



m claire

👉 marieclairejapon.com

30th October, 2025

No.202

Joie De Vivre

豊かな秋がここに

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.202

8

月末から10月にかけて、『marie claire』のような雑誌を作る身にとっては、とても忙しい時期でもあります。

9月は東京での「楽天ファッション・ウィーク東京」、ま

たそれに続いてニューヨーク、ロンドン、ミラノ、パリとファッションウィークが続いて開催されました。東京での大型店舗のオープンやイベントも頻繁にあり、また弊誌のゴルフ・イベント「marie claire open golf 2025」も9月29日に開催されました。

この忙しさに、今年の歴史的といってもいい暑さはとても堪えました。

それでもファッションの世界にいる者としては、ショーを直接見ることは大切にしたいと、9月23日から29日まで開催されたミラノ・ファッションウィーク取材しました。

ヨーロッパ全体を覆う不安定な状況の中で、現実を忘れたという気持ちの表れなのでしょう、コレクションは全体的に明るく軽快で、華やかなものが多くみられました。

「フェンディ」はメンズとウィメンズの合同コレクション。往年のモデルも登場し、明るく華やかな雰囲気、軽快なコレクションを発表しました。「マックスマラ」はミニマリズムの中にもロマンティックさが感じられ、とても印象的なコレクションで、クリエイティブ・ディレクターであるイアン・グリフィスの新境地ともいえるのではないかと思います。「ジル・サンダー」は以前ジル・サンダー自身が開催していた会場でショーを開き、原点回帰を感じさせるクリーンなコレクションを発表。新クリエイティブ・ディレクターのシモーネ・ペロツティの就任後初めてのコレクションは、好評のうちに迎えられたと思います。「ブラダ」は何の仕掛けもないオレンジに塗られたフロアの上でコレクションを発表。我が道を行く発表形式でアイコンのアイテムを新しい組み合わせや形で発表しました。そこに「ブラダ」の自信を感じ取ったのは私だけではないと思います。

クリエイティブ・ディレクターが元「バレンシアガ」のデムナ・ヴァザリアに変わった「グッチ」は、通常の発表形式ではなく30分の映画を公開。デミ・ムーアなど映画の登場人物が「グッチ」を身に着けていて、上映会場のすぐ隣の部屋でそのウェア、アクセサリーなどが展示されていました。トム・フォードの時代の「グッチ」とアレクサンドロ・ミケーレの時代の「グッチ」が融合したような感じで、慎重な姿勢の中にも刷新された「グッチ」の可能性を感じることができました。

ほかにもイタリアの職人技を前面に押し出した「トッズ」はアイコンのゴンミーノの持つ要素をウェアやアクセサリーに使用。またイタリアの職人技といえば靴の「サントーニ」「ジャンヴィット ロッシ」「ジミーチュウ」「セルジオ ロッシ」、バッグの「ヴァレクストラ」「フルラ」「フランツイ」「セラピアン」などでの展示会ではそれぞれのブランドが趣を凝らした展示会を開催し、新作デザインを発表しました。「ロロ・ピアーナ」や「ブルネロ クチネリ」のようなイタリアの職人技と上質な素材が強調された展示会やパーティはイタリアン・ラグジュアリーな雰囲気の中で展開され、見に来た我々をほっとさせてくれます。

全日程はいられなかったのが、好調の「フェラガモ」や「ドルチェ&ガッバーナ」「ボッテガヴェネタ」といったイタリアを代表するブランドを見ることができなかったのは残念でした。

亡くなられた「ジョルジオ・アルマーニ」のショーには、アルマーニと関係の深かったリチャード・ギア、ケイト・ブランシェット、グレン・クロウズといったハリウッドスターが会場に姿を見せました。「エンポリオ・アルマーニ」のほうも、いつもと変わらないエレガンスさは健在で、ショーの後、しばらくはスタンディング・オベーションがやみませんでした。しかし、もちろんアルマーニは出てこず、みなアルマーニの幻影を求めるがごとく、しばらくは会場を去ろうとはしませんでした。

ミラノの街頭や地下鉄の駅には「アルマーニ」のポスターや映像が流れ、いまさらながら大きな存在がなくなったのを実感させられました。

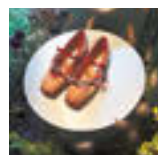
2025年10月30日



フェンディ マックスマラ ジル サンダー エンポリオ・アルマーニ



イタリアの職人技を前面に押し出した「トッズ」のショー。会場入り口の職人のプレゼンテーション



「ジミー チュウ」の新作



「ヴァレクストラ」の新作



「セラピアン」の展示会は歴史的な会場で、アーティストとコラボレーション



「フランツイ」の展示会ではパレリーナのまわりをバックが囲む



ミラノの街には50周年をむかえ、王がいなくなった「ジョルジオ・アルマーニ」のビルボードが

田居克人

Katsuto Tai, marie claire 編集長

Contents

- 11 Welcome to marie claire /
- 12 Cover Story: Takuya Kimura /
- 14 Cartier /
- 15 Style Picks: Bomber Jacket /
- 16 Style Picks: Fur Revival /
- 17 Max Mara /
- 18 Art: Art Deco 100th /
- 23 Traditional Crafts: HOSOO /
- 24 BVLGARI /
- 25 RIMOWA /
- 26 Van Cleef & Arpels /
- 28 Chopard /
- 29 Restaurant & Bar /
- 33 Hotel Selection /
- 34 Dom Pérignon /
- 35 HERMÈS /
- 36 HANKYU BEAUTY WINTER 2025 /
- 38 Eli Lilly and Company /
- 39 News, shop list

cover

photo: Akinori Ito (aosora)
styling: Tsuyoshi Noguchi
hair & make-up: Ryuji Nakashima (Happ's)
direction: Satoko Hatakeyama
jacket, T-shirt: TOM FORD

marie claire

2025年10月30日発行 第14巻 第10号 (通巻202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
Malchinbayer 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
〒100-8055 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 Pailh
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。

marieclairejapon.com



Welcome to
Our Site!



「marie claire」
LINE公式アカウントはこちら

山田洋次監督の最新作に出演 木村拓哉が触発された現場の情熱 Takuya Kimura

山田洋次監督の91本目の最新作『TOKYOタクシー』に木村拓哉が出演する。フランス映画『パリタクシー』の舞台を日本に置き換え、山田監督の目線で東京の街と人生模様を描く。木村が演じるのはタクシー運転手。倍賞千恵子演じる乗客のマダムと会話を重ね、心を通わせる。刺激に満ちた現場を振り返り、作品と本気で向き合う喜びを語った。



毎日休みなく働くタクシー運転手・宇佐美浩二（木村拓哉）は、娘の入学金や車検代、家の更新料など次々にのしかかる現実を、頭を悩ませていた。ある日、85歳のマダム・高野すみれ（倍賞千恵子）を東京から神奈川・葉山の高齢者施設まで送る仕事を依頼される。最初はぎこちない二人だったが、寄り道を重ねるうちに心を通わせ、すみれは自身の過去を語り始める。たった一日の旅が、二人の人生に奇跡をもたらしていく。



『TOKYOタクシー』
出演：倍賞千恵子、木村拓哉、蒼井優、迫田孝也、優香、中島瑠菜、神野三鈴、イ・ジュニョン、マキタスポーツ、北山雅康、木村優来、小林稔侍、笹野高史
監督：山田洋次
脚本：山田洋次 朝原雄三
原作：映画「パリタクシー」（監督 クリスチャン・カリオン）
配給：松竹
©2025映画「TOKYOタクシー」製作委員会

山田監督とのタッグは、『武士の一分』以来、19年ぶりです。山田監督が新作を撮る時、その中に僕が「いたらいいな」と思ってくれたなら、どんな役でもやります。『武士の一分』から時が経って、監督は94歳。年齢が変わっただけで何も変わらない。現場では杖を持っていっちゃうんですが、セットに置かれた台拭きの色が気になったら、「なんでこんなものがここに置かれているんだ」とスタスタスタ！ 素早く取りに行き、杖いらんじゃん、と（笑）。

現場は緊張感に包まれているのでしょうか。張り詰めた空気は一切ないけど、厳しいですよ。本（台本）読みから本気です。俳優が台詞を発したら、その人の前にキャラクターのホログラムが映し出されていなければならない。監督が「そうじゃないんだよ」「もう一回」と言って、一向に進まないんです。撮影初日には、山田組常連のスタッフが「カメラが回っている」と興奮していました。初日は本番を撮れないことも多いしくて。撮った映像を見返して気になる部分があったら、なんの抵抗もなく撮り直し。監督の作品で咲き続けている倍賞さんは、それに対して驚きも不平不満も全くない。

倍賞さんは『男はつらいよ』シリーズをはじめ、60本以上もの山田監督作品に出演されています。そして木村さんと倍賞さんといえば、ジブリ映画『ハウルの動く城』での声の共演を思い出しますね。倍賞さんと実際に共同作業をするのは今回が初なんですけど、『ハウル』があるので初めてという感じはありませんでした。倍賞さんはものすごいキャリアを積まれているのに、監督から「もっと苦しいんだよ」「ちゃんと思ひ浮かべなよ」とか、しっかり怒られている。「山田さん」とは呼ばず、常に「監督」。そういう関係がうらやましくもありました。

タクシーは東京の街を走っているようにしか見えませんが、実はセットの中にタクシーを入れ、周りを取り囲むLEDパネルに車窓の風景を映し出すバーチャルプロダクション撮影が行われています。現場でプログラマーがあらゆる情報を連動させるのは大変です。監督が「いくよ、用意！」と撮ろうとしたら、「少々お待ちください」となることもある。すると「僕はね、テクノロジーを撮りに来てるんじゃないんだ。芝居を撮りに来てるんだよ」。監督は常に食欲で真面目なんです。本気度が下がっている瞬間がないので、スタッフも出演者も上げておかなければいけない。でも、監督ぐらい真面目にやり続けたらぶっ壊れるんじゃないかな？ 真面目で思い出すのは、『武士の一分』の時、口移しで投薬するシーンがあつて。監督がそばに来て、「僕はね、キスシーンというのは撮ったことがないんだよ」と……。どうしたらいいいのか、頭がこんがらがったんですけど（笑）。今回の作品ではマダムの波瀾万丈な過去が描かれるので、監督、大丈夫なのかなって。

苦しい時代もたくましく生きた人生を讃える作品です。木村さんご自身は困難に直面した時、どう乗り越えてきましたか。一人で頭でっかちでいたら、本当に立っていられないくらいの状況になると思うんです。でも、一緒に現場で作業して下さる方がいる。皆さんの本気を見ると応援たくなって、それが推進力になります。家族の存在も大きいですね。この仕事は大変そうに見えるかもしれないけど、腹を括ったら大変じゃないと思う。自分は家族ができた時、腹を括れたのかもしれませんが。最終的になんのためにやっているのかと考えると、「観ました」と言ってもらえるとか、そういうコミュニケーションが大切で。誰かに届いたとわかった時に充実感があって、つらいことがあっても全部帳消しになる。キャッチしてくれる人がいるからボールを投げられるんです。

木村拓哉
1972年11月13日生まれ、東京都出身。
1988年から2016年までSMAPのメンバーとして活動。
ドラマ「あすなろ白書」（1993年）、
「ロングバケーション」（1996年）、
「HERO」（2001年）、
「華麗なる一族」（2007年）、
「BG～身辺警護人～」（2018年）、
「風間公親-教場0-」（2023年）、
映画「武士の一分」（2006年）、
『マスカレード・ホテル』（2019年）、
『グランメゾン・パリ』（2024年）など多数の話題作に出演。
photos: Akinori Ito (aosora)
styling: Tsuyoshi Noguchi
hair & make-up: Ryuji Nakashima (Happ's)
direction: Satoko Hatakeyama
interview & text: Saya Tsukahara

〈cover〉レザージャケット¥1,563,100
Tシャツ¥1,001,000（ともにトム・フォード/トム・フォードジャパン）
（P12）コート¥1,210,000 シャツ¥288,200 パンツ¥242,000 ブーツ¥291,500 [すべて予定価格]（すべてブラダ/ブラダ クライアントサービス）



〈右〉Louis Vuitton パワーショルダーとウエストのシェイプがモダン。エレガントなドレスとの相性も抜群。ジャケット¥935,000 ドレス、バッグ、シューズ、サングラス [すべて参考商品] (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)



©Filippo Fiori



〈上〉Saint Laurent ロングドレスに合わせたビッグシルエットのレザーボンバーが今の気分。ブルゾン¥1,265,000 ニットトップ ¥277,200 シューズ¥319,000 [参考価格] ドレス、イヤリング [ともに参考商品] (すべてサンローラン バイ アンソニー・ヴァカレロ/サンローラン クライアントサービス)



courtesy of Phoebe Philo



〈上〉Dior ショルダー部分にカットワークを施し、ジップをあしらったロックなデザインのレザージャケットがフェミニンなブラウスとミックスマッチ。ジャケット、ブラウス、パンツ、ブーツ [すべて参考商品] (すべてディオール/クリスチャン ディオール)



Bomber Jacket

エレガントに纏うボンバージャケット

今季ワードローブのスタメンにしたいのは、レザーのボンバージャケット。ミリタリーテイストに旬のエッセンスを加えた気品漂うデザインがラインナップ。パワーショルダーやクロップド丈など今どきのシルエットで新しいバランスを狙って。

styling: Mutsuko Matsukawa
text: Miyuki Kikuchi

1.Prada メンズのシルエットを再解釈し、あえてオーバーサイズに。柔らかなで上質なナッパレザーにヴィンテージ感を添えて旬の表情に。ジャケット¥1,155,000 [予定価格] (ブラダ/ブラダ クライアントサービス) **2.Loewe** 柔らかなメロナバラムスキンをたっぷり使用。裏地にシルクを配し、フリンジのようなレザーストリップがドラマティックな着こなしを叶えてくれる。ナバラムジャケット¥1,309,000 (ロエベ/ロエベ ジャパン クライアントサービス) **3.Ferragamo** 両サイドのポケットに「HUG」のガンチーニディテールのパーツを施したキャッチーな一着。ブルゾン¥968,000 (フェラガモ/フェラガモ・ジャパン) **4.Gabriela Hearst** 柔らかなディアスキンレザーを纏ったタイムレスな一着。シアリング襟がクランカルに洗練さを添えてくれる。ジャケット¥2,138,400 (ガブリエラ ハースト/ガブリエラ ハースト ジャパン) **5.Burberry** イタリア製のウォッシュレザーを使用。アーム部分に1980年代のアーカイブモチーフにインスパイアされたレザーの「ナイトスタンプ」を配したシンプルなデザイン。ジャケット¥902,000 (バーバリー/バーバリー・ジャパン) **6.Phoebe Philo** 旬のクロップド丈が登場。光沢のあるナッパレザーを使用し中綿を入れ、裏地にはブラックのキルティングを採用するなど機能美も重視。ジャケット¥798,000 (フィビー ファイロ)



Robbie Lawrence © Cartier

1、ニューヨークを舞台に、“LOVE”誕生当時の広告にオマージュを捧げた最新キャンペーンビジュアル。“LOVE アンリミテッド”ブレスレット [YG] ¥1,491,600 “LOVE”ブレスレット [WG] ¥1,346,400 [YG] ¥1,254,000 **2**、パリの街角で寄り添う恋人たちを、メゾンの象徴“パンテール”が優雅に見守るキャンペーンビジュアル **3**、リジットなオーバル型のオリジナルモデルを、しなやかな構造へと再解釈。“LOVE アンリミテッド”ブレスレット [WG] ¥1,597,200 [YG] ¥1,491,600 **4**、輝きの表情が異なる3種類のゴールドで展開。“LOVE アンリミテッド”ブレスレット [PG] ¥1,491,600 **5**、柔らかな光を放つピンクゴールドも揃う。“LOVE アンリミテッド”リング [WG] ¥456,500 [YG] ¥429,000 (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)



Robbie Lawrence © Peter Langer © & Cartier



Robbie Lawrence © Cartier

カルティエ ニューヨークのアトリエで1969年に誕生した名作“LOVE”ブレスレット。デザイナーのアルド・チブプロが生み出したのは、専用のドライバーでビスモチーフを留め、強い想いを永遠に封じ込める、大胆で画期的なデザインだった。それは自由な愛をかたちにし、深い絆を象徴するジュエリーとして、瞬く間に時代のアイコンとなった。その精神を受け継ぎ、今、新たな章を切り開くのが“LOVE アンリミテッド”である。

新作は、無数のリンクをゴドロン装飾のように連ねた精緻な構造で、人間工学に基づいた心地よい肌触りとしなやかなフィット感を実現。ブレスレットにはアイコンックなビスモチーフが配され、縦のラインとラウンドフォルムが織りなすコントラストが、モダンなリズムを描き出す。職人の手で丁寧な磨き上げられたビスの輝きとリンクの光沢が重なり合い、立体的な光の表情を生み出している。

ボディと一体化したクラスプは、シームレスなデザインで洗練された佇まいとスムーズな着脱を約束。さら

にクラスプ部分を用いて2本のブレスレットを連結すれば、二重巻きのアレンジも楽しめる。大切な人とお揃いで着けたり、シェアしたり、時にはふたりを結ぶように連ねたり、多彩なスタイルで楽しめるのもユニークな魅力だ。同じ美学を映したリングも見逃せない。

半世紀を超えてなお進化を続ける“LOVE”の物語は、“アンリミテッド”という名の通り、これからも広がり続けていく。



©Cartier

1970年代、“LOVE”ブレスレットを纏った男女が手を交わす広告が、ニューヨークの日刊紙に掲載され話題に



Max Mara

タイムレスな“キャメル”の魅力 「マックスマラー」が描く 真のラグジュアリー

イタリアを代表するラグジュアリーブランド「マックスマラー」がブランドの象徴であるキャメルを主役にしたキャンペーンを展開中。長年、大切にしてきた価値観、普遍的なエレガンスを投影したビジュアルが印象的だ。東京・表参道では、“キャメル”をテーマにしたポップアップストアも開催される。

photos: ©Max Mara
text: Tomoko Kawakami

1951年の創業以来、精緻なテーラリングによるモダンなコートをコレクションの核に据えてきた「マックスマラー」。1981年の「101801」や1998年の「マニエラ」2013年の「テディ」など、名作コートを次々と世に送り出し、そのすべてにキャメルカラーを用いてきた。「マックスマラー」にとって“キャメル”は、単なる色や素材ではなく、ブランドの歴史、哲学、女性像を象徴する永遠のシンボルといえる。黒や白に並ぶ「第三の定番色」として、静けさと力強さを併せ持ち、流行に左右されない普遍の美を体現しているのが“キャメル”だ。

今季のキャンペーン「Time, Tailored.」でも、やはり“キャメル”がフォーカスされている。「マックスマラー」の本質を“時間”というテーマで再定義したこのキャンペーン。変化の速さが価値とされる現代において、「時間の質」こそ真のラグジュアリーであると提唱する。フォトグラファのオリバー・ハドリー・パーチが撮影したビジュアルには、



パリの街を舞台にキャメルのコートを纏ったモデルのエディ・キャンベルが登場。人々の喧騒の中を颯爽と歩む姿が、「速さに合わせるのではなく、時間の質を見極めることこそが真の力である」というメッセージを体現している。

1981年に発表されたキャメルコート「101801」とそのスケッチ。時代や国境を越え、世界中の女性たちのワードローブに欠かせない「永遠の定番」となっている



ブランドを象徴する“キャメル”をテーマにしたポップアップストア「THE CAMEL, timeless」。会場では、クラフツマンシップに裏打ちされた上質なキャメルのアイテムを展開。限定商品やインスタレーション、さらに特別なギフトも見逃せない。1.キャメルカラーは今回の限定色。テディ ベスト¥ 371,800 2.ブランドのアイコン、テディベアファブリックを使ったストール。テディ マフラー¥148,500 [ともに表参道クロッシング ポップアップストア及び青山店・表参道店・銀座三丁目店のポップインストア、ECにて限定発売] 3.テディベアファブリックが優しく、暖かく耳を包む。テディ イヤーマフ¥50,600 (すべてマックスマラー/マックスマラー ジャパン)

Pop Up Store

「THE CAMEL, timeless」
会期：2025年11月21日(金)～30日(日)
会場：OMOTESANDO CROSSING PARK
住所：東京都港区南青山5丁目1-1
時間：11:00～20:00
*21日のみ12:00～20:00

marie claire
STYLE PICKS



Fur Revival

大胆に魅せるファーがこの冬の主役

ファーがランウェイに華やかに復活。ラグジュアリーでグラマラスな存在感がこの冬のスタイルに新たな気分を呼び込む。ゴージャスなアウターから遊び心宿るシューズ、バッグまで、最新ファーの魅力を幅広くご紹介。

styling: Mutsuko Matsukawa
text: Miyuki Kikuchi

1.Chanel 一点投入で一気にキャッチーなスタイルに。バイカラーの「ダブルC」がアイコニック。マフ¥261,800(シャネル/シャネル カスタマー ケア センター) 2.Hermès シープスキン「ジュリア」が初登場。暖かく包み込む履き心地とアッパーのバックル“ケリー”がモードな雰囲気を高めてくれる。サンダル “ジュリア” [H1cm] ¥260,700(エルメス/エルメスジャパン) 3.Celine トレンドのレオパードとファーのMX。インバットのあるコートを取り入れて。コート¥1,056,000[予定価格](セリーヌ/セリーヌ ジャパン) 4.Fendi 上質なミンクを使用したバタフライチャーム。バッグやキーにつけてラグジュアリーなムードを楽しんで。キーリング¥162,800[予定価格、11月下旬発売予定](フェンディ/フェンディ ジャパン) 5.Valentino Garavani ランウェイにも登場したフィンガーレスグローブはエッジを利かせたコーデにマッチ。パーティーシーンにも活躍間違いなし。グローブ¥125,400(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.Balenciaga アイコンバッグから新作が登場。ベージュのシアリングバイピングトリポンがシンボリック。バッグ“ル・シティ バッグ ミディアム” [W38.5×H24×D13.5cm] ¥533,500[予定価格、取り外し可能ストラップ付き](バレンシアガ/バレンシアガ クライアントサービス) 7.Bottega Veneta リラックス感のあるモコモコ素材にアッパーのVカッティングを添えてモード感をプラス。シューズ“ローサバレーナ” [H1cm] ¥170,500(ボッテガ・ヴェネタ/ボッテガ・ヴェネタ ジャパン) 8.Jimmy Choo ブランドを象徴する定番バッグをファーで再解釈。留め具はパールで華やかに。バッグ“ボン ボン” [W14×H15×D9.5cm] ¥181,500(ジミー チュウ) 9.Chloé ジュエリー感覚で纏いたいふわふわのシアリングスカーフは様々なコーデのムードを変えてくれる優秀な一点。スカーフ¥598,400(クロエ/クロエ カスタマーレレーションズ)

ポスターやジュエリーで辿る アール・デコ時代の新たな女性像

Art Deco 100th

1925年のパリで開かれた「アール・デコ博」。100周年を記念して、展覧会「新時代のヴィーナス！アール・デコ100年展」が開催中だ。
グラフィックや「ブシュロン」のジュエリーから女性の生き方をひもとく。

text: Saya Tsukahara



G・K・ベンダ《ミスタンゲット》1930年
サントリーポスターコレクション（大阪中之島美術館寄託）

大阪・関西万博が開催された2025年。そのちょうど100年前に、フランス・パリで、「現代装飾美術・産業美術国際博覧会」が催された。「アール・デコ博」と呼ばれるこの博覧会は、装飾様式として歴史に名を残すことになる。幾何学的、直線のデザインを特徴とし、装飾美と機能性を兼ね備えたアール・デコ。建築・工芸・絵画・ファッションなど、あらゆる分野へ波及し、1910年代から1930年代にかけてヨーロッパを席卷した。アメリカでも流行し、ニューヨークのエンパイア・ステート・ビルやクライスラー・ビルもアール・デコ建築の代表例として知られる。

100周年を迎える今年、アール・デコに関連するさまざまな展覧会が開かれている。大阪中之島美術館で開催中の「新時代のヴィーナス！アール・デコ

100年展」は、「アール・デコと女性」がテーマだ。当時の新しい女性像を示したポスターを約100点展示するほか、「ブシュロン」のアーカイブジュエリー、「BMW」社のクラシックカー、香水瓶、ドレスなどが集まる。

アール・デコの時代、女性のファッションは大きく変化した。それ以前の流行は、植物など自然をモチーフにし、有機的な曲線を多く用いたアール・ヌーヴォー。当時、女性のスカート丈は長く、髪もロングが主流だった。打って変わってアール・デコ時代には、短いスカートやショートヘアが人気に。ポスターに描かれた女性たちの自由で活動的な姿が目を引く。この時代に憧れの的となった女性は、ムーラン・ルージュの人気女優ミスタンゲット。ダンスを踊り、高らかに歌う彼女をモデルにした大型グラフィック作品も展示される。

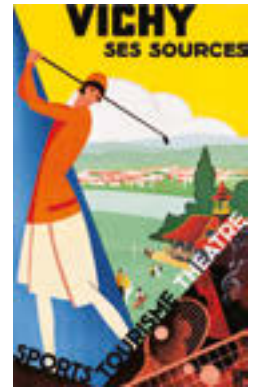
また、女性が社会進出を果たすとともに、ライフスタイルも変化していく。経済的に自立して、ゴルフやスキー、乗馬、テニス、スケートといったレジャーを楽しむ様子が描かれた。自動車、飛行機、鉄道、船舶などの交通手段も発達し、それらの宣伝広告には最先端の女性像が登場。グラフィックから、世の中の移り変わりを見ることができる。

新しいライフスタイルの中で使用されたのが、ジュエリーのように精緻に作られた「ビューティーケース」。1920年代以降に女性たちが携えたこの小物には、パウダーコンパクトやリップホルダーが収められている。ジュエラーはビューティーケースを格好のキャンバスとして、技巧を凝らした。アール・デコ時代は異文化が芸術表現に影響を与えた時代でもあり、日本のモチーフを描いた漆のパネルなどが取り入れられていることにも注目したい。

この漆のケースをはじめ、今回展示される「ブシュロン」のアーカイブジュエリーには、時代の様相やアール・デコの意匠が反映されている。例えば、インド



カール・モース
《フィルンのアイスクリーム》
1922年
サントリーポスターコレクション
（大阪中之島美術館寄託）



ロジェ・プロデル
《温泉地ヴィシー、スポーツ、旅行、劇場（PLM鉄道）》1928年
サントリーポスターコレクション
（大阪中之島美術館寄託）

の王侯貴族のために作られたバックルベルトや、インドの伝統技法で繊細に彫刻されたエメラルドのブローチ。20世紀初頭、インドの王侯貴族がヨーロッパを訪問する機会が増え、影響を受けたジュエリーが作られた。ほかにも、幾何学的なパターンと黒と白のコントラストというアール・デコ様式の特徴を備えたブローチ、アール・デコ時代に再評価されたラピスラズリの懐中時計など、煌びやかなジュエリーの数々が並ぶ。

多彩な展示物から、100年前の女性たちの生き方や暮らしぶり、憧れが浮かびあがる。デザインを通して歴史を知る豊かな時間となるだろう。

Exhibition data



新時代のヴィーナス！
アール・デコ100年展

会場：大阪中之島美術館 5階展示室

住所：大阪府大阪市北区中之島4-3-1

会期：2026年1月4日（日）まで

開館時間：10:00～17:00（入場は16:30まで）

休館日：月曜日、11月4日（火）、11月25日（火）、

12月30日（火）～1月1日（木・祝）

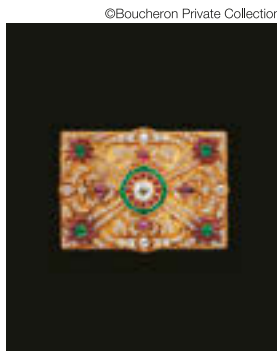
※11月3日（月・祝）、

11月24日（月・振休）は開館

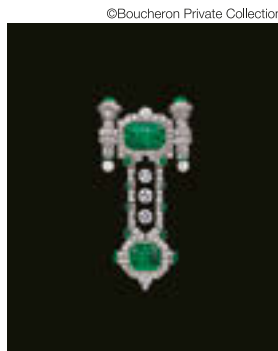
問い合わせ：06-4301-7285



ブシュロン《日本の漆のコンパクトケース》
1921年



ブシュロン《ピーカーネールのマハラジャの
バックルベルト》1924年



ブシュロン《彫刻の入ったエメラルドの
ブローチ》1930年



ブシュロン《アール・デコ ブローチ》
1927年



ブシュロン《懐中時計》
1930年

日本の伝統工芸が世界から注目を集めている。ラグジュアリーの世界を形作る上でも欠かせない存在であり、その価値は高まっている。「MORE THAN TEXTILE (テキスタイルを超えて)」を信条に挑戦を続けるのが、元禄元年(1688年)創業の京都・西陣織の「HOSOO」。12代目で社長の細尾真孝さんは、新たな伝統工芸のムーブメントのフロントランナーだ。

今年4月に開催されたミラノデザインウィークで、イタリアのデザインデュオ「ディモーレスタジオ」とコラボレーションを行い、新作のテキスタイルを披露した。

展示の舞台となったのは、ミラノ在住のアーティストであるオザンナ・ヴィスコンティの歴史ある邸宅兼アトリエ。重厚な空間に協業でできたテキスタイルを使った家具が並んだ。

テキスタイルのデザインの源となったのは、細尾家に代々受け継がれてきた帯の図案。着色されないまま保存されている図案を使い、ディモーレスタジオが選んだ色彩により、現代的なデザインが生まれた。

西洋と東洋、伝統と革新、現在と過去という要素が交錯した作品は話題となり、「ぜひ見たい」という人で長蛇の列ができたほど。

「これまで革新という部分に力を入れてきたが、今回は自分たちの歴史という原点に立ち返った。西洋の視点が入ることで、新たに気付かされることも多かった」

1200年の歴史を持つ京都の西陣織は、高度な技術に裏打ちされた伝統工芸だ。しかし、市場規模はこの30年ほどで10分の1にまで縮小している。

海外展開を試みてはみたものの、事業にはならなかった「HOSOO」の転換点となったのが、世界的な建築家ピーター・マリノとの出会いだった。パリで開催された日本文化を紹介する展覧会で「HOSOO」の作品を見て、フランスの「ディオール」の店の内装用の布の開発を依頼してきた。しかも鉄の溶けたような柄。和柄でなければ勝負できないというのが思い込みだったことに気付いた。

だが、ネックとなったのが、織機。着物や帯の布を織る約32cmという幅が可能性を狭めていた。150cm幅の織機を開発したことで、西陣織の持つ可能性を広げたという。

現在、「HOSOO」のテキスタイルは個性や格式を求める国内外の高級ホテルやブティックのインテリアに欠かせない存在となっている。

伝統と西陣特有の細かな分業体制、職人の技術に裏打ちされた革新的な取り組みは2023年、優れたクラフツマンシップの継承発展を目的としているフランスのLVMHメティエ ダールとのパートナーシップ締結へとつながった。

ほかにも東京大学などと組んで最新技術を取り入れた織物の研究開発なども行っているが、決して斬新さだけを追求しているわけではない。2020年に古代染色研究所を設立。日本に古代から伝わる自然染色や植物染めの再現の研究を行っている。活

動の中心となっているのは20〜30代の若い世代だ。また、長い歴史と神聖な意味も持ち、日本人に親しまれてきた麻布を日本発の高級なテキスタイルへ発展させようと、エイベックスエンタテインメントが展開していたラグジュアリーヘンプテキスタイルブランド「majotae(マヨタエ)」の事業を10月1日に継承した。「日本の伝統工芸には世界の人が知らない技術や素材、ストーリーがまだまだたくさんある」と、細尾氏は言う。

「『伝統を守る』という言葉の響きはいいけれど、そこに安住するのは思考停止と同じ。伝統を強く信じているからこそ挑戦を続ける。伝統はそんな簡単に壊れるものではありません」

宮智 泉(マリ・クレールデジタル編集長)



西陣織の伝統的な織りの技法「紗(しゃ)」の技術に応用したテキスタイルを使った現代的な茶室「織庵」



江戸時代中期から大正時代にかけての西陣の染織裂(きれ)を貼り合わせた、細尾家の「長寿屏風(びょうぶ)」。128点の大小様々な裂を貼り合わせて記録として残した「貼交(はりまぜ)屏風」



2025年のミラノデザインウィークで発表された新作は、イタリアのデザインデュオ「ディモーレスタジオ」との協業。新作テキスタイルを張り込んだ家具が並んだ

HOSOO 日本の伝統工芸が切り開く新しい未来 京都・西陣織「HOSOO」

千年を超える技と美意識が、伝統に息づきながら現代と響き合う。日本の伝統工芸は、静かに、しかし力強く、新しい表現の扉を開いている。

photos: ©HOSOO



12代目で社長の細尾真孝さん



西陣織の最高の技術と現代的なデザインを融合させた「HOSOO COUTURE」



1.グリーンのトーンがモダンな装いに映える。“Groove”クロスボディバッグスモール [W19.5×H10×D8.5cm] ¥180,400 2.ベージュなブラックはどんな装いとも好相性。(左)“Groove”ショッピングバッグ [W38×H27×D15cm] ¥323,400 (右)“Groove”クロスボディバッグラージ [W28×H13×D10cm] ¥266,200 3.多彩なカラーバリエーションが揃う。“Groove”クロスボディバッグスモール [W19.5×H10×D8.5cm] 各¥180,400 4.これまで「リモワ」にはなかったピンクに心躍る。“Groove”クロスボディバッグスモール [W19.5×H10×D8.5cm] ¥180,400 5.ポーチや内ポケットに加えて、スーツケースに固定することができるベルトも備わる。“Groove”ホーボーバッグ [W22×H36×D17.5cm] ¥304,700 (すべてリモワ/リモワ クライアントサービス)



2

高

性能かつ洗練されたスーツケースで絶大な人気を誇る「リモワ」がこの秋発表したのは、上質なイタリアンレザーで仕立てたバッグ。その名も“Groove Collection (グルーヴコレクション)”。グルーヴとは1950年に「リモワ」が初めて、アルミニウム素材のスーツケースに施したグルーヴ(溝)デザインで、今なおブランドのアイコンとして愛されている。その象徴的なデザインがしなやかなレザーに表現され、新たな表情を描き出した。

中でも真っ先に手に取りたいのがクロスボディバッグだ。軽くてコンパクトなのに収納力があり、ボックス型のフォルムが旬の気分。大きさはラージとスモールの2サイズ。ラージはブラックとシルバー、スモールにはシーズン限定カラーのピンク、バーガンディ、グリーンなどの華やかな彩りも揃う。秋のシックな装いの差し色として、またはちょっとしたドレスアップにも調和してくれそうだ。この他にはショッピングバッグやホーボーバッグも登場。日常のさまざまなシーンに溶け込み、「リモワ」の哲学と機能美を体感できる“Groove Collection”の魅力をぜひ手に取って確かめてほしい。

RIMOWA

「リモワ」のデザイン哲学と機能美が宿る初のレザーバッグ “Groove Collection”が誕生

ドイツ発のプレミアムラゲージブランド「リモワ」から、初のレザーバッグコレクションが登場。ブランドを象徴するデザインを再解釈したバッグは、日常の装いにこそ映える新たな魅力を放っている。

photos: ©RIMOWA

BVLGARI

万華鏡のように鮮やかな色彩の世界へ「ブルガリ カレイドス 色彩・文化・技巧」

ローマを代表するハイジュエラー「ブルガリ」。その比類なき色彩美に光を当てる展覧会「ブルガリ カレイドス 色彩・文化・技巧」が、国立新美術館にて12月15日(月)まで開催。約350点の名品が織りなすドラマティックなジュエリーの旅を堪能して。

photos: ©BVLGARI
text: Miyuki Kikuchi



4



1



2



3

1.会場デザインは、「ブルガリ」と、妹島和世と西沢立衛が主宰する日本の建築家ユニット「SANAA」、イタリアのデザインユニット「フォルマファンタズマ」が協働して手がけた。ローマ・カラカラ浴場のモザイクのパターンと東京のイチヨウの葉の形にインスピレーションを得ている 2.第2章「色彩の象徴性」の神秘的な展示スペースの中央には、蛇をモチーフにした「セルペンティ」プレスレットウォッチが並ぶ 3.中山晃子によるダイナミックなインスタレーション《Echo》では、水、音、鉱物顔料が混ざり合いながら、移りゆく流動的なフォルムを空間に投影



6



8



7

展

展覧会のタイトル「カレイドス」はギリシャ語の「美しい(カロス)」と「形態(エイダス)」に由来し、変容する色彩世界の旅を象徴している。1950年代に確立された色石の大胆な組み合わせは、ジュエリーを装飾から芸術へと高め、「ブルガリ」の「色石の魔術師」としての名声を確固たるものにした。本展では、まるで万華鏡のように多彩に姿を変える色彩の魅力を、「ブルガリ」ならではの視点で読み解いていく。

見所は、3つの章で迫る圧巻のジュエリー展示と卓越した職人の技巧、映像やインスタレーションによる没入的空間を通じて、色彩をめぐる知的な探究と感性体験を同時に楽しめるところだ。第1章は「色彩の科学」とし、科学的なアプローチから色彩を紐解き、第2章では「色彩の象徴性」をテーマに文化や象徴性に宿る意味を探究。さらに第3章では「光のパワー」

に焦点を当て、ジュエリーの輝きが生み出す幻想的な世界を表現している。

また、イタリア国外では一度も展示されたことのないシトリンの《ブレスレット》(1940年頃)をはじめ、ダイヤモンドと壮麗な7つのエメラルドを配した伝説的な《ネックレス》「セブン・ワンダーズ」(1961年)、最終章ではアメシストやターコイズ、シトリン、ルビー、エメラルド、ダイヤモンドがあしらわれた傑作《コンバーチブル・ソートワール＝ブレスレット》(1969年頃)など希少なアーカイブが集結し、日本における「ブルガリ」の展覧会としては10年ぶり、過去最大のスケールとなっている。

さらに、注目は現代アーティストの森万里子、ララ・ファヴァレット、中山晃子らのインスタレーション。宝石の煌めきと重なり合い会場にダイナミックな輝きを添えている。

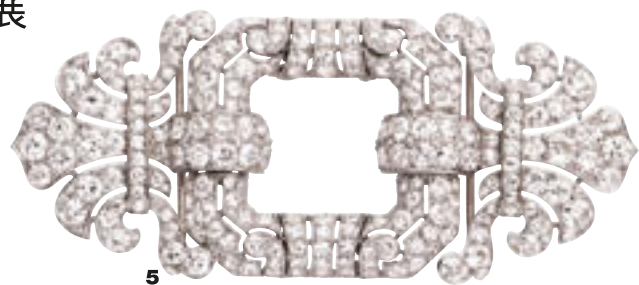
4.1969年頃に制作された唯一無二の傑作《コンバーチブル・ソートワール＝ブレスレット》 5.7つの壮麗なエメラルドに目を奪われる「セブン・ワンダーズ」と呼ばれる伝説的な《ネックレス》(1961年) 6.エメラルド、アメシスト、ターコイズ、ダイヤモンドを大胆に組み合わせた独創的な《ペンダントイヤリング》(1968年) 7.プラチナにカボションカットのサファイア、ルビーの他、ダイヤモンドをあしらった《リング》(1954-55年)は赤と青のコントラストが印象的 8.スリートンカラーのゴールドにシルクコードとダイヤモンドをあしらった優美な《「セルペンティ」イブニングバッグ》(1978年頃)

Exhibition data
「ブルガリ カレイドス 色彩・文化・技巧」
会期: 12月15日(月)まで
休館日: 毎週火曜日
開館時間: 10:00 ~ 18:00 毎週金・土曜日は20:00まで
*入場は開館の30分前まで
会場: 国立新美術館 企画展示室2E 東京都港区六本木7-22-2
観覧料: 一般¥2,300 大学生¥1,000 高校生¥500(全て税込み)
*中学生以下は入場無料
*障害者手帳をご持参の方(付添の方1名を含む)は入場無料
お問い合わせ先: 050-5541-8600(ハローダイヤル)
<https://www.bulgari.com/ja-jp/stories/kaleidos-exhibition>



Chapter 2 独自のスタイルへの発展

1920年代以降、メゾンが追い求めた立体感のある新たな造形的展開にフォーカス。ダイヤモンドやプラチナを巧みにあしらったホワイトジュエリーを中心に展示。**4**、ネックラインに壮麗なダイヤモンドをあしらひ、視線を奪う鮮やかなエメラルドは総計165カラットにも及ぶ。1935年のブリュッセル万国博覧会のフランス館で展示され、大きな注目を集めた。立体感と素材の多様性を追求した作品は、大胆さと洗練さを兼ね備えたスタイルとして今もお輝きを放っている。《コルレット》(1929年) **5**、ユリのモチーフを様式化。アール・デコの美学を体現するブローチは、バックルベルトから着想を得たデザインで、連結部の精巧な技によるしなやかな着け心地と、チョーカーやプレスレットとしても使用可能な多用途性を実現。《ブローチ》(1927年)



Chapter 3 モダニズムと機能性

ここでは社会の変化に応じて、メゾンが制作した抽象的かつ幾何学的造形と機能性を備え、モダニズムの魅力が詰まった作品を紹介。**6**、鏡や口紅、パウダーコンパウトなど外出に必要な小物を収納できるケースは、1933年に特許を取得。カメラ部分はブローチにもなる洗練された美しさの高い機能性を兼ね備えた象徴的な名作。《カメラ ミノディエール》(1938年) **7**、1935年に誕生したリストウォッチは、南京錠を象った大胆でモダンなデザインが特徴。一見、プレスレットに見えるデザインながら、文字盤がわずかに傾き、女性がさりげなく時刻を確認できるよう創意工夫を施した、メゾンを代表する人気コレクション。《カデナ リストウォッチ》(1943年)



Chapter 4 サヴォアフェールが紡ぐ庭

メゾンが現代まで継承し続けているサヴォアフェールの数々を5つのセクションに分けて紹介。草花や動物をモチーフにしたジュエリーが織りなす、5つの庭園が登場。**8**、1938年に特許を取得し、1950年に誕生したジュエリー「ジップ ネックレス」はファッションの影響が色濃い作品。ジッパーからの着想でタッセルをスライドさせると、ネックレスがプレスレットに変わる革新的デザイン。《シャンティイ ジップ ネックレス》(1952年) **9**、1937年パリ博覧会に出品された菊の花をかたどったクリップ。ルビーの花びらには1933年に特許を取得した「ミステリーセット」技法によって石留めの爪を隠して滑らかな輝きを実現。日本の芸術からも影響を受けた傑作。《クリサンセムム クリップ》(1937年)



Timeless Art Deco with Van Cleef & Arpels High Jewelry
永遠なる瞬間 ヴァン クリーフ&アーペル
—— ハイジュエリーが語るアール・デコ
会期: 2026年1月18日(日)まで
会場: 東京都庭園美術館(東京都港区白金台5-21-9)
開館時間: 10:00 ~18:00(入館は閉館の30分前まで)
※11月21日(金)、22日(土)、28日(金)、29日(土)、12月5日(金)、6日(土)は夜間開館のため20:00まで開館(入館は閉館の30分前まで)
休館日: 毎週月曜日および年末年始(12月28日~1月4日)
※祝日の月曜日(11月3日、24日、1月12日)は開館、翌日の火曜日(11月4日、25日、1月13日)は休館
観覧料: 一般¥1,400、大学生(専修・各種専門学校含む)¥1,120、高校生・65歳以上¥700、中学生以下は無料(予約不要)
*日時指定予約制
お問い合わせ: 050-5541-8600(ハローダイヤル)
https://art.nikkei.com/timeless-art-deco/

marieclairejapan.com



Chapter 1 アール・デコの萌芽

1925年に開かれた「アール・デコ博覧会」でグランプリを受賞した作品も展示。アール・デコ期を象徴するバラのモチーフが並ぶ。**1**、《絡み合う花々、赤と白のローズ プレスレット》(1924年)はグランプリを受賞した記念すべきハイジュエリー。**2**、一輪のバラを表現し、つばみや葉、棘なども巧みに組み込んで、自然のモチーフを幾何学的に様式化するアール・デコの美学を体現している。《ローズ ブローチ》(1925年) **3**、カラフルな宝石を飾ったネックレスは東洋のイメージが着想源に。幾何学模様と生け花を想起させるモチーフが調和し、東洋の精神性とアール・デコの様式美が見事に融合。ペンダントを外し、チェーンだけでも着用できる仕様。《ロングネックレス》(1924年)

photos: Tokyo Metropolitan Teien Art Museum



(左) 東京都庭園美術館 本館 正面外観 (右) 東京都庭園美術館 本館 大客室

Van Cleef & Arpels アール・デコ期の壮麗な作品が集う展覧会 「永遠なる瞬間 ヴァン クリーフ&アーペル —— ハイジュエリーが語る アール・デコ」

1925年にパリで開催され世界的に大きな話題となった「アール・デコ博覧会」の開催から、今年で100年。その記念すべき年にパリの老舗ジュエラー「ヴァン クリーフ&アーペル」の作品を通じて100周年を祝う特別なエキシビションが東京都庭園美術館で開催中。

photos: ©Van Cleef & Arpels, text: Tomoko Kawakami
作品はすべてヴァン クリーフ&アーペル コレクション



アルフレッド・ヴァン クリーフとエステル・アーペルの結婚をきっかけに、1906年、パリ・ヴァンドーム広場22番地に創業した「ヴァン クリーフ&アーペル」。自然やクチュール、ダンスなどの世界が着想源の詩情溢れるデザインと革新的な技巧で独自の「サヴォアフェール(匠の技)」を確立してきた。

1970年代に創業家の一人、ジャック・アーペルが過去の名品を買い戻し始め、今日までに、3,000点を超える「パトリモニー コレクション」を形成。1906年から現代までの創造性と職人技の進化を物語る作品群は、世界の美術館などで公開されている。

そんなメゾンが注目を集めたのは、1925年、パリで開催された「現代装飾美術・産業美術国際博覧会(アール・デコ博覧会)」への出品。当時の建築やデザイン全般において世界を席卷した装飾様式、アール・デコに焦点を当てた博覧会の宝飾部門で「ヴァン クリーフ&アーペル」はグランプリを受賞。花から着想を得た《絡み合う花々、赤と白のローズ プレスレット》(1924年)など、メゾンが描いた未来像を今に伝える数々の名品を発表した。

そして今年はパリで「アール・デコ博覧会」が開催されてから100周年。その節目に東京都庭園美術館で祝祭的な展覧会「永遠なる瞬間 ヴァン クリーフ&アーペル —— ハイジュエリーが語るアール・デコ」が開かれている。本展では「パトリモニー コレクション」や個人蔵から選ばれた約250点のジュエリーや時計、工芸品、さらにアーカイブ資料約60点を4つのチャプターに分けて展示。1910~1930年代に制作されたアール・デコ期の作品に加え、現在まで継承され続けるメゾンが誇るサヴォアフェールにも触れることができる。

一度は訪れたい名店へ 美酒・美食の秋。一期一会の食体験

深まりゆく秋の訪れと共に、美食家が心待ちにするシーズンが到来。美食の国、日本で、『マリ・クレール・ジャポン』が注目するレストラン&バーをセレクト。
世界の注目を集める気鋭のシェフやフレンチの巨匠が手がけるホテルダイニング、
ミシュラン三つ星に輝き続ける不朽の名店、そして秋の夜長を愉しむ美酒を味わうバーで、心躍るひとときを。

photo: Hide Urabe (P.29 Portrait)
realization&text: Kyoko Nakayama



SÉZANNE

セザン

わずか3年で三つ星 「旬 と 瞬」のモダンフレンチ

イギリス出身で、NY、パリ、香港、東京と世界の美食都市でその最高峰の技を吸収し続けている、総料理長ダニエル・カルバートが手がけるモダンフランス料理「セザン」。通常は日本料理にしか使われなかった、年に数週間ほどしか出回らない食材も使うなど、季節を映した「旬」、作り置きをせず、出来立ての瞬間のおいしさを大切に「瞬」を映す料理として知られる。日本や中国など、アジアの料理法も柔軟に取り入れるカルバートシェフ。緻密で美しい仕事ぶりと「味」に焦点を当てたアプローチで、2021年のオープンから、わずか3年でミシュラン三つ星に輝く注目店だ。

「SÉZANNE (セザン)」
東京都千代田区丸の内1-11-1
フォーシーズンズホテル 丸の内 東京 7階
tel: 03-5222-5810
営業時間: ランチ 水～土曜日11:30 ～ 13:00 (L.O.)
ディナー 水～日曜日17:30 ～ 19:30 (L.O.)
<https://www.sezanne.tokyo/>



愛知県産のブランド鴨「恵鴨」を北京ダックの手法で皮をカリッと、身をしっかりと焼き上げて



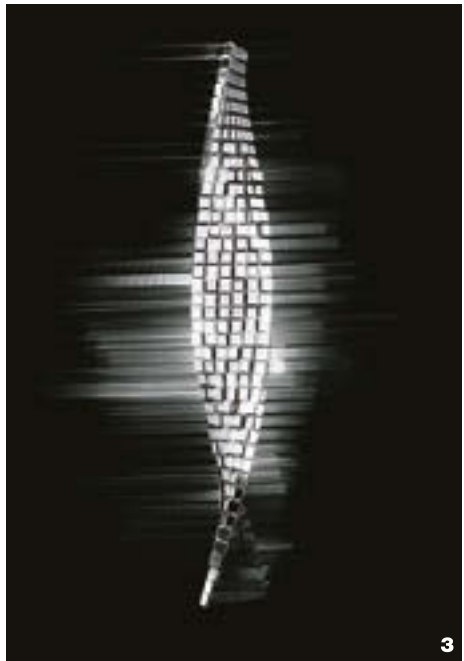
上海蟹は紹興酒の代わりにフランスのヴァン・ジョーヌに漬け、タルトに仕立てるなど、オリジナリティが光る



「セザン」の名は、シェフが子供時代に夏を過ごしたシャンパーニュ地方の地名から。シャンパーニュの品揃えも抜群



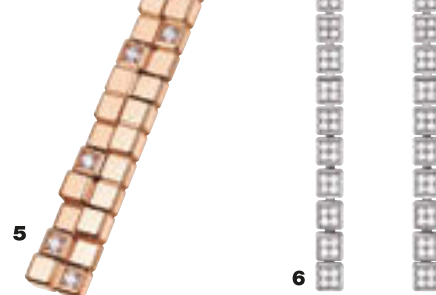
アンドレ・フーによる、リラックスしたラグジュアリーを体現したインテリア。特等席は厨房の仕事を間近に見ることができる個室



©Fédéral Studio

©Fédéral Studio

- 1.“アイスキューブ”の最新作を纏った俳優・モデルのエミリー・ラタコウスキー。ニューヨークのイベントの舞台裏で撮影された特別なカット
2. 9連のキューブチェーンは3連ずつ取り外すことができる。ネックレス [RG×WG×ダイヤモンド] ¥59,455,000 [参考価格]
3. ダイヤモンドが全面にあしらわれた6連のデザイン。ブレスレット [WG×ダイヤモンド] ¥22,517,000 [参考価格]
4. 2列のバンドのセンターに3,32カラットのアッシャーカットダイヤモンドが際然と輝く。リング [WG×ダイヤモンド] ¥19,448,000 [参考価格]
5. 襟元やネクタイ、ヘアスタイルに合わせてジェンダーフルイドで楽しめる。ピン [RG×ダイヤモンド] ¥2,662,000 [参考価格]
6. トップにアッシャーカットダイヤモンド、その下には取り外し可能なダイヤモンドのキューブチェーンが連なる。ピアス [WG×ダイヤモンド] ¥7,425,000 [参考価格] (すべてショパール/ショパール ジャパン プレス)



ハイジュエリーお披露目の華麗なカクテルパーティをニューヨークで開催



ニューヨーク・ファッションウィーク期間中の9月15日、「ショパール」は“アイスキューブ”ハイジュエリーの新作を発表した。会場は摩天楼を一望できる「ワン・ヴァンダービルト」のセンチュリオンラウンジ。ニューヨークのスカイラインがバックグラウンドとなり、コレクションのイメージと呼応する。豪華ゲストが集い、遊び心ある料理や音楽とともに、最新作の華やかな輝きを祝福した。1.会場には“アイスキューブ”をイメージしたドリンクも 2.最新作を纏ったモデルたちと「ショパール」共同社長兼アーティスティック・ディレクターのキャロライン・ジョイフレ 3.俳優・モデルのエミリー・ラタコウスキー 4.俳優のアリアナ・グリーンブラット 5.俳優・歌手のライアン・デスティニー 6.俳優のボム・クレメンティエフ

Chopard

モダンでアーキテクチャルな美しさ 進化する「ショパール」の “アイスキューブ”

「ショパール」のジオメトリックなアイコンコレクション“アイスキューブ”に
今年も魅惑的な新作が登場。9月にはニューヨークで
お披露目パーティも開かれ、
世界中にその美しさを印象付けた。
RG= ローズゴールド、WG= ホワイトゴールド

“アイスキューブ”コレクションは、1999年の誕生以来、幾何学的なキューブをモチーフにミニマルなエレガンスを体現してきた。2024年にはハイジュエリーのカプセルコレクションを発表し、今年さらにそのラインナップを拡張。大胆なプロポーションとモジュラーデザインが織りなす多様な表情が、コレクションの魅力をいっそう引き立てている。

「身に着けやすく、それでいて予想外の感覚をもたらす、まるでモダンな“ボディアート”のようなクリエイションを目指しました」と「ショパール」共同社長兼アーティスティック・ディレクターのキャロライン・ジョイフレ。

中でも一際目を奪われるのが、変形可能なステートメントネックレス。取り外し可能なチェーン構造がシーンに応じたスタイルを可能にし、ダイヤモンドと鏡面仕上げのキューブによって生まれる立体感がモダンな印象を与える。ブレスレットやピンもまた、高さの異なるキューブで都市のスカイラインを思わせる輝きを生み出す。さらに今回は、アールデコを想起させるアッシャーカットダイヤモンドを配したリングとピアスが登場。センターストーンとキューブの構築的なフォルムが呼応し、建築的な美学を際立たせる。

また、すべての新作はエシカルゴールドによる制作で、メゾンが掲げるサステナブル・ラグジュアリーの精神を映し出している。

シェフの感性に心躍るグランメゾン

『ミシュランガイド』東京の初年度から、19年連続三つ星の評価を受ける二つのフレンチレストラン。四季の食材を当意即妙に表現するカルト・ブランシュ、宮廷料理を継承する華やかなシャトーでの食体験、いずれも緻密な職人技が生きている。

Quintessence

カンテサンス

日々の食材でメニューが変わる「カルト・ブランシュ」

パリの名店「アストランス」でスーシェフを務めたのちに帰国した岸田周三シェフが、2006年に開業した「カンテサンス」。その名を轟かせたのは、白紙のメニュー「カルト・ブランシュ」。仕入れたその日の食材の本質にある味を見出し、調理法を変えてゆくためのまさに「シェフにお任せ」のメニュー。その日の料理はその日にしかできない、そんなジャズセッションのように軽やかに見えて、下支えするのは、堅実な技術。特に、大きな骨つき肉を、数分ごとにオープンから出し入れて生み出される緻密な火入れは高い定評がある。「定点観測的に敢えて毎日同じ料理を提供する」という定番料理は2品だけ。シンプルでありながら洗練された盛り付けにも「日本人が作るフランス料理とは何か」を考え抜いたシェフの思いが反映されている。



〈上〉世界的デザイナー、植木莞爾さんが手がけた内装は、ダークウッドと白の、シンプルながらくつろげる雰囲気
〈右〉素材と火入れ、調味の三原則を胸に、日々仕込みから厨房に入り、食材と向き合い続ける職人肌で知られる岸田シェフ



「カンテサンス」
東京都品川区北品川6-7-29
tel: 03-6277-0090
営業時間: ディナー 月～土曜日17:00～20:00、
20:30～23:30(不定休あり)
<https://www.quintessence.jp/>



定番で提供している山羊乳のババロワは、季節によって変わる山羊乳の味が楽しめるのもポイント



メレンゲのアイスクリームには岸田シェフがコレクションしているヴィンテージのアマレットをペアリング

Gastronomie Joël Robuchon

ガストロノミー “ジョエル・ロブション”

日本のラグジュアリー・フレンチの文化を守り継承する

1994年にフランス18世紀のシャトーを再現し、「タイユヴァン・ロブション」としてオープンして31年、「シャトー」の愛称で親しまれてきた「ガストロノミー “ジョエル・ロブション”」。日本の「ロブション」チームを率いる関谷健一朗シェフは、2023年には日本人料理人として初のM.O.F.フランス国家最優秀職人章を受章。「オートキュイジーヌ」と呼ばれる宮廷料理に起源を持つ伝統的なフランスの高級料理を日本で守り、次世代に継承する使命を感じているのだとか。手間暇かかる伝統技術を使った料理、ワゴンで提供される多種多様なパンやチーズ、デザート、インテリア、サービスに至るまで「守りたい豊かなフランス料理の美食文化」がそこにある。

「ガストロノミー “ジョエル・ロブション”」
東京都目黒区三田1-13-1 恵比寿ガーデンプレイス内
tel: 03-5424-1347
営業時間: ランチ 土日、祝日11:30～13:00(L.O.)、
ディナー 平日17:30～20:00(L.O.)、土日祝日18:00～20:00(L.O.)
<https://www.robuchon.jp/shop-list/joelrobuchon>



ロブションシェフから継承した、ムール貝のムースをスパゲッティで覆った芸術的な一皿



シャンパンゴールドと黒で統一された空間でモダンフレンチの集大成を



故ロブションシェフ(左)の「何を食べているかははっきりとわかる料理を」という言葉を胸に日々食材と向き合う関谷シェフ(右)



クリーム、アイスクリーム、そしてゼリーと仕立てを変えた栗に、エストラゴンオイルを忍ばせたオレンジ果汁を酸味のアクセントに

ESTERREby Alain Ducasse

エステール バイ アラン・デュカス

自然への敬意が生んだ健康的な未来の美食

モナコの三つ星店「ル・ルイ・キャーンズ」で1987年にいち早く野菜だけのコース料理を生み出し、地球にも人にも優しい健康的な食の先駆者としても知られるアラン・デュカスシェフ。その哲学を受け継ぐのが、20年以上その薫陶を受けてきた小島景シェフ。パレスホテル東京内にある「エステール」では、そんなデュカスシェフの哲学を形にすべく、毎朝自ら鎌倉の市場で仕入れた野菜を使い、素材の力強さを感じる料理を提供する。魚は一本釣りなど、サステナブルな漁法でとれたものだけ、肉も脂の少ないものを使うなど、皇居外苑の緑を望む窓からの景色と相まって、自然と共生する豊かさまでもが、味わいの一部になっている。

「エステール byアラン・デュカス」
東京都千代田区丸の内1-1-1 パレスホテル東京 6階
tel: 03-3211-5317
営業時間: ランチ 水～日曜日11:30～13:30(L.O.)
ディナー 水～日曜日18:00～20:00(L.O.)
<https://www.palacehoteltokyo.com/>



〈上〉寒い時期のバグロの甘い脂に、甘みが増したポワロネギを柔らかく煮たものと、旨みたっぷりの海苔をそえて
〈左〉野菜によっては、一度自宅に持ち帰って下処理をするなど、真摯な仕事ぶりでデュカスシェフ(右)の深い信頼を勝ち得ている小島シェフ(左)



和紙の壁紙が、窓からの光を柔らかく反射する店内。ジャン・ヌーベルの椅子は、デュカスシェフのお気に入り

スターシェフがもてなすホテルダイニング

世界で最もミシュラン星付き店が多い美食都市・東京。フランス料理界を代表する巨匠が手がけ、ラグジュアリーホテルならではのサービスが楽しめる、綺羅星のような名店をご紹介します。

Héritage by Kei Kobayashi

エリタージュ バイ ケイ コバヤシ

仏三つ星、小林圭シェフが美食の遺産を継承

オーナーシェフとして「Restaurant KEI」で、フランスでアジア人初の三つ星の評価を受けた小林圭シェフ。「エリタージュ」とはフランス語で遺産という意味。エレガンスあふれるザ・リッツ・カールトン東京内で、伝統的な料理を継承しつつ、小林シェフならではの感性で現代的に革新している。一つのキーとなるのが、日本的感性の織り込み方。その時々草花などで季節感を表現した、八寸を思わせる盛り付けのアミューズは、東京の都心にありながら、日本の四季とのつながりを感じさせてくれる。村島輝樹料理長は、元々自らの店もミシュランの星の評価を受けていた実力派。魚でも季節感を感じてもらおうと、豊洲市場に毎日早朝に足を運んで自ら買い付けるなどして、日本の豊かな自然を表現している。



「長年クラシック料理の鑑録を積んでいるので安心して任せられる」と小林シェフ(右)が太鼓判を押す村島シェフ(左)

「エリタージュ バイ ケイ コバヤシ」
東京都港区赤坂9-7-1 東京ミッドタウンザ・リッツ・カールトン東京45階
tel: 03-3423-8000
営業時間: ランチ 木～月曜日12:00～13:30(L.O.)
ディナー 木～月曜日18:00～20:00(L.O.)
<https://www.heritagebykei.com/ja>



〈上〉八寸をイメージし、季節の草花をあしらったアミューズ、「トリュフのマカロン」(右・上)は季節を通してのシグネチャー
〈左〉東京を一望する45階からの絶景とゆったりとした席間隔も魅力。小林シェフが好むノーブルな紫色の装花がアクセント



Sushi L'Abyss Osaka Yannick Alléno

鮨 ラビス 大阪 ヤニック・アレノ

フランスで大人気の「巨匠のSushi」が凱旋帰国

フランスで三つ星「アレノ・パリ」を手がけるヤニック・アレノシェフが、同じ建物内にすし店「ラビス」をオープンしたのは2018年のこと。フランスらしい香りを組み合わせた前菜からすし、デザートというコースの流れや、食材ごとに最適な温度で加熱した液体をブレンドした「エクストラクション」という手法で作ったオリジナルのソースを塗った握りずしなどがまたたく間に人気を集め、ついに日本に逆輸入される形で、昨年フォーシーズンズホテル大阪内に出店。フランスのエレガンスが薫るモダンな「Sushi」を楽しんでみては。

「鮨 ラビス 大阪 ヤニック・アレノ」
大阪府大阪市北区堂島2-4-32
tel: 06-6676-8591
営業時間: ランチ 木～火曜日12:00～15:00
ディナー 木～火曜日17:30～21:00
<https://www.fourseasons.com/osaka/dining/restaurants/sushi-lab-yssse-osaka-yannick-alleno/>



すし職人として30年以上のキャリアを持ち、海外経験も豊富な安田至料理長(左)がすしを握り、アレノシェフ(右)の哲学を表現



「ラビス」とはフランス語で深海、それを思わせる静謐さが、37階の絶景と相まって天空の別世界に誘う



大トロにエシャロットの香りを添えるなど、フランス料理から着想したアレンジで、ワインに寄り添う「Sushi」に

Hotel Selection

今からチェックしたい!

人気ラグジュアリーホテルのフェスティブ限定プラン

今年のクリスマスは、ドレスアップしてディナーにお出かけ? それともホテルメイドのケーキやデリでわいわいホームパーティー?
ホテル限定プランで、特別な時間を計画してみては。

text: Satsuki Tadokoro

Fairmont TOKYO

フェアモント東京

特別なクリスマスディナーを 圧巻の夜景とともに

2025年7月開業の「フェアモント東京」が、初めて迎えるクリスマスシーズンに向けて、ホテルが誇る4つのレストランで「クリスマスディナー」を提供する。43階スペシャルティレストラン「DRIFTWOOD (ドリフトウッド)」、36階の鉄板焼「燈辻」、鮎「みぎわ」、そして35階のオールデイダイニング「KiIn&Tonic (キルン&トニック)」から、シェフたちの卓越した技術と独創性を結集した華やかなコースメニューが、冬の夜のテーブルを彩る。西に東京タワー、東に東京湾を望む比類なき大都会の眺望とともに、五感で堪能しよう。



大きな窓の向こうに東京タワーと圧巻の夜景が広がる「DRIFTWOOD (ドリフトウッド)」



ブッシュドノエルから着想を得た「ハヤシ クリスマスログ」など、伝統的な洋食にクリスマスのエレメントを織り交ぜたコースメニュー。¥28,000 (税・サービス料込み)

「フェアモント東京」
住所: 東京都港区芝浦1-1-1 BLUE FRONT SHIBAURA TOWER S
tel: 03-4321-1111
https://www.fairmont.com/ja/hotels/tokyo/fairmont-tokyo
予約: 全レストラン共通〜12月22日(月)まで
オンライン: https://www.fairmont.com/ja/hotels/tokyo/fairmont-tokyo/dining
tel: 03-4321-1111
Eメール: Restaurantreservations.tokyo@fairmont.com

The Okura TOKYO

オークラ東京

ギフトに喜ばれる クリスマススイーツ&デリ

ホテルメイドのお菓子やデリなど、料理長やパティシエ厳選のアイテムが評判の「オーキッド スイーツ&デリ」。今年のクリスマスシーズン限定商品は、5種類のクリスマスケーキと、ギフトとしても人気のシュートレンやバネトーネなど4種類のクリスマスブレッド、オークラ伝統のレシピで作られるオードブルやローストビーフ、ローストチキンなど、クリスマスのワクワク感を高めてくれる商品をラインナップ。ホームパーティーを格上げする美味なるアイテムで、家族や友人との時間を贅沢に演出して。



シェフパティシエ青森昌之氏が創作した新商品「シェフのスペシャルティ〜 La Suprême 〜」芳醇なカカオにまろやかな香りと甘さの信濃くるみを合わせた大人の味わい。¥15,000 13cm×13cm(6〜8名用)



オマール海老やフォワグラなど豪華食材を使用し、三段重に詰め合わせた「クリスマスオードブル The Okura Luxe 〜 Charme 〜」 ¥38,000(2名分) 限定80個

「オークラ東京」
住所: 東京都港区虎ノ門2-10-4
tel: 03-3582-0111
https://theokuratokyo.jp/ja/

mesm TOKYO

メズム東京、オートグラフ コレクション

パーティーで映える! ユニークなクリスマスケーキ

「メズム東京、オートグラフ コレクション」では、クリスマスシーズンにホテル内で開催するイルミネーションイベント「BLUE FANTASY 2025」のテーマ“大人の遊び心をくすぐるフェスティブ”にあわせたスペシャルなクリスマスケーキ「ツイストノエル」を期間・数量限定で販売。ソフトクリームのようなユニークなフォルムで、高さ約33cm、重さ約550gという圧倒的な存在感は、パーティーを盛り上げるサプライズアイテムにぴったり! ゲーム感覚で先端からスプーンで食べたり、カットして取り分けたり、楽しみ方も自由自在。



「ツイストノエル」¥12,960 テイクアウト専用。予約は12月15日(月)まで。受渡しは12月20日(土)〜25日(木)11:00〜21:00



ツイスト状のクリーム層の中には苺のロールケーキ、コーンの内側にはナッツとフレークを敷き詰めたチョコレートという贅沢仕上げ

「メズム東京、オートグラフ コレクション」
住所: 東京都港区海岸1-10-30
tel: 03-5777-1111
https://www.mesm.jp/

ラグジュアリーな新スポットで美酒に酔う

東京ではフランスの職人技が生み出したクリスタルの老舗メゾンが次々にバーをオープン。ディテールにこだわり、粋を極めた空間で、煌めく光までもグラスに閉じ込めて。

ST LOUIS BAR by KEI

サンルイ・バー・バイ・ケイ

三つ星シェフ小林圭氏と日仏の 老舗が生み出す未来の伝統

「100年先に、クラシックと呼ばれる料理を作りたい」と、パリでたゆまぬ努力を続ける「Restaurant KEI」の小林圭シェフが、日本の和菓子店「とらや」とフランスのクリスタルメーカー「サンルイ」の2つの老舗ブランドの縁をつないで誕生した、世界にここだけしかない「サンルイ・バー」。店内のグラスやシャンデリアは全て「サンルイ」製。「歴史を革新することで、新たなクラシックを生み出す」。小林シェフ自らがガストロノミックなアイデアを盛り込んだ、新感覚のカクテルやバーフード、デザートを提供。デザートには「とらや」こだわりの抹茶や小豆あんなどの食材も使用している。頂点を極めた三者のコラボレーションが生み出す贅沢。グラスを傾ければ、比類なき上質を体感できるはず。

「サンルイ・バー・バイ・ケイ」
東京都中央区銀座7-8-17 虎屋銀座ビル 12階
tel: 03-6274-6612
営業時間: パータイム 火〜土曜日17:30〜26:00
カフェタイム 土曜日14:00〜17:30
https://www.maisonkei.jp/st-louisbar/

カクテルでも日本らしさを表現。今や世界の共通語である味覚「うまみ」に焦点を当てたカクテル「サプール」



屋外のテラスは、庭石と見事な枝ぶりの木々を配した日本庭園が日本の四季と幽玄な美意識を表現



〈左〉日本とフランスが融合したインテリア。「サンルイ」のシャンデリアが煌めく茶室をイメージした半個室は要予約
〈右〉小林シェフ監修の、柚子のジャムや山椒などが和の雰囲気盛り上げる「テリヌ抹茶」などのスイーツも

B bar Marunouchi

B バー 丸の内

約200種のバカラグラスをお好みで、 丸の内に輝く真紅の灯

世界にホテルやレストラン、バーを展開するフランスのメゾン「バカラ」が今年5月に丸の内のショップとともに、バー「B bar Marunouchi」を移転オープン。エントランスには、バカラを代表する燭台「ツァリーヌ」が出迎え、メゾン象徴する色である深紅のソファとシャンデリアがフレンチエレガンスを感じさせてくれる。グラスが投影する光と影が美しく映えることを計算した照明は、カクテルを注がれた際にグラスに命が注がれるように見える。静かでドラマティックな演出の一部。オリジナルジンやウイスキー、契約農家から届く季節のフルーツを使ったカクテルなどを、ゲストの好みに合わせたグラスで提供してくれるのもうれしい。

「B bar Marunouchi」
東京都千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル 地下1階
tel: 03-5223-8871
営業時間: 月〜土曜日16:00〜26:00 日・祝日定休
https://stores.baucararat.com/jp/b-bar-marunouchi



〈上〉約180ピースのバカラグラスで埋め尽くされた、圧巻の「バカラの壁」。メゾン象徴する深紅のグラスがアクセントに
〈下〉イタリア産アヴェリーノの栗、シェリー酒、ショコラリキュールを使った季節限定のカクテル「マロンショコラ」



重厚な無垢材のカウンターの後ろに、球体のシャンデリアが配され、職人技と革新の融合を象徴。3室のプライベートスペースも



©Sui Sicong



©Sui Sicong

HERMÈS

遊び心溢れる体験ツアー型イベントが開催!

「Mystery at the Grooms'——エルメスの馬さがし」

伝統と遊び心を融合させた「エルメス」ならではの世界が、東京に出現する。メゾンの原点である“馬”をテーマにした体験ツアー型イベントで、参加者はメゾンの職人技やクリエーションを体感しながら謎解きに挑戦する。

text: Tomoko Kawakami

「エルメス」の体験ツアー型イベント「Mystery at the Grooms'——エルメスの馬さがし」が、11月14日から24日まで、東京で開催される。すでに上海とニューヨークで開かれ大好評だったこのイベントでは、メゾンが扱う16のメチエ（製品部門）にフォーカス。虎ノ門ヒルズ ステーションタワー 45階「TOKYO NODE」に現れた「エルメス」の館を舞台に、ゲストたちは、行方不明になっている馬たちを捜索するゲームに挑むイマーシブな謎解きエンターテインメント。ストックルームや館長の部屋、さらには馬たちの世話係であるグルームたちの寮など、6つの部屋で構成された館で、各部屋には5頭の馬たちが「エルメス」のオブジェに紛れて上手に隠れている。ゲストは、馬探偵オノレによるガイドやフロアに残された馬の足跡など、あちこちに散らばるヒントを元に馬たちを探し出す。創業以来、「エルメス」の着想源である“馬”のモチーフを軸に、レザーバッグやシルクスカーフ、シューズ、さらには食器に至るまで、さまざまなオブジェで彩られた空間。そんなラグジュアリーな館で、メゾンが誇る時を超えた職人技と革新的なクリエーションを堪能しながら、謎解きに挑戦する。見つけた馬の数によって、最後にゲストの探偵レベルが判明。名探偵を目指して挑んでみてはいかがだろうか。

Exhibition data

Mystery at the Grooms'——エルメスの馬さがし

会期: 11月14日～24日

会場: TOKYO NODE(虎ノ門ヒルズ ステーションタワー 45階)

東京都港区虎ノ門2-6-2

入場無料

1回あたりの体験見込み時間: 約70分 オンライン予約制

<https://www.h.fr/Hermes-MATG-MC>



©Sui Sicong



©Liu Shuwei



©Liu Shuwei



©Sui Sicong

写真は上海で開催された会場。同様のイメージが東京でも再現される。1.「エルメス」の館のすべてのオブジェを管理するストックルーム。ジュークボックスやスピーカーなども展示されている 2.乗馬の鞍やスーツケース、レディスのプレタポルテが飾られた館長の部屋 3.馬たちの食事が管理されているパントリー。こちらにはバッグや馬具が 4.馬たちの世話係であるグルームたちのバスルームには、ビューティアイテムやシルバージュエリーが並ぶ 5.シャツやネクタイが飾られているのは、グルームたちの制服を洗うランドリールーム 6.ロカール柄で包まれた空間にヴィッド・ボッシュやスカーフを展示したグルームたちの寝室

Dom Pérignon

村上隆デザインの2025年限定エディションが登場

アートが紡ぐ「ドン ペリニヨン」の新たな創造の旅

ホリデーシーズンを彩る、シャンパーニュの頂点「ドン ペリニヨン」。今年は、世界的現代美術家・村上隆とのコラボレーションによる、限定ボトルが登場。

その一本に秘められたのは、時を超えるかけがえのない瞬間の煌めきだ。時のカプセルを開き、心に残るひとときを永遠の記憶へ。

text: Jun Makiguchi



シャンパーニュの粋を超えて、人々のインスピレーション源であり続けてきた「ドン ペリニヨン」。その新章を開くこのコラボレーションは、今年5月に始まった「創造は永遠の旅」プロジェクトの一端を担っている。「ドン ペリニヨン ヴィンテージ 2015」と「ドン ペリニヨン ロゼ ヴィンテージ 2010」の限定エディションでは、シールドに描かれてきたブドウ畑の伝統的意匠が、村上隆の世界観を象徴するアイコン「お花」の風景へと大胆に置き換えられた。

“自然との対話”から生まれる、その年だけの奇跡。そんなヴィンテージの精神と、村上の自由な創造性が出会い、「自然は生命の原理」「自然は出発点であり媒体である」というメゾンの哲学と深く共鳴している。「歴史的な技の継承」と「革新の追求」を共有する「ドン ペリニヨン」と芸術家が生み出したのは、時間と空間を超えて受け継がれていく“伝統”という美学を宿した特別な一本。ボトルを開ければ、時を旅するようなロマンに浸ることができるだろう。

「コラボレーションを通じて、私はある種のタイムトラベルのような感覚を表現したかった」と村上。「100年、200年先にも意味を持ち、時を超越する存在でありたいのです。ラベルが時を経て古び、私や子どもたちもこの世を去った後に未来の人々がそれを目にしたとき、彼らの心の中で2025年を再び思い描いてくれることを願っています」



©Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. All Rights Reserved.



Takashi Murakami

村上隆

1962年、東京生まれ。

現代美術家。自らが提唱した理論

“スーパーフラット”で知られ、

絵画、彫刻、映像、プロダクトまで

越境的に活動。有限会社カイカイキキの

創業者／代表としてアーティスト育成や

プロジェクト運営も行う。

キュレーション活動では

「SUPERFLAT」から

「Coloriage」(フォンダシオン・カルティエ)、

「Little Boy」(ニューヨーク・

ジャパン・ソサエティ)へと至る

3部作を展開、AICA-USA

「Best Thematic Show」を受賞。



「ドン ペリニヨン ロゼ ヴィンテージ 2010
村上隆 限定エディション」
Dom Pérignon
Rosé Vintage 2010 MURAKAMI
¥68,640



「ドン ペリニヨン ヴィンテージ 2015
村上隆 限定エディション」
Dom Pérignon
Vintage 2015 MURAKAMI
¥43,340

Dom Pérignon x Takashi Murakami

「ドン ペリニヨン」と村上隆による美しきビジョンの融合限定ボトルでは、村上隆のアイコンでもある「お花」をモチーフとするデザインが、漆黒のボトルとコフレ(専用ギフトボックス)を美しく彩る。コフレは並べて連結するとフローラル・タブローとしても楽しめる。



A



B



C



D



E

シックな深みをもたらす バーガンディリップ

ジューシーな果実を思わせる発色の**B**が主役。目もととは**A**の右上と右下で“影”をつくり、**D**と**E**を重ねてツヤッと軽やかに、**C**はまぶたのキワだけにオン。

【使用アイテム】**A** シグニチャー カラーアイズ 15 ¥7,700 / スック **B** センシュアルヌードグロス 52 ¥4,400 / HERA **C** インテンスファンキーアイライナー X01 ¥3,080 / スリー **D** モノアイカラーレーション EX12 **E** 同 EX14 各¥3,520 (ともに西日本ではHANKYU BEAUTY先行発売中、11月21日～全国発売) / ルナソール

トップス¥412,500、ネックレス¥104,500 (クロエ / クロエ カスタマーレーションズ)

Yui Sakuma

佐久間由衣 1995年生まれ、雑誌の専属モデルを経て、2014年に映画「人狼ゲーム ビーストサイド」で俳優デビュー。主演作に「隠れビッチ」やりました。」、他にNHK連続テレビ小説「ひよっこ」「らんまん」に出演するなど、映画やドラマ、舞台などで活躍。ピュアな存在感で多くの人を魅了している。



Burgundy lip

「普段はリップの色で気分転換。冬の冴えた空気は、顔立ちをキリッと見せる気がします。いつもより血色感のあるメイクをしたいと思いますね」——佐久間由衣さん

HANKYU BEAUTY WINTER 2025

俳優・佐久間由衣が纏う “ウインターメイク”

シックななかにピュアネスを感じさせるラベンダー、深みと存在感でモード指数を高めるバーガンディがトレンドに。ホリデーシーズンならではのドラマティックなムードを佐久間由衣が表現。

photos: Yusuke Miyazaki (SEPT) hair: KOTARO make-up: Rika Matsui (A.K.A) styling: Masami Tanaka realization: Kiriko Sano



A



B



C

目もとに光を宿す シアーなラベンダーアイ

ラベンダーカラーの“新解釈”。上まぶたに**A**の左上を広めに塗り、キワに右下をオン。リップはシアーなヌードベージュでクールにまとめて。指先はまぶたとリンクさせたモーヴをセレクト。

【使用アイテム】**A** オンブルクルールクアドリ 504 ¥10,340 / クレド・ポー ボーテ **B** YSL ラブシャイン キャンディグレース (コレクション) 22 ¥6,490 / イヴ・サンローラン **C** エクシア ヴェルニ 26 ¥2,750 / アルビオン

—— シャツ¥127,600 (トップス / トッズ・ジャパン)



Luminous eyes

「自分好みのナチュラルルックに、パープルの色みが加わって新鮮です。マニッシュなムードがお気に入り」——佐久間由衣さん

Eli Lilly and Company

ウェルビーイングな未来のための合言葉

「また、にしない。まだ、にしない。」

認知症との新しい向き合い方

いつまでも自分らしく—そんな願いに応える鍵、ブレイン・ヘルス。誰もが当事者になり得る認知症。早期に対応することで、当事者となっても自分らしい生活を送る時間を維持できる可能性が高まっている。「新しい認知症観」を広める動きも世界中で活発化。日本では9月の「認知症月間」に合言葉が発表された。

text: Jun Makiguchi

©2014 BSM Studio, All Rights Reserved.



『アリスのままで』の制作当時より大きく変化した認知症事情

変わり始めた「認知症観」
映画『アリスのままで』をご存じだろうか。若年性アルツハイマー病と診断された50歳の言語学者アリスが主人公の間ドラマだ。主演のジュリアン・ムーアは、記憶を失っていく不安や、自分を見失っていく恐怖を繊細かつ力強く演じ、観る者に認知症の現実を深く刻み込んだ。映画が公開されてから10年後の現在、認知症の原因の多くを占めるアルツハイマー病をめぐる状況は大きく変化している。研究の進展や、アルツハイマー病の原因物質の1つと考えられているタンパク質「アミロイドβ」の異常な蓄積に直接働きかける新薬の登場、当事者の声などにより、かつては「人生の終わり」と捉えられがちだった認知症は、「共に生きる病」へと認識を変えつつあるのだ。

2025年に行われた日本イーライリリーによる「MCIまたは軽度認知症当事者への意識調査」では、当事者の約9割が「自立した生活を維持できている」と回答。また、同調査では早期段階で診断を受けた当事者は、「もの忘れを感じた時に、医療機関を受診するタイミング」が、中程度以上の当事者や一般生活者よりも早い傾向にあり、違和感

をそのままにしていけないという結果も出ている（下部図を参照）。

合言葉は「また、にしない。まだ、にしない。」

9月の「認知症月間」には、認知症当事者、家族、医師、企業・団体が共同で考案した新しい合言葉が発表された。それが「また、にしない。まだ、にしない。」。小さな違和感を年齢や疲労のせいにはせず早めの一歩を、というメッセージが込められている。

「認知症のひとと家族の会」で理事を務める平井正明さんは、合言葉の考案プロセスに参加した当事者の一人だ。自身の初期症状を「ふわっと頭が浮くような、ずっと宙にいるような感覚」と表現。不調の原因がわからないまま、確定診断までに2年を要したという。「それまでと同じ生活を送らなければならぬのに、うまくいかないことばかりで苦しかった。でも診断がついたことで、はっきりと自分の状態がわかり、新しい方向に向くことができた。後回しにして後悔しても、どうしようもない。それなら早くにアクションを起こして、いろいろなことにトライしていける環境を作ることが大切だと思います」

同会副代表理事で、家族の介護経験を持つ花俣ふみ代さんも、早期対応の意義を語る。

「どんな病気でも早めに確定診断を受ければ、治療の選択が広がる。それは認知



「早期対応は家族にとっても救いになる」と花俣ふみ代さん

症でも当然のことですが、なぜか認知症に関してだけはなかなか早期受診に繋がらない。なぜかと考えてみると、認知症に関する偏見や誤解がまだまだ根強く残っているから。だから先送りということに。でも、平井さんのような当事者の声を聞いていただけると、早期対応が大事だとお感じになるはず。早めに受診する、早めに発見する、早めに仲間と繋がるための早期診断にどれほどのメリットがあるのか、どのぐらいその後のステージの様子を変えるのかということに、もっとと着目していただきたいと思っています」

海外でも進む「脳の健康」への意識改革

欧州では、認知症当事者で国際的な認知症大使として活動するアイルランドのヘレン・ロックフォード＝ブレナン博士が、早期診断の重要性を訴えて活動中だ。「診断は人生の終わりを意味しませんでした。むしろ、啓発活動や執筆、啓発プロジェクト創出という新たな目的を見出すきっかけとなったのです」



50代前半で診断を受けたヘレン・ロックフォード＝ブレナン博士

米国では「Brain Health Matters」という全国規模の啓発キャンペーンが展開され、認知症を「脳の健康」という視点で捉え、予防的ケアを健康管理の一環として定着させる動きが広がっている。映画出演を通じて認知症に関心を持ったジュリアン・ムーアも参加し、こう呼びかける。「自分の脳の健康に責任を持つことが、人生を自由に、意味のあるものに保つカギだということ。早期対応がどれほど大切かを見てきたからこそ、私は皆さんに、医師との定期的な対話を通じて脳の健康を優先してほしいと願っています」

「自分ごと」として向き合う時代へ

今後、当事者数がさらに増加すると予測されている認知症は、誰もが「自分ごと」として考えるべき状態だ。「また、にしない。まだ、にしない。」という合言葉は、認知症に立ち向かう第一歩を、誰もが踏み出せる社会を目指すメッセージでもある。自分らしく生きるために、そして大切な誰かを守るために、今こそ早めの一歩を踏み出してほしい。

“もの忘れ”、このままで大丈夫？
また、にしない。
まだ、にしない。

1 忘れのせい、にしない。 2 年のせい、にしない。
3 辛い、と思わない。 4 大丈夫、と思わない。



「MCI」認知症の可能性があります。

「認知症月間」である9月、認知症当事者や家族、専門医らによって合言葉が発表された

marie claire NEWS

FRED

より繊細に、プレシャスに「フレッド」の“チャンス アンフィニ”最新作

WG=ホワイトゴールド、PG=ピンクゴールド

フランスの名門ジュエラー「フレッド」のアイコンコレクション“チャンス アンフィニ”から新作が登場。1908年8月生まれの創業者フレッド・サミュエルにとって特別な数字「8」をモチーフとし、無限のシンボルであるレムニスケートを想起させるデザインが人気のこのコレクション。新作は、象徴的な「8」とリボンを融合し、端が繊細に流れる、より華やかで表情豊かなデザインに進化した。柔らかな曲線が官能的な魅力を放ち、幸運と運命が絶え間なく巡り合うエネルギーを表現。絡み合うフォルムは、母娘や友人の深い絆のように永遠のつながりを描き出している。ブリリアントカットのダイヤモンドバヴェで彩られたモチーフのセンターに、ヘアシェイプのダイヤモンドが優雅にあしらわれているのも魅力。女性の内なる強さと美しさを引き出す、永遠の幸運のお守りをぜひこの機会に手に入れて。



ラッキーナンバーとリボンを組み合わせた流麗なモチーフが、耳元や指先に柔らかな輝きを添える。“チャンス アンフィニ” **1**、イヤリング [WG×ダイヤモンド] ¥2,002,000 リング(人差し指) [PG×ダイヤモンド] ¥1,540,000 〈薬指〉 [WG×ダイヤモンド] ¥1,639,000 **2**、リング(左から) [PG×ダイヤモンド] ¥1,540,000 [WG×ダイヤモンド] ¥1,639,000 (すべてフレッド／フレッド カスタマーサービス)



最新作は各アイテム、ピンクゴールドとホワイトゴールドの2色が揃う。“チャンス アンフィニ” **3**、イヤリング [PG×ダイヤモンド] ¥1,881,000 **4**、ネックレス [PG×ダイヤモンド] ¥1,353,000 (ともにフレッド／フレッド カスタマーサービス)

BVLGARI

イタリアと日本をつなぐ美しき午後の時間「ブルガリ アフタヌーンティー」



9階と10階を繋ぐ、9mの高さを誇る吹き抜け。空間全体に「ブルガリ」の美学が感じられる

ブルガリ 銀座タワーに新設された「ブルガリ 東京 銀座 バー&ドルチ」。ミシュラン三つ星シェフ、ニコ・ロミートの監修のもと、10階にはより洗練された「ブルガリ ギンザ バー」、9階の世界初となる「ブルガリ ギンザドルチ」では、アフタヌーンティーが登場。イタリアの伝統と日本

の美意識が融合する洗練を極めた味が、カジュアルなスタイルでいただける。ブランドの新たな挑戦について、ブルガリ グループのエグゼクティブ・バイスプレジデント、シルヴィオ・ウルシーニ氏に聞いた。

「ブルガリ」のアフタヌーンティーの最大の特徴はというと、「ビジュアルの調和です。美しいレザーの椅子やイタリア産マーブルのテーブル。それに調和する新たな彩りの食器。そしてシルバーのスタンドです。50年ほど前に顧客の依頼により誕生した銀製プレートが原型です。イタリアのケーキ店が使う紙皿を模しています。これらが伝統と現代の融合を視覚的に象徴しているのです。そしてもちろん、フードです。ロミートシェフと話し合い、小ぶりながら満足感のある、軽やかなスイーツとセイボリーを揃えています。彼の料理は、非常に複雑な工程を経て作られ、見た目はシンプルでも驚きがある。そのような『究極のシンプルシティ』を、私たちは“ラグジュアリー”と呼んでいます。

イタリアと日本は文化的背景が違っても、季節を祝う心やお菓子の楽しみ方には共通点が多い。今後も旬の食材や日本の魅力を生かしたメニューを展開予定です。常に新しい学びを取り入れて、その土地にふさわしい空間と体験を作り上げていきたいと思っています」。



1、砂糖やバターは極力控え、新鮮な素材やオリーブオイル、アーモンドなどを使って、体に優しい味わいに **2**、顧客がお菓子好きの友人のためにオーダーした紙皿風シルバープレート **3**、シルヴィオ・ウルシーニ氏

「ブルガリ 東京 銀座 バー&ドルチ」

住所：東京都中央区銀座2-7-12 ブルガリ銀座タワー9・10階

tel: 03-6362-0555

営業時間：ドルチ 月～土曜日12:00～20:00、日曜日12:00～18:00

バー 月～土曜日12:00～23:00、日曜日12:00～18:00

次号予告

marie claire

11月27日刊行です

27th November, 2025

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 ガブリエラ ハースト ジャパン tel: 03-6807-5077
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
クロエ カスタマーレレーションズ tel: 03-4226-3883

サ サンローラン クライアントサービス tel: 0120-952-746
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
セリーヌ ジャパン tel: 03-5414-1401
タ トッズ ジャパン tel: 0120-102-578
トム フォード ジャパン tel: 03-5466-1123

ハ バーバリー ジャパン tel: 0066-33-812819
バレンシアガ クライアントサービス tel: 0120-992-136
フィビー ファイロ web: phoebephilos.com
マクレーン 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

フレッド カスタマーサービス tel: 03-5635-7040
ボッテガ・ヴェネタ ジャパン tel: 0120-60-1966
ミュウミュウ クライアントサービス tel: 0120-45-1993
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



marieclairejapon.com

Welcome to Our Site!



「marie claire」LINE公式アカウントはこちら