

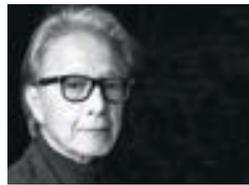
marie claire

marieclairejapan.com

26th February, 2026
No.206

Her
Power
時代を魅了する美しさ

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.206

昨年はミラノの帝王と呼ばれたジョルジオ・アルマーニが亡くなり、今年に入ってからヴァレンティノ・ガラバーニが亡くなりました。二つのファッション界の巨星が消えてしまったのです。

ヴァレンティノ・ガラバーニの優雅で贅沢、かつグラマラスなドレスは多くのセレブリティに愛され、特にヴァレンティノ・レッドと呼ばれた深紅のドレスは彼の象徴でした。のちには「レッド」というブランドまで誕生させました。

二人ともイタリアを代表するファッションデザイナーで、もう二度と彼らのようなデザイナーは現れないのではとも言われています。

天才がいなくなってもファッション業界は、日々歩み続けています。クリエイティブ・ディレクターが代わり、新たな展開を迎えているところが多いのが、現在のラグジュアリー・ブランドです。

そんな中で唯一とっていいほど、創業時からそのテイストが変わらないブランドがあります。それはアメリカの「ラルフローレン」です。

ニューヨーク出身で、高校の卒業アルバムでは、将来の目標として「ピリオネアになること」と書き込んだラルフローレンは、1967年に「ポロ」というブランド名でワイドタイの製作販売から事業をスタートさせ、メンズウェア、ウイメンズウェア、キッズウェア、ホームと事業を拡大し、大成功をおさめています。

アメリカで「ファッション界のアカデミー賞」と称され、ファッションデザイナーとしては最高の栄誉である「コチー賞」をメンズウェア、ウイメンズウェア部門で合計4回受賞し、殿堂入りを果たした唯一のデザイナーでもあるのです。

1974年の映画『華麗なるギャツビー』では衣装部門でアカデミー賞を受賞し、1977年の映画『アニー・ホール』では主演のダイアン・キートンとウッディ・アレンに衣装を提供し、新しいトレンドを引き起こし、その名を不動のものにしました。

また多くのアメリカのファッションデザイナーが彼のもとで修業し、飛び立っていったことでも有名です。例えば最近では「セリヌ」の新クリエイティブ・ディレクターのマイケル・ライダーも彼のもとで働いていました。しかし彼自身はファッションデザイナーと呼ばれるのではなく、スタイリスト、ライフスタイルのデザイナーと呼んでほしいと常に言っています。

ラルフローレンの提案するライフスタイル。それはまさにイギリスの伝統的なスタイルをアメリカ流にアレンジし、カジュアルさとスポーティな部分を融合させたものです。アメリカ文化を代表するファッションとして、スポーツウェアの代名詞として、世界で定着しています。ファッションだけでなく飲食部門でもシカゴ、ニューヨーク、パリで展開するレストランは予約を取るのが難しいほど人気があります。また2014年からは「ラルフズ コーヒー」というカフェ事業も手掛けています。

彼の徹底した完璧主義は、その店舗の外装や内装にも見てとれます。どの都市においても直営店は同じような雰囲気や香りを醸し出しています。店内で飾られる古い絵画や乗馬用品などは専門の人間がオークションで購入したり、アンティーク店をめぐったりして収集したもののようです。

日本に進出したのは1970年代。それまでアメリカのIVYリーグのファッションを手本にしていた団塊の世代の多くが、すぐに飛びつきました。その後も渋谷のカジュアルウェアやストリートファッションにも大きな影響を与えました。特にネイビーのブレザーやポロシャツはその代表的なものです。

しかし、本国では少し異なるイメージのブランドとして確立されているのです。ペンキ職人である父を持つ彼自身が、アメリカンドリームを体現した人物であるように、彼の服はアメリカの成功者が着る服、アメリカンドリームを実現しようとする人たちのための服でした。

ビジネス的には成功していた日本で定着したイメージは、本人の目指すイメージとは、ずれがあったのです。そのずれを解消しようと、日本にある店舗は、2005年以降にはすべてアメリカ本国の直営に変わりました。また、コレクションで発表される「ラルフ ローレン」のファッションは、いかにもアメリカのハイエンドな層が気に入るようなものばかりです。日本の「ラルフ」ファンには、その価格もふくめ、手に取りやすいものではありません。それでも、「やっぱり、『ラルフ』の服は素敵」と言えるなにかがそこにはあるのです。

1967年創業のこのアメリカを代表するブランドは、2027年創業60周年、今年は日本上陸50周年を迎えます。彼の作り上げる世界は、ファッションを楽しむ人達にはもちろんのこと、ファッションの入門者にも選ばれるものでもあり、またファッションから卒業した人にとってもふさわしいものだと思います。

私は今まで何回もご本人とお会いし、またインタビューさせていただき、また彼の家族とも親交を深めてきました。奥様のリッキー・ローレンはアメリカのフードやライフスタイルに関する本を著し、高級キャンディーパーで成功をおさめている長女のディラン・ローレン、「ラルフ ローレン」帝国を率いる次男のデヴィッド・ローレン、音楽や映画の世界で活躍している長男アンドリュー・ローレンといった素晴らしい家族に恵まれているのもラルフ・ローレンの魅力ではないでしょうか。「ラルフ」のファンを自認する私としても、これからこのブランドがどう発展していくか、今まで以上に注目していきたいと思っています。

2026年2月26日

Katsuto Tai
田居克人

Katsuto Tai, marie claire 編集長

marieclairejapon.com



Welcome to Our Site!



「marie claire」LINE公式アカウントはこちら

Contents

- 5 Welcome to marie claire /
- 6 Cover Story: Gracie Abrams /
- 9 BRUNELLO CUCINELLI /
- 10 Style Picks: Color Bloom /
- 14 MESSIKA /
- 15 News /
- 16 International Women's Day /
- 22 marie claire open golf in Aichi 2025 After Party /
- 24 Beauty: Glow Base Make /
- 26 Clarins /
- 27 News, shop list

cover photo: ©CHANEL choker, ear cuff: CHANEL

marie claire

2026年2月26日発行 第15巻 第2号(通巻206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 マルチンパヤル ホストゥエグ 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 〒100-8055 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 2026 ©THE YOMIURI SHIMBUN 2026 本誌掲載の記事・写真、イラストの無断転載を禁じます。 ※本誌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。

「シャネル」“ココ クラッシュ”のミューズ 新世代のスタイルアイコン、 グレイシー・エイブラムス Gracie Abrams

シンガー・ソングライターのグレイシー・エイブラムスが「シャネル」のファイン ジュエリー“ココ クラッシュ”のミューズに仲間入り。2019年にデビューし、2024年にはグラミー賞の「最優秀新人賞」にもノミネートされた彼女だが、その一気に高まった“名声と注目”により、自分の創作が歪むことはない、と明言する現代的で聡明な女性だ。

photos: ©CHANEL
text: Tomoko Kawakami

世 界的なシンガー・ソングライターとして、さらに新世代のスタイルアイコンとして、注目を集めているグレイシー・エイブラムスは今、26歳。ハリウッドで活躍する映画監督のJ・J・エイブラムスを父に、敏腕プロデューサーを母に持ち、さらに親友は、あの世界の歌姫、テイラー・スウィフトという、まさにZ世代のサラブレッドだ。

その才能の開花は早く、8歳の頃から作曲を始めていたというグレイシーは、2024年に、グラミー賞で「最優秀新人賞」にノミネートされ、一躍、トップスターへの階段を駆け上がる。

そんな次世代のスターにモード界からも熱い視線が集まるのは当然のこと。2024年2月にNYにオープンした「シャネル」のウォッチ&ファイン ジュエリーの旗艦店のオープニングイベントにメゾンのルックを纏って登場。さらにサプライズでライブパフォーマンスも披露し、話題をさらった。2025年春には、「シャネル」のアンバサダーに抜擢され、よりメゾンとの関係は親密なものになる。

華やかなキャリアと人脈に彩られたグレイシーの人生だが、本人はとても内向的で繊細。そして芯の強いキャラクターが彼女の作る楽曲を通して浮かび上がる。米『ビルボード』誌の取材では「人々が私のことをSNSで語っているのは知っているわ。でもそれに気を取られ過ぎると自分の人生や大切な人との時間を生きられなくなる。プライバシーを侵害されることがどれだけ過酷か、テイラーの姿を見て学んできたから。世間から注目されても私の音楽や人との関係性は変えたくない」と語っている。あくまでも自分の感性に忠実に、周囲の声に振り回されることなく、自分自身に正直な表現を続けたいとも。

そんなグレイシーが、このほど「シャネル」のファインジュエリー “ココ クラッシュ”のミューズに就任。タイムレスでありながら、現代的なクリエイションで自分らしさを主張する“ココ クラッシュ”の精神をグレイシーは見事に体現している。“HIDE AND SEEK(かくれんぼ)”を通し、出会いをテーマにしたキャンペーンでは、BLACKPINKのジュニーやモナ・トゥガードなど、豪華な顔ぶれが勢揃い。アメリカ・ロサンゼルス伝説的なホテル、シャトー マーモントを舞台にかくれんぼを繰り広げる。「シャネル」のエLEGANスが詰まった“ココ クラッシュ”のキャンペーンムービーでも、躍動感溢れるナチュラルな個性を存分に発揮するグレイシーから目が離せない。



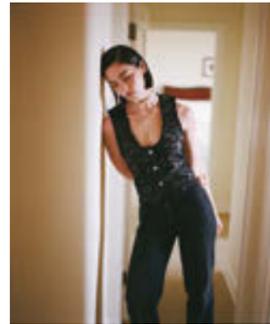
ガブリエル シャネルが愛したキルティングを象徴的に再解釈した“ココ クラッシュ”。曲線と精緻なラインが生む立体美に、2026年の新作では、メッシュ構造によるしなやかさを融合した肌に寄り添うチョーカー、スタイリッシュなイヤカフ、グラフィカルで存在感溢れるカフ、重ね着けにも最適なネックレスなど、さらに魅力的なラインナップが勢揃い。“ココ クラッシュ”（上から）チョーカー [ページュゴールド] ¥5,445,000 イヤカフ (シングル) [ページュゴールド×ホワイトゴールド×ダイヤモンド] ¥995,500 カフ [ページュゴールド] ¥6,578,000 ネックレス (ラージモデル) [ページュゴールド] ¥808,500 (すべてシャネル/シャネル カスタマーケア センター)



(Cover, P6) “ココ クラッシュ” チョーカー [ページュゴールド] ¥5,445,000 イヤカフ (シングル) [ページュゴールド×ホワイトゴールド×ダイヤモンド] ¥995,500 (ともにシャネル/シャネル カスタマーケア センター)



シャトー マーモントで撮影された“ココ クラッシュ”の新キャンペーンのビハインドザシーン。自由なレイアウトが楽しめる“ココ クラッシュ”をグレイシーがフレッシュに纏う



グレイシー・エイブラムス
1999年、ロサンゼルス生まれ。2019年にデビューし、初のEP「Minor」(2020年)、続く「This Is What It Feels Like」(2021年)でポップシーンにその名を広める。2023年にはデビューアルバム「Good Riddance」をリリースし、第66回グラミー賞で新人賞にノミネート。翌年には、セカンドアルバム「The Secret of Us」と、彼女史上の最高順位を記録した楽曲「That's So True」を取録したデラックス版を発表。

BRUNELLO CUCINELLI

ブルネロ・クチネリの人生の軌跡がドキュメンタリー映画に

ラグジュアリーブランドは、何を語り、何を遺そうとしているのか。思想や哲学を未来へどう手渡すか。その問いに対し、ブルネロ・クチネリ氏が選んだのが「映画」という表現だった。ローマ・チネチッタでのワールドプレミアは、その姿勢を象徴していた。

photos: ©BRUNELLO CUCINELLI
text: Miyuki Yajima

この日、ローマは12月というのに、刺すような日差しに輝いていた。イタリア映画の発祥地、チネチッタ。フェリーニが、ヴィスコンティが名作を完成させたローマにある映画の撮影所である。その中に新たに建造された天井高25mという「テアトロ22」において、映画『ニュー・シネマ・パラダイス』で知られるジュゼッペ・トルナトーレ監督の新作『BRUNELLO: IL VISIONARIO GARBATO』（仮邦題『ブルネロ: 礼節ある先見者』）のワールドプレミアが行われた。

古代ローマの建築物の並ぶ通りに蝋燭の赤い光が道を成し、よく見ると道には東西の哲人達の言葉が浮いて見える。広さ、深さ、高さ、仮想性。ローマならではの特別な空気が漂う中を、世界中から招かれた1000人近い人々が「テアトロ22」に向かってそぞろ歩いて行く。その光景はすでに架空の世界に近い。

映画はブルネロ・クチネリ社とMasi FilmがRai Cinemaと共同で制作した。3年に及ぶ製作期間であったという。ドキュメンタリーと俳優によるフィクションを織り交ぜながら、クチネリ氏の農村での幼少期、ソロメオ村の再生、世界規模の企業の構築まで、彼の人生の要所を旅する2時間の映画である。イタリア国内では、すでに12月に映画館にて上映された。日本ではこの秋に向けて公開の予定だという。

家族の温かい愛情に包まれ、夜には星を眺めるクチネリ氏の幼少期の環境が「勇気と共に育まれた夢こそが人の運命を導く真の力である」という言葉を同氏の心に根付かせたのであろうことがうかがえる映画である。人と人との間の温かい感情に満ちたこの作品は、創業者ブルネロ・クチネリ氏の経営の基本的姿勢をまさに伝えるもの。

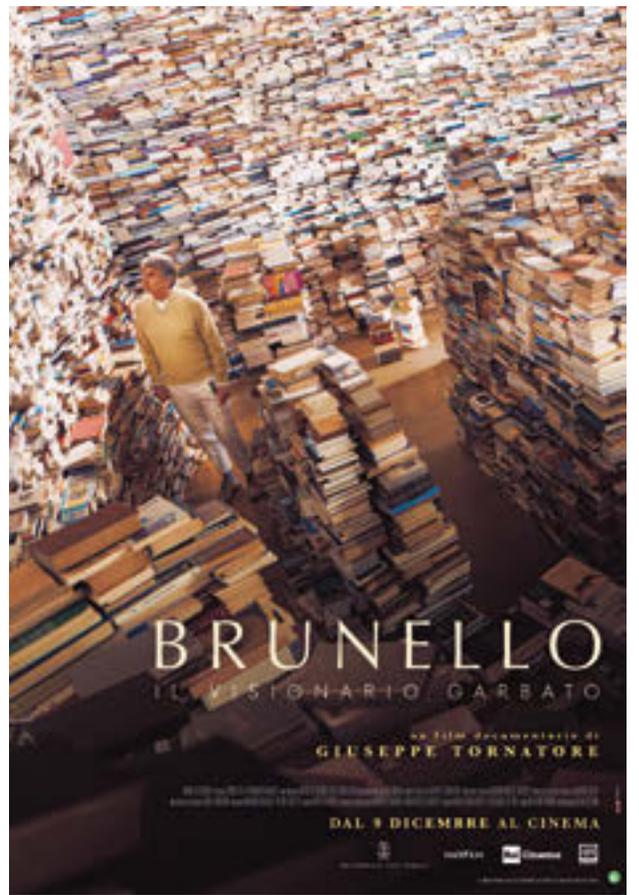
映画の中では、直接商品について語られることはない。代わりに、創業者の人生や経営哲学、労働観、地域社会への投資といった企業の存在価値の方を明確にしている。映画を通じて、自らの言葉と文脈で自社の思想と価値観を提示しているのである。SNSの数値など第三者の反応に依存する自己同定の方法を取ってはいない。

著名なトルナトーレ監督を起用した点も重要である。通常、企業動画製作ではコスト効率が優先され

るが、この映画では、適正な製作費の計算よりも文化的な信頼性と作品の寿命の方が重視される。良い映画として評価され続ける限り、製作費は一過性の広告費ではなく、無形資産として企業価値に寄与し続け得る、という考え方だ。

また、映画を通じて倫理性や文化性、長期的視点の経営という文脈が補強されることで、価格についての人々の納得が得られやすくなる。現在の一般的なマーケティング戦略が、「如何に効率よく多くの消費者を動かし得るか」を重視するのに対し、クチネリ氏の映画戦略は、「誰に対して深く届けるか」を重視するもの。ブランドの耐久性を高めていくための手段と言える。

そう、この映画作りは、広告費を使った販売促進活動ではなく、クチネリ氏の経営哲学を資産化するためにも有用なのである。短期の成果に焦点を合わせるのではなく、10年、20年単位の競争力を維持するための基盤を構築しようとするものだ。この姿勢こそが、「ブルネロ・クチネリ」ブランドが、他と一線を画す理由である。現代ビジネスにおける示唆に富んだ一例と言える。

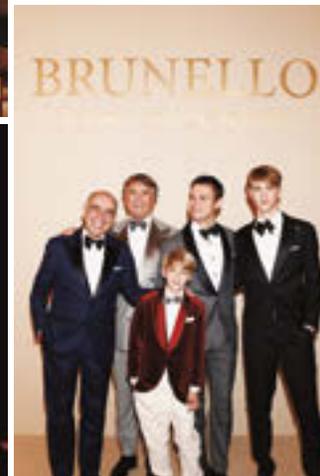


『BRUNELLO: IL VISIONARIO GARBATO』（仮邦題『ブルネロ: 礼節ある先見者』）監督・脚本: ジュゼッペ・トルナトーレ 音楽: ニコラ・ピオヴァーニ 日本では今年秋の公開を予定

photos: Stefano Schirato



「証言、アーカイブ、個人的回想を土台とした“伝統的ドキュメンタリー”の形式に加え、主人公の人生の最も象徴的な章を“映画的な演出による再現”として描く二重構造を採用した」とトルナトーレ監督



〈左上〉映画のワールドプレミアが開催されたローマのチネチッタ。会場に続く幻想的な通りにはクチネリ氏が影響を受けた哲学者たちの言葉が浮かび上がる 〈左下〉今回のプレミアはヨーロッパ最大級の規模を誇る新たなスタジオ「テアトロ22」のこけら落としでもあった 〈右〉左からジュゼッペ・トルナトーレ監督、ブルネロ・クチネリ氏、映画でクチネリ氏を演じた俳優たち

Color Bloom 色を纏う春

やわらかなパステルから、明るいヴィヴィッドまで、色を纏う歓びに満ちた季節が到来！甘すぎないマチュアな感性で色を組み合わせることで、装いはよりモダンで奥行きのある表情へ。洗練されたカラーバランスを味方に、ポジティブな大人の春を謳歌して。

photos: SHINMEI(SEPT)(P10, 12)
styling: Chie Atsumi(OTA OFFICE)(P10, 12), Natsumi Sato(P11, 13)
direction & text: Miyuki Kikuchi



新章を告げる 甘さを抑えたピンク

新たな風を吹き込む、ジョナサン・アンダーソンによる初コレクションから誕生した話題のバッグ。洗練されたピンクが印象的で、構築的なフォルムとやわらかなレザーの質感が上品な存在感を演出。装いに旬な華やさを添える、新時代のアイコンのピース。バッグディオール ボウ[W26×H16×D10cm]¥630,000(ディオール/クリスチャンディオール)

蟹座 Cancer 6月22日~7月22日★慣れ親んだ世界から興味を外に向けていくことが大切。月初めは関心の薄かったジャンルの映画や本を覗いてみることで、新たな好奇心の扉が開く暗示。好き嫌いで判断しないことが鍵。



〈右〉Louis Vuitton 流れるドレープシルエットにフリッツを施し、ベルベットのフラワーモチーフが繊細なムードを引き立てる贅沢な一着。ドレス¥2,117,500 [予定価格] バッグ、ソックス、靴 [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)



〈左〉Stella McCartney 淡いピンクにパンコールが輝くミニドレス。足元には鮮烈なレッドを利かせ、甘さの中にエッジを感じさせる着こなしに。ドレス¥769,450 バッグ [参考商品] 靴 [H6.5cm] ¥129,800 (すべてステラ マッカートニー/ステラ マッカートニー ジャパン)

〈上〉Hermès 華やかさとエネルギーを宿すレッドに釘付け。女性らしさと強さを同時に引き立て、モダンな魅力を添えて。ビスチュ ¥1,100,000 [参考価格] パンツ ¥1,782,000 [参考価格] ピアス ¥114,400 [参考色] バッグ "ケリー・ホーボー" [W26×H33×D11.5cm] ¥1,705,000 靴 "マスター" ¥180,400 (すべてエルメス/エルメスジャパン)



Pink & Red

大人のためのピンク&レッド

この春、真っ先に取り入れたい色はロマンティックなピンクとパワーレッド。相反するようでいて惹かれ合う、強さと優雅さを行き来するスタイリングが、大人のカラーブロックを表現。心躍るような華やぎカラーを今すぐワードローブに。

1. Gucci ブランドのアイコンバッグをアーティストック・ディレクターのデムナが再解釈。ソフトなレザーで軽量化に仕上げ、同素材のストラップも内側に通すデザインに。バッグ"グッチ ハンバー 1947" [W17.5×H11.5×D6cm] ¥594,000(グッチ/グッチ クライアントサービス)
2. Chloé 今季のトレンドのひとつでもあるヴィンテージムード。サイドフレームからゴロンワイヤーコアが透けているのが特徴。メガネ¥49,500(クロエ/ケリング アイウェア ジャパン カスタマーサービス)
3. Roger Vivier スタイリングに差をつけるならヘアアクセをON。ロココ調のジュエルを飾ったヘアクリップは、スタイルにフレッシュなテイストをプラスしてくれる。ヘアクリップ ¥69,300(ロジェ ヴィヴィエ/ロジェ ヴィヴィエ ジャパン)
4. Givenchy ピンクのニットフリルがプリンセスを想起させるような繊細なドレス。新たなフェミニニティが薫り立つドレスを手にして。ドレス ¥1,870,000(ジバンシィ by サラ・バートン/ジバンシィ ジャパン)
5. Bottega Veneta メソンのアイコン"ノット"をロマンティックなハート形に再解釈したユニークなピアス。ディリーにしたい一点。ピアス ¥239,800(ボッテガ・ヴェネタ/ボッテガ・ヴェネタ ジャパン)
6. Jimmy Choo 繊細なローズカラーの"ジミー チュウ レース"を使用し、ロマンティックなフローラルモチーフをシアーパーズに重ねた軽やかでどこまでも女性らしい一足。靴 [H10cm] ¥237,600(ジミー チュウ)
7. Tod's ヴィンテージのスクエーゼドニカル ファブリックを使用したスポーティかつ洗練された今の気分添うスニーカー。靴 [H2.5cm] ¥119,000(トッズ/トッズ ジャパン)
8. Giorgio Armani スタイリングのポイントに欠かせないベルベトは大胆なフリンジと編み込みがアクセントになるこの1本を選んで。ベルト ¥181,500(ジョルジオ アルマーニ/ジョルジオ アルマーニ ジャパン)

獅子座 Leo 7月23日~8月22日★責任や役割を誰かに託していくことが活性化に繋がる暗示。月初めは特に関係性での偏りのバランスに気を配り、時、相手を信頼して任せるところの安定が生まれる暗示。

乙女座Virgo 8月23日→9月22日★人の距離感や役割を現実的に見直す時。3月3日の月食19日の新月では抱えていた違和感を前向きに整え直すチャンス到来。思い切り相手に飛び込んで甘えることが新しい関係性を築ける。



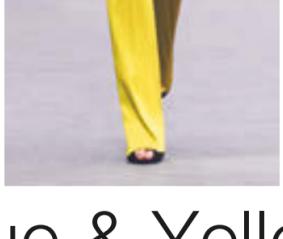
〈右〉Fendi 100%シルクカーンのオーバーサイズのボロニットとミニスカートの鮮やかなブルーの組み合わせがフレッシュ。ニット¥533,500 スカート¥327,800【ともに予定価格、3月中旬発売予定】ピアス、バッグ、ソックス、靴【すべて参考商品】(すべてフェンディ/フェンディジャパン)



〈下〉Valentino Garavani カラーブロック上級者にぴったりなブルーとイエローのコンビネーション。ジャケット¥709,500 パンツ¥407,000(ともにヴァレンティノ) 靴 [H10.5cm] ¥165,000(ヴァレンティノ ガラヴァーニ/すべてヴァレンティノ インフォメーションデスク)



〈左〉Ferragamo シックなアニマルプリントとペールトーンのブルーが上品にマッチ。小物にヴィヴィッドなカラーを合わせるのが今季のムード。ドレス¥385,000 靴 [H5.5cm] ¥231,000 バッグ【参考商品】(すべてフェラガモ/フェラガモ ジャパン)



Blue & Yellow モダンに魅せるブルー & イエロー

海のように神秘的なブルーが放つ知性、軽やかなパステルの水色もたらず抜け感、そしてジュシーなイエローが添えるポジティブなエネルギー。瑞々しいカラーを自由に、大胆に組み合わせることで生まれる新しい表情が、余裕ある大人のスタイルを完成させる。

realization: Miyuki Kikuchi

1.Chanel アーティスティック ディレクターであるマチュー・ブレイザーの遊び心が宿る“ひよこ”モチーフのピアス。愛らしさを秘めながら耳元で存在感を放つ。ピアス¥198,000【予定価格】(シャネル/シャネル カスタマー ケア センター) 2.Louis Vuitton 今年の最強開運日に向けて選びたいのが幸運を呼ぶクローバーシェイプのチャームを施した日本限定のアイテム。財布 [W11.5×H9×D1.5cm] ¥116,600【予定価格】(ルイ・ヴィトン/ルイ・ヴィトン クライアントサービス) 3.Loewe なめらかな光沢と足を優しく包むしなやかさが魅力のミュール。上品さの中に芯の強さを秘めたブルーが、装いを知的に引き締めてくれる。靴 [H4.5cm] ¥189,200【予定価格】(ロエベ/ロエベ ジャパン クライアントサービス) 4.Max Mara 1981年に生まれた“101801”モデルに新色のブルーが登場。上質なヴァージンウールとカシミアを混合した生地は、ボリューム感がありながら軽い着心地。今こそタイムレスな一着を手にして。コート¥625,900(マックスマラ/マックスマラ ジャパン) 5.Courrèges サイドのロゴがアイコン的なキャップは、軽やかなブルーでフェミニンなスタイルからモードなスタイルまで幅広くマッチ。¥31,000(クレージュ/エドストローム オフィス) 6.Delvaux 職人技が光る構築的でグラフィカルなデザインが美しい大人のためのアイコンバッグ。今季らしいイエローが鮮度を添えて。バッグ“ブリヨン テンポ S” [W23×H17×D8.5cm] ¥828,300(デルヴォー) 7.Pierre Hardy フロントのキューブモチーフがアイコン的な新作バッグ。深く澄んだアイスブルーが軽やかに春を告げる。バッグ“プリズム” [W22×H17×D7cm] ¥172,700(ピエール アルディ/ピエール アルディ 東京) 8.Jil Sander ブルーのファブリックのレイヤーが美しいハンドメイド刺繍を施したストレートフィットのスカートはエレガントかつモードな装いにもぴったり。スカート¥1,149,500(ジル サンダー/ジルサンダー ジャパン)

足元は断然フラット!
心地良さ&カラーで攻めて
バレエシューズのエッセンスを進化させたスニーカーや、レザーシューズが、カラーバリエーションも豊富に今季も引き続きブレイク中。(上から)靴 [H0.5cm] ¥146,300【予定価格】(プラダ/プラダ クライアントサービス) 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) 靴 [H0.5cm] ¥143,000【予定価格】(セリーヌ/セリーヌ ジャパン)

天秤座Libra 9月23日→10月22日★生活スタイルに目を向け心地よいリズムを作っていくイベントが活性化に繋がる。食生活など身の回りを効率良く整えて、あなたらしいバランス感覚で生活の質をあげていくイベント。



Cartier カラーとボリュームに魅了される “クラッシュドゥ カルティエ”の最新作

photos: Yona Hllat © Cartier
PG=ピンクゴールド

2019年に誕生し、メゾンの新たなシグネチャーとなった“クラッシュドゥ カルティエ”。“2面性”をテーマに、ピコ(スタッズ)、ビーズ、クル カレ(四角錐)といったメゾンの伝統的なコードを独創的に組み合わせたデザインが、唯一無二の存在感を放っている。そのコレクションに、今回、レッドアゲート、グリーンアゲート、ピンクカルセドニー、オニ

キスのカラーストーンをあしらったモデルが登場。ピンクゴールドのピコに挟み込まれるように配されたハードストーンのビーズが立体感と彩りをもたらしている。ミリ単位で厳選されたビーズは、機械によるはめ込みと職人の手作業を繰り返す複雑な工程によって完成。緻密な技が生み出された美しさは、装いにモダンな華やぎを添えてくれる。

(上)視線を集めるカラーとボリューム感で、手元に主役級の存在感をもたらす。リング“クラッシュドゥ カルティエ”(人差し指) [PG×グリーンアゲート] ¥1,056,000 (薬指) [PG×オニキス] ¥913,000 (下)ピンクのやわらかなカラーとスタッズのモダンさが絶妙なバランスを醸すデザインも登場。リング“クラッシュドゥ カルティエ” [PG×ピンクカルセドニー] ¥1,056,000 (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)

「こは単なるダイヤモンドの産地ではなく、特別な土地です」。ヴァレリーは穏やかな表情でナミビアを紹介した。日本の約2.2倍の国土の大半は手つかずの自然に覆われる。地平線まで続く草原にアカシアが点在するサバンナは、日の移ろいととも風景全体の色彩を変える。世界最古の砂漠の一つナミブ砂漠には、鉄分を含む赤い砂丘が高々と連なり、異世界の光景が広がる。

3年前にもナミビアを訪れたヴァレリーは、その変化に富む大地の表情を、創業20周年を祝う2025年のハイジュエリーコレクション「テール ダンスタン(本能の大地)」のデザインに落とし込んだ。砂丘の風紋や蜃気楼、ライオンの爪痕——自然の一瞬をとらえる視点が際立つ。「ナミビアの壮大な風景とユニークな色彩は、大切なものを思い出させてくれます。光や風景、動物に恋をしているのです」

父アンドレ・メシカはダイヤモンド商として名声を



高さ300メートル級の赤い砂丘が連なるナミブ砂漠。遥か先まで続く砂漠を時折、熱風が包み込んだ

MESSIKA

ダイヤモンドジュエリーの旅路を追って ナミビア、唯一無二のダイヤモンドと創造の源

2025年に創業20周年を迎えたフランスのジュエリーブランド「メシカ」。世界有数のダイヤモンド産出国ナミビアに加工施設を構え、ほぼ垂直統合された供給網を確保している。日本から約1万4千キロ離れたこの地を、創業者でアーティストックディレクターのヴァレリー・メシカ氏と訪ねた。そこで出会うダイヤモンド、人、風景とは。

text: Shunya Namba



- 1.砂丘の風紋や蜃気楼をイメージしたネックレス「ミラージュ」
- 2.ナミビア産ダイヤモンド原石。選別は手作業で行われる
- 3.「AMD」で原石をカットする職人
- 4.「AMD」に導入されているサリネ社製の分析装置

築いた人物だ。「父からダイヤモンドへの情熱を受け継いだ」と彼女は語る。その情熱と創造性を形にするうえで支えとなっているのが、「メシカ」独自の供給体制だ。アンドレが創業した「アンドレ・メシカ・ダイヤモンド(AMD)」は、2007年からナミビアで原石の加工と流通を手がける。加工拠点を産出国に置くジュエリーブランドは稀だ。「メシカ」のほぼ垂直統合された供給網は、上質なダイヤモンドへのアクセスと、透明性や倫理性へのコミットメント、その両面を実現する。

「AMD」の従業員の約半数は障害を持っている。ナミビア政府が推奨する「シエア・パーティシペーション・プラン」(従業員が25%の株式を持ち、利益や成長を企業と分かち合う仕組み)も導入し、雇用創出と加工産業の強化に寄与している。弟で「AMD」の経営に携わるイラン・メシカは職場を「仕事の喜びと情熱に満ちた環境」と表現した。研磨音が響く作業場では、従業員が「仕事を見てくれ」「試しにやってみるか?」と笑顔で呼び止める。清掃員から在庫管理マネージャーになった女性は、経歴を皆の前で紹介されると少し照れたように微笑んだ。ヴァレリーは一人一人の物語に耳を傾け、技術を学んでいた。「職人たちが日々技術を磨き、最高の自分を目指して働く姿に出会うたび、心を打たれます」最新鋭の設備も目に付いた。精密スキャン機器が原石の欠陥箇所をマーキングし、カット位置や最終形状の候補を導き出す。全工程とひもづくサリネ社製のトレーサビリティシステムは、来歴を改ざん不能なデータとして記録。消費者は二次元コードで産地や加工履歴を含むダイヤモンドジャーニーを確認できる。



ヴァレリー・メシカ(中央)と「AMD」の従業員

ナミビア産ダイヤモンドの約7割は海底から産出される。鉱山由来が主流の他国と比べ極めて珍しい。この「オーシャン・フロア・ダイヤモンド」は陸地で生まれ、長い年月をかけ川を下り海底に堆積する。その過程で砂や波に磨かれ、透明度の高い原石だけが残る。政府が出資する半官半民企業が原石を一括して選別・評価し、同国産の原石の品質と透明性を支えている。

現地では、多くの人がダイヤモンドと自らの人生の関わりを語ってくれた。遠く離れた国の大地と人のストーリーは、指先までつながっている。

SERAPIAN

日本の風景が着想源 「セラピアン」がベサン・ローラ・ウッドとコラボレーション

photos: ©SERAPIAN
interview & text: Tomoko Kawakami

ミラノ発のラグジュアリーレザーブランド「セラピアン」が独特の色彩感覚で知られる英国人アーティスト、ベサン・ローラ・ウッドと組んだカプセルコレクションをリリース。今回、ベサンが着目したのは、日本の山や木版画に見られる「色の移ろい」だった。「色のグラデーションは、単なる装飾ではなく、時間や空気の変化を感じさせます。遠くから見ると穏やかで、近づくにつれて色の重なりが現れる。そこに、人々は自然と引き寄せられると思う」とベサン。「セラピアン」を象徴するモザイク織に、複数の技法を合わせることで、色は均一ではなくなり、深い奥行きを表現することが可能に。「色は固定されたものではありません。光や動き、見る人によって変化する“生きた存在”だと思います」。その彼女の言葉通り、新作のバッグたちは、持つ人

の動きやスタイリングによって、豊かな表情を披露してくれる。クラフトを重んじるブランドとのコラボレーションは、自分にとって重要な意味を持つ、と言う彼女。「手仕事には、時間と人の感覚が刻まれています。それが美しい色に重なったとき、初めて本当の深みが生まれる。『セラピアン』が誇る伝統的なクラフトマンシップへの敬意と、モダンな視覚表現の両立こそが今回の核。そして、出来上がったバッグを使う人が、自分自身の感覚で“完成させていく”余地を残したかった」。伝統と革新、静と動。その間に生まれる豊かな余白も、このコラボレーションの大きな魅力と言えそう。



ベサンとコラボレーションした2026年春夏コレクション。華やかなカラーリングと精緻なクラフトマンシップに目を奪われる。(上から)“アニ バッグ” [W29.5×H20×D13.5cm] ¥589,600 “ミニ シークレット バッグ” [W19×H18×D12cm] ¥481,800 “シークレット バッグ” [W49×H32×D22cm] ¥589,600 (すべてセラピアン/リジュモンジャパン セラピアン)

©Lebogang Thako



壊れたコミュニティを内側から癒やす、力強い女性たちの活動

南アフリカを取り巻くHIV /エイズ問題を起点に、教育やジェンダー平等、コミュニティケアへと活動を広げてきたCTAOP。その長年の取り組みを支えているのが、「ディオールビューティ」による継続的なサポートだ。

現場での変化を重視するCTAOPの姿勢は、「PAB(フィリサ・アパファジ・ベトウ)の活動と共鳴する部分も多い。ケープタウン近郊のタウンシップが拠点のPABは、圧倒的な行動力と存在感を持つ女性、ルシンダ・エヴァンスが率いる団体。彼女の目標は、単に支援を行うことではなく、暴力や貧困、分断により壊れたコミュニティそのものを内側から癒やし直

すこと。ルシンダは「フィリサ・アパファジ・ベトウという名は直訳すると“私たちの女性を癒やす”という意味。その名の通り、この場所は女性たちの回復から始まっています」と言う。

CTAOPとPABの出会いは、コロナ禍だった。ロックダウンにより、女性たちは加害者とともに家に閉じ込められ、家庭内暴力は急増。子どもたちは学校に通えず、居場所を失っていた。「私はまず食べ物が家庭に平和をもたらすと考えました。食卓を囲めば、ほんの一瞬でも家に静けさに戻るのです」。そう振り返る彼女が取り組んだのは、食料支援だった。19カ月の間、毎日3,000人に食事を提供。主にたん

ぱく質を含む食事が用意され、生き延びるための最低限の支えがここから広がっていく。高い門と有刺鉄線の内側に広がるPABの敷地。そこは子どもや高齢者にとって、屋根や断熱材、窓や扉に守られた安心できる居場所だ。

入り口に設置された「ベビー・ボックス」こそ、この施設の覚悟を象徴する存在。育てることができない新生児を匿名で預けられる仕組みで、赤ちゃんが入るとアラームが鳴り、スタッフが病院と児童保護サービスにつなぐ。「これがなければ、路上に捨てられてしまう命もあるから」と、ルシンダは行政から越権行為と批判を受けながらも撤去を拒んでいる。そして、この箱はすでに少なくとも5人の命を救った。

PABでは、子どもたちの放課後プログラムも行われている。毎日の温かい食事、安全な遊びの時間、そしてアートや音楽を通じたグループセラピー。「家庭内で暴力にさらされた子どもは、すべてを感じ取ってしまうのに、それを言葉にする力がありません。学校では“問題のある子”として

扱われてしまうことも多い」。だからこそ、感情を自分で整える方法を学ぶ場が必要なのだと。「暴力の連鎖を断ち切り、今、自分に何が起きているかを他者に知らせる力を育てるためでもあります」

敷地内には、クィアの若者のための緊急避難施設や、高齢者のためのデイセンターも。「年金が入る高齢者は、それが理由で、虐待の対象になりやすく、加害者が家族のため、被害が表に出にくいのです」。新生児から、子ども、若者に高齢者まで幅広く、救いの手を差し伸べるPAB。「この私たちの取り組みを真似て、誰かが自分のコミュニティで同じことをしてくれたら。人種やジェンダーを問わず、家庭ひとつひとつを癒やしていくのが、このプロジェクトの願いです」

1.施設の周りには、子どもたちを危険から守るために有刺鉄線が張り巡らされている。それは、子どもたちが、本来の子どもらしい姿で過ごせる場所を確保するための境界線だ
2.PABでは、再利用された輸送用コンテナで作られた鮮やかな色の家が並び、子どもたちの遊び場が用意されている。そこは、暴力への恐怖から解放され、無邪気に遊び、ただ子どもでいられるための場所だ
3.ルシンダ・エヴァンスが立つのは、彼女が築いた安全な居場所、フィリサ・アパファジ・ベトウの中心にある庭。その名は“私たちの女性を癒やす”という意味を持っている

©Lebogang Thako



©Lebogang Thako



©Paola Kudacki/Dior Beauty



CTAOPが支援する奨学金制度によって、ケープタウン大学に通うシボシーレ、ミシェ、オネシモとシャーリーズ・セロン

シャーリーズ・セロンが伝える南アフリカの女性たちの声 癒やしが未来をつくる

Healing THE WOMEN OF South Africa

「ディオールビューティ」のアンバサダーであり、アカデミー賞俳優のシャーリーズ・セロンは、生まれ故郷の南アフリカで最も声を上げにくい人々のために行動を続けてきた。仏版『マリ・クレール』は南アフリカを訪れ、彼女が立ち上げたCTAOPの活動を軸に、支援を受ける大学生やコミュニティを率いる女性、そして本人の言葉を通して、変化を生み出す女性たちの現在地を追った。3月8日の国際女性デーを前にそのルポルタージュをご紹介します。

photos: Paola Kudacki/Dior Beauty, Lebogang Thako
text: Galia Loupan
translation: Tomoko Kawakami

女性たちが学ぶことから始まる、明るい未来への連鎖

シャーリーズ・セロンが2007年に立ち上げた「シャーリーズ・セロン・アフリカ・アウトリーチ・プロジェクト(以下CTAOP)」。その活動の核にあるのは、外部から解決策を押し付けるのではなく、現場で実際に機能している取り組みを見極め、資金や支援を届けることでコミュニティ自らが変化を生み出す力を後押しする姿勢だ。

こうした理念を体現している取り組みが、ユースリーダーシップ・プログラム。若い女性たちを対象とした奨学金制度もその一部だ。ケープタウン大学の学生、オネシモは、「以前は学費のことばかり心配していました。でも今は授業料のことも、今夜お腹を空かせて眠るかどうか心配しなくてよくなった」と語る。彼女は、経済

的不安から解放されたことで、“生き延びる”ための暮らしではなく、自分の未来を思い描く余白を得た。地域の子どもたちに読み書きを教える図書館を作りたいという希望を抱きながら、現在は病理医を志し、医療を通して人の命を支える道を模索している。

そして、もう一人の学生、ミシェは応募のためのエッセイで自身の出自について、こう語っている。「私は、近所で銃声が響く場所で育ちました。裸足で道を走る子どもたち、家族のために働き続ける若い母親たち、懸命に生きる黒人女性たちのもとで育ちました」。ミシェは今、物語を伝える力を武器に、映画業界で脚本家や監督として活躍することを目指している。そして将来は故郷に戻り、「若い人たちがこの世

界に入るためのワークショップを開きたい」と目を輝かせる。

さらにもう一人、シボシーレの原動力は、より切実な経験に根ざしている。自身の姉の子ともである“弟”には出生証明書がなく、教育や医療へのアクセスさえ閉ざされていた。「弟だけの問題ではなかった。タウンシップには同じ状況の子どもがたくさんいた」。現在はアフリカ・フェミニズム研究の分野でジェンダーと変容を学びながら、「クィア(性的マイノリティの人々の総称)の子どもたちが、自分自身を守り、声を上げるための場所を作りたい」と話す。

CTAOPの奨学金制度が彼女たちにもたらしたのは、学費の支援だけではない。自分の価値を信じ、社会に何を還元できるのかを考えるための時間と視点

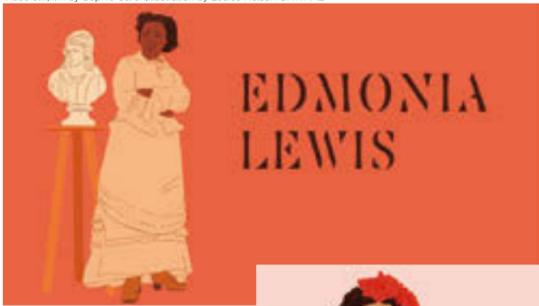
だった。若い世代の可能性を信じ、その力がやがてコミュニティ全体へと波及していく。CTAOPの取り組みは、その緩やかで、静かな連鎖を後押ししているのだ。

©Lebogang Thako



この奨学金制度が彼女たちに与えるのは、学ぶための時間と、迷い、探究する人生の余白。その積み重ねが、次世代のリーダーへと彼女たちを導く

Video still, film by Sophie Caron, illustration by Louise Nelson ©AWARE



「AWARE」のウェブサイトのデータベースには、メキシコを代表する女性画家、フリーダ・カーロから、美術家として国際的に評価された最初のアフリカ系アメリカ人女性、エドモニア・ルイス、近代日本を代表する画家で女性として初の文化勲章を受章した上村松園まで、多数の女性アーティストの功績が、表現媒体や国の制限なく幅広く集められている



AWARE

女性アーティストの功績を可視化「AWARE」が目指す美術史のジェンダー平等

これまで美術史に記されてこなかった女性アーティストの功績に光をあて、可視化していくフランスの非営利組織「AWARE」。2024年に日本チームが発足し、ウェブサイト日本語セクションが誕生した。日本代表でインディペンデント・キュレーター兼編集長の天田万里奈さんが語る、活動の意義とは。

聞き手：マリ・クレールデジタル編集長 宮智 泉

「AWARE (Archives of Women Artists, Research and Exhibitions)」は、美術史家のカミーユ・モリノーさんらによって2014年にフランスで共同設立された。その功績が認められ、今年1月よりパリのポンピドゥーセンターの一部門として運営されている。

AWAREはなぜ結成されたのでしょうか。
「美術の世界では女性アーティストは周縁化され、美術史にきちんと歴史を刻まれてきませんでした。そういった意味から文化的、歴史的な意味を検証し、女性アーティストに光を当てる必要がありました」

こうした動きのきっかけは。
「共同創立者の一人のカミーユがポンピドゥーセンターのキュレーターだった2009年に女性アーティストの作品のみの展覧会を開催しました。来場者は約250万人にのぼり、成功を収めました。その準備の段階で、女性たちの作品や歴史について情報が不足していることが反省点となりました。作品や情報をアーカイブ化していくことの必要性が明らかになったのです」

男性アーティストと大きな格差があるのでしょか。

「2025年に日本のアート領域におけるジェンダーバランスを調べたところ、美術大学の男子学生はわずか27%にもかかわらず、展覧会や評価の場に立つアーティストの多くは男性です。過去10年間に日本の美術館で開催された個展の約77%は男性アーティストによるものであり、主要な美術賞の約74%も男性に授与されています」

こうした状況でアーカイブを作る意味とは。
「男性との不均衡を正していくうえでも、アーカイブがないと展覧会も開催されにくいし、研究の対象にもなりにくいのが実情です。こうした悪循環を断ち切り、女性アーティストの功績を可視化し世界的に発信するプラットフォームを作っていきます。その変化がもたらす未来へのインパクトも大きいのです」
現在、サイトは英語、フランス語、日本語の3か国語で運営され、世界で500人以上の寄稿者があり、約1400人のアーティストが紹介されている。



上村松園「母子」重要文化財 東京国立近代美術館所蔵



カミーユ・モリノー パリを拠点に活動するキュレーターであり美術史家。「AWARE」の共同設立者兼ディレクターを務める



ウェブサイトには、日本語セクションも開設されている。日本の女性アーティストに焦点を当て、その作品や活動を紹介するとともに、研究記事など学術的・教育的なコンテンツを提供
https://awarewomenartists.com/aware_japan/

ウェブサイトの日本語セクションはどのような内容でしょうか。

「国内外の人たちが日本の女性アーティストを発見し、略歴や記事にアクセスするための入り口です。日本画家の片岡球子や現代美術家の内藤礼ら、多様なアーティストの略歴を掲載しています。研究記事はこれらのアーティストのキャリアや作品を、より大きな芸術運動やフェミニズムの思想という文脈に位置づけていくことで、理解を深めていけるはず」

今後の活動を教えてください。

「日本のアートに関する情報収集と国内外への発信などを推進する国立アトリサーチセンターと連携し、日本における女性アーティスト研究を推進するためのリサーチフェローシップを始動させました。また、日本において、工芸や建築分野で活躍する女性の紹介にも取り組んでいきます」



天田万里奈 AWARE日本代表、インディペンデント・キュレーター、アート・プロジェクト・プロデューサーであり、国際的なアート・キュレーターや専門家と協力して日本の多様性を推進する非営利団体SPECTRUMの共同設立者。

CTAOPはどのように始まったのですか？

2007年に、HIV / エイズの分野から活動を始めました。当時は世間に正しい知識がほとんどなく、その無知が大きな恐怖を生んでいました。アメリカに移ってから、多くの解決策が存在していることを知ったけど、それらはアフリカには届いていなかった。すでにHIVに感染している人への緊急的なケアはあっても、予防に対して時間やエネルギー、資金を本気で投じる動きはほとんどなかったのです。エイズによって、ひとつの世代が失われました。だから私たちは明確なビジョンを掲げました。それは若い人たちに情報とリソースを届け、自分自身の命を守るようにすること。

interview

Charlize Theron

すでにある声を増幅させ好転させるのが私の役割

俳優として世界的な成功を収めたシャーリーズ・セロン。生まれ故郷・南アフリカで続けてきたCTAOPの活動は、声を持たない人々の現実を社会に届けるためのもの。その原点と、未来への視線を語ってくれた。



と。それが、すべての出発点でした。最初の一步を踏み出したのは、自分が“効果的な行動ができる立場”にいると気づいたから。でも実際に動いてみると、大きな理想を抱いていた自分たちが“バケツの中の一滴”にすぎないと実感することに。CTAOPのエンブレムである「一滴と波紋」は、その思いを象徴しているのです。

あなたの知名度は、CTAOPの活動にどのような影響を与えていますか？

ポジティブな面とネガティブな面があります。セレブリティが関わると、物事が真剣に受け止められにくくなることも。でも与えられた舞

台を使い、CTAOPを通じて聞いた声や物語を広めるのが私の役割だと思う。現場では、女性リーダーたちが非常に困難な仕事をしているからこそ、彼女たちには代弁者が必要なのです。味方は、多ければ多いほどいいから。南アフリカのような場所で育ち、目の前にある不必要な苦しみを見続けていれば、何かをせすにはられません。私の活動の出発点は、女性の権利でした。30年前、南アフリカは“世界で最もレイブが多い国”と呼ばれていました。それで、私は反レイブ・キャンペーンに関わり、大きな議論を巻き起こしました。それが国際的に報道され、実際の変化につながった。そのとき、自分は前に出るの

ではなく、すでにある声を増幅させる役割を担えるのだと理解したのです。

CTAOPがユース・リーダーシップ・プログラムを立ち上げた理由は？

私にとって、特に大切なプログラムのひとつです。可能性は、どこにでも存在する。社会の根幹を変えたいのであれば、闘う意志を持つ人たちを育てることから始める必要がある。私たちはそこに、未来があると考えています。

ルシндаが作った安全な居場所は、地域の犯罪率も下げたそうですね。

それは、人々が“誰かが自分を気にかけている”と感じられるから。多くの暴力は、“誰も見ていない”という感覚の中で続いています。安全な場所があり、誰かが声を上げていると分かれば、空気は変わる。これは、コミュニティ全体に作用する包括的なケアの構造だと思います。

CTAOPに関わり続けることで、あなた自身は変わりましたか？

私はもともと平穏無事な日々を生きてきたわけではありません。現実を直視し続けると、問題の大きさに圧倒されてしまうこともある。CTAOPは、そう感じずにいられる道を私に与えてくれました。世界にはひどいことがたくさん起きている。でも、自分が“効果がある”と分かっている行動ができれば、それはとても希望のあること。希望がなければ、人は生きていけませんから。

南アフリカ、そしてCTAOPに望む未来は？

南アフリカが、本来持っている可能性を生かせる国になること。それが私の願いです。この国は、信じられないほど美しく、驚くほど強く、特別な存在です。苦難に耐え抜きながらも、暗闇の中で光や希望を失わない人々が、ふさわしい未来を手をすることを願っています。そして、それが一日も早く訪れてほしいと思っています。

女性のリーダーシップやシスターフッドも、その一部ですね？

もちろんです。私たち女性は人口の半数を占めています。団結すれば、計り知れない力になる。正しい思いを持ちながら、どこから関わればいいのか分からない女性は少なくない。CTAOPを知ること、行動につながる入り口が見えて、シスターフッドの一員になることができる。あなたにも、きっとできることがあるはず。

Charlize Theron
シャーリーズ・セロン
1975年、南アフリカ生まれ。モデルとしてキャリアをスタートした後、俳優として世界的評価を確立。映画「Monster」でアカデミー賞主演女優賞を受賞。「ディオールビューティ」のアンバサダーとして活躍する一方、2007年にCTAOPを設立し、HIV / エイズ予防やジェンダー平等、若者のエンパワメントに取り組む。役者として演じ、社会貢献をすること。その両方で社会に問いを投げかけ続けている。

境界を越えて躍進するアーティストの今

The Present Moment of Artists
Making Breakthroughs Across Boundaries

世界各地で展覧会を開催し、国際的に注目される気鋭の女性アーティストたち。自分の道を切り開き、自身と世界を冷静に見据える2人に、過去・現在・未来を聞いた。

text: Saya Tsukahara



Etsu Egami

江上越

虹色の線で描く人間の生命力

中国やドイツで学び、現在は制作拠点を日本、アメリカ、スイス、中国に持つ江上越。

2021年、『Forbes Asia』が選ぶ「世界を変える30歳未満の30人」に選出された。代表作の肖像画シリーズでは、生命力を感じさせる大胆な線と虹のように鮮やかな色彩で人物の姿を描き出す。

書家で物理学者のJYを父に持ち、幼い頃から書やアートは身近で、人物の絵をよく描いた。中学生の頃に北京五輪が開催され、当時、中国の現代アートシーンの報道が増えたことが進路に影響したという。

「中国の現代アートは絵画が多かったです。岸田劉生など日本の近代洋画が好きで、共通する部



《川端康成》(2025)。JYの書と江上の油絵のコラボレーション。近代文学の作家たちを描いた

分を感じました。懐かしさもあればどこか違和感もあって、『これは何だろう、見てみたい』と。油絵は西洋で生まれたものですが、東洋的な油絵とは何なのか探究してみたいと思いました」

北京の中央美術学院に進学する。中国語で学ぶ日々のなか、言語コミュニケーションへの関心が高まっていく。

「『エガミエツ』と日本語の読み方で名前を伝えると、同級生が笑うんです。中国の東北地方の方言で『一袋の米』に聞こえると言うんですね。一つの言葉が音に還元された時、全く違うイメージになるのが面白いなど。そういう小さな隙間に無限のコミュニ

ケーションの可能性があるのでないかと思い、『誤聴ゲーム』というプロジェクトを始めました」

さまざまな国の人に母国語以外で言葉を発してもらい記録するゲームで、インストール《誤聴ゲームではない》に発展する。ミスコミュニケーションを題材に映像や絵画を制作し、「通じないこと」を可視化した。

「情報伝達のずれから、人間の本質や社会の構造を再考したいと思いました。個人の間であれば笑って済む話も、国家間など大きなコミュニティにおいては戦争や争いが生まれることもあるかもしれません。参加者の顔を描いた肖像画もあわせて展示しました。誤聴ゲームの参加者は悩みながら言葉を発しているの、表情や態度も大切な情報なのです」

その後はドイツのカールスルーエ造形大学へ。ディスカッションや社会調査を重視する授業が多く、新たな視座を得た。

「ディスカッションは結論が出ないことが多く、何を



《にじいろーバスピア》(2025)

しているのだろうと悩みました。でも次第に物事を多面的に見ることが目的で、交わらなくてもいいんだと思ったのです。コミュニケーションのグレーゾーンでモヤモヤしてきたけれど、混ざり合わない平行線が美しいのだと」

その気づきが虹色の線で描く肖像画に反映され、代表作の「にじいろ」が生まれる。

「にじが持つ平行線は美しさ、多様性や希望の象徴でもある。描く時は骨に触れるようなイメージですね。認識とは何か、問いかけながら描いています」

線はつなぐものでも隔てるものでもあると語る。東洋絵画の真髄は線にあると捉え、近年、「生命線」「交差線」というタイトルで作品を展開し、線の豊かな可能性を示してきた。書と油絵のコラボレーションによって文豪や哲学者を表現し、言葉とイメージの関係性を模索してもいる。

「言葉はとても面白いですね。森羅万象をカテゴリズするけれど、氷山の一角でしかないです」

去年は韓国のOAR現代美術館の開館に際し、「大地の響き」をテーマに展示を開催。この制作が、自身をまた新たな方向へ導いている。

「6メートルほどの大きな作品で、女性たちを描きました。にじの中で踊り、皮膚の色はわからない。肖像画から身体的な表現に関心が向かっています。線が持つ身体性や時間性があり、絵画は止まっているようで止まっていません。ダンサーを最近描いていて、女性の持つ生命力を絵で表現したいという気持ちが大きくなっています。線は自然と強くなり、よりしなやかに変化していますね」

江上越

アーティスト・杏林大学医学部客員教授。1994年、千葉県生まれ。2021年にForbes Asiaが選ぶ世界を変える30歳以下の30人、「アジア太平洋U30優秀者手リーダー 2024」に選出。2024年、「ミス ディオール展覧会」で作品を展示、「DIOF」に収蔵された。ドイツのカールスルーエ州立美術館など世界各地の美術館に作品が収蔵されている。最新作品集は「交差線」。3月にはアート・バーゼル 香港2026にて作品を展示。同時期に香港のTang Contemporaryにて個展開催予定。



韓国OAR現代美術館開館展「江上越個展：大地の響き」

群馬のアトリエで(photo: Haruki Horikawa)



《I'm wearing little high heels / 小さなハイヒールを履く私》(2011) 大学院の卒業制作の写真作品がテート・モダン美術館に収蔵され、展示された © Mari Katayama, courtesy of Mari Katayama Studio and Galerie Suzanne Tarasieva, Paris, Yutaka Kikutake Gallery.

術の公募展があるから応募したら』と言うのです。文章が一次審査を通過すると二次に作品が必要になって、義足を使った作品を作りました」

そうして群馬青年ビエンナーレ'05に入賞。その後、東京藝術大学大学院で写真を中心に学んだ。現在までつながる表現はどのように生まれたのか。

「私の制作は手縫いのオブジェを作ることから始まります。元々、写真はそれらを説明的に見せるための手段で、身体はオブジェを見せるマネキンのような役割にすぎなかったのです。しかし、作品をインターネット上に公開し、他者の視線にさらされる中で、『誰が撮るのか』『誰の身体が写っているのか』『その像は誰のものになるのか』という問題に直面します。撮影者と被写体の間にあるパワーバランスや、イメージが所有されていく感覚への違和感が、セルフポートレートへと向かわせました。『自分自身の身体』が最も直接的に現実と接続できる素材で、『自分でシャッターを切る』という選択は立場を明確にするための行為でした。身体を差し出しながら、その関係性に責任を持つこと。そこに、この表現の動機があります」

自身にとってセルフポートレートは私小説的な表現ではない。

「私の身体は特別な物語を象徴するものではなく、社会的・身体的・感情的な条件が交差する場所です。そしてそれは、誰にとっても同じことだと考えています。セルフポートレートは、自分自身を主語にしながらも、『個人』に閉じるのではなく、社会の中で身体がどのように見られ、意味づけられるのかを問い返すための手段でした」

並行して取り組んできたのが、「ハイヒール・プロ



《tree of life #018》(2025) © Mari Katayama, courtesy of Mari Katayama Studio and Galerie Suzanne Tarasieva, Paris, Yutaka Kikutake Gallery. "tree of life #018" commissioned by the V&A Parasol Foundation Women in Photography project with support from the Parasol Foundation Trust.



《high heels called Mari K #005》(2022) イタリアのアドリア海沿岸部にある「セルジオ ロッシ」のファクトリーで、完成したハイヒール「Mari K」を履いて © Mari Katayama, courtesy of Mari Katayama Studio and Galerie Suzanne Tarasieva, Paris, Yutaka Kikutake Gallery.



《川端康成》(2025)。JYの書と江上の油絵のコラボレーション。近代文学の作家たちを描いた

Mari Katayama

片山真理

身体や社会と対話する
セルフポートレート

片山真理は、自身の身体と装飾を施した義足、手縫いのオブジェを組み合わせたセルフ

ポートレートで知られる。ロンドンのテート・モダン美術館に大学院の卒業制作《子供の足の私》《小さなハイヒールを履く私》を含む計61点が収蔵され、2023年10月から2026年1月にかけて展示された。現在は、同じくロンドンのヴィクトリア&アルバート博物館でミッションワークとなった(tree of life)5点が展示されている。

「テート・モダン美術館やヴィクトリア&アルバート博物館に展示されたことについては、正直に言えば、今でも少し距離を保ちながら受け止めています。私にとって重要なのは、『評価された』という事実以上に、個人的で未整理だった身体感覚や問いが、時間や場所を超えて、他者の思考と接続し続けているということです。作品が私の手を離れ、公共の場で生きていることに、静かな実感を覚えています」

創作の原点は幼少期にさかのぼる。裁縫好きの母と祖母のもと、針と糸でものを作り、水墨画が趣味の祖父に習って絵を描いた。9歳の頃に両足を切断し、義足との生活が始まる。肌の色に合う義足がなかったため、自分で色を塗るようになり、自然と絵を描き始めた。この絵が転機をもたらす。

「高校時代、小論文を書けずいたら、先生が『その義足について書いてみては』と。書く、今度は『美



4. 特別な一日は、ビンゴでフィナーレ

トークショーの終了後は、こちらもお楽しみのスイーツタイム。コーヒーや創作メニューが人気のKANNON COFFEEのドリンク、そして評判のお菓子を味わいながら「高橋さん、川上さんがあれほど楽しい方たちとは思わなかった」など、あちこちで会話が弾んでいた。

After Partyのフィナーレを飾ったのが、ビンゴ&ジャンケン大会。旬のフルーツが次々と贈られ、大盛り上がりでの締めとなった。ゴルフをきっかけにして生まれた特別な時間は、新しい思い出を数多くつくったようだ。



marie claire open golf in Aichi 2025 After Party



名門コースで一緒にプレイした仲間と、再び出会う場を今年も用意

2025年10月31日、中京ゴルフ倶楽部石野コースに139名の女性ゴルファーが集まって行われたゴルフコンペ「marie claire open golf in Aichi 2025」の参加者を中心としたAfter Partyが12月1日に開催された。会場の「THE CROWN 愛知高辻」には、ゴルフコンペの参加者に加え、SNSなどでの募集に応募・当選した女性が集集。プロ野球・読売巨人軍元監督の高橋由伸さん、中日ドラゴンズやアトランタ・ブレーブスで活躍した川上憲伸さん、そして米国PGAプロフェッショナル(インストラクター)の野村祥子さんによるトークショーや協賛各社のイベントなどを楽しんだ。



3. トークショーでは、ドライバーショット対決も

用意されたおよそ100席に参加者が着席すると、いよいよメインイベントのトークショーが始まった。同い年の高橋由伸さんと川上憲伸さんは、大学でもプロ野球でもしごを削ったライバル同士。ただ、プライベートでは連絡を取り合う仲だったと振り返る。

「ゴルフは、いつから?」という司会者の問いかけには、2人とも「プロに入ってから」という答え。「チームの先輩がミスショットしたボールを探すことから始まった」と、これも2人の答えが一致した。川上さんは現在、年間100ラウンドも回るほどのゴルフファンに。高橋さんも「一緒に回る方と交流できるのも、ゴルフの楽しみ」と、コースに足を運んでいるという。

こうした“努力”の成果が表れたのが、シミュレーションゴルフでの競演。川上さんが300ヤード超えをしたドライバーに続いて、ショートホールへ。野村祥子さんからのアドバイスもあり、高橋さん、川上さんともに見事ワンオンするなどテクニックを披露した。



高橋由伸さん



川上憲伸さん



野村祥子さん

2. 気になるカラー診断、ヘア&スカルプ診断には順番待ちも

常に人気を集めていたのが、入り口近くに設けられたイベントスペースだ。一人ひとりに似合う“色”を提案するパーソナルカラー診断コーナーはその一つ。肌色など全体のバランスを考慮しながら、イメージコンサルタントの早川瑠里子さんがそれぞれの似合うカラーをセレクトする。「いつもは黒が中心のコーディネートだけど、ピンクが似合うと知り、差し色で取り入れようと思います」という声も。新発見でゴルフウェアのカラーバリエーションが広がりそうだ。

もう一つがヘア&スカルプ診断。マイクロスコーブを活用して、髪や頭皮の状態を診断し、必要があれば対策を提案する。「髪の毛が細くなっていました。アドバイスされたように、タンパク質を多く摂ろうと思います」。日常のヘアケアは、日ざしの下でプレイするゴルファーの関心事のようだ。



1. 開場とともに、多くの女性が人気のイベントへ

熱く、そして華やかに繰り広げられたコース上の戦いからおよそ1カ月。この日を待ちわびていたかのように、正午の開場とともに多くの参加者が「THE CROWN 愛知高辻」につめかけた。「open golfの雰囲気や、もう一度味わいたくて来ました。それだけの名門ゴルフ場で過ごした時間が楽しかったんです」。ワクワクが止まらない、という気持ちだが、言葉にも笑顔にも表れていた。

入場したその足で多くの参加者が向かったのは、松坂屋名古屋店が提供するクラブ「ゼクシオ」の新製品が試打できるシミュレーションゴルフ。大型モニターにはopen golfの舞台、中京ゴルフ倶楽部石野コースが映し出されていた。仲間のスイングに「ナイスショット!」。いち早く盛り上がっていたのが、このコーナーだった。

最適なクラウンと出会う、人とつながる THE CROWN 愛知高辻

After Partyの会場となった「THE CROWN 愛知高辻」は、クラウンを見て、試乗し、その魅力を体感するための空間として2024年2月にオープンした。足を踏み入れると、二十四節氣それぞれにふさわしい花々を取り入れたフラワーアレンジメントと、オリジナルアロマのほのかな香りが迎えてくれる。

木の温もりを感じる空間でクラウンを確かめた後、「もっと詳しく知りたい」という場合はクラウンアテンダントがしっかりサポートしてくれる。クラウンの開発者からの情報や、専用コースの試乗などで得たアテンダント知識は、最適な一台を選択する上で参考になるはずだ。

また、クラウンをきっかけにして、人と人をつなぐ取り組みも実践している。フラワーアレンジメント教室などを店内で開催し、多くの参加者を集めているのはその一例。最近では、トヨタ博物館の閉館後にナイトツアーを実施するなど、店外でも主催イベントを開催し、多くの人がクラウンと出会う機会をつくっている。

尖ったデザインが、女性や若い世代に人気

オープンからおよそ2年間、「THE CROWN 愛知高辻」で来店する方々を見てきたチーフマネージャーの市川道代さんは「ミドルエイジの男性が乗るクルマだったクラウンが、女性や若い世代も乗りたいクルマに変わりました」と語る。この言葉の背景には、4車種を用途に応じて選択できる強みがある。「とにかくデザインが美しい。そんなクルマをご希望の女性ならクラウン“スポーツ”。荷物をたくさん積んで出かけるのならクラウン“エステート”。SUVとして楽しむならクラウン“クロスオーバー”。正統派ならクラウン“セダン”。役割分担がしっかりできているから、クラウン“スポーツ”のように尖ったデザインが実現でき、ファン層を広げられたのだと思います」と話す。

「クラウンを紹介するだけでなく、もっと多くの女性や若

い方々、さらには地域の方々と接することができる新しい入り口にした」という市川さんは、さまざまなイベント企画にも携わる。「クラウンというブランドにふさわしい上質な時間をここで過ごしていただきたいと思っています。そのために、フラワーアレンジメントのほか、東海地方の作家・窯元を招いた陶器の展示販売会や、アロマをテーマにしたワークショップの開催、さらにはボディメンテナンスの機会なども用意しています。ぜひ足をお運びいただければ。このほか、クラウンを試乗しながら1泊2日の旅をする「クラウントラベル*」というユニークなプランもあり、人気を集めている。今回のイベントのように、クラウンと人とが出会う場をどのような形で実現するのか、次の一歩が楽しみです。

*クラウントラベルはLINE会員限定プラン。詳しくはTHE CROWN 愛知高辻ホームページをご覧ください。



THE CROWN 愛知高辻
愛知県名古屋市昭和区高辻町6-8
052-883-6887
ホームページはこちらから→



主催 marie claire

特別協賛 THE CROWN 愛知高辻

協賛 Matsuzakaya 松坂屋・名古屋店

Glowy Base Make

軽やかな艶肌へ。 素肌っぽくカバーする春のベースメイク

新しいベースメイクが、肌に“春”を連れてくる。
最新アイテムは、まるで素肌のように仕上がりに、
お悩みはしっかりカモフラージュ。

ほんのり艶をたたえた、
旬な肌づくりを始めよう。

photos: Asa Sato text: Kiriko Sano



大人肌を満たす
高機能リキッドファンデ
シミやくすみ印象は隠しながら、“元からキレイであるかのように”装えるのが最新ファンデの魅力。いずれもカバー力と素肌感という、相反する要素をテクノロジーで見事に実現している。

1. ESTÉE LAUDER 1997年より愛され続ける名作がリニューアル。崩れにくさやケア効果を高め、“艶を内包したマット肌”仕上げへと進化した。ダブルウェア ステイ イン プレイス メークアップ N SPF10 PA++ 30mL 全12色 ¥7,590 (3月6日発売) / エステローロダー
2. DIOR 光を均一に拡散することで、肌全体にいきいきとした輝きをオン。フォーエヴァー フルイド スキン グロウ SPF50 PA+++ 30mL 全11色 ¥8,030 (2月27日発売) / ハルファン・クリスチャン・ディオール
3. SUQQU 高輝度オイルを採用。大人にふさわしいリッチな艶感が楽しめる。ザ リキッド ファンデーション e SPF20 PA+++ (020, 105, 110, 115, 125, 205, 210, 220) SPF25 PA++ (130) SPF25 PA+++ (025, 030, 035) 30mL 全12色 ¥11,000 / スック
4. ADDICTION 柔らかい光で照らしたような輝きのあるソフトマット仕上げ。肌全体をシームレスに魅せる。ザ ファンデーション コンフィデント フィックス SPF22 PA+++ (000~011) SPF18 PA+++ (012, 013) 30mL 全14色 ¥6,600 (3月6日発売) / アディクション ビューティ



きちんと感を装える
エマルジョン&
パウダリー

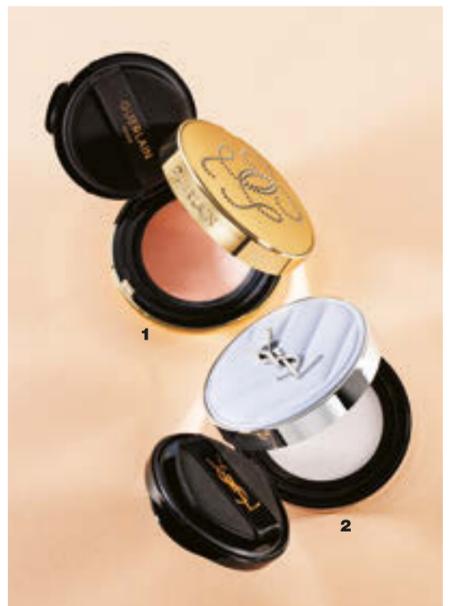
高いカバー力と手軽さを両立するなら、エマルジョンタイプを。春らしい軽やかさと端正な印象を求めるなら、パウダリーを選んで。出会いの季節、“ON”のシーンに活躍する予感。

1. EXCIA ハリ感、艶、ハイカバーをひと塗りで実現するエマルジョンファンデ。汗ばむ季節でも崩れず、涼やかさをキープ。アンテリサンズ プライム リフト エマルジョン SPF50+ PA+++ UV耐水性★ ★ 全6色 ¥14,300 (セット価格) 4月18日発売 / アルビオン
2. CHANEL 明るい肌印象へ導くパウダリーがリニューアル。なめらかな使い心地で、外的刺激から肌を守りつつ、軽快な艶感をもたらす。エクラ ブルミエ コンパクト SP F30 PA+++ 全7色 ¥12,650 (2月27日発売) / シャネル

モダンな装いで
持ち歩きたくなる
クッション

昨今は、マチュア世代に嬉しいハイクオリティのクッションタイプが登場。ポーチの中で映える洗練されたケースや、お直し専用のもので揃い、日常にときめきを添えてくれる。

1. GUERLAIN 24Kゴールドをはじめ、豊富なスキンケア成分を贅沢に配合。メイク中も、落としたりと、充実したハリ肌へ。バリュール ゴールド スキンメッシュ クッション SPF50 PA++++ 全4色 ¥11,660 / グラン
2. YVES SAINT LAURENT たっぶりの水分を含み、さらりとした肌に仕上がる。お直しに適したカラーレスクッション。肌温度を1.5℃下げるクーリング効果を備え、春夏のマストハブになりそう。オールアワーズ ブラー クッション ¥10,890 (3月13日限定発売) / イヴ・サンローラン・ボーテ



艶を残して“整える”、
透け感ルースパウダー

粉っぽく覆い隠すのではなく、ファンデで作った艶を残すのが今どき仕上げのポイントだ。薄膜でピタッと密着し、ソフトフォーカス効果で肌悩みを忘れさせてくれるかのよう。

1. Celvoko 美容成分を豊富に含んだ、繊細な粉質。超微粒子パールによって顔全体の“面”の艶印象を高めることで、メリハリのある立体美が手に入る。レアグロウエアリー リフレクトパウダー ¥6,050 / セルヴォーク
2. BURBERRY BEAUTY トレンチコートをおわせる、頼れるロングラスティング効果が魅力。クールとナチュラル、ふたつのトーンが揃い、なりたいたいイメージや肌にあわせて選べる。パーバリー ビヨンド ウェア フィニッシング & スムージング ルース パウダー 全2色 ¥7,920 / コテイジャパン



プレストパウダーは
“フィルター効果”が向上

ノーカラーやベージュだけでなく、グリーンや輝きのあるタイプなど、ユニークなカラー&質感が増えつつあるプレストパウダー。今シーズンは、+αのメイク効果で選んでみたい。

1. VALENTINO BEAUTY 雲のようなふんわりとした質感に仕上がるノーカラータイプ。メイク感はないのに、肌ノイズをしっかりとソフトフォーカスしてくれるのが嬉しい。スタッスのデザインでモードに決めて。Vフィルター ¥12,100 / ヴァレンティノ ビューティ
2. GIVENCHY ノードベージュ、トーンの異なるピンク2色、ハイライトカラーがセットに。ブラシにどの部分によって仕上がり調整でき、美しい艶感によりメリハリのある肌作りが叶う。プリズム・リール・プレストパウダー No. 10 ¥7,920 (3月1日限定発売) / ハルファム ジバンシイ
3. GUCCI Beauty しっかりとめらかな粉質で、ほどよいカバー力のあるマットタイプ。保湿力が高く、肌なじみのよさを求める人に最適。グッチ マット パウダー 全4色 ¥9,570 / (グッチ ビューティ / コテイジャパン)
4. P RADA BEAUTY すべての肌トーンにあうグリーンのパウダーは、透明な仕上がりでさらりとしたモダンなベースメイクを約束。ブラダのスタイリッシュなロゴがあしらわれ、メイクする姿に洗練をもたらす。リセット セッティング パウダー ¥14,300 / ブラダ ビューティ
5. NARS 若い世代を中心に“リフ粉”の愛称で大人気のパウダーに、ベージュの新品が誕生。光を拡散するグロウ効果と、思わず塗り重ねたくなる“消える”ような仕上がりに夢中になるはず。ライトリアフレクティングセッティングパウダー プレスト N 05555 ¥6,490 / NARS JAPAN



新登場のダブル セラム ファンデーションは、光を操る独自のA.U. R.A.テクノロジーで、瞬時に立体的な艶と輝きが叶う。新配合のババイン成分が古い角質を穏やかにオフし、使うほどに肌印象は若々しく。ハリ、艶、カバーに妥協のない仕上がりで、スキンケアとメイクの融合を体現する一本。[カバー効果を高めるため、特殊な形状の専用ブラシの使用をおすすめします。薄付きからしっかりまで微調整が可能です] (オリヴィエ・クルタン)
ダブル セラム ファンデーション 30mL ¥9,990 全6色。カッサ ファンデーションブラシ ¥5,940 (ともに3月6日発売) / クラランス



「クラランス」といえばスキンケア製品に絶大な支持が集まっていますが、メイクアップ商品にはどのようなこだわりが？

『「クラランス」は時代に先駆けて、常にスキンケア効果を重視したメイクアップ製品を研究開発してきました。新商品はその物語の続き。これは、まさにブランドのイノベーション精神を象徴する、最高峰の形のひとつなのです。スキンケアの柱が『ダブル セラム』。2本目の柱と呼べるものが、メイクアップの『ダブル セラム ファンデーション』。肌に良い、肌を美しくするメイクアップ商品をすべての女性に届けたいです」

スキンケアで肌を育て、メイクアップでその美しさを持続させる。その思想の延長線上に誕生したのが、この逸品なのだ。「ダブル セラム」が象徴してきた哲学は今、新たなかたちで次の章へと進み始めている。

製品のアイデアは、どこから生まれたのでしょうか？
「お客様の声に耳を傾ける中で、スキンケア効果のあるファンデーションを求める声が非常に多かった。そこで、400以上の組み合わせの中からこのコンビネーションを導き出しました。また、肌のターンオーバーを促進するババイン成分を初めて使用しています。使い続けることで、メイクの仕上がりや肌の変化を実感していただけるはずです」

Clarins

待望のファンデーションが誕生！
「ダブル セラム」は新章へ。
目指したのは、瞬時の美しさと、
時間とともに育つ肌

1954年の創業以来、顧客の声に耳を澄ませ、創設者ジャック・クルタン・クラランスのエスプリを受け継ぎながら、誠実なものづくりを貫いてきた「クラランス」。誕生したばかりの新しいアイコンに宿る想い、そして開発の舞台裏を、マネージングディレクター、オリヴィエ・クルタン・クラランスが語る。

text: Jun Makiguchi

スキンケア製品に定評のある「クラランス」は、1991年からスキンケア効果を備えたメイクアップ製品を開発し続けてきた先駆者でもある。発表当時は、「スキンケアとメイクアップは別物だ」と理解されなかったが、それでも信念を貫き続けた歴史と精神が、今、ひとつの完成形として結実した。それが、ブランドを代表する美容液「ダブル セラム」から着想を得た新商品「ダブル セラム ファンデーション」だ。「ダブル セラム」は1985年の誕生以来、約40年間進化し続けてきた名品。現在は第9世代にアップデートされ、世界で約3秒に1本売れるロングセラーとして幅広い世代から支持されている。2相(ダブル)処方で、年齢サイ

ンに総合的にアプローチする逸品だ。

アイコニックな製品が、またひとつ誕生しましたね。

「ブランド初のハイブリッド製品で、非常に革新的だと自負しています。メイクアップ製品でありながら、同時にスキンケア効果もある。ファンデーションとスキンケア成分をミックスするという技術的な困難も乗り越えて完成しました。2年を越す研究開発期間を要した製品です」

製品の完成度から考えると、研究開発期間は驚くほど短く感じます。

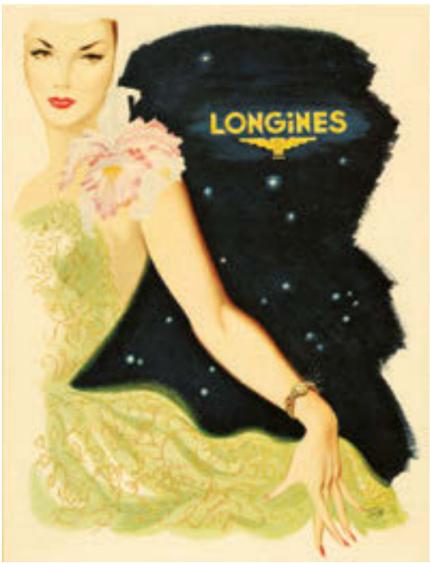
「すでに完成度の高い二つの製品の融合だったからです。40年にわたる研究開発の蓄積が、ここで結実しました」

こだわったポイントは？

「使いやすく、なおかつ素晴らしいメイクアップ効果が瞬時に得られること。ただ、これは『ダブル セラム』の代わりになるものではありません。美容液は、使い続けていただくことにより、肌質を改善する製品。ファンデーションはあくまでも、光を放つような輝く肌に向く即効性と、持続的なスキンケア効果を兼ね備えたものを目指しました。ファンデーション2、美容液1という、「ダブル セラム」に似た比率をキープしたいという強い想いもありました。3分の1は水溶性のピュアな美容液。残りの3分の2にも、カラーだけでなくスキンケア成分を含んでいます」



Olivier Courtin-Clarins
オリヴィエ・クルタン・クラランス
クラランスグループ・マネージングディレクター 創設者である父のもと、美容・科学・医学に慣れ親しんで育つ。整形外科医として活躍した後、1994年に自分の医学の専門知識を活かすべく入社。経営、研究、開発、S/Mの運営、社会貢献事業などを担う。



アーカイブに残る1950年代の広告イラスト。展覧会では時計のみならず歴史を物語るビジュアルも必見

ロンジン アーカイブ展 ～時を紡ぐウォッチメイキングの軌跡～
会期: 3月1日(日)～5月10日(日) 時間: 11:00～19:00
会場: シテ・ドゥ・タン・ギンザ
ニコラス・G・ハイネック センター14階 問い合わせ先: ロンジン 03-6254-7377 (11:00～19:00)
東京都中央区銀座 7-9-18) ※入場無料・予約不要・休館日はお問い合わせ



1.戦禍によるやけど跡で苦しむ方に向けた日本初のメイクアップ製品「資生堂スポッツカバー」 2.(左から時計回りに)パーフェクトカバー ファンデーション MC n 9色 SPF35 PA+++ 20g 各¥4,180、ファンデーション VC n 1色 SPF25 PA++ 18mL ¥3,850、クレンジングオイル n 195mL ¥3,520、ルースパウダー n 2色 8g 各¥3,850 ※価格は参考小売価格(税込)です(店舗によって異なる場合があります) 3.「白斑」専用アイテム「パーフェクトカバー ファンデーション VC n」。 4.(左から)津川真裕子さん、村木香織さん

資生堂 ライフクオリティー メイクアップ
お問い合わせ先: 資生堂お客様窓口
0120-81-4710
受付時間: 10:00～17:00
(土日・祝日・夏期休暇・年末年始休暇を除く)

70周年
スペシャルサイトは
こちらから

記事の詳細は
こちらから

専門施設「資生堂 ライフクオリティービューティセンター」についてはこちら

marie claire NEWS

LONGINES

希少なヘリテージピースを一般公開
「ロンジン」のアーカイブ展

スイスの名門時計ブランド「ロンジン」。その190年以上の歴史をひもとく「ロンジン アーカイブ展～時を紡ぐウォッチメイキングの軌跡～」が、3月1日(日)から5月10日(日)まで、東京・銀座のシテ・ドゥ・タン・ギンザにて開催される。

本展では、スイス・サンティエの本社に併設された「ロンジン ミュージアム」より、選りすぐりのヘリテージピースを特別に公開。ブランドを体現する3つのテーマ「エレガンス、パイオニア精神、精度」が軸となる。優美な装飾と高度なクラフツマンシップが融合したジュエリーウォッチ、航空史とともに進化を遂げたパイロットウォッチ、スポーツ計時の分野で確かな信頼を築いてきた高精度ウォッチなど希少なアーカイブの数々とパネル展示により、「ロンジン」が紡いできた歴史と革新の物語が立体的に浮かび上がる構成だ。

さらに会場内には、現行コレクションを取り揃えた期間限定ポップアップストアを併設。過去と現在が交差する空間で、時を超えて受け継がれる「ロンジン」の美学と精神を体感できる貴重な機会をお見逃しなく。



一般公開される1916年製のジュエリーウォッチ。プラチナにダイヤモンドが贅沢に配された優雅な逸品

SHISEIDO

多様性の時代に寄り添う、「資生堂」のカバーメイクアップ70年



多くの色が揃う「パーフェクトカバー ファンデーション MC n」。

今年も、東京ドームシティ プリズムホールにて「世界らん展2026-花と緑の祭典-」が開催。優雅ならんの世界を楽しめるイベントを、長きにわたりサポートしてきたのが「資生堂」だ。らんの世界と同様に、「資生堂」は化粧品分野において、「美」と「多様性」を重視。同社の社会活動「資生堂 ライフクオリティー メイクアップ」では、あ

ざ、白斑、傷跡、やけど跡、がん治療の副作用などを抱える方を、メイクで支えている。1956年の初代製品の発売以来、製品や色調の拡充を重ね、1995年には医療機関の協力を得て「パーフェクトカバー」が誕生した。「外見のお悩みをカバーすることで自分らしく過ごしていただきたい」という精神は、今日にも受け継がれています(資生堂 経営革新部 サステナビリティ戦略推進室 DE&Iグループ 村木香織さん)。昨今は、多様性を求める社会にも対応。決してカバーすることだけを推奨するのではなく、シーンや目的に応じて選択できるような提案を行っている。この2月には、活動70周年を記念したスペシャルサイトを開設。スペシャルムービーも公開している。「当事者であるふたりの女性が、自身の経験や思いを率直に語り合う内容となっています。彼女たちならではの外見についての葛藤や、対話で心がほぐれていくプロセスが、静かに胸を打つ内容です」(資生堂 経営革新部 サステナビリティ戦略推進室 DE&Iグループ 津川真裕子さん)。家族や大切な人のためにも、ぜひ知っておきたい内容となっている。この機会に、スペシャルサイトを訪れてみてはいかがだろうか。

marie claire 3月26日刊行です

次号予告

shop list 掲載商品のお問い合わせ先

ア アディクション ビューティ tel: 0120-586-683
アルビオン tel: 0120-114-225
イヴ・サンローラン・ボーテ お客様相談室 tel: 0120-526-333
ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512
ヴァレンティノ ビューティ tel: 0120-323-220
エスティ ローダー tel: 0570-003-770
エドストローム オフィス tel: 03-6427-5901
エルメスジャパン tel: 03-3569-3300
カ カルティエ カスタマー サービスセンター tel: 0120-1847-00
グッチ クライアントサービス tel: 0120-99-2177
クラランス カスタマーケア tel: 050-3198-9361

クリスチャン ディオール tel: 0120-02-1947
گرانお客様窓口 tel: 0120-140-677
ケリング アイウエア ジャパン カスタマーサービス tel: 0800-600-5024
コティジャパン tel: 0120-878-653
ジンシィ ジャパン tel: 0120-218-025
ジミー チュウ tel: 0120-013-700
シャネル カスタマー ケア センター tel: 0120-525-519
ジョルジオ アルマーニ ジャパン tel: 03-6274-7070
ジルスワンダー ジャパン tel: 0120-998-519
SUQUU tel: 0120-988-761

ステラ マッカートニー ジャパン tel: 03-6427-7013
セリーヌ ジャパン tel: 03-5414-1401
ベルヴォーク tel: 03-5774-5565
タ デルヴォー tel: 03-6432-9125
トッズ ジャパン tel: 0120-102-578
ナ NARS JAPAN tel: 0120-356-686
ハ バルファム ジパンシイ [LVMHフレグランスブランド] tel: 03-3264-3941
バルファン クリスチャン ディオール tel: 03-3239-0618
ピエール アルディ 東京 tel: 03-6712-6809
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

ブラダ クライアントサービス tel: 0120-45-1913
ブラダ ビューティ お客様相談室 tel: 0120-950-992
ブルネロ クチネリ ジャパン tel: 03-5276-8300
ポッテガヴェネタ ジャパン tel: 0120-60-1966
マックスマラ ジャパン tel: 0120-030-535
ミウミュウ クライアントサービス tel: 0120-45-1993
リシュモン ジャパン セラビアン tel: 03-4572-4930
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
ロンジン tel: 03-6254-7350

marieclairejapon



Welcome to Our Site!



marie claire LINE公式アカウントはこちら