Osaka University Knowledge Archive

Title	百貨店の美術展覧会 : 英国の催事スタイル導入の可能性を探る
Author(s)	廣田, 孝
Citation	デザイン理論. 2011, 56, p. 98-99
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/53341
rights	
Note	

Osaka University Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

Osaka University

百貨店の美術展覧会
── 英国の催事スタイル導入の可能性を探る ──

廣田　孝／京都女子大学

発表者は『デザイン理論』48号で「明治期の百貨店主催の美術展覧会について ── 三越と髙島屋を比較して ──」というタイトルで論文を発表した。この時に検討できなかった課題が，百貨店の美術展覧会スタイルそのものについてである。百貨店の美術展覧会は日本独自のスタイル，という言説が流布している。日本の美術展覧会を主題とした図書の中にも同様の記述がある。（註１）

本発表は「百貨店美術展覧会は日本独自のスタイル」とする見解（註２）に対して，英国で収集した知見を述べることによって，英国の百貨店の客寄せ催事スタイルが日本に導入された，という可能性を述べることを目的とする。

日本の百貨店で最初に美術展覧会を開催したのは，1908（明治41年）三越の「半切画展覧会」（日本画の展示即売会）である。明治42年には髙島屋が「百幅画会」という日本画展覧会（販売せず，展示のみ）を開催した。

世界で最初に百貨店にギャラリーを設置して客寄せを行ったのは，パリの「ボン・マルシェ」で，1875年（明治８年）のことである。

三越の日比翁助専務は1906年（明治39年）４月から同年11月まで百貨店視察に渡欧しており，1907（明治40年）には「三越は東洋のハロッズを目指す」というコメントを出しており，特にハロッズに注目していたことが分かる。そこで発表者は，英国滞在中に百貨店における美術展覧会というテーマで，ハロッズ百貨店と三越百貨店の関係を調査した。

日比専務が訪英した1906年（明治39年）前後のハロッズ百貨店における展覧会開催の有無を調査したが，適切な文献がなかった。ハロッズ百貨店のアーカイーブに連絡を取ったが，ハロッズの担当者からは「当時の記録自体がない」という返答で，当時の詳細な事情は解らなかった。次の手段として当時の新聞広告を調べることにより当時，ハロッズで美術展覧会が開催されたかどうか，を調査した。

英国は女王を頂点とする階級社会である。ハロッズを利用する客層は中産階級から上の階層であり，これらの階級に所属する人たちが読む「ザ・タイム紙」を選んで1890年（明治23年）から1908年（明治41年）までの19年間をマイクロフィルムによってハロッズの広告を調査して195件の広告を見出した。その中で美術展覧会の予告や告示を調べたが，結論から言うと，この時期には美術展覧会の広告はない。「エキスビッション」とあっても，それらは美術品の展示ではなく，商品の展示という意味に使っている。

ロンドンのナショナル・アート・ライブラリーにはリバティ百貨店のカタログ・コレションが所蔵されている。これは1881年から1945年までの通信販売，展覧会などのカタログコレクションである。これを調査したところ，リバティ百貨店では1893年（明治26年）から美術品の展覧会を開催し，また美術品を販売していた事実がある。

最初の展覧会は“Catalogue of a loan exhibition of embroidery by indian women, at chesham house, 1893”という展覧会である。内容はカタログから刺繍の作品展覧会であったと思われる。

リバティ百貨店では，1899年にウエールズ

地方名産の銀製品の展覧会を開催した。その翌年に同じタイトルで，販売を目的としたカタログを作成している。即ちこの年の前後で展覧会と商品販売が行われ，ほぼ同一形式のカタログを制作している。元々，展覧会カタログと販売用カタログの形式には類似性があり，リバティ百貨店では1893年（明治26年）に始めて美術品の展覧会を開催したが，７年後の1900年（明治33年）には同じスタイルで工芸品の販売に移行した，と考えられる。1900年代にはロンドンの百貨店ではこのような美術品展覧会や美術品販売は日常化していたのではないだろうか。

三越の日比専務が訪英した1906年（明治39年），ハロッズでは適当な展覧会や美術品販売の催しはなかったようだが，そのかわり，リバティでは美術品の展示や販売が行われていた。日比専務がロンドンの百貨店で美術展覧会，あるいは展覧会カタログを目にした，と断定できる厳密な証拠は確認できていない。しかし状況は述べてきたようにリバティの美術展覧会が先行して百貨店での美術品展覧会開催や美術品販売が行われていたことは事実である。

日本の百貨店での美術展覧会は，日本独自のスタイルではなく，当時の百貨店先進国であったフランスか英国のやり方を取り入れた，と考えた方が適切であろう。当時の英国の百貨店では，美術展覧会を開催することは販売促進戦略の常道であった。

1909年（明治42年），髙島屋が最初に展覧会を開催した際の展覧会スタイルやカタログは現在のものと大差ない。最初から完成されたスタイルを示している。この事実は百貨店での展覧会が存在したことをうかがわせる。髙島屋は1899年（明治32年）にフランスのリヨンと英国のロンドンに代理店を開設していた。ふたつの代理店はやがてロンドン支店に統合されたが，ロンドン支店は1939年の第２次世界大戦開戦まで維持されていた。この事実から髙島屋は欧州，特に英国の百貨店事情に通じていた，と考えられる。髙島屋は染織品の海外貿易に力を注ぎ，欧州の情報を収集していたことは1898年（明治31年）11月の「日出新聞」の髙島屋当主飯田新七の記事からも理解される。（註３）

また三越については繰り返しになるが，ハロッズを範とする百貨店経営を目指していたことは先に述べた通りである。

従って，当時の三越，髙島屋の動向から考察すると，日本の百貨店における美術展覧会は具体的には英国のリバティ百貨店の販売促進戦略を導入した可能性が高い，と認められるのではないだろうか。

註１　先行する著述の例『美術館の誕生』中公新書1995年９月
藤岡里圭『百貨店の生成過程』では濱田四郎『百貨店の一夕話』日本電報通信社 1948　を引用して同様の言説を紹介している。

註２　「百貨店美術展覧会は日本独自のスタイル」という言説は，『髙島屋美術部五十年史』（昭和35年10月15日髙島屋美術部五十年史編纂委員会）に掲載された中川一政の言説（pp 130）によるものと考察される。

註３　黒田天外『名家歴訪録　飯田新七』明治32年　pp 320-321