

既製服普及以前の衣料品流通の光景

大阪樟蔭女子大学教授 北山晴一

CLOTHING DISTRIBUTION IN EUROPE IN THE DAYS BEFORE READY-TO-WEAR

Seiichi KITAYAMA, Professor, Osaka Shoin Women's University

To acquire new clothing before 1840 in France, people had no choice but to order bespoke clothes. In those days when acquiring new clothes incurred a great deal of expense and was therefore difficult, in what ways did people obtain clothes and dress themselves fashionably?

Those who were unable to order new bespoke clothes by visiting tailors or couturiers used the old clothes markets (selling unused old clothes and secondhand clothes). In those days, antiquarians (or old clothes traders) were divided into two categories: One was called *fripriers* or secondhand clothes dealers, and the other, *revendeurs* or *revendeuses*, meaning resellers. While *fripriers* were publicly authorized, with a guild, *revendeurs* or *revendeuses* were freelance (their registration by the police became mandatory at the end of the 18th century).

In 1776, *fripriers* and tailors established a single guild and became a single occupation. As a result, tailors became able to sell secondhand or unused old clothes, while *fripriers* became able to produce and sell ready-made clothes. The resellers were allowed to buy and sell secondhand clothes without having a public license, but their business was restricted: they were prohibited from having a store and from buying or selling new clothes. Nevertheless such resellers formed a large group in the distribution system. Resellers were mostly women, who not only bought and sold clothes but also served as what we now call stylists and fashion advisers. Rose Bertin, whose customers included Marie Antoinette, was a top entrepreneur in this industry.

1. はじめに

現在のように既製服の洪水のなかにいると分からないが、日本で衣服を購入する手段として既製服が一般化したのは 1960 年代でしかない。世界の衣生活の歴史の中でも、既製服が衣料品供給の中心になったのは、19 世紀半ば以降のことである。

このように既製服の製造販売の歴史はいたって新しいものであるが既製服の普及なくしては、流行も経済発展もあり得なかったのである。既製服の誕生の経緯と歴史については、

かつて拙著『おしゃれと権力』(1985 年) (註1) などで詳しく記したことがあるが、今回の問題関心は、既製服の普及以前のおしゃれ消費はどのように組織されていたのか、あるいは、おしゃれ商品の流通はどのような仕組みのなかで実現されていたのか、ということである。

日本の場合、既製服が当たり前になってわずか数十年しか経ていないのであるが、私たちはすでに、それ以前の衣服確保の手段がどのようなものであったのか、なかなか想像できなくなっている。こうした「記憶の遠ざかり」は、日本の場合に限られたものではなく、アフリカ諸国でも、あるいは西欧諸国においても、同じような状況にあるといってよいだろう。西欧諸国のなかでもフランスのように、今ではおしゃれの発祥国のような顔をしている国でも、じつはほんの 150 年前の衣生活の光景がどのようなものであったのか、それを正確に再現するとなると、かなりの力仕事になることを覚悟しなければならない。

私はここで、衣生活といったもってまわった言い方をしたが、それは、必要不可欠と贅沢やおしゃれの間に境界を引くことがむずかしいからである。衣生活で重要視される要素に清潔あるいは衛生という視点があるが、おしゃれと清潔の間に境界をひくこともまた、そう容易ではない。こうした困難は、衣生活が（あるいは衣服が）私たちの身体と精神の両方の領域にまたがる、一筋縄ではいかない実践であることに起因する。

すこし前置きが長くなったが、本稿では、ヨーロッパで既製服が定着する以前のおしゃれ消費の状況をおもにその流通の経路に即して描いてみたい。

2. 衣服の供給の回路

ダニエル・ロッシュは『外見の文明』(1989 年) (註2) のなかで、17-18 世紀のフランスの衣料品供給のアクターとして、1) 仕立て業、2) クチュリエール業、3) 肌着リネン業、4) おしゃれ用品売りの 4 つをあげている。これら 4 つの業界は、4) おしゃれ用品売りを除きそれぞれ独立した職能組合をもち法的に保護されていた、なかでも、1) 仕立て業(仕立て屋)は基本的に男性服の制作者だが、長い間、女性服も含め衣服制作のほとんどの分野において絶大な権力を行使してきた。たとえば女性服の胴衣部分の制作は 1781 年まで仕立て屋の領分とされてきた。衣服の制作だけでなく、その修繕を含め維持管理に関する全権を保証されていたといつてよい。そして仕立て屋は例外なく男性の職業であったが、これに対して、あとの三者は、女性の職業であった (Fig.1)。専門職のほとんどが男性によって占められていた社会(時代)にあって、これら三つの職能分野で仕事をする女性たちは、ほぼ日常的に仕立て屋の組合からのクレームに苦しめられていたが、18 世紀も後半になると女性服の消費が次第に増大するにつれて (Fig.2) 発言権をましてゆき、いくら仕立て

屋の組合が公的な訴えをおこしても行政当局はクレームを解消することができなくなった（註 3）。ここでは、業界間の対立を男女の対立の角度からやや誇張して紹介してしまったが、じつはあとで見るように職能団体の分類と組織化そのものがもともと既得権の維持を目的に行われていたために、時代の流れの中でどんどん変化して行く現実との齟齬を増大させ、業界間の抗争は限りなく泥沼にはまり込み、にっちもさっちもいかなくなっていくのである。

ところで、これはフランスに限らないことだが、衣服に関わる歴史を考える際に忘れてならないことの一つに、男性服か女性服かによって制作過程がまったく異なること、したがって市場成立のメカニズムがまったく異なる歴史をたどってきたということを指摘しておきたい。

本稿では既製服定着以前の衣料品流通の状況について話をする事になっているが、そもそも既製服定着の時期が、男女の衣服によって大きくずれてしまっているのである。いまのように衣料消費が全社会的に普及するのは、19 世紀半ばのことであるが、普及の仕方は、男性服か女性服かによって、全く異なっていた。図式化して言えば、男性服の場合は、1840 年代に既製服が普及し始めることによって、衣生活の向上と外部化と平準化とが一挙に進むことになったが、女性服の場合は、19 世紀前半に素材生産が発展して生地価格が低下、しかも各種のプリント技術の進歩（衣類のカラー化を促進）や新素材（たとえばパリカシミヤ）の開発などによっておしゃれ消費をのばし市場の拡大を実現してきたのである。しかし、ドレス等の女性服そのものの制作は、男性服のように既製服にシフトすることはほとんどなく、注文服を中心としたまま 1950 年代まで、状況はなかなか変わらなかったのである。ディディエ・グランバックによれば、フランスでも 1950 年代まで女性の 75% が注文服店で作らせるか、あるいは自家製のものを着ていたそうである。

要するに、1840 年以前のフランスでは、男も女も、注文服の時代を生きていたということであるが、衣服の制作が高額の出費を要し、したがって多くの人々にとって衣服の購入が極めて困難だった時代にあって、人々はどのような方法で衣服を獲得し、場合によってはおしゃれをすることさえできたのであろうか。そこには、たいへんな工夫と苦労があったはずである。

3. 衣服を購入することのできなかった人々のおしゃれ

贅沢で知られたマリー・アントワネットの衣装代は、年間 12 万リーヴルにのぼったといわれる。1785 年の衣装代は 25 万リーヴル、うちローズ・ベルタン (Fig.3) とエロッフ夫人からはそれぞれ 9 万リーヴル、2 万 5000 リーヴル分の品物を（掛けで）購入していたと

いわれる。ダニエル・ロッシュによれば(註4)、当時の、食うに困らず住居もある庶民の衣装費が85リーヴル(リネン・下着をいれても115リーヴルほど)だった時代のことである。王妃は特別のケースではあるが、一般の貴族の衣装代に比べても、庶民階層の衣料費はその約60分の1ほどだったといわれる。

このような時代にあって、多くの人々、すなわち新しく衣服を作らせることのできない人々、ようするに仕立て屋もクチュリエールにもあまり縁のない人々が衣服を手に入れるために利用していた回路が、古着(新古品、中古品)のマーケットである。19世紀の古着売買の状況については、かつて、拙著(註5)でも紹介したことがあるが、ここでは、18世紀以前の状況について、おもにダニエル・ロッシュの研究(註6)を紹介しながら、素描してみたい。

衣料品が貴重品であった時代には、衣服はなんどもその持ち主を替え、あるいはその姿を変えて再利用されてきた。ダニエル・ロッシュは、「古着市場と古着屋の存在なくしては“衣服革命”(ロッシュの用語)の速度はまったく異なったものになっていたであろう」(註7)と記している。

かつて、衣料品が貴重であった時代には、衣服にせよ、リネンにせよ、それこそ布の折り目が浮いて見えるまで徹底的に再利用するのが当たり前のことであったが、こうした再利用の長い連鎖を支えていたのが古物商(あるいは古着商)である(Fig.4)。しかし、アンシャンレژیーム期の職能区分によれば、分類はそんなに単純でなかったことに気づかされる。

まず、用語の問題がある。古物商は、新品、新古品、中古品を買って売る商売だが、これらは、今ふうの言い方をすればすべて再販あるいは転売業者である。そもそも新品を売る業者を古物商といってよいのかという素朴な疑問もあろう。また、古物商なのか古着商なのかという別の疑問が出されよう。しかし、アンシャンレژیーム時代の職能区分は、既得権と(流動する)現実の力との拮抗点で成立した社会的知恵の産物である。公権力は、両者の力関係を見極めながら、柔軟に制度や規定を変更してきたのである。

具体的に見てみよう。

古物商(あるいは古着商)には、二つのカテゴリーがあり、両者は競合する関係にあった。ひとつは、フリピエ fripiers の名称で呼ばれ、もうひとつは再販あるいは転売業者 revendeurs, revendeuses の名称で呼ばれていた(以後、本稿では「転売業者」と呼ぶ)が、仕事の内容はほとんど同じであった。ただしひとつ大きな違いがあって、それは、フリピエが職能組合をもつ公許の職業であるのに対して、後者は自由業(18世紀末には警察への登録が義務化された)であった。また、前者が店舗を持っていたのに対して、後者は店舗

を持つことを禁じられた露天商・行商を生業としていた (Fig.5)。以下、両者の営業規定や実態の変遷について、説明していきたい。

3-1. フリピエの営業規定と実態

フリピエの組合が公許され、公権力の保護と監督を受けるようになったのは、16 世紀のことである。古着を売買する業者もいれば、家具や絨毯を売る道具屋のような商売の者もいたため、その後、隣接する仕立て屋、建具屋、絨毯製造販売業などとの間で抗争（縄張り争い）が絶えなかった。1664 年になると、フリピエ組合の定款がより厳密に再定義された。要点だけを引いてみるが、この厳密化されたはずの新定款そのものが、隣接業界の不満のもとになったであろうことは想像に難くない。定款の第 15 条にフリピエの扱える品目が列挙されている。「フリピエに対して以下の品目を売り、買い、交換、あるいは物々交換することを許可する——あらゆる種類の家具、ぼろ服、リネン肌着、絨毯、布地、レース、ガロン（飾り紐）、縁飾り紐、マフ、毛皮、皮革製品、旗、ベルト、肩革、剣、拍車、銅物、錫物、鉄物、中古の羽玉、その他あらゆる種類の自ら所有権をもつ新旧の商品」。また、第 25 条には、「あらゆる種類の家具、ぼろ服および衣服の修復、染み抜き、油抜き、クリーニング、アイロン掛け、美化を行うことを許可する」とある。加えて、第 28 条には「あらゆる種類のウール、シルク、ゴールド、シルバーの布地」の購入および転売する権利を保証したうえ、「あらゆる種類の、客を特定せず寸法を取らない新品の衣服、胸当て、マント、ウール・毛皮・シルクの布地」さえ制作してよろしいと記載されている。フリピエのもつこうした権利について、ダニエル・ロッシュは「パリのフリピエは、クリーニングの特権を含む中古衣料品市場を独占するとともに、新品市場の一部さえ取り込むことに成功した。彼らは、今でいうところのプレタポルテと既製服のクリエイターだ」（註 8）と形容している。パリのフリピエが、これほどまでの特権を手にすることができたのは、当時の衣服市場がそれだけの需要をもち、供給側に寛大にならざるを得ない事情があったからである。1725 年時点で、パリの仕立て屋およびクチュリエの総数 3500 店、これに対してフリピエの総数は 700 店。リネン肌着業者の数とほぼ同数であり、これはけっして多数ではない、とロッシュは述べている。（註 9）

それでは、こうしたフリピエの領域拡大に対して、隣接する仕立て屋やクチュリエールの業界すなわち衣服制作のプロたちの業界はどのように反応したのか、あるいは公権力は対立をどのように処理したのであろうか。なんと、1776 年、仕立て業界とフリピエの業界は合同して一つの職能組合を形成することに合意してしまったのである。仕立て屋はフリピエの営業項目である中古、新古の品物を売ることができたし、何よりもフリピエにとっ

て、これまで仕立て業界からつねにクレームの対象とされてきた新品の既製服を制作販売する自由を手に入れたことはたいへんに大きな勝利であった。こうして 19 世紀におおきく発展するフランスの既製服産業の制度的な準備が始まったのである。(註 10)

3-2. 転売業者の営業規定

パリのフリピエは、数世紀にわたってライバル関係にあった仕立て屋業界との対立を乗り越えることに成功したが、古着販売という主要な営業項目におけるライバルである転売業者との関係はどう変化することになったのか。

1776 年、フリピエの組合と仕立て屋の組合が合同すると、今度は、職能団体に非加盟の古道具屋や転売業者の営業規定が再定義されることになった。

転売業者は引き続き公許を得ることなしに古着品目の売買が認められたが、いくつかの条件が明確化された。一つめは、店舗を持つことができないこと。二つめは、そしてこれがいちばん厳しい制限であろうが、新品の売買を行うことが全面的に禁止されたこと。三つめが、古着の修繕を行うことは認めるが、家内作業に限定された（人を雇ってはいけない）こと。四つめには、営業するにあたっては警察に登録のうえ登録番号をつねに見えるところに掲示することを義務づけられたのである。こうした厳しい規定の強制は、フリピエや仕立て業界からの圧力によるものであろうが、そこには当時存在したジェンダーバイアスの影響を考えなくてはなる。フリピエや仕立て業界が圧倒的に男社会であるのに対して、転売業者の大半が女性なのであった(1767 年の調査では転売業者のうち約 800 名は女性、約 250 名が男性 (註 11)。後に述べる衣料産業界における女性の発言権、とりわけクチュリエールのおかれた立場を考えるにあたって、この視点は軽視できないのではない。

上記の調査では、転売業者は男女合わせても 1000 名強だが、ダニエル・ロッシュは、別の資料 (註 12) を引いて、おそらく実際には、6000 から 7000 の転売業者（パリ市民 100 から 150 名に一人の割合）がいたのではないかとしている。転売業者が流通システムの大事な歯車だったことが理解できる。

『ロベール仏和辞典』(註 13) を引くと、「女性の転売業者 revendeuses」は、「小間物行商の女」と訳されているが、じっさい転売業者のイメージは圧倒的に女性の商売としてのものであった。(註 14) 今なら、スタイリストとかファッションアドバイザーとしての役割と商品の取扱者がかねた仕事だといえるかもしれない。マリー・アントワネットを顧客にもったローズ・ベルタンやエロップ夫人のような女性はこの業界のトップに君臨していたといえよう。公的な営業規定にかかわらず何でも取り扱っていたと考えてよい。

ここで転売業者（と、とりあえずここでは呼び続けるが）の扱っていた品物がどのよう

なものであり、彼女たちの仕事ぶりがどのようなであったかを見ておきたい。客層にはピンからキリまであり、同じ業界に属するとは思えないほどである。裕福な上流階級の顧客を持つ転売業者は、中古あるいは新古の布地、レース、ジュエリー、衣服などを扱っているが、いずれも顧客の誰かが下取りに出したか、何らかの理由で手放したものであり、古物古着の類のものではなかった。こうした上流階級を相手にする転売業者の対極に、パリの小ブルジョワや民衆を相手にする、本来の意味での古着屋さんの女性たちがおり、パリの市民たちの衣生活をまかなっていたのである。

3-3. いくらで何を買えたか

フリピエと転売業者の仕事内容を紹介することで、当時のパリ市民がどのように衣服を手に入れていたのかを見てきたが、ここでは、どのような品物を、どのくらいの値段規模で購入していたのか、あるいは購入できたのかを見ておきたい。ダニエル・ロッシュによれば（註15）、長衣とキュロットと上衣の中古三点セットで 60 リーヴル、新品なら 100 リーヴル弱だったとしている。当時の肉体労働者の賃金の 2,3 ヶ月分に相当するそうである。かなりの出費であるが、けっして手の届かない価格ではない。とりわけ転売業者のもとで探すなら、懐具合の悪い人々であってもそれなりの服装が可能だったとしている。転売業者のところでは、必要ならリネンや肌着等も手に入れることができたそうである。通常、フリピエはリネンや肌着は扱っておらず、これらの品物は、転売業者のもとで探す他なかったようである。

もう少し詳しく価格がわからないだろうか。価格の幅はきわめて広く、そして値段の差は主として生地によるものであった。ごく普通の生地を使った上着でも、10 日から 20 日分の賃金（日給 25 スーの時代）に相当した。中古のラシャ生地を使った古い長着が 17 スー（1 リーヴル=20 スー）、刺繍付きのシルクの上衣が 216 リーヴル。丈夫で長持ちするエルブッフ製のラシャ生地をつかったキュロットは、普及品の生地をつかったものに比べ当然高くなる。仕上げ、付属品、裏地、ガロン、刺繍の有無なども価格に影響する。したがって、平均価格を出すことはほとんど不可能だとダニエル・ロッシュは結論づけている。ロッシュの指摘するなかで、非常に興味深いのが、フリピエの店では、中古の品物の方がしばしば新品のものより高かったという指摘である。新品より中古品のほうが高かった理由がどこにあるのか。今ふうの感覚でみると、それはビンテージ嗜好がすでにあったからではないか、と考えがちだが、物の圧倒的な不足の時代にあつては、まず有用性と実質性が優先される。ビンテージの誘惑をそこに見るのはアナクロニズムの感が強い。今後の調査をまちたい。

3-4. 女性服の制作と流通——衣服の内部生産の重要性

ダニエル・ロッシュ自身がきわめて自覚的に指摘していることだが、衣生活の光景を歴史的に描くにあたってはジェンダー的な視点が欠かせない。すでに断片的に指摘してきたように、19世紀以前の女性たちが、とりわけ上流階級をのぞく女性たちがどのように衣服を調達していたのかを再現するのは、なかなかむずかしい。そのむずかしさの原因について、庶民の衣服を扱ったフリピエの商品項目に女性向けの物が少なかったことの原因を考えるなかで、ロッシュは以下の三つをあげている。(註16) 一つめは、衣服が女性の家事労働の一環として家内制作されたこと。二つめはクチュリエールの市場の増大があったこと、三つめが衣服販売におけるおしゃれ用品売り (Fig.6) の役割の大きさ、をあげている。つまり、三つのいずれにおいても史料の不足が認められるからである。なぜ史料が少ないのか、それは、女性、家事、身体性に関する史料は重要視されなかったという経緯があるからである。そもそも女性の職人の存在そのものが、なかなか受け入れられなかったという事実もある。

女性服を扱っていたクチュリエール組合の組織が認められたのは1675年であるが、この決定は仕立て屋組合との抗争の始まりであり、その後、クチュリエールたちは、男性優位の職能共同体のなかで権利を拡張していくために闘い続けていかなければならなかった。

クチュリエールたちの仕事の領分を改めて確認してみよう。クチュリエールは女性服を新しく制作すること、あらゆる種類のドレスの仕立て直しおよび修繕を行うことができる、ただし「その売買を除く」(註17)とされていたのである。1776年に仕立て業とフリピエが合併して彼らが衣服の制作販売の全権を獲得したことに比べ、そこにきわめて大きな差があったことに気づくはずである。

4. おわりに

『20世紀モード辞典』(註18)で、fripeの項目を引いてみると、二つの点で興味深い。ひとつは、使用済み衣料が発展途上国の重要な衣料品供給源として注目されていること、もうひとつはさまざまな時代、さまざまな地域の衣服が、技術と発想の点で流行と一線を画すことによってパラレルモードの発信源となりうる、という指摘である。

本稿では、主に18世紀における古着市場を取り上げることで、物が不足していた時代にあつて人々がどのようにして、それぞれの衣生活を満たしていたかを見た。上流階級は仕立て屋やクチュリエールのノウハウとデザインを通してエレガンスを体現していたが、その他の貧しい、あるいはそれほど余裕のない階級の人々が、しかし各人それなりの衣生

活の改善をはかってきたことを見てきた。

本稿で扱う予定で扱えなかった重要なテーマがひとつある。それは、古着市場と衛生との関係である。18世紀の公権力は、フリピエと転売業者の両方を含む古物商に対して「病気感染の恐れのある古着、および兵隊の衣服を購入することを禁じる。親や雇用主の許可なしに、子供と見習い、使用人と召使からの購入はいっさい禁止する」(註19)としていた。しかしながら、古着と病気感染の関係の解決は、それから100年もたった1870年代後半になっても深刻な問題であり続けたことを指摘しておきたい。(註20)古着の問題を扱うためには、じつは衣類の管理とクリーニングの問題を扱うことが不可欠である。それについては、いつか機会をあらためて挑戦してみたい。

〈註〉

1. 北山晴一『おしゃれと権力』三省堂 1985年(改訂新版『おしゃれの社会史』朝日選書 1991年)
2. Daniel Roche, *La Culture des apparences*, Paris. Ed. Seuil, coll. Points Histoire, 1989.
3. *Ibid.*, p. 530, note 22.
4. *Ibid.*, pp. 99-100.
5. 北山、前掲書(第3章既製服の展開、1.古着屋の伝統)参照。
6. D. Roche, *op.cit.*, chap. XI-XIII, pp. 247-378.
7. *Ibid.*, p. 327.
8. *Ibid.*, p. 329.
9. *Ibid.*.
10. *Ibid.*, p. 327.
11. *Ibid.*, p. 330.
12. J. Savary des Bruslons, *Dictionnaire universel de commerce*, 3 vol, 1741.
13. 『ロベール仏和辞典』旺文社 2000年。
14. 女性の転売業者は、「おしゃれ用品売り *marchandes à la toilette*」とも呼ばれた。上記拙著でも、19世紀の「おしゃれ用品売り」について触れたことがあるが、当時も社会にあって彼女たちのイメージは概してよくなかったことが知られている。ダニエル・ロッシュは、18世紀末の「おしゃれ用品売り」について、以下のようなコメントをつけている。「当時の観察家や小説家が彼女たちの描写をするにあたってしばしば贅沢と売春の結びつきの具体例として出していたことは意味深である。彼女たちは、賭け事でできた借金を返すために現金の欲しい男たちからカタにとった品物をもってくるばかりでなく、恋文の受け渡しや、色男たちの仲裁、秘密の仲立ちまで引き受けていた。当時の風俗画のなかで彼女たちは、朝化粧する奥方たちに伺候する世話焼き、かつ相談役、そして商売人として描かれていた」「おしゃれ用品売り」に対するこのようなイメージは、18世紀ばかりでなく、19世紀の半ばにも生き続けていた。ここでは省略するが、1852年発行のエドモン・テクシエ『パリの光景』(Edmond Texier, *Tableau de Paris*, 1852)もほぼ同趣旨の記述を行っていた。
15. D. Roche, *op.cit.*, pp. 340-341.
16. *Ibid.*, p. 535. Note 58.
17. *Ibid.*, p. 332.
18. *Dictionnaire de la Mode du XX^e siècle*, Paris, éditions du Regard, 1996.
19. Nickas Toussaint Des Essarts, *Dictionnaire Universel de Police*, 1776-90.
20. E. Gibert, *Hygiène publique, Influence du commerce des chiffons et vieux vêtements non désinfectés sur la propagation de la variole et autres maladies contagieuses*, Marseille, Barlatier-Feissat, 1879.

〈図版〉

- Fig. 1. 18 世紀のモード店。ディドロ、ダランベール編『百科全書』 1770-78 年
The fashion store in 18th century, Diderot, M., D'Alembert, M. Ed., *Encyclopedie ou dictionnaire raisonne des sciences, des arts et des metiers*, A Livourne, 1770-78.
- Fig. 2. 18 世紀のおしゃれ。『マガザン・デ・モード・ヌーヴェル』誌 1786-89 年 京都服飾文化研究財団所蔵
Fashion in 18th century, *Magasin des modes nouvelles, françaises et anglaises*, 1786-89, Paris, Collection of the Kyoto Costume Institute.
- Fig. 3. ジャン・フランソワ・ジャニネ《マリー・アントワネットのモード商、ローズ・ベルタン嬢》 ニューヨーク メトロポリタン美術館
Jean François Janiniet, *Mademoiselle Rose Bertin, Dressmaker to Marie Antoinette*, n.d., The Metropolitan Museum of Art, New York.
- Fig. 4. 18 世紀に古着商が多かったレ・アールの旧回廊。イヴ・ドゥヴォー『旧レ・アール地区』 パリ ビグマリオン 1980 年
Many old clothes dealers at the old corridor of Les Halles in the 18th century, Yves Devaux, *Le Vieux Quartier des Halles*, Paris, Pygmalion, 1980.
- Fig. 5. タンプル地区のロトンド広場。エドモン・テクシエ『タブロー・ド・パリ』 パリ ポーラン&ルシュヴァリエ 1852 年
Place of Rotonde in the district of Temple, Edmond Texier, *Tableau de Paris*, Paris, Paulin & Lechevalier, 1852.
- Fig. 6. おしゃれ用品売りの老婆。エドモン・テクシエ『タブロー・ド・パリ』 パリ ポーラン&ルシュヴァリエ 1852 年
The old woman selling fashionable clothes, Edmond Texier, *Tableau de Paris*, Paris, Paulin & Lechevalier, 1852.

北山晴一 (Seiichi Kitayama)

東京大学大学院人文科学研究科修了。立教大学名誉教授。大阪樟蔭女子大学教授。社会デザイン学会会長。近代社会が作り上げてきたさまざまな文化装置・現象について、その文明史的な意義、産業的な効果などの観点から、学際的な教育活動を行う。主著に『世界の食文化 16 フランス』(2008 年)、『衣服は肉体になにを与えたか』(1999 年)、『ヌードとモードの間——欲望の考現学』(1993 年)、『美食の社会史』(1991 年)、『おしゃれの社会史』(1991 年) など。

(※肩書は掲載時のものです)