

## ■デザイナーで綴る靴の近・現代史 ③■

### 1960-1970年代ーミニとパンタロンが招来した 大衆化と靴デザイナーの活躍

靴ジャーナリスト 大谷知子

連載第3回は、1960年代、続く70年代がテーマだ。

年表を整理していて気づいた。

1959年のマリー・クワントのミニスカート、1960年のサルヴァトーレ・フェラガモの死。10年毎の年代の境目に起こった二つの事実が、何ともエポック・メイキング！

なぜならフェラガモは優れたデザイナーであったが、自伝に『夢の靴職人』というタイトルをつけていることが示すように基本的には職人であり、また彼の顧客はグレタ・ガルボやオードリー・ヘップバーンなどの著名女優を筆頭に特定の階層だった。一方、ミニスカートは、マリー・クワントが営んでいた「バザー」というブティックに彼女のオリジナルとして登場し、ロンドンの若い層に広がっていく。

つまり一方は、ハイソサエティ、もう一方は匿名の若者、つまり大衆。ファッションが上流に属する特定の階層のものだった時代が終わりを告げ、大衆のものとなる。二つの事実が、その転換を象徴的に表していると感じたからだ。

#### ●ミニスカート流行が意味したもの

ミニスカートは、ファッションの一大革命だったが、マリー・クワントとともに、その仕掛け人とされるのが、パリのデザイナー、アンドレ・クレージュだ。



アンドレ・クレージュ1964/  
スペースエージ・ルック  
（『Shoe in VOGUE SINCE  
1910』より）

クレージュは、オートクチュールのバレンシアガでパターンなどの技術を習得し、1961年に独立しサロンを開く。そして65年に発表したのが、ミニスカートを軸にしたミニ・ルックだ。

なぜ、ミニだったのか。彼の持ち味はスポーティで機能的なことだったが、ミニスカートは、ニット地のボディタイツを多用しつつ展開した宇宙ルックの核を成した。

1960年代初頭がどんな時代だったかと言えば、69年に米国のアポロ11号が月面着陸に成功し雌雄が決するが、米ソどちらが先に月に着陸できるか、宇宙開発でしのぎを削っていた。宇宙ルックや機能への着目は、こうした社会の動きを背景としていた。

ロンドンで若い層に広がっていたミニスカートに、クレージュはこうした社会的背景を持ったクリエーションであるという価値を与えたと言える。

■ ファッションと靴の歩み【1960～1970年代】 ■

20C

- 1957▶ シャルル・ジョルダン社、初のショップをパリ・マドレーヌ通りに出店
- 1959▶ ピエール・カルダン、初のプレタポルテ・コレクションを発表  
マリー・クワント、ミニスカートを発表、ストリートを中心に人気に  
米・デュボンが、ライクラを発売
- 1960▶ サルヴァトーレ・フェラガモ、62歳で死去  
シャルル・ジョルダン社、写真家ギイ・ブルダンを起用しイメージ戦略に着手
- 1962▶ イヴ・サンローラン、ディオールを離れ、自身のレーベルを発表
- 1963▶ ロジェ・ヴィヴィエ、パリにブティックをオープン、自らのブランドを発売  
米国でパンティストッキングが発売される
- 1964▶ アンドレ・クレージュ、パンタロン・ルックを発表
- 1965▶ ロジェ・ヴィヴィエ、イヴ・サンローランのモンドリアンルックに合わせバックル付きパンプスをデザイン  
アンドレ・クレージュ、ミニ・ルックを発表  
ロンドンを中心にモッズルックが流行
- 1966▶ イヴ・サンローラン、プレタポルテのブティック「サンローラン・リブゴージュ」をオープン  
ピエール・カルダン、パコ・ラバンスによるコスモコール・ルック流行  
高田喜佐、初の個展「靴のファンタジー」開催  
ミニスカート、世界的流行に
- 1967▶ 高田喜佐、第二回個展「靴のファンタジー」開催  
アンドレ・クレージュ、ボディ・タイツなどを発表  
ミニスカートの女王、ツイッギーが来日
- 1968▶ 五月革命、起こる  
ロングブーツが年間70万足。日本でもブームとなる  
厚木ナイロン工業(当時)が国産パンティストッキング発売  
イヴ・サンローラン、パンタロン・ルック発表  
カウンターカルチャーが台頭  
サイケデリック・アートへの注目がファッションにも及ぶ
- 1969▶ ヤン・ヤンセン、クロッグをモチーフにした〈ウッディ〉を発表
- 1970▶ 高田賢三、パリにプレタポルテのブティック「ジャングル・ジャップ」オープン  
高田喜佐、「ぼっくり」を発表、話題になる
- 1971▶ 高田喜佐、山本寛斎によるロンドンで初の日本人デザイナーによるファッションショーのために「ひな壇のブーツ」を提供  
ヒッピーやフォークロア・ファッションが広がる  
ジーンズ&Tシャツ全盛
- 1973▶ パリ・プレタポルテ・コレクション、スタート  
高田喜佐、月星化成(当時)とライセンス契約、「キサ・スポーツ」発売  
ヤン・ヤンセン、竹を取り入れた〈バンブー〉で世界的ヒットを取る  
マノロ・ブラニク、ロンドンに自らのブティック「ザバタ」をオープン
- 1977▶ ビッグ・ファッションが台頭  
高田喜佐、渋谷パルコPART2に「ブティック KISSA」をオープン  
ヤン・ヤンセンの〈ハイヒール・スニーカー〉が米国で大ヒット
- 1980年 前後▶ パンク・ファッションが台頭  
健康志向を背景にスポーツウエア、スポーツシューズへの関心が高まる

しかしながらその一方で、ミニスカートがロンドンのストリートにまず広まったということに、そもそもの意味がある。

1960年代のロンドンには、スウィング・ロンドンと言われ、音楽、映画、またファッション、さらに建築と若い層が牽引する文化的ムーブメントが沸き立っていた。それを代表する存在が、ファッションではマリー・クワントであり、ブティックの「ビバ」、ヘア・ファッションをリードした美容院のビダル・サッスーン。そして音楽は、カーナビーストリートであり、言うまでもなくビートルズ。ここからモッズ・ルックも生まれた。

この動きを巻き起こし支えたのは、戦後生まれのベビーブーマー、日本で言うところの団塊の世代だ。60年代に入ると、ベビーも20歳となり、若者の人口比率は、戦前の2倍以上に。スウィング・ロンドンには、ベビーブーマーが社会や消費に影響力を持ち始めたことを意味し、彼らが自分たちの価値観に合った文化を創り上げようとしたムーブメントだったのである。

ミニスカートの流行は、文化や消費の主役交代を意味し、主役が標榜するのは、これまでの価値観を覆すテイスト、すなわちカジュアル化であり、特別ではない普通の我々の文化、つまり大衆化であった。ファッションは、ミニスカートによって高級注文服のオートクチュールから既製のプレタポルテへと舵を切ったのである。

もう一つ付け加えると、“ミニスカートの女王”と言われたツイッギーの存在だ。身長168センチ、体重41キロという華奢な体でミニスカートを着こなし、世界的な人気を得た。来日もし、雑誌やテレビに登場、また某製菓メーカーのチョコレートのCMに起用された。

ツイッギーがミニスカートの流行拡大に

一役も、二役も買ったことは間違いなく、大衆の時代には、メディアによるマーケティングが不可欠であることを示唆してみせた。

### ●ロングブーツが年間70万足の大ヒット

では、ミニスカートの流行が、靴ファッションに何を起こしたか。言うまでもなく、ロングブーツのヒットだ。

クレージュのミニ・ルックのコーディネーションは、少しAラインがかかったチューブラインにローウエストにベルトをあしらったワンピース、もしくは同じようなシルエットのツーピース。もちろんスカート丈は膝上5センチ～10センチ。透明や白のタイツ、あるいはハイソックスを履き、靴はフロントに大きなバックルなどのアクセサリをあしらったローヒールのパンプス、もしくは4分の3丈か、膝下丈のブーツといったもの。

このコーディネーションで注目したいのは、靴と共に脚のファッションだ。

1940年に米国・デュポンが丈夫なナイロン・ストッキングを発売し、スカート丈を踝より上げることに貢献したことは、本連載第2回で触れたが、さらにデュポンは1959年、極めて優れた伸縮性を持つライクラを発売した。これが示すように化学繊維はさらに発達。1963年、米国企業がストッキングを止めるガーターベルトを必要としない、パンツのように履くパンティストッキングやタイツを発売した。日本では当初は輸入だったが、68年に厚木ナイロン工業（当時）が国産化に成功し発売した。

その結果、ストッキングがずり落ちたり、ガーターベルトが見えてしまう心配がなくなった。それが、スカート丈を膝上に上げることを後押ししたことは間違いなく。また、クレージュが白いストッキング

をコーディネートしたのは、脚をファッション化すると同時にスポーティな演出を意図していた。

ブーツの採用も、同じ意図だったと思われる。細いヒールのパンプスでは足元は華奢すぎて落ち着かないが、ブーツならどっしりと安定し、活動性を演出できる。また、防寒にもなるため、寒い季節でも、ミニスカートを履き続けることができる。

瞬く間に世界中に広がり、日本においても一大ブームに。1968年には年間70万足を販売したという記録が残されている。また、ブーツは革を多く必要とする。そのため小売価格が高くなり、販売金額においても業界を潤した。そして秋冬はブーツという流れは、1980年代に入りキャリア・ファッションが台頭するまで続いた。

但し、大きなブームだったにもかかわらず、ブーツのデザインで名を留めるデザイナーは見当たらない。60年代には、ロジェ・ヴィヴィエが靴デザイナーとして大いに活躍していたが、ショートブーツには彼らしい華麗なデザインが見られるもののロングブーツは、これというものを残していない。ロングブーツは、下肢全体を被うというだけで存在感があるためデザインを加えることを必要とせず、むしろきれいに履かせるには技術力の方が問題。そのためデザインにはスポットが当たらなかったと考えられなくもない。事実、日本ではブーツ専門の靴メーカーが登場し、大いに活躍した。

### ●パンタロンが起こしたユニセックス革命

靴デザイナーの活躍が始まるのは、1970年代に入ってからだ。そこに至るには、もう一つ、ファッション・アイテムを取り上げなければならない。それは、パンタロンだ。

パンタロンとは、フランス語で「長ズボン」のこと。現在では、ズボンよりパンツ

と言う方が一般的であり、男女ともに普通に着用している。しかし1960年代当時は、完全に男性のものだった。それがどのようにして女性のものになったのか。

1960年代、パンタロンをコレクションに登場させたデザイナーは少なくない。ピエール・カルダンは、クレージュが宇宙ルックを発表したのとほぼ同時期の1966年、「コスモコール・ルック」を発表したが、それに見られたのはチュニックとタイツ、あるいはジャケットとパンタロンという組み合わせ。クレージュも宇宙ルックでパンタロンを取り上げている。

そして、イヴ・サンローラン。62年に自らのメゾンを立ち上げて以降、既成概念を打ち破るようなコレクションを発表したが、1968年秋冬コレクションの大半をパンタロン・ルックで構成してみせた。このコレクションについて報じた米国のアパレル業界紙は「女性たちにパンツスーツを与え、ドレスを捨てさせた。途中でメンズのコレクションを見ているような気分になった」と報じたと言う。

これが示すようにサンローランがパンタロンを取り上げることによって意図したのは、当時で言えばユニセックス、現在で言うジェンダーレスのファッションだった。

そして奇しくも同年5月のパリ、学生たちが主導し労働者、一般大衆が一斉に蜂起し、政府に政策転換を迫る「五月革命」が起きた。そしてこの動きは、米国、また日本にも波及し、各国で反体制運動が繰り返られることになった。

ファッションも、社会も、アンチに動いたということだが、この動きは、文化としては、カウンターカルチャーとして歴史に書き留められている。

カウンターカルチャーは「対抗文化」と訳されるが、社会の価値観を形作っている



イヴ・サンローラン  
1966/タキシード・ルック (パリ・イヴ・サンローラン・ミュージアムプレスリリースより)  
Photograph by Gérard Pataa.  
© Musée Yves Saint Laurent Paris / Gérard Pataa - DR

メインカルチャーに対抗する、つまり異を唱えて抗う文化ということだ。各国の反体制運動の中でいくつものカウンターカルチャーが生まれた。

音楽ではボブ・ディランやジョーン・バエズなどによる反戦歌に代表されるフォークソング、既存の道徳観や生活様式を否定するヒッピー。ヒッピーが好んだ民族衣装は、エスニック・ファッションを生み、そしてジーンズとTシャツが日常着となった。

サンローランのパンタロン・ルックは、プレタポルテというメインストリームの枠内でのアンチの提案だが、カウンターカルチャーを経て、ジーンズとして定着し、ジェンダーレス、当時で言えば、ユニセックスを実現させた。

ジーンズは、定番のストレートに始まり、70年代に入るとバギー、ベルボトムなど新しいシルエットが生み出された。そしてボトムの変化が新しい靴の登場を促し、靴デザイナーに活躍の場を与えたのである。

## ■厚底で世に出た2人のデザイナー■

### ●「ぽっくり」の高田喜佐

では、どんな靴デザイナーが活躍したか。

日本では、わが国における靴デザイナーの草分けである高田喜佐だ。多摩美術大学卒業後に一時期、靴メーカーの企画室に勤



務するが、すぐにフリーとなり、靴作品の個展「靴のファンタジー」を開き、靴の世界での活動を開始する。その後、1970年に発表した「ぽっくり」と名付けたモデルが、創刊間もなかったファッション誌「アンアン」に取り上げられたことによって、本格的に靴デザイナーとして立つことになる。

「ぽっくり」は、そのネーミングから想像できるように日本伝統の下駄の一つ、ぽっくりに着想を得た厚いプラットフォームのサンダル。プラットフォームには革が巻かれ、さらにその上に革によってファンタジーをかき立てるモチーフが描き出され、甲部分は幅広の革製のベルトが一つというもの。当時、もっともトレンドイナボトムであったホットパンツ、またエスニックやフォークロアを取り入れたロングスカートにコーディネートして履かれた。

高田は、これを契機に日本のファッション界に靴デザイナーとして認められるところとなり、山本寛斎が日本人として初めてロンドンで行ったファッションショーに厚底のサンダル・ブーツを提供。その後は、73年に月星化成（当時）とライセンス契約を結び、ファッション・ズックをコンセプトにした「キサ・スポーツ」を発売。80年代に入ると、大人のカジュアルとしてマニッシュな革靴。さらに90年代には和服好きを足元に展開した草履サンダルと、病を得て2006年に亡くなるまで靴ファッションの最前線で靴をデザインし続けた。

#### ● 「Woody」のヤン・ヤンセン

もう一人は、現在も活動を続ける、オランダ人靴デザイナー、ヤン・ヤンセンだ。

父親が製靴工場の販売部長だったことから幼いころから靴に興味を抱き、靴工場で

#### ■高田喜佐作品■（すべて作品集『高田喜佐 ザ・シューズ』より）



「ぽっくり」1970年



「ひな壇のブーツ」  
1971年  
山本寛斎「Kansai in London」のために製作



「キサ・スポーツ」1975年



ウィングチップ1980年

■ヤン・ヤンセン作品■ (すべて作品集『JAN JANSEN』より)



「Woody1」 1969年



「Rattan」 1973年



「High Heel Sneaker」 1977年



「Bruno」 1981年

の研修やローマのスタジオでハンドメイドの靴づくりを身に付けた後、1963年、アムステルダムに自らのスタジオを開設。工業製品用のデザインを靴工場に提供するなどするが、69年に発表した「Woody」と名付けたモデルによって成功を取める。

「Woody」は、オランダ伝統の木靴、クロックをモチーフに、木製の厚い底に革を造形的にカットしたアッパーを鋏で打ち付けたもの。オランダの靴企業が製造販売したが、5年ほどで通算10万足を売り上げた。

その後は、73年に竹やラタンをヒール部に用いたウエッジ型のサンダル、77年にはハイヒール・スニーカーをデザインし米国で100万足を販売。さらに84年には、薄いプラットフォーム付きのソールが特徴のマニッシュ「Bruno」でヒットを取った。

70年代のパンツ・ルックにコーディネートされた靴は、男性がベルボトムのジーンズに合わせたパンタロン・シューズのように前足部の厚いプラットフォーム、また全体が厚いウエッジなど、厚底が共通点。2人のデザイナーを世に出したモデルも厚底であり、2人ともそれぞれの国の伝統的履物に着想を得ているところが興味深い。カウンターカルチャーは自然の見直し、原点回帰という志向も包含しており、奇抜でありつつも、伝統にモチーフを求めたことによる温もりのようなものが消費者を捉えたとも言えそうである。

そして厚底に続く代表作は、2人ともスニーカー、そしてマニッシュ。これは、次に来る1980年代のファッションを捉えている。