

流行論の生成と森鷗外「流行」

瀬崎 圭二

要旨

資本主義の成熟、交通、情報網の拡張といった外部的環境の変容の中、明治30年代から流行を紹介する雑誌が続々と刊行されると共に、流行を知の対象として位置付け、分析していくような言説が流通していくことになる。そうした中、藤井健治郎の「流行の意義性質及び其伝播に就いて」（『東亜之光』明治43・2）や、三越の流行会会員であった高島平三郎の「流行の原理」（『みつこしタイムス』明治43・7）は、ガブリエル・タルドを初めとした欧米の社会学、心理学の理論を基盤に、科学的に現象としての流行を捉えようとした。やはり流行会の会員であった森鷗外の小説「流行」（『三越』明治44・7）は、一人の男が用いていく事物が全て流行のものとなっていくことを「己」の「夢」として描き出しているが、この小説は、事物の商品化に際した商人や使用人たちの〈夢〉を表象すると共に、同時代の流行論が展開した覇権への欲望という〈夢〉を吸収するところに成立している。流行を知の対象とするこうした言説によってその実定性は確保され、まさに1910年前後、単なる一過性のはやりの現象である流行から、常に〈新しさ〉の誕生と消滅を繰り返す近代の流行、すなわち流行^{モード}へのシフトチェンジが生じるのである。

キーワード：森鷗外、藤井健治郎、高島平三郎、流行、三越、消費社会

はじめに

元来漢語であった「流行」は、上代、中古では主に病気が広がる意で使用され、中世では広く行き渡るという意味での使用も見られるようになった後、近世では和語「はやる」の漢字表記として用いられるようになるというのが通説であるようだ^り。大槻文彦『言海』（明治22～24）でも、「流行」は「世ニ行ハルルコト。ハヤリ」とあり、「はやり」とは「ハヤルコト。時メクコト」、「はやる」は「速ク世上ニ行ハル。時メク。流行ス」と記されており、近世期のそれとの大きな語意の違いは見られない。しばしばそこに消費社会と呼ばれる社会システムが遡及的に見出されていく近世期の都市において、「流行」が現象し、またそれを「流行」という語で認識していくような事態が生じてい

ることは、例えば近世末期の風俗を記した喜田川守貞『守貞謾稿』や、井原西鶴、為永春水らのテキストの想像力にもはっきりと見て取れる。既にこの時期、衣裳雛型という着物の見本帳が流行を紹介する媒体として機能していたことも、現象としての流行の存在を結果的に裏付けていると言えるだろう。

しかし、言うまでもなく近世期の流行と近代以降のそれとは、現象のレベルでも、それを把持する語のレベルにおいても同質のものではあり得ない。敢えて上記の『言海』の記述から抽出するならば、まず「速ク」という速度、及びそれと連動した「時メク」という一過性を伴いつつ、「世ニ行ハルルコト」こそが近代の流行であるとは言えるが、大槻文彦のこの明治20年代の記述は、それが単に辞書的な語義であることも手伝って、近代の流行を考える上では到底充分なものであるとは言い切れない。それ以前に、明治20年代には近代的な意味での流行が可能になる条件が整えられていないのである。

それは、まず日清、日露戦争と連動した資本主義の成熟のもと、ある事物に対する必要性を越えた消費のあり方を一部の階層に可能にするような社会システムの中で、鉄道を中心とした交通網の拡張によるモノと情報との流通の加速化といった環境において可能になるものだ。情報とイメージ先行のコミュニケーションシステムは、身分制の解体による外見の拘束の緩和と相俟って、自己を他者から卓越化させていく身体的な自己表象のあり方を問題化するようになる。そのような欲望に呼応し、あるいはそのような欲望をつくりあげ、喚起するものとして、望ましい身体や外見のあり様を〈新しさ〉という速度のもとに表象するような媒体の出現こそが、近代の流行を形成していくことになるのである。

明治32年に刊行された三井呉服店（三越の前身）のPR誌『花ごろも』はそうした媒体の一つだが、これを皮切りに、以後、『流行』（流行社 明治32・9創刊）等の流行を紹介する雑誌や、三井の『時好』（明治36・8創刊）、白木屋呉服店の『家庭のしるべ』（明治37・7創刊）といった呉服店のPR誌が月刊誌として続々と刊行されていたことは既によく知られている²⁾。これらは望ましい外見のあり様を流行として紹介するための媒体であったというよりも、ここに語られ、表象されるものこそが流行に他ならないという流行と媒体との不即不離な関係を構造化しつつ、月刊という一定の速度のもとに、共同体としての国民国家の内部に流通していくことになる。すなわち、流行なる現象が所与のものとしてあるのではなく、こうした雑誌メディアこそが、流行を目に見えるものとしていくのだ。そのように流行が可視化され、同時にその存在が認知されていくのは、ある特定の事物を流行として紹介していくようなメディアの力学のみによって支えられているのではなく、それを分析の対象としていくような知の力学によっても支えられていることになるだろう。流行とは何かという問いかけをめぐる知の言説の自己増殖は、それ故にこそ現象としての流行の実定性を担保することになるのである。そこに流行は流行として認知され、その認知に基づいたシステムの自律的な維持が可能

になる。そうなったとき、そこに現象しているのは単なるはやり＝流行ではなく、^{モード}流行という絶え間ない運動なのだ。

してみれば、^{モード}流行、すなわち近代的な意味での流行を可能とする環境は明治30年代に整備されていくととりあえずは言うことができるだろう。本稿で問題とする、流行を分析の対象とするような知の形成についても、明治38年6月に、様々な知識人、文化人を集め、流行の研究に取り組む三越呉服店の流行会（流行研究会）が結成されたという事実がある³⁾。そうした環境の整備を経過し、明治40年代に入ると、〈流行論〉とでも言うべき言説が生成され始めるが、それらは一様に欧米の社会学や心理学を吸収しつつ、流行なるものを捕捉しようとするものであった。

この時期の流行の定義を、本稿で大きく取り上げる二つの流行論、藤井健治郎の「流行の意義性質及び其伝播に就いて」（『東亜之光』明治43・2）と、流行会会員であった児童心理学者高島平三郎の「流行の原理」（『みつこしタイムス』明治43・7）の中に見てみると、いずれもドイツの心理学者ヴィルヘルム・ブントによる流行の定義を参照しており、藤井は「社会一部の人々が比較的短時間^{マツ}する」現象を、高島は「或社会に比較的短い時間に行はれて居る風俗」を「流行」として位置付けている。「はやり」や「流行」、英語の「Fashion」、仏語の「Mode」等の語義を調査した高島は、流行するという意味と支配するという意味を併せ持つ独語の「herrschen」を、「面白い意味を有つて居る」語として捉え、こうした英、仏、独語の語義から、流行を「其時に行はれる所の物の型」、「移り変つて往く意味」、「其行はれる社会の人心を支配して行くやうな意味」を持った語として総合している。流行を分析の対象とするこうした言説においては、流行はもはや漢語や日本語の領域の問題ではなく、西洋の同様の現象に同一化され、また語意もそのようなものとして認識されようとするのだ。とりわけ流行と支配という意を併せ持つ独語の「herrschen」を「面白い」と感じた高島の感覚は、その流行論を支える論理や、三越の流行会での活動にはっきりと結びついていくのである。

1. 流行と知

藤井健治郎の「流行の意義性質及び其伝播に就いて」は、明治42年11月20日に早稲田大学の哲学会で行われた講演を活字化したものであるようだ。当時の藤井は既に倫理学に関する著作や訳書を刊行しており、後、大正2年から昭和6年まで京都帝国大学文科の哲学科倫理学講座を担当している。この講座の前任者は西田幾多郎、後任は和辻哲郎であり⁴⁾、和辻は藤井の没後、『藤井博士全集』全8巻（昭和7～8 玉川学園出版部）の刊行にも尽力した。明治30年に組織される倫理学の研究会丁酉倫理会では、高島平三郎とも行動を共にしている。

藤井のこの流行論の前提になっているのは、ペスト、コレラ、腸チフス等の伝染から生じる「流行性の諸病症」のイメージであり、「流行といふ社会現象を研究する」に際し

て「先づ彼等病症の諸の細菌に相当するものは何であるか、又彼等の伝染と云ふことに相当するものは如何なる方法に依るものであるか」を問うことがそのメカニズムを明らかにしていく方法であると述べている。藤井はまず流行を「暗示性の流行」と「明示性の流行」に大別し、後者の原因、すなわち「流行の病症細菌に相当するところもの」を「偶然的原因」、「利用的原因」、「表自的原因」の三つに分割した上で、「流行性病症の伝染の方法に相当するもの」を、「好奇心」、「模倣心」、「社交心」及び、「流行其ものによつて其ものについて居る特殊の原因」として整理している。さらにその伝染＝伝播の条件として「国民性」、「社会組織」、「経済事情及び技術の発達」、「地形地勢及び交通機関」を挙げ、「経済事情及び技術の発達」という条件では、大量生産、複製技術の効果を指摘し、交通や出版メディアが果たす役割についても言及している。

藤井のこの流行論には、アメリカの社会学者エドワード・ロスの研究成果がふまえられており、例えば、流行を模倣と区別によって捉えたその分析をもとに、「人は一面に於いては、社会一般の人と同様にありたいといふ心があると同時に、他面に於いては、一般と異つて、他の人々よりは、異つて見られたい」という流行の「表自的原因」が考え出されているように推察される。現在ではその名を知られることないロスの流行論は、『ロス社会心理学』（1908 遠藤隆吉校閲、高部勝太郎訳 大正6・5 磯部甲陽堂）として大正期に邦訳が刊行されており、邦訳以前にも既に藤井健治郎や、農商務省商品陳列館長で三越の流行会のメンバーでもあった鶴見佐吉雄「流行に就て」（『三越』大正5・1）等に参照され、一定の影響力を発揮している。そもそもロスの分析こそが、この時代の流行論の基盤をなしたフランスの社会学者ガブリエル・タルド『模倣の法則』（1890 邦訳は風早八十二訳で大正13年7月に而立社より刊行、以下の引用はこの邦訳による）の影響下にあつたり、現在でも消費社会論の古典として読み継がれ、「顕示的消費」という語を世に広めたソースティン・ヴェブレンの『有閑階級の理論』（1899 最初の邦訳は大野信三訳で『有閑階級論』として大正13年5月に而立社より刊行、タルドと同じく而立社の社会科学大系に収められている）等の援用によつて成立しているテキストなのだが、このロスの議論は、既に同時代に米田庄太郎が指摘していたように⁵⁾、20世紀初頭、階級構造における一様性衝動と模倣性衝動とのアンヴィバレンスの心理として流行を捉えたゲオルク・ジンメルの議論⁶⁾とも大きく重複するものだ。19世紀末から20世紀初頭の様々な流行論が渦巻く中で、その起源を問うことが無効化されるような言説として藤井の流行論もまた生成されていることが確認できよう。

同様に、流行のメカニズムを伝染病のそれとして捉えていく発想も、ギュスターヴ・ル・ボン『群衆心理』（1895 邦訳は明治43年12月に大日本文明協会より刊行、ル・ボンの名は記されておらず、訳者は大山郁夫とされる⁷⁾。以下の引用もこれによる。）の「思想や感情や情緒や心条は群衆の間にありては細菌の伝染力にも比べつべき劇しき

伝染力を有す」といったような群衆に対する認識との同一性の中にある。ル・ボンも医学にも携わった人物として知られるが、こうした発想が可能になるのは、ル・ボンのそうした個人的事情によるものだけではなく、伝染病の原因を明らかにしていった19世紀のヨーロッパ医学のパラダイムによるところが大きい⁸⁾。前掲したタルドの「社会は即ち模倣であり、模倣はこれ即ち一種の夢中遊行病である」(『模倣の法則』)という著名なテーゼもやはり病のイメージのもとに模倣を捉えており、そこから流行と模倣をめぐる思考へと展開している。タルドの『模倣の法則』は⁹⁾、模倣が、人の内部(心理的な面)から外部(表面的な行動)へと進むこと、優等者(上層)から下等者(下層)へと移ること、過去の古さを優位とする慣習模倣と、現代の新しいもの、外来のものを優位とする流行模倣に分別されることを指摘したが、その9年前に刊行されたル・ボンの『人と社会』(1881 未邦訳 以下は前掲『群集心理』におけるル・ボン自身の自著の引用による)でも「意見に関する事にまれ、思想に関する事にまれ、文学的表現に関する事にまれ、乃至単に服装に関する事にまれ、世の流行に逆つて進み得る程の勇氣を有するもの果して幾人かある。(中略)何れの時代にありても、少数の人ありて先づ範を一般人衆に垂れ、而して後に総ての人によりて無意識の間に模倣せらる」という指摘が見られ、やはり流行と模倣との関係性に触れている。簡単に整理すれば、流行のメカニズムにおいて〈伝染〉の要素を重視したのがル・ボンであり、〈模倣〉の要素を重視したのがタルドであったと言えようが、流行に対する病のイメージも、模倣というその伝播の作用も、互いの思考との関係性や、それを取り巻くパラダイムの中で生産されたものであった¹⁰⁾。

欧米ではFashionやModeという語に病の流行という意味が内包されていないにも関わらず、ル・ボンらがそのようなイメージのもとに流行を捉えたのは以上のような背景があるからだが、冒頭に記したように、日本語としての流行は、ある事物が普及している状態を表すだけでなく、伝染病などの病が蔓延していく様相を表す語でもあり、藤井のように流行を病のイメージの中に捉えていく発想は比較的受け入れ易い環境にあるとは言える。事実、ル・ボンやタルドがそのような思考を公にする以前の明治12(1879)年8月、福沢諭吉が刊行した『民情一新』には、「衣裳の時様なり唄の流行なり、其蔓延の勢は流行病の伝染に異ならず。蓋し病の伝染するも衣裳唄の伝染するも、其趣は一樣にして其理も亦一樣ならん」という一節が見られるが、福沢のこうした発想も、日本語としての流行が表す意味内容故に可能になるものだ。しかし、藤井の流行論と福沢の流行をめぐる認識が大きく異なるのは、藤井のそれは単に語の表記の同一性から類推していくのではなく、伝染病の原因に対する分析コードを流行現象のメカニズムを解明するコードとして用いている点だ。そうした発想の中で流行の「細菌」と「伝染の方法」とを可視化していく行為が、社会学や心理学の研究成果を必要としたのである。

藤井のこの流行論を参照しながら、流行を自身の専門領域と接続し、分析の対象とし

て深く掘り下げようとしたのが高島平三郎の「流行の原理」である。当時日本女子大学教授を務めていた高島は、日本の児童心理学の基礎を築いた人物として知られ、児童心理、家庭教育に関する多くの著書を出版しており、明治43年5月、三越の流行会に参加する¹¹⁾。その高島が入会直後の6月15日に、流行会で「流行の原理」（『みつこしタイムス』明治43年7月号に掲載）という講演を行った。以下、その内容を整理してみよう。

高島によれば、「流行」は「或社会に比較的短い時間に行はれて居る風俗」であり、流行の動機は「無意に起る所のもの」と「有意に起る所のもの」の二つに大別され、有意的な流行の動機は「実利」、「名誉」、「慰み」に細別される。流行が伝播していくのは、その個人の団体である社会の「社会精神」が「感情的」であり、「衝動的」であるという傾向を持っているためであるが、さらにそれを個人の心理レベルで細分化すれば、そこに「模倣」、「好奇心」、「同情」¹²⁾、「欽仰」、「判断」といった作用が働くからであるという。その上で流行の速度をやはり心理学的な観点から考察し、人心の基礎である「注意作用」や「智情意」という三つの心の働きの変化こそが、流行の変化の速さを生むとしている。

高島の心理学的キーワードを用いてその流行論を簡単に整理すれば以上のようになるが、藤井のそれと同様にここには同時代の様々なレベルの知が吸収されており、例えば、高島自身が触れているように、流行の動機を個人の心理レベルで説明した「模倣」という作用については、前に挙げたタルドの分析がふまえられている。高島が自説の中で紹介しているタルドの学説は前述した慣習模倣と流行模倣をめぐる論点だが、慣習模倣と流行模倣の絶えざる闘争の中で、流行の時代への推移や流行模倣が優位に立っていく状況を19世紀末の社会に見出したタルドのこの認識は、「大体流行は模倣といふことで説明することが出来ます」と、明治末期の日本の状況として高島に読みかえられていくことになるのである。あるいは、高島の言う「好奇心」という心理作用も、模倣を内部から外部への進行として捉えたタルドの「内部」を説明するキーワードと重複しており、その影響力は高島の言説の様々なレベルに及んでいると言えよう。この高島の記述からは、既に明治期にタルドの原著が流通していたことが明らかになるが、流行に関するタルドの主要な論点は、遠藤隆吉『社会学及研究法』（明治36・10 同文館）がエミール・デュルケムのタルド批判も交えながら比較的早い段階で紹介していることでもあった。

他にも高島の「流行の原理」では、「模倣」と並ぶ作用である「欽仰」の一例として三越のブランド性が指摘されていたり、前述した「社会精神」の理論を基盤に、「流行が一番よく現はれるのは人心が感情的になつて居るときである」とし、日露戦後に元禄模様が流行した理由を「人々が非常に悲しいことを経験し殺伐なことを経験して感情的になつて居るから」とする。また、「流行に移りにくい頑固の国民は文明が進んで来な

い」ことや、流行の伝播には新聞、雑誌等の媒体や、その流通を支える交通網の発達が不可欠であり、藤井同様、国民国家の形成とその装置としての流行、及びメディアの問題が指摘されている。そうした議論の前提の上に、「其国の実力が又大に流行の根本を為す」が故に、「保存の力」と「破壊の力」、「物を造り出して行く力」の三つの力をもって「世界を日本化して行かなければならぬ」ことが主張され、この講演は閉じられている。

明治40年代に生産／再生産される流行論をここに二つ挙げてみたが、これらは分析の密度としては高い方であり、他の言説においては、ブント、タルド、ロッシらの流行論の援用のあり方や、その分析、着眼点の密度は低いと言わざるを得ない。例えば、白木屋のPR誌『流行』（明治43・4）に掲載された三輪田元道「流行といふ事に就いて」は、やはりタルドの模倣論や、「好奇心」、「社交」といった流行の要因を指摘するが、高島や藤井の如く、流行の定義やその動機、伝播の条件を様々な分析装置を用意して細分化していくわけではない。流行会を擁した三越に比して、白木屋の『流行』に掲載された流行をめぐる言説はその多くが印象批評的なものでしかなく、山口物外「過去の流行に就いて」（同、明治39・6）や山田美妙「日本婦人今後の服装」（同、明治41・1）、竹越三叉「装身具流行の源泉」（同、明治41・2）等においては、流行が過去を反復、あるいは過去と循環するという単純な認識によって支えられていることも多い。戸川残花「流行衣裳茶談」（同、明治41・2）や竹の屋主人（饗庭篁村）「流行は繰返さず」（同、明治43・7）が過去の反復からの流行の跳躍を願うのも、こうした〈流行反復論〉を前提としている。これは白木屋のPR誌という場に限定された問題ではなく、高島が参照したという笹川臨風「民族趣味論」（『新小説』明治43・2）の基盤を為している発想でもある。この背景には「循環的変化の系列」¹³⁾として流行を捉えたロッシ理論の通俗化があるのかもしれない。

前に挙げた高島や藤井が指摘したような流行と国民国家の関係も、笹川の言説や、後に流行会の会員となる塚原洪柿園「時代と服装及其調和」（『流行』明治41・1）等において強く主張されている点だ。こうしたパラダイムの中で特異なのは二葉亭四迷「露国の流行と我国流行の前途」（同、明治41・3）で、衣服の国民性を保守する立場に立つ点においては前に挙げた言説と大きな差異を有してはいないが、階級制度が浸透した状況において階級を越えた流行への追随が失われているロシアを比較対象とし、日露戦後の日本で「流行変遷の急激なるは、悲観すべき将来を招く因」であり、「貧富の懸隔」と「階級の区画」は「上下押並べて、『流行』に連れるてふことはなし能はざるべし」ことを指摘する。流行と階級との関係性は、タルドやロッシ、ヴェブレン等の流行論の前提であり、流行が階級差の希薄な社会に生成されることは藤井健治郎も指摘したことだが、二葉亭の特異性は、流行が一部の階級に限定されたものとなっているロシアや日本の現状を危惧している点にこそあるだろう。

ともあれ、明治40年代の言説空間が流行という現象を分析、思考し始めたこと、言

いかえれば、その分析の実践故に対象としての流行の存在が確保され、可視化されるということ、そしてそのような知のあり方が国民、あるいは国家の問題と接続される形で維持されているということが確認され得る。すなわち、日露戦後という状況の中で、流行を現象させる日本の国力こそが問題とされており、高島平三郎が所属した三越の流行会は組織として体系的にその問題に取り組んだ重要な装置であった。それは、「流行に移りにくい頑固の国民は文明が進んで来ない」という認識や、流行の力によって「世界を日本化して行かなければならぬ」という高島の発想に集約されていると言えよう。冒頭に記したような意味内容を抱えた日本語としての「流行」は、藤井健治郎や高島平三郎らによって欧米の Fashion や Mode といった概念を孕みつつ再編されていくが、それは、「文明」の内面化を経過して、日露戦後には、世界を日本化するという覇権への欲望として反射されていくプロセスでもあるのだ。

2. 森鷗外「流行」

このような流行論の生成の中で、やはり流行会の会員であった森鷗外の「流行」（『三越』明治44・7）は発表された¹⁴⁾。この短編小説は、使用する商品や人物、デザイン等々がそのまま流行になっていくことで流行をつくり出している男（「主人」）を「己」が訪問するという物語がその中心を占める。テキストは、末尾で、その訪問が「己」の見た夢であることが明かされ、夢から覚めた「己」が、机の上の小包を開けてみれば W. Teignmouth の “D’Orsay or The Complete Dandy” という新刊書が入っていたという記述によって閉じられる。この小説は、これまでも山崎国紀¹⁵⁾、神野由紀¹⁶⁾、酒井敏¹⁷⁾、相模久美子¹⁸⁾らによってその中の鷗外の意図を中心に論じられており、例えば酒井は「流行現象を擬人化してしまう鷗外の認識」に「大衆（マス）の存在に対する鈍感さ」を読み取ったり、相模は、テキスト末尾の “D’Orsay or The Complete Dandy” という書物との関係を丹念に調査している。相模が指摘しているように、流行をつくり出す主人の姿は、アルフレッド・ドルセイという人物がモデルとなっているようだが、本稿では藤井や高島の流行論とテキストの関係と、主人の姿が「己」の見た「夢」であったというその記述に注意を向けたい。これらは、「夢」の中に現れ出た「己」の欲望の発露として捉えられるべきなのである。

鷗外の「流行」は、三越呉服店のPR誌『三越』に掲載された。この小説は、三越で販売される商品を紹介し、宣伝していく記事がその雑誌の多くを占めるような場に掲載されたわけだが、既に同時代の流行論が指摘していたように、ある事物が流行として現象するには、こうしたPR誌のような広告的媒体が果たす役割は不可欠であるということは言うまでもない。広告と流行の関係性や、心理学、社会学を導入して分析された流行の原理をめぐる思考に比して、この小説の「己」の「夢」に表れた流行現象のメカニズムは、酒井敏がそこに「鷗外の認識」の「鈍感さ」を指摘したように、荒唐無稽なも

のであるとも言える。しかし、ドルセイの逸話をモデルにした、「主人」がある事物を用いればそれが流行になっていくという認識は、ある事物が流行のそれであるかのようにPR誌のような媒体の中に表象されながらも、結局それが実際の流行に転化するかどうかは予測不可能であることに付き纏う、事物が商品化される際の不安を、根こそぎ解消していくような認識でもあるのである。主人のもとに売りたい商品や、流行らせたい事物を持参し、主人に使用してもらえばそれが商品としての価値を持つのみならず、必ず流行の商品となるという保証があるならば、この小説を掲載したPR誌や、広告などの媒体の必要性は一切なくなるからだ。その流行の保証のもとに主人に手渡される賄賂と、何が売れる商品であり、何が流行となるのかが分からない不安を抱えたままその広告や販売戦略を行うのに要するコストとの間に、果たして金銭的な差額があるのか否かは知る由もないが、商品を流行の波に乗せようとする商人たちは、流行という現象がその贈与の金額を上回るだけの利潤をもたらす見通しがあるが故に主人に賄賂を贈与しているとは言えるだろう。ならば、そのような利潤をもたらす流行の保証がなされている点において、この主人の存在は、自身の身や事物を商品化する者にとってはまさに〈夢〉であるに違いない。この小説が掲載された媒体が三越のPR誌であったことを再び想起すれば、この〈夢〉は三越側の〈夢〉として捉えられるものなのかもしれない。

ただし、この〈夢〉も、主人のもとに事物を持ち込み、使用してもらえば、無条件にそれが商品となり、流行のそれとなるような〈夢〉ではないようだ。例えば、主人は「まづい料理を持って来りやあ、何千円持って来ても、食つて遣やあしない」という「モラル」を持っていると同時に、ある商品と流行との一定の調和を越えた金銭の贈与に対しては、困惑し、嫌悪もしているからである。とすると、「己」の「夢」におけるこうした主人の「モラル」とは、主人に手渡される賄賂の金額や、主人の感覚のもとに判断されるその商品の質と流行の度合いとが、そう大きくかけ離れることはないような調和への期待を表象していることになるだろう。この「夢」の中では、そうした商品の質の度合いと、その商品の流行への転化の度合いをめぐる安定した構造が欲望され、また、ある事物が流行の商品に転化するその因果関係が、主人のその事物の使用や、主人のその事物に対する好悪という感覚として明確なものになることが欲望されていることになる。これらは自身の身や事物がいかほどの商品となるかを不安に思いながらもそれに金銭の数値に置き直される価値を付与していく者にとっては、やはり〈夢〉であるのだろう。

このような形で主人という身体の中に流行の淵源を見出していく「己」の「夢」は、前掲した同時代の流行論の〈夢〉とも重ね合わせられていく。例えば、主人が屋敷で使っている使用人は「小さい黒ん坊」や「金色の髪の上に白い小さいキャップを載せて、吭の下まである白い前掛をした西洋人（注 アイルランド人）の女中」たちであり、主人はこれらの使用人たちには英語で話しかけ、主人を訪問した「己」とは日本語で会話をしている。主人は、アイルランド人の女中について、「アメリカではもう流行り已んだ

頃なのだが、これからこつちで流行り始めるのだ」と「己」に説明しているが、この説明の通り、19世紀後半から20世紀初頭のアメリカには多くのアイルランド人女性が渡り、工場労働者や女中として働いていた¹⁹⁾。言うまでもなく、アイルランド人女性や黒人男性を使用人として雇うことが日本で流行したという事実はなく、ここには語り手である「己」の「夢」として流行と国家をめぐる欲望が表象されていることになるだろう。それは、黒人男性やアイルランド人女性を雇用するポジションに「年は三十と四十との間」の主人、すなわち壮年期の日本の男性が立つということ、高島平三郎「流行の原理」の表現を借りれば、日露戦後のパワー・ポリティクスの中で「其国の実力が又大に流行の根本を為す」ことを前提にした、「世界を日本化して行かなければならぬ」ことに対する欲望だ。故に、ゴシック様式の廊下、アール・ヌーヴォーの模様のある座敷、ルネッサンスの食堂と、「間毎に様式を換へて立ててある」主人の屋敷は、それらの様式がもともとは西洋のデザインであるにも関わらず、日本人である主人の流行の管理下に置かれることになるのである。西洋の欲望の模倣を媒介とした、覇権への主体的な欲望が形成されていくプロセスは、日露戦後に発せられた藤井、高島の流行論のみならず、鷗外の「流行」にも及んでいるのだ。ただ、「世界を日本化して行かなければならぬ」という声高な高島の主張と、「流行」という小説の中で示される覇権への欲望が文字通りの「己」の「夢」と終わっている表象との間には、聊かの差異があることは言うまでもない。

ともあれ、このような「夢」を見る「己」とは、この小説の掲載の場である三越側の欲望を内面化している人物であるとは言えそうだが、「己」の「夢」の中に現れ出る「三越」は、その商品が流行のそれへと安易に転化することを欲望しているが故に、その表象こそが「己」の「夢」の外にある三越を揺さぶっていくことにもなるのだ。「己」の「夢」の中で、「馴れた人間を使ふことの出来ない」くらいの使用人や、続々と持ち込まれる商品を素早く使用し、流行の保証を与えていく主人の姿は、まさしく過酷な販売競争から生じる消費社会の流行の速度を表象しているが、その中で、他の商売人と同様に流行の保証を得るべく主人に何枚もの百円札を手渡す「三越」の店員の姿は、この「己」の「夢」を掲載する三越の姿へと結び付けられていくような表象でもあるのである。すなわち、「己」の「夢」の中で主人に賄賂を渡す「三越」の店員の姿と、それから想起される、流行をつくり出すことに多額の資本を注ぎ込む三越の様相との連結が、まさにPR誌という三越内部の場において生成されていくことになるのである。また、「三越」の高次のレベルに主人の存在を想定したこのテキストは、流行発信者としての三越を相対化するようなまなざしを呼び起こすと共に、PR誌内外のテキストの中に既知の固有名として無前提に布置されていくその記号性を一旦留保していくような力学を内包していくことにもなるだろう。

加えて、この「己」の「夢」がそう単純でないのは、前述した主人の姿とその「モラ

ル」が表象されながらも、その主人の姿を見た「己」の「モラル」も同時に呼び起こされている点にも表れている。「己」の「モラル」は、主人が賄賂を受け取る場面を目にする毎に喚起されており、それは、商品の購入と使用にあたって、その代価を支払うことを共通のルールとするような貨幣経済のシステムを内面化するところに発生するような「モラル」であるという点において、主人のそれとは全くレベルの異なるものだ。「己」の「夢」の中におけるこの二つの「モラル」の差異は、そのまま流行に対する価値の差異を表象しているが、そのような全くレベルを離れた二つの「モラル」が同時に「夢」として表象されているとするならば、この小説は、「夢」としての主人の姿をその内部からズラしていくような力学を併せ持っているとも言えるのである。そして、そのいずれの「モラル」も、それとして固定化されるような「モラル」として表象されることはないのである。

森鷗外の「流行」とは、「己」の「夢」におけるそうした一連の表象と、三越のPR誌という場との関係性の中で、その位置と批評性が絶えず揺らぎ続けるような小説なのだ。

ちなみにPR誌『三越』の内部で流行を問題とした鷗外の小説には他に「田楽豆腐」（『三越』大正元・9）があるが、ここでは木村という作中人物を通じて流行に対する距離が表象されている。例えば、木村は「麦稈は麦稈だから好い。パナマでない物がパナマと見えるのは困る」と、大量生産される安価な「まがひ」の商品、つまり「静岡パナマ」というイミテーションを嫌悪している。前掲した藤井健治郎は、流行伝播の一つの条件として「経済事情及び技術の発達」を挙げ、「技術の進歩」を「模造品、又は贗造品の巧みに出来ること」としたが、「静岡パナマ」というパナマ帽の模造品を嫌悪する木村は、大量生産技術と国力との連動を重視する藤井のような発想を内面化しておらず、商品のアウラを信奉する人物として表象される。しかし、無論そこに流行と国力との連動に対する批評性が孕まれているということではなく、「労働者の被る」麦藁帽子を「品の好い帽子」として認識し、階層差による商品の分節化を「日を除けるために夏帽子を被る」という徹底的な使用価値の中に無化していくような表象があるだけだ。さらに、使用価値を重視する木村と流行との距離は、「鉢巻は丁度一巡して元に戻つた」と、流行は循環するという同時代のクリシェの中に鉢巻の広狭を繰り返す夏の帽子を認識しようとしていく表象において、現象として流行に対する認識の強度を孕むものではないだろう。

おわりに

大正2年8月、三越は賞金総額三千円を懸け、懸賞文芸作品の募集を行うが²⁰⁾、明治40年10月の懸賞の折には設けられなかったジャンルとして、「流行の将来」か「三越論」を扱った論文を募集している。一等は百円、二等五十円、三等三十円の賞金で、選者には流行会のメンバーである高島平三郎、横山健堂、角田浩々、斉藤隆三、菅原教造

があたっており、応募数は九十八を数えた。その中で一等を獲得したのは、当時鹿児島
の川内中学校の教員をしていた手塚小南という人物で、投稿を趣味とするローカルイン
テリであったらしく、お伽噺のジャンルでも三等を獲得している²¹⁾。そして、二等を獲
得したのが菊池寛一郎、すなわち菊池寛だ。菊池寛の回想によれば、当時はいろいろな
学校に出入りを繰り返した貧乏時代で、懸賞には常に応募し、三越の懸賞で当選したこ
の論文は「なかなか名文」であり、手に入れた賞金の半分は結婚する妹に与えたという。
また、久米正雄が懸賞に応募し、落選した事実にも触れている²²⁾。

「流行の将来」を論じた手塚小南は²³⁾、「還元的流行」ではなく、「進化的流行」を望
み、流行は「総合的尚向の流れ」であるが故に、流行の将来を語るには「国民趣味性」、
「時代思想」、「時代の文学美術」によって構成される「時代趣味」を明らかにしなけれ
ばならないという。また、流行は、「群衆心理の理法」によって支配されるとしており、
この手塚の論考にもル・ボンの概念が用いられていることが確認できる。

この手塚の流行論が、前述した選者に評価されていく構造は見えやすく、この論文の
選者でもある高島平三郎の流行論がそうであったように、手塚のそれも〈国民〉の〈趣
味〉の問題として流行が把持されているという点において²⁴⁾、手塚に先行する流行論の
反復以上の要素をここに見出すのは難しい。興味深いのは、「時代思想を最も鋭角的に代
表し標示するものは其の時代の美術であり文学である」という論点だが、「観照的態度」
や「実生活の再現」を特長とする近代文学と流行との接点が〈新〉にあるという以上に
その論理が展開されることはない。

先行する流行論の反復という点においては、同じく「流行の将来」を論じた菊池寛の
論考においても同様で²⁵⁾、時代には「時代精神」^{ツァイトガイスト}があり、時代精神から措定される
「時代趣味」^{ツァイトゲンユマツク}が「物に依つて現はれたのが流行である」という。その属性は「瞬間的」^{ツァンジトリー}
であるということ、その現象を引き起こすのは「好奇心」や「模倣心」であり、それら
を喚起するのが「暗示」^{サゼスチオン}であるということもありふれた分析でしかない。流行の将来
としては、その速度の高まり、^{サゼスチオン}「暗示」が変化していくこと、趣味性の支配を離れ、
社交上の必要と化していくことを予想しているが、とりわけ二点目の「暗示」^{サゼスチオン}の変化
に関しては、「三越の陳列棚は既に現代に対し多くの意識的な暗示」^{サゼスチオン}を与へた」という
陳列技術の戦略性を看破し、加えて、ドイツの批評家であるというギツイキーの「現今
の製造業は必要な人々に常に新しき必要を感じしめ然る後之を満足せしむることを意
識的に其目的となす」という分析を援用しながら、消費社会における必要性の創造につ
いて言及する。敢えて抽出するならば、「将来の流行の暗示」^{サゼスチオン}は自然的より意識的、人
工的に転ずること、すなわち〈必要ではないもの〉が流行の中に〈必要〉として認知
されていくような消費のシステムが、「人工的」、戦略的に形作られていくものであるこ
とに触れたこの指摘は、単なる言説の反復を逸脱したものであるとは言えよう。さらに、
菊池寛の言説では高島平三郎の流行論や森鷗外「流行」に見られた、流行と国民の趣味、

国家の欲望との結びつきは捨象され、ひたすら「人類」の問題として普遍化されており、その背後に大正教養主義の吸収を読み取ることも可能だ。あるいは、「私は愈々本題に云つて流行の将来を説かうとして居る」と、常に語る「私」を相対化する運動を孕みながら記述が展開され、「流行とは此の神秘的なる人生の大河に沿ふて滄々の小唄を歌ひながら初夏の野に歌ふ少年の心のやうに自由に流れ下つて居る一個の細流に外ならぬ」といったような神話的とも言える過剰な比喻を多用するのもこの言説の一つの特徴である。

ともあれ、明治末期から大正初期にかけての流行論を概観すれば、そこにタルドやロッセ、ル・ボン等の社会学、心理学の吸収があり、それらをふまえて流行と国民国家形成との連携の中にその意義が見定められていることになる。しかし、そこには現在の消費社会論や流行論の基盤をなす、自己表象と他者の模倣との間に生じる差異の戯れとしての流行や、必要性を創造する消費社会システム、あるいはメディアや交通の機能といった論点がいずれも既に出揃っていることが確認できる。日露戦争を境にした新中間層増大という社会状況の中、メディアを通じた一定の速度の獲得や、流行をめぐる知の言説の増殖によってその実定性を確保した流行は、1910年前後、単なる一過性のはやりの現象としての認識から、近代の流行、すなわち流行^{モード}としての認識へとシフトチェンジして行くのである。

註

- 1) 『日本国語大辞典』第二版(2002・1 小学館)等参照。
- 2) 土屋礼子「百貨店発行の機関雑誌」、「百貨店発行の逐次刊行物リスト」(山本武利・西沢保編『百貨店の文化史—日本の消費革命』平成11・12 世界思想社)参照。
- 3) 神野由紀『趣味の誕生 百貨店がつくったテイスト』(平成6・4 勁草書房)参照。
- 4) 京都大学百年史編集委員会編『京都大学百年史』部局史編1(平成9・9 京都大学後援会)参照。
- 5) 米田庄太郎「流行心理研究の大勢」(『心理研究』大正3・3)。なお、米田のこの論文は、当時、日本のアカデミズムの中で知られていた欧米の流行論を整理している。
- 6) 邦訳としては、「流行」(『文化の哲学』所収、1911 円子修平・大久保健治訳『ジンメル著作集』7 昭和51・6 白水社)、「女性と流行」(1908 北川東子編訳・鈴木直訳『ジンメル・コレクション』平成11・1 ちくま学芸文庫)がある。
- 7) 桜井成夫「訳者のあとがき」(ギュスターヴ・ル・ボン『群衆心理』桜井成夫訳 平成5・9 講談社学術文庫)参照。
- 8) 中島純一『メディアと流行の心理』(平成10・5 金子書房)参照。
- 9) タルドの理論を考察したものとして、中川早苗「G. タルド「模倣論」とT. ヴェブレン「有閑階級論」の再検討」(『家政学研究』昭和55・3)、横山滋『模倣の社会学』(平成3・4 丸善ライブラリー)、中島純一『メディアと流行の心理』(前掲書)等がある。

- 10) 中島純一『メディアと流行の心理』(前掲書) 参照。
- 11) 神野由紀(前掲書) 参照。
- 12) 高島平三郎が流行伝播の第三の条件として挙げている「同情」は、高島によれば、イギリスの心理学者ジェームス・サレーの言う「心的伝染」をふまえたものであるという。サレーの心理学は既に和久正辰によって『応用心理学』上下(明治20～21 牧野書房)が邦訳されており、その巻七第十七章「同情」の項目と高島の記述はほぼ一致する。
- 13) 『ロッセ社会心理学』(遠藤隆吉校閲、高部勝太郎訳 大正6・5 磯部甲陽堂)
- 14) 山崎国紀『『流行』及び『さへづり』の周辺——鷗外と〈三越〉の関係——』(『森鷗外研究』平成元・12)の調査によれば、鷗外の流行会への入会は明治43年11月と推測されるため、同年6月の高島平三郎の講演「流行の原理」は聴いていないことになるが、入会後の鷗外は会合で度々高島平三郎と顔を合わせている。
- 15) 山崎国紀『『流行』及び『さへづり』の周辺——鷗外と〈三越〉の関係——』(前掲)
- 16) 神野由紀(前掲書)
- 17) 酒井敏「鷗外と雑誌」(山崎国紀編『森鷗外を学ぶ人のために』平成6・2 世界思想社)
- 18) 相模久美子「鷗外「流行」論」(『文学』平成13・11)、同「鷗外「流行」論——補足と資料紹介」(『鶴見日本文学』平成15・3)
- 19) カービー・ミラー、ポール・ワグナー『アイルランドからアメリカへ 700万アイルランド人移民の物語』(茂木健訳 平成10・11 東京創元社) 参照。
- 20) 拙稿「三越刊行雑誌文芸作品目録——PR誌「時好」「三越」の中の〈文学〉——」(『同志社国文学』平成12・1)を参照のこと。
- 21) 『文芸の三越』(大正3・1 三越呉服店) 参照。
- 22) 三越石垣会編『三越講演集』第三輯(昭和2・3 三越石垣会) 参照。
- 23) 「流行の将来」(『文芸の三越』前掲書)
- 24) 高島平三郎は明治43年10月10日の流行会で「趣味の心理」という講演を行っている。その内容は『みつこしタイムス』(明治43・12)に掲載された。
- 25) 「流行の将来」(『三越』大3・8)

なお本稿は、平成16年度日本学術振興会科学研究費補助金(特別研究員奨励費)による研究成果の一部である。