

19世紀後半アメリカにおける被服費の検討

小町谷 寿子

Examination of the Clothing Expenses in 19th-century America

Hisako KOMACHIYA

緒言

日常生活において既製の果たす役割は大きい。現代の流行や洋服による衣生活の画一化は既製によって引き起こされた。一方で、大量生産技術を背景にデザインの多様化を可能にしたのもまた既製である。しかし、既製は初めから人々に受け入れられた訳ではなかった。消費者の選択基準が古着から既製へ移行した時期があり、既製への認識がいわゆる安物から中級の衣服へと変化した時期があった。こうした既製への認識の変化が市民レベルにおいて初めて生じたのは、19世紀後半のアメリカにおいてである¹⁾。衣服産業が当時のメディアを通じて既製を市民に向けて発信し始めた時期であった。テーラーメイドによって、スタイルの流行が作られ、既製によって流行が淘汰され、大衆へと浸透するしくみが1890年頃に確立されたと考えられる²⁾。

筆者はこれまで、当時のメディアである新聞広告の情報の変化をもとに既製の浸透を検討してきた。新聞広告には、紙面上の広告サイズ、製品のデザイン、価格、品種、広告の頻度など、さまざまな情報が含まれる。新聞広告の変化を分析すると、より市民の視線に近い、実際の普及浸透の時期を考察できると考えた³⁾。

そこで本報告では、新聞広告による分析方法のひとつの応用として、既製を購入するための生活費における被服費について着目し、既製を購入するに当たり重要となる消費生活における被服費のウエイトを分析した。その結果について報告をする。

方法

今回の検討では、消費者層として男性従業員（管理職を含む）を主たる対象として、以下の調査分析を実施した。

19世紀後半の被服費を直接記述する文献資料は、調査の範囲において少ない。そこで、本研究では、まずアメリカ経済史における生活費についての記述⁴⁾と既製産業における年収の情報⁵⁾とから被服費を算出し、職種による違いなどを具体的に検討した。続いて、新聞広告における代表的な紳士服アイテムの価格を抽出し、被服費と比較検討した。以上の情報に基づき、被服費と広告価格との比較から、当該消費層における購買状況を検討した。

結果と考察

1. 19世紀後半の生活費における被服費

最初に、2節の検討に必要なバックデータとして、19世紀後半の生活費における被服費の割合に関する田口によるデータ⁴⁾と、そこから算出した平均貨幣所得に対する被服費の割合を表1にまとめた。

表1 賃金・俸給生活者の平均家庭にみる被服費の割合

年代	平均 家族規模 (人)	平均 貨幣所得 (ドル)	平均 消費支出 (ドル)	消費支出の構成比(%)				平均消費支出費 ×被服構成比 (ドル)*	平均貨幣所得に 対する被服費の 割合 (%)*
				被服費	住居費	食料費	その他		
1839				27.0		73.0			
1851	5.0			23.5	29.0	41.2	5.3		
1874-75	5.1	763	738	14.4	21.9	57.9	5.8	106.3	13.9
1888-91	3.9	573	534	15.4	21.0	41.0	22.6	82.2	14.4
1901	4.0	651	618	12.9	23.8	43.0	20.3	79.7	12.2

資料：田口芳弘，消費経済

*資料より算出

経済成長の始動期にあたる1840年頃の消費内容を示す資料は極めて乏しい。田口の調査によれば、1839年の報告は、当時の統計学者エズラー・シーマンが行った貴重な推計値をノースカロライナ大学のロバート・コールマンが修正した値である。消費財における27%が衣類、靴、家庭用品などの半耐久消費財と家具、設備などの耐久消費財であり、73%が食料、タバコ、石鹸、書籍、雑誌、燃料などの非耐久性消費財であった⁴⁾。

1851年については、エドガー・マーディンの示している特定の家計についてなされた断片的調査結果からの生活水準の資料である。5人家族適度の労働者家族二世帯の家計の単純平均であるが、それによると費目の構成費は、被服費は23.5%、飲食費は41.2%に、家賃を含む住居費が29.0%、光熱費5.3%であった⁴⁾。

1870年代以降については、標準的な賃金・俸給生活者の平均的家庭における各主要費目への支出の比重の変遷をたどることができる⁴⁾。1874-1875年についてみると、被服費は14.4%、住居費21.9%、食料費57.9%、その他5.8%というデータがある。平均的な家族5.1人で、平均貨幣所得は763ドルである。そのうち平均消費支出は738ドル、被服費は14.4%、単純計算で平均消費支出×被服費(%)を算出すると、家庭における被服費の出費(合計)として106.3ドルとなる。

1888-91年では、被服費15.4%、住居費21.0%、食費41.0%であった。平均的な家族規模は3.9人で、平均貨幣所得は573ドルである。その内平均消費支出は534ドル、被服費は15.4%であり、同様に算出すると、家庭内の被服費の出費(合計)は82.2ドルとなる。

1901年においては被服費12.9%、住居費23.8%、食費43.0%、その他20.3%と報告されている。平均家族規模4.0人で、平均貨幣所得651ドルである。そのうち平均消費支出618ドル、被服費は12.9%であり、同様に算出すると、家庭内の被服費の出費(合計)は79.7ドルと算出できる。

以上のデータによれば、19世紀後半の平均所得には変化があるが、1870年代以降、被服費の割合は12-15%の範囲でほぼ一定の推移となっていることが分かった。

2. 男性従業員層における購買動向の検討

次に、大規模な工場制紳士服産業の台頭と高品質テーラーの急増により被服産業の構造が激変した1890年に着目し¹⁾、ひとつの可能性として被服に興味関心の高い市民と考えられるNew Yorkで工場生産を行う大規模な被服産業に従事していた男性従業員（管理職を含む）の年取から、被服費について検討を行った。1890年を調査対象として、アメリカ政府が実施した産業調査によるニューヨークに関する統計値⁵⁾を用いて試算をした。

表2（下段）に、検討対象とする工場生産を行う紳士服産業の従業員の構成を示す。対象とした事業所数は2,661事業所あり、会社役員や管理職、店員は、男性5,048人、全体の9%、同様に、技術者や熟練、未熟練を含む職工は男性12,734人で22%、女性8,367人で14%、職工などで出来高払いの労働者は、男性16,076人で27%、女性16,748人28%である。比率として、技術者・職工と出来高払い職工を合わせると全体の91%を占める。なお、表2（上段）には、比較のために、被服産業を含む当時の工業従事者全体に対する同じ数値をまとめた。

表2 就労者数（1890年ニューヨーク）

単位:人

調査対象となる産業 (事業所数)	全ての職種	役員・管理職・店員		技術者・職工等			出来高払い労働者		
		男性 16歳以上	女性 15歳以上	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供
全ての工業 (65,840件)	850,084	87,936	10,082	453,552	107,857	10,470	91,901	86,493	1,793
工場を有する 紳士服産業 (2,661件)	59,409	5,048	251	12,734	8,367	96	16,076	16,748	89

資料：American Industry and Manufactures in the 19th Century, vol.12, Maxwell Reprint Co, 524-536(1970), TABLE 6 MANUFACTURES IN STATES AND TERRITORIES, BY NEW YORK

表3（下段）に、検討対象とした従業員の平均年間所得を示す。該当調査における職種別総賃金÷職種別人数から平均年間所得を算出した。本資料によれば、表1に示した田口の賃金・俸給生活者の平均貨幣所得573ドルは、出来高払い労働者を含む職工等の数値に近いことが分かる。表3（上段）には、表2と同様に、被服産業を含む産業全体に対する同じ数値をまとめた。ニューヨークにおける工場を有する紳士服産業の男性の年間所得は、同じ職種で比較すると、産業全体の平均年間所得よりも高く、紳士服アパレルが当時の花形産業であったことがわかる。

表3 平均年間所得（1890年ニューヨーク）

単位:ドル

調査対象となる産業 (事業所数)	全ての職種	役員・管理職・店員		技術者・職工等			出来高払い労働者		
		男性 16歳以上	女性 15歳以上	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供
全ての工業 (65,840件)	549	1039	508	582	300	155	532	270	164
工場を有する 紳士服産業 (2,661件)	500	1086	433	650	291	147	553	267	110

表4 (下段)に、検討対象とする従業員年間所得のうち、被服費に適用したと思われる費用を算出した。表4の数値は、表3の平均年間所得に、表1で求めた平均貨幣所得に対する被服費の割合(%)のうち1890年の数値(14.4%)を乗じて算出した。紳士服産業の出来高払いの職員の男性の被服費は80ドルと、田口による表1の平均的な家庭における被服費82ドルと近似していた。それに対し、技術者や職工などの中間層の被服費は94ドルと10ドル以上高く、役員・管理職・店員では、被服費156ドルと2倍近い被服費を使用できる経済的な余裕があったことがわかる。また、男女の被服費について比較するために、女性の従業員の賃金に着目すると、役員等では62ドル、技術者職工で42ドル、出来払い労働者で38ドルと、同じ職種で働く男性の4割前後の給料および被服費であったことがわかる。この男女差の傾向は全ての工業において同様の傾向が見られた。

表4 被服費に関する試算結果(1890年ニューヨーク)

単位:ドル

調査対象となる産業 (事業所数)	全ての職種	役員・管理職・店員		技術者・職工等			出来高払い労働者		
		男性 16歳以上	女性 15歳以上	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供	男性 16歳以上	女性 15歳以上	子供
全ての工業 (65,840件)	79	150	73	84	43	22	77	39	24
工場を有する紳士服産業 (2,661件)	72	156	62	94	42	21	80	38	16

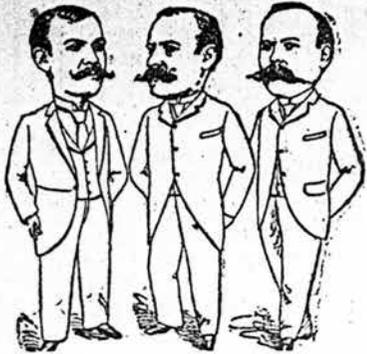
3. 新聞広告における代表的な紳士服アイテムの価格

続いて、The New York Times紙(1890年1月1日から12月31日)に掲載された新聞広告における紳士服アイテムの価格について調査をした。アイテムごとの調査結果を表5に示す。調査した1890年の新聞広告における紳士用アパレルの広告の調査件数は189件である。広告には、社名、住所を基本として、商品名、価格、素材、アピールポイント、ディスカウントなどのお知らせ、イラストやデザイン画などが記載されている。目だった広告の例を下記に示す。

図1は、15ドルで販売される代表的な6種類のスーツのデザイン画が描かれたJACOBS BROS.(社名)の新聞広告(The New York Times紙1890年5月18日p3掲載)である。JACOBS BROS.は、1890年の代表的な紳士衣服商であった。広告には、ユニークな髭をはやした男性モデルが、6種類のスーツ姿で描かれている。文字ばかりの新聞紙面に突然現れ、注視される広告デザインである。デザイン画は線画で、スーツのシルエットや切り替え線、衿の形やポケットの大きさ、位置などが分かりやすいように描かれたタイプである。このイラストとともに、「6デザインのスーツを見に行き、節約しましょう。ほかのどのテーラーにもありません。違う職種に従事している典型的な6人の男性です。私たちの成功の秘密は、15ドルのスーツを作ったことです。このようなスーツを他のオーダーメイドで作ると、25ドルはします」と記載されている。販売店の場所は、「ブロードウェイ229番地、郵便局前、ポーウェリーの角、ブルーム通り」と実際に足を運ぶことを前提に記載されている。また、「全商品のサンプルと簡単な計測手引き、テーブメジャーとファッションプレートを無料でお送りします」と広告されている。

図2は、衣服商であるDelury(社名)の25ドルの注文仕立てのスーツの広告(The New

**GO AND SEE
THE LITTLE SIX
AND SAVE MONEY.**



What other Tailors haven't got:
Six practical men that attend to different
branches of their business.



The secret of our success is we make

\$15.00

SUITS to order that are worth \$25.00.

JACOBS BROS.,
229 Broadway, Opposite P. O.
Bowery, cor. Broome St.

A FULL LINE OF SAMPLES AND EASY
SELF-MEASUREMENT GUIDE, WITH TAPE
MEASURE AND FASHION-PLATE, SENT ON
APPLICATION FREE OF CHARGE.

図1 JACOBS BRO. 社のスーツ広告
THE NEW YORK TIMES 1890.5.18 p.3掲載

"DELURY SAYS"



LOUNGE SUIT. KEEPER.

He has received another large and handsome
stock of Scotch Cheviots, Homespuns, Serges,
and Thibet Suitings, which he is making up in
the above styles for.....\$25.00
Positively the same Goods, Style, Workman-
ship, &c., cannot be produced by any other re-
liable house under \$40 and \$45.

The new work on Fashions, published by the
UPPER TRADE SOCIETY OF ENGLISH
TAILORS for our especial use, can be obtained
on application, together with samples, prices,
and instructions for measuring.

No deposit required on orders placed with
this house from reliable persons.

Delury

Fine Tailoring for
Gentlemen's and Ladies' Wear,
6th Av., bet. 14th & 15th Sts., E. S.
ELEVATED R. R. STATION AT THE DOOR.
New-York Tribune says that "Delury's new en-
Riding Habits have been pronounced 'perfect' by the
most expert riders." Charges, \$65 and \$75.

図2 Delury社のスーツ広告
THE NEW YORK TIMES 1890.6.1 p.3掲載

York Times 1890年6月1日 p 3 掲載) である。流行しはじめた軽快なLOUNGE SUITとREFFERのデザイン画が描かれた広告例である。以下のように、価格競争力を主張した内容となっている。「Deluryいわく、他にも相当たくさんの商品を仕入れた。スコットランド産チェビオット、手織り物、サージ、チベット産サテンなど、わが社では上記(デザイン画のような)スーツを25ドルで、作ることができます。もちろん同等のもの、スタイル、職人による出来栄えなど、どんなに信頼がおける衣服商でも、40から45ドル以下では作ることができません。この新しいファッションは、イギリスの上流階級のテーラーが私たちのためにサンプル付きで出版した本から、計測の技術と価格と構成方法がわかります。信用のおける方であれば、本社に注文するにあたり手付金は不要です。Delury, 優れた注文仕立て衣服商, 紳士服と婦人服専門店, 7番アベニュー, 14番と15番の通りの間」さらに、住所の下に「R.R 駅を上がったところに入り口があります」と実際の道しるべも記載されている。

なお、広告の下部では、今回のスーツの広告内容とは別に、「ニューヨークトリビューンには、Deluryの新しいラインの乗馬服は、騎手によってパーフェクトであると賞賛されています。価格は65ドルから75ドル」と他誌にも取り上げられた内容を組み込み、デザイン面と縫製技術の高さを強調している。住所まで読んだ購読者に、さらに追加情報を盛り込み、小さな広告紙面の隅々まで活用していることがわかる。

価格の幅を調査するため、本研究では、アメリカの代表的な日刊新聞であるThe New York Times 1890年1月1日から12月31日を調査し、189件の紳士服広告を収集した。それらの中から、アイテムごとの価格の最小値と最大値を表5に示す。価格帯には大きな幅がある。一例として、コート類の価格は、The DON (社名) のコート1ドル40セントからRojers, Peet Co., Delry, ARNHEIMの3社のオーバーコート45ドルまで、価格差は43ドル6セントで、高価なもの1枚分で、安価なものが30枚買える計算になる。これらの価格は、いずれも広告価格であるが、実売価格として低価格帯に値下げ

が含まれると考えると、価格帯に幅がある傾向を説明できると考えた。また、別の例として、スーツ類についてみると、価格は、The DONの1ドル40セントからCHAMBER SUITS (社名) の218ドルまであり、価格差は216ドル60セントで、同様に高価なスーツ1枚分で、安価なスーツで154枚購入できる商品価格の幅があったことがわかる。素材は、ウール、サージ、シルク、カシミア、チェビオット、ウースデッドなどの多数の記載があった。重衣料であるコートやスーツ類の価格には、販売戦略として特に大きな価格幅のあることがわかる。また、価格に加え、重衣料は特に種類が多く、コートには、12種類の名称が見られた。アイテムのデザインの違いを名称で示すことは一般市民レベルにおける当時の流行を発信する販売戦略の一つであったと考えられる。これらを記載すると、コート (coat), オーバーコート (overcoat), ビジネ

表5 新聞広告にみる1890年の紳士服価格

アイテム	実売価格(ドル)
コート	1.4~45
スーツ	1.4~218
ズボン	2~10
ベスト	1.5~5
シャツ	0.35~10
衿とカフス	0.15~0.85
ネックウェア・タイ	0.24~1
靴	1.5~6.5
帽子	0.48~5.8
手袋	0.85~3

The New York Times 1890.1.1-12.31掲載広告189件より

スオーバーコート (business overcoat), ドレスオーバーコート (dress overcoat), トップコート (topcoat), カッタウェイコート (cutaway coat), カッタウェイフロックコート (cutaway frock coat), フロックコート (frock coat), チェスターフィールドオーバーコート (chesterfield overcoat), アルスターコート (ulster coat), マッキントッシュコート (macintosh Coat), ケープコート (cape coat) などがある。これに加え, 季節や素材の違いによる記載があった。

スーツ類には, スーツ (suit), サックスーツ (sack suit), カッタウェイスーツ (cutaway suit), プリンシャルバートスーツ (Prince Albert suit), ドレススーツ (dress suits), ビジネススーツ (business suits), ウォーキングスーツ (working suit), トラベリングスーツ (traveling suit), ラウンジスーツ (lounge suit), リーフアー (reefer) の10種類の名称で広告されていた。コートと同様に, 季節や素材名の違いの記載があった。こうした種類の拡大は, 既製服の普及の一つの過程と捉えることができる。

ここで, 表5の結果より, 一番安い価格帯のアイテムを家庭でひと揃えそろえた場合の合計価格は, 9ドル87セントとなる。これに対し, 一番高い価格帯のアイテムでそろえた場合の合計価格は, 305ドル15セントとなった。

4. 紳士服アイテムの購買状況の推定

2節の職種による被服費の結果と3節のアイテムひと揃えの合計価格を比較した。ひと揃えは, 今回新聞広告に掲載されていた11アイテム (コート, スーツ, ベスト, ズボン, シャツ, 襟とカフス, ネックウェア・タイ, 靴, 帽子, 手袋) とした。安価なもの一揃え9ドル87セントを基準にすると, 上層である会社役員・管理職・販売員は, 1年間に15セット購入できることがわかる。同様に技術者や職工は9セットとなり, 会社役員・事務職・販売員と比較すると5分の3に減る。また, 出来高払いの職工でも, 8セット購入できることがわかる。生活費における被服費と新聞広告における紳士服の実売価格を比較すると, 十分購入可能な価格であったことがわかる。つまり, 家庭の経済状況も, 既製服の普及に必要な条件を満たしていたと考えられる。

素材や服種, デザイン, 既製服であるか注文仕立て服であるかなど, 購入対象となるアイテムの種類や内容に関しては, 3節で示した価格の幅に示したように, 選択の幅が広いことも今回の調査で明らかになった。既製服の普及に必要な別の切り口として, コートやスーツの例のように, こだわりたいアイテムについても, 実用面での選択肢の自由度があったと考えられる。

更に, 田口の調査によれば, 平均家族構成数は3.9人であり, 家族構成は夫婦2人, 子供または祖父母いずれか2人といた組み合わせと推定される。当時の状況として, 家族の被服をどのように購入, または, 縫製するかが母親の腕のみせどころであったと言えよう。

このように生活費における被服費の試算と被服の販売価格を比較検討することによって, 富裕層だけでなく, 幅広い層において既製服が購入可能であったということを示すことができた。このことは, 既製服産業発達による衣生活の向上を示す指標となると考えられる。

まとめ

本報告では, 新聞広告による分析方法のひとつの応用として, 既製服を購入するための生活費における被服費について着目し, 既製服を購入するに当たり重要となる一般大衆における被

服費について検討を試みた。19世紀後半の被服費を直接記述する文献資料は、調査の範囲において多くないことから、田口によるアメリカ経済史における生活費についての記述と既製服産業における年収の情報とから被服費を算出した後、新聞広告における代表的な紳士服アイテムの価格を抽出し、被服費と広告価格との比較から、当該消費層における購買状況を検討した。

その結果、1890年当時のニューヨークを中心とした家庭の経済状況は、低所得者層であっても、新聞記載の低価格商品ひと揃え11点を年間8セットは購入することができる所得の余裕があることがわかった。これにより、既製服の普及に必要な経済的条件を満たしていたと考えられる。

また、新聞広告に記載されている、素材や服種、デザイン、既製服であるか注文仕立て服であるかなど、選択の幅が広いことも今回の調査で明らかになった。既製服の普及に必要な、被服へのこだわりについても実用面での選択肢の自由度があったと考えられる。

このように生活費における被服費の試算と被服の販売価格を比較検討することによって、富裕層だけでなく、幅広い層において既製服が購入可能であったということを示すことができた。

当時の新聞広告は、既製服の広告において価格を掲載するものが多くなり、オーダーメイドに対して安価であることが強調されるようになってきた。これは、いわゆる安物への逆もどりではない。既に認められた既製服の質の良さに加え、量産技術の確立による低価格化が新たな特長として加えられたと捉えることができる。工業生産の拡大による家庭の経済状況の好転を背景に、既製服の普及を促進する土壌が形成された時期と捉えることができる。

要 約

新聞広告による分析方法のひとつの応用として、既製服を購入するための生活費における被服費について着目し、既製服を購入するに当たり重要となる一般大衆における被服費について検討を試みた。その結果、1890年当時のニューヨークを中心とした家庭の経済状況は、低所得者層であっても、新聞記載の低価格商品をひと揃い（コート、スーツ、ズボン、ベスト、シャツ、衿とカフス、ネックウェア・タイ、靴、帽子、手袋）11点を、年間8セットは購入することができる所得の余裕があることがわかった。これにより、既製服の普及に必要な経済的条件を満たしていたと考えられる。また、新聞広告に記載されている、素材や服種、デザイン、既製服であるか注文仕立て服であるかなど、選択の幅が広いことを今回の調査で明らかにした。量産技術の確立、生産の拡大による家庭の経済状況の好転を背景に、既製服の普及を促進する土壌が形成されたと考えられる。

謝 辞

資料収集に当たり、東京大学情報学環社会情報研究資料センター、国会図書館、本学学術情報センターのみなさまに謝意を表する。

参考文献

- 1) 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家政自然編，**44**，65-77（1998）
- 2) 横山寿子：19世紀後半アメリカにおける紳士服飾品の消長，名古屋女子大学紀要家政自然編，**45**，79-88（1999）
- 3) 小町谷寿子：19世紀後半アメリカにおける男性用既製服認識の変化について－新聞広告に基づく分析調査の提案－，名古屋女子大学紀要家政自然編，**48**，1-7（2002）
- 4) 田口芳弘：消費生活，編者 榊原胖夫 総合研究アメリカ 第5巻 経済生活，研究社出版株式会社，75-110（1976），1874-1901年のデータは，p83 第1表 家族数2人以上の都市賃金・俸給労働者家計の消費構成比の長期的推移を参照．1874-1961年データ資料：U.S. Department of commerce, Bureau of the Census, *Historical Statistics of the United States: Colonial Time to 1957 and Continuation to 1902 and Revisions, Series, G244-330, G 353a-372a*.
- 5) Government Document : American Industry and Manufactures in the 19th Century, vol.12, Maxwell Reprint Co, 524-536（1970）

