

モードとアートの香水瓶

—ポワレ、スキヤパレリ、ディオール

Mode and Art Perfume Bottles

Poiret, Schiaparelli, Dior

会 期：2019年12月15日(日)－2020年4月5日(日) *会期中無休

会 場：展示室4

協 力：ポーラ文化研究所

20世紀初頭のパリでは、ポール・ポワレ(1879－1944)が1911年に立ち上げた香水ブランド「ロジージュ香水」が発端となり、最高級ドレスを手がけるオートクチュールメゾンから香水が発表されるようになりました。ドレスやアクセサリだけでなく、香水もまた、メゾンの世界観を演出するための重要な役割を担い始めたのです。各メゾンは香水瓶のデザインにもこだわり、時には芸術家たちがその造形に携わることもありました。

本展示では、ポーラ美術館収蔵のオートクチュールメゾンの世界観を表現した香水瓶から、芸術家手がけた作品を中心に紹介します。ポワレをはじめ、オートクチュールの礎を築いたシャルル＝フレデリック・ウォルト(1825－1895)、シュルレアリスムの表現を取り入れたエルザ・スキヤパレリ(1890－1973)、そして戦後モード界を牽引したクリスチャン・ディオール(1905－1957)など、彼らが発表した香水は、ファッションの新たな表現手段として機能してきました。

また、20世紀は合成香料の発達により、香水が産業として発展した時代でもあります。老舗香水メゾンや新興化粧品メーカーもまた、芸術家にボトルデザインを発注し、個性豊かな瓶とともに新たな香水を発表しました。このような同時代の香水瓶とともに、香水瓶の造形をめぐるモードとアートのコラボレーションをお楽しみください。

1 オートクチュールメゾンによる香水のはじまりと発展

現代も人々を魅了している、オートクチュールメゾンによる香水。その歴史のはじまりは、ポール・ポワレが立ち上げた「ロジージュ香水」でした。

コルセットから女性を解放したファッションデザイナーとして知られるポワレは、芸術への造詣が深く、作品収集やギャラリー経営も手がけました。また、積極的に芸術家へ仕事を依頼しています。なかでも画家のラウル・デュフィ(1877－1953)に発注したテキスタイルデザインは大反響を呼び、ファッションデザイナーと芸術家が協働する先例となりました。ポワレはロンシャン競馬場に自身のドレスを着た女性たち(マヌカン)を連れて行くことで宣伝を行い、デュフィがその様子を描くこともありました。

ポワレ自身がボトルやパッケージのデザインを手がけたロジージュ香水以降、次々とオートクチュールメゾンによる香水が発表されます。ポワレが下積み時代に働いていたウォルト社の香水瓶は、ルネ・ラリック(1860－1945)による革新的なデザインで人気を集めました。本章ではこれらの香水瓶や、若き日のクリスチャン・ディオールが修業を積んだリュシアン・ルロンの香水瓶などから、モードとアートが交差する時代の始まりをひもときます。

2 20世紀における香水メゾンの戦略

19世紀後半まで、香水とは専門業者である香水メゾンが製造し、上流階級に向けて販売されるものでした。動物性のムスクや、植物性のバラやスミレといった自然由来の香料はとて貴重なものだったからです。

しかし19世紀末から20世紀初頭にかけて合成香料が開発されることによって、香水を取り巻く環境は大きく変化しました。香水は大量生産できるようになり、価格が抑えられ、香りの種類も豊富になります。販路も大きく広がり、上流階級のみならず多くの人々の手にわたるようになりました。するとボトルのデザインにも変化が生じます。19世紀まで陶器が主流だった香水瓶に、ガラスが用いられるようになったのです。ガラスの技術革新に伴うガラス工房の台頭もあって、より自由なボトルデザインが可能になりました。

ゲランなどの老舗香水メゾンをはじめ20世紀に登場したコティといった新興化粧品メーカーなど香水を取り扱うメーカーまでもが、ルネ・ラリックらにボトルデザインを依頼し、次々に個性的なボトルの香水を発表しました。本章では、このような20世紀における香水をとりまく環境の変化や表現の広がりをご紹介します。

3 モードとシュルレアリスムの出会い

1924年、詩人のアンドレ・ブルトン(1896－1966)が『シュルレアリスム宣言』をパリで発表します。「無意識」や「偶然の出会い」を重要視したこの思想・芸術運動は、世界中の詩人や芸術家たちに大きなインパクトを与えました。1930年代になると、サルバドール・ダリ(1904－1989)の派手な活動やメディア露出によって、その前衛的な表現方法が市井の人々にも認知されます。

このような人気芸術家として活動していたダリの表現をモードの世界へ取り込んだのが、エルザ・スキヤパレリでした。彼女はダリのアイデアを活かした、奇抜かつエレガントなデザインによって成功を収めます。また、女性シュルレアリストのレオノール・フィニ(1907－1996)もスキヤパレリの仕事に協力しました。フィニがデザインを手がけた香水瓶「ショッキング」や、そのパッケージに使われた「ショッキング・ピンク」と名付けられたピンク色は、メゾンのアイコンになるほどの大反響を呼びました。本章では、シュルレアリスムと最も接近したファッションデザイナーであるスキヤパレリの世界観を、香水瓶や商品カタログ、広告から紹介します。

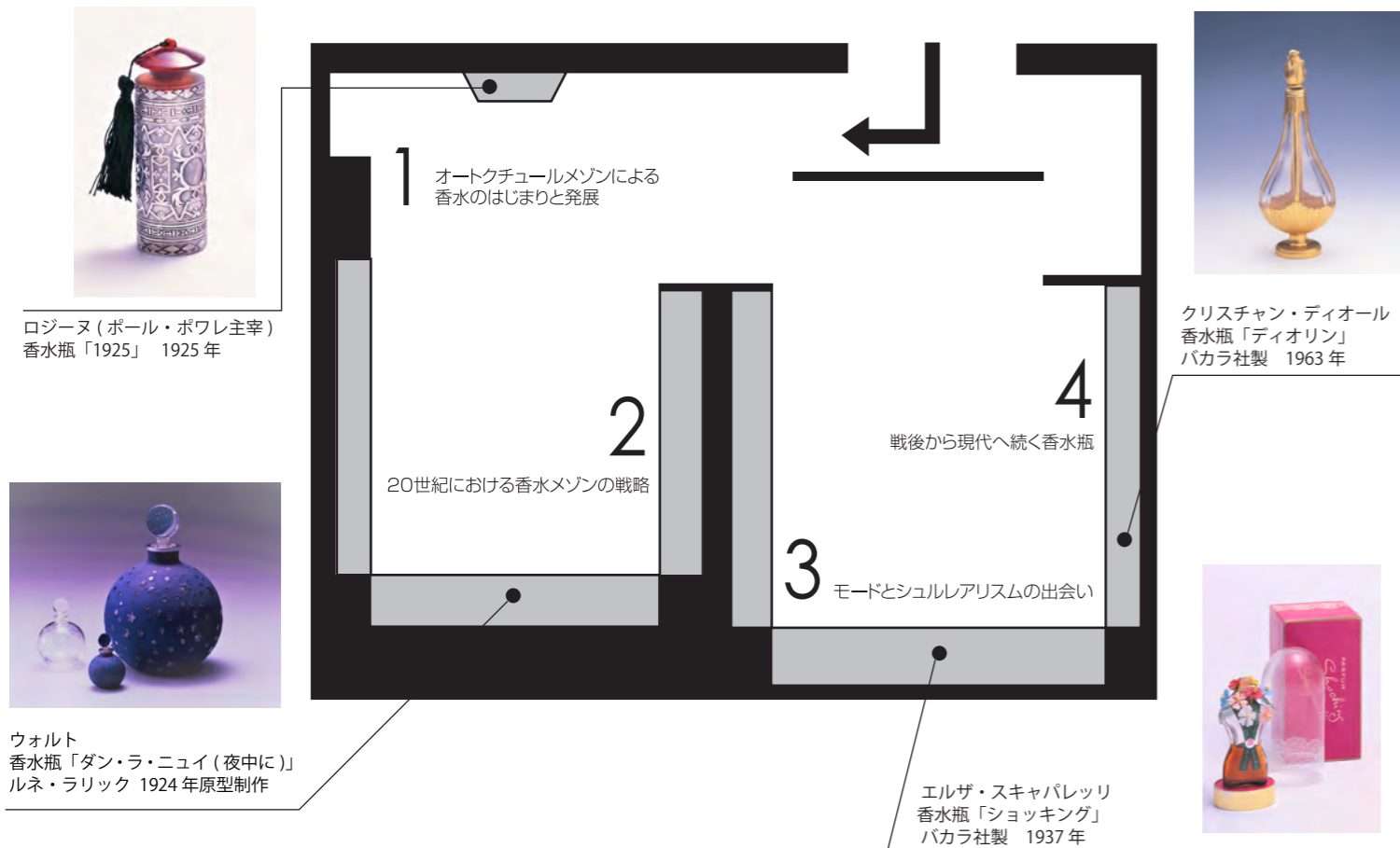
4 戦後から現代へ続く香水瓶

第二次世界大戦による閉塞感、戦後もなおヨーロッパ全土を覆っていました。このような時代において、パリのモード界に再び勢いと輝きをもたらしたのが、クリスチャン・ディオールによる「ニュールック」と呼ばれた華やかなコレクションです。

花を愛してやまなかったディオールは、わずか10年ほどの短い活動期間の中で積極的に香水を発表しました。その香水瓶のデザインは、発表当時から現代までほぼ同じ形で販売されています。例えばテラードスーツをイメージして作られたボトルは、現代でも「ミス・ディオール」として世界中で親しまれています。

また、時を超えて現代にまで親しまれている香水瓶のデザインといえば、老舗香水メゾンのゲランによる「ミツコ」も挙げられます。戦後から現代にかけて、より自由なデザインの香水瓶が生まれる一方、時を経て変わらずに愛され続けるデザインがあることは、香水瓶の魅力のひとつといえるでしょう。

本章ではディオールやヴァレンティノなどの戦後に発表された香水瓶とともに、現代まで続いている香水瓶のデザインの軌跡をご紹介します。



ロジージュ(ポール・ポワレ主宰)香水瓶「1925」1925年

クリスチャン・ディオール香水瓶「ディオリン」バカラ社製 1963年

ウォルト香水瓶「ダン・ラ・ニューイ(夜中に)」ルネ・ラリック 1924年原型制作

エルザ・スキヤパレリ香水瓶「ショッキング」バカラ社製 1937年