

メールオーダー住宅

Houses by Mail

Katherine Cole Stevenson

H, Ward Jandl

The Preservation Press

暫定部分訳：1993.05.10

b y 岩下 繁昭

Discussion Paper

BOOK OF
MODERN
HOMES
AND
BUILDING
PLANS



SEARS, ROEBUCK & CO.
CHICAGO

メールオーダー住宅

【はじめに】

ニューヨーク州プリザントビルの工場からカンサス州コードルウォーターへ、ペンシルバニア州フィラデルフィアの工場からはワイオミング州コーリーへと、今世紀はじめ 10 万以上の家族が、住宅といった彼らにとって最大の買物を、シアーズ・ローバック社に頼った。1908 年から 1940 年までの間、シアーズはアメリカの住まいの中を満たさせる全ての品物を探せる所とittedただけでなく、住宅をも生産し販売していた。それらの中にはバンガローから別荘、邸宅まで 450 種類以上の既成住宅（ready-to-assemble designs）が含まれている。郵便でオーダーされると、1、2 両の貨車が停車できる所ならばどこにでも鉄道によって送られた。こうした住宅の評判の良さは、頑丈で、さほど高価でなく、しかも当時の住宅に求められる住宅内の設備や電気設備が十分なものでなければならないといった要求を満たしていたことを示している。

全米各地の小さな町や大都市に数千のこうした住宅がいまだ健在である。とはいっても多くの現在の持ち主たちは、それがもともとはメールオーダーであったことには気づいてはいない。シアーズの住宅の存在が広く知られるようになった最近までは、これらの住宅に対する関心も少ないものであった。1970 年代の後半に始まったことであるが、手に入りやすく修復しやすいビクトリアン・デザインの住宅が減ったため、若い住まい手達が 20 世紀の最初の 10 年間に建てられた住宅を購入し修理するということが行われるようになった。そうした中で、それらの多くは共通な糸で結ばれていることがわかってきた。それらの多くのものがシアーズのモダン・ホームズ部門にたどりつくことができた。全国のシアーズ住宅の調査に関しての興味ある物語が、ナショナル・トラストの史跡保存（Historic Preservation）や、新聞や一般誌などに始まった。バンガローやコロニアルスタイルへ関心が持たれるようになったことから生まれたこうした歴史的発見は、シアーズ住宅への研究、調査、修復への関心を全国的に引き起こすことになった。

シアーズ社はメールオーダーで住宅を生産し販売する、あるいは住宅の設計を販売する唯一の会社ではなかった。19 世紀の終わりから 20 世紀のはじめには、住宅そのものと同様に設計図を販売する業界が成熟していた。ホグソン社（Hodgson Company）やアラジン・ホームズ（Aladdin Homes）、モンゴメリー・ウォード（Montgomery Ward）は、すべて 1895 年から 1910 年の間に住宅業務を始めている。しかしシアーズ社はそうしたメールオーダー住宅会社の中で最も大きく、1925 年までに 3 万戸の住宅を販売したし、1930 年までには販売総戸数は 5 万戸に近くなっていた。1939 年のシアーズの住宅カタログでは 10 万以上の家族、約 50 万人がメールオーダーによるシアーズのモダンホームに住んでいると書いている。こうした 30 年間の業務によって、シアーズはアメリカの 20 世紀の住宅に多くの寄与と、大きな記録を残すことになった。

シアーズの住宅が人気の理由の一つに、この時代のアメリカ人の一般的なテストの反映に努めたからである。設計は彼らの寛大な主張と受け入れで選ばれたものであった。シアーズ社の歴史に関しての権威者であるボリス・エメットとジョン・ジョックは次のように書いている。「シアーズ・ローバックの 1925 年以降の販売方針は、他の時代の中でも一つの基本的原則を守るという点で、だいたい典型的なものであった。その基本原則とは、シアーズが製品に関してほとんど開拓者ではなかったということである。」（カタログとカウンター、1950 年）

住宅市場でシアーズが早くに成功したもう一つの理由は、手ごろな価格で品質の評判がよかったことである。シアーズは製造し販売する製品に多大な誇りを持とうとしまた持ってきた。1918 年のシアーズが作った年史には次のように書かれている。「われわれが販売した住宅の中で住まい手がいつも満足しているということが、シアーズ・ローバック社の継続的な宣伝になっている。」（建材部門のあゆみ、P. F. ホールデン）

3 番目の理由は、シアーズ社の住宅を建設する際のスピードと容易さである。シアーズは建設を支援する説明書と完ぺきな仕様書と合わせ、動力木材加工機械がほとんど知られていない時代に、プレカット材の供給を行った。施主は設計の選択と現場での施工に直接関わったので、それらができあがった時には、そのシアーズ住宅は特に彼らにとって自慢であった。

Right: The Mae Novelle home (the Matoka), Medford, N.J., soon after the shingled bungalow was built, about 1912. (Sears, Roebuck and Company)

Below: Pages from the 1917 Modern Homes catalog announcing, in Sears's inimitable way, the number of houses sold within nine years.



ENOUGH HOUSES HAVE BEEN BUILT ACCORDING TO OUR PLANS AND WITH OUR MATERIALS TO SHELTER A CITY OF 40,000 PEOPLE.



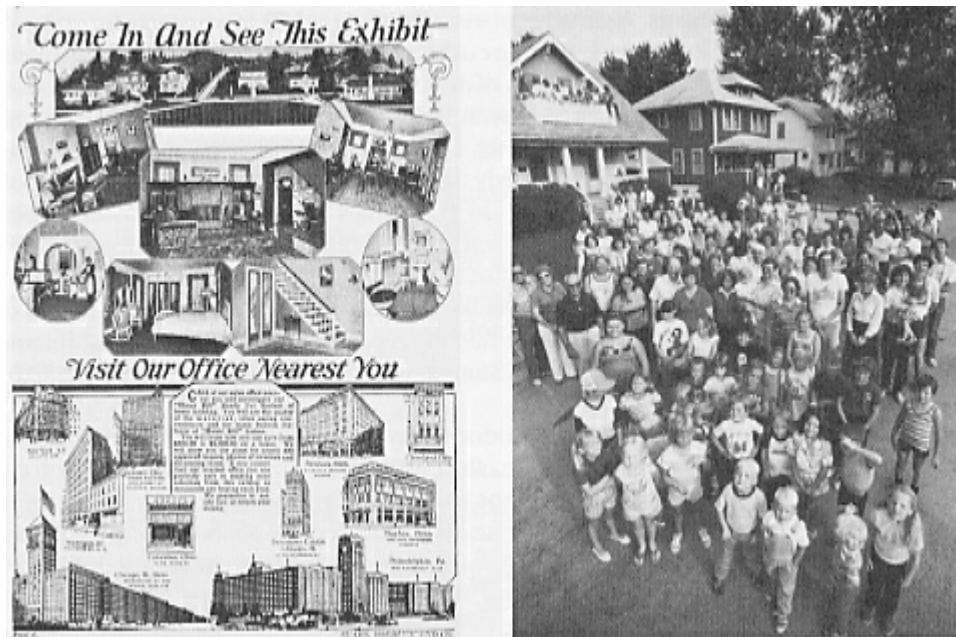
【モダンホームズ事業】

最終的にはモダンホームズ部門になったその始まりは、シアーズ社がメールオーダー・カタログで建材を売り始めた、1895年から1900年の間にさかのぼることができる。建材分野での成功はゆっくりとやってきた。1906年シアーズ社は不採算部門の閉鎖を検討した。フランク・クシェルはその遂行のため陶磁器部門のマネージャーに再任された。クシェルはその部門が短期間で採算がとれるようにしようと思決意し、その部門を金融市場へ転換させて行く挑戦を始めた。1908年までには集中して完成された最初のメールオーダー住宅のカタログが作られた。「モダンホームズと建築プラン」と名付けられたそこには、650ドルから2,500ドルの価格が付けられた、22のスタイルの住宅が含まれていた。こうした価格の中には、図面、仕様書、小さい物では釘までほとんどの建材が含まれていた。さらにシアーズ社は全体的な建設費を知るのに役立つよう基礎工事や労務費の積算書も提供した。

メールオーダー住宅の考え方は急速に人気を得た。シアーズ社は1909年ルイジアナ州のマンズフィールドの製材工場を購入したり、1911年にはイリノイ州カイロに材木集積基地を、1912年にはオハイオ州ノーウッドに木材加工工場をというように、1909年から1912年にかけて、その関連部門を拡大した。カイロの工場は、シアーズが材木を受け入れたり、プレカット材を顧客に届けるための都合から、戦略的に鉄道の速度を緩める場所に設置さ

[illegible]

シアーズ社の販売相手は個人の住宅オーナーがほとんどであったが、団体や会社とも取引を行った。第1次世界大戦中には、赤十字に病院を供給した。建物をいくつかの部分ごとに工場で生産し、輸送しボルトで結合され使われた。シアーズ社は企業向けにその企業の工場の近くの企業の団地に社宅を売ってもある。1919年のカタログには、1918年に1億ドルのコストがかかったと報告されている、イリノイ州カーリンビルのスタンダード石油が社宅として購入し建設した192戸の住宅が紹介されている。イリノイ州の鉱山都市をくまなく調べてまわったシカゴ・トリビューン紙のオスカー・フューイット記者は、カーリンビルがイリノイ州の鉱山住宅として最もよい評判を持っていると書いた。この他の企業顧客にはペンシルバニア州ヘラータウンに社宅を建設したベスレム・スチール社があった。



シアーズ社のモダンホームズ事業の歴史を通してメールオーダー・カタログが作成されたが、各地の販売オフィスは顧客の個人的注文を聞くサービスも提供した。顧客は基本モデルの間取りや材料を変更することができ、その時点で発注も行われた、販売オフィスはこうしたサービスを支援した。1919年シアーズ社は最初のモダンホームズの販売ホフィスをオハイオ州アークロンに設立した。6年後にはオハイオ州のシンシナティー、クリーブランド、コロンバス、デイトン、そしてニューヨーク、ワシントン、シカゴ（ダウントウンとセントラル・パーク街に）、ピッツバーグ、フィラデルフィアなど他の9地域にも販売オフィスを持っていた。1930年までシアーズ社は48の販売オフィスで350人の販売スタッフを雇っていたが、これら全てはミシシッピの東側、メイゾンとディクソンを結んだ線の北側に限られていた。販売オフィスは、イリノイ州エルジン、ロックフォード、インディアナ州ガリー、ミシャワカ、オハイオ州カントン、ローライン、パインズビル、ワーレン、ヤングタウン、ミシシッピ州アンアボアー、フリント、ポンチアック、そしてセントルイスとオルバニー、ニュージャージー州トレントン、コネチカット州ブリッジポートにも設置されていた。

販売オフィスの設置に結び付いた第1次世界大戦後の住宅建設boomで、販売も加速しカイロ工場だけで1920年の月当り125戸が、1929年には250戸まで増加した。最も忙しかったのは1926年5月で324戸のプレカット住宅がカイロ工場から出荷された。こうした需要に対応して、とくに東海岸での販売を増加させるため、シアーズ社はニュージャージー州ニューワークにもう一つの40エーカーの木材加工工場を開設した。東部地域での販売は増加したが、カイロ工場からの販売は減り始め、モダンホームズ販売だけでなく、全国に広がった50を超えるCivilian Conservation Corpsのキャンプの工場生産住宅も始めるようになった。



1929 年の証券恐慌以後も、シアーズ社は現場での建設費も含めるといったローン政策をとり、顧客に対する貸出数もまた金額も増加させ続けた。1929 年には 1,205 万ドルと最高の売上を記録したが、その半分ほどの 562 万ドルは住宅抵当ローンによるものであった。（カタログとカウンター）そのころには 4 万 9000 戸の住宅が建設された。

国家経済は不況であったにもかかわらず、シアーズ社は 1930 年には、地方の現場のために直接職人を雇ったり、サブコンの管理まで始めるようになった。1931 年のニューヨーク地区での需要がきわめて大きくなっていると東部地域の販売マネージャーが報告し、「ニューヨーク市の住宅ローン部門を分離させることを決めた」（シカゴ・トリビューン紙、1931 年 1 月 22 日）と述べている。しかし不況はさらに深刻なものになり始めた。そして中西部地域でのプレカット住宅の販売のストップを準備しはじめ、ほとんどの地域で住宅抵当ローンと建設管理をやめることになった。1934 年の会社年報では「おおよそ 1,100 万ドルの抵当ローンがその年に整理され、モダンホームズ部門が閉鎖された」と簡潔に記している。

その決定は短命であった。1935 年にはシアーズ社は住宅分野に再び参入した。この時は敷地やローンはやらず、シカゴのゼネラルホームズ（General Homes）が特別に生産した住宅のみの販売であった。この取り決めでスチールフレームの躯体、スチール製屋根、合板製の壁でできた 30 種類のプレハブ住宅が新たな商品ラインになった。1940 年の最後のモダンホームズのカatalogが出版される以前に、この提携は終わっている。（1985 年の終わりにこのカタログが発見される以前は 1939 年のものが最後だと考えられていた。1940 年のカタログは 1939 年と基本的には同じもので、新たな住宅スタイルは加えられていない。1940 年のカタログにはメールオーダーのためのテキストがあらかじめ印刷されていた。）住宅市場は 1935 年には、わずかに回復し、1934 年の 3 倍以上もの住宅が販売された。住宅へのファイナンスを決めていなかったにもかかわらず、1936 年の内部資料では「建材だけを販売しローンの設定と住宅の建設は顧客にまかせておくといったポリシーに逆らった

販売方法も考慮されている。」と報告されている。ニューワーク工場の住宅のためのローンは地方銀行が、その後は連邦住宅局も行った。1936 年までにおおよそ 2 億ドル、1937 年には 3.5 億ドル、1938 年には 2.75 億ドルが販売された。

これは相当の数字であったが、シアーズ社は住宅部門で満足できる利益を上げられなかった。そして 1940 年にはカイロの木材加工工場を売却した。しかしシアーズ社は住宅の生産と販売は続けるつもりであった。1940 年のシカゴでの年次総会で企業のトップは、ノーウッドとニューワークの工場そして 150 人のセールスマンのいる 20 の支店はいまだ継続中であり、さらに「利益を生み出すセールスマンを養成するための新たなオフィスを設立する。経営幹部はこの急成長した部門が高利益を生み出す組織になるよう見続ける」語った。

(D. M. ウィルソン、シアーズの新しい住宅販売方法) こうした予言にもかかわらず、モダンホームズ部門の復活はなかった。

[シアーズ社の住宅マーケティング]

シアーズ社はもちろんメールオーダー・カタログで有名になった。かなり後になって他の方法も付け加えられたが、シアーズ社が住宅の販売を始めたのもそのカタログを使っているものであった。シアーズ社は 1886 年の創業で、その年にメールオーダー事業を始めている。1988 年には最初のカatalogが発行され、80 ページはとくに時計と宝石に割かれていた。このビジネスは人気をよんだ。1907 年までは乳母車、農場用ワゴン、墓石、洗濯機、製粉機などのための 65 の特別カタログを作成した。この最後の項目やルーフィング、downspouts、ドア、窓など関連した製品から、モダンホーム部門のもとにたどり着くことができる。

1908 年のモダンホームズのカatalogはたった 44 ページで、シアーズ社の信頼性についての評判に多くのふれていて、最初のページではシアーズ社の誠実さと信用を保証する二つの銀行について紹介していた。自らを宣伝することを知りつくしているシアーズ社のカタログは、つぎのようなコピーで費用削減と建設の容易さを訴えた。

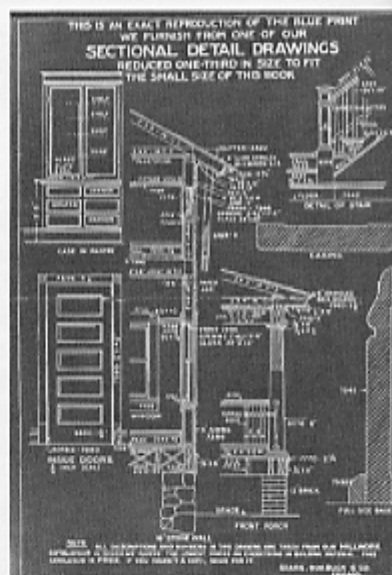
「価格が大幅に下がっている今、家を作ろう。」「この住宅につけたれわれの低価格は、建築業界の驚意的である。」「われわれの提供するプランは、普通の住宅より完ぺきでシンプルである。」「あらゆる大工さんや建築職人はわれわれの図面を完ぺきに理解できる。」「われわれのプランと仕様書で住宅や建築を建設すると、大きな戻りが期待できるすばらしい投資をしたことになる。」カタログはつぎにモダンホームズ住宅のために特別に用意されたシアーズ社の millwork を図解で説明している。載せられているブループリントのコピーには、シアーズ社が注意を払っているディテールまで含まれていた。

1911 年までのカタログには、顧客の信頼が得られるよう、楽しく暮らしている実際に建てた顧客からの証言や、現場での住宅建設風景の写真、さらに最初の頃の顧客の名前と場所も載せられていた。1911 年と 1912 年には、さらに人を引き付けるよう、いくつかの住宅のインテリアの写真と、モデルハウスでの日々の生活もビジュアルで紹介されていた。さらの好奇心の強い顧客のため、シアーズ社の mills、木材工場、材木基地などもイラストで示されていた。1912 年にはカタログは 118 ページと増大し、1913 年には 124 ページに、もっとも最盛期は 1918 年の 146 ページであった。毎年たくさんの住宅が売れたが、カタログの入手はできていない。1916 年のカタログでは、「われわれのプランと建材で、2 万 5000 人の住まいが建設された。」と訴え、また 1925 年のカタログでは「3 万戸以上の住宅が販売され、全ての顧客が満足している。」と自慢している。

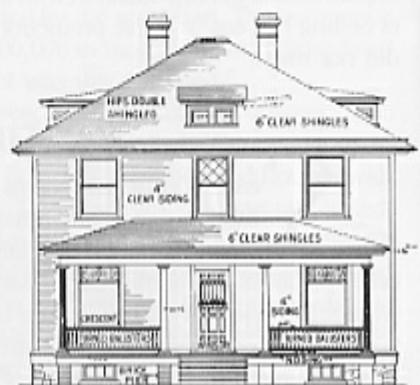
クの連邦ホールの再現モデルもあり、これもまたワシントン生誕 200 年祭のためのものであった。販売促進のためシアーズ社は高品質な材料を使った展示住宅を建設し、1933 年と 1934 年の 5 月から 10 月に開催されたシカゴの世界博に展示した。



Above, right and bottom: Longitudinal section, blue-print of sectional detail drawing and front elevation drawing of Modern Home No. 102, from the 1908 catalog. Sears provided these three types of drawings with each set of house plans.

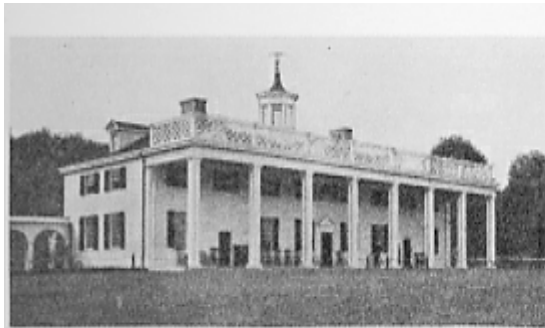


Cover of the 1918 Modern Homes catalog, featuring the Magnolia, the grandest house Sears ever offered. The house cost \$5,140 that year.



シアーズ社の 1933 年のカタログでは、専門技術とそれまでに得られたシアーズ社の評判について豊富に示した 4 つのモデルを載せた。愛国的なねらいからだけでなく、宣伝のためにも実際に建てられたこれら 4 つの住宅には、ピッツバーグのワーナーブラザーズ映画によって建てられた ”ドリームホーム” も含まれていた。マウントバーノン 2 つの再現住宅のうち一つは、1931 年のパリ万国博覧会にアメリカ政府が作ったものであり、もう一つはニューヨーク州ブルックリンのワシントン生誕 200 年祭のためのものであった。さらにニューヨーク社は自動車やラジオや家具と同様簡単に住宅が注文できるよう努力した。その典型として見込み客が販売オフィスを訪れると、最新のカタログを熟読してもらい、さらにスペース要求やデザイン感覚、予算などにあったプランを選んでもらう。カタログには控え目な 2 部屋のコテージから 8 から 10 部屋の邸宅まで、またコロニアル風、英国風、スペイン風、ノルマン風、さらにその他のスタイルまで幅広く含まれていた。しかし顧客はシアーズ社のファイルにあるプランには心が動かなかった。彼らは彼ら自身のプランを持ってきているであろうし、シアーズにもraitたい住宅とどのような材料で仕上げてもらいたいかを持ってきたはずだ。同様にシアーズのカタログは、載せているほとんどの木造住宅はレンガでも作ることができること、また反転プランもあることを強調した。

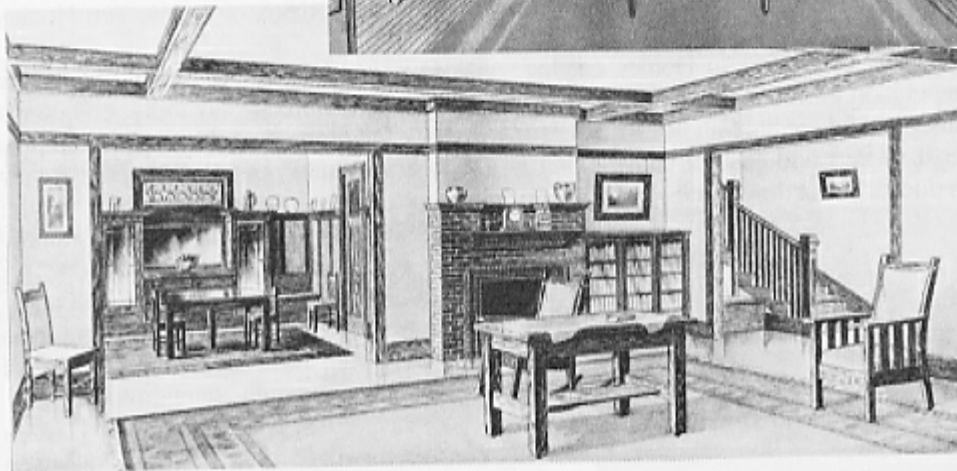
カタログに加え販売員は住宅を売るため写真や模型など販売キットも使った。販売キットには販売のためシアーズ社が建設したモデル住宅だけでなく、実際に顧客が購入し建設した住宅の写真も含まれていた。



Sears's reproduction of Mount Vernon, illustrated in the 1933 Modern Homes catalog.



Federal Hall, the first U.S. capitol, shown in the 1933 catalog.

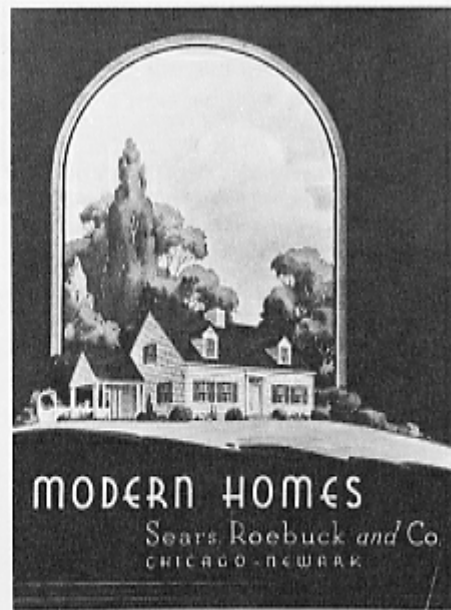


MATERIAL SPECIFIED FOR MODERN HOME №146



SEARS, ROEBUCK AND CO.

CHICAGO, ILLINOIS



Left, above left and right: The covers of the 1911, 1920 and 1937 Modern Homes catalogs, reflecting the popular house styles during these years, from four-squares to California-style bungalows to Cape Cod cottages.

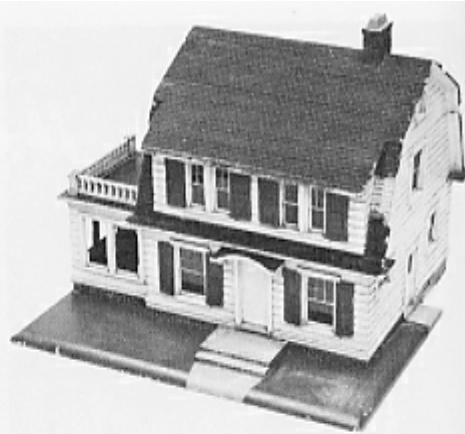
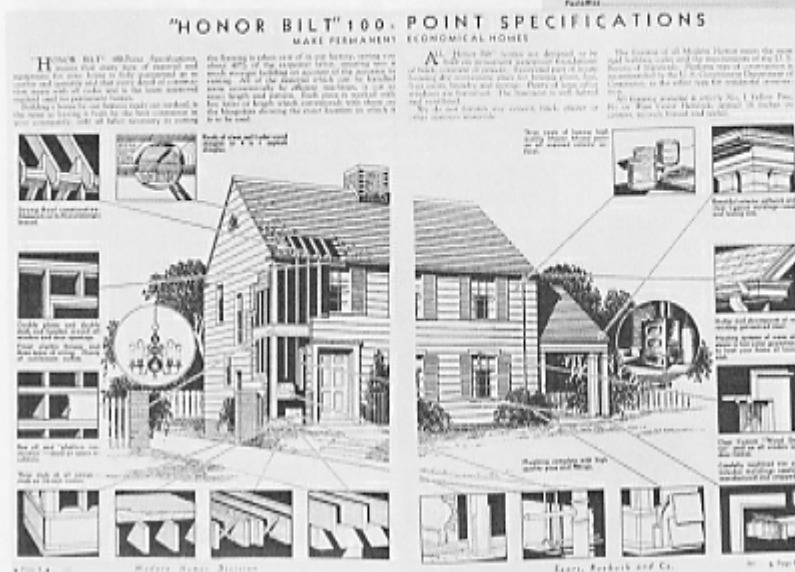
Right: A typical page from the Modern Homes catalogs, featuring an illustration of the exterior of the house, several paragraphs of advertising copy about the model, floor plans and ordering information. This page, from the 1924 catalog, shows the Princeton.

[illegible]

Below: Sears house (1930) customized by William T. Dettman, St. Louis, Mo., and his father, a carpenter, for his family's needs. They adapted the room arrangement and substituted a full second floor for the half floor in the original plans. (Sears, Roebuck and Company)



Below: The Honor Bilt line specified clear cypress on all window and door frames, double plates around the door and window openings, gutters and downspouts of galvanized steel and the finest electrical fixtures.

[illegible]

【建設】

いったん顧客が住宅を選択し、注文を行うと、効率的なシステムの活動が始まる。サービス代表者が顧客に全般指示書の確認を行うと、建設マニュアルが用意され、出荷予定表と材料の出荷場所リスト、そして左官仕上げ、電気工事、配管設備工事、暖房工事のための工事仕様書も一緒に同封された。もちろん顧客が建物本体や額縁、外壁板、建具などのために選ぶべき塗装カタログも同封された。モダンホームズの材料の質および数量が不十分である時には、シアーズ社が返送用の運賃を支払い、顧客が支払った金額を払い戻すことが記された保証書も同封あるいは別に渡された。

建設マニュアルはおおよそ 75 ページといった厚いもので、施主向けと施工業者向けに、各施工段階での詳細な指示が書かれていた。図面には平面図と立面図、縮尺 1 / 48 の基礎伏図、縮尺 1 / 32 の軸組詳細図からなっていた。それぞれの図面にはその部分に必要な材料に関して、そのプレカット材に記された識別記号、材料の個数、長さ、用途などのリストが記されていた。

一部のシアーズのコンクリートブロック住宅あるいはレンガ造住宅やコテージを除くと、1935 年までは伝統的な木造プラットホーム軸組構造が全てのシアーズ住宅で用いられた。全ての軸組部材は工場でプレカットされ、現場での組立のため番号が付けられた。1935 年にシアーズ社がスチールフレームの躯体と屋根、合板壁の住宅を始めた以降も、提携会社であるゼネラルホームズがこれを継承した。

シアーズ社は 3 つのカテゴリーの住宅を提供した。Honor Bilt 住宅はシアーズの最高級住宅であった。梁や柱、たる木は約 36 cm 間隔になっていた。壁は高級な木製板と外壁サイディングが張られた。米松のサイディングや杉のシングル葺屋根が多く、Honor Bilt 住宅で使われた。床や造作材には部屋の用途に合わせ、松、樫、楓などの節のないものが使われた。

その次はシアーズ Standard Built 住宅で、柱や梁の間隔は広くなっていた。少なくとも一つのシアーズ社のカタログには、「Standard Built 住宅は、Honor Built 住宅にくらべ暖かくはない。」と書かれていた。Standard Built 住宅は、暖かい地域にだけ推奨され、材木も工場ではプレカットされなかった。多くのシアーズ住宅の設計には、Honor Built 住宅と Standard Built 住宅のどちらの仕様も提供された。三番目のものは単純な分割型コテージであった。これらは夏の別荘として使われ、平屋の軽構造で普通、内部はプラスター仕上げはされなかった。

次のような材料と機器が住宅のパッケージとして価格の中に含まれシアーズ社によって供給された。建具・造作材、キャビネット、ラス、屋根葺材、床材、外壁サイディング、下地シート、堅樋、ドア、窓建具、シャッター、建築金物、釘、塗料やニス。レンガやコンクリートブロック、舗装用玉石、プラスターや他の組石材料の費用は含まれていないが、図面には示され仕様書には必要なものが明記されていた。シアーズ社から特別費用で入手

できるオプション材料や設備機器としては、スクリーン、ストーム窓、プラスターボード、配管、暖房、電気設備機器などがあった。



Left: Page from the fall 1919 general catalog advertising Sears's ready-cut homes and the materials provided for complete assembly.

Below: Certificate of Guarantee ensuring sufficient material, safe delivery and a complete refund if the customer were not satisfied with the materials. (Sears, Roebuck and Company)

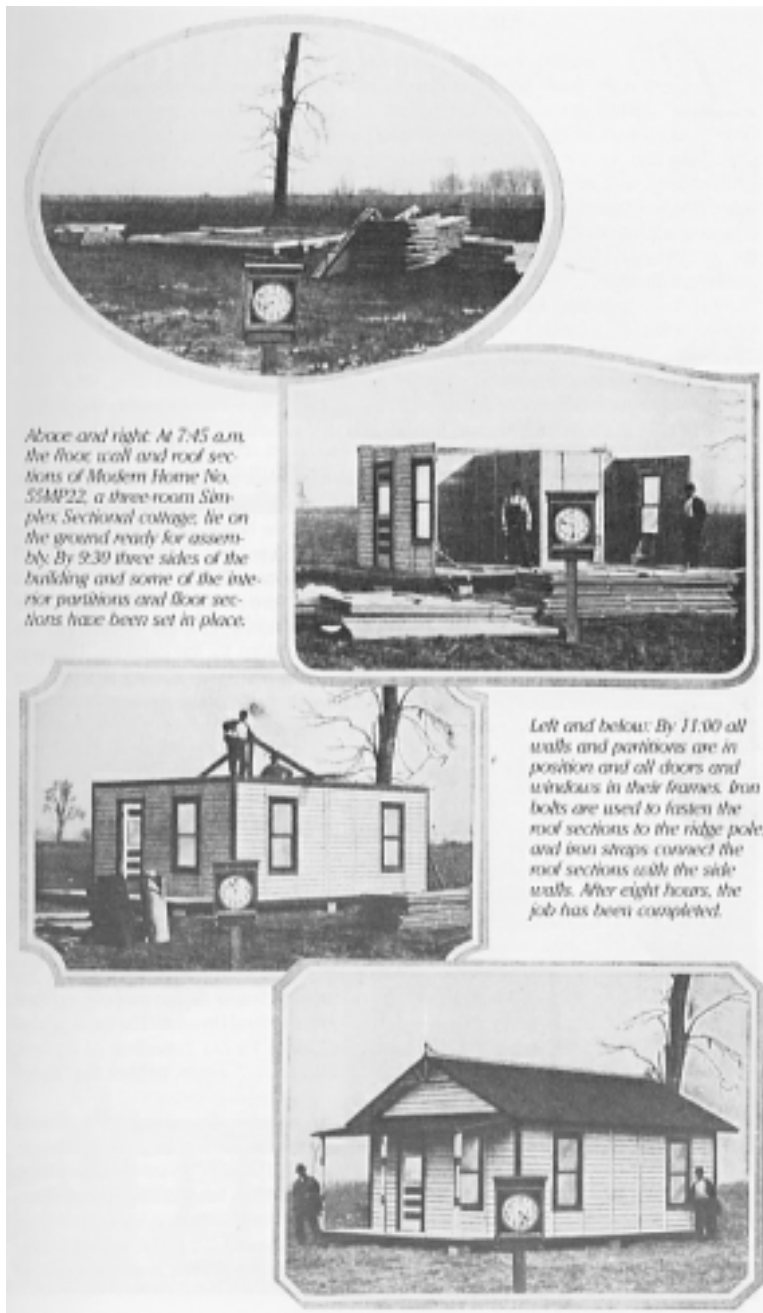


当時は今日のドライウォールの前身であるシートプラスターやプラスターボードの使用が普及しており、シアーズもこうした一般工法で使われている技術と材料を使っていたが、多くの住宅モデルで、特別費用のオプションが用意されていた。シアーズ社は普通の住宅の外装材料として、石綿スレートのサイディングを紹介していた。他の商品としては、シングルや羽目板の代わりに装飾として使うセメント・スタッコ・プラスターの stonekote があった。東洋調のスレートサイディングとしてカタログで知られていたアスファルトシングルは、事実上は多くの住宅モデルで特別費用オプションとして使うことができ、これらは 17 年の保証がついていた。

全て発送は鉄道により行われた。その結果シアーズ住宅の大きな市場は多くの鉄道によってサービスされていたノースイーストとミッドウエスト地域になっている。発送日程リストにはそれぞれの材料の発送元と、おおよその発送予定日が示されていた。建設マニュアルには、顧客が貨車のドアについているシールに示された番号や荷降ろしした際の個々の品目数など、出荷品の受取記録を書くよう指示していた。典型的なシアーズ住宅は、ばらして 2 両の貨車に積み込まれることができた。

出荷日はおおよそ現場で必要になる時に着くようずらされた。最初に着くのは、下地シートと釘、材木とフレームで、おおよそ 1 カ月後に最後に到着するのは、建具・造作材と洗濯槽であった。通常の住宅では、釘とネジを除いた品目数はおおよそ 30,000 点であった。1929 年に始まった地域をカバーする販売オフィスによって、シアーズ社は地域の建設業者を使い、建設の全てを管理するようになった。ある場合には顧客が直接建設業者を雇ったが、こうした場合でもシアーズ社に管理を委ねることはできた。また顧客に住宅建設の技

能があり、顧客自身で住宅を作ることができる場合は、その作業分をローンの頭金にすることもできた。シアーズは一般的な建設技術と材料を使ったので、ほとんどの建設業者はシアーズ住宅を建設する際になんら問題を持たなかった。事実シアーズ社はプレカット部材と詳細な指示書があったので、小さな住宅の場合、一般では 583 時間必要であったのに対して、352 時間で建設できると見積っていた。これは実に 40% の労務量の削減となっていた。単純な分割型コテージの場合、さらに速くおおよそ 8 時間で組み立てることができた。



【建築家とスタイル】

シアーズ住宅に携わった建築家についてはほとんど知られていない。しかしシアーズ住宅は、新たな建築的スタイルを作ったというより、追従したということは間違いない。447の住宅の設計図の中には、典型的なシアーズ住宅というものは、明かに存在していない。シアーズの設計には、伝統的な2階建て中央ホール形式のコロニアル風住宅、クラフツマンとスペイン風バンガロー、非対象的なクイーンアンの農家、ケープコッドのコテージ、中二階あるいはそれ以上の段のついた小修道院風、そして現代風住宅も含まれていた。シアーズ住宅の設計者達は流行のリーダーというより、追従者に徹していた。彼らは流行のデザインをさらに快適なものにし、より多くの人が使えるようにした。そしてこのことがシアーズ社が成功した多くの理由の一つになっている。しかしながらまれにシアーズはモダンスタイルと関わりをもった、特記すべき例外として、オーロラとカルトンがある。これら二つは小修道院風建築の例として全く新たに開発されたもので、1918年のカタログで提案されている。

シアーズのバンガローのデザインは特に長く継続されたことがわかっている。ゆったりした玄関ポーチ、readed ガラス窓、オーク材の階段、クラフツマン的納まりなど、モダンホーム部門によってこれらが供給されたので、全国で一般的になった。シアーズのバンガローはさまざまな大きさ、仕上げ、スタイルのものがあり、1920年代のカタログのほとんどがこれによって占められていた。

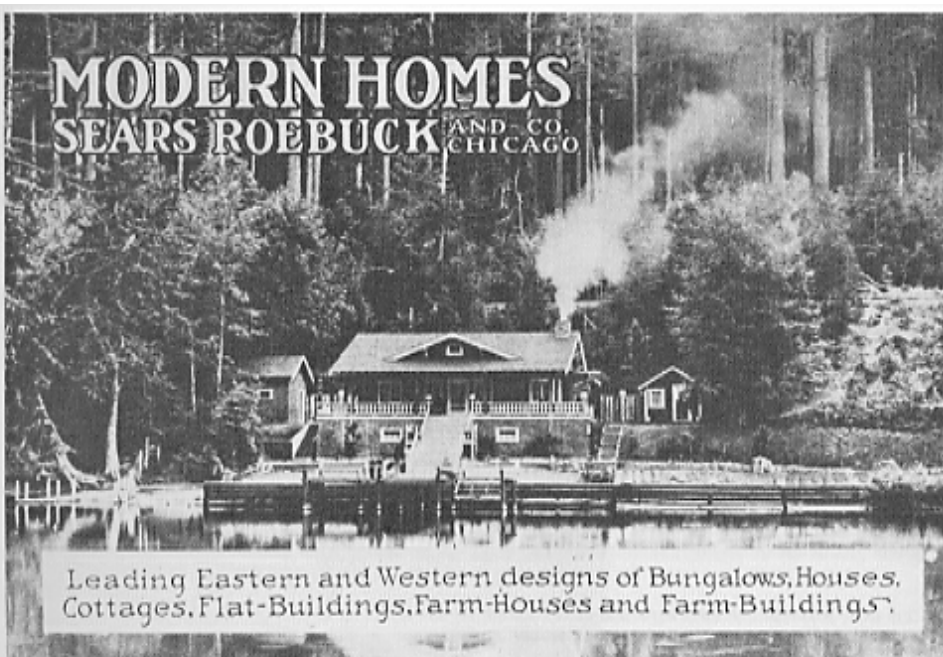
シアーズ住宅の設計は4つの大きなデザインソースからきたものと思われる。一番目としては、シアーズは外部の建築家から、すでに建設され成功が明かとなっている住宅の設計を購入した。モダンホーム事業の歴史の中でずっとこうしたことは行われたものと考えられるが、おそらく1919年以前がもっとも一般的であった。2番目のソースは、カタログのために特別に住宅を設計した、シアーズ社のスタッフ建築家であった。こうした仕事はシアーズが建築部門を設立した1919年に開始された。3番目のソースは、はやっている住宅デザインをシアーズのスタッフ建築家やドラフトマンが、カタログのために平面図や立面図、仕様書などを作成しシアーズ住宅になじむようにしたものである。これがおそらくデザインソースとして最も一般的であった。というのもシアーズは一般にアピールすることが証明されたデザインを使って一般市場を狙おうとしていたからである。最後の4番目のソースは、雑誌から購入した住宅の設計で、シアーズカタログにそのまま再現させた。顧客はもちろん彼ら自身の建築家を使って設計された図面を使い、シアーズに仕様書を準備させ、材料を供給させ、工事を管理させることもできた。

1908年から1913年にかけてのシアーズのカタログは、次のように強調していた。「われわれのプランは、この事業のためにわれわれと提携した有名な建築家によって設計されたものである。」しかしカタログにはその名前は記されていなかった。シアーズ社はその初期に「大工の実務」、「ビルダーのための信頼できる見積り」、「建設業ガイド」の著者である

フレッド・ホジソン (Fred T. Hodgson) と提携し、住宅のプランづくりに協力してもらいとともに、彼らの millwork を推進するために彼の本を用いたりした。同様に初期の 1912 年には、シアーズの電話一覧に A.J. Caron, Building Plans を載せたが、彼に直接つながった設計要請はなかった。

1919 年の春には、シアーズの重役の指示を反映して、シアーズの設計プロセスに大きな変化が起こった。新たに建築部を設置したこともその一つである。そしてカタログは次のように読みあげた。「著名な建築家達がわれわれの住宅コレクションに彼らの最善のアイデアを捧げてくれた。建築の専門家達が仕様書をまとめてくれた。」再びであるが「著名な建築家」も「建築の専門家」の名前が記されていない。

設計はまた他のさまざまなソースからも取り込まれた。1914 年のシアーズの一般商品カタログには、農家住宅の設計コンペの入選結果が載せられた。その宣伝によれば、建築協会に ” 100 の実用的農家住宅の設計コンペ ” を申しで、100 の現代農家住宅のプランとアイデアを求めた。入賞者はウイスコン州エバンスビルの H.R. セルック、アイオワ州ケンブリッジの W.L. リチャードソンで、1 等はその後 1922 年までのカタログで紹介された「ヒルローズ」であった。初期のデザインソースとして、1916 年のカタログのモダンホーム、No. 243 は、1914 年に発行された「バンガローマガジン」誌の表紙からとったものである。



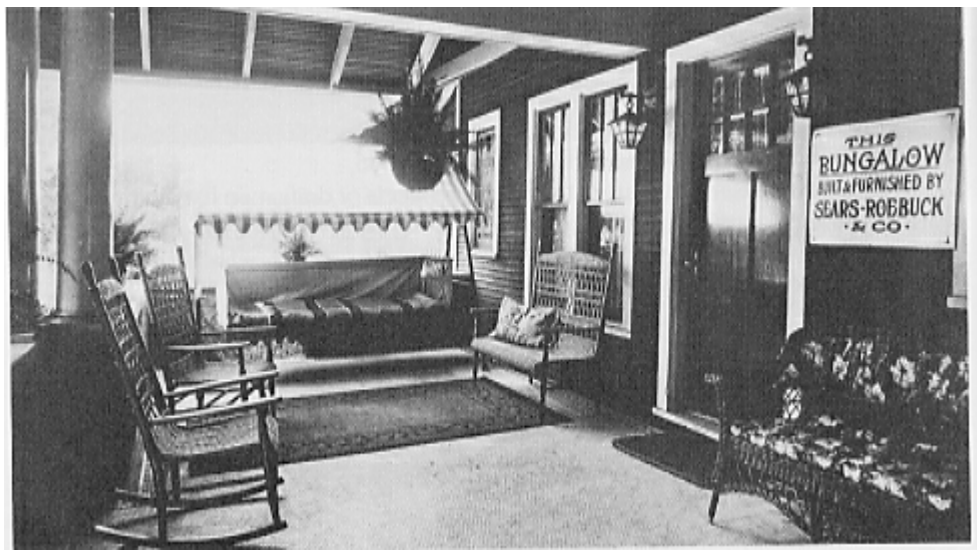
[illegible]

建築部はその創設時に多くのチーフを抱えた。1925年にはドラフティング部も創設された。1928年までモダンホームズ部門に関連した人々は、1929年のカタログに名前が一覧されていた。そのカタログには「それぞれのモデルは、アメリカの中流の住宅の建築スタイルのリーダーであるシアーズ・ローバック社が作った経験豊富な建築家会議によって設計されたもので、その中にはチーフ女流建築家のD.S.ベットコンも含まれる。すべての設計は彼ら自らの監理によって行われたものである。」と記されていた。最新のデザインが定期的に新たに開発され、古くなったデザインは、手ごろな価格で快適に住まえるよう頻繁に設計が更新された。いくつかの注目すべき例外的モデルは、ごく希であるが10数年以上の間、カタログに載せられた。popular Winonaは1916年から1940年まで載せられたし、1912年に登場したWestlyは1928年まで掲載された。

デビット・S.ベットコンによるコミュニティ設計の興味ある例の一つにコネチカット州フォールビレッジのゴードン・サマー室内楽フェスティバルの住宅となったミュージック・マウンテンがある。ジャッキー・ゴードンは、その後シカゴ・シンフォニーのコンサートマスターになつた人物であるが、シアーズの社長になったジュリアス・ローズワルドにこのアイデアを申しで実現したものである。これに応じてシアーズは、ローンを提供しシアーズ社の設計で5つの建物、それは4つの住宅とコンサートホールであるが、1930年8月までにすべてが完成した。

シアーズの建築家やドラフトマンが、数100ののぼる住宅デザインの中に、それぞれどんな仕事を残したかは、推測しかできない。いくつかの場合、彼らのサインが残されている図面に見ることができるが、どちらが建築家どちらがドラフトマンであるかを判断することはできない。

1931年以降の販売キットには、シアーズ社によって建設された住宅の写真が載せられ、何人かの建築家の名前が記されている。その中にはB.T.ローリム、レズリー・L.デグロー、J.A.パークスが含まれている。パークスはワシントンにある建築事務所の建築家として記されている。他の二人は住所は載せられていない。シアーズ社に関わった建築家、デザイナーとして知られているその他の人として、ニュージャージー州クランフォードの建築家ランドルフ・エバンス、コネチカット州サウスノーウォークの建築家S.メリル・クレメント、クラフトマンのアルバート・フリーゲル、ジョージ・ビールなどがある。シカゴの女流建築家クラブは1937年シアーズのために活躍した建築家として、アリーン・アンダーソンを挙げている。





Left and below: Bedroom and combination living room and dining room of the furnished bungalow model at the 1910 Illinois state fair. (Sears, Roebuck and Company)

