



ベストとショートパンツのアンサンブルを着るツイッギー（1966年）。67年に東日した際は武蔵館でショーを開催。ミニスカート旋風を巻き起こした『Punkish』
Dance Demos, courtesy Theatre Boissac Artix Inc. The Sunday Times, 21 October 1966



どんどん丈が短いデザインとなったミニスカート＝展示風景はいずれも山口文明氏撮影

「自分自身力がないと、洋服をデザインして並べた。上品さを重視し、ウエストを絞ったひざの隠れるスカートスタイルが中心だった時代。軽快で動きやすく、固定観念も覆したバザールのアイテムは多く女性から貴族まで大評判になり、クワントは若者向けの60年代の流行「スウィング・ロンドン」の旗になった。ピートルズや、

モデルのアイコンが、その時代のアイコニックなバザールの店舗。展示品は、ファッショングルメーションし、ファッションをイメージし、ファッションを伝える。バザールの大舞台に注目した来場者の大半は、メーカーの誘い

「すべての人のためのファッション」の可能性を見たいし、衣料メーカーとのコラボで、くさんのアイテムを生み出した。世界展開にあたって、デザイナーのロゴを商標登録し現地に生産を任せるライセンスビジネス



ファッションの歴史を語る。1966年に大英帝国勲章を受賞した際に、クワントが着用していた衣装。全身、白のライオンカットが特徴



バザールのショーウィンドウの雰囲気を感じてほしい展示

マリー・クワント

ロンドン近郊出身。幼い頃からファッションに興味を持つも、教師だった両親に反対され大学では美術を学ぶ。高級帽子店勤務を経て、ブティック「バザール」を開店。上流階級向けのパリの高級注文服がファッションの中心だった時代に、若者向けのアイテムを並べ大人気になった。デザイナーは、服のデザインのラフスケッチにいたらずら描きを繰り返す中で生まれた。日本では1971年に化粧品ラインがスタート。大英帝国勲章を2度受勲している。



© Royal Household / The National Archives / Getty Images

60年代の英国発「着たい服」大胆にデザイン／売り方・広告 社会も変えた

クワントの仕事で代表するミニスカートもこの頃にヒット。60年に初めてメディアでひきすれすれの丈を発表して以降、どんどん短くなるスカートは今回の男どころの一つだ。会場には、カラータイツやシャギー素材のドレス、PVC（ポリ塩化ビニール）のレインウェアなども並ぶ。今では当たり前前に目にするが、当時はファッションに革命を起こしたと評価されるアイテム。60年の時を経た今なお色あせない「かわいい」があふれている。

会場での解説パネルや図録の翻訳を担った服飾史家の中野香織さんは、「クワントは富裕な上流階級のものだったファッションを、普通の働く女性も楽しめるように民主化し、女性に私たちのブランド」と呼べるブランドを初めて作った。その出発点は、若さを謳歌できる服を売りたいというフレッシュな願望。楽しんで生み出した服を多くの人に届けるために、売り方、広告、モデルのあり方まで「新しい社会を変えてしまった」と話す。

展示後半で紹介する、化粧品や型紙、着せ替えでブランドのアイテムを楽しめる「デイジー人形」は、津々浦々までおしゃれを届けたというデザイナーの信念を表している。

クワントは、69年に3店舗まで拡大したバザールをすべて閉じ、70年代からはライセンスビジネスに専念する。展覧会で紹介するのはここまでのが、その後の展開は化粧品が浸透した日本では、なじみ深いものだろう。デイジーの化粧品や雑貨に親しんだ人はブランドのルーツに新たな発見を、60年代に青春を過ごした人は懐かしさとともに、世代ごとに異なった楽しみ方が出来る展覧会だ。

クリエーションの一端から退いたクワントだが、朝日新聞のメールインタビューで日本の観客に向けてこう語った。「チャレンジャーのこと、実験すること、自分が信じるものに手を伸ばすことを恐れないで、自信を持って自分が心地よいと感じるものを身につけ、大胆に自分らしく、楽しんでほしい。あなたならできますよ」

マリー・クワントの胆力、ファッションの力を全肯定する言葉