÉ QUE QUI QUE CE SOIT.

Tout achat fait dans les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE qui laisse le moindre regret est ANNULÉ. Toute marchandise qui a cessé de plaire est ÉCHANGÉE ou REMBOURSÉE, au gré de l'acheteur.

Typ. Lahure, rue de Fleurus, 9, à Paris.

Toutes les lettres doivent être adressées *franco* à Messieurs les Administrateurs des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, rue de Rivoli, toute la rue de Marengo et la rue Saint-Honoré, à Paris, ou simplement aux GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, à **Paris.**

DEMANDES D'ÉCHANTILLONS

Pour les demandes d'échantillons, et afin que les collections soient bien complètes, prière d'indiquer le genre des étoffes que l'on désire et fixer les prix approximativement.

L'insertion de toute note manuscrite dans un paquet d'échantillons est formellement interdite; c'est un délit puni par les règlements de la Poste.

Pour éviter tout retard dans la remise de nos envois de marchandises ou d'échantillons, l'Administration prie les Dames de lui rappeler leur adresse à chaque demande et de lui faire connaître exactement le nom de **la gare et celui du bureau de poste desservant la localité.**

Nous prions les Dames, avec la plus vive instance, de ne jamais nous adresser de **timbres-poste** sans faire charger la lettre, qui peut se trouver perdue en route. On est alors sans recours si l'on n'a pas rempli les formalités voulues; la meilleure sécurité est d'adresser un **mandat-poste.**

RÉCLAMATIONS

Nous avions voulu, il y a quelques années, établir des Agences dans les Départements; mais nous avons pu nous convaincre que ces Agences étaient à la charge des acheteurs, lesquels supportent, en fin de compte, les frais occasionnés par ces établissements.

De plus, nous avons été empêchés de donner suite à cette combinaison, par l'impossibilité de contrôler les opérations et de conserver cette certitude, indispensable à notre sécurité, que les marchandises livrées par ces Agences sont irréprochables au point de vue de la nouveauté comme de l'excellence des produits.

Beaucoup d'abus peuvent et doivent s'introduire dans ces transactions, et nous n'avons pas voulu en assumer la responsabilité; nous préférons, dans l'intérêt de notre clientèle, centraliser les opérations, de façon à pouvoir les **surveiller** *et les* **garantir.**

Nous venons, à cet effet, de créer un **Bureau de Réclamations,** *afin de réparer les oublis qui pourraient être faits à notre Bureau central d'expéditions : soit retard dans l'envoi des commandes, ou inexactitudes dans le choix des échantillons.*

Nous prions donc les Dames qui auraient à se plaindre d'irrégularités dans leurs envois, d'écrire :

Aux GRANDS MAGASINS DU LOUVRE, *à Paris, en ayant soin de mettre sur l'enveloppe de leurs lettres :* **Bureaux des Réclamations.**

L'Administration des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE a créé une

FABRIQUE DE LITERIE

90, RUE SAINT-HONORÉ, EN FACE LA RUE DE L'ARBRE-SEC

Ateliers de Tapisserie pour la confection des Meubles, Tenture et Rideaux
202, rue Saint-Honoré.

Nous adressons à toutes les personnes qui nous en font la demande un *Catalogue spécial* énumérant les *avantages réels* qu'offre aux Consommateurs cette branche si importante de nos industries.

LES ADMINISTRATEURS DES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE.

Le privilége exclusif des GRANDS MAGASINS DU LOUVRE est de pouvoir offrir dans toutes les étoffes des assortiments QU'ON NE SAURAIT TROUVER DANS AUCUNE AUTRE MAISON, et, en raison de l'importance de leurs opérations, de VENDRE MEILLEUR MARCHÉ QUE QUI QUE CE SOIT.

Tout achat fait dans les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE qui laisse le moindre regret est ANNULÉ. Toute marchandise qui a cessé de plaire est ÉCHANGÉE ou REMBOURSÉE, au gré de l'acheteur.

Typ. Lahure, rue de Fleurus, 9, à Paris.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 1. — DOLMAN EN CACHEMIRE, soutaché de tulle de laine et garni de guipure de laine, **brandebourgs devant**, modèle se portant sans passer les manches, de. . . . . **180** à **200** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 2. — **VESTE D'APPARTEMENT** en molleton de **toutes nuances**, brodée au point de chaînette, de . . . . **11** fr. **75** à **15** fr.

Fig. 3. — **MANTILLE EN FAILLE** avec **ruche de soie** effilée et garnie de guipure de laine frangée, modèle très-nouveau, de **95** fr. à . . . . . **120** fr.
En cachemire, avec ruche de cachemire, de . . . . . **62** fr. à **75** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 4. — TUNIQUE PARISIENNE en soie **belle qualité**, garnie de plusieurs biais doubles, de guipures de soie et d'une fourragère dans le dos, de. . **200** à **250** fr.
En cachemire, de. . . . . **190** à **230** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 5. — **TUNIQUE SOIE,** avec ressorti de satin, entourée de **guipure de laine** et relevée par des nœuds de faille, de. . . . . **170** à **200** fr.
En cachemire, de. . . . . **150** à **180** fr.

MESURES A ENVOYER : *1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.*

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 6. — TUNIQUE RUSSE en soie, avec large biais de poult de soie et drapée par un **nœud de faille** sur le côté, modèle très-nouveau, de. . . . . **150** à **180** fr.
En cachemire, de. . . . . **90** à **120** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

2

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 7. — MANTILLE EN SOIE, ornée de riches passementeries en jais et de belles guipures en soie, **coquillés de dentelles** et motif de passementerie dans le dos, de. . . . . **250** à **380** fr.
En cachemire, de. . . . . **215** à **280** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 8. — TUNIQUE EN POULT DE SOIE avec entre-deux et guipure de laine, plissé de soie effilée, **brandebourgs de passementerie** devant, et coquillé de dentelle avec nœud de moire dans le dos, de. . **200 à 250 fr.**
En cachemire, de. . . . . **150 à 200 fr.**

ESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 9. — VÊTEMENT EN POULT DE SOIE, pour très-jeune fille, liséré tout autour et orné de **boutons de métal** ou de passementerie, avec nœud de moire dans le dos, de. . . . . **100** à **120** fr.

Fig. 10. — VÊTEMENT EN FAILLE ajusté à la taille, orné de biais doubles, de passementerie et de **guipure de soie,** nœud de moire flottant dans le dos de. . . . **120** à **160** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 11. — VÊTEMENT DE SOIE ajusté à la taille, garni de **passementeries mates**, de biais de faille et de guipure de laine, nœud dans le dos, de. . . . . **90** à **120** fr.
En cachemire, de . . . . . **70** à **100** fr.

Fig. 12. — VÊTEMENT EN POULT DE SOIE, pour dame âgée, forme vague derrière, orné d'un **large biais de passementerie** et de guipure de laine, de **90** à **120** fr.
En cachemire de. . . . . **75** à **100** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

3

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 13. — TUNIQUE EN TRÈS-BELLE SOIE, garnie de véritable guipure et de biais de soie, de . . . . . **180** fr. à **225** fr.
En cachemire, de. . . . . **150** fr. à **200** fr.

Fig. 14. — PALETOT D'APPARTEMENT EN DRAP de toute nuance, brodé et soutaché noir, de. . . . . **25** fr. à **35** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 15. — TRÈS-RICHE TOILETTE, en poult de soie de C. J. Bonnet, **qualité extra**, composée d'une jupe à volant et à tablier plisse, et d'une grande tunique princesse : toute la toilette richement ornée d'une splendide passementerie de jais faisant entre-deux à jours, et d'une haute guipure très-fine. . . . **975** fr.

Fig. 16. — VAREUSE D'APPARTEMENT, en molleton de **toutes nuances**, brodée au point de chainette, modèle nouveau, de **12** fr. **95** à. . . . . **15** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 17.—VÊTEMENT en cachemire **doublé de soie**, garni d'un large lacet de laine et de très-jolis boutons de métal, modèle nouveau, 45 fr. et . . . . . 55 fr.

Fig. 18.—VÊTEMENT en cachemire **doublé de soie**, orné de biais lisérés de satin et de jolis boutons, agrafes de passementerie à la taille, de. . . . . 65 fr. à 75 fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

3*

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 19. — TRÈS-RICHE VÊTEMENT de cachemire enrichi de broderies de soutache, de belle guipure de laine, **dessin nouveau**, et de nœuds de faille ou de moire aux manches et dans le dos, de. . . . . **180** à **210** fr.
En soie, de . . . . . **240** à **270** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 20. — TUNIQUE en poult de soie de **C.-J. Bonnet**, ornée de jolis entre-deux, de véritable guipure de soie, et de nœuds de faille, modèle très-élégant et du dernier goût, de. . . . . **330 à 380 fr.**
En cachemire, de. . . . . **280 à 320 fr.**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 21. —VÊTEMENT en soie **belle qualité**, forme demi-ajustée, orné de guipures de soie de deux hauteurs, d'une jolie passementerie nouvelle et d'un nœud de moire derrière, de . . . . . **120** à **150** fr.
En cachemire, de. . . . . **110** à **130** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur au vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 22. — CASAQUE ajustée à la taille, très-joliment garnie de guipures de soie haute et basse et de boutons de passementerie; en soie de **C.-J. Bonnet.** . **155** à **170** fr.

MESURES A ENVOYER: 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

3**

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 23. — VÊTEMENT de cachemire, entièrement couvert des plus riches broderies au passé et de **soutache de soie**, entouré de très-belles guipures de soie nouvelles et d'une jolie garniture de plume, de. . . . . **485** à **525** fr.
En poult de soie, de . . . . . **550** à **590** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 24. — TUNIQUE riche en magnifique poult de soie, de **C.-J. Bonnet**, ornée de huit biais étagés, d'une très-belle guipure véritable et d'une très-large ceinture de moire frangée, modèle du dernier genre, de **350** à **380** fr.

MESURES A ENVOYER: 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 25. — TUNIQUE princesse en superbe poult de soie de **C.-J. Bonnet**, très-richement ornée de passementerie nouvelle avec jais, d'entre-deux, de guipures de soie très-belles, d'un coquillé de dentelle et de nœuds de poult de soie dans le dos, de. . . . . **450 à 500 fr.**
En cachemire, de. . . . . **390 à 425 fr.**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 26. — VÊTEMENT en faille, richement orné de belles passementeries de jais, d'un large biais avec **boutons de passementerie**, de frange très-belle et de guipure véritable, nœud de moire ornant le dos; modèle ajusté à la taille, forme très-nouvelle, de . . . . . **250** à **280** fr.
En cachemire, de. . . . . **195** à **225** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

3***

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig 27. — MANTILLE en poult de soie de **C.-J. Bonnet**, genre simple, ornée de passementerie de jais, de guipure de soie très-belle et d'un joli motif dans le dos, dernier modèle, de. . . . . **135** à **175** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 28. — RICHE TUNIQUE et pèlerine Watteau en cachemire noir, **broderie mate** et magnifique guipure, grand nœud de ruban derrière . . . . . **490** fr.

Fig. 29. — TUNIQUE en soie belle qualité, **modèle simple**, orné de passementeries mates et de guipure de laine frangée, de **150** à . . . . . **180** fr.
En cachemire, de. . . . . **125** à **140** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 30. — MANTILLE en poult de soie, ornée de très-belles guipures de soie, de passementeries nouvelles avec joli coquillé de guipure et motif dans le dos, modèle riche et du dernier goût, de . . . . . **290** à **350** fr

En cachemire, de . . . . . **220** à **280** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière, 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

MANTEAUX ET CONFECTIONS

Fig. 31. — MANTILLE en cachemire ornée de guipure de laine, de **passementeries mates** et de rubans moires, forme très-nouvelle, de . . . . . **130** à **150** fr.
En soie, de . . . . . **140** à **170** fr.

Fig. 32. — COSTUME COMPLET, dernier genre, en magnifique cachemire de toutes nuances et **faille assortie**, composé d'une jupe entièrement plissée devant, garnie de volants derrière, d'une tunique drapée à longue ceinture et d'une petite casaque Louis XIV, modèle entièrement inédit. . . . . **320** fr.
Même modèle en soie très-belle qualité **650** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la manche, prise à la couture sous le bras ; 2° longueur du vêtement derrière ; 3° encolure ; 4° tour du buste et de la taille, y compris le dos, les bras et la poitrine, à l'endroit le plus saillant.

3****

GRANDS

MAGASINS DU LOUVRE

MODES D'ÉTÉ

1873

MODES ET COIFFURES

MODES ET COIFFURES

Fig. 101. — **CHAPEAU FERMÉ** en tulle noir, garni ruban de faille noire et bleue, **dessous velours noir** et faille bleue, orné d'une plume noire et d'une bleue. . . . **65** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 102. — CHAPEAU FERMÉ en tulle noir, fond bouillonné de tulle dentelle, **dessous de turquoises**, monture myosotis et rose. . . . . **48** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 103. — CHAPEAU EN PAILLE de riz blanche, **ruban de faille noire,** apprêt de dentelle, dessous de ruban bleu-ciel, et rose thé. . . . . **48** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 104. — **CHAPEAU FERMÉ** en paille de riz noire, **apprêt de dentelle**, monture de fleurs des champs. **70** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 105. — CHAPEAU ROND, paille de riz noire, **doublé velours noir,** apprêt de dentelle, ruban noir et monture de roses. . . . . **60** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 106. — CHAPEAU FERMÉ en turquoise noire, **dessous rose,** piquet de roses. . . . . **18** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 107. — **CHAPEAU FERMÉ** en tulle noir brodé de jais, **dessous de faille**, étoffe bleu-ciel, monture de roses rose et thé. . . . . **65 fr.**

MODES ET COIFFURES

Fig. 108. — CHAPEAU FERMÉ en paille anglaise marron, **ruban marron**, bordé velours même nuance, et piquet de roses . . . . . 25 fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 109. — CHAPEAU POUR LE JARDIN, en paille, ruban de velours noir, une rose. . . . . **10 fr. 50**

MODES ET COIFFURES

Fig. 110. — **CHAPEAU FERMÉ** en tulle noir garni de turquoise noire, **deux plumes noires**, et apprêt de dentelle derrière. . . . . **28** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 111. — BOLÉRO paille de riz blanche, bordé velours noir, **garni de faille bleue**, pompons assortis. . . **30** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 112. — CHAPEAU ROND paille belge, ruban maïs, deux plumes noires, et dessous de fleurs mélangées. **65 fr**

MODES ET COIFFURES

Fig. 113. — CHAPEAU FERMÉ en dentelle, monture de fleurs blanches avec graines, **dessous de velours noir**, brides de dentelle, à. . . . . **48** fr.

MODES ET COIFFURES

Fig. 114. — CHAPEAU BAINS DE MER, paille fantaisie, **rubans de faille**, bouquet mélangé. . . **10 fr. 50**

GRANDS

MAGASINS DU LOUVRE

MODES D'ÉTÉ

1873

ROBES ET PEIGNOIRS

TOUT FAITS

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 201. — COSTUME COMPLET en popeline rayée, **qualité extra**, composé d'une jupe à grand volant et d'une tunique princesse ouverte : tout le costume garni d'une échelle de biais lisérés en pareil, manche assortie. **55 fr.**

Fig. 202. — PEIGNOIR en percale fine, grand teint, **qualité extra, forme Watteau**, avec grand volant plissé, garniture de boutons de nacre, manche demi-large, également plissée . . . . . **25 fr.**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 203. — COSTUME COMPLET en toile batiste pur fil, **bleue ou écrue**, composé d'une jupe à grand volant et d'une tunique : le tout brodé de festons et de gros pois, manche assortie. . . . . **75** et **85** fr.

Fig. 204. — COSTUME COMPLET en percale fine, **grand teint**, composé d'une jupe à deux volants, d'une tunique ornée d'un fichu paysanne, et d'une ceinture à aumônière. . **45** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 205. — COSTUME COMPLET en très-beau poult de soie noir, composé d'une jupe garnie derrière de volants jusqu'en haut, **et d'une tunique drapée sur les côtés,** longue ceinture tombant sur les volants. . . **210** fr.

Fig. 206. — COSTUME COMPLET en étoffe nouvelle, **rayure grisaille, fil et soie,** composé d'une jupe à volant, d'une tunique unie, et d'une casaque-blouse boutonnée à la polonaise, serrée à la taille par une ceinture à bouclette, ornement en poult de soie noir. . . . . **125** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 207. — COSTUME COMPLET en mohair beige ou gris **très-bonne qualité**, composé d'une jupe à volant tuyauté double, d'une seconde jupe drapée à la paysanne, et d'une petite casaque à basques plates, le tout orné en pareil. . . . . **65 fr.**

Fig. 208. — COSTUME COMPLET en percale fine, **qualité extra, grand teint**, composé d'une jupe à volant plissé, et d'une tunique-blouse, ajustée par une ceinture pareille. **28 fr.**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 209.— PEIGNOIR en très-beau cachemire d'Écosse noir, **entièrement doublé**, garni de biais remontant jusqu'à l'encolure. . . **35** fr.

Fig. 210. — COSTUME COMPLET en poult de soie noir, **bonne qualité**, composé d'une jupe à deux volants et d'une tunique drapée, ouverte devant, agrafée par des nœuds de satin. . . . . **160** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 211. — COSTUME COMPLET en très-beau cachemire d'Écosse noir, **sorte fine et légère**, composé d'une jupe à plusieurs volants et d'une tunique forme nouvelle, ornement mélangé de cachemire et de satin. . . . **100 fr.**

Fig. 212. — PEIGNOIR en mohair noir, tout ce qui se fait de plus beau, **entièrement doublé**, garni de rouleautés de même étoffe. . . . . **29 fr.**

MESURES ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 213. — ROBE DU MATIN en popeline rayée **noir et blanc ou marron et blanc**, composée d'une jupe à grand volant ruché, et petit paletot tailladé orné en pareil. **21** fr.

Fig. 214. — COSTUME COMPLET en toile pur fil, **composé d'une jupe à volant** et à tablier entièrement plissé, d'une casaque à gilet également plissé, manche assortie. . . **49** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 215. — COSTUME COMPLET en charmante étoffe de fantaisie fond écru, **à rayures bleues, havane ou blanches**, composé d'une jupe avec neige de petits volants et d'une tunique ouverte rattachée par des nœuds gradues doublés de soie assortie à la rayure, large ceinture pareille nouée derrière . . . **110** fr.

Fig. 216. — PEIGNOIR en popeline rayée, **noir et blanc ou marron et blanc**, forme princesse, à grand volant tuyauté en pareil, **23** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

9

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 217. — **COSTUME COMPLET** en superbe cachemire, **nuances naturelles**, beige et gris, genre camaïeu, composé d'une jupe demi-longue à haut volant plissé, d'une tunique princesse et d'une cuirasse s'adaptant à volonté. . . . . **140** fr.

Fig. 218. — **ROBE DU MATIN** en très-beau cachemire d'Écosse noir, composée d'une jupe à volant et d'un vêtement doublé demi-ajusté, **ornement nouveau en étoffe pareille**. . . . . **49** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 219. — **PEIGNOIR** en percale fine, grand teint, **qualité extra**, orné d'un col ruché s'ouvrant à volonté, parements et ceinture assortis, boutons de nacre. . . . . **11** fr. **75**

Fig. 220. — **COSTUME COMPLET** (article spécial pour voyage), en superbe cachemire, **nuances naturelles**, beige ou gris deux tons, composé d'une jupe avec volant à tuyau d'orgue, et d'une tunique à capuchon, le tout orné de pattes en pareil. . . . . **120** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 221. — COSTUME COMPLET en toile gris de lin, composé d'une jupe à volant froncé, **avec large biais piqué camaïeu**, grande tunique assortie, et cuirasse s'adaptant à volonté. . . . . **42** fr.

Fig. 222. — MÊME COSTUME que le précédent, **moins la cuirasse**. . . . . **35** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 223. — **PEIGNOIR** en toile pur fil, **forme princesse**, brodé tout autour d'un riche dessin à palmes, pouvant former tunique sur toutes les jupes. . . . . **29** fr.

Fig. 224. — **PEIGNOIR** en percale d'Alsace, **toutes dispositions**, genre camaïeu, avec grand col ouvert, manchettes et ceintures assorties. . . . . **10** fr. **50**

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 225. — **ROBE DU MATIN** en mohair grisaille, composée d'une **jupe unie**, et d'un petit vêtement brodé de soutache noire. . **9** fr. **75**

Fig. 226. — **PEIGNOIR** en très-belle toile d'York pur fil, **bleue ou écrue**, à grand col matelot, avec ancres de marine en blanc sur bleu, et en rouge, noir ou bleu sur écru, au col, aux manches et aux poches, **17** fr. **50** et. . . . . **19** fr. **50**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

10*

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 227.— COSTUME COMPLET en mohair noir, **qualité extra**, composé d'une jupe à volant surmontée d'une gueule de loup, d'une tunique et d'une casaque-corsage à plastron, ornées dans le style de la jupe. . . . . **75** fr.

Fig. 228.— ROBE DU MATIN en mohair noir, **qualité extra**, composée d'une jupe à volant surmonté d'un plissé renversé et d'un paletot doublé, demi-ajusté, ornement assorti à la jupe. . . . . **42** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 229. — COSTUME COMPLET en magnifique poult de soie, compose d'une jupe demi-longue avec haut plissé derrière, et trois volants formant tablier; d'une **ravissante tunique** drapée par des nœuds, garnie de biais et de plissés (forme des plus élégantes.). . . . . **725** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 230. — PEIGNOIR en toile de l'Inde, nuances neutres, avec grand tablier, genre camaïeu, dentelé en blanc, modèle inédit, à . . . . . **21** fr.

Fig. 231. — PEIGNOIR en toile batiste écrue, pur fil, orné tout autour de biais en pareil, lisérés de blanc, s'ajustant par une ceinture assortie. . . . . **15** fr. **50**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 232. — COSTUME COMPLET en très-beau valencias grisaille, composé d'une jupe avec volant à godets renversés, et d'une grande casaque ornée de **passants en pareil**, mélangés de poult de soie noir. . . . . **130** fr.

Fig. 233. — PEIGNOIR en mohair grisaille ou beige, **entièrement doublé de jaconas**, joliment garni de velours noir fantaisie. **16 fr. 75**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

10**

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 234. — COSTUME COMPLET en magnifique **Drap Cyclope de C.-J. Bonnet**, composé d'une jupe longue formant tunique ouverte, garnie de cinq volants surmontés d'une double ruche, d'un haut plissé devant et d'une ruche formant tablier; d'un joli corsage demi-ouvert avec col marin, et basques terminées par une large et longue ceinture en pareil. . . . . **850** fr.

MESURES A ENVOYER : *1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.*

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 235.—COSTUME COMPLET en soie grisaille, composé d'une **jupe à trois volants**, d'une tunique et d'un corsage à revers s'ouvrant à volonté, manches à parements, basques à retroussis, le tout liséré de satin. . **145** fr.

Fig. 236.—COSTUME COMPLET en mohair gris ou beige, **qualité extra**, composé d'une jupe à volant double, et d'une tunique princesse, ornement nouveau en étoffe assortie, à . . . . . **98** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 237.—COSTUME COMPLET en toile pur fil, composé d'une jupe à volant, d'une tunique et d'un dolman, le tout **richement brodé** et garni de véritable guipure . . . . . **115 fr.**

Fig. 238. — PEIGNOIR en superbe cachemire d'Écosse, **toutes nuances**, doublé de percale, orné d'une ruche à la vieille en pareil.. **27 fr.**

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 239.—COSTUME COMPLET en toile batiste pur fil, **bise ou bleue**, composé d'une jupe à trois volants festonnés et plissés, tunique assortie. . . . . **70** et **80** fr.

Fig. 240. — COSTUME COMPLET en toile batiste, **bise ou bleue**, composé d'une jupe à volants et d'une tunique richement ornée de bandes et d'entre-deux brodés. **90** et **100** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° ongueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

10***

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 241. — COSTUME COMPLET en magnifique poult de soie bleu marine, **forme princesse,** pouvant à volonté former robe longue ou costume court : composé d'une jupe garnie d'un tablier de volants et de bouillonnés jusqu'en haut, d'un drapé formant tunique, le tout orné de volants et de bouillonnés, forme inédite . . . . . **950** fr.

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prix devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle.

ROBES ET PEIGNOIRS TOUT FAITS

Fig. 242. — COSTUME COMPLET en popeline rayée, **noir et blanc** ou **marron et blanc**, composé d'une jupe à volant et d'une tunique-blouse, le tout orné de biais en pareil. . **35** fr.

Fig. 243. — COSTUME COMPLET en cachemirienne unie, **toutes nuances**, très-belle qualité, composé d'une jupe à volant et d'une tunique drapée, corsage orné à l'alsacienne. **45** fr

MESURES A ENVOYER : 1° longueur de la jupe, prise devant à la ceinture, et envoyer un corsage pour modèle

GRANDS

MAGASINS DU LOUVRE

MODES D'ÉTÉ

1873

CRAVATES ET FICHUS

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 301. — DONA MARIA, fichu-pointe, dentelle de soie, **dernière création de la saison**, haute nouveauté, propriété exclusive. . . . . **8 fr. 75**

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 302.— CHARLOTTE CORDAY, Bachelick en cachemire, garni de trois filets et accompagné de deux glands or. . . . . **19 fr 50**

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 303.—MAINTENON, capeline haute nouveauté de la saison, **bordée d'un biais de faille noire**, ornée d'un gros nœud de faille noire sur la coiffure, en cachemire toutes couleurs. . . . . **18 fr. 50**

CRAVATES ET FICH'JS

Fig. 305.— GRANDE ROTONDE en ricot blanc, ornée d'un capuchon **doublé de soie** de toute 4 couleurs. **19** fr. **50**

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 306. — **BACHELICK** tricot, dentelle de laine blanche, rouge, noire, bleue, orné d'un **nœud de satin** toutes couleurs. . . . . 3 fr. 25

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 307. — MATINÉE, veste en tricot blanc, **faisant co marin**, bordée de couleur bleue, rouge ou noire. **16 fr. 50**

GRAVATES ET FICHUS

Fig. 308. — LE PRIMEVÈRE, charmant vêtement en tricot, faisant demi-rotonde derrière, orné d'un capuchon **doublé de soie** de toutes couleurs, et garni de glands Thibet. . . . . **19** fr. **50**

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 309.— LE BAIN DE MER, chapeau pour la campagne et les bains de mer, garni d'un **lacet de laine** rouge bleu, noir. . . . . **3** fr. **75**

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 310. — GABRIEL. nœud crêpe de Chine festonné, toutes les nuances. . . . . 2 fr. 10

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 311. — OPHÉLIE. nœud crêpe de Chine, garni d'effilé toutes nuances, haute nouveauté. . . . . 2 fr. 75

CRAVATES ET FICHUS

Fig. 312. — DEVRIÉS, nœud crêpe de Chine, **garni d'imitation riche**, toutes nuances. . . . . 3 fr. 90

CRAVATES ET FICHUS .

Fig. 313. — MARION DELORME, parure en crêpe de Chine, toutes les couleurs (**modèle riche**). . . . **4** fr. **90**

GRANDS

MAGASINS DU LOUVRE

MODES D'ÉTÉ

1873

JUPONS

ET

ROBES MI-CONFECTIONNÉES

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 401. — **JUPE** en cretonne, **tramée pure laine**, rayée noir et blanc . . . . . **15** fr. **50**
LA MÊME, en sultane unie, **toutes nuances**, largeur 3 mètres. . . . . **25** fr.

Fig. 402. — **JUPE** en poult de soie noire, gros grain, **première qualité**, modèle nouveau. largeur 3 mètres. . . . . **78** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.

Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 403. — JUPE en cretonne, **tramée pure laine**, rayée noir et blanc . . . . . **18** fr. **50**
LE MÊME modèle, en sultane toutes couleurs . . . . . **25** fr.

Fig. 404. — JUPE en cretonne, **tramée pure laine**, rayures noires et blanches. . **17** fr. **50**
LE MÊME modèle, **en sultane toutes nuances**, largeur **3** mètres, longueur 108/120. **23** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites ; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 405. — **JUPE** en percale d'Alsace, toutes couleurs, **garantie grand teint**, ornée de deux plissés paillettes et de trois volants en biais, largeur 3 mètres, longueur 108 et 120, ci . . . . . **15** fr. **50**

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.

Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 406. — JUPE cretonne, **très-bon teint**, garnie de deux jolis plissés, écru, havane ou mode, largeur 3 m., long. 108/120. . **9** fr. **90**

Fig. 407. — JUPE percale d'Alsace, **premier choix**, teint garanti, garnie de trois plissés paillettes, largeur 3 mètres, longueur 108/120 . . . . . **16** fr. **75**

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 408. — JUPE poult de soie noire, **gros grain**, modèle riche et nouveau. . . . **95** fr.
En toutes couleurs. . . . . **120** fr.
Largeur 3 m.; longueur 108/120.

Fig. 409. — JUPE poult de soie noire, **gros grain**, garniture très-haute . . . . . **98** fr.
En toutes nuances . . . . . **98** et **120** fr.
Largeur 3 m.; longueur 108/120.

On designe, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 410. — JUPE poult de soie noir, **très-belle qualité**, garniture nouvelle et très-haute. . . . . **79** fr.
En toutes couleurs. . . . . **95** fr.

Fig. 411. — JUPE poult de soie noir, **grain très-fin**. . . . . **79** fr.
En toutes nuances. . . . . **95** fr
Largeur 3 m.; longueur, **108** devant, **120** derrière.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites ; le reste de l'etoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 412. — JUPE poult de soie noir, **sorte Persan** . . . . . **59** fr.
En toutes couleurs. . . . . **78** fr.
Largeur 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

Fig. 413. — JUPE poult de soie noir, **qualité garantie** nouveau modèle. . . . . **85** fr.
En toutes couleurs. . . . . **98** fr.
Largeur 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 414. — JUPE poult de soie noir, **très-belle qualité**, garantie à l'usage . . . **69** fr.
Le même modèle en toutes nuances . . **78** fr.
Largeur, 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

Fig. 415. — JUPE poult de soie noir, **qualité Persan**. . . . . **59** fr.
Le même modèle en toutes couleurs . . **75** fr.
Largeur 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 416. — JUPE poult de soie noir, **qualité garantie**, très-joli modèle . . . . . **79** fr.
Largeur 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

Fig 417. — JUPE poult de soie noir Persan, 1re qualité. . . . . **95** fr.
Largeur 3 m.; longueur, 108 devant, 120 derrière.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 418. — JUPE poult de soie noir, très-belle qualité, **modèle nouveau,** quatre grands volants formant deux groupes, ou cinq petits volants à tête : largeur 3 mètres; longueur, 108 devant, 120 derrière. . . . . **52** fr.

Fig. 419. — JUPE poult de soie noir, **première qualité, grain rond,** garnie d'un plissé devant et trois volants derrière, largeur 3 mètres . . . . . **98** fr.
LE MÊME modèle, **en toutes couleurs, 98** et. . . . . **120** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites ; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 420. — JUPE en poult de soie noir, **grain rond**, qualité garantie. . . . . **49** fr.

Fig. 421. — JUPE en soie noire, **belle qualité**, ci. . . . . **38** fr.
LA MÊME, en toutes couleurs . . . . . **49** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites ; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 422. — ROBE MI-CONFECTIONNÉE en cretonne première qualité, **très-grand teint**. Écru, havane ou mode . . . . . **19** fr. **50**
Le même modèle en toile batiste. . . . . **39** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 423. — ROBE MI-CONFECTIONNÉE en cretonne **première qualité**, grand teint. Écru, havane ou mode . . . . . **29** fr.
Le même modèle en batiste . . . . . **59** fr.

Fig. 424. — ROBE MI-CONFECTIONNÉE en percale toutes nuances, **garnitures à paillettes**, avec corselet fond de couleur. . **35** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites ; le reste de l'etoffe est simplement disposé ou dessiné.
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 425.— ROBE MI-CONFECTIONNÉE en batiste linon **gris, deuil** ou **écru**. . . **59** fr.

Composition :

17m50 de tissu.

16m50 de bandes brodées et festonnées.

Fig. 426.— ROBE MI-CONFECTIONNÉE en cretonne toutes nuances garnie de biais pareils ou de deux tons . . . . . **25** fr.

Le même costume en toile. . . . . **45** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules sont faites; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.

Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

JUPONS ET ROBES MI-CONFECTIONNÉES

Fig. 427. — ROBE MI-CONFECTIONNÉE en cretonne première qualité, **grand teint**, garnie de sept piqûres assorties à la robe. **42** fr.

Fig. 428. — ROBE MI-CONFECTIONNÉE en cretonne **première qualité**, écru, havane ou mode. Le corselet est camaïeu et garni d dentelle blanche. . . . . **35** r.
Le même modèle en batiste et linon. . **78** fr.

On désigne, sous le nom de Robes Mi-Confectionnées, les robes dont les garnitures seules *sont faites ; le reste de l'étoffe est simplement disposé ou dessiné.*
Une gravure et un patron grandeur naturelle accompagnent chacune de ces robes.

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

TOILES ET BATISTES POUR COSTUMES

TARIF DES BATISTES

Batiste écrue, largeur 0m90.	1 25
Batiste écrue, largeur 0m90.	1 60
Batiste écrue, largeur 0m90.	1 95
Batiste écrue, largeur 0m90.	2 40
Batiste écrue, largeur 0m90.	2 75
Batiste grise, largeur 0m90.	1 45
Batiste grise, largeur 0m90.	1 60
Batiste grise, largeur 0m90.	2 15
Batiste grise, largeur 0m90.	2 75
Batiste grise, largeur 0m90.	3 »
Batiste bleue, largeur 0m90.	1 85
Batiste bleue, largeur 0m90.	2 60

TARIF DES TOILES

Toile écrue, largeur 1m05.	1 25
Toile écrue, largeur 1m05.	1 45
Toile écrue, largeur 1m05.	1 75
Toile écrue, largeur 1m05.	2 10
Toile écrue, largeur 1m05.	2 50
Toile ardoisée, largeur 1m05	1 75
Toile ardoisée, largeur 1m05	2 »
Toile ardoisée, largeur 1m05	2 40
Toile ardoisée, largeur 1m05	2 75
Toile bleue calendrée, largeur 1m05	2 25
Toile bleue calendrée, largeur 1m05	2 75
Toile bleue calendrée, largeur 1m05	3 25

Effilés fil de lin, écru et gris, assortis aux Toiles et Batistes, le mètre 0 60

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE
les plus vastes du monde

TARIF DES GANTS

POUR LA SAISON DE PRINTEMPS 1873

Extrait du Catalogue Général

GANTERIE DE PEAU

GANTS POUR DAMES

Gants de Suède, 2 boutons, la paire	1	»
Gants de Suède, 2 boutons, 1re qualité, la paire	1	45
Gants de Suède, 2 bout., bordés, qualité extra, la paire	1	95
Gants de Suède, 3 bout., bordés, qualité extra, la paire	2	45
Gants de Suède, 4 bout., bordés, qualité extra, la paire	2	60
Gants de Suède, 6 bout., bordés, qualité extra, la paire	3	25
Gants de Saxe, sans bout., longueur de quatre, 1re qual., la p.	1	95
Gants de Saxe (même article), la demi-douzaine	11	50
Gants de Saxe, sans bout. avec broderie soie. (*Cet article est spécialement fabriqué pour les GRANDS MAGASINS DU LOUVRE*)	2	95
Gants de Saxe à 3 bout. (même art. que ci-dessus), la paire	3	25
Gants de Nice, 2 boutons, brodés, 1re qualité, la paire	1	45
Gants de Nice, 2 bout., brodés, qualité supérieure, la paire	1	95
Gants de Toscane, 2 boutons, brodés, qualité supérieure	2	75
Gants de Chevreau, 2 bout., qual. extra (marqués Grands Magasins du Louvre), la paire	3	90
Gants du Tyrol à 2 et sans bout. (ces gants peuvent se laver) la p.	3	90

GANTS POUR HOMMES

Gants de Suède, 1 bout. 1re qualité, la paire	1	95
Gants de Suède, 2 bout. 1re qualité, la paire	2	45
Gants de Suède, Mousquetaire, av. bout. métal, la paire.	2	40
Gants de Suède, 1 b. avec broder. soie (art. exclusif), la paire	2	60
Gants de Toscane, 1 bouton, qual. supérieure, la paire	2	95
Gants de Chevreau, 1 bout., qual. extra, la paire	3	90
Gants du Tyrol, 1 et 2 boutons, la paire	3	90

Choix considérable de Gants anglais pour conduire, en peau de chien, de cerf et de chamois, garnis ou non garnis, à des prix exceptionnels.

GANTERIE DE FIL

GANTS POUR DAMES

Gants satin fil, toutes nuances, la paire	»	45
Gants satin fil nouveauté, la paire » 75 et	»	95
Gants fil Perse, à manchettes, teintes unies, la paire	1	45
Gants satin fil, 1 et 2 boutons, 1er choix, la paire	1	75
Gants satin fil, manchettes festonnées, la paire	2	15
Gants fil Perse, à manchettes, qualité extra, la paire	2	90
Gants satin fil, 1er choix, 6 boutons, la paire	2	25
Gants soie toutes nuances, la paire	2	90
Gants soie noire, 2 boutons, la paire	3	50
Gants satin fil, extra, 4 boutons, la paire	2	90
Gants satin extra, 6 boutons, la paire	3	50

Ces deux derniers articles sont spécialement recommandés par les Grands Magasins du Louvre.

GANTS POUR HOMMES

Gants satin fil, teintes unies, la paire » 65 et	»	95
Gants fil Perse, très-solides, la paire	1	45
Gants satin fil câblé, 1 bouton, la paire	1	95
Gants pour officiers, en satin fil blanc, la paire	2	15
Gants coton blanc pour service, la paire	1	25
Gants fil Perse câblé, ce qu'il y a de meilleur, la paire	2	40

GANTS POUR ENFANTS

Gants satin fil, toutes tailles, la paire	»	40
Gants fil Perse, à manchettes, la paire	1	25
Gants fil Perse, à manchettes, 1re qualité, la paire	1	45
Gants satin fil, 1er choix, 1 bouton, la paire	1	45
Gants satin fil, 1 bouton nouveauté, la paire	1	90

Assortiment complet de Gants blancs pour première communion.

Les Grands Magasins du Louvre sont les seuls détenteurs en Europe du **Drap Cyclope de C.-J. BONNET.**

TYPOGRAPHIE DES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE. — LAHURE, RUE DE FLEURUS, 9, A PARIS.

LES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

Sont les seuls détenteurs en Europe

DU

DRAP CYCLOPE DE C.-J. BONNET

ÉTOFFE SPÉCIALE GARANTIE A L'USAGE

Le DRAP CYCLOPE, fabriqué avec les plus belles soies des Cévennes, est la plus RICHE et la MEILLEURE des ÉTOFFES DE SOIE NOIRE.

M. **C.-J. BONNET** a voulu donner à ce MAGNIFIQUE TISSU (qu'il considère comme le *nec plus ultra* de sa fabrication) une MARQUE DISTINCTIVE, qui est celle-ci : *UNE LISIÈRE BLANCHE* d'un seul côté de l'étoffe, et à chacun des deux chefs de la piece, tissé dans l'étoffe, le titre :

Drap Cyclope de C.-J. Bonnet.

Ce NOM et cette LISIÈRE qui constituent *NOTRE PROPRIÉTÉ* sont déposés au Tribunal de Commerce de Lyon, afin d'éviter toute contrefaçon.

TARIF DES DRAPS CYCLOPE DE C.-J. BONNET

DRAP CYCLOPE Étoffe spéciale garantie à l'usage *Largeur, 63 centimètres.*		DRAP CYCLOPE Étoffe spéciale garantie à l'usage *Largeur, 63 centimètres.*	
125 Portées de chaîne, le mètre.....	9 75	120 Portées de chaîne double, le mèt.	16 75
140 Portées de chaîne, le mètre.....	10 75	130 Portées de chaîne double, le mèt.	17 75
150 Portées de chaîne, le mètre.....	11 75	140 Portées de chaîne double, le mèt.	18 75
160 Portées de chaîne, le mètre.....	12 75	150 Portées de chaîne double, le mèt.	19 50
170 Portées de chaîne, le mètre.....	13 75	160 Portées de chaîne double, le mèt.	20 50
180 Portées de chaîne, le mètre.....	14 75	170 Portées de chaîne double, le mèt.	22 »
190 Portées de chaîne, le mètre.....	15 75	180 Portées de chaîne double, le mèt.	23 50

PARIS-LOUVRE

Étoffe de soie noire garantie à l'usage

PROPRIÉTÉ EXCLUSIVE DES

GRANDS MAGASINS DU LOUVRE

PARIS-LOUVRE ÉTOFFE BRILLANTE Noir et qualité garantis à l'usage.		PARIS-LOUVRE ÉTOFFE MATE Noir et qualité garantis à l'usage.	
PARIS-LOUVRE NOIR Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	8 75	**PARIS-LOUVRE NOIR** Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	8 75
PARIS-LOUVRE NOIR Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	9 75	**PARIS-LOUVRE NOIR** Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	9 75
PARIS-LOUVRE NOIR Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	10 75	**PARIS-LOUVRE NOIR** Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	10 75
PARIS-LOUVRE NOIR Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	11 75	**PARIS-LOUVRE NOIR** Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	11 75
PARIS-LOUVRE NOIR Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	12 75	**PARIS-LOUVRE NOIR** Largeur : 60-61 centimètres, le mètre.	12 75

Nota. — L'Administration des **GRANDS MAGASINS DU LOUVRE** prévient les Dames qu'elle remboursera toutes les Robes du DRAP CYCLOPE et du PARIS-LOUVRE ne répondant pas à la garantie donnée.

GRAWDS
TOMORROW

TYPOGRAPHIE DES GRANDS MAGASINS DU LOUVRE
LAHURE, RUE DE FLEURUS, 9, A PARIS

Toutes nos figurines, tous nos dessins sont déposés au MINISTÈRE DE L'INTÉRIEUR; la reproduction en France et à l'Étranger en est rigoureusement interdite.

CHAUCHARD, HÉRIOT & Cie, propriétaires des **GRANDS MAGASINS DU LOUVRE**
ET ÉDITEURS DU PRÉSENT ALBUM.

資料 4
全研究業績リスト

① 査読制度のある学術雑誌

（1）横田尚美，「1870 年代パリの百貨店カタログにみる服飾文化」，社会文化史学，53 号，2010年，pp.13-26

（2）横田尚美，「1860－70 年代のファッション雑誌と百貨店ビジネスー『ラ・モード・イリュストレ』誌を資料としてー」，社会文化史学，55 号，2012年，pp.83-100

② その他

（ア）査読のない論文

（1）横田尚美，「服装史研究における通信販売カタログの資料価値の再評価」，駒沢女子大学研究紀要，第 18 号，2012年，pp.237-253

（2）横田尚美，「1870 年代の通販商品に見る西洋女性服の実像ーパリ・ルーヴル百貨店の通信販売カタログを資料としてー」，江戸川大学研究紀要，2012年，第 22 号，pp.199-212

（イ）口頭発表

（1）横田尚美，「1870 年代パリの百貨店カタログにみる服飾文化」，社会文化史学会 第 45 回大会，2009年8月，口頭発表

（2）横田尚美，「服装史における通信販売カタログの史料価値の再評価」，日本家政学会 第 63 回大会，2011年5月、 口頭発表

（3）横田尚美，「1870 年代女性服の実像」，社会文化史学会 第 47 回大会，2011年7月，口頭発表

（4）横田尚美，「衣生活の近代化と通信販売カタログー通販生活の原点を辿るー」，日本衣服学会 第 65 回大会，日本衣服学会 第 65 回大会，口頭発表

（ウ）その他

（1）横田尚美，「ルーブル百貨店カタログ」，図書館だより，文化学園図書館，No.147，2009年，pp.3-4

（2）横田尚美，「*Revue de la Mode*」，図書館だより，文化学園図書館，No.155，2013 年，pp.3-4