

研究論文

『Vogue』に見る1960年代ファッション

古賀 令子\*

The 1960s fashion in “Vogue”

Reiko Koga\*

Abstract

During the 1960s, the general sense of values and beauty had drastically been changing, and the emerging young generation had become the driver of these new trends.

Vogue, launched in 1892, is one of the most popular and longest-running fashion magazines in the world and one of the most important historical material verificating fashion trends during the 20th century.

The basic streams of this decade, such as the change of body-consciousness, the rise of new sense of beauty like modern-and-avant-garde or ethnic-and-forkloric, and the shift of fashion from haute-couture in Paris to pret-a-porter (or ready-to-wear), are shown in Vogue, but it has to be mentioned that the perception of this magazine on these matters is consequently limited by the legendary fashion editor Diana Vreeland.

(キーワード 1960年代：1960s, 『ヴォーグ』：“Vogue”, ファッション情報：Fashion Information)

はじめに

1960年代は、世界中の「ベビー＝ブーム世代」の若者たちが、古い世代の枠組みを次々と打ち壊し、自分たちの価値観に根ざした新しい文化をさまざま生み出した変革の時代だった。ファッションではTシャツやジーンズ、ミニ・スカートなど、今日私たちが日常服としているものの多くが生まれ、あるいは一般化した時代である。また、この時代に生み出されたさまざまなファッションや風俗は、ファッション・クリエーションにおけるインスピレーション減として、現在まで繰り返し引用され続けている。

本研究の主資料『Vogue』誌は、1892年12月17日、Arthur Baldwin Turnure<sup>1)</sup>らによりニューヨークで創刊され、Turnureの死後、1909年にCondé Nast<sup>2)</sup>に買収された。1916年にイギリス版、1920年にはフランス版が発刊され、これらに加

え現在は1999年に創刊された日本版を含め世界中で何種類も出版されている。世界的に最も広く名が知られ、息の長いファッション誌である。今日まで100年余にわたり広く読者の支持を保ち続けてきた本誌は、20世紀ファッションの形成とファッション情報の変容の過程を検証する極めて貴重な資料であるといえよう。

本稿では1961年1月1日号（第137巻1号、通巻2051号）から1970年12月号（第156巻10号、通巻3050号）まで1960年代の199号の『Vogue』（アメリカ版）を資料に、当時のファッションおよび風俗、またファッション報道と『Vogue』の果たした役割などについて、その時代背景とともに検証・考察する。

I 1960年代のアメリカ社会と『Vogue』

第2次世界大戦後台頭したアメリカ主導の消費文化は、1960年代には世界規模での大衆消費社会の到来をもたらし、改めて植え付けられた近代

\*文化女子大学

化とテクノロジーへのさらなる信頼とともに、新しい価値観をさまざま生み出すことになった。

科学技術の著しい進展は、1960年代の人びとの未来への夢と希望を膨らませた。1961年のソ連による史上初の有人宇宙飛行はいわゆる「宇宙時代」の幕開けとなって、『Vogue』でも宇宙飛行士の特集が生まれ<sup>3)</sup>、「宇宙ファッション」も花盛りとなった。1962年1月1日号では未来への希望を特集し、「『現在』30%の(小児癌患者)生存率は今後50%になる」とか、「海水から作った真水を使って砂漠を緑化して食糧生産を2倍/3倍にして地球上の全人類を飢餓から救うことはすでに技術的には可能である」といったテクノロジーの進展による明るい未来像が各界の碩学によって示された<sup>4)</sup>。こうした新時代の素材として台頭したプラスチックで家具や服までもが作られるようになり<sup>5)</sup>、伝統や持続性よりも一過性の新しさを価値とする風潮が生まれた。こうした傾向はほとんどの耐久消費財にまで及ぶようになる。

この時代は西欧主導のモダン・テクノロジーへの関心の高まりと並行するように、非西欧文化へ

の関心も高まった。『Vogue』ではモロッコやタイの王族の婚礼や服飾の紹介に始まりファッションを中心に華やかな「エスニック趣味」として捉えていく<sup>6)</sup>。非白人、中でもアフリカ系の人びとへの眼差しもこの時代の重要なファクターである。『Vogue』でも、ミュージシャンだけでなくMartin Luther King夫人<sup>7)</sup>やテニス・チャンピオンのArthur Ashe<sup>8)</sup>らアフリカ系指導者や文化人が取り上げられ、ハイ・ファッションを着用するモデルにも使われるようになった<sup>9)</sup>。

伝統的な文化とは価値観や美意識を根本的に異にする大衆文化も台頭した。その大衆性から以前の『Vogue』では軽視されていたハリウッド映画が無視できない存在となって、「007」シリーズ<sup>10)</sup>など話題の映画が特集で取り上げられ、Audrey Hepburn<sup>11)</sup>〈図1〉を筆頭に対照的なイメージのSophia Loren<sup>12)</sup>ら多くの映画女優が、モデルとして度たび表紙に登場するようになった。1950年代に普及したテレビの大衆に及ぼす影響も無視できないものとなった<sup>13)</sup>。他方、若者層を中心に伝統的文化やマス文化に対抗する文化(サブ=カル

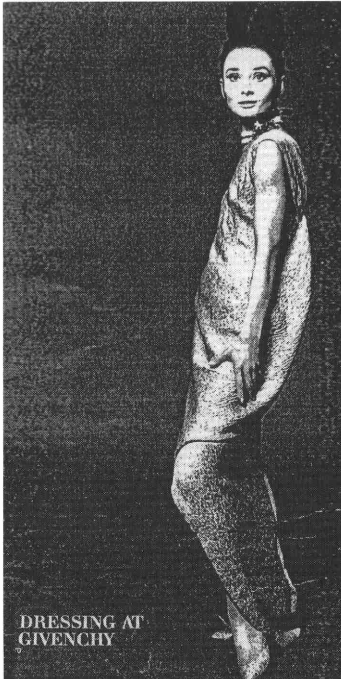


図1 Givenchyを着た Audrey Hepburn (1963年4月15日号、撮影: Bert Stern)



図2 Jacqueline Kennedyのファッション・スナップ (1961年8月1日号)

チャー) が台頭し、「アンダーグラウンド」の語も定着した<sup>14)</sup>。この時代最大のサブ=カルチャーは何と言ってもポップ・ミュージックである。1960年代の2大ロック・バンドであるThe Beatles<sup>15)</sup> とThe Rolling Stones<sup>16)</sup>、そして最大イベントのWoodstock<sup>17)</sup> はもちろん『Vogue』誌上でも特集されている。

女性のあり方も大きく変わった。「アメリカ女性特集」は『Vogue』の特集の定番の1つだが、1961年5月号では美人像の変化を特集し<sup>18)</sup>、「現代の女性は男性の好みで作り上げられた理想像を模倣することはしなくなり…その大胆さや自由な存在であることが美しいと見なされるのだ」と明言している。この時代を代表する2人の「美女」、時のアメリカ大統領夫人Jacqueline Kennedy<sup>19)</sup> (図2) とイギリス出身のモデルTwiggy<sup>20)</sup> (図3) は、『Vogue』誌上に繰り返し登場した。当然、平行して男性のあり方や男女の関係性も変化し<sup>21)</sup>、「ユニセックス」という概念もこうした延長線上で台頭した<sup>22)</sup>。

自由で大胆な女性たちは若々しく美しい身体の



図3 Cardinを着たTwiggy(1967年3月15日号、撮影: Bert Stern)

露出を厭わなかった。若者やリゾートから出現したミニヤビキニが広く浸透し、トップレスやボディ・ペインティングが出現して、『Vogue』誌上でも乳首を露出したヌード写真が掲載された<sup>23)</sup>。若々しく美しい身体が最高のファッションとなつて、ダイエットやシェイプアップはますます盛んとなり、「Body Sculpture (身体造形)」の語も登場する<sup>24)</sup>。

性意識も、当然解放へ向かう。急速に進む性解放に関しては、若者の現状を親や大人の立場から何とか理解しようという追従的なスタンスを脱することは出来なかった『Vogue』だったが、それでもピルについては正面から取り組んだ特集を組んでいる<sup>25)</sup>。

ドラッグも社会問題化していたが、こうした問題の背景にあるヴェトナム戦争については『Vogue』ではほとんど触れられることがなかった。

こうした時代変革の推進者となったのは、戦後生まれのベビー=ブーマーたちだった。1960年代は「ヤング革命」の時代と言われるが、『Vogue』では既成の体制や古い価値観に反抗する若者の動きを「youthquake」と名付けて何度も特集している<sup>26)</sup>。

この激動の1960年代の『Vogue』を担ったのはDiana Vreeland<sup>27)</sup>である。フランス生れで幼少期をベル・エポックのパリで過ごし正規の教育ではなく社交界の中で独自の教養と美意識を身に着けたというVreelandは、ある晩白いレースのドレスを着て真っ赤なバラを1本髪に挿し高級ホテルのSt.Regisの最上階にある舞踏場で踊っていたところを『Harper's Bazar』誌編集長だったCarmel Snowに「発見」されてファッション・エディターとしてのキャリアをスタートしたという伝説的人物である<sup>28)</sup>。

1960年代初頭、『Vogue』を含めたCondé Nast出版の編集部門を管掌していたのは、アート・ディレクター出身のAlexander Liberman<sup>29)</sup>だった。実務派編集長ではあったが感性面に弱点があったと評されるJessica Daves<sup>30)</sup>の後任としてLibermanに抜擢されたVreelandは、1962年にア

ソシエイト・エディターとして『Vogue』に移籍し、翌年正式に編集長に就任した。「謹厳で取り澄ました女性だったDavesはまさに50年代の編集者だった。そしてDiana Vreelandは、社会のあらゆる壁が崩れた60年代の編集者だった」と、特別アシスタントとしてVreeland時代の『Vogue』の編集実務を担当し、後に後任となるGrace Mirabellaは述べている<sup>31)</sup>。

「Vreelandの『Vogue』は大きく変動している世界を取り入れようとした。新しく『多様化した文化』と呼ばれるスタイルを『Vogue』のために探っていた。セックスを取り入れ、ロックンロールを持ちこみ、当然の流れでドラッグも入ってきた。Vreelandが『Vogue』を支配した最初の5年間は、若さと新しさが『Vogue』のページで踊っていた。『Vogue』はいきいきと弾むほどの活気があり、新鮮で初々しかった。創刊以来はじめてのことだった。」<sup>32)</sup>

Vreelandはファッション・エディターとして最初の<sup>セレブリティ</sup>有名人であり、Windsor公爵夫妻<sup>33)</sup>やKennedy大統領夫人ら欧米の上流階級や文化人との華やかな交友関係がそのまま『Vogue』に持ち込まれた。「Beautiful People」と名付けられて継続的にそのライフスタイルが誌上で取り上げられたこうした人びとの代表はJacqueline Kennedyである。Kennedy夫妻は大統領選直後から華々しく巻頭で取り上げられ<sup>34)</sup>、大統領の死後もギリシアの船舶王Onassisと再婚したJacquelineやKennedyの弟RobertやEdward一家を取り上げている。インタビューや読み物にも、Jean-Paul Sartre<sup>35)</sup>やTom Wolfe<sup>36)</sup>ら思想家や作家たち、ジャズのSatchmo<sup>37)</sup>までさまざまな分野の多彩な著名人が綺羅星のように登場して『Vogue』誌面を飾った。

Vreelandはその鋭い感覚と強烈な個性で『Vogue』の感性面を支配して新しい『Vogue』を作り上げたが、「ビューティフルでファンタスティックな夢の世界」に固執するVreelandの価値観と美意識が最大の問題であることが次第に露呈する。また、編集長就任当時すでに60歳近かったという年齢も要因の1つだったのである。

「『Vogue』にWoodstockを取り上げるとき、Manetの「草上の昼食」<sup>38)</sup>の複写とコンサート写真を並べて紹介した。たしかにヴィジュアル的にはとても魅力的だし、知性を感じさせて美しいけれども、ポイントを完全にはずしてしまっている…」<sup>39)</sup>とMirabellaが指摘するように、Vreelandの『Vogue』は結局若い雑誌にもなれないまま読者数を減らし、60年代後半から70年代はじめにかけて、ニューススタンドでの販売が大打撃を受けることになる<sup>40)</sup>。傍目には無駄としか映らない膨大な経費問題やニューヨークの既製服メーカーなどスポンサーの意向などは一顧だにしないVreelandは、60年代末にはLiebermanを含めた経営陣との軋轢が絶えなかったという。

## II スター・モデルと有名人<sup>セレブリティ</sup>フォトグラファーが彩る1960年代の『Vogue』誌面

雑誌の基本的な構成や体裁には、1950年代から大きな変化は見られない(単号価格は1964年に60セントから75セントに改訂)。発行スケジュールも、1958年以降、5～7月と12月の4ヶ月のみ月1回の発行で他の8ヶ月は1日と15日の月2回発行する年間20回発行の体制が継続する。表紙は、そのほとんどにモデルの顔のクローズアップ写真が用いられ、この図像の上に雑誌タイトルと発行年月日、価格のほか、各号の特集テーマが記される今日のスタイルが定着した。

各号の特集テーマは、1月の「新年特集」や3～4月および9～10月号のパリやニューヨークのコレクションを中心とするファッション特集、11～12月のクリスマス関係の特集といったシーズン性の強い定番的な特集に加えて、「アメリカ女性特集」(1967年5月号ほか)や「新しい美人像」特集(61年5月)、「ヤング特集」(65年1月1日)、「メンズ特集」(67年11月15日ほか)などのほか、「フィットネス特集」(64年2月15日)や「パンツ特集」(64年7月)、大規模な海外ロケを組んだ「ブラジル特集」(65年6月)や「トルコ特集」(65年7月)、「メキシコ特集」(68年12月)などが組まれた。

広告ページの構成も1960年以前と大きく変わらず、基本的な1ページ大広告と分野別に編集された3行広告、何ページも買い切った大型キャンペーン広告が共存している。大型キャンペーンでは、異業種タイアップ広告も登場している。

広告ページと入り混じるように、本や舞台／映画情報などを伝える「Vogue's Notebook」（1968年1月より「VOGUE'S SPOTLIGHT」に改題）というコラム欄が設定されているが、この項目に「The Underground」（1969年1月より）や「television」（1970年1月より）という項目が加わった。

本文部分の最初は、主としてファッション・トピックスを取り上げる編集長の手になるコラム「Vogue's Eye View」であり、その次に配置される特集の導入あるいは要約の役割も果たしていた。Vreeland自身の手になるコラムには自筆の「DV」サインを入れてその存在を主張している。

ファッションの特集テーマとしては、従来からのパリやニューヨークのコレクション情報は当然引き続き最重要テーマの1つだったが、大掛かりの海外ロケによる『Vogue』の独自性色濃い編集

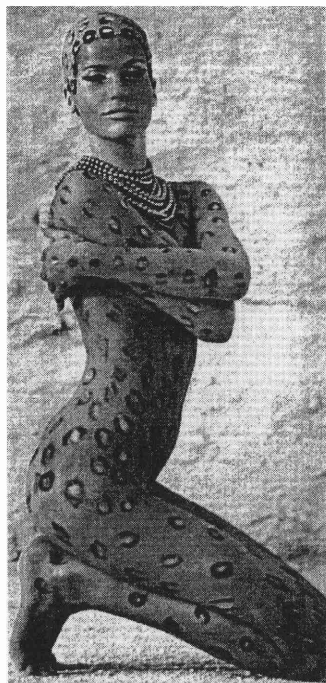


図4 ボディ・ペインティングした Veruschka (1966年5月号、撮影：Franco Rubartelli)

ページや Audrey Hepburn や Twiggy などのファッション・アイコンを核にした特集などが大きく取り上げられるようになった。海外ロケの大規模化は Vreeland 時代の特徴で、その膨大な経費は『Vogue』の収支に多大な影響を及ぼし、Vreeland 失脚の要因の1つとなっていく。

スター・モデルの台頭は1960年代の特徴である。Hepburn はじめ Catherine Deneuve<sup>41)</sup> ら映画スターがモデルに起用され、ファッション・モデルもスター扱いされるようになった。スター・モデルの筆頭は、「ミニの女王」と呼ばれた前出の Twiggy だが、ほかにも Veruschka<sup>42)</sup> (図4) や Penelope Tree<sup>43)</sup>、Jean Shrimpton<sup>44)</sup>、Marisa Berenson<sup>45)</sup>、Lauren Hutton<sup>46)</sup> ら、新時代の美しさを代表する個性豊かなモデルたちが『Vogue』誌上で妍を競う。有名フォトグラファーや人気ミュージシャンとの華やかな交遊やライフスタイルがファッション界以外からも注目されるようになった彼女たちは、その姿が数多く掲載されるだけでなく、ファッション記事のタイトルや商品にその名が冠される存在となった。

この時代はフォトグラファーも華やかな有名人と化す。1950年代から『Vogue』の看板フォトグラファーだった Irving Penn<sup>47)</sup> は60年代も引き続き最大数の表紙を担当（今回資料のうち93回）したが（図7,8）、Vreeland が『Harper's Bazar』から引き連れてきた Richard Avedon<sup>48)</sup> が66年『Vogue』に参加し（表紙担当回数は12回）、50-60年代を代表しその後も多大な影響を及ぼすことになるファッション写真界の2大巨頭が『Vogue』誌上で表現を競うこととなった。Avedon は、厳しい職人気質で静謐な作風の Penn とは対照的で、ダイナミックで挑戦的な表現を得意とする華やかでエキセントリックなフォトグラファーで、この後輩出する「有名人フォトグラファー」の先駆けとなった。ほかに Bert Stern<sup>49)</sup> (38回) (図3,5)、David Bailey<sup>50)</sup> (14回) らが続き、Norman Parkinson<sup>51)</sup>、William Klein<sup>52)</sup> (図6) らも活躍している。

オートクチュールを中心とするハイ・ファッションのほか、従来のアメリカの既製服とは趣を異

にするパリやロンドンの若々しいプレタポルテの扱いが増大し（後述）、「ブティック」情報も定番化する。今日まで続いている、比較の手頃なファッションを取り上げるコーナー「MORE DASH THAN CASH」も70年4月にTwiggyをフィーチャーして連載が開始された。

また、1950年代以降、メンズ・ファッションの扱いは定番化し、連載コラムの「Men in Vogue」のほか、特集でも取り上げるようになった。

ファッション以外では、インテリア関連ページ（カラー写真使用）、旅行やリゾート情報ページなどが1950年代同様に構成されているが、食に関するコーナーも定着する<sup>53)</sup>。

俳優や作家／アーティストなどを紹介するインタビューや読み物が、「優秀な読み物編集者」だった前編集長Daves時代に比べ大きく充実している点は見落とせない。ファッションが社会トレンドと不可分の存在であることが誰の目にも明らかとなり、優雅な上流ファッション人種の間でもサブカルチャーへの関心が高まった時代であり、そこにVreelandの華やかな人脈が生かされたということなのだろうか。若者による新しいサブカルチャーの解説<sup>54)</sup>や性意識の変革<sup>55)</sup>、さらには臓器移植<sup>56)</sup>のような最新医学情報などまでが取り上げられている。

以上の本文の後に再び広告のページが続いて、やはり広告を掲載した裏表紙となる。

1冊のページ総数は平均191ページ、1945～60年の平均176ページから約8.5%増加した。

### III 『Vogue』が報じる1960年代のファッション

ヤング主導の価値観・美意識の変革はファッションとそのシステムにも当然大変化をもたらした。

ヤングのファッションはエレガンスの殿堂であるパリの高級メゾンではなく、ロンドンのストリートやロック・イヴェントを震源とするようになり、そこから登場するヤングのスタイルは、従来の美意識とは全く異質のものだった。パリのオー

トクチュールでも、こうした新しい潮流を積極的に取り入れて新しいエレガンスを生み出す新世代のクチュリエが台頭して世代交代が明らかになる。クチュリエたちが新しいファッション提案を価格的にも手軽なプレタポルテで表現するようになり、プレタポルテを扱うブティックがトレンドの発信源として注目されるようになった<sup>57)</sup>。

この時代のファッションおよびファッション報道について、「身体意識の変革」と「新しい美意識の台頭」、「新しいファッション・リーダーとプレタポルテの台頭」の3つの視点を中心に見ていく。

#### 1. 身体意識の変革——身体を表出とパンツの台頭

1960年代初頭に早速Helmut Newton<sup>58)</sup>撮影によるオーストラリア・ロケのリゾート・ファッション特集で膝上丈のショート・ドレスとビキニが『Vogue』誌上を飾った<sup>59)</sup>。以後、水着は大胆に身体を露出する方向を進み、66年には「trikini」<sup>60)</sup>と名付けられた極めて小さいものとなり、さらにヌード・ボディに直接模様を描いたボディ・ペインティングが取り上げられるようになった<sup>61)</sup>（図4）。1965年1月のトレンド予測では「身体の時代」と言い切っている<sup>62)</sup>。

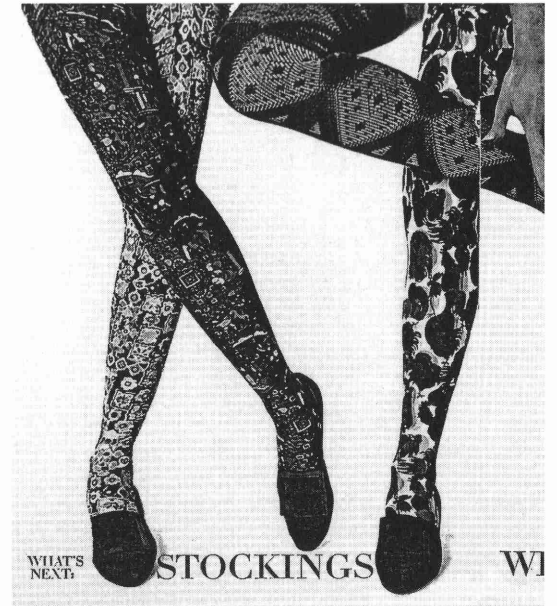


図5 柄物タイツ・コレクション（1964年7月号、撮影：Bert Stern）

女性の身体の中でこの時代最も関心を集めたのは脚である。現代の「生脚」<sup>なまあし</sup>とは違いストッキングやタイツを着けてはいたが、脚部分に焦点を当てた大胆な写真が誌面に度たび登場するようになり〈図5〉、64年頃から多様なレッグ・ファッションが特集されるようになった<sup>63)</sup>。67年頃からは、ファッションとしてのレオタードも登場する<sup>64)</sup>。同時に、靴の扱いが急増し、特にローヒール・シューズ<sup>65)</sup>とブーツ<sup>66)</sup>が台頭し、60年代末には「厚底」<sup>67)</sup>のカジュアル・シューズが目立つようになった。

タウンウェアとしてのミニの初出は1964年2月15日号のBonnie Cashin<sup>68)</sup>のスエードのコートドレスである。タイツと組合せた膝上20cmのドレスには「パンツやスカート、タイツに合わせるのに最適なチュニック」とのキャプションはあるが「ミニ」という言葉はまだ使われていない<sup>69)</sup>。

パリからはCourreges<sup>70)</sup>の膝上丈のドレスが2点、パリで一番短い「Little Little Dress」〈図6〉として同年3月15日号の「パリ・コレクション2報」でようやく紹介されている<sup>71)</sup>。同年7月には

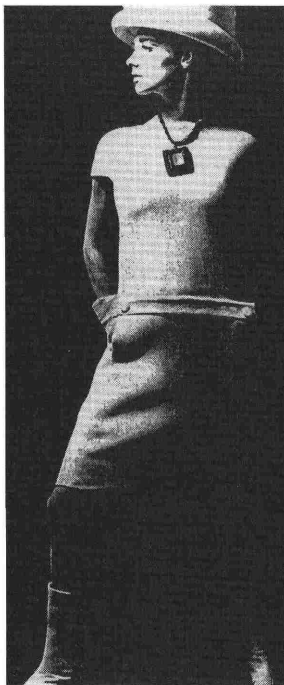


図6 Courregesの「Little Little Dress」(1964年3月15日号、撮影：William Klein)

新しいトレンドとして「膝出しスーツ」が取り上げられるが<sup>72)</sup>、「ミニ・スカート」の語は、1965年1月15日号で初めて使われた<sup>73)</sup>。以後、ミニ・スカート全盛となるが、1968年に入って再びスカート丈が長くなり始める。ミニも継続するが膝丈/ロング丈などスカート丈のバリエーションが共存して「自分に似合う丈を選ぶように」と『Vogue』も提案するようになった<sup>74)</sup>。

パンツの台頭も女性の脚への関心の1つの表現といえるだろう。従来、リゾート・ファッションや学生のカジュアル・スタイルに限定されていた女性のパンツ・ファッションが一気に市民権を得る。『Vogue』誌上では1964年がその転換点を示している。6月号でイヴニング用のパンツが特集され<sup>75)</sup>、さらに続けて7月号ではパンツ特集号を組み、「Beautiful People」のさまざまなカジュアル・スタイル<sup>76)</sup>やパンツ・ファッションのバリエーションを紹介<sup>77)</sup>している。

ジーンズの台頭は1960年代末になる。牧場などにおけるカントリー・ファッションとしては、以前にも時折取り上げられてきたが、(タウン)ファッションとしてのジーンズは1970年10月1日号で始めて取り上げられた<sup>78)</sup>。その前年69年からの「Levi's for Gals」の広告出稿<sup>79)</sup>の影響も見落とせない。

短い丈のリゾート・タイプからイヴニング・パンツ、それにジーンズを含めたパンツがファッション図像の中で占める割合は、稀にしか取り上げられることがなかった1960年代初頭から10年後の1970年にはほぼ40%にまで急増した<sup>80)</sup>。

## 2. 新しい美意識の台頭——モダン&アヴァンギャルドvs. エスニック&フォークロリック

モダン・テクノロジーの進展とその明るい未来イメージが、ファッション・デザインに新しい地平を拓いた。天然素材と見間違ふようなフェイク・ファーが開発されて気軽に楽しめるようになり<sup>81)</sup>、一方では自然界にはありえない人工素材ならではの表現の可能性が追求された。プラスチックや金属、あるいは紙など、従来非衣料用だった素材のファッションへの導入も盛んに試みられ

た。新しい素材感は新しいファッション・イメージを膨らませ、新しい科学の素材は新しいファッション創造の原動力となった。宇宙時代のファッションをいち早く打ち出したCardin<sup>82)</sup>〈図3〉やCourrèges、Paco Rabbanne<sup>83)</sup>らはプラスチックや金属板などを大胆に使う新しい衣服概念の創造に取組み、透明ビニールや黒エナメル、ラメ素材を用いた未来指向のファッションが、マス・ファッションの分野でも広く展開された<sup>84)</sup>。

こうしたモダン感覚の演出には、モノクロのオブ・アート<sup>85)</sup> パターンなどが活用され、モダンでシャープなジオメトリック・パターンは1960年代全盛を極める<sup>86)</sup>。加えて、酩酊感をもたらすカラフルなサイケデリック・アート<sup>87)</sup>〈図7〉や台頭するポップ・アートも、ミニ・ドレスなどをキャンバスとしてそのまま表現された<sup>88)</sup>。

さらに衣服以上に大胆なアヴァンギャルド感覚がアクセサリーで表現された。宇宙イメージのヘルメットやゴーグル、ジャラジャラした大ぶりのプラスチック・ジュエリー、ピカピカのブーツのほか、この時代の未来志向を端的に象徴したのは自然ではありえないパープルやライム・グリーンウィッグ(かつら)だった<sup>89)</sup>。

1960年代を通して大胆なヘアスタイルの実験が『Vogue』誌上で展開された<sup>90)</sup>。ウィッグやハ

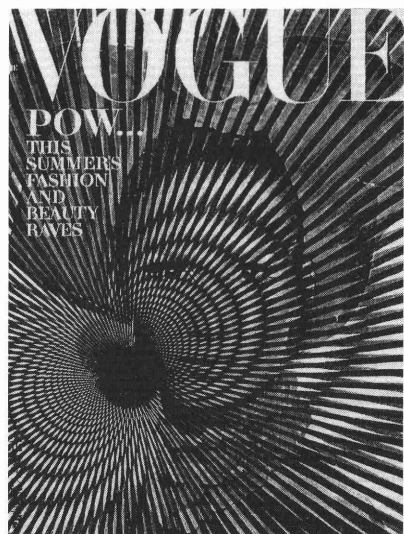


図7 サイケデリック効果の表紙デザイン(1965年6月号、撮影: Irving Penn)

アピースを駆使し奇抜さを競うようなヘアデザインと共に多くの美容師が有名人化した。表紙を担当した美容師(サロン)の第1はニューヨークのKennethとAra Gallant両店だが、パリのAlexandreやCarita、さらにはVidal Sasson、Kenneth店出身の日本人美容師・須賀勇介らの名前もクレジットに見られる。

1960年代中頃になると、前半に台頭したモダンな未来志向とバランスをとるかのようになチュラルな土の香りあるエスニックやフォークロリック感覚が台頭する。こうしたトレンドの先駆者/伝導者の役割を果たしたのは、ヴェトナム戦争から逃避しようとするヒッピーたちだった。西欧の強者の論理による非西欧世界の支配に強い疑念を抱いたヒッピーたちは東洋の思想に救いを求め、あるいはアメリカ原住民など以前は気にも留めなかった周縁文化にも目を向けていった。

Vreelandの『Vogue』では、あくまで本物の格調高い(ニリッチな)エスニックとフォークロリックを追求し、例えばモロッコの王族の婚礼の様子とともにカフタンを紹介し<sup>91)</sup>、本物のアフリカン・アートを紹介している<sup>92)</sup>。

西欧内のエスニックともいえるジプシー・ファッションは1969年春のパリ・オートクチュール・コレクションの重要テーマの1つとなり<sup>93)</sup>、フリンジ使い<sup>94)</sup>やパッチワーク<sup>95)</sup>が広く流行した。

また、呪術的なエスニック感覚でありながらアヴァンギャルドでもある奇抜なメイク・アートが一度ならず誌面を飾っている<sup>96)</sup>。一般読者へのファッション提案とは考えにくいし、やはりVreeland好みのファンタジー表現なのだろう。

こうした非西欧趣味台頭の中で、日本人デザイナーの森英恵も『Vogue』に何度か取り上げられている<sup>97)</sup>。

また、価値観や美意識の多様化の中で、アンティークもファッションとして注目されるようになった<sup>98)</sup>。

### 3. 新しいファッション・リーダーとプレタポルテの台頭

この時代、最も注目されたファッション・クリ



エーター（またはブランド）は誰だったのだろうか？ その手掛かりとして『Vogue』誌上における図版掲載数を調査した<sup>99)</sup>。最も多く登場したのは、Christian Dior<sup>100)</sup> (318点) であり、次いで Yves Saint Laurent<sup>101)</sup> (243)、Oscar de la Renta<sup>102)</sup> (160)、Givenchy<sup>103)</sup> (151)、Norman Norell<sup>104)</sup> (146)、Bill Blass<sup>105)</sup> (145)、Courrèges および Jacques Tiffreau<sup>106)</sup> (140)、Cardin (111)、Balenciaga<sup>107)</sup> および Chanel<sup>108)</sup> (92) となっており、他にコート中心の既製服ブランド Originala (159) が目立つ。パリのオートクチュールの絶対的な信奉者で実用的なアメリカの既製服には何の関心も示さなかったといわれる Vreeland の下、図版の総点数はスポンサーでもあるアメリカ・ファッションが圧倒的に多いものの、パリを中心とするヨーロッパのファッションは気鋭のフォトグラファーを登用して大胆にヴィジュアル展開され、アーティスティックなインパクトは非常に大きかった。

図版数最多の Christian Dior (メゾン) は、パリのオートクチュール作品にニューヨーク独自企画の既製服、毛皮のラインなどを合わせたビジネス面の強さを背景にしたものであり、クリエイティブなトレンド・セッターとして世界の注目を集めていたのはむしろ Saint Laurent と Givenchy、Courrèges、Cardin ということになるだろう。Courrèges と Cardin、Rabanne らはアヴァンギャルドなモダン感覚を代表するクチュリエとしてセンセーショナルな作品を発表し続け、Givenchy は Audrey Hepburn というミューズを得〈図1〉、さらには Jacqueline Kennedy という最強の支持者を得てこの時代のエレガンスを代表する存在となった (アメリカ大統領夫人という立場上アメリカ製ファッション着用の義務があった Kennedy がニューヨークのデザイナー Oleg Cassini<sup>109)</sup> に Givenchy のコピーを作らせていたことは既に広く知られていることである)。独自のエレガンス感覚を主張し続ける Chanel や Balenciaga にも根強い支持が見られる。しかし、新時代の若いファッションの方向付けに最も重要な役割を果たしたのは、実年齢が最も低く容姿にも恵まれて若い感性をカリスマ的に体現した Saint Laurent だった

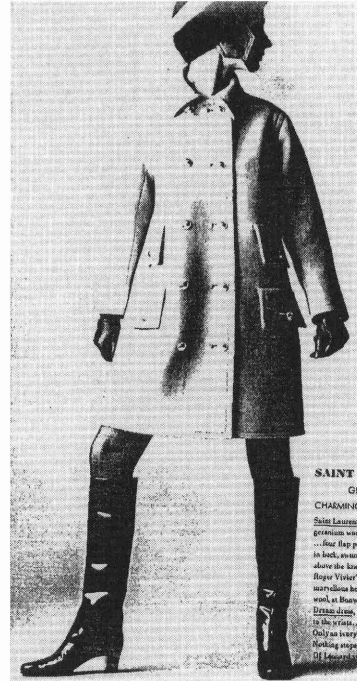


図8 Saint Laurent の9/10丈コート (1966年9月1日号、撮影: Irving Penn)

〈図8〉。

アメリカのデザイナーでも、大御所の Norell らから de la Renta らへの世代交代が見られ、新しい身体意識を表現する Gernreich<sup>110)</sup> や独自のフォークロリック・ファンタジーを展開する Sant' Angelo<sup>111)</sup> らも台頭して独自世界を展開した。

しかし、新しい潮流として最も注目すべきなのは「プレタポルテ」の台頭である。パリの Emmanuelle Khanh<sup>112)</sup> や Dorothee Bis<sup>113)</sup>、ロンドンの Mary Quant<sup>114)</sup> ら、大人向けの高級ファッションのお手軽版としてでなく最初から若者向けの手頃なファッションを提案するデザイナーが台頭して、大人の高級ファッション誌『Vogue』からも注目を集める存在となった。こうしたファッション性の高い既製服に関しては従来の「confection」に代わって「prêt-à-porter」の語が使われるようになる。プレタポルテを扱うブティックの台頭とその情報の定番化については前述した。

パリのオートクチュール・メゾンも Cardin や Saint Laurent を先頭にプレタポルテに進出し<sup>115)</sup>、

オートクチュールに代わってプレタポルテが世界のファッションをリードする時代へと転換していった。

#### Ⅳ ジーンズとウィッグの広告の登場： 1960年代の広告から

広告は雑誌においては編集記事部分と表裏をなす重要な存在であり、ファッションを中心とする商品やサービスの動向をここで一瞥しておく。

広告の中で最も多いのは、やはり「婦人服を中心に、毛皮、下着、服地や洋裁材料／用具類、帽子、靴、その他の身のまわり品などを含めた服飾分野」であるが、服飾の分野でも服地と雑貨／身のまわり品が増え、洋裁材料／用具類の減少が目立つ。「服飾分野」の次に多いのもやはりこれまで同様「化粧／ヘアケア／トイレタリー用品と美容関係」である。

服飾関係で今回特記すべきは、ジーンズと新しいファンデーション、サングラスの広告である。前述したが1960年代末になって「Levi's for Gals」の広告が掲載されるようになった。ジーンズは60年代の若者ファッションの象徴のようなアイテムだが、おしゃれではあるが基本的な保守的なスノップ人種である『Vogue』の読者もそのターゲット内に捉えられる段階になってきたということなのだろう。

新しい身体意識を前衛的ファッションに表現したGernreichは、自然な感覚を保ちながらボディをサポートする新しいファンデーションを展開<sup>116)</sup>しているが、半透明のナイロン・ネットでソフトにボディをサポートするファンデーションはまさに現代のファンデーションを先取りするものであり、彼の先見性と現実性、造形意思とビジネスを両立させた実績がここで検証できる。

プラスチック使いの遊び心溢れるポップなアクセサリー使いは、この時代の若々しいモダン感覚の表現の鍵となっているが、中でもファッション・サングラスは手軽な変身アイテムとして注目を集め、広告も増加している<sup>117)</sup>。

服飾関係では時折大型キャンペーンが組まれるが、単独スポンサーによるもののほか、従来の小

売店とデザイナー・ブランド、あるいは素材メーカーとアパレル企業といった関連業種のタイアップではなく、異業種タイアップ・キャンペーンの手法がさまざま試みられている。自動車あるいは航空会社とファッション・ブランド、あるいはタバコとファッション小売業といった異業種の組合せによる一種のライフスタイル提案とも言えるようなストーリー性ある広告が登場した<sup>118)</sup>。

美容関係では、ウィッグ広告の台頭に注目すべきだろう。有名美容師の手になる奇抜ともいえる大胆なヘアスタイルが紙面を飾った1960年代だが、一般読者には手軽に付け替えることの出来るウィッグが身近な選択肢として提案された<sup>119)</sup>。本文の記事では名前を上げられることが増えた美容師たちだがヘアサロンの広告は増えていない。また、ウィッグと呼応するように付けまつげの広告が見られるようになった<sup>120)</sup>。

ダイエットやフィットネス関連商品の主流はローカロリー食品や美容器具など前年代同様だが、1970年には「世界初の部分痩せ」<sup>121)</sup>という進化も見られるようになった。

全体的なファッション／消費動向とは直接関係しないが、日本企業の広告台頭についても触れておきたい。マイクロ・テレビやポケット・トランジスター・ラジオを打ち出したソニーの広告の『Vogue』初出は1962年である<sup>122)</sup>。同時期、アメリカ製の電化製品としてはシンク内蔵型のゴミ粉碎機が登場している<sup>123)</sup>。小型家電に重点を置く日本の商品開発方向とアメリカの便利で豊かな家庭生活の縮図が『Vogue』誌上で展開されていて興味深い。また、日本への旅行を誘う日本航空<sup>124)</sup>や、合繊素材の東レ<sup>125)</sup>、化粧品の資生堂<sup>126)</sup>なども「世界の『Vogue』」に出稿しており、世界市場を射程に捉えた日本産業界の活力が伺われた。

#### おわりに

1960年代のファッションや風俗が、『Vogue』誌にどのように取り上げられたかについて叙述してきたが、最後にその流れを総括する。

1961年の1月1日号ではほぼ巻頭の位置にその月就任する新大統領の若々しいKennedyを大き

く取り上げ、時代のトレンドを取り上げる年頭恒例の「Changes」や注目の新素材プラスチックを特集した「Plastics」とともに大きく変貌しようとする時代の兆しを捉えてはいた。しかし、価値観や社会構造までこれほどドラスティックな変化を遂げようとは想像もしていなかったに違いない。

台頭したヤング・パワーは既成の価値観や美意識とは別のパラダイムを出現させた。パリのオートクチュールはファッション界における独裁者の地位を失い、『Vogue』のその報道責任者としての役割も小さくなっていく。創刊初期から服飾やマナーに関して権威を持って読者に指示を与え、20世紀の前半には「Vogue says…」という書き出しでファッションの動向に関して託宣を下していた『Vogue』が、まだ小さからぬ影響力を保持していたとはいえ、多様化を見せ始めた多くのファッション誌の1つという存在になり始めていた。

大人のエレガンスを代表する権威あるファッション誌『Vogue』が、既成の価値観を否定して生まれた新しいヤング・ファッションをどのように捉え、自身をどのように位置づけようとしたのか、最初から矛盾を内包したさまざまな試みに満ちたVreeland指揮下の1960年代の『Vogue』誌面は、あくまでもアーティスティックでゴージャスな美しさである。しかしそれは大衆消費文化時代の一般読者のニーズとの埋められない溝の大きさを露呈するものでもあった。

台頭したヤング・パワーがエネルギーに放出した1960年代の多様な価値観やスタイル。1960年代には必ずしも咀嚼しきれなかった「大人たち」が、その後どのように受容し（どのように定着し）ていったのか、あるいは、この時代に生み出されたものがなぜ繰り返し後の世代を惹きつけ続けるのか、今後1970年代以降の検証・考察を通して解明していきたい。

## 注

- 1) 1892-1906、『Vogue』発行人。1857(?)-1906
- 2) 1909-42、Conde Nast 出版社長、『Vogue』誌発行人。

- 1871-1942
- 3) 「THE ASTRONAUTS」, VOGUE, 1 February 1969, p.186-
- 4) 「How Things Could Be」, VOGUE, 1 January 1962, p.70-ほか
- 5) 「plastics」, VOGUE, 1 January 1961, p.138-
- 6) 「Scheherzaderie」, VOGUE, 15 April 1965, p.100-ほか
- 7) 「American Women」特集, VOGUE, May 1969, p.168-
- 8) 「Lieutenant Arthur Ashe, U.S.Tennis Champion」, VOGUE, 15 November 1968, p.132-
- 9) 「American Spring Collection Report」, VOGUE, 1 February 1969, p.168-ほか
- 10) 「James Bond's Girls」, VOGUE, July 1964, p. 74-ほか
- 11) 1929-93、ベルギー生まれの米国の女優。映画「Breakfast at Tiffenay's」(1961)、「My Fair Lady」(1964)など。VOGUE, 1 November 1964, 表紙ほか
- 12) 1934-、イタリアの女優。映画「La Ciocira (ふたりの女)」(1960)、「Ieri, Oggi, Domani (昨日・今日・明日)」(1963)など。VOGUE, 1 November 1962, 表紙
- 13) 「VOGUE'S SPOTLIGHT : Television」, VOGUE, 1 January 1970, p.78ほか
- 14) 「Vogue's Spotlight : The Underground」, VOGUE, 1 January 1969, p.68ほか
- 15) 「People Are Talking About...」, VOGUE, 1 January 1964, p.100-ほか
- 16) 「Mick Jagger, a British "Rolling Stone" Rocker」, VOGUE, July 1964, p. 72-
- 17) 「Woodstock Music and Art Fair」, VOGUE, December 1969, p.194-201
- 18) 「Beauty in our time」, VOGUE, May 1961, p.106-
- 19) Jacqueline Bouvier Kennedy Onasis. 1929-94. アメリカ第35代大統領J.F.Kennedy (1917-63) 夫人、後ギリシア系船舶王A.S. Onasisと再婚 (1968)
- 20) 1949英国生れのモデル、後女優。現代を先取りする瘦身の身体 (167cm, 41kg) は'60年代の新しい女性像とされ、〈1966年の顔〉とよばれた。
- 21) 「The Passionate Rebels」, VOGUE, June 1969, p.154-5ほか
- 22) 「The unisex movement」, VOGUE, 15 February 1969, p.144ほか
- 23) 「Salt-water summer」, VOGUE, May 1963, p.108-9, 撮影John Stewart
- 24) 「BODY SCULPTURING」, VOGUE, 1 October 1969, p.190-3
- 25) 「What You Should Know about the Birth-control Pill」, VOGUE, 1 August 1969, p.190-
- 26) 「The youthquake」, VOGUE, 1 January 1965, p.120-ほか

- 27) 雑誌編集者、生年不詳-1989。1937-『Harper's Bazaar』編集者、'62-71『Vogue』編集長。72-NYメトロポリタン美術館衣装部門特別顧問
- 28) Grace Mirabella (実川元子訳)『ヴォーグで見たヴォーグ (原題 IN AND OUT OF VOGUE)』, p.152, 文芸春秋, 1997
- 29) Vogelの『Vu』を経て, 1941: Conde Nast 社入社、43-『Vogue』アート・ディレクター、63-エディトリアル・ディレクター
- 30) 1952-62、アメリカ『Vogue』編集長
- 31) 1929-、アメリカ、ニュー・ジャージー州生まれ。1952『Vogue』入社、'71-『Vogue』誌編集長。回想録「IN AND OUT OF VOGUE」(1995)。Mirabella, op.cit., p. 22
- 32) ibid., p.193
- 33) 1894-1972。英国王Edward VIII世 (在位1936)、退位後 Windsor 公爵
- 34) 「President-elect John Fitzgerald Kennedy」, VOGUE, 1 January 1961, p.80
- 35) 1905-80。フランスの実存主義思想家、作家。「Jean-Paul Sartre Speaks」, VOGUE, 1 January 1965, p.94-
- 36) 1939-、アメリカのジャーナリスト。「Tom Wolfe ... but Exactly yes!」, VOGUE, 15 April 1966, p.124-
- 37) Daniel Louis Armstrong, 1900-71。アメリカのジャズ・トランペット奏者。Satchnoは愛称。「Satchno」, VOGUE, 15 February 1965, p.76-
- 38) Edouard Manet, 1832-83, フランスの印象派画家。「草上の昼食」(1863) は着衣の男性にヌード女性を配した作品
- 39) Mirabella, op.cit., p. 193-4
- 40) ibid., p. 23
- 41) 1943-、フランスの女優。映画「Les Parapluies de Cherbourg」(1963)、「Belle du Jour」(1967) など
- 42) 1960年代に活躍したエキゾチックな長身モデル。東プロシアの伯爵の家柄に生まれ、本名Vera von Lehndorff
- 43) 父は富豪で母は著名な政治活動家、姉はピューリッツァ賞作家という華麗な一族出身のモデル。1960年代後半の『Vogue』で活躍
- 44) 1960年代に広く人気を博したイギリス人モデル
- 45) 1930年代を代表するデザイナー Elsa Schiaparelliの孫で父は外交官、NY生まれ。1964英『Vogue』表紙初出、後、女優として活動
- 46) 1966年11月『Vogue』表紙初出。'73-化粧品界初の専属モデル契約をレブロンと結び、映画にも出演
- 47) 1917年米国生まれの写真家。完璧な構図をコントラストの強い光で表現する作風でファッション／ポートレート／静物写真に才能を発揮。戦後の最も重要な写真家として影響力は大きい。
- 48) 1923年米国生まれの写真家。ドラマチックで華麗なファッション写真の基礎を確立、戦後の最も重要な写真家の1人
- 49) アート・ディレクターから広告写真に転じ、1959年『Vogue』デビューした、'60-70sを代表するファッション写真家
- 50) 1938年英国生まれの写真家。'60年代の若者たちの流行をとらえてファッションの自由さを生き生きと表現、この時代の最も革新的な写真家の1人
- 51) 英国の写真家。1913-90。ポートレートからファッション写真に転向、洗練された国際的スタイルが特徴
- 52) 1928年米国生まれの写真家。'50-60年代に実験的作品を『Vogue』に掲載し、映画製作も手がけた。
- 53) 「FOOD IN VOGUE」(1969年10月-、70年9月以降「VOGUE'SFOOD GAZETTE」に改題)
- 54) 「So Young, So Cool, So Misunderstood-the "Mods" and "Rockers."」, VOGUE, 1 August 1964, p.68-ほか
- 55) 「IF NOT THE PILL -- WHAT?」, VOGUE, 15 October 1969, p.157-ほか
- 56) 「What ORGAN TRANSPLANTS mean to your life」, VOGUE, 15 October 1968, p.100-
- 57) 「Vogue's Own Boutique」1965年7月以降連載
- 58) 写真家。1920年ドイツ生まれ。1945-豪版「Vogue」の仕事を始め、エロティックで挑発的な作品をファッション誌各誌に発表し、スキヤングラスな作風はファッション写真のイメージを変容させた。
- 59) 「U.S.sun-flash」, VOGUE, 1 January 1961, p.122-
- 60) 「Trikin」, VOGUE, December 1966, p.255
- 61) 「This summer : the sun creatures」, VOGUE, May 1966, p.152-5
- 62) 「Predictions '65 : ...The Year of the Body」, VOGUE, 1 January 1965, p.73-
- 63) 「What's next in fashion: stocking wild」, VOGUE, July 1964, p.58-ほか
- 64) 「Vogue's eye view of the leotard boom」, VOGUE, 1 November 1963, p.101
- 65) 「Vogue's eye view OF THE LITTLE EVENING HEEL」, VOGUE, 1 October 1961, p. 99ほか
- 66) 「Vogue's eye view: boots for a heroine」, VOGUE, 1 October 1966, p.181-
- 67) 「Clunk, clunk, sshump, sshump, bump...」, VOGUE, 1 September 1969, p. 450-1
- 68) 1915年アメリカ生まれのファッション・デザイナー、シンプルで機能的なデザインを展開
- 69) 「Terrific - the coat class」, VOGUE, 15 February 1964, p.110-1
- 70) 1923年フランス生まれのクチュリエ。65年オートクチュ

- ュールとして初めてミニスカートを発表、未来的なデザインのモダンで若々しい作品は世界的に大きな影響力を持った。
- 71) 「Little little dresses: the new sensation at Courreges」, VOGUE, 15 March 1964, p.86-7
- 72) 「What's next in fashion」, VOGUE, July 1964, p.54-
- 73) 「On the sunnier shores of fashion - mini-skirts and skimp tops」, VOGUE, 15 January 1964, p.84-
- 74) 「Vogue's eye view: hemlines -- suit your leg」, VOGUE, 1 March 1968, p.117ほか
- 75) 「THE FASHION FOR PANTS AT NIGHT」, VOGUE, June 1964, p.114-5
- 76) 「The beautiful people and the fashion for pants」, VOGUE, July 1964, p.46-
- 77) 「What's next in fashion: the pants turnout」, VOGUE, July 1964, p.66-7
- 78) 「Vogue's Own Boutique: The Blue-Jean Look」, VOGUE, October 1970, p.200
- 79) 「Levi's for Gals」広告、VOGUE, May 1969, p.96ほか
- 80) 1960/1962/1964/1966/1968/1970各年9月15日号を比較
- 81) 「Fakery for fashion reasons」, VOGUE, 1 August 1961, p.104-ほか
- 82) Pierre Cardin. 1922年イタリア生まれ、'50年パリにメゾン開設。'60年代に斬新なアイデアと宇宙的なデザインで一時代を画する。デザイン活動は多方面に広がり、企業家としての活躍も有名
- 83) 1934年スペイン生まれ。'65年初のコレクションでプラスチックの薄片を針金でつないだ未来感覚のドレスを発表、保守的なオートクチュール界に変化をもたらした。
- 84) Cuddlecoat社コート、VOGUE, 1 August 1961, p.72ほか
- 85) オプティカル・アートの略で、幾何学柄をベースにした錯視効果のある視覚芸術。1960年代前半に台頭し、これをプリント柄などに取り入れたオブ・アート・ファッションも1960年代中頃流行
- 86) 「Piebalds and skewbalds for the South」, VOGUE, December 1964, p.130-5ほか
- 87) 「PRINTS : BOLD COLOURS BOLDLY WEIGHTED ON FABRIC, ...」, VOGUE, 1 March 1964, p.142-ほか
- 88) Roy Lichtensteinの画像をプリントした伊Bikiのボンチョ、VOGUE, 15 April 1967, p.126-ほか
- 89) 「The chic of a wig that looks like a wig goes on like a wig」, VOGUE, 1 September 1963, p.147ほか
- 90) 「Vogue's eye view: immediate choice」VOGUE, 15 September 1962, p.135ほか
- 91) 「The 2 Worlds of Mme.Tamy Tazi」, VOGUE, 15 April 1964, p.116-23
- 92) 「The hidden force of BLACK AFRICAN ART」, VOGUE, December 1966, p. 236-9
- 93) 「PARIS GYPSIE」, VOGUE, 1 March 1969, p.72-3
- 94) 「fringy girl keeping up the fringe binge」, VOGUE, 1 August 1969, p.136-41ほか
- 95) 「Patchwork... Patchwork」, VOGUE, June 1969, p.154-5ほか
- 96) 「The Festive Eye」, VOGUE, December 1964, p.188-ほか
- 97) 1926年島根県生まれ、65年NYデビュー、77年パリ・オートクチュール組合加盟、世界的に活躍する日本人デザイナーのパイオニア。VOGUE, 1 November 1966, p.161-73ほか
- 98) 「The Young Shirt-and-tie set」, VOGUE, 1 August 1969, p.133-ほか
- 99) 紳士・子供服を除いた女性ファッションの写真とイラストレーションの点数を集計。ほぼ全身が表現されているものを1点とし、上半身のみや下半身のみの場合は1/2点とした。帽子やヘア・スタイルのみの図版やバッグや靴の図版も除外した。また、同一デザイナーによるものはクチュール作品と既製服作品を合算している。1960年代の女性ファッション図版総数は11,616点
- 100) Christian Dior (1905-57) が'46年に設立し'50年代モードをリードしたオートクチュール・メゾン。'57年Diorの急死後Yves Saint Laurentが、'61年からはMarc Bohanが後継。
- 101) 1936年アルジェリア生まれ、18歳で国際羊毛事務局のコンテストで優勝し、57年Dior店を後継。62年独立し、革新的なスタイルを次々に発表、1960-70年代のフランス・モード界を牽引した。
- 102) 1932年ドミニカ生まれのスペイン人。パリと米国で修業後'65年独立。'93年からPierre Balmainも担当
- 103) Hubert de Givenchy.1927年フランス生まれ。52年メゾン設立。女性らしいエレガントな作風で、Audrey Hepburnなど世界の著名な女性に愛された。95年引退
- 104) アメリカのファッション・デザイナー。Hattie Carnegie社を経て、Traina Norell社を設立。アメリカで最も有名なデザイナーの1人。1900-72
- 105) 1922年米国生まれ。ソフト・ティラードのアメリカン・スポーツウェアや華やかなイブニング・ドレスで、米国上流階級に人気が高い。
- 106) アメリカンのデザイナー・ブランド
- 107) Christobal Balenciaga. スペイン生まれのオートクチュール・デザイナー。1937年パリ進出。厳密なカットと革新的なフォルムで知られ、パリ・オートクチュ

- ールの黄金期を築いた巨匠の1人。1895-1972
- 108) Gabriel Chanel, フランス生れのファッション・デザイナー。下着素材のジャージーや男子服に着目し、シンプルで機能的なスタイルを打ち出した。'60年代のシャネル・スーツは世界的に流行し20世紀の定番となった。1883-1971
- 109) 1913年イタリア生まれのデザイナー。映画衣装を手掛けた後、1960-63年間Kennedy夫人の公式デザイナーを務めたが'60年代半ばにクチュール界を引退、ミラノでの既製服ビジネスに転向
- 110) Rudi Gernreich, 1922-85。オーストリア生れの米デザイナー。'64年自社設立以来、「トップレス水着」「ノーブラ・ブラ」など、ボディ・コンシャスでユニセックスな前衛的作品を生み出した。
- 111) Giorgio Sant'Angelo, 1933-89。イタリア生れ、テキスタイル・デザイナー等を経て、'67年独立。ヒッピー文化に影響を受け、ジブシー・スタイルやインディアン・ルックなどを発表
- 112) 1937年パリ生れ。Balenciagaらのモデルを経て、'64年プレタポルテのコレクション発表。プレタポルテ時代の先駆者となった。「Emmanuelle Khanh's clothes worn by Francoise Hardy」, VOGUE, 1 August 1964, p.52-ほか
- 113) 1962年にスタートしたパリのニットウェアの既製服ブランドで、'70年代のプレタポルテ草創期を代表するブランドの1つ。Geraldine Chaplin着用
- Dorothee Bis, VOGUE, 1 August 1965, p.10eほか
- 114) 1934年英国生れ。'55年ロンドンに「BAZAR」開店、'60年代初頭ミニ・スカートを売り出して世界的ブームを引き起こし、'60年代ロンドン・ファッションをリード。「From Britain : for the Bright Young People」, VOGUE, 15 September 1964, p.164-ほか
- 115) 「PRÊT-À-PORTER」, VOGUE, 1 March 1969, p.180-3ほか
- 116) 「Exquisite Form : Rudi sets you free!」, VOGUE, 15 April 1965, p.59ほか
- 117) 「Ray-Ban」, VOGUE, June 1962, p.56-7ほか
- 118) 「Jaguar × B.H.Wragge」, VOGUE, 1 February 1969, p.48-51ほか
- 119) 「FashionTress Wig」, VOGUE, 15 September 1963, p.93ほか
- 120) 「Andrea's EYECOLGY」, VOGUE, December 1970, 裏表紙内側ページほか
- 121) 「World's First Spot-Reducing Diet!」, VOGUE, 15 April 1970, p.166
- 122) 「SONY」, VOGUE, 1 October 1962, p.43ほか
- 123) 「In · Sink · Erator」, VOGUE, June 1962, p.71
- 124) 「JAPAN AIR LINES」, VOGUE, 15 August 1964, p.44ほか
- 125) 「TETREX」, VOGUE, December 1966, p.149ほか
- 126) 「資生堂香水Zen」, VOGUE, 1 March 1969, p.180-3ほか