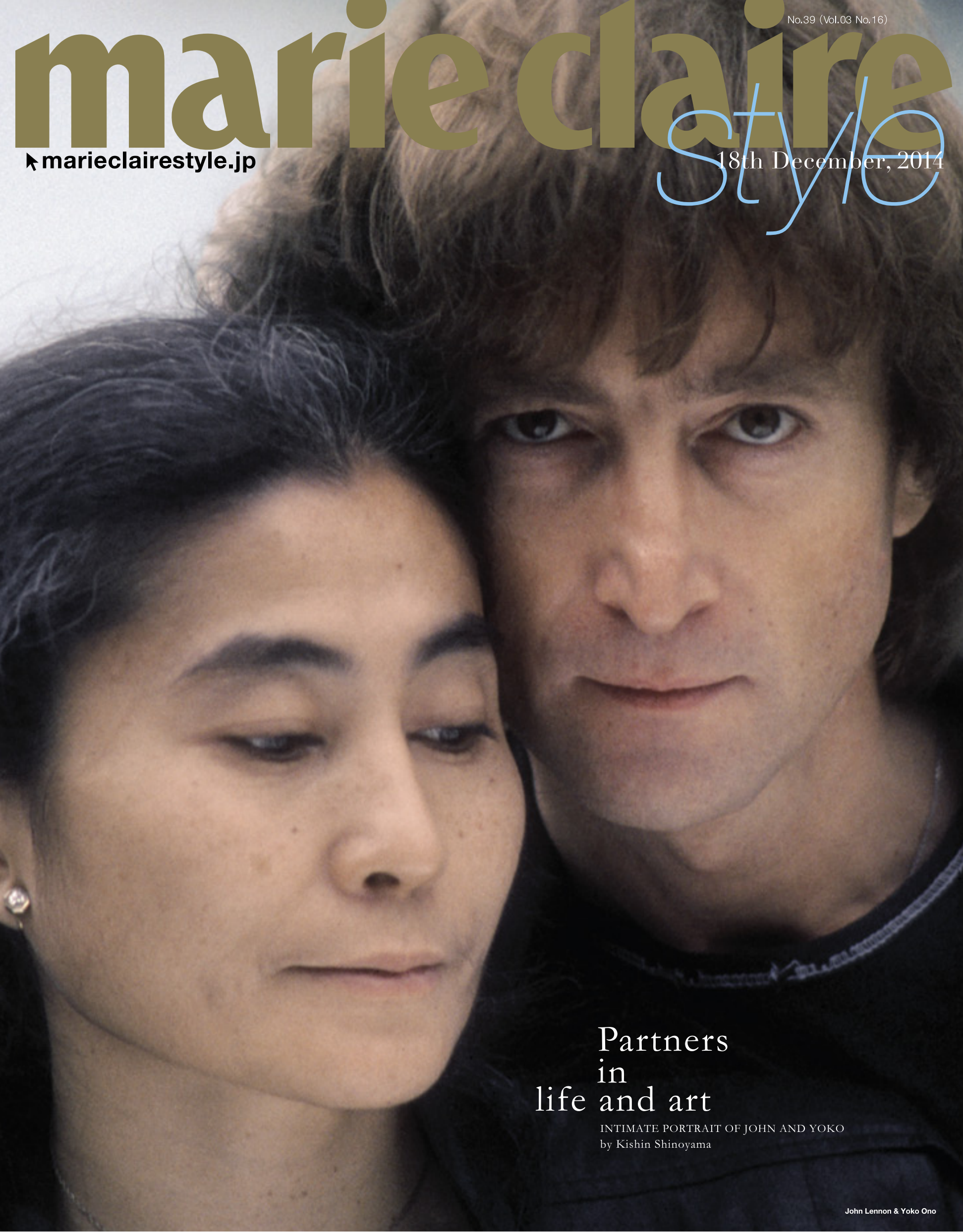




marie claire

marieclairestyle.jp

Style

18th December, 2014

Partners in life and art

INTIMATE PORTRAIT OF JOHN AND YOKO
by Kishin Shinoyama

本サービスを利用した営利目的の活動行為、
あるいは本サービスを通じて入手した情報を
複製、販売、出版その他
私的利用の範囲を超えて使用する行為の
一切を禁止します。

marie claire

style

cover photo: Kishin Shinoyama

marie claire style

2014年12月18日発行 第3巻 第16号 (通巻第39号)

発行人:
大橋善光

編集長:
田居克人

アートディレクター:
木村裕治

シニア エディター:
大林理子

エディター:
川上智子、
石山佳奈
パリ特派員:
須山佳子

トラフィックコーディネーター:
傳 泰恵
アシスタント:
鎌池 愛

デザイン:
木村裕治、
宇佐美暢子、後藤洋介

プランニング&アドバイジングディレクター:
伊田博光

発行:
中央公論新社
〒104-8320 東京都中央区京橋2-8-7
編集・広告 tel: 03-3563-2360

印刷:
共同印刷

Publisher:
Yoshimitsu Ohashi

Editor in Chief:
Katsuto Tai

Art director:
Yuji Kimura

Senior editor:
Riko Obayashi

Editors:
Tomoko Kawakami,
Kana Ishiyama
Paris correspondent:
Keiko Suyama

Traffic coordinator:
Hiroe Tsutou
Assistant:
Ai Kamaike

Design:
Yuji Kimura,
Nobuko Usami, Yosuke Goto

Planning & advertising director:
Hiromitsu Ida

Publication:
CHUOKORON-SHINSHA, INC.
2-8-7, Kyobashi, Chuo-ku,
Tokyo 104-8320 Japan

Printing:
KYODO PRINTING CO., LTD.

MARIE CLAIRE INTERNATIONAL
Executive director: Laurence Hembert
Deputy director: Félix Droissart
Deputy director (marketing and special operations): Nicia Rodwell
International editorial director: Florence du Luart
International chief editor: Séverine Harzo
International fashion and beauty chief editor: Sylvie Halic
International commercial director: Véronique Depery
International deputy commercial director: Elisabeth Barbier
Syndication director: Thierry Lamarre
Branded products director: Fabrice Taupin

©MARIE CLAIRE ALBUM 2014 ©CHUOKORON-SHINSHA, INC., 2014
本誌掲載の記事・写真、イラストの無断転載を禁じます。

ジャン＝ポール・ノット

Special Interview: Jean-Paul KNOTT

村上香住子
Kasumiko Murakami

穏やかな、

グレーの雲の色をした眼差しは、明晰な理性と感情が、細かく縞模様になって交じり合っているような印象を与える。ベルギー生まれのクレアトール、ジャン＝ポール・ノットは、恵比寿にある「トゥモローランド」の一室で、ニュー・コレクションに囲まれていた。

9月初めに青山に日本初の路面店をオープンして、その時来日していたが、その後一旦ブリュッセルに戻り、再び来日したのだという。パリでもコレクションをしているので、相当多忙な日々を送っているようだ。

今回のコレクションのテーマは？
「白のバリエーションです。白と黒、それに鮮やかな色も混じっています」

長身の彼は、その日も白いシャツに黒いカシミアのマフラー、黒い腕時計をして、デビュー当時から一貫してモノクロームの世界にこだわり続けているのが分かる。ミネラル・カラーというと、どこか硬質なイメージが湧くが、それが彼の手に掛かると、光の加減で柔らかな感触が与えられ、シャープなデザインには、なにか精神的な概念が織り込まれているようにさえみえる。

子供の頃ベルギーを離れ、その後コンゴのキンシャサで育ったという生い立ちから、アフリカの鮮やかな光と色が、内面に焼きついているのだろうか。

東京の印象をきいてみた。

「東京は世界一ファッショナブルな都市ですね。青山、丸の内、代官山、それぞれの地区で、お洒落の仕方が違っていて、それをみるのも楽しみです。初めて来日したのは1990年代初め、僕がまだサンローランにいた頃で、サンローランの回顧展のためにきました。それから何度もくるようになったのです」

渡米してニューヨークのファッション・インスティテュート・オブ・テクノロジーで学び、その後22歳の時に、パリのイヴ・サンローランのメゾンに入り、伝説のミューズ、ルル・ドゥ・ラ・ファレーズと共に、サンローランの「リヴ・ゴージュ」のラベルを手掛けるという幸運に恵まれたせいか、彼のデザインには、クチュール感覚が盛り込まれているのが特徴だ。

インタビューが終わると、少し寛いだ表情になり、「寿司やマーボー豆腐」が好物だと教えてくれた。マルチ・カルチャーの中で育ち、自然の色調の中に秘められた美の要素を掬い取る術を身につけたノットは、これからもエレガンスの本質に迫っていくことだろう。

Contents

7 Special Interview: Jean-Paul KNOTT / 9 Welcome to marie claire style, Letter from Paris / 10 Cover Story: Yoko Ono / 12 Cartier / 13 style picks: 1 Modern Stripes / 14 GEORG JENSEN / 15 style picks: 2 Mini Bags / 16 La Biennale Paris Antiquaires et Haute Joaillerie / 17 style picks: 3 Timeless Style / 18 CH CAROLINA HERRERA / 19 style picks: 4 HOT Small Leather Goods / 22 Joyful Holiday with PIAGET / 24 Tokyo Fashion Week S/S 2015 / 25 BRAND STORY, HARRY WINSTON / 26 Audemars Piguet / 28 Arbel Shushu / 29 News Board / 30 TAACOBAS RULE / 32 Authentic Beauty / 35 bloggers / 36 marie claire style the buzz / 37 hot list, shop list / 38 Sonia Sieff meets marie claire PARIS

marieclairestyle.jp

Welcome to... marie claire style

今年は冬の訪れが早く、すでにニューヨークでは大雪に見舞われているという。冬という、やはりファッションの世界ではファーの出番だ。今シーズンも多くメゾンがファーを使った作品を発表している。

数年前から、「JFAファーデザインコンテスト」の審査員をつとめている。毛皮というと日本ではそんなに需要がないと思われがちだが、以前と比べると愛用する人たちが増えている。JFA(日本毛皮協会)は毛皮のさらなる普及と、毛皮素材を通してファッションをより活力のあるものにするためにこのコンテストを実施している。日本の毛皮デザイナーの評価は高く、海外のコンテストで優勝者も出ているほど。

パリのサントノーレ通りにある「Yves Salomon」(イヴ サロモン)はフランスを代表するファーマゾンだ。創業は1920年。ロシア中を列車とそりでまわり、最高の毛皮を買い付けることから始まった。1980年には、それまで毛皮の取引が中心だったのをトレンドファッションに切り替え、「ディオール」や「アライア」、「ハナエモリ」、「ソニアリキエル」といったトップメゾンのファーを手がけるようになった。

毛皮への需要は、80年代に起こった動物愛護の思想をベースにした毛皮反対運動のため一時下火になり、パリの毛皮業者も最盛期の1割に減ってしまった。しかし「イヴ サロモン」はファー素材をいろいろなテクニックで異なる素材とミックスさせたり、軽さ、リーズナブルな価格といったことを追求し、従来の毛皮のイメージを大きく変えることに成功している。

こうした努力の結果、毛皮は新たな魅力を放ち、また新しい顧客をひきつけているようだ。

2014年12月18日

Katsuto

田居克人
Katsuto Tai, marie claire style 編集長



Letter from Paris

セシル・ビートン、ピエール・カルダンと マルコ・デ・ヴィンチェンツォ ナターシャ・フレーザー

Natasha Fraser-Cavassoni ファッションジャーナリスト

translation: Shima Pezeu

英国王室の宮廷写真家セシル・ビートン(1904-1980)は、誰もが認める偉大な写真家でした。マーガレット王女やオードリー・ヘップバーン、キース・リチャーズなどのポートレート写真は、ご存じの読者も多いことでしょう。強烈な毒舌でも有名だったビートンは、類まれなスノッブでもあったのです。そんな側面もあって、私はこれまでなんとなく彼を敬遠しがちでした。

特にエリザベス・テイラーのファンにとって、ビートンは許しがたいコメントを、日記に残しているのです。曰く「(テイラーの)胸はあまりに巨大だ。それに加えて、巨大なダイヤモンドやエメラルドであの分厚い手の太い指を飾り立てたさまときたら……」

ところが、セシル・ビートンとグレッタ・ガルボの恋を綴ったダイアナ・スハミ著『グレッタとセシル』を最近読んで、印象がだいぶ変わりました。孤独を好むこのスウェーデン出身の大女優に憧れたビートンは、やがて恋に落ちます。そしてガルボの偏屈で自己中心的な態度も、寛容に受け入れます。豪邸やヨットを持つ裕福な友人を重宝がるガルボの素顔は、表層的なものでした。対するビートンは知的好奇心旺盛で、仕事にも野心的に取り組む、映画『マイ・フェア・レディ』のセットデザインで注目を集めるものの、ガルボとの恋はそれ以上進展することはありませんでした。本を通してビートンの知られざる側面を発見した私は、その辛抱強い努力に感銘を受けました。努

力という美德には、ひととき弱いのです。

ピエール・カルダンに出会った時も、同じような感銘を受けたことを思い出します。モード界は彼のことを「ブランドになった男」と呼んで、その過剰なライセンス主義を揶揄してきました。タバコからチョコレートにいたるまで、あらゆる製品に名前を付け、未来的なデザインを展開したカルダン。筒状の袖のジャケットや、輪っかを通したようなスカートを着るつもりは毛頭ありませんが、92歳になってもその若々しい魅力は、決して衰えを見せません。

つい最近、パリのマレ地区に1951年以降の自作をおさめた美術館がオープンしました。遊び心溢れる館内に、カルダンが1947年に「ディオール」のためにデザインした(当時、彼は「ディオール」のアトリエ主任でした)アイコン、「バー」ジャケットが含まれていないのは、残念です。

話は変わりますが、最近フリンジが気になっていたところ、イタリアのデザイナー、マルコ・デ・ヴィンチェンツォの素敵なコートを見つけました。「フェンディ」のシルヴィア・フェンディのアシスタントを経て独立したのだとか。その卓越したプロポーションと色彩のセンスには、今後大いに期待できそうです。

————
Natasha Fraser-Cavassoni
ナターシャ・フレーザー
ロンドン生まれ。「シャネル」の
カール・ラガーフェルドのスタジオに
いたが、その後、英版『ヴォーグ』
『ハーバース バザー』『フォーブス』誌
などで、フリーのジャーナリストとして
活躍している。母も作家で、
義父は有名劇作家ハロルド・ピントー。

「この写真集は、篠山紀信さんのすごい写真とジョンと私の芸術活動が一緒になった、世界でも稀な写真集だと思っています」

2015年春刊行の写真集『ダブル・ファンタジー ジョン・レノン&ヨーコ・オノ』（タッシェン社）について語るオノ・ヨーコ。収録されているのは、1980年9月にアメリカ・ニューヨークで撮影された約800枚から選ばれた、ジョン・レノンと彼女の姿だ。同名アルバムのジャケット用に篠山紀信が依頼され、二人がセントラルパークでキスをするその瞬間を切り取ったあの有名な1枚が採用されたのだが、フィルムにはほかにも彼らの自然な姿が収められていた。互いに刺激し創作に取り組むアーティストの横顔、強い魂の絆を持つ男と女の日常。5年ぶりに制作されたアルバムは、撮影から3ヵ月後にジョンの遺作になってしまったが、それらの写真には二人のパートナーシップのもっとも美しい瞬間が刻まれた。

「篠山さんはとてもセンシティブな写真家なので、私たち二人が音楽を作っているということをよく承知してくださっていました。私たちの邪魔にならないように写真を撮ってください、とっても助かりました」

息子ショーンのいる家族の光景も、作品に含まれる。音楽活動を休んでいた間、ジョンは育児に専念。ヨーコは他のすべてを切り盛りし、ジョンのクリエイティブな心を自由に放つ環境を守ったと言われる。家族の幸福な思い出には、そんな時間が垣間見える。

「クリスマスには、ジョンが指揮をとって、ショーンと二人でクリスマスツリーを飾っていました。たくさんの贈り物をツリーの周りに置いて。本当に楽しいひとときを過ごしました。贈り物はもちろん、ほとんどみんな、ジョンからショーンへのものが多かったけれど……」

オノ・ヨーコが米国に渡ったのは、20歳のときだ。大学で作曲と詩を学び、50年代後半より前衛芸術家として活動。60年代半ばにロンドンに移住し、ジョンと出会う。彼女の個展を訪れたジョンが天井に書かれた“YES”へと導く作品に感動したエピソードは広く知られるが、二人は芸術活動に加え、平和を訴える運動もともに行った。そのスタンスは、81歳になった現在も同じだ。広島、長崎の被爆70年目を迎える2015年に向けた活動も、すでに始動している。

『「ノー・モア・ヒロシマ」』『ノー・モア・ナガサキ』のメッセージをあらためて、世界中に伝える必要があると思います。今年の夏には、広島で催された学生と被爆者のみなさんの対話にも参加し、2015年のためにヒロシマからそのメッセージを世界に伝えました。来年、今度はニューヨークから同じメッセージを伝えたいと思っています」

「2014年はとっても忙しい年でした」と自ら振り返るように、アーティスト活動にも精力的だ。夏のフジロックフェスティバルにヨーコ・オノ・プラスティック・オノ・バンドとして参加したほか、スペインのビルバオ・グッゲンハイムなどの美術館では回顧展が大々的に開催された。アーティスト、オノ・ヨーコの世界観を、約200点の作品から俯瞰する試みだ。彼女がこの世界に与えてきた影響、世界中から集めるリスペクトは、日本にいる私たちが想像する以上に大きい。

そしてヨーコのメッセージは、不変にして普遍的だ。「今、好きな言葉は？」という問いには、“IMAGINE PEACE”“Give peace a chance”“WAR IS OVER, if you want it!”の3つのフレーズが返ってきた。いずれもジョンとヨーコが発信し、国境を超えて広がり続ける平和のメッセージ。

「今の女性は、みんな大きな世界観を持っていて、みんなできるだけのことを世界平和のためにしていると思います。女性が強く、英知を持って頑張っている、素晴らしい時代になりましたね」

強く、英知を持って、“LOVE & PEACE”のパワーを体現してきた女性から、若い世代の女性たちへのエールである。

COVER STORY

アーティスト、ファッションミューズ、オノ・ヨーコの素顔！

photo: Kishin Shinoyama
text: Mayumi Yawataya

“世界でもっとも有名な日本女性”であり続けてきたアーティスト、オノ・ヨーコ。これまで、アート、詩、音楽、平和運動、慈善活動……といったフィールドで、縦横無尽に表現の翼を広げてきた。来春、彼女のある時代を凝縮した1冊の写真集が刊行される。『ダブル・ファンタジー ジョン・レノン&ヨーコ・オノ』だ。伝説のアルバム完成前夜のアーティストたちの、その息づかいと魂の記録。今もなお世界への発信力を持つ、オノ・ヨーコの素顔に迫る。

「女性が強く、
英知を持つ
素晴らしい時代
になりましたね」
——オノ・ヨーコ

“This is a wonderful era
where women make
full use of their
strength and wisdom.”

——Yoko Ono

artist

fashion
muse

写真集
[Double Fantasy
JOHN LENNON
& YOKO ONO]
2015年春(予定)より
限定発売
撮影: 篠山紀信
発行元: TASCHEN
企画: STEP inc.



定番の“ラゲージファントム”は中央にポップなマルチカラーストライプを配して、最旬のスタイルにアップデート。バック¥210,000(セリーヌ／セリーヌ ジャパン)

イレギュラーなストライプ柄がアーティな印象。アッパーは煌めくスパンコールを飾って女性らしさをアピール! 靴¥110,000(ディオール／クリスチアン ディオール)

ブラックに走るグリーンの線がアクセント。シンプルなウールのニットワンピースは、長めの袖丈で今季らしい雰囲気。ワンピース¥247,000(クロエ／クロエ インフォメーションデスク)

(左)ロシアのファッションista、ミロ斯拉ヴァは、ゆったりシルエットのマルチカラーボーダードレスで妊娠中でもモード感ある装いを披露(中)パンツのサイド、そしてジャケットの裾に、強いストライプをプラスし、驚きなメリハリをつけて(右)赤とイエローのラインがアイキャッチな「セリーヌ」のミニワンピースを着用。バッグと靴もイエローでまとめて統一感を演出
*人物の装いはすべて私物です

ノーブルなパープルと明るいイエローのコンビが新鮮! 金具とボーダーで個性を主張して。バッグ¥247,000(ヴァレンティノ／ガラヴァーニ／ヴァレンティノ インフォメーションデスク)

光沢感のあるシルクを縫ぎ合わせたドレス。シックなカラーコンビに差し色で使ったピンクが華やかさを演出。ドレス¥414,000(ランバン／ランバン ジャパン)

Modern Stripes

style picks: 1

春の先取りはグラフィカルなストライプで!

photos: Asa Sato (still), Imaxtree (model)
styling: Fusae Hamada
text: Tomoko Kawakami

春夏シーズンのトレンドを占うクルーズコレクションで目を引いたのがストライプのアイテム。そのグラフィカルな配色や異素材ミックスで、新しいパターンを楽しんで!



メリハリカラーの組み合わせでインパクト大。太さや色で選んだ変化球ボーダートップスで気分もアップ。トップス¥108,000(ステラ マッカートニー／ステラ マッカートニー ジャパン)



絶妙のカラーコンビネーションとアーティなマルチストライプが「マルニ」らしい。立体感のあるボックスシルエットのトップスでモード感が加速。トップス¥155,000(マルニ／マルニジャパン)



ボーダーに沿うセンシュアルなワンピースもボーダーで爽やかな印象に。オレンジ色でパンチもプラス。長めのスカートも最旬。ワンピース¥29,000(マイケル コース／マイケルコース ジャパン)



ポップでアイキャッチなグラフィックは「ケンゾー」の得意とするところ。シンプルなフラットのクラッチは、ボーダーの文字がアクセント。バッグ¥38,000(ケンゾー／ケンゾーパリ ジャパン)



織り柄で見せるボーダーで変化をつけたコートは、ブラックの襟で印象を引き締めて。コート¥142,000(セドリック シャルリエ／ショールーム リンクス)



コントラストを利かせたためボーダーを配したグラフィカルなトップスは、ゆったりシルエットが今の気分にとぴったりとマッチ。トップス¥49,000(エムエスジーエム／アオイ)

marieclairestyle.jp

記事内の商品価格はすべて、本体のみ(税抜)の価格です

Cartier

レッド ボックスから始まる愛の物語 心に秘めた想いを「カルティエ」のギフトに託して

「カルティエ」のパリ、ラ・ペ通りの本店に、ツリーのイルミネーションが灯ると、ギフトを探しに毎年世界中からゲストが集まってきます。メゾンのアーカイヴには、セレブリティが愛する人のために選んだ世界にひとつだけのパーソナルなギフトも多数残されています。そのロマンティックなエピソードをひもときながら、今年のホリデーギフトに選びたい魅惑的なコレクションの数々をご紹介します。

photos: Shuichi Iwase (still) PG=ピンクゴールド, YG=イエローゴールド, WG=ホワイトゴールド

Gift Story 1

1949年にカルティエ パリで製作された「バンテール クリップ ブローチ」。

152.35カラットのサファイアにバンテールが立つ、美しい逸品

当時の社交界の中心だったウィンザー公爵夫妻は、「カルティエ」のジュエリーを多数着用。この写真で夫人がまとうネックレスも「カルティエ」製

ウィンザー公爵から夫人に贈られた 優美な“バンテール”

“王冠をかけた恋”で知られるウィンザー公爵夫妻は、「カルティエ」のジュエリーを数多く、贈り物として選びました。1948年にメゾンが創作したバンテール(豹)のブローチも公爵が夫人に贈ったもの。そのしなやかな姿に魅せられた夫人は、翌年、このバンテールがサファイア カポションの上に立つブローチを購入します。夫人は、ジュエリーが贈られるたびに、そのジュエリーが美しく引き立つドレスをオーダーし、公爵に感謝の心を表したとか。2人の愛の思い出は、「カルティエ」のジュエリーとともに語り継がれているのです。



セレブリティたちが「カルティエ」で特別な贈り物を選ぶ理由

1847年にパリで創業して以来、王侯貴族からファッションリーダーまで、時代を代表する多くのセレブリティに愛されてきた「カルティエ」。彼らの多くが、恋人や家族、友人など大切な人たちへの特別な贈り物を探すために、「カルティエ」を訪れました。ギフトが収められたレッドボックスには、贈る人も贈られる人も、手にするだけで幸せな気持ちへと導いてくれる、不思議な魅力があります。それは、「カルティエ」の伝統と創造性、信頼の証しであるとともに、贈り物に込めた、愛する人への想いを象徴しているからなのです。

Gift Story 2



時代を超えて愛されてきた「タンク ウォッチ」。

メゾンを象徴する時計として、多くのセレブリティの手元を飾ってきました。



1959年、海辺のリゾート地、ラ・ポールで「タンク ウォッチ」を身につけたイヴ・モンタンとシモーヌ・シニョレの仲睦まじい姿が撮影されています

シモーヌ・シニョレからイヴ・モンタンへの誕生日プレゼント「タンク ウォッチ」

フランスを代表する映画俳優であり、シャンソン歌手としても活躍したイヴ・モンタンと、その伴侶であり、より理解者だった女優のシモーヌ・シニョレ。シモーヌは最愛の人の誕生日プレゼントに、カルティエの「タンク ウォッチ」を贈りました。時計の裏蓋には、「And another October 13...」(これからの10月13日も一緒にあることを願って...)"という文字が彫られています。「タンク ウォッチ」はそれから何十年も2人の大切な時間を刻みました。

Amulette de Cartier

愛する人の幸せを願うお守りジュエリー “アミュレットドゥ カルティエ”

フランス語で魔除けやお守りの意味をもつ「アミュレット」と名付けられた、ギフトにぴったりのコレクション。丸みのあるチャームは自分だけが知る大切な願いを閉じ込める魔法のカプセルです。オニキス、マザーオブパール、ダイヤモンドの3つの素材と、モチーフのサイズも選ぶことができ、重ねづけも楽しいラインナップ。「アミュレットドゥ カルティエ」ネックレス(左から)SM[PG×オニキス×ダイヤモンド]¥432,500 XS[YG×マザーオブパール×ダイヤモンド]¥200,000 XS[WG×ダイヤモンド]¥515,000(すべてカルティエ／カルティエカスタマー サービスセンター)

Tank Collection

“タンク アメリカン” から登場した 愛らしいミニモデル

美しいカーブを描く縦長のケースが特徴のカルティエを代表するウォッチ「タンク アメリカン」に、2014年、日本人女性の手元にもじっくり馴染む、ミニモデルが登場。よりフェミニンでエレガントな表情が魅力です。幸せな時を重ねられるように、そんな想いを込めて、とっておきのギフトに。「タンク アメリカン ミニモデル」時計(左から)[PG×ダイヤモンド、アリゲーターストラップ、ケース27×15.2mm、クォーツ]¥2,000,000 [WG×ダイヤモンド、ケース27×15.2mm、クォーツ]¥3,680,000(ともにカルティエ／カルティエ カスタマー サービスセンター)

Panthère de Cartier

しなやかに美しく生きる 現代女性に贈る“バンテール”

1914年にメゾンで誕生し、時代を超えたアイコンモチーフとして愛されてきた「バンテール」。誕生から100周年を迎えた2014年は、ポリュームのある優美なデザインから、デイリーに使える小さいサイズまで、よりモダンな新作が続々登場。「バンテールドゥ カルティエ」(左から)ネックレス[YG×ストリンツァボライトガーネット×ブラックラッカー×ダイヤモンド]¥2,940,000 リング[YG×ツァボライトガーネット×ブラックラッカー]¥1,620,000 ブレスレット[WG×エメラルド×オニキス×ダイヤモンド]¥925,000(すべてカルティエ／カルティエ カスタマー サービスセンター)



12 お問い合わせ先: カルティエ カスタマー サービスセンター 0120-301-757

記事内の商品価格はすべて、本体のみ(税抜)の価格です



クラシカルな美しさと都会的なモダンテイが見事に共存する“ビーディオール”。ショルダー付きなので、アクティブにも使えます。バッグ[W20×H16.5×D11] ¥410,000 (ディオール／クリスチアン ディオール)



定番の“サックド・ジュール”から黒×白のカラーブロックによるモダンでコンパクトな新作が登場。バッグ[W26×H21×D13] ¥273,000 (サンローラン バイ エディ・スリマン／イヴ・サンローラン)



定番の型押しカーフ“サフィアーノ”を使用したバッグは、美しい発色のブルーが装いのアクセントにぴったり。バッグ[W17×H12×D8.5] ¥110,000 [予定価格] (プラダ／プラダ ジャパン カスタマーリレーションズ)



マルチカラーと大きなスタッズ、チェーンでポップな印象に。バッグ[W21×H16×D6] ¥242,000 (ヴァレンティノ ガラヴァーニ／ヴァレンティノ インフォメーションデスク)



チェーン付きでショルダーにもなるクラッチ。手描きの柄は今季らしいディテール。バッグ[W22×H15×D7] ¥180,000 [予定価格] (バーバリー／バーバリー・ジャパン)



ローズピンクに星! 女性たちが好きな要素を凝縮したデザインは、まさに気分が上がるスターアイテム。バッグの後ろにも星が。バッグ[W19×H14×D6] ¥139,000 (ジミー チュウ)

marie claire style



上品なオフホワイトのレザーに、メゾンを象徴するバンパーのトップハンドルを組み合わせて。バッグ[W20.5×H17×D9] ¥115,000 (グッチ／グッチ ジャパン)



内側にはカードケースも付いた便利なウォレットバッグ。チェーンも華奢でかわいい。バッグ[W19×H12.5×D5] ¥115,000 (フェンディ／フェンディ ジャパン)



〈左〉レディライクな小さなハンドバッグを斜めがけにしてアクティブな印象。バッグの赤がコーディネートにアクセントに
〈中〉丸みのあるミニバッグは、あえて長いストラップを付けたままに。さり気ない計算から、洗練のおしゃれが生まれて
〈右〉大胆なパターンにニットスタイルに合わせたのは、ミニサイズの「プラダ」のポストバッグ
※人物の装いはすべて私物です

Mini Bags

style picks: 2
ホリデーシーズンに
手に入れる可愛いミニバッグ!

photos: Asa Sato (still), Imaxtree (model)
styling: Fusae Hamada / text: Tomoko Kawakami

コンパクトなバッグの人気は来春夏も引き続き、健在の様子。装いをおしゃれに仕上げてくれるミニバッグは、旅先でも華やかな席でも活躍する女性たちの強い味方!

丸みを帯びた柔らかなフォルムが特徴の“アマゾン75”のスマートサイズは鮮やかなコ랄カラーで春らしく。バッグ[W23×H19×D14] ¥227,000 (ロエベ／ロエベ カスタマーサービス)



アイコンバッグの“ボルゴスオーヴォ バッグ”からメタリックカラーのミニサイズがお目見え。バッグ[W18×H16.5×D9.5] ¥160,000 (ジョルジオ アルマーニ／ジョルジオ アルマーニ ジャパン)

手で握むタイプのクラッチも引き続き人気。シンプルなデザインとヴィヴィッドなグリーンが絶妙なバランス。バッグ[W24.5×H8.5×D15.5] ¥150,000 (クロエ／クロエ インフォメーションデスク)



人気の“アンティゴナ”は、マットなシルバーが新鮮。取り外しのきくストラップ付きで機能性が高いのもロングセラーの秘訣。バッグ[W22×H19×D13] ¥195,000 (ジバンシイ バイ リカルド ティッシ／ジバンシイ表参路店)



メタリックカラーのクラッチは、センターに飾ったリボンに視線集中! バッグ[W21×H14×D5] ¥110,000 [伊勢丹新宿店限定発売] (マーク ジェイコブス／マーク ジェイコブス カスタマーセンター)

新生「コーチ」のアイコンバッグ、ペブルレザーの“ライダー 24”。目が覚めるような蛍光カラーで遊び心を演出して。バッグ[W24×H17×D14] ¥73,000 (コーチ／コーチ カスタマーサービス・ジャパン)



TORUN

シックな遊び心を感じさせる
タイムレスなデザイン

革命的な女性デザイナー、ヴィヴィアン・トルン・ビューロ・ヒューベのデザインコンセプトが反映された新作。滑らかなフォルムがフェミニンなバングルは、ループロックが特徴的なデザイン。2色のゴールドまたはシルバーの地金に、バグダイアモンドがリクスな煌めきを添えて。バングル“トルン” (上から時計回りに) [RG×WG×ダイヤモンド、Mサイズ] ¥455,000 [YG×WG×ダイヤモンド、Mサイズ] ¥455,000 [SV×WG×ダイヤモンド、Mサイズ] ¥61,000 [S、M、Lの3サイズ展開。YGとRGはサイズによって価格が変わります。SVは3サイズとも同価格] (すべてジョージ ジェンセン／ジョージ ジェンセン ジャパン)

GEORGE JENSEN

アートな感性に魅せられる
「ジョージ ジェンセン」の
優美なモダンジュエリー

一年を締めくくご褒美ジュエリーやホリデーギフトなら、「ジョージ ジェンセン」を今すぐチェック。デザインの聖地、スカンジナビア発ならではの美意識が光る、モダンでアーティスティックなコレクションに注目です。ラグジュアリーかつスタイリッシュなセンスを語る、大人のモードなジュエリーに出会って。

photos: Shuichi Iwase (still) / text: Miho Niwa RG＝ローズゴールド、WG＝ホワイトゴールド、YG＝イエローゴールド、SV＝シルバー



DUNE

優雅な曲線で魅せるオーガニックなジュエリー

刻々と表情を変える砂丘のカブにインスピレーションを得た新作“デュン”。エレガントなゴールドで自然美を表現したコレクションは、女性らしいフォルムを繊細なダイヤモンドの流線で縁取ったデザインが印象的。シリーズでコーディネートを楽しめるのも魅力です。“デュン” (上から) バングル [RG×シナモンダイヤモンド、Mサイズ] ¥971,000 [YG×ダイヤモンド、Mサイズ] ¥1,073,000 [S、M、Lの3サイズ展開。YGとRGはサイズによって価格が変わります] イヤリング [YG×ダイヤモンド] ¥255,000 リング [RG×シナモンダイヤモンド] ¥138,000 (すべてジョージ ジェンセン／ジョージ ジェンセン ジャパン)

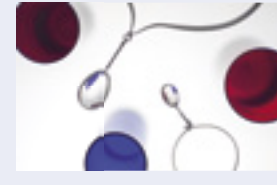


FUSION

それぞれの愛の物語を綴る無数のコンビネーション

自由にビーズを組み合わせ、パーソナルな一点を表現できる人気シリーズ“フュージョン”。今季はローズゴールドにシナモンカラーのダイヤモンドをあしらった新作リングと、内側にもバグダイアモンドを配して、正面からのスタイルに配慮したイヤリングが登場。“フュージョン”イヤリング [YG×ダイヤモンド] ¥501,000 リング (上・下) [RG] 各¥74,000 〈中〉 [RG×シナモンダイヤモンド] ¥276,000 (すべてジョージ ジェンセン／ジョージ ジェンセン ジャパン)

110th Anniversary
110周年を
記念した
ヒストリーブックが
発売



1904年の創業以来、革新的かつ普遍的なデザインと卓越したクラフツマンシップで、デンマーク王室をはじめ世界中の人々を魅了し続ける「ジョージ ジェンセン」。ブランド生誕110周年を記念して、初の解説書となるヒストリーブックが発売されました。伝統を踏襲する芸術的な職人技や、著名デザイナーとコラボレートしたアーカイブコレクションの当時のビジュアルやデザイン画は見応え十分。アートを感じさせる保存版の一冊です。

日本語版はジョージ ジェンセン東京本店と梅田店の2店舗にて発売中。「ジョージ ジェンセン リフレクション」マレー モス著 ¥8,500 (リゾーリ社刊)





CARTIER

時代を超えてモダンな
美しさを語るウォッチ

1912年に誕生し、ロングセラーとして
受け継がれてきた「トーチ」の最新作。本格的な
手巻きムーブメントを搭載しながら、薄くフィット感に
優れ、エレガントな手元を演出。時計
「トーチ ウォッチ SM」[PG、ケース30×
24mm、手巻き]¥2,690,000(カルティエ／
カルティエ カスタマー サービスセンター)

style picks: 3

新しい自分を演出する
“ステディ・ウォッチ”に出会う！

photos: Asa Sato

一年を振り返り、新しい年への
希望を抱くと、手元に寄り添う
新しいステディウォッチが欲しくなる。
自分を引き立たせ、そして長く愛用できる、
そんなとおきの一本を探して。
PG=ピンクゴールド、YG=イエローゴールド
WG=ホワイトゴールド、SS=ステンレススティール



AUDEMARS PIGUET

名門マニファクチュールの
優美なレディスモデル

ラグジュアリースポーツウォッチの最高峰「ロイヤル
オーク」のレディスモデルは、ダイヤモンドがベゼルに
配され、より洗練された印象。時計「ロイヤル オーク」
[SS×ダイヤモンド、ケース径33mm、クォーツ]
¥1,400,000(オーデマ ピゲ／ オーデマ ピゲ ジャパン)



CHAUMET

大切な人と過ごす時間を
優雅に演出

「ショーム」のアイコンコレクション「リアン」の
ウォッチ。ケースのサイドで交差する美しい流線形が、
愛のシンボルである“絆”を描いています。
時計「リアン」[YG×ダイヤモンド、レザー
ストラップ、ケース径27mm、クォーツ]
¥1,740,000(ショーム)



CHANEL

21世紀のエLEGANSを
力強くしなやかに表現

傷が付きにくく強固な素材、ハイク セラミックを
使用したスポーティなデザインを、この上なくエレガントに
仕上げた「シャネル」の真骨頂。時計「J12-G10」[ホワイト
ハイク セラミック×SS×ダイヤモンド、アリゲーター
ストラップ、ケース径33mm、クォーツ]¥1,665,000(シャネル)



VAN CLEEF & ARPELS

まばゆい輝きを放つ
幸せのシンボル

メゾンのアイコンである四つ葉のクローバーを
象ったケースにバヴェティアモンドを
スノーセティングした、ラグジュアリーな
モデル。時計「ヴィンテージ アルハンブラ
S バヴェ」[WG×ダイヤモンド、サテンス
トラップ、ケース径25.7mm、クォーツ]
¥3,575,000(ヴァン クリーフ & アーペル／
ヴァン クリーフ & アーペル デスク)



BOUCHERON

楽しい仕掛けに心躍る
ヒストリカルウォッチ

19世紀からメゾンが愛用してきた“ダブルゴルドン”
の彫刻が配された“リフレ”。ケースの裏には
「私は慶びの時だけを刻む」というメッセージが
仏語で刻まれ、文字盤に息を吹きかけるとヴァン
ドーム広場と中央にそびえる円柱のホログラムが
浮かび上がる。時計「リフレ」[YG×ダイヤモンド、
パテントレザーストラップ、ケース18×29.5mm、
クォーツ]¥1,710,000(ブシュロン／
ブシュロン カスタマーサービス)

PIAGET

幸運のダイヤモンドが
華麗に回転するベゼル

7つのダイヤモンドがあしらわれたベゼルが文字盤
の周りを回転する可憐なデザイン。気分に合わせて
自由に付け替えができるインターチェンジャブル・
ストラップも嬉しい機能。時計「ボセジョン」
[PG×ダイヤモンド、サテンストラップ、ケース
径29mm、クォーツ]¥1,180,000(ピアジェ／
ピアジェ コンタクトセンター)

ビエンナーレ パリ 2014 ハイジュエラーの新作 夢の共演

パリのグラン・パレで2年に1度開催される「アンティーク ビエンナーレ」。
伝承の匠の技とクリエイティビティが融合した新作ハイジュエリーをご紹介！

取材・文 堀江瑠璃子 Ruriko Horie ファッションジャーナリスト

世界に名だたる骨董商、美術商、そしてハイジュエラーが集まっ
て、2年ごとに開催される「ビエンナーレ パリ」。今年の会期は、9月11
日から21日までの11日間だが、10日には盛大な前夜祭も。

会場は、シャンゼリゼ大通りやエリゼ宮にも近い瀟洒な内装のグ
ラン・パレ。ここで最初のビエンナーレが開かれたのは、1962年。それ
から数えて、今年は27回目に当たる。出展社数は81だが、このうちハ
イジュエラーは15社。「カルティエ」のように初期からの常連もいる
が、最近の世界的なハイジュエリー人気の高まりを背景に、新しく参
加するメゾンが増えている。その結果、それぞれのメゾンが100点前
後の新作を揃えて参加する慣習が定着し、希少性の高い宝石のす
ばらしさ、創造力豊かで高度なデザイン性、そして老舗ならではの伝
承の技などを競い合う場となっている。

こうなれば世界のジュエリー愛好家やコレクターにとって「ビエン
ナーレ パリ」は、まさに目くるめく至高の機会。実際に初日からハイジュ
エラーのブースは、どこも満員電車並みの混雑で、新作を飾ったショー
ケースには、なかなか近寄れない。客層は、それなりのおしゃれを
した顧客らしい。招待客のほか、入場料30ユーロ(開催当時約4000円)
で一般公開もされているため、世界各地からの富裕層やアーティスト、

観光客なども交じっている。

その証拠に、会場ではフ
ランス語や英語のほか、ロ
シア語、中国語、アラビア語
なども飛び交う。そんななか
日本人は少数派だが、初日
に超豪華な2億円のネック
レスや、8000万円のユニー
クなデザインのリングを買
った人もいたとか。

商談客で賑わう楽屋から表舞台に姿を見せた「ピアジェ」のフィ
リップ・レオポルド＝メッツガーCEOにきくと「これだけのハイジュエラー
の新作が一堂に会して見られるのは、出展社にとっても大変刺激的
なことだし、他の分野のアーティストとの交流の場としても貴重。さら
に一般公開されていることで、全く新しい顧客と出会うチャンスにも」
と、その成果と期待を語る。

ほとんどのメゾンの新作は、パリのあと世界ツアーが予定されてい
て、もちろん日本にもお目見えする。

La Biennale Paris Antiquaires et Haute Joaillerie



BOUCHERON

異国を旅しながら導かれる美しい
ジュエリーの世界「遥かな国の夢」

葛飾北斎の浮世絵に描かれた波からインスパイア。
225石のダイヤモンドと308石のサファイアを、シャユ
テ技法でセット。「リヴァージュ」ネックレス[WG×サフ
アイア×ダイヤモンド]¥66,200,000[参考価格](ブ
シュロン／ブシュロン カスタマーサービス)



BVLGARI

創業130周年。芸術を司る女神たちに
捧げる「ミューザ」コレクション

海のパワーを秘めたマザーオブパールをハイジュエリ
ーに昇華。ルビーとダイヤモンドの鮮やかな花を、胸元
に咲かせて。「ミューザ」ネックレス[Pt×ルビー×ダイヤ
モンド×マザーオブパール]¥37,600,000[参考価
格](ブルガリ／ブルガリ ジャパン)



Cartier

「宝石商の王」の名声いまま。
テーマは「カルティエ ロワイヤル」

英国のメアリー王妃が所持していたというロイヤルパ
ールに、新たな息を吹き込んだティアラ。ネックレスや
ペンダントとしても、着用可能。ティアラ[Pt×パール×
ダイヤモンド]【参考商品】(カルティエ／ カルティエ カ
スタマー サービスセンター)



CHANEL

マドモアゼル シャネルが活躍した
20年代の「カフェ・ソサエティ」をいまに

旅やエキゾティシズムのエッセンスを取り入れた、自由
かつ大胆なクリエーションに注目。「オクタム イン シャ
ンハイ」リング[WG×YG×ガーネット×ダイヤモンド×イ
エローダイヤモンド×レッドラッカー]¥10,875,000
[参考価格](シャネル)



CHAUMET

水面に映える陽光、渦巻く水、
氷の世界などを宝石で繊細に

カボションカットのホワイトオパールを水に見立てて、
気高く美しい「オーロラの女王」の姿を繊細かつラマ
ティックに表現。「ルミエール ドー」ブレスレット[WG×
ダイヤモンド×サファイア×ホワイトオパール]¥
54,000,000[参考価格](ショーム)



Dior

ムッシュ・ディオール構築的
モードをジュエリーの世界に昇華

メゾンのアイコン、バージャケットにオマージュを捧げた
ブレスレット。「バー オン コロール エメロード」ブレスレ
ット[WG×ダイヤモンド×サファイア×エメラルド×ガー
ネット×スピネル]【参考商品】(ファイン ジ
ュエリー／クリスチャン ディオール)



PIAGET

創業140周年。新作約125点
すべてが、「究極のピアジェ」

彫刻を施したブルーサファイアの下には、自社製クオ
ーツムーブメントを搭載したウォッチが。「エクストリーム
リー ピアジェ」カフ・ウォッチ[WG×サファイア×ダイヤ
モンド、クォーツ]¥41,500,000[参考価格](ピアジ
エ／ピアジェ コンタクトセンター)



Van Cleef & Arpels

西洋おとぎ話「ろばの皮」から。
極上の宝石と匠の技で魅せるロマン

太陽の色の優美なドレスを纏った王女の姿を表現。
「ロープ クラール デュ ヴレイエ」クリップ[WG×YG×
ダイヤモンド×ガーネット×トルマリン×サファイア]【参
考商品】(ヴァン クリーフ&アーペル／ヴァン クリーフ
&アーペル デスク)

Joyful Holiday with PIAGET

「ピアジェ」の ジュエリーと過ごす ロマンティック・ホリデー

心はずむホリデーシーズンを、ロマンティックな輝きで
彩ってくれる「ピアジェ」のアイコンジュエリー。
身に着けるだけでハッピーな気持ちにしてくれる
とっておきのジュエリーを、1年間頑張った自分へのご褒美に！

photos: Kota Watanabe(AVGST) / styling: Masayo Koriyama
PG=ピンクゴールド、WG=ホワイトゴールド



PIAGET ROSE

手元に、胸元に—— 凛と咲き誇る
私だけの花「ピアジェ ローズ」

古代より美や愛のシンボルとして讃えられてきたバラをモチーフにした
「ピアジェ ローズ」コレクション。瑞々しく咲き誇るバラの魅力を、卓越
した職人技で表現したロマンティックなジュエリーで、視線を奪って。

〈上から順に〉リング[PG×ダイヤモンド]¥385,000 リング[PG×ダイヤモンド×
ピンクオパール]¥370,000 プレスレット[PG×ダイヤモンド]¥110,000(直営
ブティック限定) ペンダント[PG×ダイヤモンド]¥220,000 リング[PG×ダイ
ヤモンド]¥210,000 ペンダント[PG×ダイヤモンド]¥250,000(すべてピアジ
ェ/ピアジェ コンタクトセンター)

POSSESSION

情熱的なメッセージを“ポセション”に込めて

フランス語で「所有」を意味する「POSSESSION」のロゴを刻んだ“ポセ
ション”コレクション。愛する人を所有し、そして所有されるという、情熱的
な想いを込めたドラマティックなジュエリーで、ふたりの距離を近づけて。

〈左から順に〉プレスレット[PG×WG×ダイヤモンド]¥455,000 ペンダント[WG×
ダイヤモンド]¥490,000 ペンダント[WG×ダイヤモンド]¥360,000 ペンダント
[PG×ダイヤモンド]¥240,000 イヤリング[PG×ダイヤモンド]¥265,000(すべて
ピアジェ/ピアジェ コンタクトセンター)

PIAGET HEART

世界共通の愛のシンボルを
まとう「ピアジェ ハート」

普遍的な愛のシンボルを、女性らしい優美な
曲線で表現した「ピアジェ ハート」。ピュアな輝
きを放つダイヤモンドとホワイトゴールドが描く
永遠の愛のモチーフに、心をときめかせて。

〈左から順に〉イヤリング[WG×ダイヤモンド]¥335,00
0 プレスレット[WG×ダイヤモンド]¥348,000 リン
グ[WG×ダイヤモンド]¥416,000 ペンダント[WG×
ダイヤモンド]¥275,000(すべてピアジェ/ピアジェ コ
ンタクトセンター)



HARRY WINSTON

〈連載・ブランドストーリー Jewelry & Watch〉Vol.6 ハリー・ウィンストン

誰もが認める“キング・オブ・ダイヤモンド”

ABOUT HARRY WINSTON

創業 ■ 1932年。ハリー・ウィンストンが、まずプレミア・ダイヤモンド社を1920年に立ち上げ、その後自らの名を冠したハリー・ウィンストンをマンハッタンに設立した。

本店 ■ ニューヨーク5番街718番地



〈左〉創業者ハリー・ウィンストンは子どもの頃から宝石を見抜く卓越した力を発揮し、12歳の時には雑貨の山から2カラットのエメラルドを見つけたという。〈右〉現在の本店がある場所には1960年に移転

歴史的顧客 ■ エリザベス・テイラー、ジャクリーン・ケネディ・オナシス、他



〈左〉俳優リチャード・バートンがエリザベスに贈った69.42カラットの「ティラー・バートン」ダイヤモンドは、ハリー・ウィンストンがカットしたもの。〈右〉海運王アリストテレス・オナシスはジャクリーンへの婚約指輪として40.42カラットの「レイトIII」ダイヤモンドを選んだ

逸話 ■ ルイ16世やマリー・アントワネットが所有したとされる歴史的なブルーダイヤモンド「ホープ」を手に入れた創業者ハリー・ウィンストンは、全世界への贈り物として、これをスミソニアン自然史博物館に寄贈。彼はアカデミー賞授賞式でレッドカーペットを歩く女優たちにジュエリーを初めて貸し出したことでも知られる。



〈左〉45.52カラットの「ホープ」。現在もスミソニアン自然史博物館に展示されている。〈中〉マリリン・モンローは映画「紳士は金髪がお好き」で「ハリー・ウィンストン、教えて、私にダイヤモンドのすべてを!」と熱唱。〈右〉1944年、ハリー・ウィンストンが初めてジュエリーを貸し出した時に身につけたのはジュニア・ジョーンズ

アイコンジュエリー ■



Charms by Harry Winston

ブランドのシンボルたちが愛らしいチャームに。チャーム・バイ・ハリー・ウィンストン・チャーム【すべてYG×ダイヤモンド】¥305,556〜648,148 プレスレット【YG】¥435,185(すべてハリー・ウィンストン／ハリー・ウィンストン カスタマーインフォメーションデスク)



Micropave

「マイクロパヴェ」セッティングの繊細な美しさ。〈上〉“クッションカット・マイクロパヴェ・リング”【Pt×センターダイヤモンド1.0ct台〜】¥3,800,000台〜 〈下〉“ラウンド・マイクロパヴェ・リング”【Pt×ダイヤモンド】¥527,778 “リリークラスター・ミニリング”【Pt×ダイヤモンド】¥527,778 “YG×ダイヤモンド” ¥472,222(すべてハリー・ウィンストン／ハリー・ウィンストン カスタマーインフォメーションデスク)



Lily Cluster

可憐なユリの花がモチーフ。〈上から〉“リリークラスター・ミニプレスレット”【Pt×ダイヤモンド】¥611,111 “リリークラスター・ダイヤモンド” ¥527,778 “リリークラスター・ミニリング”【Pt×ダイヤモンド】¥527,778 “YG×ダイヤモンド” ¥472,222(すべてハリー・ウィンストン／ハリー・ウィンストン カスタマーインフォメーションデスク)



The Avenue C Watch

ニューヨーク本店の石造りの窓がモチーフ。時計“ハリー・ウィンストン ザ・アヴェニューC”【WG×ダイヤモンド、サテンストラップ、ケース19.5×38.5mm、クォーツ】¥3,550,000(ハリー・ウィンストン／ハリー・ウィンストン カスタマーインフォメーションデスク)



ハリー・ウィンストンはダイヤモンドの代名詞。

ハリー・ウィンストンは最高級の代名詞。その名は女性たちの心をとろけさせてしまう魔法の力があるかのようだ。

大富豪やハリウッドスターたちに彩られ、歴史に残るダイヤモンドを世に送り出したニューヨークのジュエラー。

そのドラマティックな

ブランドストーリーをもっと知りたい!

text: Keiko Homma / photos: Courtesy of HARRY WINSTON
YG=イエローゴールド、WG=ホワイトゴールド、Pt=プラチナ

ハリー・ウィンストンという人がいなかったら、ダイヤモンドはこんなにも女性たちの心を騒がせる宝石ではなかったかもしれない。そんなことまで感じさせるほど、彼が残した偉業は大きい。深いブルーに輝く「ホープ」、エリザベス・テイラーの胸元を飾った「ティラー・バートン」など、数々の歴史的な宝石を取り扱った“キング・オブ・ダイヤモンド”。レッドカーペットでスポットライトを浴びるセレブリティからも愛され、スターたちのジュエラーとも呼ばれた。また、ダイヤモンドへのこだわりはひとつかたではなく、極細のプラチナワイヤーを使って金属の使用量を最小限に抑え、宝石の輝きを最大限に引き出すセッティングを追究。立体的で、ひとつひとつの石が浮かんでいるかのように見えるセッティングは「ウィンストニア・スタイル」と呼ばれて高く評価されている。そして厳選された高品質なダイヤモンドをあしらった格調高いエンゲージリングは、いつの時代も花嫁たちの憧れの的。マリリン・モンローが「ハリー・ウィンストン、教えて」と甘く歌ったように、ダイヤモンドのことを深く知りたくなったら、このブランドを訪れてみよう。これまで知らなかった輝きの世界が、きっとそこにある。

ハリー・ウィンストンを代表するデザインのひとつ“クラスター”のダイヤモンドネックレス【価格: 要問い合わせ】

HOT NEWS

幸福なカップルたちのためにこの冬、新作バンドリングが登場

エンゲージリングはもちろんのこと、ハリー・ウィンストンらしいウェディングリングも手に入れた。そんなカップルたちのために、新たなウェディングバンドリングがデビュー。シンプルで飽きのこないプラチナモデルと、創業者ハリー・ウィンストンが残したサインがエングレーブされたホワイトゴールドモデルの2タイプ。

〈上から〉“スリーダイヤモンド・バンドリング”【Pt×ダイヤモンド】¥314,815 ~ “ファイブダイヤモンド・バンドリング”【Pt×ダイヤモンド】¥500,000 ~ “HWシグネチャー・バンドリング スモール”【WG×ダイヤモンド】¥231,481 ~ “HWシグネチャー・バンドリング ラージ”【WG×ダイヤモンド】¥453,704 ~ (すべてハリー・ウィンストン／ハリー・ウィンストン カスタマーインフォメーションデスク)



Collection report Tokyo Fashion Week 8/8 2015

〔2015年春夏東京・コレクション〕

スポーツ要素や柄の遊び、リアルなムードが東京らしさ

文・五十君花実 Hanami Isogimi 織研新聞記者
photos: 加茂ヒロユキ、大原広和 / 織研新聞社

パリやミラノなどの2015年春夏コレクションでは、70年代調やヒッピーカルチャーといった要素が一大トレンドとなった。一方、「メルセデス・ベンツ ファッション・ウィーク東京」を核にした東京コレクションでは、そういったキーワードはあまり見かけない。代わって目立ったのが、よりリアリティーのあるスポーツや柄の遊びといった要素だ。軽やかなウイットやストリートカルチャーのムードを織り交ぜた表現に、東京らしさが光る。「ファセッタズム」は、いま東京コレクションで最も勢いがあるブランド。今シーズンも、エレガンスとスケータースタイルなどのストリートルックの間を絶妙なバランスで突き進んでいる。ミタリーアイテムに由来するMA-1ブルゾンの肩に優雅に揺れる薄布を重ね、メンズのスーツ地で仕立てたベストからはブリーズド・レスがひらひらこぼれ出す。ヒッコリーのジャケットにはビニールタッチの青いブリーズド地を生え出すように取り付けたが、この着想源はホームレスのブルーテントだとか。

明治神宮外苑のテニスコートをショー会場に選んだのは「ビューティフルピープル」。ショーを待つ間モデルがラリーを続け、来場者の気分を盛り上げる。登場したのは、ボロシャツやスコート風のショーツで作るレトロなテニススタイル。テニスウェアの代表格であるブランドのワニのマークに代えて、カメレオンのモチーフをところどころにしのぼせるなど、このブランドはいつも遊び心がいっぱい。

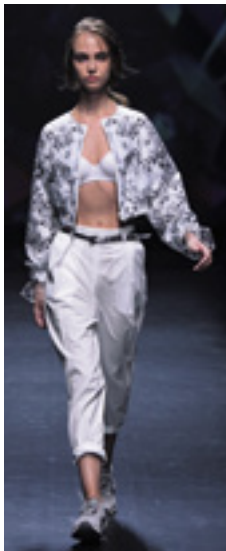
これまで展示会で新作を発表してきた「タロウ ホリウチ」が、初のショーを見せた。アートに造詣の深いデザイナーらしく、会場は現代アートの展示空間のような作り。そこに、全身白の知的でクリーンなルックが現れる。ストリートグラフィティのようなプリントを取り入れたり、カジュアルなスニーカーやTシャツを組み合わせたことで、シックなスタイルでもリアルなバランスに着地している。

今季は、「ハナエモリ」の新ライン「ハナエモリ デザイン バイユウアマツ」が発表されたことも話題となった。従来よりも若い客層を開拓するため、「エーディグリーファレンハイト」を手掛ける30代の天津憂をデザイナーに起用。同ブランドのデザイナーに森英恵以外が就くのは初めて。ブランドアイコンのチョウのモチーフを様々な手法で表現したが、なかでもインクジェットプリントでメッシュのスカートやドレスにのせたシリーズが印象的。「ブランドの伝統に最新技術を融合し、現代のエレガンスをめざした」と天津。

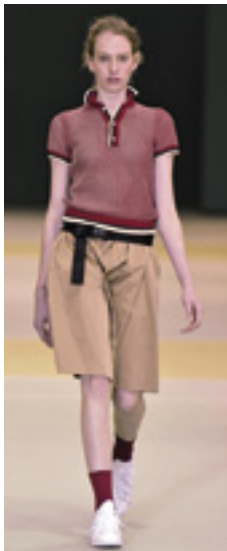
東京コレクションでは、若手ブランドの育成も継続した課題となっている。今季、目をひいた新進ブランドは「スレトシス」と「ラマルク」。タイ人の3姉妹が手掛ける「スレトシス」は、80年代のガールズバンドのイメージや、漫画「うる星やつら」のラムちゃんを着想源にしたキュートなロックスタイル。「ラマルク」は、カジュアルとエレガンス、ガーリーとシックの間を行き来するバランスが「軽やか」。今後が楽しみな2ブランドだ。



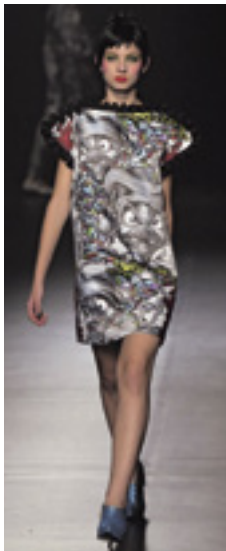
A Degree Fahrenheit



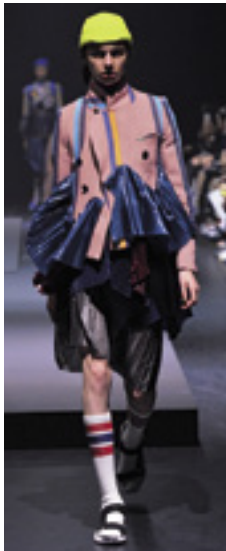
Atsushi Nakashima



beautiful people



Dresscamp



Facetasm



Hanae Mori designed by Yu Amatsu



House of Holland



Jenny Fax



Keita Maruyama



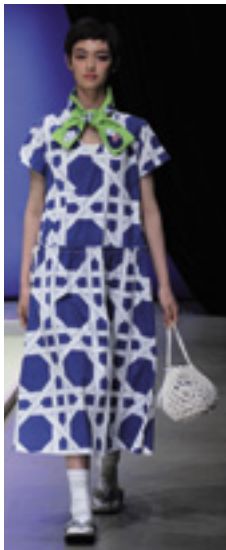
Lamarck



matohu



mintdesigns



Né-net



Sretsiss



Taro Horiuchi



Theatre Products

（左）8個の6角形のネジで固定したベゼルとゴールドのプレスレットがとも印象的。時計「ロイヤル オーク・オートマティック」¥4,500,000 （右）ホワイトのラバーストラップがスポーティさをより強調する。時計「ロイヤル オーク オフショアウォッチ」¥2,900,000（ともにオーデマ ピゲ/オーデマ ピゲ ジャパン）



新しいスタイルを提案する 「オーデマ ピゲ」

常に時代の先を行き、未来を切り開いてきた美意識が
たどり着いた女性像

photo: Shuichi Iwase (still)

Audemars

スイス西部、レマン湖の南西岸に位置する都市ジュネーブ。空港に降り立つと数々の世界の有名時計ブランドのビルボードが目に見え、ジュネーブは時計生産の中心地である。そのジュネーブから車で約1時間。フランスとの国境に近いスイス・ジュラ山脈にジュウ溪谷がある。その中心に位置する標高約1000mのル・ブラッシュは、スイス時計を育んだゆりかごの地として有名だ。

静かに耳をすますと、牛の首についているベルがカラコローン♪ なんと心地がいい。遠くに目を移すと美しい緑でいっぱいの丘陵地帯。今まで見たことのないようなパノラマが眼前に広がる。時折ひびく鳥の声、山から吹く風の音、緑の香り、体にしみこんでいくようなおいしい水。ここは人間の五感を優しく刺激する特別な場所だ。

そんな恵まれた美しい場所にオーデマ ピゲ本社はゆったりとオフィスを構えている。オフィス3階にあるデザインルームを訪ねると、オーデマ ピゲ社のチーフ・アーティスティック・オフィサー、オクタヴィオ・ガルシア氏が優しい笑顔で迎えてくれた。ハリウッドスターのような端正な顔立ちのガルシア氏は、ブランドについて「時代の一步先を革新とイノベーションとともに歩いている」と語る。

1875年、ジュール＝ルイ・オーデマとエドワール＝オーギュスト・ピゲの二人の名を冠した「オーデマ ピゲ」は時計の製作会社として誕生。高品質な製品の供給によって業績を伸ばす。レディースのオーダーメイド時計の製作とともに、複雑時計の頂点を極め、スイスの3大時計ブランドの一つとして名を馳せた。

その後、時計業界には「クォーツ革命」が起きたが、旧式モデルは時代遅れという風潮に反旗を翻すかのように、1972年、「20世紀最高の時計デザイナー」と讃えられるジェラルド・ジェンタによるデザイン、伝説の「ロイヤル オーク」が登場する。高級時計であるにもかかわらず素材はゴールドではなくステンレススチール。スポーツウォッチなのに薄型のムーブメント。ドレスウォッチ的な優雅さを持つケース一体型のプレスレット……。 “高級時計＝ゴールド素材”、“スポーツウォッチ＝厚く頑丈な造り”という当時の常識に挑戦したこの時計は、世界中の感度の高いセレブリティたちから熱狂的な支持を得た。

今でも“元祖にして究極”と言われる「ロイヤル オーク」は、無機質なメタルとぬくもりを感じさせる老舗ブランドの職人気質と気骨が融合された究極の機能美だ。それはまさに高級腕時計に対しての人々の既成概念を取り払い、「ラグジュアリー・スポーツウォッチ」の新しい世界を見いだすことになった。

いつの時代にも革新とイノベーションの融合を考え、歩み続ける同社は、過去にもたくさんのレディースモデルを製作してきたが、今回も21世紀を生きる女性を描きその新しいプロダクトを発表。今後、さらに力を入れていくという。

ガルシア氏は「『オーデマ ピゲ』の描く女性はモダンでアクティブ。そして、自身のスタイルを持っている」と語る。

彼らのプロダクトが表現しているのは、常に時代の先を行き、未来を切り開いてきた同社の美意識がたどり着いた未来の女性像だ。

オクタヴィオ・ガルシア氏と「オーデマ ピゲ」は、時計というオブジェを通じて時代の女性に新しいスタイルを提案し続けている。

- 1 ル・ブラッシュの村 2 時計師の窓から見える美しい景色
3 チーフ・アーティスティック・オフィサー、オクタヴィオ・ガルシア氏 4 究極の職人技術
5 2012年に40周年を記念して発表された復刻モデル、ロイヤル オーク・オートマティック・エクストラシン
6 広告イメージになったアヌーケル・ペール 7 本社所蔵のアンティークウォッチ
8 本社の一部である、スイスの高いエコ基準をクリアした建物

Piguet



METROCITY

イタリア発「メトロシティ」の“ネオクラシック”モード

イタリア発ブランド「メトロシティ」が今秋、韓国で開催された「ソウル ファッション ウィーク」で新作を発表した。ランウェイショーでは、人気が高い定番のシグネチャーラインのバッグに加え、来春から本格展開するウェアを披露。キャッチーなメッセージ入りトップスや、ブランドが得意とするレザーを使ったジャケットやスカートなどのアイテムが特に印象的だった。さらに、会場には2015年のミューズに就任したハリウッド女優ジェシカ・アルバも姿をみせるなど、ハイエンドなストリートウェアとしてセンセーショナルなデビューを飾った。

「メロシティ」は、「ネオクラシック」をコンセプトに、バグを中心として1992年にイタリアのフィレンツェで誕生。その後トータルでスタイルを提案するブランドに成長した。2011年からミラ・ジョヴォヴィッチ、ミーガン・フォックス、アドリナ・リマ、ケイト・ベッキンセイルなど世界的なセレブリティを広告キャンペーンに起用。特に韓国では幅広い世代の男女から支持され、現在では、ブランドのアイコンであるチェーンショルダーバッグやハンドバッグは入荷するたびに売り切れる人気商品となり、日本でも話題を集めている。

クリスマスシーズンに向けては、大阪の阪急うめだ本店(12月17~25日)に期間限定店をオープン。定番人気のバッグやレザーグッズに加え、ホリデー気分をいっそう盛り上げてくれるカラフルな新作バッグもラインナップ。ぜひ、店頭で「メトロシティ」の世界観に触れて。



For Party

クリスマスシーズンにぴったりのバッグをチェック。
 1 定番のレザーキルティング。バッグ ¥50,000
 2 パーティにぴったりの新色。バッグ 各¥45,000
 3 ミニサイズが今の気分。バッグ ¥38,000
 (すべてメトロシティ/ジェーケーコレクション)

From Runway

2015春夏コレクションの
テーマは、"Just like me.
You can play work love"
[着用アイテムは
すべて発売未定]
(すべてメトロシティ/
ジェーケーコレクティブ)

「ソウル ファッション ウィーク」に
姿をみせた2015年のミューズ、
女優のジェシカ・アルバ

News Board

世界から届いた注目のニュースをお届け



カルステン・ラニッツ／Karsten Ranitzsch

ネスレネスプレッソS.A. コーヒー開発部門最高責任者。ネスプレッソの専門家チームとともに世界中を飛び回り、「グランクオリティ」など「ネスプレッソ」のコーヒー開発全般を手掛ける。2003年にスタートした「ネスプレッソAAAサステイナブル・クオリティTM」プログラムにも立ち上げから深く携わるなど、コーヒー業界で最も注目される人物のひとつ。

ティ(持続可能性品質)™プログラム」では現在、世界8カ国の6万を超える生産者とパートナーシップを結び、生産や品質向上のサポート、環境保全のための指導を行っている。「生産者の方々が、より生産性を高めながら素晴らしいテロワールを次世代に受け継ぐことができるようサポートするのが私たちの役目。サステナビリティは、未来への投資なのです。」このこだわりの豆を、徹底した品質管理のもとブレンド、焙煎し、カプセルに封入したのが「グラン・クレ」。定番の22種類に加え、毎年趣向を凝らした限定フレーバーも登場する。「至福の一杯」の飲みは、ひとつではありえません。好みはもちろん、時間帯や気分などで求める味は変化します。今この瞬間に飲みたいと思う味が、必ず見つかる。それが「ネスプレッソ」なのです」

NESPRESSO

テロワールから、カップ一杯まで——
“至福のコーヒー”に込めた思い

まるで宝石のように鮮やかなカプセルコーヒーをマシンにセットし、ボタンを押し、待つことわずか1分。熟練のカフェのバリスタが淹れたような、芳醇な香りと深い味わいのエスプレッソが驚くほど手軽に楽しめる「ネスプレッソ」は、いま多くのコーヒー愛好家にとってなくてはならない存在だ。名だたる高級ホテルやレストランでも採用されている理由は、すべてにおいて妥協なくクオリティを追求するブランドの姿勢にある。

「私たちのミッションは、コーヒーを愛するすべての人のもとに「至福の一杯」を届けること。世界各国の生産者と顧客、双方のこだわりやニーズを深く知る[「ネスプレッソ」]だからこそ、それが可能なのです」と語るのは、「ネスプレッソ」のコーヒー開発部門最高責任者カルステン・ラニッチ氏。「私たちが使用する豆は、世界の総生産量のわずか1~2%。ワイン同様、コーヒーにとって最も大切なのは土壌環境(=その土地固有の環境と大気)です。たとえ同じ品種でも、テロワールによって味がまったく異なります」。2003年にスタートした「ネスプレッソ」AAAサステイナブル・ウォールド8カ国の6万を超える生産者とパートナーシップを結指導を行っている。「生産者の力や、より生産性を高くすることができるようサポートするのが私たちの役目。サステイナブルの豆を、徹底した品質管理のもとブレンド、焙煎222種類にある、毎年趣向を凝らした限定フレーバーもたくさんあります。もちろん、時間帯や気分などで求める味を見つかる。それが「ネスプレッソ」なのです」



**Nespresso
Inissia**

スペースを選ばない、
コンパクトサイズが魅力
小さいけれど、機能は本格的!
約2.4kgと軽量で、扱いも楽々。
大切な人へのギフトにオススメです。
コーヒーマシン「イニッシア」
[W11.8×H23×D32]¥12,000
(ネスプレッソ/ネスプレッソクラブ)

Limited Edition

人気スイーツからインスパイア。
ホリデーにぴったりの限定フレーバーコーヒー。
気分にあわせて、3つの中からチョイス。
〈上から〉カプチーノ
「アップルクラムブル」、「チョコレートミント」、
「ヘーゼルナッツデザート」
1スリープ10個入り 各¥800
（すべてネスプレッソ/ネスプレッソクラブ）

marieclairestyle.jp

Craft

毎日身につけたくなる
ダイヤモンドネックレス

ダイヤモンドに直接穴を開けて留める手法や、光をも取り込んで輝かせるセッティングなど、と自社
房ならではのクラフトマンシップと、斬新な発想から
生まれた、シンプルにしてモダンなダイヤモンドネッ
クレスの数々。スキニーなつく心地も魅力的で、お
守りジュエリーとして愛用しうるアイテムです。
ネックレス【すべてYG×ダイヤモンド】(上から時計
回り)¥58,000 ¥50,000 ¥44,000 ¥4
6,000(すべてアーヴェール・ジュシュ)



Christmas Limited

12月の誕生石が輝く
クリスマス限定ネックレス

毎年大人気のクリスマス限定ネックレス。今年は、神秘的なブルーの輝きを放つ12月の誕生石、タンザナイトに、繊細なピンクサファイアをあしらったデザインで登場。ネックレス[YG×タンザナイト×ピンクサファイア]¥39,000(アーヴェル・シュシュ)

Christmas Fair

表参道本店でクリスマスフェア開催中！



「アーヴェル・パシージュ」のコレクションが一堂に集う表参道本店で、12/25までクリスマスフェアを開催。期間中、商品をお買い上げの方にも素敵なプレゼント(なくなり次第終了)！

●東京都渋谷区神宮前4-3-21 表参道NODERA BLDG 1F
tel: 03-3405-2077 営業時間: 11:00～20:00
水曜定休(祝日は営業)※12月は水曜日も営業、
年末は12/28まで、年始は1/4より営業)

Classical

温かい灯りを受けて
ロマンティックに煌めく
クラシカルジュエリー

貴婦人が愛したルビー・パール、ダイヤモンド……そんなイメージを抱かせる。可憐で気品あふれるコレクション「Classical」。

1点1点緻密に作られた、アンティークのような古典的ニュアンスのデザインに魅せられます。ネックレス(左から)【YG×ダイヤモンド】¥54,000 【YG×ダイヤモンド×ルビー】¥49,000 【YG×ダイヤモンド】¥35,000 【YG×ダイヤモンド】¥69,000 リング(左から)【YG×ダイヤモンド×パール】¥72,000 【YG×ダイヤモンド】¥136,000(すべてアーヴェル・ジュエリー)

「アーヴェル・シュシュ」
で探す
ジュエリーギフト
聖夜を彩る
繊細な煌めき

ハンドメイドによるオリジナル
デザインのジュエリーが人気を
呼んでいる「アーヴェル・シュシュ」
から、クリスマスギフトにぴったりの
ラインナップが勢揃い。幸せな
気分を誘う優しい表情の
ジュエリーに心とききのきます。

photos: Shuichi Iwase (still)
YG=イエローゴールド

Arbel Shushu

美しい爪を育てる 3つのコツ

POINT

1

ラウンドスクエアに整える

「ラウンドスクエア」とは、爪の先端をまっすぐに整え、その両角を少しだけ落とした形状。この形に整えて伸ばすと、爪の両サイドに支えができるため、丸くカーブを描いた強く健康な爪に。平らで薄い爪も、個人差はありますが半年～1年で生まれ変わります。

POINT

2

ルーススキンの除去

洗顔を怠ると肌表面に古い角質が溜まってしまふように、爪表面にも見えない薄い膜＝「ルーススキン」が溜まります。これをふやかし、キューティクルブッシャーで定期的に取り去ると、すっきりと明るく透明感のある爪に。根元からの新陳代謝も促されます。

ルーススキン除去から始まる、基本のネイルケア



キューティクルブッシャーでルーススキンを押し上げた後、湿らせたガーゼでぬぐう



残ったルーススキンをニッパーで慎重にカット。切りすぎて甘皮を傷つけないように



仕上げはベースコートの二度塗りで爪を補強。裏まで塗ることでもちがよくなる

POINT

3

プロによる定期的なお手入れ

ルーススキンを完璧に除去して甘皮を理想的な状態に保つのは、セルフケアだとなかなか難しいもの。理想的には2週間に1回、無理でも月に1回はプロによるネイルケアを受けるのがおすすめです。「タアコバ銀座本店」ではセルフケアの方法も教わることができ、良質なケアグッズも入手可能。

●タアコバ 銀座本店
東京都中央区銀座 2-3-6 銀座並木通りビル 4 階
tel: 03-5159-1626

200坪を超える、開放感あふれる空間。ネイルスペースの奥には、カラーが乾くまでゆったりくつろげるラウンジも。マニキュアコース(ファイリング+キューティクルケア+カラー) ¥5,000～、ペディキュアコース(ファイリング+キューティクルケア+角質除去+オイルマッサージ+カラー) ¥10,000～ほか(要予約)。

【その他の店舗】

●大丸梅田店 ●大丸心斎橋店 ●大丸京都店
●大丸神戸店 ●大丸東京店 ●玉川高島屋 S・C 店

初回ご来店メニュー「ネイルケアスタートプラン」

ネイルケアの大切さを知って欲しいという東條さんの思いがこもった、初回限定のネイルケアスタートプラン(ファイリング+キューティクルケア+ベースコート) ¥3,000(要予約)を実施中。2015年3月31日(火)までの期間限定なので、急いで予約を!

TAACOBA'S RULE

弱い爪も、平らな爪も 生まれ変われる 真実のネイルケア

「爪の形が悪いから、素爪だと恥ずかしい……」と思っていませんか? それは、間違い。正しいお手入れを続ければ、健康で形よく、素のままで魅力的な爪に生まれ変わるのです。

photos: Hidetake Nishihara, Susumu Takahashi (Cracker Studio)
composition & text: Mari Otsuka

薄く平らで弱い爪も……

仕

事や家事に忙しく追われていると、つい疎かになりがちなのが指先のケア。甘皮がささくれだっていたり、爪切りで短く切ってしまったり、ジェルネイルを1ヵ月もつけばなしだったり……。

そんな指先の女性が多いことを、マニキュアリストの東條汀留さんは残念だと語ります。「ケアを怠った指先は、女性が本来持つ繊細な美しさと清潔感を失わせます。多くの女性がしているジェルネイルは、正しく使われていないことが問題。手入れをせず何週間もつけていると、爪の新陳代謝を妨げてしまうのです。爪は皮膚の一部ですから、日々老廃物が溜まってくすみ、正しくお手入れしないと形も悪くなってしまうですよ」(東條さん)

でも、そんなパーツだからこそ、お手入れによって見違えるように美しくなるというのも事実。「例えば上の写真のように小さくて平らな爪の形は、長年の深爪が原因。適度に伸ばしつつ爪の新陳代謝を促すケアを施すことで、右のように縦長で厚みのある爪に生まれ変わることも夢ではありません。ヘアサロンや歯のクリーニングに通うような感覚で、爪のケアもぜひプロに任せろ習慣を」(東條さん)

東條さんのネイルケアサロン「タアコバ」では、ネイルケアの工程を何よりも重視。整える形やケアのメソッドに独自のこだわりを持っています。2週間～1ヵ月のサロンケア+自宅でのケアで、自信の指先を手に入れませんか?



Teru Tojo

東條汀留

マニキュアリスト。ネイルサロン「ロングルアーージュ」「タアコバ」主宰。1987年に独立し、健康で美しい爪を目指す独自のネイルケア理論を確立。著書に『ネイルの教科書』(NHK出版)がある。

丁寧なお手入れを続ければ
美しく丈夫に

7. ラ・プレリーの「アイケア」美容通ほど頼りにしている、アイケアのエキスパート



アイケアはなんと9種。ユーザーたちは美容液とクリームタイプの2つを、重ねつけるのだとか。なかでも、原点ともいえるスキンキャビアと共通の成分を含むスキンキャビア エッセンス アイコンプレックスは、世界で売上げラ・プレリーNo.1を誇る。メイクの上からの使用もできるオイルフリー。男性ファンも多いのは心地よさと即効性の証。
●スキンキャビア エッセンス アイコンプレックス 15mL ¥13,800／ラ・プレリー

10. クリニックの「3ステップ」類稀なる潤いをシンプルに形にした黄色い乳液



1968年、皮膚科医と美容編集者の発案から生まれたクリニック。その根幹である「3ステップ スキンケア システム」のラストステップが、基本でいて究極の潤いをぎゅっと詰め込んだ黄色の乳液。世界で最も有名なモイストチャライザーと呼ばれる乳液は、誕生から約45年の時を経て肌環境の変化にもない生まれ変わって、さらなる快進撃を続けている。
●DDML+（プラス） 48g ¥3,500、120g ¥6,500／クリニック

13. メナードの「コラーゲン」 「今、できることすべて」を形にし続けている、ハリケア



初代誕生は1988年。いち早くコラーゲンに着目した美容液は、同40世紀にわたり、つねに最先端の研究やテクノロジーが生かされ、進化を遂げてきた。最新のコラックスは、さまざまな表情の動きを繰り返すことで刻まれる肌変化のサインにアプローチ。肌のクッション性を増していくような今までにないハリ感、一度体験すると離れられないとの噂。
●コラックス 65mL ¥15,000／メナード

6. エスティ ローダーの「ナイト リペア」その歴史を塗り替えてきた革新の美容液



1982年、まだ美容液というカテゴリーのなかった時代に誕生した初代ナイト リペア。DNAダメージと肌との関係にいち早く着目、夜の肌の「修復ケア」を追求し続け、つねにその分野をリードしている。肌の修復活動を史上最大にすることに成功した最新は、翌朝の肌がぴり、ラマティックに更新されていくような感覚に夢中になり、手放せなくなるファン多し。
●アドバンス ナイト リペア SR コンプレックス II 30mL ¥8,500、50mL ¥13,000／エスティ ローダー

9. ドゥ・ラ・メールの「クリーム」海の恵みを閉じ込めた純白のクリーム



およそ半世紀前、航空宇宙物理学者のマックス・ヒューバー博士が、実験中の事故をきっかけに個人的に研究を開始。12年の歳月をかけ、6000回以上の実験を繰り返し、たどり着いたのがドゥ・ラ・メールの中核、ミラクル プロセスだ。海由来の成分と発酵の力が生んだ成分は、あらゆる肌を健やかに整え、セラレプを始めとして、世界中にファンを持つ。
●クリーム ドゥ・ラ・メール 30mL ¥18,000、60mL ¥34,000、100mL ¥50,000／ドゥ・ラ・メール

12. THREEの「オイル」香り、テクスチャー、そして仕上がりで虜にするオイル



デビューから5年余り、多くの女性たちの心を捉え、さまざまなスターアイテムを世に送り出しているTHREE。なかでも「手放せない」というファンが多いのがオイル。このコンセントレート トリートメント オイルは、ネックからデコルテ、バストまでふくよかであるやかな女性らしい肌とラインをもちたらず知る人ぞ知る名品。芳香と浸透感にも癒やされる。
●THREE コンセントレート トリートメント オイル 30mL ¥8,500／THREE

5. アルビオンの「乳液」美容の常識を覆した「洗顔後、まず乳液」



洗顔後の肌に、コットンで乳液をたっぷり……創業以来貫く独自の乳液美容法は、アルビオン創業時の美容部長が自らの肌を実験台に試行錯誤を繰り返し、肌感覚でたどり着いたもの。以来、もっちりふっくら、透明感と潤いに満ちた「アルビオン肌」をひとり、またひとりと増やしていった。今ではすっかり、アルビオン流はもうひとつの美容の常識。
●エクサージュ モイストクリスタル ミルク II 110g ¥3,000、200g ¥5,000、フェイスルコットン L（ソフト）120枚入り ¥380／ともにアルビオン

8. 資生堂の「美白」日本人が本能的に求める「白」信仰への挑戦



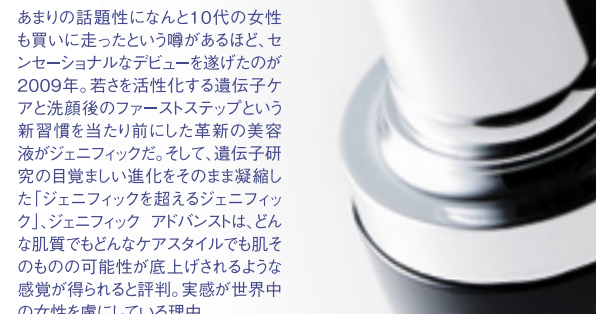
誕生からまもなく10年目。資生堂最新の知見と先進のテクノロジーで日本女性が求める質の高い白に挑戦。実績に実績を重ね、「美白といえはHAKU」という揺るぎない地位を築く。その最新はシミができる肌特有の状態に着目、美容医療に着想を得たソリューションを実現するケア。中核の美容液とのシリーズ使いで、シミ美白が進化する予感。
●（手前から）HAKU アクティブメラリリナーサー 120mL ¥4,500（編集部調べ）、同インナーメラノディフェンサー 120mL ¥5,000（編集部調べ）（ともに医薬部外品、2015年3/21発売）／ともに資生堂

11. コスメデコルテの「モイスチュア リポソーム」リポソーム技術を応用したブースターの先駆的存在



発売から一度も処方を変えず、22年。累計550万本を超えと抜群の人気を誇る美容液。もともと医療分野で採用されていたリポソーム技術を応用。肌の組成成分と同じリン脂質の多重層に蓄えた美容成分が長くゆっくりと放出され、時間差保湿を実現。「肌の調子がいい」「使わなくないとやっぱり必要」と実感した人の口コミでファンが今も増加中。
●コスメデコルテ 化粧液 40mL ¥10,000、60mL ¥13,500／コスメデコルテ

2. ランコム「遺伝子ケア」いち早く遺伝子ケアを確立した若さのための美容液



●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

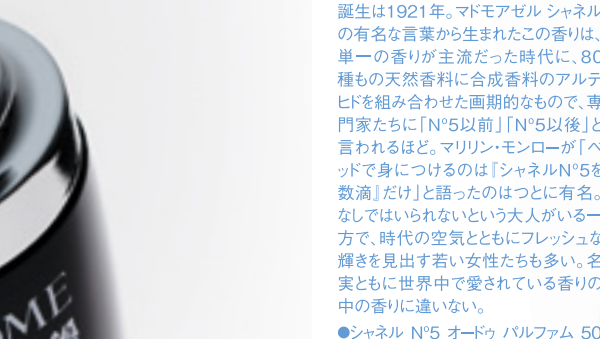
●ジェニフィック アドバンス 30mL ¥10,000、50mL ¥13,500／ランコム

4. SK-IIの「エッセンス」34年以上も何も変わらない「唯一無二の一滴」

「なしてはいられない」「親子三代で愛用」……もはや「ロングセラー＝SK-II」が常識になりつつあるのだろう。杜氏の手の美しさをセントに生まれたフェイシャル トリートメント エッセンス、その主成分であるピテラ™は、科学では決して真似のできない酵母と発酵が生んだ唯一無二の一滴。時が経つほどに新しい可能性を見せ、最先端科学を以てしても未だすべてが解明されていないという。世界の雑誌のビューティアワードを受賞し、今なお売上げ記録を更新し続けている……年齢を超えて肌を変える、何よりの証拠。
●SK-II フェイシャル トリートメント エッセンス 75mL ¥8,500、150mL ¥16,000、215mL ¥20,500／マックス ファクター

32 記事内の商品価格はすべて、本体のみ（税抜）の価格です

1. シャネルの「N°5」 「女性そのものを感じさせる、女性のための香り」



●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

Adviser: 松本千登世 エディター・ライター
時を超え、年齢を超え、肌質を、国境を超える……いつもいつでも私たちの傍らに寄り添い、美を育むロングセラー&ベストセラー。そんな永遠の「美容」がある。これからを委ねたい25のビューティ・アイコン、そのストーリー。

photos: Tamotsu Ikeda (still life)
composition & text: Chitose Matsumoto



●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル

●シャネル N°5 オードゥ パルファム 50mL ¥10,000／シャネル



Chitose Matsumoto
まつもとちとせ
エディター・ライター。
雑誌や単行本など、美容や人物インタビューを中心に活動。「Hanako」（マガジンハウス刊）、「GLOW」（宝島社刊）、「GOLD」（世界文化社刊）ほかで連載中。近著「美人をつくる逆転の法則 大人の美容53」（講談社刊）が発売中。

bloggers

from Paris

イタリアの魅力

photos: 107rivoli, Pauline Darley

最近、友人に会うたびに「次はどこへ出発するの?」と訊かれることが多くなりました。そんな質問にいつも驚いていたのですが、そういえば私はここ数年、パリにいるよりも頻繁に海外に行っています。こんな生活が何よりも好きであることをあえてここで告白します! 旅人であること、世界を見て回ること、遊牧民、またはボヘミアンであることは、少し疲れますがその毎日がとても幸せです。先日、私は日本の次に大好きな国イタリアへ行く機会がありました。10月初旬のイタリアは、1年の内で最も心地よい季節と言えます。そして今回、イタリアの中でも、最も神話的で楽園に近い場所、ヴィア・メディチのローマ・フランス・アカデミーを訪れました! そこはヴィラ全体を見渡すことのできるルネッサンス様式の建築物で、正面には有名なスペイン広場、裏手にはかのボルゲーゼ公園が広がっています。伝説と神話の空間は、幾つもの隠された扉があり(そこに行くために幾つもの鍵があるのです!)、世界中からアーティストの留学生を迎えて、落ち着いた雰囲気の中でクリエイションができる最適な場所を提供しています。この楽園で朝を迎えられたことは、ああ、なんて美しい思い出なのでしょう。

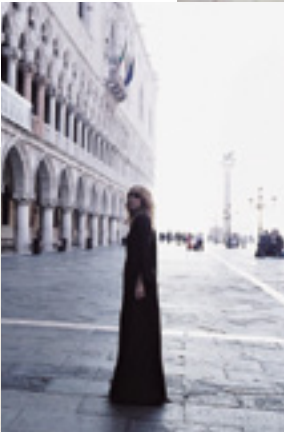
その後パリに戻って、イタリアを恋しく思い始めたのも束の間、私はなんとわずか2週間後に、今度はミラノに行くことになったのです。それは新しくオープンしたホテル「モクシー・ミラノ・マルペンサ・エアポート」のオープニングパーティに参加するためでした。ホテルはアバンギャルドで実にアーティストック。ソワレではストリートアートが披露され、我々の目の前でアーティストがライブで布に絵を描き始めて、それは楽しい時間でした! その後2日間はみっちり自分のブログの撮影をして、次にフォトグラファーと共に、夢の街ヴェネツィア

marie claire Realstyle



107rivoli

Louise Ebel ルイズ・エベル
人気のファッションブログ「PANDORA」を主宰。フランス、パリ在住。小さい頃から美術史と19世紀の世界に夢中となり、マリー・アントワネットやマルティン・リッパの世界への憧れから大学で美術史を専攻する。ヴィンテージファッションやアンティークの小物の収集家としても有名。



ZIP!

「オーデマ ピゲ」の魅力

ニッポンの朝にエールを送り、HAPPYを届ける、総合情報エンターテインメント番組「ZIP!」(毎週月～金曜の朝5時50分～8時 日本テレビ系にて放送中)の人気コーナー、BOOMERSと「marie claire style」が毎週金曜日、コラボレーションをしています。12月26日の放送(予定)では、スイス・ジュネーブで人気のラグジュアリーウォッチブランド「オーデマ ピゲ」取材。デザインディレクターのオクタヴィオ・ガルシアさんにインタビューをしました。お楽しみ!<



へと発ちました。その目的は、世界の中でも信じられないほど素晴らしい場所、サンマルコ広場での撮影です。私は今回、夜明けに起きて、この神話的な広場から朝日が昇るのを見ました。これはしばらくの間、忘れることはないでしょう。やっぱり、イタリアは私の大好きな国です。

from Jerusalem

宝石に似た「ブルー」の魅力

エルサレムの街と歴史について学びたいと思い、旅に出た私は、この街の周囲に広がる風景の美しさを、そして私がこよなく愛する宝石に似た「ブルー」の色のニュアンスに魅了されました。歴史的、宗教的事件の跡を色濃く残した古く白い石壁に囲まれる旧市街の中心では、まるでサファイアのように光を帯びて青白く輝くブルーの空が街から突き出ているようでした。

そしてエルサレムの中央山脈を越えて、ユダヤ砂漠から数キロ渡った死海の地では、アクアマリンのように澄んだコバルトブルーの空が一面に広がっていました。この死海は海底よりも低い地点へ降りることができ、海抜はなんとマイナス約400mで、その周辺は人の住んでいない世界で最も低い土地です。死海はその高い塩分濃度で、入った人は、必ず浮いてしまうのですが、その水は目眩いネオンを放ったブルー・グリーンで、まさにパラダイスと異色に見えました。

そして、最終日に見た死海は、前日までのトーンを一新して、より不透明な色へと近づき、ターコイズブルーへと変化していきました。さらに夜の訪れと共に、珍しい深みのかかったブルー、少し紫が混じった微妙なタンザナイトの色へと変

化していったのです。

今回の旅は、貴重なエルサレムという土地で、石の美しさを通して景色を眺めたユニークなものとなりました。



Alix de Ligne アリックス・ドゥ・リーニュ
王室の血を引くベルギー貴族の中で最も古く、名声の高い「ドゥ・リーニュ」家に生まれる。称号はPRINCESS(プリンセス)。ベルギーのベルユユ城で育ち、その後、日本、ニューヨークで数ヵ月間、パリで数年間を過ごす。現在は母親の祖国ブラジルのリオデジャネイロを拠点に、ヨーロッパを始め、旅のリズムに合わせて世界中で生活している。ジュエリーへの高い関心から、現在、ブラジル発の国際的なジュエリーブランド「H.Stern」のマーケティングを担当している。

marie claire Realstyle

16.

ジョンマスター オーガニックの「オーガニックケア」「オーガニックが効く」を知らしめた、幸せのヘアケア

N.Y.のヘアサロンで活躍していたスタイリスト、ジョン・マスター氏がいち早くオーガニックにこだわり、完成させたヘアケア。一切妥協を許さない原料選び、地球への優しさ、テフスチャーや香りの心地よさ……でも何よりドラマティックな効果がリピートの理由。

●ジョンマスターオーガニック C&N デタングラー(シラス&ネロリ) 236 mL ¥2,600/スタイラ



19.

資生堂 プロフェッショナルの「スカルプケア」

100年の研究が生かされた育「良」毛という革新

サロン専売品でありながら異例の大ヒット記録を更新中。「育毛＝男性」という意識が強いなか、抜け毛や白髪、ハリ・コシのなさなど女性の深刻な悩みにフォーカス。「もったいない髪」を実感する確かな効果に、「髪に自信が持てるようになった」「手放せない」との声が続出。

●ザ・ヘアケア アデノバイタル スカルプエッセンス V 180mL ¥6,000 (医薬部外品) / 資生堂プロフェッショナル



22.

クリードの「香り」まるで、アート。本能に響くフレグランスの最高峰

250年以上の歴史を誇り、徹底した原料へのこだわりやハンドメイドによる製造方法など、一切の妥協を許さない、クリード。自然を愛するピュアな心を持つ女性のための香り、ラブリン ホワイトは、ハリウッド女優や大統領夫人など名だたるセレブも愛用中とか。

●クリード オード・パルファム ラブリン ホワイト 75mL ¥32,000 / プル・ベール・ジャパン



25.

ゲランの「フランス美容」

たくさんの「初めて」を作った、美のエキスパート

ブランド誕生は1828年。調香師であり、医者、化学者でもあった創始者がフレグランス、スキンケア、メイクアップを共存させた美容というカテゴリーを確立。オーキデ アンペリアルもメテオリットも、ラプティットロープ ノワールも……すべてが女の本能を刺激する、美容の真髄。

●ラプティットロープ ノワール オード・フレ 50mL ¥9,000 / ゲラン



15.

エレガンスの「アイブロウ」プロも「これでなきゃ」とリピートする、アイブロウの理想形

誕生は2000年。「ヘアカラー副は何色もあるのにアイブロウはなぜ少ないの?」という開発者の疑問から生まれた画期的な6色パリエ、絶妙な細さ&硬さ、肌なじみのいい色、カトリッジでロングラスティング……15年近く経つ今も「眉＝エレガンス」と圧倒的人気。

●アイブロウ スリム 全6色(写真は上から時計回りにBR25、WN51、GR45) 各¥3,800(カートリッジ¥1,800、ホルダー¥2,000) / エレガンス コスメティックス



18.

ルナソルの「ベージュアイシャドウ」肌そのものを美しく見せるベージュの黄金バランス

累計売り上げブランドNo.1。その名も「ベージュベージュ」という4色アイシャドウは、発色、光感、透明度などすべてが緻密に計算し尽くされた絶妙なベージュパリエーション。流行に左右されやすいメイクアップアイテムにあって、すでに10回以上リピートしている人も。

●ルナソル スキンモデリングアイズ 01 ¥5,000 / カネボウ化粧品



21.

ヘレナの「マスカラ」圧倒的な眼差しが強さを作るマスカラの頂点

ウォータープルーフマスカラもオートマティックマスカラも「世界初」はこのブランドから。1世紀を超える歴史の中でつねにマスカラのパイオニアであり続けるヘレナ・ルビンスタイン。ブランドの威信をかけた一本は、はっとさせられるほどドラマティックな仕上がり。

●ラッシュ クリーン ミスティックブラック WP 01 ¥4,500 / ヘレナ・ルビンスタイン



24.

ボビー ブラウンの「アイライナー」

「描きやすい」「にじまない」ジェルを新たな常識にした名品

ボビー・ブラウン氏自身がメイク現場にペンシルアイライナーを忘れ、マスカラで代用したのをきっかけに開発された、世界初のジェル状アイライナー。2001年の発売以来、処方者が一切変わらないロングセラーは、全世界で1分間に約1個のペースで売れているとか。

●ロングウェア ジェルアイライナー 全13色 各¥2,900、ウルトラファイン アイライナー ブラシ ¥3,000 / ともにボビー・ブラウン



14.

RMKの「クリームファンデ」アーティストを虜にしたファンデの進化形

プロから火がつき、多くの女性が夢中になったクリーミィファンデーションが、ナチュラルな仕上がりはそのままに、艶感、潤い感、ハリ感など、どこまでパワーアップ。発売後数ヵ月ながらファンデカテゴリで売り上げNo.1に。「メイク効果のある美容クリームのような」との声も。

●RMK クリーミィファンデーション N SPF28 PA++ 全7色 30g 各¥5,000 / RMK Division



17.

サンローランの「ラディアント タッチ」プロの技が詰まった一本ですべての女性に「美人の線」

小ジワや毛穴を目立たなくし、骨格を際立たせ、印象をリフトアップする……ハイライナーになり、欠点カバーになり、その人だけの「美人の線」を作るから、なくてはならない一本になる。発売から20年以上が経つ今もベストセラーの筆頭に名が挙がる、名品中の名品。

●ラディアント タッチ 全5色 2.5mL 各¥5,000 / イヴ・サンローラン・ボーデー



20.

ベアミネラルの「ミネラルファンデ」一度知ると離れられないミネラルファンデの究極美肌

世界で3秒に1個売れている、使用感満足度は98%……日本上陸から約10年、ミネラルの重要性を知らしめ、「ミネラルファンデ」のジャンルを確立させたオリジナル ファンデーション。「生まれつき美しい肌」のような仕上がりは、一度知ると離れられないと評判。

●オリジナル ファンデーション SPF15 PA++ 全12色 8g 各¥3,800、プレジジョンフェイス ブラン ¥3,500 / ともにベアミネラル



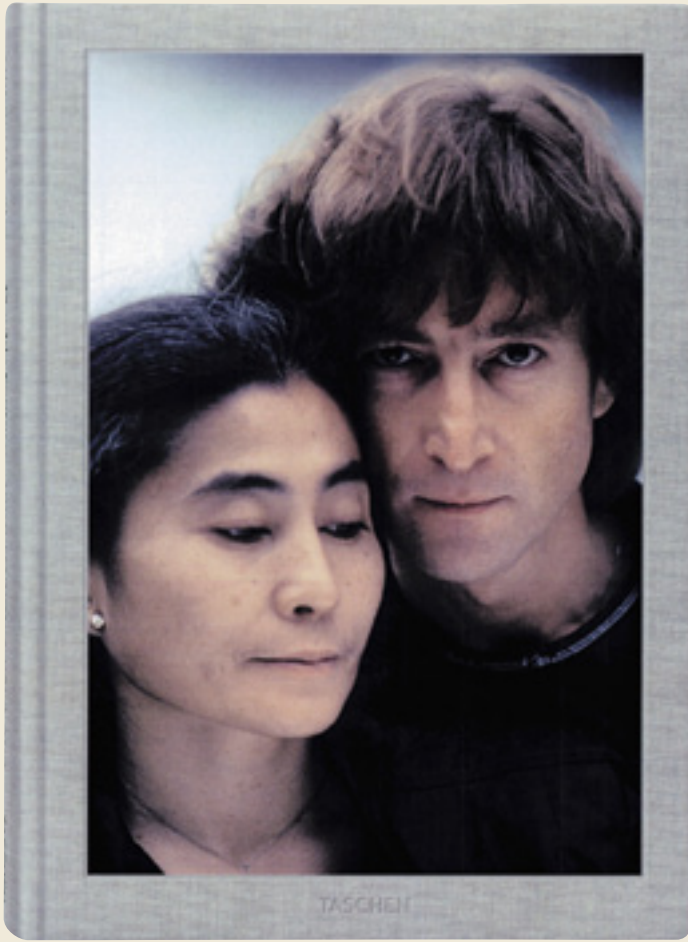
23.

ジバンシイの「プリズム」生きた素肌感を再現するジバンシイの「魂」

色では表現できない素肌感を再現する、ジバンシイが手がけた初めてのメイクアップアイテム、プリズム。「変えないでほしい」という愛用者の声が寄せられるほどの「完璧」をさらに進化させたル・プリズムは、たったひとりで生命感が溢れると、不動の人気を誇る。

●ル・プリズム 全6セト(写真は82) 各¥6,300 / バルファム ジバンシイ





世界限定1730部。オノ・ヨーコと篠山紀信の直筆サイン入り。ハードカバー、ケース入り。英・独・仏・日本語(4ヵ国語併記)、全174ページ。写真集「Double Fantasy JOHN LENNON & YOKO ONO」¥125,000[参考価格、2015年春発売予定]



世界限定250部。写真集と、篠山紀信の直筆サイン入りプリント(2種類からセレクト)がセットになったアートエディション。¥310,000 [参考価格、2015年春発売予定]

marie claire style hot list!

注目の限定商品を紹介!

photos: Asa Sato (still)

Double Fantasy

ジョンとヨーコの
“人生で最も幸福な時間”を
綴った限定写真集

1980年に、ジョン・レノンとオノ・ヨーコの共作として発表され、現在も音楽史に輝くアルバム『ダブル・ファンタジー』。ジャケットを飾るポートレートを当時40歳だった写真家の篠山紀信が撮影したのは、ジョンが帰らぬ人となる3ヵ月前のことでした。それから35年の時を経た2015年春、2人の“最も幸福な時間”を綴った写真集『ダブル・ファンタジー ジョン・レノン&ヨーコ・オノ』(タッセン社、撮影:篠山紀信)が刊行。レコーディング風景や息子ジョーンとのプライベートな時間など、そのほとんどが未公開写真。2人のプリントがセットになったアートエディションも同時発売されます。ぜひ手にとって、愛に溢れるジョンとヨーコの姿を胸に焼き付けて。

お問い合わせ先: ステップ インク 03-5774-4551



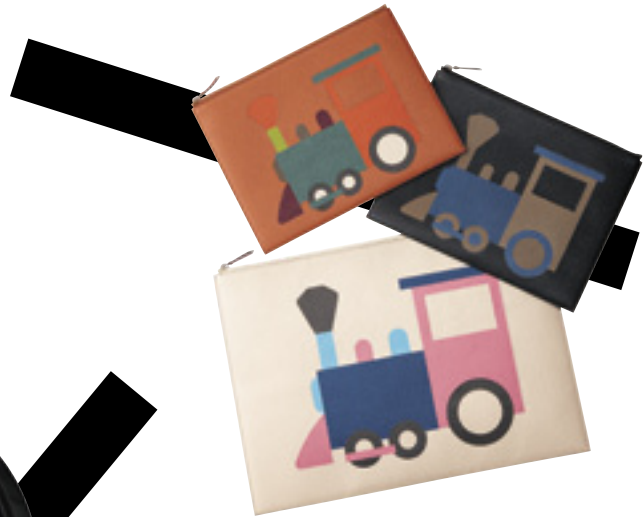
GEORG JENSEN

ホリデー気分を盛り上げる限定クリスマスコレクション

▲ デンマーク発「ジョージ ジェンセン」が、気鋭のペーパークラフトアーティスト、カレン ヴィット バイレとコラボレーション。アンデルセンの童話「もみの木」にインスパイアされたクリスマスコレクションが登場します。ヤドリギの傍でキスをするキジバトを、カレン・独特のスタイルで表現したアーティストィックなオーナメントを部屋に飾って、ホリデー気分を盛り上げて!

オーナメント ¥8,000

お問い合わせ先: ジョージ ジェンセン ジャパン 03-6743-7007



MOYNAT

ファレル・ウィリアムスが
「モワナ」とコラボレーション!

▲ アーティストのファレル・ウィリアムスが、フランスの老舗ブランド「モワナ」とコラボレーション。ファレルが「モワナ」のアドリエで目にした、ヴィンテージトランクの中に入っていた当時の汽車モチーフのラベルにインスパイアされ「トレイン・コレクション」が誕生しました。日本では、2015年1月13日(火)まで伊勢丹新宿店で開催中の「Le MOYNAT Trunk Show」で発売。ぜひチェックして! レザーポーチ「トレイン・コレクション」(大)¥75,000 (中)¥60,000 お問い合わせ先: モワナ/伊勢丹新宿店(大代表) 03-3352-1111

DIANE von FURSTENBERG

ダイアン フォン
ファステンバーク
待望の自叙伝をチェック

► ダイアン フォン ファステンバークの待望の自叙伝「THE WOMAN I WANTED TO BE」が登場。ファッションデザイナー、ビジネスウーマン、慈善家、妻、母など様々な顔を持ち、精力的に活動するダイアンの、人生に対する考えやメッセージが詰まった読み応えのある一冊になっています。書籍「THE WOMAN I WANTED TO BE」[銀座店、六本木ヒルズ店限定、英語版]¥4,000

お問い合わせ先: ダイアン フォン
ファステンバーク 03-6748-0514



shop list

掲載商品のお問い合わせ先

ア アオイ(エムエスジーエム) tel: 03-3239-0341
アツシ ナカシマ tel: 03-3770-7475
アニヤ・ハインダー マーチ ジャパン tel: 0800-800-9120
RMK Division tel: 0120-988-271
アルピオン tel: 0120-114-225
イヴ・サンローラン tel: 0570-016655
イヴ・サンローラン・ボーテ tel: 03-6911-8563
ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512
ヴァン クリフ & アーペル ル デスク tel: 0120-10-1906
ウブロジャパン tel: 03-3434-3002
H30ファッションビューロー(スレシス) tel: 03-6438-9710
エイネット(ネ・ネット) tel: 03-5624-2638
エスビー・ローダー tel: 03-5251-3386
エーディグリー・フォーメン・ハイト tel: 03-5489-1838
エレガンス コスメティクス tel: 0120-766-995
オーデマ ピゲ ジャパン tel: 03-6830-0000
カ カネボウ化粧品 tel: 0120-518-520
カルティエ エ カスタマー サービスセンター tel: 0120-301-757
グッチ ジャパン カスタマーサービス tel: 03-5469-6611
クリスチャン ディオール tel: 0570-200-088
クリニーク お客様相談室 tel: 03-5251-3541
クロエ インフォメーションデスク tel: 03-4335-1750

サ ケイタマルヤマ tel: 03-3406-1935
گران お客様窓口 tel: 0120-140-677
ケンゾー・ハヴィー マーチ ジャパン tel: 03-3583-1555
コスメデコルテ tel: 0120-763-325
コーチ・カスタマー・サービス・ジャパン tel: 0120-556-936
サカイ tel: 03-6418-5977
シアター・プロダクツ表参道店 tel: 03-6438-1757
バン・シヤ表参道店 tel: 03-3404-0360
ジェー・クリフ & アーペル ル デスク tel: 03-6419-7771
ジュニー ファックス tel: 03-6304-0838
資生堂 tel: 0120-30-4710
資生堂プロフェッショナル tel: 0120-81-4710
ジミー チュウ tel: 03-5413-1150
シャネル カスタマー・ケア・センター(香水・化粧品) tel: 0120-525-519
シャネル(時計) tel: 0120-159-559
シャネル(ファイン ジュエリー) tel: 03-3501-5730
ショーマ tel: 03-3613-3188
ジョルジョ アルマーニ ジャパン tel: 03-6274-7070
ジョー・ルム リンクス tel: 0120-61-1315
スタイラ tel: 0120-207-217
ステラ マッカートニー ジャパン tel: 03-6427-3507

THREE tel: 0120-898-003
セリヌ ジャパン tel: 03-5414-1401
タ ドゥラ・メール お客様相談室 tel: 03-5251-3541
ドルチェ&ガッバーナ ジャパン tel: 03-6419-2220
ドレスキャンパ 青山 tel: 03-5778-3717
ナ ネスプレッソクラブ tel: 0120-57-3101
ハ バテック フィリップ ジャパン・インフォメーションセンター tel: 03-3265-8109
ハナエモリ デザイン バイ ユウアマツ/ハナエモリ・アソシエイツ tel: 03-5413-6594
バーバリー・ジャパン tel: 0066-33-812819
ハリー・ウィンストン カスタマー・インフォメーションデスク tel: 0120-346-376
バルファム ジャパン・シイ(LVMHフレグランスブランド) お客様窓口 tel: 03-3264-3941
バルファン・クリスチャン・ティオール tel: 03-3239-0618
ピアジェ コンタクトセンター tel: 0120-73-1874
ビューティフルビブル アオヤマ tel: 03-6447-1869
ピラオング(タロウホウチ) tel: 03-5771-8809
フオセ・タス・tel: 03-6434-9893
フンディ ジャパン tel: 03-5414-6762
プシュロン カスタマー・サービス tel: 03-5537-2203

プラダ ジャパン・カスタマー・リレーションズ tel: 0120-559-914
ブルガリ ジャパン tel: 03-6362-0100
ブルー・ベル・ジャパン(香水・化粧品事業本部) tel: 03-5413-1070
ペサミネル tel: 0120-24-2273
ラレリ ルビンスタイン tel: 03-6911-8287
ボビー ブラウン tel: 03-5251-3485
マイケル・コース ジャパン tel: 03-5772-4611
マーク・ジェイクブス カスタマー・センター tel: 03-4335-1711
マックス ファクター tel: 0120-021325
matouch 表参道本店 tel: 03-6805-1597
マルニ・ジャパン tel: 03-6416-1024
ミッドデザインズ tel: 03-6450-5622
メナード お客様相談室 tel: 0120-164601
ラ・プレリー tel: 0120-223-887
ラルマーク tel: 03-5728-2308
ランコム tel: 03-6911-8151
ランバン ジャパン tel: 03-4500-6172
リストア(ハウス オブ ホランド) tel: 03-5413-3708
ルイ・ヴィトン カスタマー・サービス tel: 0120-00-1854
ロエペ・カスタマー・サービス tel: 03-6215-6116



川村元気

Genki Kawamura
1979年、横浜生まれ。
映画プロデューサーとして「電車男」
「告白」 「悪人」 「モテキ」
「おかしな話」 「寄生獣」
「現在公開中」などを製作。2010年、
米The Hollywood Reporter誌の
「Next Generation Asia」に選出され、
翌年には「傑出した映画製作者に贈られる
「藤本賞」を史上最年少で受賞。
12年には、ルイ・ヴィトン・プレゼンツの
CGムービー「LOUIS VUITTON
-BEYOND-」のクリエイティブ・
ディレクターを務める。
同年に初の小説「世界から猫が消えた
なら」を発表。同書は本屋大賞への
ノミネートを受け、70万部突破の
大ベストセラーとなり、映画化が決定
した。13年にはアートディレクター
佐野研二郎と共著の絵本「ティニー
ふうせんいぬ のものがたり」を発表し、
同作はNHKでアニメ化され、放送中。
その他の著書として、イラストレーター
益子悠紀と共著の絵本「ムーム」、
宮崎駿や坂本龍一など12人との仕事
の対話集「仕事」、
雑誌「ブルースタシ」に
連載され、大きな
話題になったお金の
エンターテインメント
小説「億男」がある。

川村元気 選文
selection, text: Genki Kawamura

オセロの世界では、もはや人間はコンピューターには勝てないようだ。チェスも、そして最近是将棋すらコンピューターが人間に勝つようになった。以前、プロ棋士を倒した将棋ソフトのAI(人工知能)製作者(彼も将棋の天才である)に訊ねたことがある。「自分が作ったAIに負けたときにどう思いましたか?」とする。と彼は「嬉しかった」と言った。自分より強くなったAI。自分を抜き去り、遥か先を走っていくそのAIを愛おしく思ったのだという。そしていま、たとえ何万回勝負しても決してそのAIには勝てないのだと彼はいう。そのとき僕は思った。果たして恋愛感情においてもそういう日が来るのだろうか。その疑問に、この傑作映画はひとつの答えを提示してくれている。

「これは見たこともない映画だ!」とはよく聞く映画の宣伝文句だ。だが本作は紛れもなく「見たこともない」まったく新しい映画だと断言できる。監督はスパイク・ジョーンズ。

1990年代。MTV漬けだった僕は、彼の作るミュージックビデオに夢中になっていた。ビョーク、ダフト・パンク、ピースティ・ボーイズ、ケミカル・ブラザーズ。彼はいつも「見たこともない」世界を作り上げる天才だった。

ミュージックビデオ出身監督の映画進出の失敗例は枚挙にいとまがないが、スパイク・ジョーンズは1999年に「マルコヴィッチの穴」というとんでもない怪作で映画デビューし、いきなりアカデミー賞監督賞にノミネートされた。とある部屋の壁の中にはジョ

ジタク映画祭 第39回

her

『her／世界でひとつの彼女』

ン・マルコヴィッチという実在の俳優の頭の中に入る穴があった……。という、いくら説明してもよく分からない(けれどもめちゃくちゃ面白い!)世界観に圧倒されたことを覚えている。彼は映画でも「見たこともない」ものを作ってくれたのだ。その後、盟友ともいえる天才脚本家チャーリー・カウフマンとのコンビも終わり、どうなることかと思っていたが、ついに本作にてスパイク・ジョーンズはみずからのオリジナル単独脚本でアカデミー賞脚本賞を受賞し、完全復活を遂げた。

舞台はそう遠くない未来のロサンゼルス。妻と別れ孤独な日々を過ごす男・セオドア(ホアキン・フェニックス)がコンピューターにインストールしたAIのサマンサ(声:スカールレット・ヨハンソン)と恋に落ちていく。AIとの恋という特殊な設定を使って、人間そして恋愛を逆説的に描く意欲作には、いまやハリウッド随一の名優ホアキン・フェニックス、そして『アメリカン・ハッ

スル』のエイミー・アダマス、『ドラゴン・タトゥーの女』のルーニー・マラー、そしてスカールレット・ヨハンソンという、本連載ですべて「天才」として紹介した俳優が勢揃いしている。“スカヨハ声の恋人AI”という妄想度が高いユーモアセンスはさすがとしか言いようがない。そして最も美術設計が難しい「そう遠くない未来」の世界観の素晴らしいには目を見張るものがあり、ミュージックビデオの天才の真骨頂となった。相手が数学的にプログラミングされた恋人であるからこそ、人間の恋愛感情の生々しさや、痛々しさが、強烈に伝わってくる。極めてユニークなファンタジー。だが“これから人間はどうなっていくのか?”ということなを考察するときに、これ以上の表現方法はないだろうと思う。人間を知るためにはもはや人間を見ていても仕方がないのかもしれない。コンピューターと恋愛するセオドアを見ながら、そう思った。



Copyright ©2013 Untitled Rick Howard Company LLC All Rights Reserved.

marie claire style thebuzz

シーズンになったらたっぷりの牡蠣を入れて作りたい、おもてなしにもぴったりなリゾット。パーティのシメにちょっとご飯ものが食べたいな、という時にはみんなでシェアしても。

■How to Cook

1. 牡蠣は洗って水気を切っておく。玉ねぎはみじん切りにする。
2. 鍋(オープンで使える耐熱性のもの)にオリーブオイルと玉ねぎを入れて弱めの中火にかけ、玉ねぎがしんなりするまで炒める。
3. 白ワインと白飯を2に入れてほぐし、塩とトマト水煮、オレガノを加える。5分ほど煮て白飯がやわらかくなったら牡蠣とバルメザンチーズをそれぞれ半量加えて混ぜ、残りの牡蠣を上のにせる。水分が足りないようなら適宜水を足す。
4. 1分加熱し、残りのバルメザンチーズを振りかけて230度に予熱したオープンで5~6分焼く。
5. 黒胡椒を挽き、パセリをちぎって散らし、好みでオリーブオイル(分量外)を回しかける。

■Point!

トマトの水煮缶は酸味が強いものの弱いものがあるので好みのものを。料理で使うワインは、その日飲む予定のもの、あるいは以前の食事で飲み切らなかつたものなどで。異なる銘柄を混ぜて使用してもOKです。

La Cuillère de marie claire style

Risotto with Oysters and Tomatoes

第24回
牡蠣の焼きトマトリゾット

たかはしゆりレシピ・写真
recipe, photos: Yuri Takahashi



marie claire
PARIS

ソニア・シーフが撮る
Sonia Sieff meets marie claire PARIS
2014-15
A/W COLLECTION

photo: Sonia Sieff / hair: Caroline Bullalini-Box Management
make-up: Jean Charles Perrier-Backstage Agency
styling: Fusae Hamada / photo assistant: Vivian Daval

Sonia Sieff ソニア・シーフ
フランスを代表する
写真家ジャーナル・シーフを
父にもち、自身も17歳で
写真を始める。
現在、「ヴァーグ」「テレグラフ・
マガジン」「W」など数々の
ファッション誌で活躍。
モデルのケイト・モスも
その才能を高く評価する、今最も
注目のフォトグラファー。
ショートフィルム監督としても
才能を発揮している。

お問い合わせ先:
アラ商事
03-3639-0129 (ネクタイ)
フレックスジャパン
026-261-3020 (シャツ)
ロッキンガムベンタ
03-5652-1278 (パンツ)
www.marieclaire.net/