

1950年代ファッション

「もはや戦後ではない」とは、1956年の経済白書での言葉です。日本のファッション界も戦争の暗い雰囲気を払拭し、パリから始まった世界的な流行の影響を大いに受け、華やかなスタイルが流行しました。また、映画がきっかけで、特定のファッションスタイルも流行するようになります。

神武景気 高度経済成長期の幕開けとなった1955年～1957年に日本において発生した、爆発的な好景気
岩戸景気 1958年6月～1961年12月まで42ヶ月間続いた高度成長時代の好景気
3種の神器 **白黒テレビ・洗濯機・冷蔵庫**

洋裁学校ブーム
 ナイロン工業化
 アメリカン・スタイル
シネマ・ファッション
ロカビリー族
太陽族
単色志向
 車、家電の色

1947年パリでクリスチャン・ディオールが発表した「ニュー・ルック」がアメリカ経由で日本に紹介されたもの。
 50年代は映画が娯楽の中心でした。ヒット映画に登場したファッションが流行するなど、映画がファッションリーダー的存在だった時代です。「ロカビリー族」が誕生したのは、1958年に開催された『日劇ウエスタン・カーニバル』がきっかけです。
 50年代の代表的なメンズファッション(1956年に芥川賞を受賞した石原慎太郎『太陽の季節』)
映画「赤い靴」の赤、「赤と黒」の赤と黒、「初恋物語」のモーニングスターブルー等
 車＝黒(ハイヤー、タクシー)、家電は白

V2	Bk	b16
----	----	-----

1960年代ファッション

1958年から続く「岩戸景気」で幕を開けました。60年代のファッションは、50年代よりもさらに若者文化、サブカルチャーと密接な関係が出来てきたように思います。トラディショナルからドレスダウンまで、60年代のファッションは幅広いです。

いざなぎ景気 1966年から1970年にかけて続いた好景気。
大衆消費社会 **消費は美徳、3C(カー、クーラー、カラーTV)**

大学紛争
 グループサウンズ
 VAN
ミニ・スカート

1966年ビートルズが来日。彼らが着ていたモッズファッションは、日本のメンズファッションにも大きな影響を与えました。
 60年代のファッションを語る上で欠かせないブランド、それがVANです。アイビー・ルックで一大ムーブメントを巻き起こした。
 1961年にマリ・クワント、65年にクレージュがミニスカートをパリコレで発表するなど、ミニスカートは60年代に入って世界的に広まっていきます。スカート丈も年々短くなり、1966年には膝上10cm、1968年にはマイクロミニと呼ばれる膝上30cmのスカートが登場します。
 1967年秋のスーパーモデル・ツイッギーの来日で一大ブームとなった。
 1967年、新宿東口駅前広場に若者の集団が現れました。彼らのファッションは、ユニセックス、汚れたTシャツにジーンズ、素足にサンダル、ショルダーバッグ、そしてヘアースタイルはモッズ以上の長髪に無精ひげといったものでした。

サイケ族
 ポップアート
配色志向
 車、家電の色

シャーベットトーン、サイケデリックカラー
 高級車はメタリック、大衆車は白、家電は白

シャーベットトーン(寒色のパステレカラー)				サイケデリックカラー		
lt24	p16	lt12	lt2	v24	v11	v22
p4+	p10+	p6+		v19	v9	v1

1970年代ファッション

70年代前半は、60年代から続く自由や反体制といった精神性を象徴するファッションが流行していました。その後、時勢が大きく変わっていくにつれ、流行の主体である若者のファッションへの考え方も変化していったように思います。
 ミニスカートは1973年のオイルショックで下火になった。

第1次石油ショック **節約意識が高まる。**
公害問題 **自然志向が高まる。**
ジーンズ ジーンズは、60年代後半から活発化した学生運動、そしてヒッピーが世間に広めたファッションアイテムです。70年代前半は本来、作業着だったはずのジーンズがファッションとして受け入れられるようになりました。

ニュートラ 1975年頃か80年代前半にかけて流行った、神戸発のお嬢様風ファッションスタイル、ニュートラディショナルを「ニュートラ」と名づけたのは、an anでした(横浜元町発のファッションスタイルは「ハマトラ」と命名)。
 ハマトラ 山手のフェリス女学院などに通う女子大生たちが、地元の元町ブランドで揃えたファッションスタイルのことです。

竹の子族
自然色志向
 車、家電の色

中間色相、ナチュラルカラー、アースカラー
 車は有彩色人気(イエロー、グリーン、ブラウン)、家電のカラフル化

ナチュラルカラー				アースカラー		
p	sf	ltg	off-N	ltg	g	dkg
アイボリー、ベージュ、ミストグリーン				カーキ、オリーブ、ブラウン		
ltg8	ltg6	ltg12		dk6	g10	g6

1980年代ファッション

バブル景気が始まろうとしていた80年代は、DCブランドがクローズアップされていく時代でもありました。
 DCとはデザイナー&キャラクター・ブランドの略で、大手のアパレルメーカーでは作れないような、デザイナーの個性が全面に出た商品を企画生産販売する事業のことを指します。

第2次石油ショック
バブル経済
カラス族
 紺ブレ
 ボディコン

80年代後半になると、バブル景気は加速度を増していきます。「セクシーな大人の女性」を目指す社会人の女性達が、通勤時にも着られるセクシーなファッションということで初期の「ボディコン」スーツを着るようになりました。
 DCブランドのややルーズなデザインに満足できなかった女性達の間で、この「ボディコン」というファッションは急速に広まっていきます。
 ボディコンブームは1986年~89年頃まで続きました。

渋カジ
モノーン志向
 車、家電の色

バブル期の頂点1988年頃から、一世を風靡したDCブランドの反動かカジュアルなファッションスタイルが広まっていきます。
黒・グレーのブーム (カラス族)
 車は若者向けの色(赤、黄、緑)が人気、白も健在(ホワイト系が75%を占める)、家電はパステルカラー、モノーン

黒・グレー		
Bk	Gy-2.0	Gy-3.0
Bk	Gy-2.5	Gy-3.5

パステルカラー(p, lt)

1990年代ファッション

バブル経済の崩壊
リストラ時代
 60~70年レトロ調
 エコロジー素材
 メタリック素材
 IT革命の始まり
定番色志向
 車、家電の色

ファッションの流行は、周期的にリバイバルすると言われます。

携帯電話、インターネット、デジタル家電、PCの高性能化

エコロジーカラー
 量販車はライトシルバー人気、家電はインテリアとの調和や多彩なバリエーション

エコロジーカラー			
d6	g2	d22	d12
p18+	ltg6	ltg10	

2000年代ファッション

成熟社会
3種の神器
 スローライフ
 IT革命時代
 定番色志向

トレンドのない時代、自己演出の時代
薄型テレビ、DVD、デジタルカメラ

最先端のIT
 バック・トゥ・カラー(色戻り)化