

# 1950-60年代の日本における 「メイド・イン・イタリア」

伊藤 亜紀

1997年1月、パドヴァ大学に留学中だった私に、日本から友人が会いに来ました。挨拶もそこそこに、彼女は言ったのです。「プラダのリュックが欲しいんだけど、買い物に付き合ってくれない？」プラダは1996年以降、ファッション誌で頻繁にとりあげられるようになったのですが、まだ日本にショップはありませんでした。そのため、当時のイタリア・ツアーには、プラダの商品目当ての旅行客が少なくありませんでした。結局友人は1週間、ローマ、フィレンツェとブティックを渡り歩き、最終的にミラノのガッレリアで目的の品を手に入れました。ちなみに日本にプラダが初出店したのは、2003年のことです。

イタリアのブランド製品に対する日本人の熱狂ぶりは、あらためてここで説明するまでもないと思います。しかし、いつ頃からイタリア・モードが本格的に日本に入ってきたのか、またその当時、どのようなブランドや服が雑誌等で紹介されていたのか、さらにイタリア・モードのどのような特徴が日本人を惹きつけたのかについては、皆さんにも興味をおもちいただけるのではないのでしょうか。本日は第二次大戦後間もない1950-60年代の日本におけるイタリア・モードについてお話ししていきましょう。

1. ファッション誌『装苑』『ハイファッション』にみるイタリア・モード  
とはいえ、戦後の日本でもてはやされたファッションといえ、なんと

いってもフランス、そして占領国アメリカのものでした<sup>1)</sup>。1936年に創刊された日本を代表するファッション誌のひとつ『装苑』では、1951年以降、ローマ在住の日本人画家である長谷川路可が「ローマ通信」と題してイタリアの生活と文化、とりわけファッションに関する記事を連載していますが、それらは個々のデザイナーの作品を専門的に分析しているわけではありません。例えば「ローマのニュー・ファッション」という記事に付けられた写真には、「ブラウスは黒、スカートと襟、袖ぐりは赤、黒、緑、黄のチェック」という説明はあるのですが、誰の作品かは明記されていませんし、またこれらの写真の出典も不明です(図1)<sup>2)</sup>。



図1 長谷川路可「ローマのニュー・ファッション」『装苑』6(8)、1951年8月、18-19頁。

また1953年7月号では、民俗学者の今和次郎がイタリアの民族服をとりあげているのですが、「評判だった「にががい米」(1949年)の映画でもお

- 1) 田中里尚「服飾雑誌『装苑』にみるアメリカ服飾流行の表象の変容：1930～1950年代を中心に」『文化学園大学紀要』47、2016年、69-82頁。
- 2) 長谷川路可「ローマのニュー・ファッション」『装苑』6(8)、1951年8月、18-19頁。



図2 今和次郎「民族服図説(7) イタリアの民族服」『装苑』8(7)、1953年7月、122-123頁。

わかりのように、イタリアには貧しい農民が多いのですけれど、不思議に宝石類を愛好する」とか、エプロンが地方によって特徴があるなどの、根拠のよくわからない、曖昧な情報が述べられています(図2)<sup>3)</sup>。ちなみに「にがい米」の日本公開は1952年ですが、この年公開されたアメリカ映画が85本だったのに対し、イタリア映画はわずか4本でした<sup>4)</sup>。映画がファッションの最も重要な情報源のひとつであることはいうまでもありませんが、この状況を見ても、当時の日本には、イタリアについてごく限られたイメージしかなかったことがおわかりいただけるでしょう。

映画誌『スクリーン』の1959年8月号に掲載されたわずか2頁の記事「いわゆるイタリアン・モードと映画」は、1950年代後半のイタリア映画

- 3) 今和次郎「民族服図説(7) イタリアの民族服」『装苑』8(7)、1953年7月、122-123頁。
- 4) 他には「ドイツ零年 (Germania anno zero)」(ロベルト・ロッセリーニ監督)、「街は自衛する (La città si difende)」(ピエトロ・ジェルミ監督)、「ミラノの奇蹟 (Miracolo a Milano)」(ヴィットリオ・デ・シーカ監督)。



図3 伊井武「いわゆるイタリアン・モードと映画」『スクリーン』14(8)(153)、1959年8月、53頁。

のファッションに注目した唯一のものですが(図3)、単にジーナ・ロロブリージダやロザンナ・スキアッフィーノらの写真を載せているだけで、彼女らが身につけているのが誰のデザインした服かということも書かれていません<sup>5)</sup>。つまり当時はまだ、イタリアの個々のデザイナーに対する人びとの関心は低かったのです。日本人はハリウッド映画には大いに親しんでいましたが、オードリー・ヘップバーンの履いているのがフェラガモの靴だったり、『裸足の伯爵夫人』(1954年)で主演のエヴァ・ガードナーが着ているのが、50

年代のイタリアを代表するデザイナー、フォンターナ姉妹の手になるものだということには気づいていませんでした。

ファッション誌『装苑』に話を戻しましょう。この月刊誌では、1950年代末以降、年に一度くらいのペースで、ミラノやトリノのデザイン・スクール見学記や<sup>6)</sup>、イタリアの優れたデザインや縫製技術に関する記事を書けるようになります。日本初の服飾専門学校として1923年に開校された文化服装学院には、1953年以降、クリスチャン・ディオールやピエール・カルダンらが来校していますが、1959年4月には、リーダー・ロンゴニ・

5) 伊井武「いわゆるイタリアン・モードと映画」『スクリーン』14(8)(153)、1959年8月、52-53頁。

6) 長谷川路可「イタリアのデザインスクール見学記」『装苑』10(4)、1955年4月、96-97頁。



図4 「絹のドレス／リーダ・ブランビラ」『装苑』14 (16)、1959年12月、121頁。

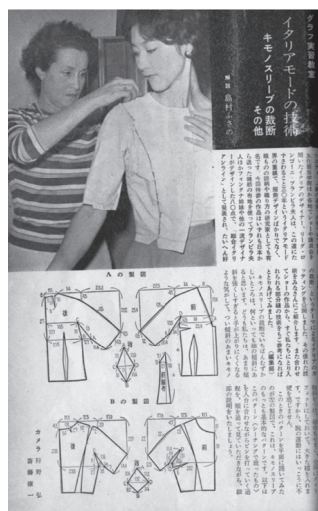


図5 島村ふさの「グラフ実習教室 イタリアモードの技術」『装苑』14(12)、1959年8月、113頁。

ブランビラが招聘されています。彼女は本国ではそれほど名が知られているわけではなさそうですが、来日時にはイタリア人デザイナーとして、講演やファッション・ショーを同校で精力的におこないました。当時の記事には、彼女のデザインした花柄の絹のドレスや(図4)<sup>7)</sup>、制作中の彼女の写真、型紙が載せられています(図5)<sup>8)</sup>。

1960年代以降は、イタリア・モードに関する言及が飛躍的に増えていきます。『装苑』1961年9月号では、フィレンツェで開催されたショーから、晩夏・初秋向けデザインが紹介されています(図6a)。すなわちファウスト・サルリ、ルチアーニ、アヴァゴルフ、パトリック・デ・バレンツェン、クララ・チェンティナーロ、ヨーレ・ヴェネツィアーニのワンピースやツーピース、コートデザインが載せられており、ファッショ

7) 「絹のドレス／リーダ・ブランビラ」『装苑』14(16)、1959年12月、121-128頁。

8) 島村ふさの「グラフ実習教室 イタリアモードの技術」『装苑』14(12)、1959年8月、113-118頁。



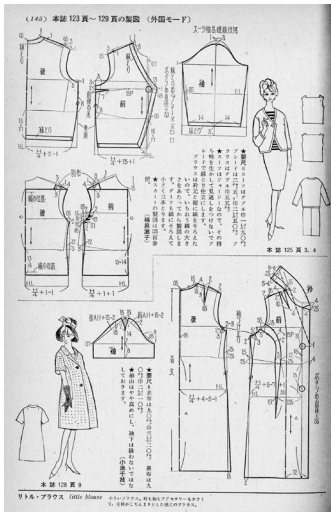


図6c 同付録145頁。

この号の別冊付録にはこれらの製図も載せられています (図6c)。本来『装苑』は、「服装の改善と、その普及」を目的として創刊された雑誌ですので、単に新しいモードを紹介するだけでなく、それを一般人でも制作できるようにアドバイスをすることが重要だったので<sup>10)</sup>。したがって『装苑』のみならず、当時の日本のファッション誌には、服を着たモデルの写真だけでなく、製図を付けるのが一般的でした。

またこの頃になると、イタリア国内でのモードの動きにも関心がもたれる

ようになります。1965年の記事は、ローマでアルタ・モーダ・イタリアーナが創設され、コレクションが開催されるようになったこと、やがてファッションの中心はフィレンツェからローマに移るようになるだろうと伝えています (図7)<sup>11)</sup>。

加えてイタリアはニットの技術に定評があることは、たびたび『装苑』でとりあげられています。日本を代表するデザイナーである森英恵も、「編物の質は、なんととってもイタリアのものがベストである」と断言しています<sup>12)</sup>。

とはいえ、人びとの関心は、あくまでフランス・モードにありました。『装苑』にはほぼ毎号、フランスに関する記事が載り、特に1956年以降は、

1961年9月、123-129頁。

10) 田中、前掲論文、69頁。

11) 「海外だより イタリアの秋冬コレクション」『装苑』20(12)、1965年11月、238-239頁。

12) 森英恵「モードの焦点」『装苑』17(4)、1962年4月、171頁。



図7 「海外だより イタリアの秋冬コレクション」『装苑』20(12)、1965年11月、238-239頁。

パリ・コレクションの報告が増えます。ここで『装苑』の姉妹誌『ハイファッション』の1965年秋号を見てみましょう。特集は65-66年秋冬のコレクションですが、カルダン、ディオール、ランヴァンのコートがカラーで掲載され、サンローランによる「モンドリアン・ルック」が紹介されて



図8 「特報パリ・コレクション《'65-'66秋冬》」『ハイファッション』27、1965年10月、78-79頁。



います(図8)。また同じ号には、ニューヨーク・コレクションの詳細も見開きで載っています。

これに対してフィレンツェやローマのファッション・ショーの特集は、1960年代には組まれていません。またイタリア・モードのカラー掲載もありません。イタリア・モードの第一の特徴は色彩であり、これを評論家たちは「太陽のような明るい色彩」<sup>13)</sup>とか「太陽にいでむ強烈な色彩」<sup>14)</sup>、「イタリアの夏を思わせる大胆で美しい色」<sup>15)</sup>と表現して絶賛します。紳士服で有名なブリーオーニの創設者ガエタノ・サヴィーニが1963年9月に来日したさいにおこなわれたファッション・ショーでも、黄やピンクの上着や赤い裏地が、日本人に大いにインパクトを与えたようです<sup>16)</sup>。しかし残念なことに、カラー頁の枚数を抑えなければならなかった当時の雑誌は、そのようなイタリア・モードの最大の魅力を読者に視覚的に伝えることはできなかったのです。『装苑』1966年5月号の「若いイタリアン・ファッション」と題した記事も、「流行のコバルトブルーをステキに着こなしてみませんか」というキャッチコピーがあるにもかかわらず



図9 南部あき「〈海外モード〉若いイタリアン・ファッション」『装苑』21(6)、1966年5月、127頁。

13) 「二つのイタリアン・ファッション・ショー」『装苑』19(9)、1964年8月、230頁。

14) 塩野ナナミ「太陽にいでむ強烈な色彩」『装苑』22(4)、1967年4月、199頁。

15) 「東京のファッション・ショーから」『ハイファッション』26、1965年7月、113頁。

16) 「イタリアの男子服デザイナーブリーオーニ来日」『装苑』18(15)、1963年12月、245頁。

らず、モノクロです（図9）<sup>17)</sup>。

## 2. イタリア・モードと百貨店

フランス・モードに遅れはとったものの、日本でイタリア・モードが徐々に注目されていくようになったのは、百貨店でのイタリア製品の取り扱いが増えていったからです。1956年10月には高島屋、1958年6月には三越が、イタリアの服飾品や工芸品を展示・販売する催事をおこなっています。そして1961年以降、伊勢丹がイタリア・モードを積極的に取り入れます。他の多くの百貨店が婦人服販売に力を入れるため、いち早くカルダンやサンローランといったフランスのデザイナーと提携したのに対し、伊勢丹は、色彩が美しく、プレタポルテ中心で比較的安価なイタリアのファッションに注目したのです。当初はバイヤーがイタリアで買って来た服を基にして制作したコピー商品を販売していましたが<sup>18)</sup>、やがてイタリアのデザイナーと直接契約を結ぶことになります。

1962年6月、伊勢丹はアリタリア航空の東京—ローマ間直行便就航を記念したファッション・ショーを開催しています。このときはイレーネ・ガリツィンとエミリオ・プッチ、そして5人のマヌカンが来日して80点余りの作品を紹介し、それにあわせて婦人服売場にはイタリアのパターンを用いた夏の既製服が並びました<sup>19)</sup>。

次いで1964年には、大手繊維会社の旭化成と共同でイタリアに「ルクレツィア」という会社をつくっています。この会社は日本の布地をイタリアの技術で加工・販売し、フィレンツェのコレクションに出品する資格も

17) 南部あき「〈海外モード〉若いイタリアン・ファッション」『装苑』21(6)、1966年5月、125-132頁。

18) 古田賢「日本におけるイタリア・ファッションの導入経緯——主要な百貨店の経営戦略——」『服飾文化学会誌』15(1)、2014年、13-22頁。

19) 「おしゃれ三面鏡」『装苑』17(7)、1962年7月、207頁。

得ました<sup>20)</sup>。このように伊勢丹が日伊親善に尽くした功績により、1968年4月、社長の小菅丹治は、イタリアからコンメンダトーレ勲章を贈られています。

### 3. 美術作品からの影響

さて、日本人は、イタリアの豊富な美術作品に影響を受けたファッションを生み出すということはなかったのでしょうか。残念ながら1950-60年代の日本では、そのようなことはありませんでした。例えば1960年代に「イタリア美術」と題した本は、わずか6冊しか刊行されておらず、しかもそれらはすべて研究書か大型の図録です。したがって当時の日本人にとって、イタリア美術はイタリア映画以上に遠い存在であったと言えるでしょう。

ただしそんな日本人も、《モナ・リザ》だけは知っていました。特に《モナ・リザ》が1962年12月から1963年3月にかけてアメリカで公開されたときは、日本でもかなり話題になりました。『ハイファッション』1963年5月号では、アメリカの女優スーザン・ストラスバーグが《モナ・リザ》風モードを流行させたことをとりあげ、そのメークアップとヘアスタイルのテクニックを紹介しています。例えば口紅は透明感の強いオレンジ、アイシャドーは緑を用いて、肌の色は輝きのある象牙色にすること、髪は中央で分けて、両側に膨らみをもたせること等々（図10）<sup>21)</sup>。本物の《モナ・リザ》とそれほど似



図10 「ジョコンダふう」『ハイファッション』15、1963年5月、41頁。

20) 「伊勢丹、イタリアに会社を作る」『装苑』19(3)、1964年3月、253頁。

21) 「ジョコンダふう」「モナ・リザへのあこがれ」『ハイファッション』15、1963年5月、40-41、137-139頁。

ているとは言えませんし、これを当時の日本人がどれだけ実践したかはわかりませんが、名画をファッションに応用しようとした、非常に珍しい事例であることは確かです。

このようにイタリア・モードは、1960年代前半に、百貨店の後押しで日本に入ってきました。パリ・モードよりも安価で、明るく美しい色彩の服が、当時の日本人に好意的に迎えられたのです。といっても、日本人はまだ、イタリア人デザイナーひとりひとりの個性をきちんと区別することはできませんでした。ちょうど来日したエミリオ・プッチの大胆な色使いが、温暖な気候というイタリアのイメージと結びつき、イタリア・モード全体の特徴として捉えられたのだと考えられます。いわゆる「プッチ柄」は、大胆でポップな色彩の幾何学模様を指すことばとして、1960年代後半のファッション誌に繰り返しあらわれ、現在にまで定着しています。日本のファッション誌にイタリア人デザイナー、すなわちヴェルサーチ、アルマーニ、ヴァレンティーノらの特色を本格的に論じた記事が載せられるようになるのは、ミラノ・コレクションが1976年に始まってから後、すなわち1980年代に入ってからです。