

marie claire

25th September, 2025
No.201

marieclairejapon.com

Free
Spirit
自由に、優雅に



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。



Welcome to marie claire vol.201

日

本的女子プロゴルファーの海外での活躍が止まりません。
7月31日から8月3日にかけて開催された、女子の「AIGオープン(全英女子)」を山下美夢有選手が制覇して、日本人女子プロゴルファーとしては6人目、通算7勝目のメジャー制覇となりました。昨年はLPGA(米国女子ツアー)でのメジャー大会「アムンディ・エヴィアン選手権」で古江彩佳選手が優勝し、今年は、やはりメジャー大会の「シェブロン選手権」で西郷真央選手が勝ちました。通常のトーナメントも含めると今年、日本人選手はすでに6勝もしているのです。

世界ゴルフの殿堂入りを果たした岡本綾子さんはLPGAで17勝しましたが、残念ながらメジャーでは勝っていません。どうしてそんなに日本の女子プロゴルファーは強くなったのでしょうか? いろいろなことが考えられるのですが、一番説得力があるのは洪野日向子選手が2019年「全英女子オープン」で優勝したことなのではないでしょうか。彼女が勝ったことで多くの日本の選手が「私にもできるのではないか」と思いはじめてことがきっかけだと思います。

1990年代をピークに減少傾向にあった日本のゴルフ人口は、コロナ禍以降は3密を避けられるスポーツとして注目され、また女性や若者といった新しいプレーヤーが増加傾向にあります。屋外の緑豊かな広大なスペースでプレーするゴルフは、健康面からも人気となり、特に女性のゴルフ人口が増えました。またプレー料金が下がったことや、カジュアル化にもその原因を求めることができると思います。

9月29日は「marie claire open golf」が稲城市の「よみうりゴルフ倶楽部」で多くの協賛企業サポートのもと開催されます。すでに今回で3回目。すっかり定着した感があります。また10月には愛知県でも昨年に引き続き、2回目の「marie claire open golf in Aichi」が名門コースの「中京ゴルフ倶楽部 石野コース」で開催されます。

1回目の開催時は、どれだけ応募者があるのか、あまり想像がつかなかったのですが、優に2000名を超える応募があり、抽選で120名の方に参加していただきました。

もちろん会場となる「よみうりゴルフ倶楽部」にとっても女性だけのゴルフコンペで1日貸し切りというのは初めての経験だったそうです。不安な部分もあったそうですが、無事終えることができました。プレー後のパーティではゲスト(1回目はモデルで俳優の浦浜アリサさん、2回目はプロゴルファーの東尾理子さん)と私のトークショーも開催され、大いに盛り上がりしました。

今回は元プロテニスプレーヤーの杉山愛さんが、スペシャルゲストとしてトークイベントに参加してくれます。ラケットからクラブに持ち替え、今ゴルフに夢中だという杉山さん、どんなお話をしてくれるのでしょうか、楽しみです。

よくゴルフは生涯スポーツだと言われます。年齢に関係なく、約7km歩いて(乗用カートを使用の場合はそこまでは歩かないと思いますが)、クラブを振れる体力があれば誰でもできるのです。また多くのスポーツは相手(チームや個人)が必要ですが、ゴルフは自然(コース)が相手です。1人でもできますし、ハンディキャップというものがあるので、腕前の違う方とでもいっしょにプレーすることもできるのです。

最近ではゴルフ用具のメーカーだけでなく、多くのファッション・ブランドがゴルフウェアや小物類にも力を入れています。「RALPH LAUREN」「BOSS」「TOMMY HILFIGER」「GIORGIO ARMANI」などの海外ブランドも、女性ゴルファーたちにプレー以外の楽しさを提供しています。そういうことも女性ゴルファーの増加に拍車をかけているのかもしれない。

さて最後に大事なお知らせをひとつ。7月からBSHテレで『marie claire』の視点から世界の代表的なメゾンやブランドの歴史、伝統や職人技を紹介する番組「marie claire TV」が始まりました。初回は「ルイ・ヴィトン」、2回目は9月14日に放映された「～CHAUMET 自然と歴史が織りなす美学～」でした。これからも続いていきますのでぜひご覧いただければと思います。



9月14日、BSHテレで放映された「marie claire TV ～CHAUMET 自然と歴史が織りなす美学～」

また弊誌ではこれから「marie claire open golf」だけでなく、読者の皆様により深く『marie claire』の世界を知っていただくための会員組織「le salon de marie claire(サロン マリ・クレール)」をスタートしました。ぜひご参加いただき、『marie claire』の世界を体験していただければと思います。どうぞよろしくお願いたします。

2025年9月25日

田居克人

Katsuto Tai, marie claire 編集長



昨年開催された「marie claire open golf 2024」

Contents

- 7 Welcome to marie claire /
- 8 Cover Story: Masami Nagasawa /
- 11 Style Picks: Ballet Flats /
- 13 PARIS RUSH /
- 18 Van Cleef & Arpels /
- 20 Well-being /
- 22 La Beauté Louis Vuitton /
- 23 MOLTON BROWN /
- 25 DR. VRANJES FIRENZE /
- 26 CHAUMET /
- 27 News, shop list

COVER

photo: Seiji Fujimori
hair & make-up: Minako Suzuki
styling: Chiharu Dodo
dress, ring, socks, shoes: DIOR (CHRISTIAN DIOR)
back ground: BACKGROUNDS FACTOR TOKYO

marie claire

2025年9月25日発行 第14巻 第9号(通巻201号)

発行人 Publisher:
安部順一 Junichi Abe

編集長 Editor in Chief:
田居克人 Katsuto Tai

デジタル編集長 Editor in Chief Digital:
宮智 泉 Izumi Miyachi

アートディレクター Art Director:
木村裕治 Yuji Kimura

ビジネス スペシャリスト Business Specialist:
斉賀明宏 Akihiro Saiga

副編集長 Deputy editor:
大林理子 Riko Obayashi

編集部 Editorial Team:
高波麻奈美 Manami Takanami
マルチンバヤル ホスツェツェグ
Malchinbayar Khostsetseg
岩崎芽衣 Mei Iwasaki

パリ特派員 Paris Correspondent:
須山佳子 Keiko Suyama

デザイン Design:
木村裕治 Yuji Kimura
佐藤 幹 Miki Sato

発行 Publication:
読売新聞東京本社
〒100-8035 東京都千代田区大手町1-7-1
tel: 03-3216-8815
THE YOMIURI SHIMBUN

印刷 Printing:
共同印刷
KYODO PRINTING CO.,LTD.

MARIE CLAIRE INTERNATIONAL

Executive Director:
Jean de Boisdeffre
International Deputy & Finance Director:
Felix Droissart
International Brand Director:
Nicia Rodwell
Chief Content Officer:
Galia Loupan
Chief Digital Officer:
David Jullien
International Fashion & Beauty Chief Editor:
Florence Deladrière
Senior International Brand Manager:
Céline Hananel
International Editorial Coordinator:
Marie Bazin
Global Partnerships / Media solutions:
Magali Riboud (Agence Riboud)
Foreign right Commercial:
Thibaud le Paih
Licensing Manager:
Stephanie Ertzbischoff
Iconographer: Photo library:
Isabelle Teboul

©MARIE CLAIRE ALBUM 2025
©THE YOMIURI SHIMBUN 2025
本誌掲載の記事・写真、イラストの無断転載を禁じます。
※本紙に掲載されている商品の価格は
特記されている場合をのぞき、すべて税込みです。



長澤まさみが初の時代劇映画主演で挑む 光彩を放ち、自由に生きた女性絵師

Masami Nagasawa

凜とした美しさと艶やかな色気を併せ持つだけでなく、飾らないチャーミングさで人々を虜にする俳優・長澤まさみ。幅広い作品に挑んできたなか、初の時代劇映画主演作となる『おーい、応為』では、葛飾北斎の娘で、“もう一人の天才”と呼ばれた応為を熱演した。1年ぶりのインタビューで語る心境の変化、そして知られざる素顔を明かす。

2020年の『MOTHER マザー』以来となる大森立嗣監督とのタッグとなりましたが、オファーがあったときのお気持ちは？

どんな役でも「もっとできたんじゃないか」といつも思いますが、そんな風に前作でやりきれていない部分が自分の中にあったので、もう一度大森組に挑戦できるのがうれしかったです。しかも、自分が家族に対して色々考える年代に入ってきた実感があったときだけに、家族のことを優しく淡々と描いている物語にも面白さを感じました。

役作りで意識したことや苦労した部分があれば、教えてください。

今回は「長澤さんのままでやってほしい」と監督から言われていたこともあって、現場で利率的に出てくるエモーションなものにしっかりと乗られるようにしたいと思いました。そこで改めて感じたのは、今まで積み重ねてきたものがすべて生かされるわけではなくお芝居の難しさ。ただ、頭で考えるのをやめた途端、体中の血液がサーッと引いていくように、何者でもない自分になったので、ビュアな気持ちで役に向き合うことができました。出来上がった作品を観たときに、「あのときの自分も悪くなかったのかな」と思えたのは、自分としては新感覚でした。

時代劇ならではの面白さなどもあったのでしょうか。

今まで出演した時代劇は戦国時代の作品ばかりで、江戸時代の人物を演じるのは初めてでしたが、興味深かったのは「粋だったら何でも許される」という江戸時代のしきたり。すごく自由な時代だったんだなと感じました。応為は当時としてはかなりの曲者で破天荒な人でしたが、江戸時代はそれが受け入れられていたくらいですから。そういう意味では、現代の女性に通じるものがあると思いました。

応為は男社会の中で自らの情熱に正直に生きた女性アーティストの先駆者でもあります。同じ表現者として長澤さんが共感したことは？

好きなことに食欲で、そこに対してずっと向き合える力が備わっているのはすごいと思いました。「邪念があるときは物事がうまくいかない」とよく言われているように、本当にそうだなと感じます。私自身も「一生懸命生きなきゃ!」という思いが強いほうですが、目の前のことに忙ししていたら、いつの間にか先が開けていることが多いですね。

北斎役の永瀬正敏さんとの共演で、印象に残っていることはありますか？

今回、初めてご一緒させていただきましたが、本当に真面目で、俳優業に恋しているような方。情熱的にお芝居と向き合っている姿は本当にロックでしたし、“映画の番人”のような存在だと感じました。永瀬さんがすべてを受け入れてくださったおかげで居心地のいい空気感が生まれ、役に向かう集中力を高められたと思っています。応為が北斎に抱く尊敬の眼差しが、永瀬さんに対する私の気持ちともリンクしていたように、永瀬さんだったからこそ成り立っていたことが多かったです。

昨年ノダ・MAP作品で海外公演を経験されたこともあり、新たな思いも芽生えたのでは？

海外にいるというんな人がいて刺激を受けるので、時々は行きたいですし、仕事をするのもいいなと思っています。日本の人でも違う国の人でも、楽しく人と接することに対して臆病にならずにいたいですね。

日々の暮らしのなかで心がけていることがあれば、お聞かせください。

最近になって、家族と過ごす時間がとても有意義なものだと改めて感じているので、そういう部分はもう少し大切にしていきたいなと。あと、仕事から帰るとまず反省から入ってしまうのですが、がんばった分、ちゃんと休みを取って切り替えを上手くしたいですね。私は普段からスーパーに行くのが大好きで、それが私にとっての“贅沢”でもあります。が、旬に出会うみたいなことを大事にしながら健康に生きていきたいと思っています。



北斎の娘・お栄は夫と離縁し父のもとへ戻る。やがて父譲りの才を発揮し、いつも「おーい!」と呼ばれていたことから「葛飾応為」の名を授かり、一人の浮世絵師として歩み出す。友情や淡い恋、愛犬との日々を重ね、二十余年を経て父娘は火事と飢饉を機に、北斎が描き続ける境地“富士”へと向かう。



『おーい、応為』
10月17日(金)全国ロードショー
配給: 東京テアトル、ヨアケ
監督・脚本: 大森立嗣
出演: 長澤まさみ、高橋海人、大谷亮平、篠井英介、奥野瑛太、寺島しのぶ、永瀬正敏
原作: 飯島虚心『葛飾北斎伝』(岩波文庫刊)、杉浦日向子『百日紅』(筑摩書房刊)より「木瓜」「野分」
©2025「おーい、応為」製作委員会
oioui.com

双子座Gemini 月21日→6月21日★芸術やファッションに小さな工夫を取り入れていくと、話題が増え距離が縮まりあなたの印象がUPしていく流れ。日常のルーティンに変化を取り入れ、ワクワクできる毎日を作り出すこと。

長澤まさみ
2000年「東宝シンデレラ」オーディションでグランプリを受賞し、
2003年「ロボコン」で映画初主演。
『世界の中心で、愛をさけぶ』
『涙そうそう』『モチキ』『海街diary』など
話題作に出演し、日本アカデミー賞をはじめ
数々の映画賞を受賞。
2020年「コンフィデンスマンJP プリンセス編」
『MOTHER マザー』では
ブルーリボン賞・主演女優賞に輝くなど、
日本映画界を代表する実力派俳優として
活躍を続けている。
photos: Seiji Fujimori (cover, P8)
hair & make-up: Minako Suzuki
styling: Chiharu Dodo
interview & text: Masami Shimura
back ground: BACKGROUNDS FACTOR TOKYO

〈cover〉ドレス¥1,150,000 リング〈右手・人さし指〉¥78,000〈右手・中指〉¥68,000
ソックス¥71,000 シュース¥175,000
〈P.8〉コルセット付きシャツ¥600,000 パンツ¥590,000[参考価格] チョーカー¥780,000 リング〈右手・人さし指〉¥78,000〈右手・中指〉¥68,000 シュース¥175,000(すべてディオール/クリスチャンディオール)



1



2



©Hermès

3



4



5



6



7



8



9



10



11



12

Ballet Flats

進化を纏い軽やかに舞うバレエシューズ

フラットなデザインが足元に寄り添い、軽やかなフォルムが洗練さを添える。現代女性のエッセンスとなったバレエシューズ。色やディテールで進化を遂げた魅力的な最新作が今季も続々登場。

styling: Mutsuko Matsukawa
text: Miyuki Kikuchi

- 1.Chanel** メッシュメグログランの異素材ミックス、そしてダブルCをあしらったリボンのアクセントがアイコニックかつモダンな表情。靴 [H1.5cm] ¥210,100 (シャネル / シャネル カスタマーケア) **2.Louis Vuitton** しなやかなラムレザーで仕上げたエフォートレスな一足は履き心地も抜群。シューレースのLVシグネチャーがアイコニック。靴 [H0.5cm] “ノリータ バレリーナ” ¥165,000 (ルイ・ヴィトン / ルイ・ヴィトン クライアントサービス) **3.Hermès** 2本のストラップがハリシクなムードを漂わせつつ、メタリックで上品なスバイスを利かせて。靴 “リリア” [H1cm] ¥246,400 (エルメス / エルメスジャパン) **4.Prada** クラシカルなラインのラウンドトゥに、ダブルストラップとトライアングルロゴを添えて。トレンドのレオパード柄で今季らしく。靴 [H0.5cm] ¥187,000 [予定価格] (プラダ / プラダ クライアントサービス) **5.Valentino Garavani** 気品を感じさせるスリッパバックバレリーナ。アッパーのリボンとVロゴ シグネチャーディテールで洗練された表情に。靴 “ヴァレドゥ ロウ” [H2.5cm] ¥165,000 (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) **6.Dior** ラムスキンに大胆なメタルバックルをON。ロックテイスを漂わせ、モダンに昇華した最新作に注目。靴 “D-ロマンズ” [H0.5cm] ¥175,000 (ディオール / クリスチャン ディオール) **7.Miu Miu** 極上のナッパレザーが叶える軽やかで女性らしい優雅なシルエット。華奢なりボンとエラストックガセットが機能美を添える。靴 [H0.5cm] ¥151,800 [予定価格] (ミュウミュウ / ミュウミュウ クライアントサービス) **8.Loewe** メタリックペブルに施されたアナグラム刻印と、「ロエベ」を象徴するペタルシェイプのトゥが特徴的。靴 “ペブル ソフト バレリーナ” [H0.5cm] ¥146,300 (ロエベ / ロエベ ジャパン クライアントサービス) **9.Jimmy Choo** シアリング素材を用いたフラットシューズが登場。クロスされたストラップに配された“JC”モノグラム付のパールモチーフが歩くたびに揺れてアクセントに。靴 “エレリ” [H1.5cm (実寸)] ¥124,300 (ジミー チュウ) **10.Roger Vivier** 美しいグリーンサテンに輝くビジュが気品を放つタイムレスなバレリーナ。靴 “ベル ヴィヴィエ サテン ストラップ バレリーナ” [H2.5cm] ¥217,800 (ロジェ ヴィヴィエ / ロジェ・ヴィヴィエ・ジャパン) **11.Ferragamo** レッドカラーが目目を奪うスクエアトゥに立体的な花びらがドラマティックにあしらわれて。歩きやすさも華やかさも兼ね備えた一足。靴 [H0.5cm] ¥143,000 (フェラガモ / フェラガモ・ジャパン) **12.Alaïa** アイコンバッグ「Le Teckel (ル テケル)」のシグネチャーであるチューブ状のハンドルをバレエシューズにあしらったユニークでモードな一足。靴 “ル テケル” [H0cm] ¥233,200 (アラïア / リシュモン ジャパン アライア)

PARIS RUSH

パリの街角に息づく エレガンス

スピードと喧騒が渦巻き、絶え間なく鼓動する街、パリ。
スタイリッシュな装いに身を包み一歩踏み出せば、
街角はすべてがランウェイとなり、
橋のひとつひとつが、彼女の個性を鮮やかに
映し出すドラマティックな舞台となる。

日常に映し出す ドラマティックな煌めき

バーガンディのグラデーションで彩られたスパンコールが連なるセットアップは、新クリエイティブ・ディレクター、ジュリアン・クロスナーによる新生「ドリス ヴァン ノッテン」の最新作。舞台衣装のような壮麗さと、現代の感性に寄り添う洗練さを兼ね備えたスタイルに魅了される。トップ¥122,100 ミニスカート¥143,000 ロングスカート¥327,800 (すべてドリス ヴァン ノッテン)

photos: Pelle Lannefors
fashion edit: Florence Deladrière
model: Wang Fei (Monster Mgmt)
make-up: Carole Hannah (Airport Agency)
hair: Sébastien Le Corroller (Airport Agency)
casting: Barbara Blanchard
production: Corinne Piton
fashion Assistant: Charlotte Wagner
photographer Assistant: Yiouli itskou
digital Assistant: Julia Dansarie

旅の始まりを予感させる
ポートレート

柔らかなスモーキーブルーのウールドレスが優しく身体を包み込む。大きなバケットハットと、ヘッドにはシルクのスカーフを巻き、リラックスした空気の中にもレディな佇まいを漂わせる。まるで列車を待つひとときの高揚感を映し出すかのよう。スカーフ¥90,200 ドレス、ハット、ベルト[参考商品] (すべてルイ・ヴィトン / ルイ・ヴィトン クライアントサービス)



ツイードで魅せる
進化するエレガンス

視線を惹きつける赤のツイードで彩られたジャケット、スカート、パンツを巧みにレイヤード。普遍的なエレガンスの象徴であるツイードを、鮮やかな色とレイヤリングの妙で生き生きと今の時代に息づかせて。ジャケット¥1,510,300 スカート¥1,036,200 パンツ¥1,001,000 シュース¥271,700 (すべてシャネル / シャネル カスタマーケア) サングラス[参考商品] (グッチ / グッチ クライアントサービス)





遠目からでも目を引く 洗練のレイヤード

しなやかなレザーとフェルトを組み合わせたり
パーシプルのコートは、ボタンを開けるとブラ
ンケットに変身。機能美を追求しながらも、優
雅なシルエットと自由なレイヤリングでエレガ
ンスの新境地を描き出す。ブランケットコート¥
3,894,000 ロングジレ¥1,012,000 チュ
ニックドレス¥399,300 レギンス¥350,900
ブーツ¥472,500 [参考価格] (すべてエル
メス/エルメスジャパン)



佇まいに目を奪われる プリーツの魔法

ブラウンのディアスキンで仕立てたジャケットと
ミディ丈のフレアスカート。ブランドのシグネチャ
ーのひとつであるストライプモチーフ“ヘカン”
に着想を得たアコーディオンプリーツと構築的
なフォルムが美しく映える。緻密な職人技によ
って、レザーウェアがクチュールライクな装いに。
ジャケット¥1,556,500 スカート¥1,265,000
[すべて予定価格] (ともにフェンディ/フェン
ディ ジャパン)

躍動感のある丸みを帯びた
可憐なラインに魅せられて

“フラワーレース”（上から）ボリューム感のあるイヤリングには、合計0.51カラットの厳選されたダイヤモンドが。イヤリング[YG×ダイヤモンド]
¥2,072,400 テタテットの花モチーフと1石のダイヤモンドが向かい合うように配置されたアントレッドリング。ダイヤモンドには、クロードセッティングとビーズセッティングの2つの技法が用いられている。リング[YG×ダイヤモンド]
¥1,399,200（ともにヴァン クリーフ&アーペル / ヴァン クリーフ&アーペル ル デスク）



生命の息吹が宿る洗練を極めたコレクション

「自然界」と「クチュール」という、「ヴァン クリーフ&アーペル」を象徴する2つの美学が息づく“フラワーレース”。インスピレーションソースとなったのは、1930年代後半に発表されたシルエット クリップだ。アールデコ後期の典型である様式化されたスタイルを特徴としたクリップは、細い線状のゴールドで縁取られた大輪の花に貴石が添えられたエレガントなデザイン。抜けのある地金と密集した宝石の輝きという異なるバランスを組み合わせた絶妙なフォルムは、最新コレクションでも再現されている。

また愛らしい花々のなかに、メゾン独自のサヴォアフェールが随所にちりばめられているのも特徴のひとつ。ゆるやかなカーブを描く花びらや立体的な雄しべには、伝統的なロストワックス鑄造法を採用。動きのある自然の姿を写実的に再現するため、あえてアシンメトリーな仕上がり。センター部分は複雑な曲線構造のため、熟練の職人が手作業で研磨。丁寧に仕上げることで、ゴールドビーズの光沢とクラリティの高いダイヤモンドの輝きを共鳴させている。煌々と輝くロマンティックなコレクションが、メゾン独自の美学を体現して。

陽光を浴びて燦然と輝く
フラワーモチーフ

花冠の輪郭が立体的に浮かび上がる躍動感のあるデザイン。アシンメトリーな大小の花びらをイエローゴールドのオープンワークで表現して。“フラワーレース”（右から）2層の花弁で表現されたボリューム感のあるペンダントトップは、取り外してクリップとして着用することも。クリップ ペンダント[YG×ダイヤモンド] ¥3,788,400 センターにあしらった繊細なダイヤモンドが上品に煌めいて。ペンダント[YG×ダイヤモンド] ¥1,174,800 手元を華やかに彩る2層のフラワーモチーフが印象的。リング[YG×ダイヤモンド] ¥2,072,400（すべてヴァン クリーフ&アーペル / ヴァン クリーフ&アーペル ル デスク）



Van Cleef & Arpels 軽やかなエレガンスに満ちた「ヴァン クリーフ&アーペル」の最新作 優美に咲き誇る“フラワーレース”

可憐な花々と繊細なレースを融合させた「ヴァン クリーフ&アーペル」の“フラワーレース”。クチュール感の漂うジュエリーが、纏う人の洗練と気品を引き出してくれる。

photos: Kenichi Yoshida (ae1 studio)
prop styling: MAFUMI
realization: Asaka Ikeda
YG= イエローゴールド

© oatawa

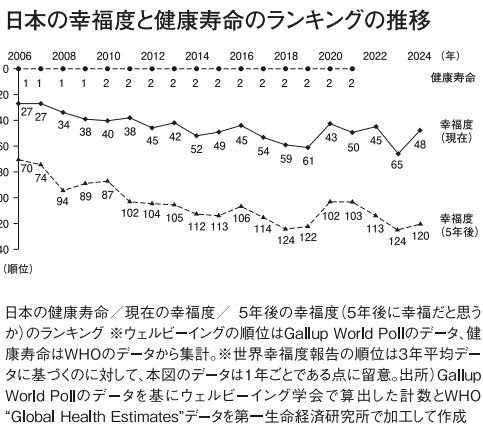


睡眠もウェルビーイングの重要な要素。睡眠時間が長くても、日中の眠気が大きければ睡眠は足りていない

近年、ウェルビーイングという言葉をよく耳にするようになった。実は、新しくつくられたものではないという。「言葉自体は、1940年代からあるといわれています。WHO(世界保健機関)が設立されたのが1948年で、この時、『健康』とは『病気でない、弱っていないということではなく、肉体的、精神的、社会的に満たされた状態(Well-being)にあること』だと説明されたのです。当時はまだ『健康』という概念も一般的ではありませんでした」

日本ではいつ頃から「ウェルビーイング」という言葉が広まり始めたのだろうか。「2021年ですね。コロナ禍で個人や社会がどうあるべきかを見つめ直したのだと思います。どう生きていきたいのか、豊かさや幸せとは何か、本質に立ち返ろうという風潮だったのでしょうか」

「自己肯定感を高めましょう」は日本人に合っていない？「よい状態」を明確に定義することは難しい。「豊かさや幸せと同様に一人ひとり異なり、『こうすればよい状態をつくれる』と提示できるものではありません。また、時代や社会が変われば、ウェルビーイ



ングのありようも変化します」国によっても違いがあると指摘する。「何においても和を重んじるのが日本の特徴ですね。『自分が』と主張するより、謙遜が美德とされる社会です。昨今よく『自己肯定感を高めましょう』といわれますが、日本では『自分なんてまだまだです』という『自己否定感』のほうがむしろ強い。自分を否定しただけだと悲しい気持ちになるものの、そこで『和』が機能して『そんなことはありませんよ』と否定してくれる周りの人がいます。それで『恐縮です』と答えるまでが一連の流れ。自分で自分を肯定するというアメリカ的なあり方は日本人にあまり合いません。無理に自己肯定感を高めるより、自己否定した時にそれを否定してくれる友人、知人がいるかどうか重要なのではないのでしょうか。日本では、そういう和を大事にするウェルビーイングがあると思います」では、自分で『よい状態』をつくるにはどうすればいいのだろうか。石川氏は、ウェルビーイングには大きく2種類あると語る。

「土台として、『客観的ウェルビーイング』があります。健康・教育・収入です。睡眠や食事などを含む体調管理や、興味の有無にかかわらず学ぶこと、ライフプランの設計。そのうえに、『主観的ウェルビーイング』があります。たとえば、過去1週間のスケジュールを振り返ってどのくらい満足していますか、ということです」忙しくても休んでいても、胸を張って『満足』とはなかなかいえないかもしれない。「おすすめしたいのが、『ポジティブスケジュール』。毎週あるいは毎日、何か楽しみな予定をつくる。自分がかちよっと嬉しくなるようなことは何だろうかと考えて、予定を入れてみるのです」

石川氏は、人生に「Well-doing」と「Well-being」の時間があると考えている。

「明確な目標に基づき、役割や責任を果たす『doing(する)』の時間と、特に目標なく過ごす『being(いる)』の時間です。大人になると、『do』を軸に生活や仕事、人間関係が回るけれど、子供やシニアは『be』ですね。子供に『普段何をされているんですか?』なんて聞かないですし、子供たちは一緒に『いる』から仲良くなる。コロナを機に、大人たちが『do』ばかりの毎日ではないのだろうかと思いたのです。『do』を重視すると、何者かでなければならぬ。何者かである自分と何者でもない自分、両方あったほうが豊かだと気づいたのでしょうか。こうした同時に複数の顔を持つ状態を、『健全な多重人格』といいます」

物事の始まりと終わりの時間を決めると充実感につながりやすい

限られた時間をどう切り分けるか。時間の使い方はポジティブ、ネガティブ、ニュートラルの三つに分かれるという。

「人により異なりますが、一般的にポジティブは、友達と会うとか学ぶといった時間。ネガティブな時間は、人類全体の傾向でいうと減ってきています。たとえば昔は洗濯に何時間もかかりましたが、洗濯機の登場で大幅に減少しました。こうしたつらい時間が減った分、ポジティブではなく、ニュートラルな時間が増えた。これに位置付けられることが多いのが、テレビやスマホを見ている時間です。ニュートラルな時間が増えても、ウェルビーイングにはあまり結びつきません」

どうすれば、「満足」につながるのだろうか。「始まりと終わりの時間を決めると、充実感を得やすいですね。睡眠も、就寝と起床時間が毎日決まっているほうが脳によいのです」

日本の幸福度と健康寿命のランキングを見ると、健康寿命はトップクラスだが、幸福度は高くない。「人生の長さについては、世界一確信を持てる国です。ところがこの調査は、その長い人生があまり充実していない、将来にも希望を持ちにくいことを示しています。日本の問題は主観的ウェルビーイングにあるのです。主観とは結局、自分がどうしたいか。さまざまな選択肢の中から自己決定すること。一つでも二つでも、日々の生活に可能性を見いだしてほしいですね」



石川善樹
予防医学研究者。公益財団法人「Well-being for Planet Earth」代表理事。「フルライフ今日の仕事と10年先の目標と100年の人生をつなぐ時間戦略」『むかしむかしあるところにウェルビーイングがありました日本文化から読み解く幸せのカタチ』(共著)など著書多数。



© Pheelings Media

時間の使い方や生活習慣でウェルビーイングは深まる

いつからか重視されるようになった「ウェルビーイング(Well-being)」という概念。身体的・精神的・社会的によい状態にあることをいい、生きがいや人生の意義など、将来にわたる持続的な幸福を含む。ウェルビーイングとは何か、どうすればよい状態でいられるのか、第一線で研究する予防医学研究者の石川善樹氏に尋ねた。

text: Saya Tsukahara

MOLTON BROWN

悠久の時間が紡ぐ「ウッド」の旋律

秋の装いにふさわしい、英国発「モルトンブラウン」の「ウッド・アコード&ゴールド」コレクション。
“官能”と“洗練”の両面を併せもつ香りは、琥珀色とゴールドに彩られ、纏うものを深みへと誘う。

photo: SHINMEI (SEPT), text: Kiriko Sano

歴史ある「ウッド」の香りを
モダンに解釈

季節が移ろい、秋はより芳醇な香りを手に取りたくなる。英国のフレグランスブランド「モルトンブラウン」は、その濃密な香りの体験で愛好家たちを強く惹きつけてやまない。シニアパフューマーのシルヴィ・フィッシャーが手がけた「ウッド・アコード&ゴールド」コレクションは、希少で高価な「ウッド」をイメージ。長らく中東で愛され、日本では「沈香」と呼ばれ、古くからお香として親しまれてきた香りだ。華やかさがあがりながら、スモーキーな温かみで神秘的なムードも漂わせる。オードパルファンに加え、黄金色に煌めくテクスチャーのラグジュアリーなバス&シャワージェルもラインナップ。単品でも、併せ使いでも、纏う人のマチュアな魅力を引き出す。

〈右から〉エキゾティシズムを感じさせ、“その人らしさ”を際立たせる甘くウッディなノートは、個性を求める人に。ウッド・アコード&ゴールド オードパルファン 100mL ¥27,500、ウッドに加え、シナモンリーフなどのスパイシーな香りが全身を包み込む。遠い異国にいるかのようなムードに満たされて。同 バス&シャワージェル 300mL ¥5,500 / ともにモルトンブラウン

About MOLTON BROWN

1971年に英国ロンドンのサウスモルトンストリートで誕生したフレグランスブランド。フレグランスやバス&ボディケア、ホームコレクションなど、さまざまなシーンにおける豊かな香りの世界を提案。創業以来、メイド・イン・イングランドを貫くブランドでもあり、調香師たちの個性を生かした独創的なものづくりを行っている。

MOLTON BROWN
公式サイト



New Item インテリアに映える ホームフレグランスが登場

この秋、「ウッド・アコード&ゴールド」コレクションにディフューザータイプのホームフレグランスが仲間入り。シナモン、紅茶、ウッドが織りなす、芳醇かつラグジュアリーさを感じさせる香りが、空間の洗練度を高めてくれる。スタイリッシュなインテリアのアクセントとしても、あるいは大切な人へのギフトとしても喜ばれるはず。香りが約4か月間続くルームフレグランス。リード8本つき。ウッド・アコード&ゴールド アロマリード 150mL ¥10,230 / モルトンブラウン

水瓶座aquarius 1月20日ー2月18日★普段の枠を超えて新しい価値観や知識に触れるタイミング！対人関係では新しい刺激が追い風になりあなたの独自の視点が信頼を集めやすい。自分らしさを活かしたアピールを心がけて。



クリーミーなサテン カラー27色と、ベルベットのような発色をしたマットカラー28色。LV ルージュ 全55色 各¥23,100、レフィル¥9,900

La Beauté Louis Vuitton

「ラ・ボーテ ルイ・ヴィトン」という新たなエレガンスの旅

ついにローンチされた「ラ・ボーテ ルイ・ヴィトン」。170年以上にわたり、旅と創造性、サヴォアフェール(匠の技)を継承し、エレガンスを牽引してきたブランドのビジョンが今、ビューティーコレクションという形となって私たちのもとに降臨する。

photos: La Beauté Louis Vuitton
text: Mayumi Kurata

伝統を守りつつ、新次元のラグジュアリー ビューティーを展開

ブランドの革新には、常にビューティーが息づいていた「ルイ・ヴィトン」。メゾンのアーカイヴには、フレグランスボトルを収めるためのケースや、往年の女優たちが愛用したパニティケースなどがあり、それらは「ルイ・ヴィトン」の象徴であるトランクと同様、世界中を自由に旅することのできる耐久性に加え、ラグジュアリーとエレガンスを体現するものであった。

「ラ・ボーテ ルイ・ヴィトン」のクリエイティブ・ディレクターに就任したパット・マクグラスは、ブランドの伝統と卓越したイノベーションを融合。豊かなビッグメントと極上のテクスチャーが織りなす色と輝き、テクスチャーと仕上がりのすべてに繊細なこだわりを持ち、5年の構想と創作時間を経て、新たな領域を完成させた。



植物由来スクラン(保湿成分)などを配合した、なめらかなつ心地。LV オンブル 全8種 各¥36,300、レフィル¥13,200



リップスティックを取るのにミニチュアサイズのパニティケースなどもアイコニックなモノグラム・キャンバスが登場



トリートメント成分がたっぷり配合された快適なつ心地。LV パーム 全10色 各¥23,100、レフィル¥9,900

column ラグジュアリーとサステナビリティを両立

使う人とともに生き、長く愛用され、何度もくり返し使われること。インダストリアルデザイナーのコンスタンティン・グルッチは、「ラ・ボーテ ルイ・ヴィトン」をデザインするにあたり、プラスチックを最小限に抑え、アルミニウムや真鍮などの素材を選択。さらに、レフィル可能なものとし、ミニマルとラグジュアリー、そしてサステナビリティを両立。現代、そして未来をも見据えた“美のオブジェ”の具現化を実現した。

ラスした4色のカラーコンビネーション。ソフトな陰影からドラマティックな仕上がりまで、メイクがもたらす無限の可能性を予感させる。

一つひとつが、まるでオブジェのように美しく芸術的な「ラ・ボーテ ルイ・ヴィトン」。それは、かつてないビューティーの旅へと私たちを誘う。

©Steven Meisel



20年以上にわたり、「ルイ・ヴィトン」のバックステージで活躍してきた世界的メイクアップアーティスト、パット・マクグラス。

DR. VRANJES FIRENZE

フィレンツェに流れる時、光景を香りでオマージュ

オードパルファムコレクション

「FIRENZE IN TRANSLATION」が日本初上陸

イタリアのフレグランスメゾン「ドットール・ヴラニエス フィレンツェ」から、新たなオードパルファムコレクションが、待望の日本発売を迎えた。

ルーツである古都・フィレンツェへのオマージュを込めた香り、その魅力に触れる。

photo: Toshimasa Ohara(aosora), text: Satsuki Tadokoro



イタリア・フィレンツェのシンボル・ドゥオモ(大聖堂)の丸屋根をモチーフにしたガラスボトル。そのアイコンックなルックのルームフレグランスが、日本でも愛用者を増やしている「ドットール・ヴラニエス フィレンツェ」。古都・フィレンツェに息づくエレガンスとユニークネスを香りに昇華するメゾンから、新たに生まれたオードパルファムコレクション「フィレンツェ イン トランスレーション」が、日本でもついに発売を

スタートした。「私たちが目指したのは、言葉を感情に、そして感情を香りに変えることでした」と語るのは、調香師のエレオノーレ・ブルニエ氏。フィレンツェの街並み、風景、光、そこで過ごすひとときと流れゆく時間……。言い表すことの難しい繊細なニュアンスを、香りという形で描き出す。今回登場した香りそれぞれが、この街への憧憬、あるいは懐かしさetc. 深く個人的でありながら、普遍的な感情を呼び覚ましてくれるはずだ。

〈上・左から〉クールでモダンな香り“カボジエロ”、夕暮れのワクワク感をイメージした“イントリゴ”、“キアロスクーロ”は光と影が織りなす美を表現。〈下・左から〉ほのかに香るスパイシーな魅力で朝の目覚めに導く“マットゥティーノ”、真夏の午後の木陰のように爽やかな“メリッジャレ”、フローラル&フルーティな“ベタローゾ”、“ティンティンニオ”は乾杯の音色の愉しさをイメージ。すべて「FIRENZE IN TRANSLATION」各100mL ¥31,900、40mL ¥15,400、15mL ¥8,800

about
DR.VRANJES FIRENZE
1983年、イタリア・フィレンツェの小さな研究所で設立されたフレグランスメゾン。高品質のエッセンシャルオイルを用い、高度なクラフツマンシップにより生み出される唯一無二の香りは、まさに芸術。ブランドの名を高めたルームフレグランス「ロッシ ノービレ」をはじめ、五感を満たすアイテムが人気を博し、日本など世界75カ国でブランドを展開。

THE RITZ CARLTON OKINAWA 沖縄の光と風を感じる癒やしの空間 「ザ・リッツ・カールトン沖縄」



1,ロビー奥の象徴的な「水をたえた庭」 2,「かねひで喜瀬カントリークラブ」に隣接 3,沖縄の美しい海が見える客室 4,ダイニング「グスク」ではおいしい朝食ビュッフェを

沖縄 縄本島北部の「やんばる」の壮大な緑に囲まれた高台に立つ「ザ・リッツ・カールトン沖縄」は琉球の伝統的な美しさと自然の豊かさが調和する、ラグジュアリーなゴルフ&スパリゾート。

2024年末にリノベーションを終えた全97室のゲストルームはビューバスや広いテラスつき。琉球漆喰(しっくい)や琉球藍といった伝統技術や染料を使い、「やんばるグリーン」と「名護ブルー」を基調にした柔らかな色彩。窓から望む沖縄の雄大な自然とも調和し、琉球文化が息づく、心地よい空間となっている。

部屋からは、ホテルに隣接する「かねひで喜瀬カントリークラブ」の美しいグリーンと、東シナ海を一望できる絶景が広がり、ゆるやかな時の流れの中に身を置きながら、ぜいたくな時間を過ごすことができる。

味わう楽しさは三つのレストランで。イタリアン、鉄板焼き、沖縄料理と、個性豊かな沖縄の食材を取り入れた、斬新でオリジナリティあふれる料理ばかり。この場所だけで味わうことのできない、思い出に残るダイニング体験となること間違いなしだ。

ザ・リッツ・カールトン沖縄
〒905-0026 沖縄県名護市喜瀬1343-1
tel: 0980-43-5555
https://www.ritzcarlton.com/ja/hotels/okaraz-the-ritz-carlton-okinawa/overview/

le salon de marie claire 『marie claire』の世界観をもっとあなたの毎日に メンバーシップ「サロンド マリ・クレール」スタート!

ハ イエンドファッション誌『marie claire』は、時代を見つめる視点と洗練された感性で、ファッションやビューティ、ライフスタイルを発信してきました。このたび、読者の皆さまとより深くつながるためのメンバーシップ『le salon de marie claire(サロンド マリ・クレール)』が始動します。コンセプトは“知的で高感度なあなたのための、特別な体験と出合いの場”。会費・登録料は不要。どなたでもご参加いただけます。



le salon de marie claire

メンバー特典 (会費・登録料は不要)

- 限定プレゼント企画**
『marie claire』らしいセンスの光るプレゼントが定期的に登場します。
- メンバー限定イベント**
文化人や専門家によるトークショー、講座など『marie claire』独自のイベントを実施します(一部有料イベントあり)。

●読売新聞社主催イベントとの連携
展覧会や講演会のチケットを特別にご案内。

●**オリジナル旅行商品**
『marie claire』ならではの体験ができる特別な旅をご提案。

●**メールマガジン**
雑誌やWebに掲載される注目記事、会員限定の情報、イベント案内などを、メールでお届けします。

あなたの「好き」と「知りたい」が、
もっと広がる場所へ

「le salon de marie claire」は、あなたの感性と知性を刺激する、新しい情報との出合いのサロンです。ぜひこの機会にご登録ください。

※会員登録には読売ID(登録無料)が必要となります

メンバーシップ登録はこちらから

LINE 公式アカウント
アカウント名: **marie claire**

第1弾豪華プレゼントキャンペーンを実施中
←詳細はこちら

次号予告 marie claire 10月30日刊行です shop list 掲載商品のお問い合わせ先

ア ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512
| エルメスジャパン tel: 03-3569-3300
カ グッチ クライアントサービス tel: 0120-99-2177
| クリスチャン ディオール tel: 0120-02-1947

サ ジミー チュウ tel: 0120-013-700
| シャネル カスタマーケア tel: 0120-525-519
タ ドリス ヴァン ノッテン tel: 03-6778-7975
ハ フェラガモ・ジャパン tel: 0120-202-170

フェンディ ジャパン tel: 0120-001-829
プラダ クライアントサービス tel: 0120-45-1913
ミュウミュウ クライアントサービス tel: 0120-45-1993
リシュモン ジャパン アライア tel: 03-4572-4500

ルイ・ヴィトン クライアントサービス tel: 0120-00-1854
ロエベ ジャパン クライアントサービス tel: 03-6215-6116
ロジェ・ヴィヴィエ・ジャパン tel: 0120-957-940

marieclairejapon.com



Welcome to Our Site!



CHAUMET 大阪・関西万博フランス館にてエキシビジョン 「ショーム」が描く自然美への賛歌

自然の美と生命の輝き——。「ショーム」が大阪・関西万博で魅せるのは、245年にわたり育んできた自然主義の世界。伝統と革新が交錯する、特別なエキシビジョンへ。

「ショーム」は10月13日まで、大阪・関西万博のフランス館にてエキシビジョン『Chaumet, an Ode to Living Nature—ショーム、自然美への賛歌—』を開催中だ。1780年創業、ヴァンドーム広場に初めて店舗を構えたジュエラーとして、自然を創造の源とし、その美と生命力を讃えてきた歴史を持つ。「ショーム」のチャールズ・レオンCEOは本展の開催にあたり、次のように語る。「この特別で国際的なイベントに参加することで、『ショーム』にふさわしい認知度を与えたいと考えています。また、1851年のロンドン万博に初参加して以来続く、万国博覧会との絆を未来へ継承したいという願いもあります」

フランス館のテーマ「あらゆる形の愛への賛歌」に呼応し、自然への多様な愛、職人技への愛、そしてフランスと日本の深い結びつきを強調する。「『ショーム』の象徴的な自然主義的モチーフを取り入れた没入型体験を通じて、『瞬間としての自然』への敬意を表現しています。そして、日本文化や精神性における自然の役割を讃え、メゾンのジュエリー制作にも通じる日本の職人技への敬意を込めました」

展示は先進性を象徴するデジタルルームと、伝統と職人技を表す和紙のハニカムモチーフで装飾された空間を設けて、革新と伝統の対比を際立たせている。245年にわたりメゾンのインスピレーション源であり続けてきた「自然」を中心に、麦の穂、ミツバチ、蜂の巣といった象徴的モチーフを再解釈した空間が印象的だ。また、歴史的なハイジュエリーと現代コレクションを並置することで、スタイルとサヴォワールフェール(職人技)、伝統の継続性を表現したという。「創業当初から日本は特別な存在であり、その記録はアーカイブに連綿と残っています。日本の美術や



文化からインスピレーションを得てきた歴史があり、特にベル・エポックや1920年代の時期にその影響が見られます」。世界展開を早くから進めてきたハイジュエリーメゾンのひとつである「ショーム」。日本での展開は1974年に始まり、2024年には日本進出50周年を迎えた。本展はその長きにわたる絆をより一層深める機会となりそうだ。



チャールズ・レオン
「ショーム」CEO
香港中文大学とESSECを卒業後、「カルティエ」でキャリアを開始。2006年、「ショーム」に入社しアジア市場を牽引、VPに昇格。2018年より「フレッド」のCEOに就任し、再建に貢献。2024年1月、「ショーム」CEOに就任。国際経験と知識を生かし、約80店舗を擁するメゾンをさらに成長へと導いている。

朝比奈彩が案内する「marie claire TV」 エキシビジョンへと誘う旅の記録をWEBで公開

『marie claire』の視点から、世界を代表するメゾンやブランドの魅力を紹介する番組「marie claire TV」(BS日テレ)。9月に放送された「～ショーム 自然と歴史が織りなす美学～」には、「ショーム」のジャパンアンバサダーを務める女優・モデルの朝比奈彩が登場した。番組では、彼女がパリ本店やアトリエを訪ね、200年以上続くメゾンの歴史や伝統の職人技を体感。その後、「ショーム」の初代ミューズであったナポレオン1世の皇后ジョゼフィーヌゆかりのマルメゾン城にも足を運び、メゾンの創作の源となる自然や文化との深い結びつきや美学を探った。さらに、大阪・関西万博2025のフランス館で開催中のエキシビジョンをいち早く訪れ、その革新的な展示会場をレポートした。番組動画は現在、marie claire digitalにて公開中。時を超えて進化し続ける「ショーム」の世界観を、ぜひチェックしてみて。右からアクセスを。



魚座pisces2月19日～3月20日★静かな時間が自分の中の答えを引き出してくれる暗示。誰かに委ねたり、我慢せず、甘えてみたりすることで緊張していたあなたの心も解け、モヤモヤしていた案件がクリアに流れ出していきそう。