



タイトル Title	日本の百貨店における英国フェアのはじまりとその歴史的過程：東京の英国博覧会（1965年）および英国週間(1969年)を中心に(Beginning and Historical Development of the British Fair in Japanese Department Stores:A Focus on the British Exhibition, Tokyo (1965) and British Week, Tokyo (1969))
著者 Author(s)	細見, 和美
掲載誌・巻号・ページ Citation	国際文化学=Intercultural Studies Review,34:92-116
刊行日 Issue date	2021-03-26
資源タイプ Resource Type	Departmental Bulletin Paper / 紀要論文
版区分 Resource Version	publisher
権利 Rights	
DOI	
JaLDOI	10.24546/81012643
URL	http://www.lib.kobe-u.ac.jp/handle_kernel/81012643

日本の百貨店における英国フェアのはじまりとその歴史的 過程—東京の英国博覧会(1965年)および英国週間(1969 年)を中心に—

Beginning and Historical Development of the British Fair in Japanese Department Stores: A Focus on the British Exhibition, Tokyo (1965) and British Week, Tokyo (1969)

細見 和美

HOSOMI Kazumi

Summary

This study examines the historical background of the British Exhibition, Tokyo (1965) and British Week, Tokyo (1969), because it is important in order to consider the beginning of the British fair in Japanese department stores.

Japan and Britain mended their strained relationship after the war, and concluded the Anglo - Japanese Commercial Treaty of 1962, a new milestone in trade between the two nations. As a result, the British Exhibition was held in Harumi area of Tokyo. Britain emphasized not only the economic goal of expanding exports to Japan but also the cultural purpose of using the British Exhibition to promote the splendor of Britain among the Japanese people. Because of the exhibition's success, the British Embassy planned a large-scale British Week event to bring the cultural side to the front of the exhibition.

The British Embassy focused on the sales power of British products in department stores and the positive result of holding exhibitions at their halls. Furthermore, the sponsorships secured from all the department stores in Tokyo was key to the success of British Week. Therefore, the British Embassy promised to fully support the purchase of British products and the contents of the exhibition, and the department store sponsorships worked as planned. The relationship with Britain, built through the active mediation of the British Embassy, laid the foundation for subsequent the British fair offering in department stores.

キーワード

英国フェア、百貨店、英国博覧会、英国週間、英国大使館

I はじめに

日本の百貨店には、催事場で英国からのさまざまな輸入品を販売し、イベント、講演、レクチャーを通じて英国の歴史、文化、ライフスタイルを広く紹介する英国フェア（三越では英国展）という催事がある。東京の日本橋三越本店は1965年から2013年までは隔年、それ以後は毎年開催し、大阪の阪急うめだ本店は1970年から50年の間、毎年開催されており、年に一度の英国フェアを楽しみに全国からのファンがやって来る。コロナ禍に見舞われた2020年におけるこの2つの百貨店の英国フェア（英国展）は、店舗での規模をやや縮小し、オンライン開催と並行する形であったが、売り上げは好調だったという。

近年、百貨店の売上げが低迷する中、英国フェアが長く続いてきた理由や現在も人気催事として顧客から支持される理由を知るためには、まずその本質を探るため、原点に迫る必要がある。三越の最初の英国展は、1965年9月に東京・晴海で開催された英国政府のバックアップのもと開催された英国博覧会に協賛したものである。一方、阪急は東京の数寄屋橋店で、1969年9月に英国フェアを開催しており、これは大阪のうめだ本店よりも1年早い開催で、英国政府主催の東京で開催された英国週間に協賛したものであった。いずれもそのはじまりは、英国の博覧会に協賛したものであるということになる。

そこで、本稿では日本の百貨店の英国フェアのはじまりに関係した1965年に東京・晴海で開催された英国博覧会と1969年に東京で開催された英国週間に焦点をあて、開催の経緯、目的、イベントの内容と特色、百貨店が協賛した理由、各百貨店の英国政府主催の展覧会の内容を調べ、日本の百貨店史においてまだ解明されていない英国フェアの歴史的起源について明らかにしたい。

II 先行研究

検討すべき先行研究の一つ目は、志賀健二郎の『百貨店の展覧会』（筑摩書房、2018年）である。戦後から1980年代までの東京都心の百貨店の行った展覧会を、年代毎の社会背景とともに分析し、百貨店が展覧会を開く意義について考察した貴重な文献である。

「海外フェア」の項目で、1965年、東京・晴海で開催された英国博覧会とそれに協賛した三越の「英国展」および西武の「小泉八雲展」、さらに1969年、東京で開催された英国週間に、東京の13の百貨店が協賛し、英国政府主催の展覧会とともに英国商品を販売する英国フェアを行ったと述べられている。志賀作成の表「1969年の英国フェア関連展覧会」¹⁾には13のうち9つの百貨店しか記載されていないものの、筆者は、これらから英国フェアのはじまりについての示唆を与えられ、展覧会の概要を把握することができた。しかし、志賀は1960年代に日本が貿易・為替の自由化に踏み切り、海外の製品を販売する海外フェアが各百貨店において活発に開催されるようになった例として、これらの展覧会を扱っており、

英国フェアのはじまりを論証しているわけではない。そのため、日本の百貨店の英国フェアのはじまりを明らかにするためには、この文献から得た情報を整理した上で、1965年と1969年の2つの博覧会の内容を吟味し、百貨店が博覧会に協賛した理由や英国政府が展覧会を主催することになった経緯を調査することが必要である。

二つ目の重要な先行研究は、クリストファー・オルダスの「第15章 英国衰亡をかくす仮面かその刻印か：日本におけるブリティッシュ・カウンシルの文化外交（1952-1970年）」菅靖子訳、細谷千博、ニッシュ、イアン監修『日英交流史1600-2000 5. 社会・文化』（東京大学出版会、2001年）である。戦後日本でのブリティッシュ・カウンシル立ち上げから、1965年の英国博覧会、1969年の英国週間でのブリティッシュ・カウンシルの文化事業の成功までの経緯について書かれており、戦後の英国の日本観が文化交流や貿易をすすめていく上で障害となっていたことと、それがブリティッシュ・カウンシルや歴代の駐日英国大使の努力、さらに日本の経済発展で解消されていくことが年代を追って述べられており、英国側の状況を理解するためのきわめて有用な研究である。1952年に設置されたブリティッシュ・カウンシル日本支部は行き詰まった状況下に置かれていた。英国に反日感情が蔓延し、米国による日本の文化支配が進む一方、今後、共産主義国が主導力を持つかもしれないという危惧があり、日本における文化プロパガンダは非生産的であったからだ。そのような状況下においても、初代支部長 R.A.クローズは「日本における英国生産物の販売促進、および英日間の長期的かつ有益な政治関係の維持という二つの活動を平衡させようと努力した」²⁾という記述があり、文化交流が経済や政治に良い影響を与えるというブリティッシュ・カウンシルの意図が読み取れる。この文献には、英国博覧会や英国週間での見本市や百貨店については記述されていない。しかし、戦後、ブリティッシュ・カウンシル日本代表や駐日英国大使が経済と文化の両方の側面から日英交流を促進することを訴え続けたことが明示されており、本研究では、特にこの点を重視し、1965年の英国博覧会や1969年の英国週間と百貨店の英国フェアの開催に深くかかわったと考えられる駐日英国大使および駐日英国大使館の働きにも注目する。

III 1965年の英国博覧会

3.1 日英貿易の拡大をめざして

東京・晴海の国際見本市会場で、1965年9月17日から10月3日の17日間、出品額100億円、出品数2000点、開催費20億円の英国博覧会が行われた。主催は英国の財団法人・海外英国博覧会、後援は英国商務省、英国商業会議所連合会、英国工業連盟で、この英国博覧会は英国を代表する一流企業が、日本での販路拡大を目指して、自社製品を紹介する見本市の性格をもつものであった。1954年にイラクのバグダッドで第1回が開催されて以来、東京で12回目となる博覧会であった。これは前年の1964年にオーストラリアのシドニーで開かれた過去最大規模の博覧会に匹敵するもので、西欧の一国が日本で開く博覧会としても過去最大のものとなった³⁾。

この博覧会の第1の目的は「日英貿易の拡大」であったことは、来日前のダグラス・ジェイ商務大臣が朝日新聞のインタビューで「英国の対日輸出額は、総輸出額の1%、日本の対

英輸出額も2%台にとどまっているため、高い工業水準をもつ両国はお互い自由化に努力して、日英貿易の比重を高める必要がある。」⁴⁾と述べたことから明らかだ。この頃の英国は、国際収支の赤字から「ポンド危機」と呼ばれる状況が続き、ようやく回復の兆しがみられるようになったものの「ポンドを守り、輸出を拡大する」という課題が目の前にぶら下がっていたのである。一方、日本は1960年からの高度成長の真っただ中であつた。

そうした背景から、この博覧会にかける期待は大きく、参加企業は500社以上、商務大臣を筆頭に350人の英国一流財界人が来日し、9月21、22日には、英国工業連盟首脳が日本の経団連と日英経済合同会議を開くのも日英貿易拡大を目指している証であつた。博覧会のキャッチフレーズは「原子力からウイスキーまで」で、出品物は、英国が世界に誇る最新の工業機械から食品まで充実したラインナップであつた⁵⁾。

では、商品を売り込むための見本市をしたのかということそうではない。英国博覧会専務理事のW・P・エドワーズは、「スコットランド・レジメンタル・バンド⁶⁾の華麗な演奏、新作映画などのアトラクションや「英国民主政治史展」、「英国発明展」なども開きます。これらを全部みれば英国産業の最新の知識から“国王は君臨すれども統治せず”という英国民主主義のもとにおける英国国民の生活、文化がわかってもらえると思います。」⁷⁾と強調している。この言葉が示すように英国博覧会の第2の目的は「英国文化への理解」である。

エドワーズの発言は、英国博覧会で日本人が歴史や文化を知ること、日英相互理解をすすめる、両国の貿易の進展につなげるという英国の姿勢を代弁したものであつた。

次の節では、英国博覧会がどのようなものであつたかを述べる。

3.2 東京・晴海での英国博覧会

英国博覧会には英国王室からの参加が恒例となっていたが、東京・晴海の見本市会場では、1961年の来日で人気のあつたアレクサンドラ王女が開会宣言を行った。入場料は大人200円、子ども・学生150円、当時の映画観賞券が大人350円だったことから考えると、安い値段設定といえる。(表1)には、晴海会場の主な展示物をまとめた。

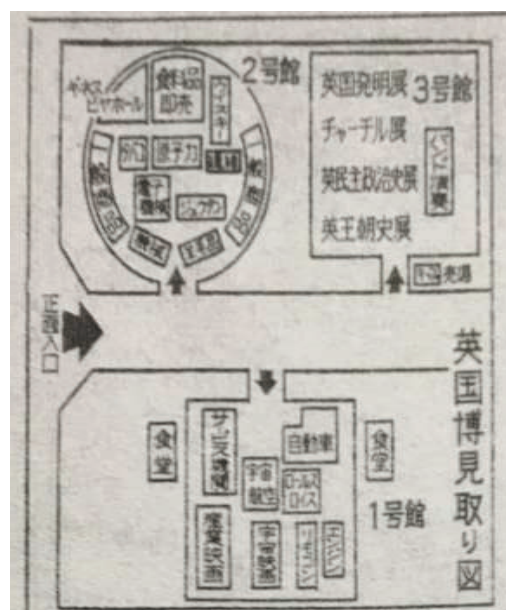
(表1) 英国博覧会・晴海会場の主な展示物

	出品業界、出品物	実物、模型などの展示物
1号館	自動車業界(乗用車ロールスロイス、オースティン、モリスなど)、エンジン、石油、宇宙航空工業界8社、航空関連機器製造業58社など重工業、サービス関係(保険、銀行、海運、航空)など	YS11機使用のロールスロイスエンジン、ホーバークラフト、超音速航空機コンコルドの模型など模型各種、産業映画の上映
2号館	英国原子力産業関係29社、英国毛織物輸出協会、英国敷物輸出協会100社(毛織物服地 カーペットなど) 産業機械(農業機械、工作機械、包装機械)スコッチウイスキー 紅茶、ジャム、菓子など食料品40社、バイブ、化粧品など	東海村原子炉の動く模型、新型炉の模型、服地で塔を表現、たばこ自動包装機実演(記念たばこ「TOKYO64」が1分間に2200本製作) 純英国風パブ(ギネスビール、ウイスキー)
3号館	「輝く英国の歩み展」として4つの展覧会 「チャーチル展」「英国王朝史展」「英国民主政治史展」「英国発明展」	スコットランド軍楽隊バグパイプの演奏
その他	・アレクサンドラ王女夫妻来日 ・スコットランド軍楽隊演奏(晴海会場で毎日一回パレード他) ・ロンドン2階建てバス(晴海一池袋間1日2往復) ・特別親善展(百貨店などで各種展覧会)	・科学者講演(ノーベル化学賞受賞者他) ・ビンテージ・カー・ラリー(晴海会場) ・チャーチル肖像切手販売 ・ミス・ワールド来日

出所)朝日新聞1965年9月15日夕刊6-7頁。読売新聞9月16日夕刊3頁より作成。

1号館、2号館の展示物からは、この博覧会が生産財に力を入れていたことがわかる。展示場では、英国企業が業種ごとに集められ、ブース毎に自社製品を展示するという見本市の形をとっていた。

(図1)は毎日新聞に掲載された英国博覧会の見取り図である。博覧会は、晴海の見本市会場の1号館から3号館を使って行われた。見取り図を参考に会場を順に見ていくと、1号館では、この博覧会開催中の10月1日から、日本で乗用車の貿易自由化が行われることになったため、1700万円のロールスロイスから140万円のミニ・クーパーSまで、高級車、大衆車、スポーツ車約20種が会場に入って左側を占めた。豪華なラインナップで、カーマニア、家族連れが多く集まり人気のコーナーとなった。航空宇宙工業界とその関連機器会社からは、約10億円をかけての出品となった⁸⁾。航空機に使用されるロールスロイスのエンジンの他、超音速旅客機コンコルド、ホーバークラフトなど話題性の高い模型が展示された。



(図1) 英国博覧会見取り図

『毎日新聞』1965年9月15日、朝刊23頁より抜粋。

2号館では、英国が力をいれる原子力産業の紹介を中心に、英国伝統の毛織物生地やカーペット、英国の技術水準の高さを示す機械類が多く展示された。たばこの自動包装機のデモンストレーションが行われ、その場で作って売られるたばこが人気を集めたほか、紅茶、ジャム、キャンディなど食料品の展示・即売も好評で、一日200万円の売上げを記録した日もあったということだ⁹⁾。この会場では、中央にロンドン名物のガス灯を表現した毛織物の服地で装飾された塔が立てられ、ウェストミンスター寺院の大写真を背景に、ビッグベンの鐘の音が時々鳴る中、ビールやウィスキーを楽しめる純英国風ギネスバーも開設された。主催者である英国側が、当時日本ではまだ海外旅行に行ける人々が少なかったことを考慮して、各所にロンドンの雰囲気を味わえるよう工夫していたことがわかる。

3号館では、「輝く英国の歩み展」と題して4つの展覧会が開かれた¹⁰⁾。「英国王朝史展」「英国民主政治史展」「英国発明展」は、英国王室の歴史と役割、英国民が民主主義を確立した歴史を紹介し、さらに学術と産業の面で英国がどのような成果を収めているかを説明したものであった。4つの展覧会の中心をなしたのは「チャーチル展」で、チャーチル自筆の絵画¹¹⁾や愛用していた材料、往時をしのぶ写真など多岐にわたって展示され、軍人、政治家、ジャーナリスト、芸術家として活躍したチャーチルを知ることができた²⁸⁾。チャーチルをテーマとしたのは、戦後、ノーベル文学賞を受賞し、日本の皇太子や吉田茂元首相との交流でも知られる¹²⁾など日本でも尊敬を集めていた人物で、日英親善を目指す展覧会としてふさわしいものと考えられたからであろう。この「チャーチル展」は人気だったようで、

1969年の英国週間の時にも、新宿伊勢丹の英国フェアで「絵筆をとる宰相：チャーチル展」として開催されることになる。3号館では展覧会のほかバグパイプの演奏もあり、専務理事エドワーズの言っていたとおり、入場者は1号館から3号館まで巡ることで、英国の文化を五感で楽しみ、英国の輝かしい歴史を見て学ぶことができたのである。一日の入場者がこれまでの英国博覧会で最高の10万人を記録したことや会場の入場制限を行ったという新聞記事¹³⁾から、その人気ぶりをうかがい知ることができる。

3.3 英国博覧会に協賛した百貨店

東京都内のいくつかの百貨店や専門店が、英国博覧会の協賛という形で、英国商品の販売コーナーを設け、特別親善展(表2)として展覧会を開いていた。ここでは、協賛した百貨店の展覧会の内容や商品について述べることにする。

(表2) 特別親善展

店名	場所	開催日	展覧会テーマ
日本橋 丸善本店	3階画廊	24日まで	英国のニュータウンとその生活展
三越	7階	19日まで	ザ・タイムズ(ロンドン)と日本展
三越	7階	26日まで	中世近世宮廷衣裳特別出展
そごう東京店		16~28日	英国工業地区写真展
日本橋 丸善本店	3階売場	17~10月2日	英国政府刊行物および英国作家の作品と評論特別陳列
西武	7階	17~29日	小泉八雲展
銀座 松屋	7階画廊	17~29日	英国水彩画・素描展
銀座 松屋	7階美術画廊	17~29日	英国陶芸展
銀座 松屋	デザインギャラリー	17~10月13日	英国デザインセンター・ショー'65
銀座 和光		17~10月3日	英国金銀宝飾品特別展示
築地 都中央卸売市場		20~25日	東京-ロンドン 魚市場美術展

出所)『朝日新聞』1965年9月14日、朝刊10頁、9月15日、夕刊7頁より作成。

三越は「英国展」と銘打っての開催で¹⁴⁾で、中心の展覧会は、日英修好100年および英国博覧会協賛の「ザ・タイムズ(ロンドン)と日本展」(主催:朝日新聞・ザ・タイムズ、後援:英国大使館・外務省・日英協会・BOAC)である。日本に関するザ・タイムズの記事を50数枚のパネルで展示、修好条約締結(1858年)以来の日英関係の資料を100点余り、18~19世紀の家具、ウィリアム・シェークスピアとジョン・ラスキンの原稿、ラフカディオ・ハーン(小泉八雲)の原稿と遺品、バッキンガム宮殿、ロンドン塔、トラファルガー広場の模型などが展示された。三越劇場では英国映画の上映、屋上ではスコットランド・レジメンタル・バンドの演奏、英国自動車フェアも開かれた。日英修好100年の展覧会を1965年に開催したというのは、少しずれた感が否めないが、多彩なイベントを用意し、英国文化の粋を顧客に楽しんでもらえる工夫が随所になされたものだった。

商品は、服地、日曜雑貨から調理器具、食品、マークス&スペンサー社の服飾雑貨が販売された。豊富な品揃えだが、三越らしい高級感はなく、催事ということで、いつもの顧客以外のより多くの人に来てもらうことを狙ったのではないかと考える。

次に、池袋西武は、「小泉八雲展」¹⁵⁾(主催:日本経済新聞社、後援:財団法人日本近代文学館)を開催した。出品内容は、書斎の復元とその遺品、『怪談』『神国日本』の原稿、書

籍・論文・講義集・翻訳文献など、小泉八雲の業績を広範囲にわたり紹介するものだった。

商品展は「霧の都ロンドンの格調を集めて 英国フェア」というキャッチコピーのとおり、百貨店各階で、英国からの紳士・婦人スーツからスコッチウイスキーまでが販売され、ロンドン・バザーと称して安い品を売る一方、ピサコーナーという英国の一流品を集めたコーナーを7階会場に設けた。また、西武が二階建てバスを百貨店のある池袋と晴海の見本市会場の間を運行させたことは注目に値する。東京都心から交通の便が悪かった晴海まで、客の便宜をはかり百貨店に客を運び入れる効果があった。二階建てバスが来たのは日本で初めてのことで、チケットがすぐなくなるほどの大人気だった¹⁶⁾。展覧会のテーマ「小泉八雲」は、英国フェアのテーマとして、どこか場違いな感がある。ハーンの父親がイギリス人であることや多くの著作があり、没後60年記念出版として『全訳小泉八雲作品集』¹⁷⁾が出されるなど知名度が高かったことに加え『怪談』¹⁸⁾は1965年1月に映画が公開されるなど注目されていたからであろう。このタイムリーな話題の展覧会と人気の二階建てバスでの集客効果は十分あったと考えられる。

以上、三越と西武の「ザ・タイムズ(ロンドン)と日本展」と「小泉八雲展」を中心とした英国博覧会協賛の催しは、既に1965年段階で英国フェアの原型が出来上がっている。展覧会、全館での英国商品の販売、催事場での英国商品展、楽隊、高級車の展示などがそれぞれある。しかし、展覧会のテーマの選択は、英国博覧会協賛のために模索し、英国商品のラインナップもどこに照準を合わせるかが定かでなく、試行錯誤の段階だったといえる。

協賛した百貨店のうち、展覧会を開いたのは、有楽町そごう、銀座松屋であるが、そごうは、英国製の紳士用服地だけではなく国産服地を宣伝し、松屋は、新聞広告には展覧会と英国商品については何も掲載していない。一方、小田急百貨店は英国商品を展示即売し、商品を購入した顧客に晴海の英国博覧会の入場料を半額割引した。阪急数寄屋橋店の広告には、英国博覧会のチケットを持つ人に英国商品が当たると小さく書かれていた。日本橋高島屋¹⁹⁾と新宿伊勢丹²⁰⁾は、英国ファッションの広告を出しているが、英国博覧会協賛という文字はない。こうしたことから、東京の各百貨店は、英国博覧会を意識しながらも、各店独自に、参加形態を選択していたことがわかる。協賛の意味することも文字通り、趣旨に賛同して協力するということのようなのだ。それでは、三越と西武が力を入れたのはなぜなのか。

三越は1904年の「デパートメントストア宣言」と同時に経営を任された日比翁助が、三越を東洋のハロッズ(英国のハロッズ百貨店)を目指して百貨店づくりをしたことから、英国との関係は深かった²¹⁾。その象徴が百貨店玄関のトラファルガー広場のライオン像の複製である。また、戦前の早い時期から、展覧会に取り組み、輸入品を取り扱い、洋風のライフスタイルの紹介に力をいれていた。西武は、1955年に堤清二が店長となり、以後10年で赤字百貨店から脱却し、1966年には社長に就任する。堤はインタビューで、三越はともかく銀座松屋を目指していたという発言をしている²²⁾。展覧会の充実によって百貨店のステイタス向上と売上げ向上を目指していた時期であったと考えられる。

東京・晴海で行われた英国博覧会は、日本の閣僚のほとんど全員と皇室からの来場もあり、総入場者数は77万5000人以上に達した²³⁾。また、英国博覧会の間、ラジオやテレビといったメディアでは、英国があふれ、フランシス・ランドール駐日英国大使は「英日関係にとってとりわけ素晴らしい年」と評した²⁴⁾。この英国博覧会開催に至るまでの道のりは、戦

後の何人もの駐日英国大使にとって厳しい道のりだった。日英が戦った歴史から、両国はいくつもの困難な問題を抱えていたのである。それがどのように解決され、1965年の英国博覧会開催にこぎつけることができたのかを次の節でみていくことにする。

IV 戦後から英国博覧会までの日英関係

戦後の日英関係は、厳しいものだった。その理由は、まず戦争捕虜の問題に端を発する反日感情が英国で蔓延していたこと²⁵⁾、次に、戦後の日本の経済・文化の復興の要はアメリカ合衆国であったこと、最後に最も重要であった貿易の問題である。英国政府は輸出の領域で、競争相手であった日本に全く好意を持っておらず、信用のかけらもなかったのである。日本の経済的重要性も1950年代には、まだ確信するにいたってなかったのである。

しかし、1952年に日本との交流をめざしていち早く来日したブリティッシュ・カウンシルの日本初代支部長クローズは、赴任した段階で日本社会の特徴をつかんでいた。それは、当時の日本において「繁盛する書店」と「多彩な展覧会」にみられる「熱心かつ意識的な“文化”の追求」から鑑みて、日本が英国文化を受け入れる素地があるとする見解で、もっと英国文化を日本で普及させようと主張していたのである²⁶⁾。的確に日本社会を捉えながらも先に述べた英国の状況と日本に対する評価から、彼自身の考える日本での文化行事の遂行には至らなかった。この1950年代に美術展に限らずさまざまなジャンルの展覧会を開いて、多数の観客を集めていたのが百貨店であった²⁷⁾。

駐日英国大使館もブリティッシュ・カウンシルと同様、英国政府に日本の輸出相手国としての重要性を訴えたが、通商上の利害関係²⁸⁾から英国政府の理解を得るのは難しかった²⁹⁾。

この状況を打開することになったのが、池田首相のときの「所得倍増計画」の成功による日本の経済発展であった。1960年代にはいると、経済成長を続ける日本を目の当たりにし、英国の日本観が大きく変わるようになった³⁰⁾。

こうしたことを背景として、1961年11月14日、戦後初めて英国王室からエリザベス女王の従妹であるアレクサンドラ王女が国賓として、エリザベス女王の親書を携え訪日した。日本の皇室との緊密な関係を再開したいという意図によるものだった。アレクサンドラ王女に対する日本の皇室、政府関係者の歓待ぶりとはもとより、日本各地の訪問先で日本人々から熱狂をもって受け入れられたと報道された³¹⁾。これらのことにより、これまで日英関係の改善に腐心してきた英国大使オスカー・モーランド(在1959~63年)やブリティッシュ・カウンシル日本支部長E.W.トムリンは、アレクサンドラ王女の訪日が、日英関係の最良の出来事だったと1961年の年次報告書に記したのである³²⁾。

そして、ついに1962年11月14日には、日英の新しい貿易関係の幕開けを画する条約が締結されることになった。日英通商居住航海条約の締結である³³⁾。

英国は、戦後日本に対して厳しい差別的輸入制限を課してきていた。1955年に日本がガット(関税と貿易に関する一般協定)に加入した時にも、その承認を英国の内閣が拒否し、ガット第35条を援用して、協定を不適用とし、関税、輸入制限などで、厳しく差別を続けたのであった。これに対して、日本で反英感情が沸き上がったことにより、その対処策として英国側は日本との間に、通商航海条約を結ぶ用意があると説明したのであった。しかし、

1956年から始まったそのための交渉は、英国が特に輸入に関する規定に強く反対したこともあり難航したのである。7年にわたり交渉を続けた結果、1962年ようやく締結の運びとなったのであった。この条約が締結されたことにより、英国の貿易上の対日差別待遇が原則として撤廃された。また、英国は日本の輸入自由化の推進を大いに期待することになった。こうして、日英貿易は新たなスタートラインに立ち、1965年の英国博覧会の開催が準備されることになったのであった。

V 1969年の英国週間と百貨店の英国フェア

5.1 英国週間へ向けての英国大使館の活躍

英国博覧会の成功は、貿易額が約6,000万ポンドで、日英がほぼ均衡状態になり、商務省の担当者にとって満足なものとなった³⁴⁾。駐日英国大使館はこれまで以上に日英関係と対日輸出の改善に努力するようになった。さらなる日英貿易拡大へはずみをつけようとしたのである。

ランドール大使(在1963~67年)は、駐日英国大使館の商務経済部職員の増員を実現し、商務経済部専用の建物をつくった。そのおかげで日本市場開拓のために訪日するビジネス関係者の対応が可能になった。商務経済部は英国製品の対日輸出促進の最前線で働くことが求められた。ランドール大使のリーダーシップのもとに商務省、英国輸出振興会アジア委員会と連携関係ができていった。ランドール大使は、英国政府に日英の文化交流の重要性も訴えていた³⁵⁾。

次に着任したジョン・ピルチャー大使(在1967~71年)は、1936年~39年まで、日本での勤務を経験しており、日本語が堪能で日本文化にも精通し、英国の対日理解の改善に尽力した。大使館の仕事の中でも商務関係の仕事が重要になることを十分に理解し、大使館員の仕事をサポートした。英国週間が文化と抱き合わせの売込みの大きなキャンペーンをめざしていることをよく理解し、成功に向けて精力的に活躍したという³⁶⁾。

英国大使館は、日英双方の企業とかけあい、また、英国政府に働きかけ、英国週間開催費以外に販売促進のための資金も支払ってもらえるようにした。その結果、1000社を超える英国メーカーが参加し、英国政府は36万ドル、日本円にして3億円を支出し、英国週間史上最大の規模となる日本での英国週間の開催が実現したのである³⁷⁾。

こうして、1969年の英国週間は、1965年の英国博覧会を上回る大規模なものになり、以前にも増して英国企業と日本企業の協力関係が強化された。さらに、今回も商品売り込むだけでなく、文化の紹介を前面に打ち出し、商品も背景にある文化や歴史にからめて積極的に売り込むという手法を使うことになった。

5.2 1969年 東京の英国週間

英国のすべてを紹介する英国週間が1969年9月26日から10月5日まで東京で開かれた。この英国週間は英国商務省と英国輸出振興会(BNEC)が共同で主催した。商務省は駐日英国大使館、とくに大使館の商務部と英国週間事務局を通じて、一年半にわたって開催準備を進めてきた。一方、英国輸出振興会アジア委員会は、英国の消費財メーカーに、東京に

やって来て都内の百貨店、専門店などに対し販売促進活動を展開するよう呼びかけてきたのであった³⁸⁾。

英国週間というのは、1964年からヨーロッパを中心に開催されたもので、日本開催はちょうど10回目となるものだった³⁹⁾。これまでの開催を(表3)にまとめた。この表からわかることは、英国は戦後20年の間に、植民地を手放してきたことから、まずはヨーロッパの国々との貿易促進、次に当時、英国統治下の香港、コモンウェルスの一員であるカナダの都市トロントというように、開催には従来の関係と経済発展の度合いを考慮していたと考えられる。1969年に日本で開催することになった理由と方法について、英国週間事務局長として開催の一年半前に赴任したベン・ソーンは「英国週間立ち上げにおいて、最も重視したのは、敵対しない方法で、日本の保護貿易構造に少しでも隙間をあげることで、そのためには、まだ英国へ旅することのない一般の日本人々に、英国製品とライフスタイルの両方を知る機会を提供したいと考えたのである。」と述べている⁴⁰⁾。

これらのことから、英国週間は、貿易立国としての英国が、貿易相手国の状況を分析した上で、その国に応じて計画された一大キャンペーンであったことがわかる。

(表3) 英国週間の開催地

開催年	開催地
1964年	デュッセルドルフ・コペンハーゲン
1965年	アムステルダム ・ミラノ
1966年	香港 ・リヨン
1967年	トロント ・ブリュッセル
1968年	ストックホルム
1969年	東京 ・ウィーン

出所)『朝日新聞』1969年9月27日朝刊20頁より作成

それでは、次に英国週間がどのようなものであったか見ていくことにする。

東京北の丸公園にある日本武道館がメイン会場だった。英国政府及び朝日新聞社主催で「伝統と発展の英国展」という展覧会が行われた。武道館は、本来、剣道や柔道の競技会場として建てられたもので、このようなイベントで使うのは初めてのことだった。日本武道館を展示会場として使うためには、使用しない椅子席を見えないようにパネルや垂れ幕で囲み、展示物設置のためには、神聖な床を傷つけないよう細心の注意を払わねばならなかった⁴¹⁾。しかし、武道館をメイン会場としたのは、1965年の晴海会場と違い、東京駅に近く立地条件のよい、当時としては、屋根のある東京唯一の巨大な建物であったからであろう。また、1966年にビートルズの日本公演に成功した場所⁴²⁾であり、武道館の使用の難しさと効果の両方を英国大使館は知っていたと考えられる。そうしたことを踏まえて英国大使館はここに「東京の中の英国」を作り出そうとしていたのである。

館内に入り、特別に作られた階段を降りると、会場の中心には、トラファルガー広場が再現され、15メートルの高さのネルソン記念塔が作られ、その前には「ロードネルソン(ネルソン卿)」というパブが作られた。明治屋の経営で、本場のスコッチウィスキーが一杯150円で販売され、毎日の売上げが150万円を超える人気ぶりであったという⁴³⁾。まわりを見

渡すと、ビッグベン、セントポール寺院、ロンドン塔などが背景画として描かれ、音響効果として、ビッグベンの鐘の音や市内を往来する騒音まで流し、まるでロンドンにいるかのような雰囲気が出された⁴⁴⁾。展示場は「発明の国英国」⁴⁵⁾「英国グッドデザイン商品」⁴⁶⁾と続き、展示場「ブラウン家」は、英国の中産階級の家庭を再現したものだった。最後に「日英関係のコーナー」⁴⁷⁾があり過去数百年の日英の諸資料を展示した。江戸時代に徳川家康に仕えたことでも知られる英国人、三浦按針ことウィリアム・アダムスから始まる日英交流の歴史を見せる企画は、ビルチャー大使をはじめとする英国側の熱意によるものであったという。日英交流の歴史をより多くの人々に知ってもらいたいという思いの込められた展示であった。武道館の「伝統と発展の英国展」には、天皇、皇后はじめ皇室関係者、首相以下政府関係者も訪れ、入場者数は12万5000人で、大使をはじめ関係者は満足したようだ⁴⁸⁾。

武道館と同じ北の丸公園に新築された東京国立近代美術館の「ヘンリー・ムーア展」(主催:東京国立近代美術館、ブリティッシュ・カウンシル、毎日新聞社)では、英国が生んだ当時存命の現代彫刻の巨匠ヘンリー・ムーアの絵画、彫刻97点が展示された。「グレンキルの十字架」のような巨大な作品は屋外に展示され、見る人々を圧倒した。この展覧会はその後、日本各地を巡回したが、「ユネスコの横たわる像」「二つの部分からなる横たわる像」「王と王妃」などの大作は、金属の重量感となめらかで美しい独特のフォルムが印象的で、日本の人々の胸にヘンリー・ムーアの名を刻んだはずだ⁴⁹⁾。

この武道館と東京国立博物館を中心に、東京都心ぐるりと一周する大きな円のなかで、2週間にわたり英国の文化の粋を集めたイベントやスポーツイベントが開催された。8台の赤いロンドン二階建てバスが東京のあちこちを走り、都心、副都心に点在するどの百貨店でも英国フェアが開催され、百貨店全館にユニオンジャックの飾りつけがなされた。そこではバグパイプの演奏が随時行われていた。スーパーや小売店に行っても英国商品があふれ、それらは、毎日のように新聞記事や広告、テレビのニュースやコマーシャルで紹介された。東京は英国ムードに包みこまれ、人々に英国を強く印象づけることになったのである。

5.3 英国週間のおもなイベント

次の(表4)のプログラムから、英国週間の広範囲にわたるイベントを確認することができる。このプログラムを日程順に見ていくと、サッカー、映画、科学セミナー、ロンドン・フィルハーモニーや軍楽隊の演奏、ファッションショー、競馬、ラグビー、バラ・コンテストとスポーツから音楽・園芸まで70近くの催しが東京で行われたことがわかる。

この他に、1965年の英国博覧会で人気だった軍楽隊は、今回は、英国の海軍、陸軍、空軍、デュークオブウェリントン連隊、クイーンズ・オウン・ハイランダーズ連隊の5つの軍楽隊で、各デパートで常時演奏した。同じく大人気だったロンドン二階建てバスも今回は8台に増え、16人の英国人運転手が交代で運転し、都内4コースを巡回した⁵⁰⁾。また、英国ロック界の草分け的存在のクリフ・リチャードとシャドウズも英国週間協賛で来日し、ロックコンサートを行い英国週間を大いに盛り上げた⁵¹⁾。

さらに英国週間で、英国政府と英国輸出振興会が特に力を入れたのが美術品の販売であった。これから述べる展覧会は、鑑賞することが中心ではなく、主に販売を目的とするものであったことが注目に値する。これに都内の百貨店が大きく関わったのである。

(表4) 英国週間プログラム

9月25日	17:00	レセプション	ホテルオークラ	9月29日	10:00	マーガレット王女百貨店ご視察	
	19:00	サッカー競技大会	国立競技場		16:30	マーガレット王女、スノードン御離日	
	20:30	映画「空軍大戦略」プレミア・ショー	日比谷劇場		16:30	サンケイ・レディズ・バーティ	サンケイホール
9月26日	8:45	開会式	国立劇場		18:00	オックスフォード・ケンブリッジ対東京選抜サッカー試合 海軍軍楽隊演奏	国立競技場
	10:00	シティ・オブ・ロンドン・パビリオン開幕	日比谷公園	9月30日	18:30	デューク・オブ・ウェリントン連隊軍楽隊公演及びラグビー競技 (対自衛隊ラグビーチーム)	秩父宮ラグビー場
	10:00	原子力発電セミナー	経団連ビル		18:00	バーバリー祝賀ファッション・ショー	ヒルトン・ホテル
	11:00	ファッション・スペクタキュラー・ショー記者会見	虎ノ門ホール	10月1日	19:00	ジュリアン・ブリームコンサート	サンケイホール
	11:00	伝統と発展の英国展開幕式	日本武道館	10月2日	17:30	サザビー観覧	三越・日本橋
	12:00	都内巡回バス始発	日比谷公園		15:10	英商務大臣、ロンドン市長来日	
	15:00	スノードン卿、英国モダンリビング展開会式ご出席	ソニー・ビル	10月3日	9:30	英商務大臣展示会視察	日本武道館、ソニービル
	15:00	マーガレット王女百貨店ご視察			11:00	ロンドン市長、美濃部知事を訪問	都庁
	18:30	ロンドン・フィル公演	文化会館		12:30	英国商業会議所21周年記念昼食会	ホテル・オークラ
	18:30	デューク・オブ・ウェリントン連隊軍楽隊公演及びラグビー競技 (対慶応現役OBチーム)	秩父宮ラグビー場		14:00	ロンドン市長、シティ・オブ・ロンドン・パビリオン視察	
9月27日	10:00	マーガレット王女百貨店ご視察			18:30	ロンドン・フェスティバル・バレエ公演	厚生年金ホール
	14:00	スコットランドフェスティバル	豊島園		18:30	デューク・オブ・ウェリントン連隊軍楽隊公演及び対大ラグビー競技	
	14:30	マーガレット王女百貨店ご視察		10月4日	11:00	バラ・コンテスト	三越・銀座
	18:30	ロンドン・フィル公演	文化会館		13:00	バラ・コンテスト	三越・銀座
	18:30	祝賀ファッション・スペクタキュラー・ショー	虎ノ門ホール		12:00	ロンドン市長横浜へ	
	20:00	マーガレット王女ロイヤルソサエティ舞踏会にご出席	ホテルオークラ		18:30	ロンドン・フェスティバル・バレエ公演、都知事、ロンドン市長出席	厚生年金ホール
9月28日	10:20	マーガレット王女百貨店ご視察		10月5日	13:00	バラ・コンテスト	三越・銀座
	14:30	マーガレット王女、ダンヒル店ご視察	新有楽町ビル		13:30	ロンドン・フェスティバル・バレエ公演	厚生年金ホール
	15:00	英国フェア杯レース	中山競馬場		18:00	ロンドン・フェスティバル・バレエ公演	厚生年金ホール
	18:30	ロンドン・フィル公演	文化会館		18:00	閉会式	日本武道館
	18:30	ジュリアン・ブリーム・コンサート	日生劇場				

出所)『読売新聞』1969年9月25日夕刊、15頁「おもなプログラム」より作成

まず、丸紅アートギャラリーが、この英国フェアの時期に合わせて開設された。その開設記念として開催されたのが「ヨーロッパ巨匠名画展」⁵²⁾(主催：丸紅飯田株式会社 後援：英国輸出振興会(古美術委員会)、英国大使館、英国フェア事務局 協力：BOAC 入場料350円、学割200円)である。この名画展は、これまで百貨店が行ってきたものとは全く質がちがうものだと、評論家の宗左近は、『芸術新潮』10月号で「ポッティチェルリなど、その作品が日本にくるのはこれがはじめてではないかといわれるものをはじめてとして、いずれも美的価値の高い逸品ぞろいである。しかも、これは単なる展示会ではなくて、即売会である。値段のほうも、これまた日本で始めてではないかといわれる一点2億数千万円から、1億円までがぞろぞろ。73点で総額10数億円にのぼるだろうと取り沙汰されている。」と述べている⁵³⁾。

この丸紅アートギャラリーをはじめとして、英国人によるすぐれた作品および英国の著名な美術商のコレクション約400点、総額17億円にのぼる傑作が、英国の美術商19社と日本の画廊が協力して展示されることとなった⁵⁴⁾。百貨店が率先して美術展を行ったことを(表5)に示した。

英国が官民一体となって、英国週間で大量の美術品の売り込みをはかったのは、経済成長著しい日本市場での成果を狙ったと考えられる。それまでの日本では、西洋絵画は本や美術館で鑑賞するだけのものであったと考えられるので、画期的な出来事であった。

(表5) 百貨店で開催された英国美術の展覧会

展覧会名	会場	主催など
サザビー・オークションプレビュー 18世紀と19世紀の名画 英国の近代画家展	三越	
サザビー・オークション	三越	
英国現代絵画展	三越	マルボロ社による現代英国画壇の展望
欧州17～20世紀絵画展	三越	アグニウ社による欧州近代絵画の展観
貴金属 銀製品 宝石 美術品	池袋西武	
印象派と後期印象派の名作	伊勢丹	
英国現代巨匠版画展	日本橋東急	主催：英国政府
英国現代クラフト展	渋谷西武	主催：英国クラフトセンター 後援：英国政府
英国陶磁4000年展	松屋銀座	主催：英国政府 後援：日本陶磁協会

出所)『朝日新聞』1969年9月25日夕刊、6頁。『毎日新聞』1969年9月23日朝刊、16頁。『読売新聞』1969年9月19日夕刊、7頁。1969年9月25日夕刊、16頁。

9月27日朝刊、19頁。

特に三越は、2つの美術展に加え、サザビー・オークション⁵⁵⁾を行った。サザビー社は、世界の骨董・美術品のセンターともいわれるロンドンのボンドストリートに位置する売上げ世界一を誇る競売会社であった。東洋や西欧の骨董美術品も競売にかけられたが、注目を集めたのは日本で人気の印象派絵画、近代絵画だった⁵⁶⁾。三越はまず顧客にオークション前にどんな作品が出品されるかを実際に見てもらうために「サザビー・オークションプレビュー 18世紀と19世紀の名画 英国の近代画家」展を開催し、この展覧会終了後、サザビー社が総額5億円以上の美術品の競売を行った。プレビューを行ったことで、日本人絵画愛好家は事前に絵画を吟味することができた。売上げは6億円に達したという⁵⁷⁾。

5.4 百貨店の協賛を得るための大使館の働き

今回の英国週間は消費財の販売強化のため、百貨店や専門店といった小売りの販売促進にポイントがおかれ、スローガンは「ロンドンのお買い物を東京で」であった。当時、英国の輸入消費財の70%以上を扱っていたのが百貨店であったため、英国側は東京の主要百貨店を英国週間の中心に据えることに決めた⁵⁸⁾。

英国大使館は以前から日本の百貨店の輸入品の販売力と百貨店の社会的信頼度の高さを評価していた。さらに日本の百貨店は催事場をもっており、魅力ある展覧会を開催することで集客をはかっていたことが重要であった。とくに1960年代は百貨店の展覧会が充実していた時期で、多くの百貨店がよりよい展覧会を開くことでも競い合っていたのである⁵⁹⁾。たとえば、池袋の西武が1961年に「パウル・クレー展」を開催した時、銀座松屋で展覧会を担当していた小林敦美が、当時下駄ばきでも行けるような西武に先を越され、危機感を持

ったということを書いている⁶⁰⁾。西武の展覧会に対しての意気込みと百貨店同士の展覧会での競争がわかる。また、英国週間の開催時期を1965年の英国博覧会の時と同様に9月中旬から10月初旬をあてたのも、日本の百貨店が中元商戦を終え、年末商戦までの比較的催事の少ない時期だということも研究していたと考えられる。

こうした百貨店に対しての熱心な研究は、三越への次のようなアプローチとして表れた。英国大使館の商務参事官であったヒュー・コータッツィは、1966年に三越が「大ナポレオン展」⁶¹⁾(主催:朝日新聞社、後援:フランス大使館・外務省)というフランス展を開催し、成果をあげていたことから、ワーテルローの戦いでナポレオンに勝利したウェリントン展覧会を取り上げ、英国フェアを開催してはどうかと持ちかけた。三越は日本での知名度を考慮し、ウェリントンではなく、トラファルガー海戦でナポレオンに勝利したネルソン提督をテーマに「大ネルソン展」⁶²⁾(主催:英国大使館、後援:日英協会、朝日新聞社)を開催することにした。これが1967年の10月10日~22日に、三越が開催した英国フェア「大ネルソン展」のいきさつである⁶³⁾。新聞広告は期間中に3種類も出され、そのうち1枚は広告いっぱい描かれた銅版画風のトラファルガー海戦のシーンで、それは芸術的でさえあり、さらに、英国政府直接主催という文字が目をはく。英国フェアに三越と英国大使館が力を注いでいたのが広告からも伝わってくる。西武についても同様の動きが見られた。1966年には「西武フランスフェア」⁶⁴⁾を開催しており、1967年の10月6日~18日には、「大英国展」⁶⁵⁾(主催:毎日新聞、後援:英国大使館、外務省、日英協会)を開催している。これらのことから、当時フランスとの競争があったことに加え、英国製品の販路拡大を画策する英国大使館が積極的攻勢に出ていることがわかる。

1967年に開催されたこの2つの百貨店の英国フェアは、英国大使館商務部にとって重要で、英国が看板商品と考えていたスコッチウイスキーや毛織物商品以外に、日本人が求める英国商品の知識を得ることができたのである⁶⁶⁾。コータッツィは、この年の消費財の売り上げが伸び、この成功が1969年の百貨店を主体とする英国週間につながったと自身の回顧録のなかで述べている⁶⁷⁾。三越と西武という2つの百貨店の協力とその成果から、英国大使館は、百貨店を中心にすれば、英国週間は成功すると確信をもったのである。

こうして、東京全部の百貨店の協賛が英国週間開催での重要課題となり、この任務に当たったのが、香港での英国週間の実績のあるソーン事務局長と商務部一等書記官に昇格したコータッツィであった。しかし、百貨店との交渉は難航する。日頃、競争相手である各百貨店の社長たちは、独自路線をとりたいと主張し、協力をとりつけるのは難しかったのである⁶⁸⁾。百貨店に協賛を要請するため精力的に働きかけたコータッツィは、その回顧録に「英国へ買いつけ使節団を派遣し、東京では英国から来日する販売担当者を受け入れてもらうようにし、どういう展示を行い、英国から貸与する展示品はどのようなものにするかまで説明し、同意をとりつけた」⁶⁹⁾と記しているところから、販売する商品と展覧会の両方もが、英国大使館主導であったことがわかる。また、協賛を受けてもらうために、バッキンガム宮殿にはマーガレット王女の訪日を要請し、協賛に応じれば王女が各百貨店を訪問するという約束で調整した⁷⁰⁾。ところが、協賛の交渉がほぼ終わり、マーガレット王女の訪問スケジュールの交渉も終盤を迎えていた時、大阪に本店のある阪急百貨店の野田孝社長が、東京での状況を把握していなかったため、数寄屋橋阪急がマーガレット王女の訪問しない東京唯一

の百貨店だということを知ったのである。阪急側と大使館がぎりぎりまで話し合い、商品の買い付けなどの交渉が成立したが、既に王女のスケジュールの空きは、離日する日の午前中だけだったのである。しかもこの日は阪急の定休日であったため、野田社長は労働組合と交渉して店を開けることしたのである。こうして、阪急の面目は保たれ、その結果、阪急と英国大使館には発展的な関係が築かれることになったのであった。その後、阪急百貨店は、毎年、英国フェアを開催してくれているとゾーン事務局長は述べている⁷¹⁾。

これまで見てきたことから、百貨店と大使館の交渉の一端を知ることができる。買付け額の大きさにより、展覧会の規模や王女の招聘が決まるということ、交渉する中で、大使館は、各百貨店の内部のしくみを知り、百貨店側も英国フェアを開催するためのノウハウを獲得することができたのである。そして、最終的には、東京の全百貨店が、英国週間協賛の英国フェアを開催するというところまでこぎつけたのである。

次の項では、協賛した各百貨店の英国フェアがどのようなものであったかを見ていくことにする。

5.5 百貨店の英国フェア：英国政府主催の展覧会

百貨店の英国フェアにおいて、英国政府主催の展覧会が意味するのは、英国大使館が中心となり、展覧会の企画から展示物の搬入まで、英国側がすべてを取り仕切ったということであった。こうして準備された展覧会の企画であったが、最終段階で、どの百貨店がどの展覧会を開催するかについて、百貨店同士の競争があったということだ⁷²⁾。日頃から競争関係にある百貨店にとって、集客の要となる魅力ある展覧会を奪取して、一人でも多くの客を店内に引き入れることは、ライバルの百貨店に勝つために必要なことだったのである。その他にも宣伝競争がさまざまな形で行われた。各百貨店のダイレクトメールは、最低2万通から最高14万通、西武、高島屋、松坂屋、東急の4店は、東京・虎ノ門で行われた英国のファッション・スペクタキュラー・ショーのチケットを買い取り、顧客に配った⁷³⁾。極めつけは、マーガレット王女がどこの百貨店を最初に訪問するかを競い合ったことだ⁷⁴⁾。最初の訪問がテレビ取材などで取り上げられる宣伝効果を狙ったものである。この争奪戦は三越が勝利したようで、三越の新聞広告⁷⁵⁾には、「歓迎マーガレット王女訪問26日〈金〉ご来店！」としっかり記されており、プログラム(表4)によるとこれが初日であった。

それでは、百貨店でどのような展覧会が行われたのかを具体的に見ていきたい。

(表6)は英国週間に協賛した百貨店の英国フェアでの展覧会についてまとめたものである。東京の13の百貨店(渋谷池袋を入れると14店となる)で展覧会が開催され、メインとなる展覧会のほとんどが英国政府主催だったことがわかる。協賛の時期が遅れた阪急数寄屋橋店は、英国政府主催の展覧会は開けなかったようだ。また、展覧会のテーマは大きく2つに分けられる。一つ目は、歴史と歴史的人物に関わるもので展示物が中心となる。二つ目は、写真、版画、水彩画で、平面に展示できるものである。二つ目の展覧会のグループは、新聞広告で展示内容の詳しい説明はない。どちらにも含まれないのが、大丸の行った「世界を翔けるロールスロイス展」⁷⁶⁾である。キャッチコピーは「超高級車から、S・S・T《コンコルド》のエンジン紹介まで」で、英国の新しい科学技術を紹介する唯一の展覧会だった。

テーマだけみても、一つ目のグループである歴史と歴史的人物に関わる展覧会には興味

をひかれる。ひとつの展覧会を開くだけでも、企画、リサーチ、交渉、搬入などいくつもの行程が必要となるのであるから、同時に開くこれら展覧会開催のために、英国側は相当のエネルギーをつぎ込んだことが想像できる。日本の百貨店側もそれに応えるかのように、英国フェアの新聞広告の紙面の大部分を展覧会の内容にあて宣伝に力を入れた。三越、西武、松坂屋、伊勢丹、京王、小田急の新聞広告がそれに相当する。これらの新聞広告を見ると、協賛や協力として、英国の著名な博物館、美術館の名前が列挙されているのが特徴である。

（表6）英国週間に協賛した東京の百貨店

名称・場所	展覧会名	会場	主催・後援など	日程
上野松坂屋	伝統に輝く世界の名門 オックスフォード・ケンブリッジ 大学展	本館6階催事場	主催：英国政府・毎日新聞社 後援：外務省・文化庁 協賛：ケンブリッジ・オックス フォード協会	9/23~9/28
日本橋高島屋	現代英国の若い写真家たち展	8階会場	主催：英国政府 後援：日本経済新聞社	9/23~9/28
	英王室王冠・宝飾展	8階会場	主催：英国政府	9/23~9/28
日本橋東急	今日の英国展	日本橋店グランドホール		9/26~10/1
	英国現代巨匠版画展	日本橋店グランドホール	主催：英国政府・毎日新聞社	9/26~10/1
新宿伊勢丹	絵筆をとる宰相 人間チャーチル 展	新館6階催物場	主催：英国政府・毎日新聞社	9/23~10/5
池袋西武	華麗なる栄光と征服への道 エリザベス女王朝展	7階 SSSホール	主催：英国政府 後援：外務 省・文化庁・毎日新聞社	9/23~10/7
	ヨーロッパ古美術逸品展	7階 特別大会場	主催：英国古美術輸出振興会 後援：英国政府	
	英国サーベル展	2階紳士服特設会場		
	英国クラシック時計展	6階時計売場		
	英国有名人ルーム展			9/23~10/8
渋谷西武	英国現代クラフト展	A館5階特別催事場	主催：英国クラフトセンター 後援：英国政府	9/23~10/1
日本橋三越	ロンドン展 シティの財宝と伝統	7階	主催：英国政府 読売新聞社 後援：ロンドン市・ギルド ホール 協賛：BOAC	9/23~10/5
	英国現代絵画展	7階		9/23~10/5
	英国稀覯書展	7階		9/23~10/5
	欧州17~20世紀絵画展	7階		10月5日まで
	サザビィ・オークションプレビュー 欧州絵 画と古美術特別展示	7階		9月28日まで
	サザビィ社オークション			10月2日、3日
八重洲口大丸	世界を翔ける ロールスロイス展	7階催物場	主催：英国政府 読売新聞社	9/26~10/1
新宿京王	大シェークスピア展	8階ホール・ロビー	主催：英国政府 後援：朝 日新聞社 協賛：英国輸出振 興会・スコットランド振興会 監修：ブリストル大学教授 リチャード・サザン博士	9/26~10/7
新宿小田急	伝統と創造 これが英国史展	11階文化大催場	主催：英国政府・毎日新聞 後援：外務省・文化庁	9/26~10/7
数寄屋橋阪急	英国観光写真展	3階	後援：英国政府観光庁	9/23~10/5
	英国の城と宮殿・井上宗和写真展	2階	後援：小西六写真工業	
銀座松屋	英国陶磁4000年展	7階画廊	主催：英国政府 後援：日本陶磁協会	9/26~10/1
池袋東武	ジャックの国、英国 英国100年報道写真展	7階大催事場		9/23~9/28
有楽町そごう	イギリス児童絵画展			9/25~10/7

出所) 志賀健二郎の『百貨店の展覧会』114頁の表をベースとして作成した。

『朝日新聞』1969年9月22日、夕刊6-7頁。9月23日、朝刊12頁。9月25日、夕刊9頁。『毎日新聞』1969年9月22日、夕刊3頁、5頁。9月23日、朝刊8頁。9月25日、夕刊10頁、12頁。9月27日、夕刊2頁。10月2日、夕刊8頁。『読売新聞』1969年9月23日、夕刊12頁。9月25日夕刊18-19頁。9月26日、夕刊6頁から補填した。

注) 西武に関しては、池袋西武と渋谷西武の両方で展覧会を実施している。

三越は、ロンドンのギルドホール博物館が後援で、これまで門外不出だった財宝や貴重な資料100点をシティの同業者組合が特別に出品した⁷⁷⁾とある。松坂屋の「伝統に輝く世界の名門 オックスフォード・ケンブリッジ大学展」は、協賛したそれぞれの大学付属のアシモリアン博物館、フィッツウィリアム美術館の所蔵品を中心とする所蔵品200余点とある⁷⁸⁾。新宿京王の「大シェークスピア展」は、広告には、展示品のカタログのように細かく展示物の名称が書かれ、英国が海外において初めて開くシェークスピアの全貌を明かす大規模な展覧会⁷⁹⁾という触れ込みで、監修したブリストル大学教授リチャード・サザン博士が来日し解説も行われた。会場内には翌年1月に英国ロイヤル・シェークスピア劇団が来日上演する『ウィンザーの陽気な女房たち』の舞台模型なども展示された⁸⁰⁾。シェークスピア劇の宣伝も兼ねた企画でもあったわけで、英国の緻密な文化戦略の一端が見てとれる。

逆に小田急の「伝統と創造 これが英国史展」は、キャッチコピーが「光輝ある伝統はあの産業革命を契機に 《創造》の二字が書き加えられ 大英帝国の歴史は さらに重厚さをました この輝ける偉業を ロンドン博物館秘蔵の数かずが つぶさに物語る」と堂々と広告に大きく示されたものとなっている。19世紀に製作された大きな車輪をもつ自転車とトレビシクの蒸気機関車の写真が掲載されるのみだが、かえって何が展示されているのだろうと想像をかきたてられる他の百貨店のものとは一線を画す広告だった。新聞記事で詳しく紹介された内容によると、英国の太古から現代までの歴史を、遺物、模型、写真など300点で通して見せる展覧会で、ロンドン博物館のD・B・ハーディンが国立海洋博物館などから出品物を選び、会場構成のため来日した⁸¹⁾ということだった。

伊勢丹は「絵筆をとる宰相 人間チャーチル展」で、キャッチコピーは「とくに人間チャーチルを物語る二十数点の絵画は、この展覧会のハイライトです」⁸²⁾とあり、各地から集められたチャーチルの絵画は、英国でも一挙にみるできないもので貴重な展覧会であった。また、チャーチルのボディガードを長年務めた人物を招聘し話題を提供した。

これらのことから、英国側は、東京の百貨店が、これまで美術館や博物館に劣らぬ質の高い展覧会を実施してきたことを考慮し、展覧会の質と量にこだわったことがわかる。一方、日本初公開となる物と呼び物にし、日本人が断片的にでも知っていて興味関心が持てそうなもの、わかりやすいもの、それでいて、これこそ英国だと思わせるテーマを選んだことがわかる。これは、百貨店と英国側がテーマと内容、展示物にいたるまで、話し合った成果であろう。(表6)を見ると、百貨店の展覧会の多くは、英国週間の始まる9月26日より早く23日に始まっている。新聞には、連日百貨店の英国フェアの広告が掲載され、新聞記事でも展覧会について紹介された。この英国政府主催の展覧会は、英国側も百貨店側も望んだとおり、多くの日本人が関心を持ち、英国を知る機会となったのである。

5.6 百貨店の英国フェア：英国商品展とイベント

展覧会とともに同時に開催されたのが、催事場での英国商品展、全館での英国商品の販売、英国にかかわるイベントであった。展覧会と商品展を並行して実施という形態を今回の英国週間では、協賛したすべての百貨店がとったのである。展覧会は入場料無料で、開催費は各百貨店の負担になるため、百貨店が英国フェアで利益をあげるためには、英国商品をいかに売るかにかかっていた。そして、これらの百貨店は電車で30分も行けば、隣接する百貨店に行きついた。中には三越と高島屋のように徒歩圏内に立地しているところもあった。同じ英国商品を売る百貨店としては厳しい競争となることは目に見えていた。各百貨店は、各店の特色を出し、他店との差別化をはかることで収益をあげようとしたのである。

まず、日本橋の三越は「よい品だから買うという客層をねらって、英王室御用達のマーク付きや上質品をそろえた。結果は一般商品4億円。」⁸³⁾と担当者のいうとおり、新聞広告によると催事場では、ロンドンのカーナビストリートやキングス・ロードといった有名ブランドが並ぶ専門店街が再現され、1階では、ロールスロイスが特別展示され、ダンヒルのパイプから三越専売の高級ウスキー・アンチコリーの即売があった。2階紳士服売場では英国一流ブランド紳士服地グランドフェアが行われていた。「有名ブランド」「高級」「一流ブランド」ということばが強調され、いわゆる「紳士物ブランド」がズラリと並んだ感がある。

次に、西武であるが、担当者は「有名銘柄は二割程度におさえ、八割近くは英国人が日常使っている大衆品で特設会場を埋めた。」と語り、それによって売上げは3億円になったという⁸⁴⁾。新聞広告⁸⁵⁾は、「英国直輸入品を空前のスケールで」のキャッチコピーが書かれ、展覧会の広告とは、別々に作成された。展覧会の広告がエリザベス1世の肖像画を描いた美しく格調高いものであったのに対し、商品展の広告はスーパーの衣料品広告のように見える。紳士服、婦人服、靴からウスキーまで、写真と値段がわかりやすく表記されている。

そのほか西武はオリジナルな企画も実施している。そのひとつは西武大英国博コンパニオンを特別に募集し、会期中選ばれた12人のコンパニオンが会場で買物の案内をするというものだった。また豊島園で英国マクビティ社との共同で「Mc Vitie's スコットランドフェスティバル」⁸⁶⁾を開催した。新聞広告で「スコットランドの巨人がやってくる！」とPRし、身長2メートルのタータンを着た男性が、相撲に似たレスリング、丸太投げなどスコットランドの「ハイランドゲーム」という伝統的競技を披露した。マクビティービスケットは10日間で1年分のストックを売り上げたという⁸⁶⁾。家族連れが多く集まり、イベントとビスケットの両方を楽しんだことであろう。読売新聞の記事「英国フェアから」には、巨人と思しき男性が4人の子どもたちを一気に抱き上げる楽しい写真が掲載されている⁸⁷⁾。

このようなイベントは、話題を提供するとともに人を呼び込み、売上げはもちろんのこと西武百貨店の新たなファンをふやすことに貢献したと考えられる。

ファッション部門で個性を発揮したのが、伊勢丹で「男の新館⁸⁸⁾」完成一周年記念の英国フェア'69として、メンズファッションに力を入れたことが広告に強調された。全面広告には、伝統ファッションの中年男性を「伝統派」、流行のファッションの若い男性を「前衛派」として、背中合わせで立たせて対比するイラストが描かれた。おしゃれな感じで引き付けられる。英国のメンズブランドとして既に定評のあったバーバリーやアクアスキュータムなどに加えて、当時、日本で若者向け英国ブランドの人気が高まっていたこともあり、ヤ

ングファッションの教祖といわれたピーター・ゴールディングを積極的に導入した。

また、他店との違いを強調するために、新宿京王⁸⁹⁾は英国の老舗百貨店のハロッズの商品で店内を満たし、小田急⁹⁰⁾は同じく王室御用達百貨店シンプソンとの提携を宣伝し、ロールスロイスの販売も手掛けた。いずれも高級イメージを狙ったものである。各店に共通する英国商品は、英国が主力商品としていたスコッチウイスキーと毛織物の服飾や生地、ウイスキーの試飲コーナーを設けている店舗も複数あった。英国商品のラインナップは、高級ブランドに関連する「紳士物ブランド」が特色であったといえる。

ここまで、百貨店の英国フェアを見てくると、英国フェアひとつひとつが小さな博覧会であることに気づく。1965年の英国博覧会も1969年の英国週間も、その第1の目的は「日英貿易の拡大」であり、第2の目的は「英国文化への理解」であったが、百貨店の英国フェアはこの2つの目的を見事に果たすものであった。英国大使館が、東京の百貨店すべてが協賛することが英国週間の成功の鍵であると考えた理由はここにあったと考えられる。

実際に、英国週間中の東京の百貨店全体の入場者数は、延べ250万人を数え、売上げは10億8600万円に達した⁹¹⁾。多くの人々が、英国商品を購入し、展覧会で英国の歴史や文化に接する機会をもったのである。1969年の対日輸出額は1億2000万円を越えたと報告された⁹²⁾。これは1965年の2倍の額であった。

VI 結論

本稿のこれまでの議論から明らかのように、日本の百貨店の英国フェアのはじまりは、1965年の英国博覧会に協賛した東京の百貨店によるものだった。この博覧会開催の発端は、1962年に日英通商居住航海条約が締結したことにある。日本の高度成長に注目した英国は、「日英貿易の拡大」を第1の目的とし、それを効果的に進める方法として、英国を知ってもらうための文化戦略を取り入れた。これが第2の目的「英国文化への理解」である。

1965年の英国博覧会は、生産財の見本市的性格が強く、晴海の見本市会場で博覧会のほぼすべてが行われた。消費財を扱う百貨店は重要視されていなかったため、東京都内の各百貨店は独自の参加形態で、博覧会に協賛した。その中で、三越と西武は、展覧会、商品展、イベントそれぞれに力を注ぎ、英国フェアの先駆的役割を果たした。この2つの百貨店の協力と成功を受けて、輸出促進をもくろむ駐日英国大使館は、1969年の英国週間で百貨店を中心に据えようと考えた。その理由は、当時、英国からの輸入消費財の70%以上を占めていた百貨店の英国商品の販売力、社会的信用度の高さ、展覧会の実績を高く評価していたからである。そこで、東京全部の百貨店の協賛を得ることが英国週間成功の鍵と考えたのである。英国大使館は、協賛を得るために、英国商品の買い付けと英国政府主催による展覧会の開催に関して全面的にバックアップし、マーガレット王女の百貨店訪問を約束するなどして交渉をすすめ、東京の全百貨店の協賛を得ることができたのである。

東京すべての百貨店が英国週間に協賛することで、東京駅周辺、銀座、渋谷、新宿、池袋といった地域で、一度に英国フェアが行われるのは前代未聞のことで、百貨店同士の競争効果に加え、マスコミの宣伝効果も大きかった。

また、協賛の条件として提示し、開催された英国政府主催の展覧会は、英国側が全力で準

備にあたり、さまざまな分野の専門家と英国の美術館や博物館の協力により実現したもので、質、量ともに充実した内容のものであった。これにより英国側は「英国文化への理解」という目的も達成できた。また、百貨店側も展覧会で、多くの人を呼び込み、英国商品販売によって利益をあげることができた。これは英国の「日英貿易の拡大」という目的に大きく貢献するものであった。

こうして、1969年の英国週間では東京すべての百貨店で英国フェアが行われ、英国の文化や歴史を紹介する展覧会と英国商品展もしくは英国商品販売の組み合わせた催事が、人々に英国フェアとして認知された。そして、これ以後、英国商品を効果的に販売する方法として、日本の百貨店の催事としての英国フェアの基本的形態となったのであった。

また、協賛の結果として、英国大使館と百貨店との提携の基盤が形成されたことは、双方にとって重要であった。今日まで続く三越の英国展、阪急の英国フェアもそれぞれ1965年の英国博覧会、1969年の英国週間での協賛をきっかけに始まったものだったのである。

VII おわりに

本研究では、日本の東京における百貨店の英国フェアのはじまりが明らかになった。それは、現在も続く英国フェアの原型がどのようなものだったかを知ることであった。英国フェアの歴史の中での展覧会の存在意義は、英国の歴史や文化を伝える役割を果たすものとして重要だった。展覧会が開かれなくなった現在の英国フェアが、依然としてテーマを掲げ、歴史、文化さらに英国のライフスタイルを伝える催しとして存続している原点はここにあると考えられる。

1969年の英国週間は、東京の全百貨店の協賛による英国フェアを中心とするというこれまでには例のない画期的な博覧会の形式をとるものであった。この時、英国政府主催の百貨店の展覧会は、戦後衰退し、過去の国になってしまったかのような英国のイメージを払拭し、その歴史や文化の魅力を伝えるのに十分なものであった。また、百貨店という誰にでも開かれた場所は、英国商品であふれ、東京の人々にとって最も身近に英国文化を体験する場となったのである。

本研究では、英国週間に協賛した百貨店の展覧会の内容を明らかにすることが目的のひとつであったが、それについてはほぼ達成できた。このことは英国が何を提示し、日本人が何を見たかを知る手がかりとなり、今後、英国フェアの変遷や英国文化の浸透を考える上でヒントになるものである。しかし、今回の調査では、資料が新聞記事と新聞広告に限られたため、内容の詳細がわからないものもあった。資料収集については今後の課題としたい。

また、百貨店の英国フェア開催には英国大使館が重要な役割を担ったことを明示したが、その後の英国政府や英国大使館と英国フェアの関係にも注目したい。

英国週間の約1年後の1970年9月29日、阪急大阪うめだ本店での第1回英国フェアが開催されることになった。この阪急百貨店の英国フェアの歴史的経緯については、改めて論じることとしたい。

(神戸大学国際文化学研究所博士後期課程)

注

- 1) 志賀健二郎『百貨店の展覧会』筑摩書房、2018年、114頁。
- 2) オルダス、クリストファー「英国衰亡をかくす仮面かその刻印か：日本におけるブリティッシュ・カウンシルの文化外交(1952-1970年)」菅靖子訳、細谷千博、ニッシュ、イアン監修『日英交流史1600-2000 5.社会・文化』東京大学出版会、2000年、296頁。
- 3) 『毎日新聞』1965年9月21日、朝刊6頁。
- 4) 『朝日新聞』1965年9月15日、夕刊6頁。
- 5) 『朝日新聞』同上。
- 6) スコットランド軍楽隊が初来日した。総勢60名が民族衣装タータンを身に着け、バグパイプを演奏しながら行進し人気を集めた。各地で演奏会もおこなった。
- 7) 『朝日新聞』1965年9月15日、夕刊6頁。
- 8) 『朝日新聞』同上。『読売新聞』1965年9月16日、夕刊3頁。
- 9) 『毎日新聞』1965年9月20日、朝刊13頁。
- 10) 『毎日新聞』1965年9月15日、朝刊24頁。毎日新聞社主催 チャーチル展広告。
- 11) 英国大使館広報誌『クオリティ・ブリテン別冊：ブリティッシュライフスタイルA-Z』(英国大使館広報部、1998年)、26-27頁。「偉大なる指導者チャーチルを支え続けた絵画と葉巻」チャーチルが画家としても卓越した才能の持ち主で、生涯に500点に及ぶ作品を描いたことが紹介されている。
- 12) 関榮次『チャーチルが愛した日本』PHP研究所、2008年、193-195頁。203-205頁。
- 13) 『朝日新聞』1965年9月20日、朝刊13頁。
- 14) 『朝日新聞』1965年9月14日、朝刊10頁。
- 15) 『朝日新聞』1965年9月18日、夕刊4頁。
- 16) 『朝日新聞』1965年9月15日、夕刊7頁。
- 17) 『読売新聞』1964年10月28日、恒文社広告。
- 18) 『読売新聞』1964年11月24日、夕刊12頁、広告。『読売新聞』1965年1月6日、夕刊8頁。『黒髪』『雪女』『耳なし芳一の話』『茶碗の中』のオムニバス映画(東宝配給)。
- 19) 『毎日新聞』1965年9月14日、朝刊12頁。高島屋は「ボンドストリート」と称するイギリスの一流品だけを並べた売場を広告で紹介している。
- 20) 『朝日新聞』1965年9月25日、朝刊11頁。伊勢丹は「タータンでGO!GO!」というキャッチコピーでタータンコーナーを新たに設けたことをPRしている。
- 21) 宮野力哉『絵とき百貨店「文化誌」』日本経済新聞社、2002年、44-45頁。
- 22) 御厨貴、橋本寿朗、鷺田清一編『わが記憶、わが記録：堤清二×辻井喬オーラルヒストリー』中央公論社、2015年、59頁。
- 23) コータツツイ、ヒュー「第20章 サー・フランシス・ランドール駐日大使1963-67年」コータツツイ、ヒュー編著『歴代の駐日英国大使』文眞堂、2007年、389頁。
- 24) オルダス、クリストファー、前掲書、309頁。
- 25) ロウ、ピーター「第III部 戦後の時代 1945-1972年 序文」コータツツイ、ヒュー編著『歴代の駐日英国大使』日英文化交流研究会訳、文眞堂、2007年、311頁。英国では戦争中のシンガポール陥落後の日本軍による捕虜虐待が大きな問題となっていた。

- 26) オルダス、クリストファー、前掲書、297頁。
- 27) 志賀健次郎、前掲書、10頁。107頁。
- 28) 英国も戦後の経済立て直しの時期であり、日本との自由貿易に抵抗があった。
- 29) 1958年にはダニエル・ラッセルズ大使が「世界大国として再出現する日本」に言及し、1959年にはオスカー・モーランド大使が日本とのより親密な関係を結ぶよう訴えた。オルダス、クリストファー、前掲書、306頁。
- 30) Thorne, Ben “British Week in Tokyo, 1969”, Hugh Cortazzi (editor) *Britain and Japan Biographical Portraits volume IX*, Renaissance Books, 2015, p.79.
- 31) 「お人柄に集まる人気 みごとに“親善の務め”」『朝日新聞』1961年11月22日、朝刊10頁。コータツツイ、ヒュー『日英の間で：ヒュー・コータツツイ回顧録』松村耕輔訳、日本経済新聞社、1998年、127-128頁。行く先々で取材のカメラマンが殺到したとある。
- 32) オルダス、クリストファー、前掲書、307頁。
- 33) 「わが外交の近況(第7号)昭和38年8月」五、貿易経済に関する諸外国との関係および国際協力の進展 1英国との通商居住航海条約の締結。
- 34) コータツツイ、ヒュー「第20章 サー・フランシス・ランドール駐日大使 1963-67年」前掲書、390頁。
- 35) コータツツイ、ヒュー「第20章 サー・フランシス・ランドール駐日大使 1963-67年」前掲書、390-392頁。
- 36) コータツツイ、ヒュー編著 コータツツイ、ヒュー「第21章 サー・ジョン・ピルチャー駐日大使 1963-67年」『歴代の駐日英国大使 1859-1972』日英文化交流会訳、2007年、文眞堂、404-406頁。
- 37) 『読売新聞』1969年9月25日、夕刊13頁。
- 38) ランジ、ピーター「世界貿易の拡大に果す日英両国の役割：「英国フェア」にあたり日本経済界へのメッセージ」(『経団連月報』17巻10月号)、48-52頁。
- 39) 『朝日新聞』1969年9月27日、朝刊20頁。
- 40) Thorne, Ben, op.cit.,p.79.
- 41) Thorne, Ben, op.cit.,p.82.
- 42) 小林恭子『英国公文書の世界史：一次資料の宝石箱』中央公論新社、2018年。52頁。
- 43) 『朝日新聞』1969年10月5日、朝刊16頁。
- 44) 『朝日新聞』1969年9月24日、夕刊10頁。
- 45) 『朝日新聞』1969年9月25日、朝刊15頁。ロールスロイス社製の巨大なジェットエンジン、人工衛星ブラックアロー原子力発電系の機器などが出品された。
- 46) 『朝日新聞』同上。ロンドンのグッドデザインセンターにある展示品の中から英国産業デザイン協会が選んだ約400点が展示された。
- 47) 『朝日新聞』同上。日英同盟議定書(明治35年)、海図、その他多数が出品された。
- 48) Pilcher, John “British Week, Tokyo, 1969,” Cortazzi, Hugh (editor) *The Growing Power of Japan 1967-1972*, Renaissance Books, 2015, p.114.
- 49) 安井収蔵「ムーア 躍動する生命感」『毎日新聞』1969年9月14日、朝刊17頁。

- 50) 『読売新聞』1969年9月25日夕刊、15頁。
- 51) 『読売新聞』1969年9月25日夕刊、20頁 東芝オデオンレコード広告。
- 52) 『毎日新聞』1969年9月26日夕刊、8頁。丸紅飯田が英国ラブラン社と契約した第1回分71点とある。
- 53) 宗左近「なだれこんだ英国フェア」『芸術新潮』新潮社、1969年10月号、97-100頁。丸紅アートギャラリーは日本美術業界初の卸売りであったと述べ、さらにこの美術品の大攻勢は日本人の美術・絵画に関する考えを根本的に変えてしまうものだとして述べている。
- 54) 『朝日新聞』1969年9月27日、朝刊20-21頁。「サザランドの石版画」(芸術生活画廊)、「ギリシャ美術品」(幸画廊)、「英国の有名画家」「ベン・ニコルソン展」(東京画廊)、「英国の名画」(弥生画廊)といった東京の有名画廊が参加した。
- 55) 『朝日新聞』1969年9月27日、朝刊14頁。三越のサザビー社によるオークションはルノアール、セザンヌ、ピカソ、フジタ、ロダンなど、巨匠の傑作402点アジア初の国際オークションであった。(入場無料)
- 56) 宗左近、前掲書、98頁。
- 57) 『朝日新聞』1969年10月5日、朝刊16頁。
- 58) Pilcher, John, op.cit.,p.101.
- 59) 志賀健次郎、前掲書、11頁。
- 60) 小林敦美『展覧会の壁の穴』日本エディタースクール出版部、1996年、89頁。
- 61) 『朝日新聞』1966年9月13日、朝刊10頁。大ナポレオン展広告。
- 62) 『朝日新聞』1967年10月17日、朝刊14頁。大ネルソン展広告。
- 63) コータツツイ、ヒュー前掲書、160-161頁。
- 64) 『朝日新聞』1966年9月14日、夕刊6頁。西武フランスフェア広告。
- 65) 『朝日新聞』1967年10月12日、夕刊5頁。西武大英国展広告。
- 66) Thorne, Ben, op.cit.,p.79.
- 67) コータツツイ、ヒュー前掲書、161頁。
- 68) Thorne, Ben, op.cit.,p.81.
- 69) コータツツイ、ヒュー前掲書、161-162頁
- 70) コータツツイ、ヒュー前掲書、162頁。
- 71) Thorne, Ben, op.cit.,p.82.
- 72) Thorne, Ben, op.cit.,p.81.
- 73) 『朝日新聞』1969年9月8日、朝刊16頁。
- 74) Thorne, Ben, op.cit.,p.81.
- 75) 『朝日新聞』1969年9月23日、朝刊12頁。三越広告。
- 76) 『毎日新聞』1969年9月25日、夕刊10頁。大丸広告。
- 77) 『朝日新聞』1969年9月27日、朝刊14頁。三越展覧会広告。
- 78) 『毎日新聞』1969年9月22日、夕刊6頁。松坂屋展覧会広告
- 79) 『朝日新聞』1969年9月25日、夕刊9頁。新宿京王展覧会広告。
- 80) 『毎日新聞』1969年10月2日、夕刊8頁。小田急展覧会広告。
- 81) 「目で見る伝統4つの展覧会」『毎日新聞』1969年9月22日、夕刊6-7頁。

- 82) 『毎日新聞』1969年9月23日、朝刊14頁。伊勢丹広告。
- 83) 『朝日新聞』1969年10月5日、朝刊16頁。
- 84) 『朝日新聞』同上。
- 85) 『毎日新聞』1969年9月26日、朝刊10頁。西武大商品展広告。『朝日新聞』1969年9月22日、夕刊6頁。西武展覧会広告。
- 86) Thorne, Ben, op.cit.,p.84.
- 87) 「英国フェアから」『読売新聞』1969年9月26日、夕刊3頁。
- 88) 『毎日新聞』1969年9月23日、朝刊14頁。伊勢丹広告。伊勢丹の「男の新館」は1968年にオープンした現在のメンズ館である。紳士服は売れないという当時の常識を打ち破った。
- 89) 『朝日新聞』1969年9月24日、夕刊10頁。新宿京王広告。
- 90) 『毎日新聞』1969年9月26日、朝刊13頁。小田急広告。
- 91) Thorne, Ben, op.cit.,p.86.
- 92) Pilcher, John, op.cit.,p.115.

参考文献

- 安東次男「私ならこれを買う」『芸術新潮』新潮社、1969年11月号。
- 英国大使館広報誌『クオリティ・ブリテン別冊：ブリティッシュ・ライフスタイル A-Z』英国大使館広報部、1998年。
- 株式会社阪急百貨店社史編集委員会『株式会社阪急百貨店社史編集委員会』1976年。
- 君塚直隆、細谷雄一、永野隆行編『イギリスとアメリカ：世界秩序を築いた四百年』勁草書房、2016年。
- 君塚直隆『エリザベス女王：史上最長最強のイギリス君主』中公新書、2020年。
- 君塚直隆『女王陛下のブルーリボン：ガーター勲章とイギリス外交』NTT出版、2004年。
- オルダス、クリストファー「第15章 英国衰亡をかくす仮面かその刻印か：日本におけるブリティッシュ・カウンシルの文化外交(1952-1970年)」菅靖子訳、細谷千博、ニッシュ、イアン監修『日英交流史 1600-2000 5. 社会・文化』東京大学出版会、2001年。
- 小林敦美『展覧会の壁の穴』日本エディタースクール出版部、1996年。
- 小林恭子『英国公文書の世界史：一次資料の宝石箱』中央公論新社、2018年。
- 志賀健二郎『百貨店の展覧会』筑摩書房、2018年。
- 神野由紀『趣味の誕生』勁草書房、1994年。
- 宗左近「なだれこんだ英国フェア」『芸術新潮』新潮社、1969年10月号。
- 関榮次『チャーチルが愛した日本』PHP研究所、2008年。
- 初田亨『百貨店の誕生』三省堂、1993年。
- コータツツイ、ヒュー「サー・フランシス・ランドール駐日大使 1963-67年」コータツツイ、ヒュー編著『歴代の駐日英国大使 1859-1972』日英文化交流会訳 文眞堂 2007年。
- コータツツイ、ヒュー「サー・ジョン・ピルチャー駐日大使 1963-67年」コータツツイ、

ヒュー編著『歴代の駐日英国大使 1859-1972』日英文化交流会訳 文眞堂 2007年。
コータツツイ、ヒュー『日英の間で：ヒュー・コータツツイ回顧録』松村耕輔訳、日本
経済新聞社 1998年。
ランジ、ピーター「世界貿易の拡大に果す日英両国の役割：「英国フェアにあたり、日本
の経済界へのメッセージ」『経団連月報』17(10)。
ロウ、ピーター「第III部 戦後の時代 1945-1972年 序文」コータツツイ、ヒュー編
著『歴代の駐日英国大使』文眞堂、2007年。
御厨貴、橋本寿朗、鷺田清一編『わが記憶、わが記録：堤清二×辻井喬オーラルヒストリ
ー』中央公論社、2015年。
宮野力哉『絵とき百貨店「文化誌」』日本経済新聞社、2002年。
吉見俊哉『博覧会の政治学：まなざしの近代』中央公論社、1992年。
吉見俊哉「近代空間としての百貨店」吉見俊哉編『都市空間 都市の身体 21世紀の都市
社会学(4)』勁草書房、1996年。

英語文献

Pilcher, John “British Week, Tokyo, 1969” Cortazzi, Hugh(editor), *The Growing
Power of Japan 1969-1972*, Renaissance Books, 2015.
Thorne, Ben “British Week in Tokyo, 1969,” Cortazzi, Hugh(editor), *Britain and Japan
Biographical Portraits volume IX*, Renaissance Books, 2015.

新聞資料

『朝日新聞縮刷版 1961年11月』『朝日新聞縮刷版 1965年9月』『朝日新聞縮刷版 1965
年10月』『朝日新聞縮刷版 1967年10月』『朝日新聞縮刷版 1969年9月』『朝日新聞縮刷
版 1969年10月』『毎日新聞縮刷版 1965年9月』『毎日新聞縮刷版 1965年10月』『毎日
新聞縮刷版 1969年9月』『毎日新聞縮刷版 1969年10月』『読売新聞縮刷版 1964年10
月』『読売新聞縮刷版 1964年11月』『読売新聞縮刷版 1965年1月』『読売新聞縮刷版
1965年9月』『読売新聞縮刷版 1965年10月』『読売新聞縮刷版 1969年9月』『読売新聞
縮刷版 1969年10月』

参考ウェブサイト

「第125回「ラフカディオ・ハーンの会」ニュース」
(<http://att.ne.jp/sea/reiko/hearn.news.125.htm> : 最終閲覧日 : 2020年8月20日)
「乃村工藝社博覧会史料」
(https://www.nomurakougei.co.jp/expo/exposition/detail?e_code=633 : 最終閲覧日 :
2020年7月31日)
「わが外交の近況(第7号)昭和38年8月」五、貿易経済に関する諸外国との関係およ
び国際協力の進展、1 英国との通商居住航海条約の締結
(<https://www.mofa.go.jp/mofa/gaiko/bluebook/1963/s38-5-2.htm> : 最終閲覧日 : 2020年
7月27日)