

【研究論文】

万国博覧会とデパート

—— 産業社会の博物学から消費社会の記号へ ——

高井 宏子

要 旨

19世紀後半から20世紀初めごろに一つの特異な消費スタイルを生み出した近代のデパートの誕生は、万国博覧会が盛んに開催された時期に重なっている。本論は、万国博覧会とデパートとを交差させて検討することで、それぞれの事象の意義を従来の歴史研究的記述とは異なった角度から読み取るようとする試みである。万国博覧会とデパートは消費社会の出現を示す重要な記号であり、近代社会のその他の複数の特性とも絡み合っている。1851年の万国博覧会の主催者の意図は、国際的な統合の場を創造すると同時に、産業社会の博物学的秩序付けを目指すものであったが、主催者の意図とは別に、結果として万国博覧会が到来しつつあった消費社会の特性——非機能性に向かい、必要ではなく欲望が動力となる社会、貨幣による階級の無効化と、新しい差異化の創造——を先行的に表していたことを示す。そしてその特性を前景化し、博覧会を日常化したのがデパートであった。両者はともに既存の社会階級やジェンダー規定の境界線を無効化しながら一方で、帝国主義の口実や消費の微妙な差異によるランク付けなどを通して別の境界設定をする現象でもあったことを示そうとするのが本論の主旨である。

キーワード

万国博覧会, デパート, 見る行為, ジェンダーと階級の無効化, 消費社会

ABSTRACT

The present essay aims to reconsider the significance of world exhibitions and modern department stores. I will try to make sense of the analogies between them that have been suggested so far. The analysis will underscore their significance as signs of transition from industrial society to consumer society. First, both exhibitions and department stores produced visual fascination and make acts of seeing prerogative among all kinds of experience. People started to engage in nonfunctional acts, such as wander into stores and buy unessential things there. Second, both facilities gave people democratizing experience in that they placed visitors on equal footings as spectators or customers. Both made demarcations of boundaries in gender and classes partially null. Working-class people enjoyed exhibitions and women visited department stores by themselves without any embarrassment. Finally, they both invented different demarcations or hierarchies, such as another justification of imperialism or new life style, which ranked people in ever-changing commercial sign systems.

KEYWORDS

world exhibitions, department stores, acts of seeing, demarcation of boundaries in gender and classes, consumer society

序

19世紀後半から20世紀初めに一つの特異な消費スタイルを生み出したデパートの誕生は、万国博覧会が盛んに開催された時期に重なっている。イギリス、フランス、ドイツ、アメリカの大都市で次々と開かれた万国博覧会についての歴史的研究やパリの近代デパートの祖であるボン・マルシェに関する優れた先行研究などは内外ともに数多くある^①。本稿においては、そのような歴史的経緯を踏まえたうえで、万国博覧会とデパートとを交差させて検討することで、それぞれの事象の意義を異なった角度から読み取ろうと思う。

万国博覧会とデパートは消費社会の出現を示す重要な記号であり、近代社会のその他の複数の特性とも絡み合っている。本論では、まず1851年のロンドン万国博覧会の主催者の意図が、国際的な統合の場を創造すると同時に、産業社会の博物学的秩序付けを目指すものであったこと、第二に、主催者の意図とは別に、結果として万国博覧会が到来しつつあった消費社会の特性——非機能性に向かい、必要ではなく欲望が動力となる社会、貨幣による階級の無効化と、新しい差異化の創造——を先行的に表していたことを示す。そしてその特性を前景化し、博覧会を日常化したのがデパートであった。博覧会とデパートはともに既存の社会階級やジェンダー規定の境界線を無効化しながら、一方で、帝国主義の口実を与え、消費の微妙な差異によるランク付けなどを通して別の境界設定をする現象でもあったことを示そうとするのが本論の主旨である。

万国博覧会とデパートの誕生にかかわる社会状況を確認し、両者を、産業社会から消費社会への移行期における「見る行為」と「消費」、そして「階級とジェンダー規定」という交差する複数の軸において眺め直すことによって、近代都市における二つの現象の意味を問い直してみようと思う。

1. ロンドン万国博覧会開催までの道——産業社会の博物学

1851年ロンドンにおいて開かれた世界初の万国博覧会は、予想を超えるほどの大成功のうちに終わった。この博覧会の成功は、パクストン設計の水晶宮に大いに負うところがあることは有名である。それは産業革命後の技術革新の成果であると同時に、人類史におけるまったく新たな次元に至った世界を把握しようとする試みでもあった。さらには展示物という具体的なも

のを通して大衆に対する教育を施そうとする意図もあった。本節においては、万国博覧会が開催されるまでの歴史的経緯を踏まえたうえで、万国博覧会の当初の目的を確認し直すことで、近代社会における万国博覧会開催の意図と効果についての考察につなげようと思う。

1851年ロンドンで開かれたロンドン万国博覧会は、当初は芸術協会（Arts Society）主催による比較的小さな規模の国内博覧会として企画されていた。企画に先立ち、1849年に第11回パリ博覧会開催の実地調査に出かけたヘンリー・コールは、パリ国内博覧会の規模の大きさと盛況ぶりを目の当たりにして驚嘆した。さらにこのパリ博覧会に先立ち、近隣ヨーロッパ諸国からの美術・工芸品の出品を企画して諸国を勧誘したが、関係者からの支持が得られず計画が流れたという事実も聞き及んだ。国内博覧会とは言え、北アフリカのフランス植民地諸国が参加したことにも感銘を受け、このパリ博覧会を凌駕するにはロンドンにおける博覧会は国際博覧会にするしかないと考えた。帰国したコールは主催者の長であるアルバート公に直訴し、賛同を得て、世界初の万国博覧会が開かれるに至った。

第一回ロンドン万国博覧会の総指揮者としてアルバート公は、当時産業革命を最も早く推し進めていたイギリスの国力を誇りつつ、自由貿易を謳歌する祭典として、「産業と科学と美術」の統合をこの万国博覧会の目的として定めた。もちろん同時期にも急速な拡張を続けるイギリス帝国の威容を国民と世界に示すという意図もあっただろう。計画については反対論もあり、メディアの中では中産階級を対象とした『パンチ』誌や高級紙『タイムズ』などが当初否定的論調をとっていた。難航する万国博覧会開催の準備として、1850年3月21日に関係諸氏の理解と協力を求めるための催しとしてロンドン市長公邸で大宴会が開催された。その機会に開催の主旨を語りかける当日のアルバート公のスピーチは多くの読者数を誇る『絵入りロンドン・ニュース』に掲載された（松村 2000年、p.58-61）。そのスピーチでは、我々が最も驚嘆すべき変動の時代に生活していること、近代の発明の成果が広がるにつれて地球上の各国間、各地域間の距離は次第に縮まりつつあること、時代は今や全人類の結合という大目標の達成に向かっていること、一方その中で文明の推進力とも言うべき分業の大原則があらゆる分野に広まって、知の世界もことごとく専門分野に向かい、その中でさらに細分化が進んでいることなどが指摘されている（*Official Catalogue 1996, Vol.1*）。

この日のアルバート公のスピーチは、1850年現在のイギリスとイギリスをとりまく世界の現状把握であると同時に、21世紀の今日に至るまでの資本主義社会の在り様をも見事に言い表している。今現在の世界の状況は、このスピーチの延長上にあると言っても過言ではないだろう。このスピーチの中でアルバート公は、万国博覧会開催の目的として、各国の多様性を生かした結合と、「産業と科学と美術」の統合をあげている。それは自由貿易を推進し、イギリス帝国主義を正当化するという当時のイギリスの立場の追認であった。また産業革命の成果は卑俗で醜悪であるとする当時の知識人の論調への返答であった。統合化の行為を宗教的義務として位置付けている点は別にして、このような結合や統合は現在、社会のグローバル化が進むなかで現実的に進んでいる。いずれにせよ、開催計画における万国博覧会の公的な意義と目的は、産業

を基盤に、そこに科学と美術を統合させる試みであると同時に、自由主義貿易の促進とイギリス帝国主義賛美であったことが確認できる。

統合という観点からすると、博覧会のプランに見られる展示物の分類は、大量の製品があふれる産業社会全体を秩序付けようとする試みとも読み取ることができる。開会式の日から数か月遅れて出された『公式博覧会カタログ』は、展示品のカタログであると同時に、この大事業の目的、内容、成果報告までを盛り込んだ貴重な記録である。そこに収められたヘンリー・コールによる長文の序論によると、1849年6月に博覧会の計画案が論じられ、その時点で展示物はすでに原料部門、機械部門、製品部門、彫刻造形芸術部門の4部門に分けられていた (*Official Catalogue 1996*, Vol.1)。芸術協会が出したその分類案が、いかに産業社会全体を秩序付けようとする意図に基づくかは、博覧会後に委員会から出された詳細な報告書を見ると明らかである。展示品の分類に関する報告部分によると、4つの部門の区分は、

- 1 自然が人間の産業に供給する原料
- 2 人間がそれらの材料に働きかけるときに用いる機械
- 3 人間が生産する製品
- 4 人間が生産する製品に美の刻印を押すために用いる芸術

という原則によるものである (*Catalogue 1996*, Vol.4)。産業社会の生産行為と自然との関係についての哲学的分類に基づいて、すべての製品を秩序立てて分類・展示しようとしたことが伺える。その後、実際の展覧会の分類表ではその4部門がさらに30の部類 (classes) に細分されることになる。たとえば原料部分は部類1の採掘、採石、冶金作業過程と鉱物、部類2の化学及び医薬の工程と製品、部類3の食糧品、部類4の製造において器具あるいは装飾として用いられる植物及び動物に分けられ、それがまたいくつかのセクションに分類されている。(図1)

この分類表は19世紀に隆盛を誇った自然の観察及び分類に情熱を注ぐ博物学 (natural history 自然史) を想起させる。ゲオルク・ルカーチが「第二の自然」と呼ぶ技術時代の社会 (*Buck-Morss 1991*, p.68) について、そのあふれるような製品群の歴史を把握し分類しようとする衝動に駆られたかのように、博覧会では原料から製品、工芸品までを収集し、分類し、展示するのである。当初の計画では、出品者とはかかわりなく、出品物を「哲学的分類」 (*Catalogue 1996*, Vol.4) に従って配置するつもりであったが、諸外国からの出品物の到着が遅れて、現実に出品されるか否かも危ぶまれるケースもあり、結局は出品者の地理的分類に基づく展示の配置法を採用することになった。出品者数はおおよそ15,000人にのぼり、そこにはヴィクトリア女王とアルバート公も含まれる。イギリスの植民地はもちろん、全世界のほとんどすべての「文明国」からの出品が見られた。第一原則であった哲学的分類は現実的条件によって地理的分類に譲ったが、各地域における展示物の配置は、当初の分類法に従った。報告書によると、それぞれの品をどの項目のもとにおくかを定めることを託された「分類委員会」も設置されていた。

CLASSIFICATION OF SUBJECTS IN THE THIRTY CLASSES INTO WHICH
THE EXHIBITION IS DIVIDED.

CLASS.

RAW MATERIALS.

- I. Mining, Quarrying, Metallurgical Operations, and Mineral Products.
- II. Chemical and Pharmaceutical Processes and Products generally.
- III. Substances used for Food.
- IV. Vegetable and Animal Substances, chiefly used in Manufactures, as Implements, or for Ornament.

MACHINERY.

- V. Machines for direct use, including Carriages and Railway and Naval Mechanism.
- VI. Manufacturing Machines and Tools.
- VII. Civil Engineering, Architectural, and Building Contrivances.
- VIII. Naval Architecture and Military Engineering; Ordnance, Armour, and Accoutrements.
- IX. Agricultural and Horticultural Machines and Implements.
- X. Philosophical Instruments and Processes depending upon their use; Musical, Horological, and Surgical Instruments.

MANUFACTURES.

- XI. Cotton.
- XII. Woollen and Worsted.
- XIII. Silk and Velvet.
- XIV. Manufactures from Flax and Hemp.
- XV. Mixed Fabrics, including Shawls, but exclusive of Worsted Goods. (Class XII.)
- XVI. Leather, including Saddlery and Harness, Skins, Fur, Feathers, and Hair.
- XVII. Paper and Stationery, Printing and Bookbinding.
- XVIII. Woven, Spun, Felted, and laid Fabrics, when shown as specimens of Printing or Dyeing.
- XIX. Tapestry, including Carpets and Floor-cloths, Lace and Embroidery, Fancy and Industrial Works.
- XX. Articles of Clothing for immediate personal or domestic use.
- XXI. Cutlery and Edge Tools.
- XXII. Iron and General Hardware.
- XXIII. Working in precious Metals, and in their imitation, Jewellery, and all articles of Virtu and Luxury, not included in all other Classes.
- XXIV. Glass.
- XXV. Ceramic Manufactures, China, Porcelain, Earthenware, &c.
- XXVI. Decoration Furniture and Upholstery, including Paper-hangings, Papier Maché, and Japanned Goods.
- XXVII. Manufactures in Mineral Substances, used for building or decoration, as in Marble, Slate, Porphyries, Cements, Artificial Stones, &c.
- XXVIII. Manufactures from Animal and Vegetable Substances, not being Woven or Felted, or included in other Sections.
- XXIX. Miscellaneous Manufactures and Small Wares.

FINE ARTS.

- XXX. Sculpture, Models, and Plastic Art.

- | | |
|---|---|
| <p><i>I. Mining, Quarrying, Metallurgical Operations, and Mineral Products.</i></p> <p>A. MINING AND QUARRYING OPERATIONS.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Quarries and open workings. 2. Streaming; washing alluvial deposits. 3. Mines worked on the lode. <ol style="list-style-type: none"> a. Sinking of shafts. b. Cutting adits. c. Driving levels. 4. Mines worked on the bed. <ol style="list-style-type: none"> a. Sinking shafts. b. Driving levels. c. Cutting stalls or headings. 5. Salt deposits. 6. Ventilation; Safety Lamps, and other modes of Lighting. 7. Methods of raising Men, Ore, and Water. <ol style="list-style-type: none"> a. Raising Ore. b. Lowering and raising Miners. c. Draining. | <p>B. GEOLOGICAL MAPS, PLANS, AND SECTIONS.</p> <p>C. ORES AND METALLURGICAL OPERATIONS.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ores and the Methods of dressing and rendering Ores merchantable. <ol style="list-style-type: none"> a. Ores of the more common Metals, as Iron, Copper, Zinc, Tin, Lead. b. Native Metals, as Gold, Silver, Copper, &c. c. Ores used for various purposes, without reduction as Peroxide of Manganese, &c. 2. Methods of roasting, smelting, or otherwise reducing Ores. <ol style="list-style-type: none"> a. The common Metals, as Iron, Copper, Zinc, Tin, Lead. b. The Metals more generally used in combination, as Antimony, Arsenic, Bismuth, Cadmium, Cobalt, Nickel, &c. 3. Methods of preparing for use the nobler Metals, as Gold, Silver, Mercury, Palladium, Platinum, &c. 4. Adaptation of Metals to special purposes. |
|---|---|

H

図1: 展示品の分類表

もう一点興味深いのは、博覧会の運営方法である。そもそもこの博覧会は芸術協会という一応は民間組織が開催する予定であった。協会の長がアルバート公であったことも手伝い、企画の過程で、国内ではなく国際博覧会とすることになり、その大がかりな企ての実現のためには民官が協力した形で執り行うことが必要になった。芸術協会会員が主体となった委員会が、女王から委嘱をうけ、開催・運営に尽力するという方式で、委員会の最終報告書の提出先は当時のウォルポール首相となっている (*Catalogue 1996, Vol.4*)。その意味では運営においても統合性が発揮されたと言えよう。しかし当初は寄せ集めの委員から成る委員会であったことが災いして、建造物の建築案については大きく紛糾し、開催が危ぶまれるほどであった。結局、庭師からスタートして成功をおさめていたパクストンが考案した温室を拡張したような建築案が採用されて博覧会開催が実現に至ったことは有名である。まさに新興中産階級のパクストンが、この博覧会の象徴ともなる水晶宮を生み出したのである。それを言えば、展示品を収容する建造物だけでなく、展示品自体が、労働者と新興中産階級の力が集結したものであった。さらに大きな観客層を呼び込むことができたのは鉄道網の完備と、旅行者のトマス・クックが策案したツアープランも大いに預かっていた。

こうしたことを考えれば、この博覧会の成功は、夫である総指揮者のアルバート公を支持していたヴィクトリア女王を頂点として、新興中産階級、そして「一日1シリングデー」に入場をした労働者階級の家族まで、あらゆる階層が力を合わせた結果とも言えるだろう。フランスではちょうど革命が繰り返り起きた世紀において、体制側としてはイギリスの労働者階級に何らかの楽しみと誇りを与え、その不満を忘れさせ、さらに教育の機会を与えるという思惑もともとあっただろう。いずれにしても結果的にはイギリス国民の統合という重要な成果があったと言えるだろう。

2. 万国博覧会 — 営利的成功、見ること、民主主義、そして新しい美学

上記の主催者の意図とは別に、万国博覧会が結果的にもたらした意味はほかにもある。何よりも産業革命による大量生産システムは、社会経済のあり方を根本的に変えたのだが、万国博覧会は近代化に向かうこの社会の変化の重要な特性の先触れとなっている。

近代社会における大きな変化の一つは労働者階級の台頭であった。先述したように世界初の万国博覧会の開催までには、多くの困難や反対があり、懸念もあった。議会でも、メディアにおいても多く表明された懸念のうちの一つが、観客としての労働者をめぐる心配であった。彼らの会場での見学者としての振る舞い、地方から大量に押し寄せた場合のインフラの整備、ロンドンの治安への影響など多くの懸念が、議会やメディアにおいて表明された。『公式カタログ』第4巻(捕逸版)には委員会から当時の首相あてに提出された報告書が含まれているが、その

「委員会第一報告書」の中に「博覧会に来る労働者階級への対応 (Arrangements for the Working Classes visiting the Exhibition)」と題された独立したセクションがある。そのようなセクションがあること自体が、労働者階級をめぐる懸念の存在の証左であるが、結果的にはそのような懸念は杞憂に終わった。報告書によれば、基本的には鉄道を利用してやってくる地方の労働者も含めて、博覧会を訪れることを可能にするための対応や情報収集について事前の調査を行った。その結果、委員会としては博覧会に来る人々に入場料の割引や、その他訪問しやすくするための情報提供をすることを除けば、民間の対応の自然な進行にあえて介入する必要を認めないという結論に至ったという (同 Vol.4)。会場内は禁酒禁煙で、濾過水が無料で提供されており、期間中にこれといった問題は起こらなかったようである。当時出された博覧会見学記や、新聞記事によれば、農工器具や様々な機械や仕掛けを見物客はしげしげと眺め、時には機械について熱く語る大衆も見られたという。また報告書につけられた付録資料には、一日ごとに、見学に来た学校の名前と、地域名、引率された生徒数を記録した一覧表が含まれているが、学校数は全部で493校にものぼり、イギリス各地から生徒達が訪れていることが分かる。学校名を見ると、孤児院や慈善学校なども多く含まれ、「もの」を通した労働者階級への教育という意図が広く理解を得られたと言えるだろう。パノラマやジオラマなどその後に氾濫する多くの娯楽産業に、教育的要素が伴うのは、このような万国博覧会の経験も手伝っているのかもしれない^②。

ロンドン万国博は営利的にも予想以上の大成功をおさめた。詳細な報告書の中には、入場料の他に、軽食、飲み物、有料トイレ、待合室使用料などから上がった収益の記録も含まれている。会場の外でも地方から訪れた見物客の宿泊や、飲食、乗り物代などによる大きな収益があった。博覧会開催による186,000ポンドという莫大な額の収益の使い道として、国民への科学・工芸教育に資する施設 (ヴィクトリア&アルバート美術館、科学博物館、ロンドン自然史博物館) の設立が決定した。これらの施設は現代なおイギリス国民の教育施設としても、またイギリスの重要な観光資源としても、利するところが大きい。

ロンドン万国博に多くの階層を呼び込むことができたことには、複数レベルの入場料の設定^③や、鉄道網の整備、旅行業者トマス・クックの天才的企画などが大いに預かってはいた。料金設定の違いは当然、当日の観客層をある程度特徴づけ、労働者階級が押し寄せるのは開催期の後半の月曜日から木曜日の入場料1シリングの日ではあった。しかし何よりも、見る行為を通してあらゆる階層を結びつけながら収益をあげさせるという新しい国家的企画が誕生したのも博覧会が先駆者となった近代の特性であると言えるだろう。20世紀に入ってから、オリンピックの開催もその典型的な例となっている。

19世紀における万国博の社会文化的な意味を問えば、そこにおける見ることの特権化は、さらに重要な意味をもつ。それは「行為の非機能化」とでも呼ぶべき現象である。ボウルビーが指摘する通り、万国博を訪れる大半の人々の行為には機能性はなにもない (Bowlby 2010, p.1)。それは、ただ見るためだけに見る行為であり、生活上の必要にかられた行為ではない。トマ

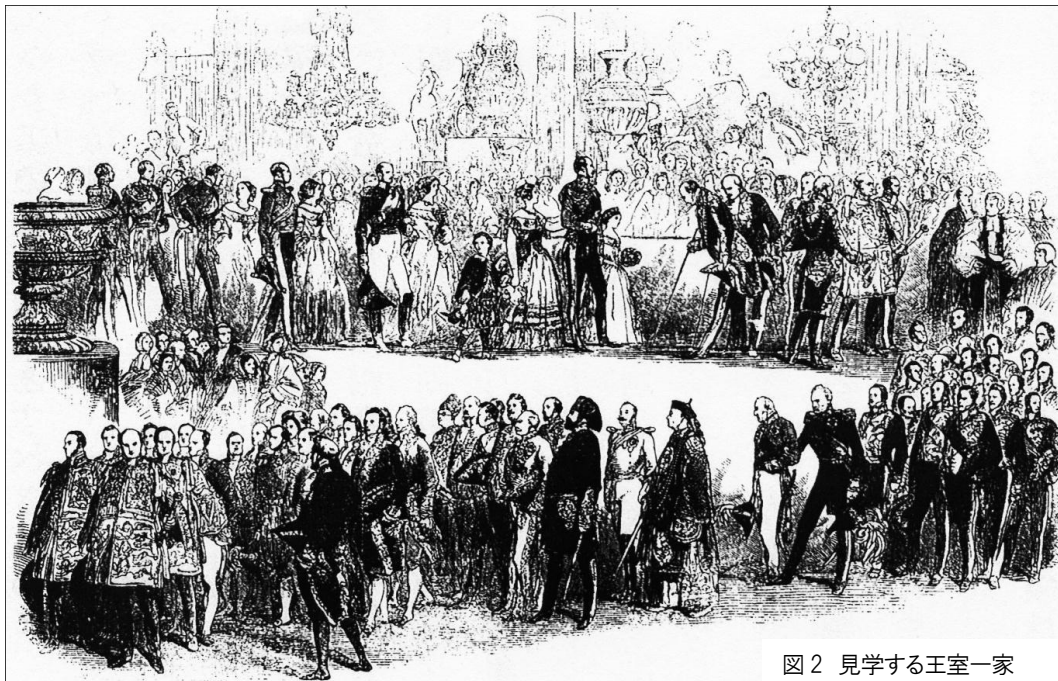


図2 見学する王室一家

ス・クックが組んだツアー計画によって、一般民衆が地方から大挙して、まさにただ眺めるためだけに会場に足を運んだのである。その意味では万国博は「娯楽産業」の根源であり、見ることを享受する民衆を生み出したのだ。

さらに博覧会は、近代のもう一つの重要な特性を生み出す機会ともなっている。それは「見る行為による民主化」の促進とでもいうべき現象であった。先述したように博覧会会場では労働者階級と上流階級が等しく観客となる。ロンドン万国博では夫のアルバート公が成し遂げたことを誇りに思うヴィクトリア女王が、子供たちを連れて一家総出で何度も会場に足を運び、展示品を見て回ったことは、大きなニュースとなった。そのときの一般の観客はすぐ間近で王室の一家を眺めることもできたの

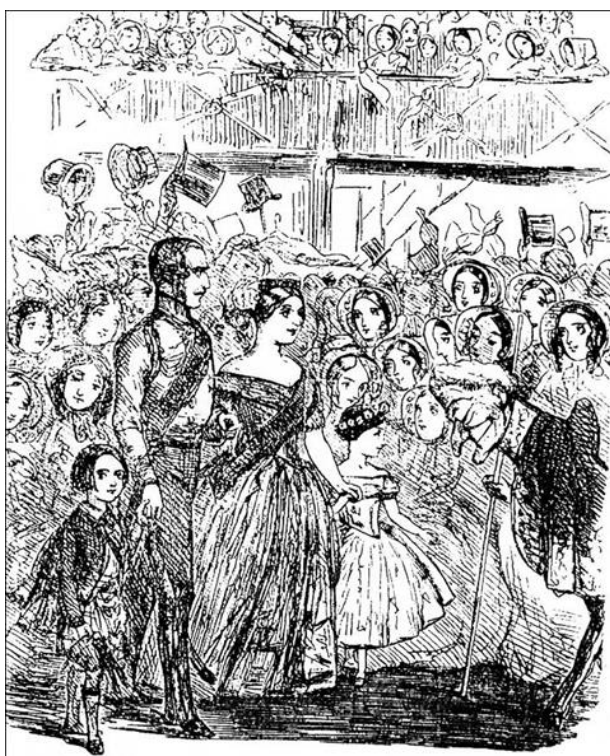


図3 接近する王室一家と一般見学客

だ(図2、図3)。そして万国博に並ぶ異国的な非必需品はあらゆる人々に見てもらうためにそこに展示された。主催者側が分類に腐心しても、同一の会場内で「工業製品が芸術品であるかのように陳列され、装飾的な庭園、彫像、噴水と、人々の注目を競い合った」(Buck-Morss 1991, p.83)状態だった(図4)。つまり万国博は、従来物同士の間にあった階層性も、見物人の社会階層も、少なくとも見るという行為においては均等化する効果をもっていた。工業原料が工芸製品と同じ会場に並べられ、「機械技術とアートギャラリーの混合、軍備用の大砲とモードの衣装、仕事と快楽が、目にまぶしい一つの視覚的経験へと総合された」(Buck-Morss 1991, p.85)のである。第一回ロンドン万国博では美術部門においても何らかの産業行程を経たものが集められ、絵画作品などは排除されていたという条件を差し引いても、原料やアメリカ合衆国が展示した農作業用機械、軍需製品が、擬古典主義的な多くの華麗な工芸製品とともに陳列され、観客の注目をひきつけたのだ。

(図5)

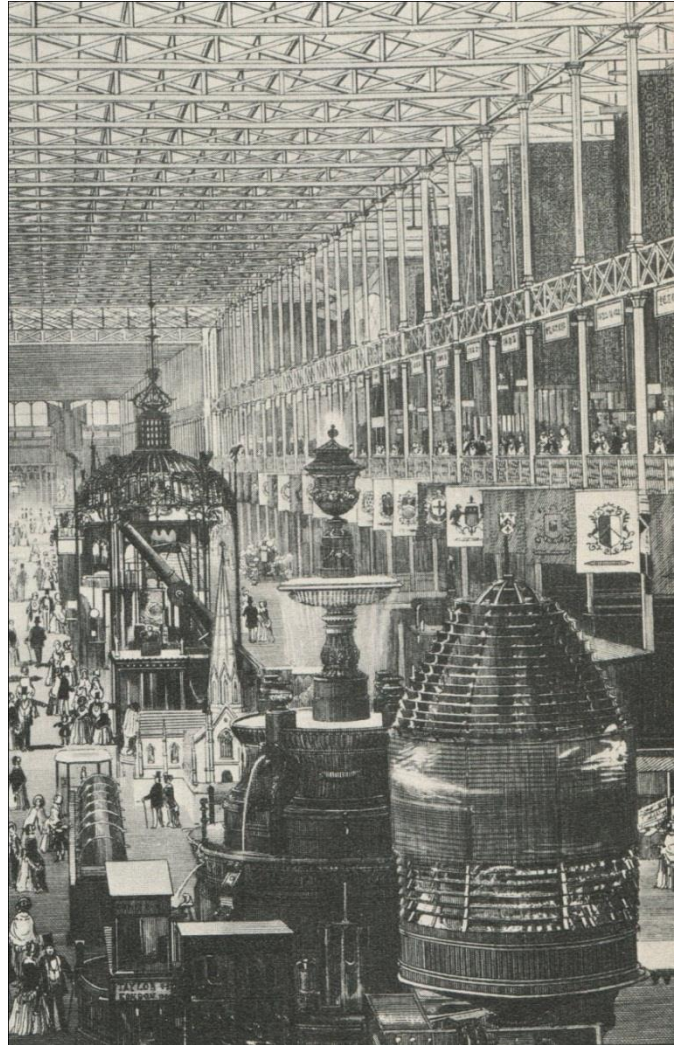


図4 展示品の並ぶクリスタルパレス内部

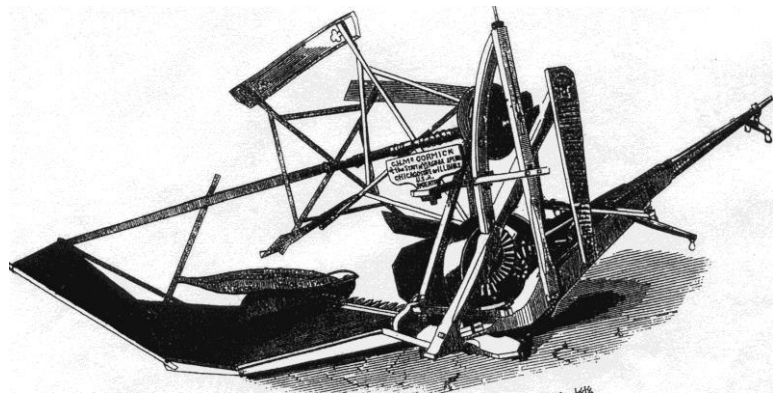


図5 アメリカ製マコーミック刈入れ機

そして最後に、この博覧会は科学技術と新しい美学が結びつき、見る行為を彩るスペクタクル化が始まる契機となった。会場となったハイド・パークに短期間のうちに建設されたパクションによる水晶宮は、「ガラスと鋳鉄という技術による二つの大成果が手を組んだ」(ベンヤミン 2010 第1巻, p.347) 近代建築の祖であった。さらにこの壮大な建造物が短期間で、経済的に作り上げられたのは、その施工方法の近代化にもよるものだった。

建築家パクションと請負業者フォックス、およびヘンダースン両氏は、断固、寸法の大きい材料は用いないことを決めたのだった。最も重い材料は、長さ8メートルの中空の鋳鉄の梁だったが、そのうちのどれも1トンを超えるものはなかった。…主な長所は経済性にあった。…さらに材料が、すべて工場が短い期限での納入を確約できるものだったから、施工が著しく早かった。(アルベール・ド・ラパラン『鉄の世紀』、1890年。ベンヤミン、2010 第1巻, p.381 より再引)

水晶宮は工場生産の材料を用いるプレハブ方式の効率的な施工のおそらくは初めてのケースであったという意味でまさに先駆的であった。そのような技術の粋と合理的施工法によって作られながら、水晶宮それ自体の壮麗さは見物客の目を奪った。(図6)

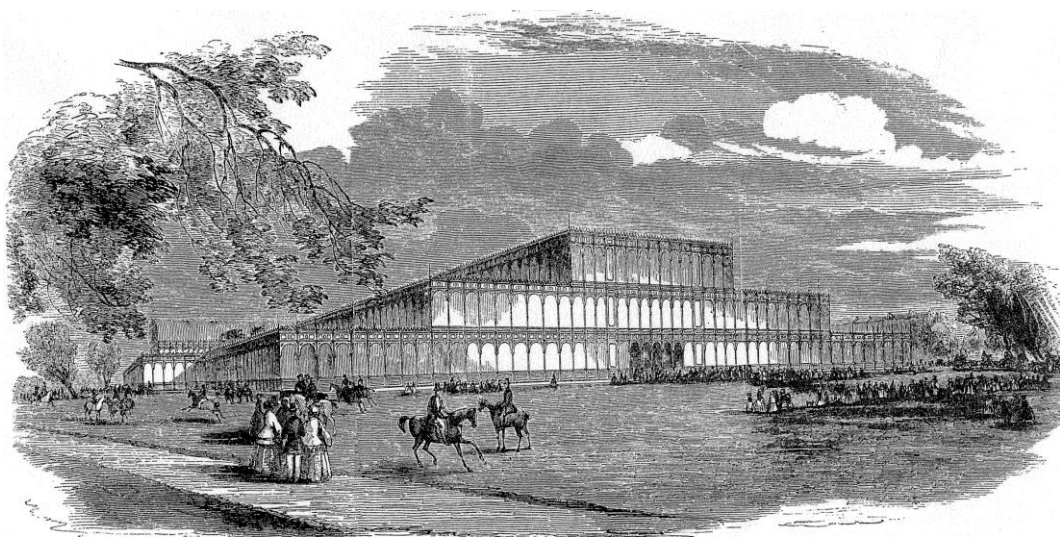


図6 北西側から見たクリスタルパレス

そしてさらに重要なのは、水晶宮が一種妖精物語的な美しさをもったことである。それは科学技術の粋を集めたものであると同時に、人々の想像力に訴えかける魅力をもっていた。バックモースは「水晶宮はヨーロッパの人々の世代全体の想像力に入り込むおとぎの世界で、古い自然と新しい自然—ヤシの木とポンプやピストン—を混ぜ合わせた」と指摘している(図7)。

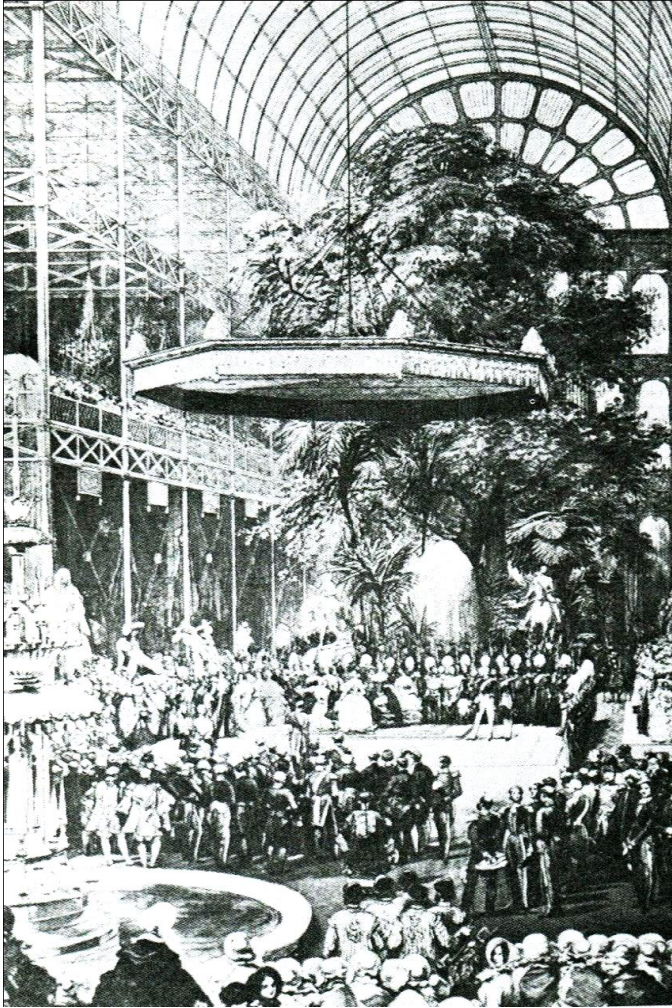


図7 楡の木のあるクリスタルパレス内部



図8 クリスタル・ガラスの噴水

ベンヤミンは水晶宮がいかにか当時の人々の想像力に働きかけたかを示すユリウス・レッシングの一節を引用している。

子供のとき水晶宮のニュースがドイツまで届いた時の様子を覚えているし、辺鄙な田舎町のブルジョワの居間の壁にもこの写真が貼られていたことも覚えている。ガラスの棺に入れられた王女、水晶の館に住む女王と妖精たち、私たちが思い浮かべるそういった昔ながらのメルヘンのイメージのすべてが、そこに具現されているように思われた。(ユリウス・レッシング『万国博の五〇年』、1900年。ベンヤミン 2010 第1巻, p.424 より再引)

ベンヤミン自身、「この建築物の発するファンタスティックな魅力は、あらゆる人々の心情に

浸透していった」と述べ、さらに「自由貿易という現代的な考えから生じたロンドンの万国博覧会が、同時に芸術形式の急変に…大きな決定的な影響を与えた」とも結論付けている（ベンヤミン 2010 第1巻, p.422-423）。水晶宮は、「歴史的様式に対する構成的様式」という全く新しい造形の分野を開拓したと言うのだ（同）。後にロンドン万国博を踏襲するすべての万国博の壮大な建物群は、その後の「消費の宮殿」であるデパートの建築の特徴に驚くほどの類似性を示している。そのような建造物は訪れる人々の度肝をぬき、陳列物を見る行為を、スペクタクル化するための効果的で必須の装置であった。

開催計画においてロンドン市民が最も懸念を示した楡の木の伐採をさげ、建物内部に収めることで心地よい空間ができたことも幸いした。見物客の目を見張らせたのは建物中央部に設置されたクリスタル製の噴水であったという。（図8）建物の壮大さに加えて、初めて建造された総ガラス製の建造物内は、明るい光で満ちあふれ、そこに集められた品々の圧倒的な量が、見物客の意識を陶然とさせたであろうことは想像に難くない。万国博覧会が持つ規模の大きさとスペクタクル化の性質は、その後のパリ万国博や、世界初の観覧車がシンボルとなったシカゴ万国博などにも受け継がれ、ますますエスカレートしていく。

3. 万国博覧会、都市計画、デパート—必要から欲望へ

一方フランスに目を転じると、19世紀の半ばごろの第二帝政期の後半、オスマンによるパリ大改造が行われ、同時期にパリ万国博覧会が開かれた。そこに近代様式のデパートが出現したことはよく知られている。万国博覧会とデパートの誕生の歴史的繋がり発端は、1855年から始まるパリ万国博にある。ロンドン万国博の大成功を目の当たりにしたナポレオン3世は、今度はパリでそれを凌駕する万国博を開催することを決意した。誇大妄想的なまでのプランを練るナポレオンに任命されたセーヌ知事オスマンはパリ大改造に着手するが、それは万国博の準備の一環でもあった。このオスマンによるパリ大改造により、インフラ整備が進んだパリの中心部に富裕層が居住し、貧困層が周辺部に追いやられるという、「住み分け」が進展したのである。それと並行して、富裕層の婦人を購買層に狙うプランタン、ボン・マルシェなどのデパートが開店した。1869年にはアリストイド・ブシコーは壮大な新店舗の建設にも着手する。その工事を請け負った一人が後にエッフェル塔を手掛ける建築会社の代表者ギュスターヴ・エッフェルであった。同じくエッフェル塔は1889年に行われる第4回パリ万国博のために行われたコンテストの産物である。パリ大改造もデパートの開店もエッフェル塔も、産業革命から始まる一連の近代化の波を表象する重要な記号であるが、そのすべてが万国博覧会開催と絡み合っていたのである。

今日のデパートの発明者といえるアリストイド・ブシコーが、ボン・マルシェの経営権を手に入れたのは1852年のことであり、そこから10年の間に売り上げを50倍にまで激増させ、

さらに新店舗を建設しながら近代デパートの商法を構築していった。ブシコーが「薄利多売、現金正価、入店自由、返品可」など、その後のデパート商法の常識となる新機軸を打ち立てたことに加えて、デパートが他の商店と圧倒的に異なるのは、その壮大さとスペクタクル性にあった。鹿島は「ブシコーのデパート戦略とは、驚異による不意打ちで、消費者を放心状態に投げ込むことにあったのである」（鹿島 1991、p.27）としているが、それは、1855年と1867年に開催されたパリ万国博覧会でブシコーが学んだことだった。万国博における観客の反応を自らの店内で呼び起こそうとしたのである。1888年に、出張でシカゴからヨーロッパを訪れていたハリー・ゴードン・セルフリッジは、このボン・マルシェの威容とまったく新しい商法に感銘を受け、ノートまる2冊分のメモをとるほどであった。また1893年にはセルフリッジ自身が、地元シカゴで開催された万国博を経験した。こうしてセルフリッジがイギリスにわたり、1908年にロンドンで新しいデパート経営に乗り出したときすでに、彼は万国博の経験を自分のものとしていた。開店後は、飛行機関連をはじめとする多くの技術的革新の機会を捉えては、それを催し物としてデパート内に展示することを繰り返した。世界初のテレビの前身装置が展示されたのもセルフリッジ・デパートの店内であった(Woodhead, 2010)。

1855年のパリ万国博を揶揄したルナンの「ヨーロッパが商品を見に動いた」（ポール・モラン『1900年』ベンヤミン2010、第1巻p.412；Bowlby 2010, p.1）という言説は、万国博という現象と、商業活動のスケールと形式の重大な変化の意義を捉えるものであり、また万国博とデパートの一つの近似性を示すものでもある。小売商人が商品を携えてやってきた過去とは異なり、購買者が自ら製品のところに、しかも、買うためではなく単に見るために赴くのである。ボウルビーはこれを「商品の見世物 *spectacle de la merchandise*」と呼んでいる(Bowlby 同)。水晶宮や後のパリ万国博に並べられた膨大な量の、しかも多岐にわたる製品群が引き起こした興奮は、後にまさに多部門(*departments*)の商品が、大量に並べられるデパートにおいても同様の効果をもたらした。「工業製品が芸術品であるかのように陳列され、装飾的な庭園、彫像、噴水と、人々の注目を競い合った」万国博(Buck-Morss 1991 前出) 同様に、デパートにおいても、様々な品が陳列され、しかもデパート内部には人々の目を奪う仕掛けが次々と導入された。買う必要はなく、ただ眺めるためだけに店を訪れることを可能にしたデパートは、まさに博覧会が日常化した場のようなものであったと言えるだろう。もちろん、両者には大きな違いがある。博覧会では、パリ万国博以降に、展示品に値札が付いて現実に売買された場合もあったが、基本的には眺めることが基本であるのに対して、デパートでは眺めたものを手に取り、買うことが可能であった。デパートでは見るだけのために来店することが奨励されているが、実はその場に来れば必要や欲望を感じていなかったものが、必要となったり、欲しくなったりするという仕掛けが待ち受けていた。「刺激的な陳列品に誘惑されるまでは、自分がそれを欲しがっていることも知らなかったものまで買うことができる」(Woodhead 2012, p.2) のだ。

デパートにおける買い物の大きな特徴は、そこでは必ずしも必要なものが買われるわけではないという点である。必需品ではなく奢侈品を消費するという行為自体は、王室・貴族階級と

いう特権階級においては、歴史をさかのぼってはるか以前から行われている。それは時代によっては権力維持のための必要な行為であったこともあるだろう。コワレスキー - ウォラスは、歴史的には、ショッピングは、ますます必要や便利さから遠ざかり、より習慣や耽溺になっていく商品の購買を中心にした活動へと、つまり「欲望されるが、不必要な」物の購買へと移行していくとしている (Kowaleski-Wallace 1997, p.77)。一説によると、従来に必要な品の市場では売られていなかったカフェイン、たばこ、砂糖を求めて、客が出かけたことから買い物という行為が始まったとも言われる。習慣性や耽溺が不必要なものを必要なものに変える。消費の最初の形式が文字通り、中毒によるものだったなら、消費主義の後の形式が「必要を切迫する感覚」(ibid.) に依存するようになるのも当然かもしれない。デパートが消費者の欲望をあおり、必要性をつくりあげていくという一面を持つことはデパートをめぐる批判的論調において繰り返し言及されてきた。

博覧会とデパートの類似点からすれば、デパートは「見る祝祭」を常態化させる場であったとも言えるだろう。近代デパートの発明者であるブシコーは、ボン・マルシェのセールスの日をエクスポジション (展覧会・博覧会) と名付けていた。万国博に関して確認された「非機能性へ向かう方向性」は、デパートにおいても見出される。見るためだけに店を訪れ、そこで刺激を受けて必需品でないものを購買する客たちの行為は、まさに非機能的である。しかし買い物という行為自体には、仕事や義務という側面もあり、さらには、買い物によるアイデンティティ構築という面もある。言いかえれば、近代初期のデパートはあくまで擬似的博覧会場であり、そこは機能性と非機能性、必要性と欲望が入り混じる場であったと言えるだろう。

4. 階層と境界の破壊と構築—上と下、男と女、内と外、 そしてアイデンティティ構築

本節においては、まずデパートについて博覧会においてみられた民主化と階層の無効化という面からアプローチを始めたい。デパートはあらゆる客層を歓迎することを基本姿勢とし、客に関して身分階層による排除はない。よほどのことがない限り、表向きはその門戸は全ての人に向けて開かれている。また置かれている品物も、「購買可能である」という意味で、等しく商品という地位にある。客の財力の差は無論あるが、少なくとも払える金額において、だれもが何でも購入することが可能になる場という意味でデパートは既存階層間の境界を一旦は無効化し、客という地位において階層間の関係をフラットにしている。反面、新興中産階級をターゲットにしたデパートは、巧みに上流階級や上層中産階級の消費スタイルへの憧憬をあおりつつ、下層中産階級との差異化を求めさせるという手法で、消費スタイルにおける詳細で微妙な階層化を実は助長するという面も持つ。

境界を無くすという点で、万国博とデパートに関して特記すべきなのは、多くの女性が足を

運んだという事実である。1851年のロンドン万国博の場合、最初に売り出された定期パスの値段が、男性3ギニーに対し、女性2ギニーという格差のある設定をしたことは、当時一人前と見なされていない女性の地位を示すものであると同時に、女性の来場を歓迎し、促すという姿勢もうかがわせる。女性の入場者を予期していたことは、この女性用の定期チケットが設定されていたことに加え、設置された有料水洗トイレが、男性用22、女性用47であったという事実からもうかがわれる⁽⁴⁾ (松村 2000、p.195)。

産業革命以降定着した領域区分（女性は私的領域で家を守る依存的でけがれなき存在であり、男性は公的領域で家庭のために稼ぐ合理的存在である）を当時のパラダイムと考えると、万国博という祝祭による日常の規定の超越は重要な意味をもつだろう。従来の文化批評において男性に限定されていた遊歩者（確たる用もなく都市をぶらつき、眺める存在）と同様に、必要性から離れてただ「見る」ことだけの目的で女性が歩き回るという意味で、万国博を例外的に女性遊歩者の存在が公認された場として位置付けることもできる。ただし並べられている品々は生産労働の産物であり、万国博自体は「科学と産業と美術の統合」という公的な大目的を持つ。その意味で万国博は、「仕事と快楽」が統合され、公と私が入り混じった場であった。女性の入場者も訪れる水晶宮は会場の外と中を区切る透明のガラス建材が象徴するように、限りなく外部の光を通す内部空間であった。

そして19世紀後半に発達したデパートは、れっきとした経済活動の場であると同時に、中産階級の女性客を主体とする買い物の場であるという意味で男女の領域が混じり合っている。デパートが中産階級の女性の生活の変化の触媒となり、女性は初めて一線を越え、一人で公然と人前に出て品物を買ひ、買い物を体験しながら、その姿を見られても自分の評判に傷をつけることなくいられる場を得たのである。(図9) その意味でデパートは、女性に公的世界への扉を開いたと言えるだろう (Leach 1984, p.321、Nava 1997, p.61、Wilson 1992, p.101、Woodhead 2012, p.4)。近代において女性が公的世界から排除されていたと訴えるジャネッ

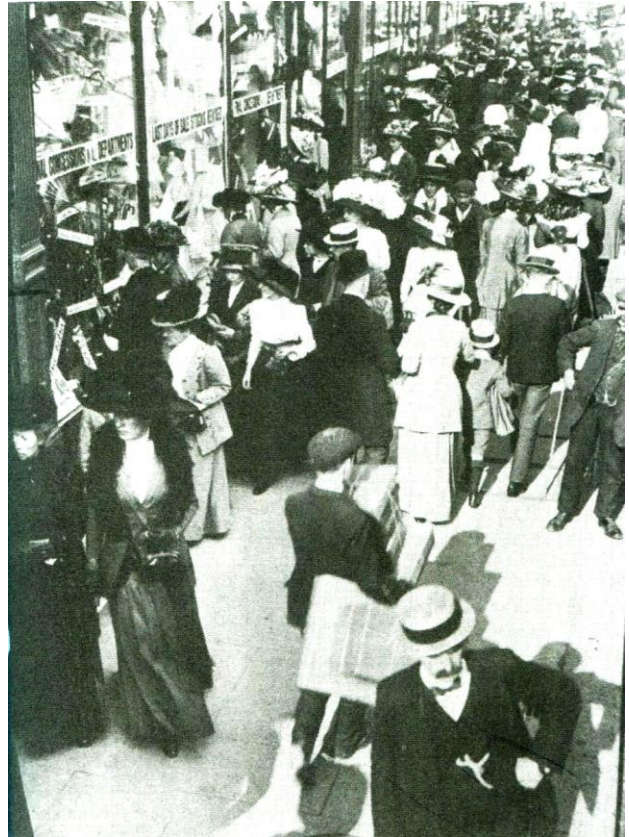


図9 20世紀初頭 買い物客で賑わうロンドンの街路

ト・ウルフすら、デパートの確立は中産階級の女性の合法的で公的な出現のための新しい場を開拓したことは認めている (Wolff, 44)。

水晶宮をはるかに超える規模で、明るいガラス天井から注ぐ光を浴びるボン・マルシェの店内は、訪れる人々を顧客 (customer) としてよりも、お客様 (guest) として扱うよう訓練された店員たちに誘われ、女性たちが家庭の外でありながら、くつろぎの「内」の空間にいるかのように演出されている。ただし自宅よりは華麗で、ぜいたくな架空の内空間ではある。ロンドンのセルフリッジ・デパートでは、自宅のようにくつろいでもらうことの象徴として、訪れた客に小さな鍵を手渡すという工夫をしていた時期もある。フェミニスト批評において通説として糾弾される先述の公領域・私領域のジェンダー区分、「家庭に閉じ込められた女たち」の封じ込めという状況は、現実にはデパートで買い物をするものの恒常化によって、大きく崩壊した。さらにデパートは大量の女性従業員を雇用し、女性に職場という紛れもない公的領域を与えたのである。ボン・マルシェでもセルフリッジでも、多くの女性従業員が雇用され、特に前者においてはある程度責任ある地位にまで上がることができた。アメリカの場合は、デパートにおける重要な商品買い付けの役を任される女性もかなりいた。そして働く女性たちだけでなく、顧客の女性たちも買い物行為を通して、公領域で流通する通貨を扱い、経済的な影響力をもつようになる。つまりデパート空間は、内と外、公と私の従来の境界画定をも不確かなものにしたと言えるだろう。

他方で、万国博で顕著にみられた機能性からの離脱は、物の使用価値からの乖離に向かう方向性の確認を大衆にまで広げた。ベンヤミンは、万国博を消費文化の大衆への拡充の準備と位置付けている。

万国博覧会は消費から排除された大衆が交換価値についての手ほどきを受ける、高等教育機関だった。「すべては見ることができののだが、何一つ手にすることはできない。」(ベンヤミン 2010 第1巻, p.461)

見るという行為においては民主化されても、資本主義社会において大衆が簡単に商品を購入することは難しい状況は続いていく。また先にあげた博覧会の統合という目的自体が全体化、秩序化を志向することは明らかである。ベンヤミンは 19 世紀の博覧会全体についてのジークフリート・ギーディオン「時期尚早の総合」という表現を引用しつつ、そこに「開かれた生活と発展の余地を再び閉じようとする企図」、すなわち「階級間の風通し」をさまたげようとする企てをも感じ取っていた (同, p.401-2)。デパートでの買い物は、新しい生活の仕方の可能性を提示しつつも、手の届かない品々を売る場所として、労働者階級が伸ばしかけた手を遮る結果に終わることは事実である。労働者たちが眺める品物は実は彼らの階級が生産したものでありながら、自分のものとすることはできない。そのような品物を並べた空間という意味では、博覧会もデパートも資本主義社会の矛盾を解くどころか、その矛盾を表象する場でもあった。

それでも、必要とは離れた交換価値を大衆が目にとりにする機会、その後の消費社会の到来の準備であったことは間違いない。デパートでの消費は、上層階級の贅沢を中産階級にまでひろげたが、部分的にはあってもバーゲンセールなどの機会を通して、下層中産階級や比較的余裕のある労働者階級にまでデパートでの買い物行為が広がる。デパートは商品を眺める場に参入し、少なくともお金さえ出せばあらゆるものが購入できるという社会の到来を印している。歴然とした階級社会である英国においては、デパートの出現以前は、各商店は特定の階級のみを顧客とする棲み分けがなされていた。「あらゆる職業階級の人」にものを売るという概念は既存の小売業者には無縁な概念であった。貴族階級、中産階級、そして労働者階級すべてを相手に商売をするという発想自体がなかったのだ (Woodhead 2012, p.8)。すべての階級が見物という行為のために、同じ場に集まった万国博覧会と同様に、デパートは消費という行為を通じて、全階級に門戸を開き、「古い金と新しい金が混淆する場」(ibid.)を作りあげたのである。反面、搾取される側である労働者階級までもが、消費社会の資本主義イデオロギーに取り込まれたという言い方ができるかもしれない。

さらに万国博覧会同様に、デパートは「特定の必要のために買われる基本的な品物という問題ではなく、視覚の魅惑と家にはない品々の驚異的な光景」(Bowly 2010, p.2)を求めることが重要な要素であった。(図10)視覚の魅惑という点で



図10 壮麗なボン・マルシェ店内

は、前提条件として巨大建造物を可能にした科学技術の発達と、パノラマショーなどの娯楽産業の発達がある。見ることを享受する観客の感受性の準備と、それに応える産業の両方が必要である。その条件がそろってまさに満を持して巨大デパートが出現したのだ。このスペクタクルの要素については、ボウルビーの先行研究に始まり、日本でも高山、鹿島両氏による印象的研究が成されているので、ここでは扱わないが、そのようなスペクタクルと幻想が顧客のアイデンティティ認識に与える影響については一考する必要がある。

イギリスの文人オスカー・ワイルドは19世紀末に「幻想こそあらゆるよろこびの第一番だ」と述べているが、19世紀の幻想構築の新しい手法への熱狂は、近代の大きな特性の一つである。それに対応して、所与の自己を離れ、自己の再発明に熱狂するのはワイルド一人ではなかった。広告、マーケティング、買い物の劇的変化が、モノではなくライフスタイルの選択を可能にしたが、それはそのまま自己の再発明の可能性を拓げるものでもあった。その状況をぬかりなく見通し、あるいは同時に作り上げていったのが近代デパートでもあった。近代性の概念の重大な要素といえる現象として、外観、表面の印象がますます重要になっていき、階級と地理的な境界線の不安定化がエスカレートしていくことが挙げられる。ごく少数の著名人はともかく、多くの場合、都市における個人の匿名化は、都市への人口集中とともに進行していく。そのような条件下では、「地位と個人の紋章として新しい記号」(Nava 1997, p.65)が必要とされていく。当時の人々は服装と振る舞いに大変な注意を払い、家の中をふさわしく整え、階級だけでなく、選択眼や趣味のよし悪しが重要になっていく中で、消費によるアイデンティティ構築にいそしんだ。

デパートは顧客に、適切な服装やライフスタイルを提案する。そうすることで一旦は身分の境界を取り払いながら、それを逆手に、誰もが自分より上位の階級のライフスタイルを真似ることが可能になり、階級維持や階級上昇がデパートでの買い物によって可能であることを仄めかし続ける。しかもデパートの魅惑や幻想性、欲望の喚起が引き起こすはずの罪悪感、自身や家族の体面を守る義務に置き換わる。デパートが提示するライフスタイルを実現することが社会におけるアイデンティティ構築と維持に不可欠であるならば、デパートでの買い物は社会的義務でもありうるのだ。まさにヴェブレンのいう街示的消費の概念に一致するようであるが、その規範はデパート商戦が生み出し、商業的誘惑によって広められている。産業社会から消費社会への転換点において、社会を構成する規範が資本主義の恣意的動きに左右されるようになるなかで、デパートが担った役割はきわめて大きかったのである。

最後に、もう一点見逃してはならないのは、万国博が帝国主義讃歌の働きをしたという事実である。地理的原則にしたがって品々が配置された際に、植民地からの出品物は当然のようにイギリス領の分類の中に入れられている。労働者階級の目前に、自分たちの国の財産、所有物として植民地から送られた目に珍しい様々な品々が並べられていたのだ。彼らが異国からの品々を自らの国の所有物と見なしたとき、不満や憤りよりは満足感を覚えたであろうことは想像に難くない。世紀末に見られたミュージックホールでのジンゴイズムをあおる楽曲と同様に、

万国博に植民地から持ち込まれた異国風の品々は、労働者階級がイギリス帝国主義を正当化する働きをしたのである。消費社会への移行と帝国主義の関わりという大きな問題設定についても、万国博と、デパートと帝国主義の関係の検討から明らかになることがあるはずだ。この問題の検討は次稿に待ちたい。本稿では、万国博もデパートも一部においては、従来の領域規定を覆す働きをするが、他方では、既存ヒエラルキーやイデオロギーの再追認、あるいは、強化の効果もあげたという事実を指摘するにとどめたい。

結論

万国博覧会は、そもそもは、人類史上初めて達した産業社会を把握し、賛美するための博物学的意図をもって開催されたのだが、結果としてはすでに途上にあった消費社会への移行を印す記号となったと言えよう。そしてその万国博を経験した新興階級の天才的な経営者たち（ブシコー、セルフリッジなど）が、近代デパートを作り上げたのである。彼らは二人とも合理的近代商法に加えて、壮麗さと規模の大きさを顧客の度肝をぬき、同時にすべての人間に、いまだ手は届かないが、いつか手に入るかもしれないよりよい生活の可能性を示したのである。反面、デパートの経営向上のためには顧客の欲望をかき立て、必要を作り出すあらゆる手段を講じたことも二人の特徴であった。その恒常的手段の一つがライフスタイルやファッションの提案を通して新しい消費の意味を発明するというものであった。万国博もデパートもそれぞれに、従来の社会的価値観や規範を打ち破る働きをしたことは確かである。ただし既存の規範に代わって、欲望がすべてを決定する消費社会の到来を促す原動力となったことも事実である。両者はともに膨大な量の品々を並べて、人々を魅了し、変わりつつある社会を反映すると同時に、消費社会へ向かう変化の重要な起動力ともなった。その意味では万国博覧会もデパートも、単に消費社会の記号であるだけでなく、その記号システムの生産者でもあったと言えるだろう。

注

- (1) ボン・マルシェについての先駆的考察は Rachel Bowlby 2010, *Just Looking* (初版 1985) を参照のこと。ロンドン万国博覧会を大成功に導いたパクストン設計の水晶宮については、松村昌家による歴史的記述『水晶宮物語』を、ボン・マルシェを近代デパートに作り上げたブシコー夫妻をめぐる論考としては鹿島茂の『デパートを作った夫婦』を参照のこと。
- (2) イギリスの動物園には、現在でもスクールというセクションがあって、子供たちが生物や自然について学ぶことができるようになっている。
- (3) 全会期を通じて何回でも入場でき、開会式にも出席を認められる定期パスを男性用三ギニー、女

性用二ギニーで売り出したが、それは当時の労働者の月収に相当する。開会式から二日間の一般入場料が一ポンド、それから二か月間は五シリング、その後は毎週月曜から木曜までは一シリング、金曜と土曜は二シリング六ペンスの設定で、1シリングという入場料は、労働階級にも手が届き、現に多くの労働者が万国博会場を訪れた。(Official Catalogue 1996, Vol.4)

(4) ちなみに男性小用トイレは無料であったという (松村 2000, p.195)。

図版出典表

- 図1 *The Official Descriptive and Illustrated Catalogue: Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations, 1851. Vol 1*
- 図2 松村昌家 (2000) 『水晶宮物語 : ロンドン万国博覧会 1851年』
- 図3 同上
- 図4 Briggs, Asa. *Iron Bridge to Crystal Palace: Impact and Images of the Industrial Revolution*
- 図5 松村昌家 (2000)
- 図6 *The Official Descriptive and Illustrated Catalogue*
- 図7 Buck-Morss, Susan. *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project*
- 図8 Briggs, Asa. *Iron Bridge to Crystal Palace*
- 図9 Bowlby, Rachel. *Just Looking: Consumer Culture in Dreiser, Gissing and Zola*
- 図10 鹿島茂 (1991) 『デパートを発明した夫婦』

参考文献

- The Official Descriptive and Illustrated Catalogue: Great Exhibition of the Works of Industry of all Nations, 1851.* 4.vols. Tokyo: Hon-No-Tomosha, 1996.
- Bowlby, Rachel. *Just Looking: Consumer Culture in Dreiser, Gissing and Zola.* New York: Routledge, 2010. (First published 1985).
- Briggs, Asa. *Iron Bridge to Crystal Palace: Impact and Images of the Industrial Revolution.* London: Thames and Hudson, 1979.
- Buck-Morss, Susan. *The Dialectics of Seeing: Walter Benjamin and the Arcades Project.* Cambridge: MIT, 1991.
- Falk, Pasi. Introduction. *The Shopping Experience.* Pasi Falk, & Colin Campbell eds. London: Sage, 1997.1-14.
- Kowaleski-Wallace, Elizabeth. *Consuming Subjects.* New York: Columbia UP, 1997.
- Leach, William R. "Transformations in a Culture of Consumption: Women and Department Stores, 1890-1925." *The Journal of American History* 71.2 (1984):319-342. Print.
- Nava, Mica, "Modernity's Disavowal: Women, the City and the Department Store." *The Shopping Experience.* 56-91.

- Outka, Elizabeth. *Consuming Traditions: Modernity, Modernism, and the Commodified Authentic*. New York: Oxford UP, 2009.
- Parsons, Deborah L. *Streetwalking the Metropolis: Women, the City, and Modernity*. Oxford UP, 2003.
- Simmel, Georg. "The Metropolis and Mental Life." *The Sociology of Georg Simmel*. Translated, edited and with an introduction by Kurt H. Wolff. Illinois, Free Press. nd. 409-24.
- Wilson, Elizabeth. "The Invisible Flâneur." *New Left Review* 191 (1992): 90-110. Print.
- Woodhead, Lindy. *Shopping, Seduction, and Mr Selfridge*. London: Profile Books, 2012.

鹿島茂 (1991) 『デパートを発明した夫婦』 講談社

鹿島茂 (2000) 『パリ・世紀末パノラマ館：エッフェル塔からチョコレートまで』 中央公論新社

川北稔編 (1987) 『「非労働時間」の生活史：英国風ライフ・スタイルの誕生』 リブレポート

角山栄、村岡健次、川北稔 (1994) 『産業革命と民衆』 河出書房新社

高山宏 (1990) 『世紀末異貌』 三省堂

長島伸一 (1987) 『世紀末までの大英帝国：近代イギリス社会生活史素描』 法政大学出版局

ヴァルター・ベンヤミン (2010) 『パサージュ論』 全5巻 今村仁司、三島憲一他訳、岩波書店

松村昌家編 (1994) 『「パンチ」素描集：19世紀のロンドン』 岩波書店

松村昌家 (2000) 『水晶宮物語：ロンドン万国博覧会 1851年』 筑摩書房

ヘンリー・メイヒュー (2011) 『ヴィクトリア時代 ロンドン路地裏の生活史』 ジョン・キャニン
グ編 植松靖夫訳、上・下 原書房

吉見俊哉 (2010) 『博覧会の政治学』 講談社