

marie claire

marieclairejapon.com

30th July, 2026
No.211

Tao
Okamoto

In Motion

躍動し続ける美しさ

モードに楽しむスポーツ
ラグジュアリーの新拠点「大阪」
個性を映すフレグランス

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。

Contents

牡牛座taurus 4月20日→5月20日★自分のプライベートな時間や、大切な人とのんびり時間が活性化！8月は外に意識を放つより、マイペースに素の自分でいられる瞬間に喜びを見出すことが鍵。お部屋の模様替えもおすすめ。

牡羊座aries 3月21日→4月19日★8月13日の新月では新しい挑戦をスタートさせる絶好のチャンス到来。下旬には前半に広げたアイデア企画を具体的な形へと進める段階に入る人も！楽しさと継続のバランスが大事。



- 5 Welcome to marie claire /
- 6 Cover Story: Tao Okamoto /
- 8 Fashion meets Sport /
- 12 Style Picks: Into Brown /
- 13 Style Picks: Midsummer Gold /
- 14 CHANEL /
- 20 Loro Piana /
- 22 RIMOWA /
- 24 DAMIANI /
- 26 Cartier's Women's Initiative Celebrates 20th Anniversary /
- 28 DELVAUX /
- 29 SAINT-LOUIS /
- 30 Beauty: Fragrance /
- 32 le salon de marie claire, ARTIZON MUSEUM /
- 33 MONET'S GARDEN /
- 34 Osaka Luxury /
- 37 Food: L'évo /
- 38 marie claire sport /
- 39 marie claire open golf 2026, shop list

cover
photo: Seiji Fujimori
styling: Rena Semba
hair: Chika Keisuke
make-up: Tomomi Shibusawa (beauty direction)
nail: Hiro
realization: Shino Sakurai
necklace, dress: CHANEL

Welcome to marie claire vol.211

女性インパクト起業家を支援するプロジェクト「カルティエ ウーマンズ イニシアチブ」。創設から20年を迎えた今年は、バンコクのチュラロンコン大学でアワードセレモニーが開催され、取材に伺いました。社会や環境課題の解決と持続可能な経済成長の両立を目指す「インパクト起業家」として奮闘するフェロー（受賞者）。オセアニア、東南アジア、中南米、ヨーロッパなど世界各地から集まった彼女たちの純度120%の情熱と聡明さから、多くのインスピレーションをいただきました。起業家ではなくても同じ女性として、目標や使命を掲げ、リーダーシップをもって前に進もうとする一人ひとりの姿には深く勇気づけられます。

国や地域によって事情や状況は異なるものの、ジェンダーギャップの問題なども立ちはだかり、孤独を感じる女性起業家も多いとか。インタビューしたフェローの多くが、「互いの知見をシェアし、励まし合える仲間ができたのは素晴らしいこと!」とコメント。「私」ではなく「私たち」で進むのだ、というシスターフッドを感じられるような、女性同士がつながれるコミュニティがあることの重要性を感じました。

識者によるトークイベントも開催され、そのなかで取り上げられたテーマの一つが「インポスター症候群」。症候群といっても正式な病名ではなく、辞書によると「社会的

に高い評価を得ていても自己評価が低く、能力のない自分が周囲をだましていると考える心理状態」のこと。受賞者に選ばれるような優秀で勇敢なフェローでさえ、自分に否定的になってしまうことがあるといいます。

昨年、母校で「女性のリーダーシップ」について講演をする機会がありました。その際も参加者から、「管理職への昇格を打診されたが自分に務まるか不安」「完璧なリーダーになれる自信がなく、周りからの評価が怖い」という声があがり、あちこちで頷く様子も。ポジションや場、機会があることはもちろんですが、自信をもって本来の能力を生かせる土壌作りもとても大切。インポスター症候群はもはや単なる個人課題ではなく、組織や社会として向き合う必要があるようです。

シームレスに連携し、支えあうことで大きな流れを生み出せる。ビジネスも社会課題解決も、そこに一つの答えがあるように思います。

2026年7月30日



阿部はるひ
Haruhi Abe, marie claire 編集長

marie claire 2026年7月30日発行 第15巻 第7号(通巻211号)

発行人 Publisher:
安部順一 Junichi Abe

編集長 Editor in Chief:
阿部はるひ Haruhi Abe

Executive Advisor, Global Affairs:
田居克人 Katsuto Tai

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
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.

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。

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 2026
©THE YOMIURI SHIMBUN 2026





パリ郊外の介護施設「自由の庭」の施設長、マリ＝ルー・フォンテーヌは、理想の介護を目指しながらも人手不足や現実との狭間で苦悩していた。そんな彼女が出会ったのは、がん闘病中の日本人演出家・森崎真理。真理が手がける一人芝居に心を動かされたマリ＝ルーは、偶然の縁をきっかけに交流を深めていく。病の進行とともに2人の絆は深まり、やがて魂を通わせるような特別な関係へと変わっていく。

『急に具合が悪くなる』
公開中
第79回カンヌ国際映画祭 最優秀女優賞受賞
(ヴィルジニー・エフィラ&岡本多緒)
出演: ヴィルジニー・エフィラ 岡本多緒
長塚京三 黒崎煌代
監督: 濱口竜介
原作: 宮野真生子・磯野真穂著
『急に具合が悪くなる』(晶文社)
配給: ビターズ・エンド
提供: Soudain JPN Partners
フランス=日本=ドイツ=ベルギー合作
https://www.bitters.co.jp/soudain/

© 2026 Cinéfrance Studios – Arte France Cinéma –
Office Shirois – Bitters End – Heimattfilm – Tarantula –
Gapbusters – Same Player – Soudain JPN Partners

© CHANEL



5月23日、カンヌ国際映画祭クロージングセレモニーのレッドカーペットに登場した多緒。ドレスは「シャネル」2026年秋冬コレクションより、刺繍が施されたシルク仕立て。「シャネル」の“コメット クチュール”のイヤリングや“プリュム ドゥ シャネル”のリングが、特別な輝きを引き立てる。

日本人初のカンヌ国際映画祭 最優秀女優賞受賞 世界を魅了する美しい表現者、岡本多緒 Tao Okamoto

俳優として精力的に活動する一方、監督として短編映画を手がけるなど、名実ともにキャリアを積み上げてきた岡本多緒。最新主演作では世界的な評価を獲得し、俳優として新たな輝きを放つ。プライベートでは新しい命をおなかに宿し、公私共に新しいステージを迎える彼女の、今の心境とは――。

photos: Seiji Fujimori / styling: Rena Semba
hair: Chika Keisuke / make-up: Tomomi Shibusawa (beauty direction) / nail: Hiro realization: Shino Sakurai

2026年5月23日、第79回カンヌ国際映画祭の授賞式で俳優の岡本多緒とヴィルジニー・エフィラが濱口竜介監督作品『急に具合が悪くなる』にて最優秀女優賞を受賞。多緒の受賞は日本人女性初となる快挙で、作品中でも交流を深めたふたりの授賞式のステージ上でのやり取りやスピーチは世界中の注目を集めた。世界最高峰の映画祭で栄誉に輝いた今、その瞬間に感じたこと、作品に込めた思いを聞いた。

カンヌ国際映画祭で最優秀女優賞を受賞されたお気持ちは？
1か月以上経った今でも実感がわかず、信じられないです。授賞式への招待も直前にお声がかかったので、ヴィルジニーと一緒に「ん、なぜ私たちも招待されたのだろう？」という感じてした。発表された瞬間はもう、本当に驚きで頭のなかか真っ白になりましたね。

授賞式で「シャネル」のドレスとハイジュエリーを着用されましたが、その装いについてどんな思いがありますか？
シルクのドレープが重なったブラックのドレスは、レッドカーペットにふさわしいとても優雅なデザインでした。そこに、彗星モチーフの“コメット クチュール”のダイヤモンドのイヤリングを合わせたバランスが素敵で、フレッシュな気分で晴れの舞台に立てたことが嬉しかったです。

本作に出演し、影響を受けたことや印象的だったことは？
現場に入る前の準備やフランスでの撮影期間を含め、作品に関わるすべての経験が今までにないほど豊かで、自分の人生に良い変化をもたらしてくれました。なかでも、撮影中に濱口監督がおっしゃった「分からないまま飛び込んでみてほしい」という言葉が記憶に鮮明に残っています。当初、真理という役を理解するために監督に質問ばかりしていたんですが、「決まり事からはいったん解放されてほしい、分からない状態の新鮮な感覚を大事にしてみませんか？」と言われました。それ以来、不確か

なことや分からないことに対して必要以上に怖がらず、飛び込んでも良いのかな、と思うようになりました。その場でしか生まれない偶然性を大切に、そういった新しい考え方を知れたという意味でも、今回の作品は私の人生の転換点になったと思います。

作中では、ケアする側、される側の分断を超えていく葛藤を描いていますが、多緒さんご自身、人間関係で大切にしていることは？
シンプルに、人に“関心を寄せる”ことです。俳優やモデルという職業柄、映画作品のように長い時間を共にする人もいれば、今日の撮影のように1日限りの出会いになる人も多いのですが、どんなときもお互いに気持ちよく仕事ができたらいいなと思っています。そのためにはやはり、相手の話に耳を傾けること、他人の考えに興味を持つということを意識していきたいですね。

ご自身で企画された短編映画『サン・アンド・ムーン』、『マイ・スウィート・バーラ』では、監督や脚本も手がけています。今後どんな作品を予定していますか？
ドキュメンタリーに挑戦してみたいです。とはいえ、これまで手がけた作品とは制作の手法やスキルが異なるため、まずは勉強し直すことからスタートしなければなりません。もともとノンフィクション映画が好きなのですが、先日、俳優のケイト・ブランシェットさんも創設に関わっている難民映画製作者を支援する「難民映画基金」のイベントに登壇させていただいて、ドキュメンタリー映画ならではのメッセージに強く心を惹かれました。近い将来、レンズを通して自分の知的好奇心をアウトプットすることができたらいいなと思っています。

――
岡本多緒
14歳でモデルデビュー。
パリ、ミラノ、ロンドン、ニューヨークのコレクションや雑誌、世界的メゾンの広告などでトップモデル「TAO」として活躍する。2013年に映画『ウルヴァリン：SAMURAI』で俳優デビューし、国内外の話題作に出演。2023年からは拠点を日本に移し、初監督・脚本・出演作の短編映画『サン・アンド・ムーン』が東京国際映画祭に選出。監督最新作『マイ・スウィート・バーラ』が国内外の映画祭で上映されるなど、表現の幅を広げている。
主演映画『急に具合が悪くなる』が公開中。



リラクシングにまとう 柔らかなリボンの煌めき

巻いて、結んで――クチュールメゾンならではの生地柔らかなドレープやノットの表情を、ダイヤモンドとホワイトゴールドで映し取ったリュバン（リボン）をモチーフにしたブローチ、リュバンがもつ愛らしさを、アシンメトリーなフォルムと硬質な輝きでモダンに解釈。Bijoux de Diamants コレクションより“リュバンドゥ シャネル” ブローチ [WG×ダイヤモンド] (上から) ¥16,900,000～¥18,900,000～[ともに受注オーダー・参考価格] ニット¥845,900 (すべてシャネル/シャネル カスタマー ケア センター) (Cover) 絶えず変化する彗星の光を、総カラット39.04のダイヤモンドで描いたエクスクルーシブなピース。Bijoux de Diamantsコレクションより“エトワール フィラント” ネックレス [WG×ダイヤモンド] [参考商品] ドレス¥596,200 (ともにシャネル/シャネル カスタマー ケア センター)



〈上〉Stella McCartney ニット¥215,600 ジャケット、ベルト、パンツ、シューズ[すべて参考商品] (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)



〈下〉Loewe ジップアップセーター¥273,900 中に着たトップ¥178,200 シューズ¥223,300 バッグ“フラメンコバース”¥4,368,100 [すべて予定価格] スカート[参考商品] (すべてロエベ／ロエベ ジャパン クライアントサービス)



9



7



©Hermès



5



3



4



6



2



1

Play On アクティブな 一日のために

今季も多くのメゾンが機能性だけにとどまらない、美しさと個性を備えたスポーツテイストのアイテムを続々とリリース。アクティブでモードな旬のスタイルを日常に取り入れて。

styling: Natsumi Sato
text: Tomoko Kawakami
direction: Miyuki Kikuchi

1.Louis Vuitton ポリウムのあるソールとしなやかなニットアッパーをミックスしたモードな一足。ワントーンでまとめた柔らかなカラーリングでスポーティなムードに上質感を一歩。スニーカー¥176,000 (ルイ・ヴィトン／ルイ・ヴィトン クライアントサービス)

2.Dior 彫刻的なフォルムが目を引く“Very Dior”マスクサングラス。テンプルにあしらった“カナージュ”モチーフやゴールドのロゴが、スポーティなデザインにクチュールのエッセンスを添える。サングラス¥97,000 (ディオール／クリスチャン ディオール)

3.Givenchy by Sarah Burton 撥水性のあるスポーティな素材が主役。ポリウムのあるシルエットに、ウエストのドロースtringでモードな表情をプラスして。ウインドブレーカー¥353,100 (ジバンシィ by サラ・バートン／ジバンシィ ジャパン)

4.Hermès 卓球というスポーツに「エルメス」らしい感性をプラス。キャンバスとレザーを組み合わせた端正なデザインにラケット2本とボール3個を収納できる実用性も備えたプレイフルなアイテム。ピンポンラケットケース ボールケース付き¥545,600 (エルメス／エルメスジャパン)

5.Saint Laurent 「ウィルソン」とのコラボレーションによるバドミントンラケットが登場。ブラックを基調に星柄を配し、スポーツギアをモードなアイテムへと昇華。バドミントンラケット [W17.8×H66×D2.5cm] ¥89,100 (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)

6.Swatch 「オーデマ ピゲ」とのコラボレーションから誕生したモデル。アイコンモデルの“ロイヤル オーク”を象徴する八角形ベゼルやタペストリー模様の文字盤を取り入れ、ネックレスやバッグチャームとしても使える仕様に。ウォッチ¥57,200 (スウォッチ／スウォッチ コール)

7.Miu Miu 「ニューバランス」と組んだ“530 SL”。アイコンックなモデルをすっきりとしたフォルムに再構築し、デコレザーと細身のシルエットで軽快なイメージに。スニーカー¥187,000 [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.Celine メブルウッドにロゴを大胆に配した、ミニサイズのクルーザースケートボード。ゴールドカラーが際立つルックスでインテリアとしても楽しめる。ミニクルーザー¥143,000 (セリーヌ／セリーヌ ジャパン)

9.Versace スポーティなボロシャツのディテールを取り入れたミニドレス。コットンピケ素材の軽やかな着心地と、フィット&フレアのシルエットが上品な表情を醸して。ドレス¥168,300 (ヴェルサーチェ／ヴェルサーチェ ジャパン)

meets Sport

スポーツが導くエレガンス

スポーツとラグジュアリーファッション。その距離は、かつてないほど近づいている。ランウェイにはテクニカルな素材やスポーティなディテールが溢れ、ファッションメゾンがこぞって世界的なスポーツイベントをサポート。そんな今だからこそ、しなやかな美意識とともにスポーツマインドをもっと自由に、もっと優雅に楽しみたい。

photos: Kazuho Hirano
styling: Natsumi Sato
hair: Saya Hashimoto
make-up: Azusa Matsumori
model: Liza B (BRAVO)
direction: Miyuki Kikuchi
background: Backgrounds Factory



スポーティモードでクールな夏を謳歌

しなやかなジャージ素材やヘルシーな肌見せ、印象的なサイドラインが軽快なムードを演出しアクティブな日常をモダンにアップデート。ジャケット¥302,500 パンツ¥198,000 サングラス¥63,800 バッグ“ラージ ダッフルバッグ” [W40×H28.5×D12cm] ¥286,000 [すべて予定価格] (すべてセリーヌ／セリーヌ ジャパン)



©Louis Vuitton

2025年からフォーミュラ1®のグローバルパートナーを務めるLVMHは、「ルイ・ヴィトン」、「モエ・ヘネシー」、「タグ・ホイヤー」などのメゾンとともに10年間にわたるパートナーシップを締結



©Jean-François Robert / Modds

「ルナ・ロッサ プラダ ピレリ」は、2027年にナポリで開催される第38回アメリカスカップに挑む



「ロロ・ピアーナ」が今年、タイトルスポンサーを務めた世界有数の権威あるヨットレース、ジラリア・レガッタ



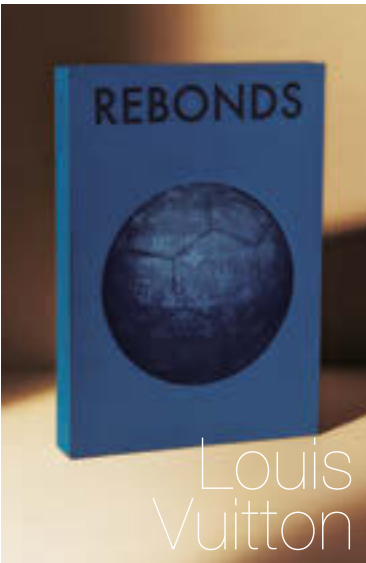
「グッチ」はアルピーヌF1チームとタイトルパートナーシップを締結し、2027年から「Gucci Racing Alpine Formula One Team」としてFIA F1世界選手権に参戦



COURTESY OF LOEWE

「ルイ・ヴィトン」は、今年のサッカー・ワールドカップの開催にあわせ、1998年のワールドカップ開催後に初めて誕生した書籍『REBONDS』の新版を刊行。本書は、ユニセフとのパートナーシップ10周年を記念し、チャリティの一環として制作された写真集

「ロエベ」はスペイン代表サッカーチームとの4年間のパートナーシップを締結し、2026年北中米大会から2030年大会まで、選手たちが世界各地を転戦するためのトラベルワードローブを提供



©Louis Vuitton

Luxury×Sport ラグジュアリーとスポーツ、 その関係性と変貌

テニスやゴルフ、ヨットレース、サッカーまで。いまやスポーツは、ラグジュアリーブランドにとって欠かせない表現の舞台となっている。その背景には、上流文化に始まり、競技支援、そしてカルチャーへと広がってきた長い歴史がある。ブランドとスポーツが育んできた絆の変遷を紐解く。

realization: Megumi Otake

上流文化とともに育まれたスポーツとラグジュアリー

ラグジュアリーブランドとスポーツの結びつきは近年に始まったものではない。その原点は、スポーツが上流階級の教養や社交、豊かなライフスタイルを象徴していた19世紀から20世紀半ばにある。「ルイ・ヴィトン」は旅行用トランクを通じて旅やレジャー文化を彩り、「グッチ」は馬具由来のホースビットをブランドの象徴へと昇華。「エルメス」も高級馬具工房として創業し、乗馬文化とともに歴史を築いてきた。一方「ロレックス」は1958年にニューヨーク・ヨットクラブとの提携を開始して以来、ヨット、ゴルフ、馬術など、幅広い競技を支援してきた。

多彩なスポーツ文化への支援

20世紀後半になると、その関係は競技支援だけでなく、ブランドの価値観を発信する取り組みへと発展。「ロレックス」は1978年にテニスのウインブルドン選手権のオフィシャルタイムキーパーに就任し、現在では四大グランドスラムなど世界最高峰の大会を支援する。「タグ・ホイヤー」も1992～2003年にF1の公式タイムキーパーを務め、2025年シーズンから再び復帰。ブランドが誇る精度や技術力を世界最高峰のモータースポーツで体現している。

感動を生み出すスポーツとの共鳴

こうした背景を礎に、今やラグジュアリーブランドはSNSや限定プロダクト、体験型イベントを介して、スポーツとファンを結ぶ重要な接点へと発展している。その象徴がLVMHだ。2024年のパリオリンピックではプレミアムパートナーを務め、2025年からはF1とのグローバルパートナーシップを開始。「ルイ・ヴィトン」はモナコグランプリのトロフィートランクを手がけるほか、チャリティ写真集『REBONDS』の新版を発表し、売上上の全額をユニセフへ寄付するなどスポーツを通じた社会貢献にも取り組んでいる。「グッチ」は2027年からアルピーヌF1チームのタイトルパートナーとなり、「グッチ レーシング」を始動。ラグジュアリーとモータースポーツが交差する新たな体験を創出する。また、マリンスポーツでは「プラダ」が1997年に創設したチーム（現：ルナ・ロッサ プラダ ピレリ）で国際ヨットレース「アメリカスカップ」に挑み、2027年大会にも参戦予定だ。一方「ロロ・ピアーナ」は地中海を代表するセーリングイベント「ジラリア・レガッタ」のタイトルスポンサーとしてヨット文化を支えている。またサッカー界では「ロエベ」がスペインサッカー代表のトラベルワードローブを手がけるなど、競技を通じてクラフツマンシップを発信。ブランドとスポーツが育んできた絆は、競技の枠を超えて文化や人をつなぎ、これから新たな物語を紡いでいくだろう。



1.Louis Vuitton アイコニックなエンブレムとフラッグの刺繍を配したゴルフタオル。バッグやベルトループに留められるフック付きで、クラブのお手入れもスマートに。ゴルフタオル¥57,200（ルイ・ヴィトン／ルイ・ヴィトン クライアントサービス）
2.Saint Laurent ラウンド中もトラベルマグをスマートに持ち運べるストラップ付き。ブランドのロゴをあしらったグレイネザーを使用し、長さは調節可能。マグホルダー¥68,200（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）
3.Gucci GGキャンパスにメタルタグを添えた新作は、コンパクトなサイズながら、外側にもポケットを備え、ラウンド時の小物の持ち運びにもぴったり。バッグ・グッチ タグ クロスボディバッグ” [W14×H20×D4cm] ¥203,500（グッチ／グッチ クライアントサービス）
4.Dior チュイルリー公園に浮かぶ睡蓮が着想源になったミントグリーンの花柄が爽やか。シルクツイルのシュシュは、ヘアはもちろん手首に添えてもエレガントなアクセントに。シュシュ¥91,000（ディオール／クリスチャンディオール）
5.Burberry 撥水性のある軽量なトリピカルギャバジンを使用したジャケットはコンパクトなシルエット。軽やかな着心地に加え、ニット仕立てのバーバリーチェックの襟がさりげないアクセントに。ジャケット¥273,900（バーバリー／バーバリー・ジャパン）
6.Thom Browne シンボリックなトリコロルテープを利かせたウェアは、スポーティながら端正なシルエットが魅力。ゴルフシーンにも「トム ブラウン」らしいプレッピームードを添えて。Tシャツ¥124,300 スカート¥222,200（ともにトム ブラウン／トム ブラウン ジャパン）
7.Cole Haan クラシックなサドルシューズを現代的にアップデートしたゴルフシューズ。防水レザーアッパーに、スパイクレスながらグリップを利かせるアウトソールで、安定したスイングを叶えてくれる。靴 [H0 cm] ¥36,300（コール ハーン／コール ハーン ジャパン）
8.A.P.C. Golf 多彩な収納スペースも備え、機能性も十分。ロゴを飾った軽量スタンドタイプのキャディバッグは、黒を基調とした洗練の仕上がり。キャディバッグ”Ablon キャディバッグ” [W24×H127×D36cm] ¥99,000（アー・ペー・セー ゴルフ／アー・ペー・セー カスタマーサービス）
9.Lacoste フロントの“L”ワッペンが目を引く、「NEW ERA」とのコラボレーションモデル。起毛ジャージ素材を使用した温かみのある表情で、秋冬のゴルフスタイルにもよく映える。キャップ ¥11,000（ラコステ／ラコステお客様センター）

〈上〉ニットボロ¥17,600 首に巻いたトップス¥19,800 ソックス（3P） ¥2,200 シューズ¥15,950 [参考色] スカート [参考商品]（すべてラコステ／ラコステお客様センター）

〈上〉トップス、ベスト、スカート、サンバイザー、ソックス、シューズ [すべて参考商品]（すべてアー・ペー・セー ゴルフ／アー・ペー・セー カスタマーサービス）



Midsummer Gold

夏本番を彩るゴールドの輝き

夏真っ盛りの光を存分に楽しむなら、人気上昇中のイエローゴールドを素肌に。メゾンを象徴するアイコンックなゴールドジュエリーが、軽やかな装いに華やぎとインパクトをプラスしてくれる。陽光に映えるタイムレスな輝きでまだまだ続くこの夏を印象的に彩って。

realization: Miyuki Kikuchi
YG＝イエローゴールド、WG＝ホワイトゴールド

1.Cartier メゾンの美学を象徴する永遠のエンブレム“パンテールドゥ カルティエ”。しなやかな豹のフォルムに宿る気高くも魅惑的な美しさが身に着ける人の個性を引き立てくれる。ブレスレット“パンテールドゥ カルティエ” [YG×オニキス×ブラックラッカー×ツアボライトガーネット] ¥2,508,000 (カルティエ / カルティエ カスタマー サービスセンター) **2.Bulgari** 艶やかなイエローゴールドが描く神秘的な蛇のモチーフは力強さとエレガンスを美しく両立。単体でもレイアードでも、胸元を美しく彩ってくれる。ネックレス“セルバンティ ヴァイバー” [YG] ¥377,300 (ブルガリ / ブルガリ・ジャパン) **3.Tiffany & Co.** 1962年のアーカイブをルーツに持つ“ティファニー ハードウェア”コレクション。艶めくイエローゴールドで仕立てたゲージ リングが、ニューヨークのムードを思わせる構築的な美しさを表現。夏のシンプルな装いにも濃とした個性を宿し、ミニマルなスタイルをより洗練された印象へと導いてくれる。ネックレス“ハードウェア グラジュエイトド リング” [YG] ¥3,850,000 (ティファニー / ティファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク) **4.Chanel** マドモアゼル シャネルがラッキーナンバーとして生涯愛した“5”を、艶やかなゴールドで表現。名香「シャネル N°5」のエスプリをジュエリーへと昇華したアイコンックなデザインは、手元に纏うだけでモードなスタイルを放つ一本。ブレスレット“コレクション N°5” [YG×ダイヤモンド] ¥2,035,000 (シャネル / シャネル カスタマー ケア センター) **5.Van Cleef & Arpels** ゴールドビーズが優美なリズムを描く“ベルレ”にクローバーモチーフをあしらひ、艶やかなイエローゴールドとダイヤモンドの輝きが指先を可憐な印象に。レイアードして自分らしいスタイリングにさりげない幸福感を添えて。リング“ベルレ” [YG×ダイヤモンド] ¥2,270,400 (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) **6.Damiani** 「映画」という動く芸術へのオマージュから誕生したコレクション。イエローゴールドの艶やかな輝きと軽やかなフォルムがリズムカルな躍動感を描き、耳元に濃とした輝きをもたらす。ピアス“ベル エポック・リール” [YG] ¥453,200 (ダミアニ / ダミアニ・ジャパン) **7.Boucheron** 1968年の誕生以来、愛され続ける“セルバンボエム”。神秘的なスネークを彷彿とさせる繊細な彫刻が施されたゴールドのリンクと、ダイヤモンドを贅沢に敷き詰めたドロップモチーフが気品あふれる輝きを演出。ヴィンテージムードとエレガンスを兼ね備えた一本は、手元に奥行きある表情を添える。ブレスレット“セルバンボエム” [YG×ダイヤモンド] ¥3,722,400 [予定価格] (ブシュロン / ブシュロン クライアントサービス) **8.Dior** メゾンを象徴するコード「カナージュ」を卓越したサヴォアフェールでジュエリーへと昇華。繊細に編み込まれたゴールドメッシュが生み出す豊かなテクスチャーに、イエローゴールドとホワイトゴールドの輝きが美しく調和。まるでクチュールを纏うように優美なダブルリングで、指先をエレガントに魅了して。ダブルリング“マイ ディオール” [YG×WG] ¥1,100,000 (ディオール ファイン ジュエリー / クリスマン ディオール)



〈左〉Saint Laurent シリコンのコーティングを施したレースをレイヤードしセンシュアルなムードに。カーディガン、ボディースーツ、スカート、タイツ、シューズ [すべて参考商品] イヤリング¥385,000 ブローチ¥231,000 (すべてサンローラン パイアンソニー・ヴァカレロ / サンローラン クライアントサービス)



〈上〉Valentino Garavani オーバーサイズのレザージャケットをフェミニンな着こなしで。ジャケット ¥1,397,000 パンツ¥709,500 イヤリング¥572,000 ネックレス ¥1,100,000 [参考色] ジャージ ボディ、タイツ [ともに参考商品] (すべてヴァレンティノ) シューズ ¥181,500 [参考色] (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〉Max Mara オールブラウンで今季らしく。ニーハイブーツはマスト。コート¥811,800 ドレス¥309,100 [参考色] ベルト¥107,800 [参考色] ブーツ¥264,000 (すべてマックスマラー / マックスマラー ジャパン)

Into Brown

ブラウンカラーで秋を先取り

夏の余韻を残しながら、気分はもう秋へ。シックでありながらどこかセンシュアル。この秋、“ブラウン”はベーシックの枠を超え、スタイルを刷新する主役カラーへと進化。新しいシーズンの空気感を映し出すマチュアなカラーをいち早く取り入れて。

styling: Natsumi Sato
text: Miyuki Kikuchi

1.Roger Vivier サテンにロココ調のジュエルバックル、繊細なトンボのディテールを飾ったクラッチバッグは金属のチェーンストラップ付き。イブニングシーンのみならず、カジュアルなスタイルに合わせても決まる逸品。バッグ“エフロレ ユッセン サテン クラッチ” [W24×H13×D3.5cm] ¥300,300 (ロジェ ヴィヴィエ / ロジェ・ヴィヴィエ・ジャパン) **2.Ferragamo** 繊細な水彩画タッチで描かれたフローラルブルーが印象的なデザイン。温かみのあるアースカラーが装いに奥行きを添えてくれる。スカーフ [W90×H90cm] ¥70,400 (フェラガモ / フェラガモ・ジャパン) **3.Balenciaga** ビバリーヒルズのロデオドライブにちなんで名付けられた“ロデオ”からブラウンのスエードが登場。シンプルでデザインながらアコーディオン設計で収納力にも優れている。フロント部分を開けっぱなしで使用するユニークでモードなスタイルを取り入れて。バッグ“ロデオ ハンドバッグ スモール” [W27×H20×D10cm] ¥522,500 [予定価格] (バレンシアガ / バレンシアガ クライアントサービス) **4.Giorgio Armani** フェミニンなムードを現代的に表現した一本。立体的なラインに磨き上げられた金属製ノーズブリッジがさりげないコントラストと上品さを添えて。メガネ¥52,690 (ジョルジオ アルマーニ / ルックスオディカジャパン カスタマーサービス) **5.Pierre Hardy** アートのようなデザインでファスナーを使用しないシンプルな構造が特徴的なアイコンバッグ。新色のブラウンはシックなスエード使いとネイビーとのコンビでマチュアなスタイルにマッチ。バッグ“アルファ” [W25×H16×D9cm] ¥187,000 (ピエール アルディ / ピエール アルディ 東京) **6.Khaite** クラシックなストラップをモダンに再解釈した繊細なストラップヒール。リボンを思わせるしなやかなバンドが足首に美しいアクセントを添える。靴 [H4.5cm] ¥165,000 (ケイト / ケイト ジャパン) **7.Alaïa** サラッとした着心地と流れるようなジャージ素材が身体に寄り添い、アシンメトリーなカッティングが洗練されたシルエットを演出。大胆に開いたバックスタイルが視線を惹きつける。ドレス¥471,900 (アライア / リュシェン ジャパン アライア)

〈p14〉
創造性と幸運を授ける
ラッキーモチーフ
“コレクション N°5”

ガブリエル シャネルがこよなく愛した数字
「5」。雲状のダイヤモンドが先端に連なる
シャネル N° 5の香水ボトル形のブローチは、
中央に配されたクローズセッティングのダ
イヤモンドが曲線の美しさを際立たせる。
29個のブリリアントカットの煌めきで数字を
描くリングも。“コレクション N° 5” [WG×ダ
イヤモンド]ブローチ¥19,800,000 リング
¥18,590,000[ともに参考価格] ドレス
¥596,200 (すべてシャネル/ シャネル カ
スタマー ケア センター)

〈p15〉
内なる美しさとシンクロする
星のような瞬きの“コメット”

しなやかにネックラインを彩る流線形の
コメット(彗星)のオープンネックレス。合
計13.72カラット、255個ものブリリアン
トカットのダイヤモンドが優美なカーブを
表現。圧倒的な存在感を放ちながらも、
オープンワークにより軽やかな雰囲気。に。
“コメット コレクション” ネックレス [WG×
ダイヤモンド] ¥ 37,070,000 “プリュム
ドゥ シャネル”リング [WG×ダイヤモンド]
¥18,040,000[ともに参考価格] ニット
¥489,500 (すべてシャネル/ シャネル カ
スタマー ケア センター)



CHANEL

アイコニックな輝きを岡本多緒が纏う

「シャネル」が映し出す美しき瞬間

1932年、生涯で唯一のハイジュエリーコレクションを発表したガブリエル シャネル。
1世紀を経てなお、アイコニックな「レ シグネチャー ドゥ シャネル」として進化し続けるマスターピースの数々に
俳優でモデルの岡本多緒が出合う。

photos: Sali Fujimori (model), Fumito Shibasaki (Donna) (still) / styling: René Samba
hair: Chika Keisuke / make-up: Tomomi Shibusawa (beauty direction) / nail: Hiro
realization: Shino Sakura



自由な精神を体現する
伸びやかな
“リュバンドゥ シャネル”

何にも縛られず自由に伸びやかに生きる意志を、ふわりと宙に舞うしなやかなリボンに重ね合わせたガブリエル シャネル。絆を表す立体的な結び目と躍動感のある不均一なフォルムが、輪郭を美しくフレッシュに引き立てる。“リュバンドゥ シャネル” [WG×ダイヤモンド] ネックレス ¥23,980,000 リング ¥14,465,000 [ともに参考価格] イヤリング ¥2,068,000 トップス [参考商品] (すべてシャネル/シャネル カスタマー ケア センター)



時代を超えて咲き誇る
“カメリア コレクション”の
モダニティ

最愛の恋人から贈られて以来、ガブリエル シャネルが愛した“カメリア”の花。丸みのあるシルエットを高貴な輝きで覆い尽くし、幾何学的に表現。2モチーフリングには大粒のオーバルカットのダイヤモンドをセット。レースのようなオープンワークのリングとともに、クチクールメソンのエスプリが息づく。“カメリア コレクション” [WG×ダイヤモンド] リング (右) ¥16,555,000 [参考価格] (左) ¥7,557,000 (ともにシャネル/シャネル カスタマー ケア センター)



1,2.亡くなるまでの30数年にわたりマドモアゼルが暮らしていた「リッツ・パリ」にて 3,4.1932年に開催されたハイジュエリーコレクション「Bijoux de Diamants」(ダイヤモンドジュエリー)の展示会風景。会場はパリのフォーブル・サントノーレ通りにあったマドモアゼルの自邸。当時、ヘアメイクやスタイリングを施したマネキンにジュエリーを着用させる立体的な展示手法は画期的で、来場者を驚かせた。また世界各国のメディアや上流階級の人々以外にも門戸を開き、20フランの入場料は慈善団体に寄付。クリエイションからプレゼンテーションまで、すべてが革新的だった 5.当時発表された作品で唯一現存する、コメットをモチーフにしたダイヤモンドのブローチ

メゾンのコードに永遠に生きる、マドモアゼルの豊かな精神

1932年、マドモアゼル シャネルが生涯唯一発表したハイジュエリー コレクション「Bijoux de Diamants」(ダイヤモンドジュエリー)。今日にも継承されるマドモアゼルの精神が息づくジュエリーの誕生のきっかけは、とある依頼から始まった。

1929年から3年間続いた世界大恐慌の時代、宝石市場は一気に景気が停滞。その市場回復を目指したロンドン ダイヤモンド商業組合が、“ダイヤモンドの新しい表現者”としてジュエリー制作をオファーしたのがマドモアゼル シャネルだった。彼女はそれに応える形で当時の宝飾業界の常識を覆す「Bijoux de Diamants」(ダイヤモンドジュエリー)を完成させる。

マドモアゼルがハイジュエリー コレクションのモチーフに選んだのは、星やコメット(彗星)、月や太陽、しなやかなリュバン(リボン)、軽やかなプリュム(羽根)、踊るようなフリンジ。その創造の源泉のほとんどは、彼女の幼少期の思い出に深く根ざしている。夜空に無限に広がる満天の星や、修道院の石畳に刻まれた星や月の形、それに

太陽の紋章。一つ一つのモチーフに込められた思いは、女性たちに纏うことの楽しさを伝え、美の価値観を塗り替え、自由に生き生きとした毎日を送ることを後押しした。

「私のジュエリーが、女性の思いやそのドレスと相容れなくなることは絶対にありません。私がデザインしたジュエリーが形を変えられるのは、ドレスも変化するから」。そう語ったマドモアゼル シャネル。現代を生きる私たちにも、数々のクリエイションや輝きを通してインスピレーションを与え続けてくれている。



現在、パリ・ヴァンドーム広場18番地にあるシャネル ファインジュエリー 本店の上階に、ハイジュエリーの工房を構える。高い職人技を持つエキスパートが集結



凛とした強さを表す優雅に前進する“リオン”

獅子座生まれのガブリエル シャネルが、自身の守護の象徴として気に入っていた“リオン(ライオン)”のモチーフ。立体的なボディを埋め尽くすダイヤモンドの煌めきとホワイトゴールドの流れるようなラインが、生命感あふれる美しい躯体を表現。毅然とした気高い横顔は、纏う人に内なるパワーを授ける。“タイムレス”ブローチ [WG×ダイヤモンド] ¥14,300,000[参考価格](シャネル/シャネル カスタマー ケア センター)





Loro Piana Icons HORSEY® JACKET

馬術のチームのために作られ、メゾンのアイコンとなったアウター「ホーシー®・ジャケット」は、動きやすさと洗練を兼ね備えた一着。ディアスキンの襟や、動いた時に音が出にくい天然素材のホーン（水牛の角）を使ったボタンなど、騎手と馬の関係性に寄り添う工夫が随所に光る



寛ぎながら競技が観戦できる「ロロ・ピアーナ」のラウンジには、世界中からセレブリティが集まった

ヨーロッパ最古の馬術競技会のひとつであるピアッツァ・ディ・シエナ国際障害飛越競技選手権に、今年も「ロロ・ピアーナ」が協賛。大会は5月27日から31日までローマで開催され、期間中の5月30日には、メゾンの名を冠したロロ・ピアーナ・トロフィーとロロ・ピアーナ・シックスパーズが、ローマ中心部の歴史あるボルゲーゼ公園を舞台に行われた。「ロロ・ピアーナ」がサポートする障害飛越競技チームの選手たちは、メゾンが特別に開発した公式ユニフォームをまとい競技に臨んだ。

1924年の創業以来、最高品質のカシミア

やウールをはじめとする希少素材を軸とし、卓越した職人技で知られる「ロロ・ピアーナ」にとって、スポーツは単なるスポンサー活動の一環ではない。1985年、メゾンは障害飛越競技と馬場馬術のチームを結成し、以来30年以上にわたり馬術界を支援。1992年のバルセロナ五輪ではイタリア障害飛越競技チームの公式ユニフォームを手掛け、その経験から生まれた「ホーシー®・ジャケット」は、今なおメゾンを象徴するアイコンとして受け継がれている。

さらにメゾンのスポーツへの情熱は馬術にとどまらない。セーリングやスキー、ゴルフなどの世界とも深く関わりながら、高機能素材の研究開発を進めてきた。そして競技の現場で求められる機能性や快適性への探求は、メゾンを代表する数々のアイテムにも反映されている。

馬術をはじめとするスポーツとの関わりは、「ロロ・ピアーナ」の美学やものづくりを形づくる重要な要素となっており、ピアッツァ・ディ・シエナは、その価値観を今に伝える象徴的な舞台となっているのだ。



1

1.〈左から〉メゾンの副会長であるピエール・ルイジ・ロロ・ピアーナとCEOのフレデリック・アルノーが出席 2.英国人のトップモデルで自身も馬術競技に取り組むエディ・キャンベルもゲストとして参加 3.世界的に著名な歌手、ブルース・スプリングスティーンの娘で馬術選手のジェシカも会場に駆け付けた



2



3



1

Loro Piana 「ロロ・ピアーナ」が伝統の競技会をサポート 馬術との絆がつなぐメゾンの美学

スポーツとエレガンスの融合を追求してきた「ロロ・ピアーナ」にとって、馬術はものづくりの精神と美意識を映し出す特別な存在。長年にわたり支援を続ける伝統の競技会を舞台に、メゾンと馬術界との深い絆、そしてアイコンを生んだ原点に触れる。

photos: ©Loro Piana
text: Tomoko Kawakami



2



3

1.「ロロ・ピアーナ」のスポーツカラーであるネイビーとゴールドで彩られたメゾン主催の競技会 2.「ロロ・ピアーナ」の公式ユニフォームを着用し競技に挑んだ選手。極細ウールや独自開発のテクニカル素材を採用したユニフォームはエレガントなスタイルとパフォーマンスが融合 3.競技に参加した「ロロ・ピアーナ・ジャンピングチーム」の選手。〈左から〉シェイク・ハリーファ・アル・サーニー、エンドウイナ・トップス・アレクサンダー、ロレンツォ・デルカ 4.馬具の下に敷くサドルパッドもメゾンのオリジナル



4



1.2.2フロア・約500平方メートルを誇るケルンストア。2階には「Crafted for You」の専用スペースに加え、簡易修理に対応するクライアント ケア センターやブランドの歴史を伝えるアーカイブピースが並ぶ。「RIMOWA Köln Dom」Am Hof 1, 50667, Köln, NRW, Germany 3.4.オープニングイベントに登場した「リモワ」のグローバルアンバサダー、ルイス・ハミルトン。完成した特注のレコードケースを手に、笑みを見せた

ケルン旗艦店とデザインプライズ——「リモワ」の今を訪ねて

「旅は、私たちの視野を広げてくれる」。そう語るのは、F1を7度制したルイス・ハミルトン。5月、「リモワ」のものづくりを支える街・ケルンで開かれた旗艦店オープニングイベントに登場した。24カ国を転戦し、年間130回以上のフライトをこなす彼にとって、移動は日常そのものだ。

世界遺産・ケルン大聖堂のほど近くに構える旗艦店。店内には、緑色のインコとスーツケースが頭上を舞うようなインスタレーションが広がる。ライン川に架かる橋から着想を得たライトグリーンが空間を軽やかに彩り、街の落ち着いた佇まいと心地よいコントラストを描いていた。

オープニングに合わせて発表されたのが、ケルンストア限定のオーダーメイドプログラム「Crafted for You」。“Classic”シリーズを対象に、サイズやレザーの

カラー、ライニングなど100万通り以上の組み合わせの中から、自分だけの一点を仕立てることができる。「音楽が好きで、旅には必ずスピーカーを持って行く」というハミルトンがオーダーしたのは、特注のレコードケース。ハンドルには鮮やかなレッドレザーを合わせた。

店内には1898年から続くブランドの歩みを物語るアーカイブピースも並ぶ。創業以来変わらない「旅する人に寄り添う」という思想は、「Crafted for You」にも自然と受け継がれていた。

一方、クリエイティブの街・ベルリンでは、「RIMOWA Design Prize」の授賞式が開催された。ドイツの大学で学ぶ若手デザイナーを対象に、「モビリティ」をテーマとしたアイデアを競うアワード。セミファイナリストには、第一線で活躍するデザイナーやクリエイターによるメンタリングが提供される。

「モビリティ」と一口に言っても、学生たちの発想は多彩だ。7組のファイナリストから最優秀賞に選ばれたのは、サミュエル・ナーゲルとパウル・ファイラーによる、ろう者と健聴者のコミュニケーションをさりげなく支援するプレスレット「NURA」。手話を音声へ、音声を触覚表示へと変換する技術を、ミニマルなデザインのアクセサリへと昇華させた。「リモワ」によれば、機能性や実用性も重要な評価基準だという。

一見すると「リモワ」の製品分野とは距離のあるプロジェクトも少なくない。それでも「リモワ」が真剣にこのアワードに取り組むのは、次世代の才能を育み、よりよい社会づくりへ貢献したいという思いがあるからだ。工業デザインで社会をより良くする——。エンジニアリング大国ドイツが育んできた思想が、「リモワ」や審査員、学生たちの言葉の端々に表れていた。



〈左〉第4回RIMOWA Design Prize最優秀賞を受賞したサミュエル・ナーゲルとパウル・ファイラー 〈中〉初期選考を通過した21組のセミファイナリストには、第一線で活躍するデザイン関係者らがメンターとして伴走した 〈右〉最優秀賞受賞作「NURA」は、ろう者と健聴者のコミュニケーションを支援するプレスレット



光沢感と深い色調が美しい「インクブルー」が登場

ブランドを代表する「ORIGINAL」コレクションの新たな定番カラーとして登場した「インクブルー」。期間限定カラーの展開はあったものの、シルバー・ブラック・チタニウムに続く定番カラーの追加は稀だ。アルミニウムならではの光沢感を持ちながら、深みのある落ち着いたカラーリングが魅力。〈手前から時計回りに〉“ORIGINAL キャビン” [W40×H55×D23cm] ¥244,200 “ORIGINAL チェックイン L” [W51×H79×D27.5cm] ¥305,800 “ORIGINAL トランク プラス” [W44×H80×D37cm] ¥397,100 (すべてリモワ／リモワ クライアントサービス)



RIMOWA 話題の最新作、そして本拠地ドイツへ 旅の先にある「リモワ」の哲学

時代を超えて、旅する人を魅了してきた「リモワ」。この夏、「ORIGINAL」コレクションに、光沢と奥行きのある「インクブルー」が新たな定番カラーとして加わった。そして本拠地ドイツで見えてきたのは、新しい取り組みの奥に息づく、変わらないブランドの哲学だった。

photos: ©RIMOWA
text: Shunya Nambo



1



2



3



4



5



6



7



8



コレクション発表の舞台は、コモ湖を望む16世紀の歴史的邸宅、ヴィラ・プリニアーナ。受け継がれる美意識とともに、「ARTE MAESTRA」が華やかにお披露目された

歴史的邸宅で祝う芸術とクラフツマンシップの真髄

1924年の創業以来、数々の名品ジュエリーを生み出してきた「ダミアーニ」。厳選された素材と熟練の金細工職人による高度な技術で、イタリアンジュエリーを代表するメゾンとして、現在も創業家による経営を続けている。6月11日、「ダミアーニ」は新たなハイジュエリーコレクションの発表を記念し、イタリア・コモ湖畔の歴史的邸宅、ヴィラ・プリニアーナで芸術とクラフツマンシップを祝福するガラパーティを開催した。同コレクションは芸術史に残る8つの傑作(カラヴァッジョ《メドゥーサ》、ボッティチェリ《プリマヴェーラ》、葛飾北斎《神奈川沖浪裏》、ゴッホ《ひまわり》)をはじめとする、計8作品)に着想を得て誕生。ダミアーニ・グループCEOのジェローム・ファヴィエ氏は、「ハイジュエリーは私たちのクラフツマンシップの究極の表現」と語り、職人育成のためのインターンシッププログラム「ダミアーニ・アカデミー」を通じて技術継承に力を注いでいることを明かしている。プレゼンテーション後には、コモ湖を望むロケーションでエクスクルーシブなイ

1.「ダミアーニ」の看板がゲストを迎え、湖風とともに優雅なひとときが幕を開ける。2.降り注ぐ陽光と湖風に包まれながらゲストたちは特別なエクスペリエンスを堪能。3.「ダミアーニ」の経営を担うグイド(左)、シルヴィア(中)、ジョルジョ(右)。4.イタリアのトップモデル、マリアカルラ・ボスコノは《ひまわり》に着想を得た「RADIOSA」を着用。21カラット超のファンシーイエローブラウンダイヤモンドが艶やかな存在感を放つ。5.日本からは俳優でモデルの池田エライザが来場。胸元を彩るフラワーモチーフで華やかなオーラを放った。6.韓国の俳優、ムン・ガヨンは、モネの《睡蓮》に着想を得た「EN-PLEIN-AIR」をセレクト。7.イタリアのシンガーソングライター、アキッレ・ラウロが、カラヴァッジョの代表作《メドゥーサ》から着想を得た「MALIA」をまといながら自身の代表曲を披露。8. DJによるライブプレイもゲストたちを盛り上げて

ベントを実施。会場には「ダミアーニ」のジュエリーをまとった各界の著名人が来場し、シンガーソングライターの アキッレ・ラウロ によるライブパフォーマンスも。歴史的建築と煌めくハイジュエリーが響き合う特別な一夜となった。



IMPETUOSA

葛飾北斎の代表作《神奈川沖浪裏》に着想を得たハイジュエリー。岸へ崩れ落ちる直前の巨大な波の緊張感を、ホワイトゴールド、ブルーサファイア、ライトブルーサファイア、バライバトルマリン、ダイヤモンドのパヴェで表現した。色彩のグラデーションが躍動を描き出し、いずれもブリリアントカットで水の深みと躍動感を投影。波の下に配された3カラットのトリリアントカットダイヤモンドは富士山へのオマージュとなっている。ネックレス [WG×ダイヤモンド×ブルー・ライトブルーサファイア×バライバトルマリン] ¥109,780,000 [参考価格] (ダミアーニ / ダミアーニ・ジャパン)

FLOREA

ボッティチェリの名作《プリマヴェーラ(春)》をモチーフにしたクリエイション。春の女神、フローラがもたらす豊穡と再生の物語を、エメラルド、サファイア、ルビーの鮮やかな色彩で表現している。ホワイトゴールド、イエローゴールド、ピンクゴールドで象られた花々とダイヤモンドが調和し、まるで花冠が咲き誇るような華やかな世界を創出。ボッティチェリが描いた自然美の詩情を永遠の輝きへと昇華させた。ネックレス [WG×YG×PG×エメラルド×イエロー・ブルー・ピンクサファイア×ルビー ×ダイヤモンド] ¥84,260,000 [参考価格] (ダミアーニ / ダミアーニ・ジャパン)



MALIA

カラヴァッジョの《メドゥーサ》が描く、妖艶な世界観を映し出した「MALIA」。妖しくも力強い存在感を、絡み合う蛇を思わせる彫刻的なピンクゴールドのフォルムで描いている。アレキサンドライト、ブラックダイヤモンド、ブラウンダイヤモンド、ヘアシェイブカットのルビーが躍動感を添え、中央には6カラット超のミャンマー産ビジョンブラッドルビーを配石。光によって表情を変える輝きが、カラヴァッジョの神秘性を想起させる。ネックレス [PG×ルビー×アレキサンドライト×ブラックダイヤモンド×ブラウンダイヤモンド] ¥163,900,000 [参考価格] (ダミアーニ / ダミアーニ・ジャパン)



熟練の金細工職人の超絶技巧によって大胆なフォルムが生まれる

DAMIANI

「ダミアーニ」がコモ湖で新作を発表 名画に着想を得た 壮麗なるハイジュエリー

「ダミアーニ」が、芸術史を彩る8つの名作に着想を得た新ハイジュエリー「ARTE MAESTRA」をローンチ。各国からセレブリティを迎え、イタリア・コモ湖畔のヴィラ・プリニアーナで華やかなガラパーティを開催し、新コレクションの誕生を祝福した。

WG=ホワイトゴールド、YG=イエローゴールド、PG=ピンクゴールド
text: Megumi Otake





1.アワードセレモニーでは、フェローそれぞれの事業の原点、取り組む社会的・環境の問題、革新的な進展、理念などが語られるとともに、コミュニティメンバーによるディスカッションも2.授賞式に先立ち開催された「カルティエ ダイアログ」にアマル・クルーニー氏(中央)らが登壇。固定観念からの脱却などについて意見を交わした3.20年の歩みを振り返る展覧会は、生物多様性、ヘルスケア、教育まで、フェローの多様な問題意識を映している



2026年度受賞者とともに20年の歩みを祝福

スプツニ子!さんがセレモニーをレポート

セレモニーに参加して、何より印象的だったのは、女性起業家たちの「目の輝き」とその多様なバックグラウンドだった。地域ごとの取り組みは興味深く、誰もが楽しそうで気持ちがいい。またステータスにとらわれず課題解決に挑むピュアな姿勢と、それをビジネスとして持続させるバランス感覚が見事だ。とはいえ、起業界は依然として男性中心であり、深刻なジェンダー格差や、女性ならではのインボスター症候群といった構造的課題があるのも事実。日本の女性は環境に合わせてまいがちだが、起業とは「自ら環境を変えるアクション」である。この孤独な挑戦を支えるコミュニティの重要性は、私自身も起業家として実感している。20年も前から一貫して女性起業家への深いリスベクトを示し、支援を継続してきた「カルティエ」の姿勢に感銘を覚える。

デジタル記事でさらに詳しく紹介!
→ marieclairejapon.comへ

CWIの真髄ともいえるコミュニティのメンバーが集うアワードウィークが、今年6月にタイ・バンコクで開催。アニバーサリーイヤーとなった2026年度は、計10カテゴリーにおいて、19カ国30名の女性起業家がフェローに選出され、全員が表彰された。

フェローの選考において重視される資質として、多賀氏は、革新的な方法で社会課題に挑む「創造性」、多くの壁を乗り越える「レジリエンス」、そして自身の知見を惜しみなく分かち合う「寛容さ」を挙げる。

アワードウィーク中、世界的なビジネススクールであるINSEADと共同開発した集中講義やコミュニティ主催のワークショップなどが実施された。クライマックスのセレモニーでは、フェローが一人ずつス

テージに立ち、それぞれのストーリーを世界へ発信。コミュニティの祝福を受け、温かな連帯感に包まれた。また、人権弁護士のアマル・クルーニー氏による基調講演や有識者が登壇するトークセッション、CWIの20年間の歩みを称える体験型のエキシビションを通じて、女性起業家コミュニティの豊かさとレガシーを改めて印象付けた。

今年度はネパールから初のフェローが選出され、イニシアチブの着実な浸透を示した一方で、日本もそれに続きフェローの誕生を期待したい。一人の女性の挑戦が誰かを勇気づけ、やがて大きな社会変革へとつながっていく——CWIが20年間かけて具現化してきた「未来への道を照らす光の連鎖」が、今後さらに豊かな広がりをを見せていくことが期待される。



Cartier's Women's Initiative Celebrates 20th Anniversary 未来を照らす女性起業家たちへの支援 20年の軌跡とこれから

創設20周年を迎えた「カルティエ ウーマンズ イニシアチブ」が2026年度アワードセレモニーをタイ・バンコクで開催。女性起業家の包括的な支援を展開してきた同プログラムの現在地とその先に広がる未来とは？

photos: ©Victor Picon and ©Cartier
text: Akari II

長期的なビジョンのもとで女性をエンパワーメント

社会課題に挑む女性起業家のエンパワーメントを掲げ、2006年に始動した「カルティエ ウーマンズ イニシアチブ(CWI)」。CWIのプログラム&アクティベーションズ ディレクターを務める多賀 淑氏は、同イニシアチブを「女性の支援を通して社会を変革する」という「カルティエ」の理念を体現するものと評する。「女性起業家が直面する構造的な障壁を取り除き、彼女たちが潜在能力を最大限に発揮して世界にポジティブなインパクトを生み出せるよう後押ししています。そして、その恩恵は最終的に社会全体へと還元されていくのです」

毎年選出されるフェローには、助成金のほか、社会的、人的支援が提供される。こうした包括的なアプローチの中でも、特に重視されているのが長期的な

支援モデルとコミュニティの構築である。CWIは時代の変化に合わせて地域部門の細分化やカテゴリーの増設を行うなど柔軟に規模を拡大。これまでに67カ国330名のフェローを支援し総額1,410万米ドルを授与すると同時に、80カ国520名超のアクティブなメンバーから成るグローバルなコミュニティを築き上げている。

多賀氏は「CWIは単なるアワードではない」と強調する。「1年間のプログラム終了後も生涯にわたりアクセスできるコミュニティを提供することで、長期的な解決策やポジティブな変革をサポートしています。ここでは女性起業家同士の共感と連帯が精神的な支えとなるだけでなく、出会いをきっかけに投資や協業といった新たな挑戦も数多く生まれています。このよう

な温かで自発的な相互成長の場が築かれていることが、大きな成果といえるでしょう」

この20年間で、女性起業家を取り巻く環境は大きく変化した。かつての先駆者たちは、ロールモデルも支援ネットワークもない中で道を切り拓かなければならなかった。しかし、20周年のテーマである「Women Lighting the Path」が示すように、現在の女性起業家は前の世代が光を灯してくれた道を歩み、今度は自らが次世代を照らす光となっていく。「フェローの66%が現在も事業を継続。ビジネスを拡大し社会にインパクトをもたらしている例も見られます」。光のバトンが繋がることで世界が明るく照らされる——「カルティエ」が20年前に掲げたビジョンは、今着実に実を結びつつある。

Awardees Interview 注目の受賞者2人にフォーカス



ハヒョン・パーク
(ヨーロッパ)
Omena Technologies
共同創業者兼CEO



更年期ケアを通じ女性と社会のウェルビーイングを向上

韓国出身で、フランスを拠点に更年期ケアアプリを展開。専門家の指導と個別サポートを提供し、女性が重要なライフステージを乗り越えられるよう支援する。アプリの立ち上げ以降、50万人に利用され、98%から肯定的な意見を得ているという。「更年期というテーマ自体は世界共通。文化の違いに対応しつつ、このサービスを世界中へ届けたい。医療情報だけでなく、女性たちが互いに話し合えるプラットフォームを提供した

いと考えています」。一方で、経済損失の観点から更年期をとらえ、BtoB事業にも注力。社会全体の意識変革を図る。「CWIを通じて、社会にどんなインパクトを与えたいのか、改めて考え戦略的な思考を得ました。同時に、事業は異なれど共通の問題意識を共有する仲間との出会いに大きく励まされ、刺激を受けています」と語る。日本の女性に対しては、「いつかではなく今、という気持ちで挑戦してほしい」とエールを送る。



ヴァリコ・ユー
(中東および北アフリカ)
Archireef
共同創業者兼CEO



生物多様性を保護しネイチャーポジティブな未来を築く

香港でのサンゴ礁の急速な消滅に衝撃を受け、生物多様性の保護を目的とした3Dプリントによるセラコッタ製のサンゴ礁タイルを開発。研究者から起業家へ転身し、香港とUAE、サウジアラビアに拠点を置く。「私たちの役割は、企業が事業を展開するなかで、開発前よりも自然環境を10%以上改善できるよう支援すること、つまりネットゲインの実現にあります」と語る。「まだ存在していない市場」を開拓し、政府系ファンドや

インフラ企業を顧客として、調査から評価までを一貫して担う「自然リスクマネジメント」企業へと進化を遂げている。「経営者としての自己不信に悩むこともありましたが、CWIへの参加を通じて、世界中の女性起業家と共通の課題を語り合うことで、自分らしいリーダーシップを肯定する勇氣と生涯の仲間を得ました。思いやりや共感という女性ならではの強みを活かしながら、自然と社会の未来を変える挑戦を続けたい」

SAINT-LOUIS

400年の伝統と美学が育む

革新のクリスタルメゾン「サンルイ」

1586年の創業以来、400年以上にわたり、人々の暮らしに輝きを添えてきたクリスタルの老舗メゾン「サンルイ」。

来日したジェローム・ドウ・ラヴェルニョールCEOに、メゾンの哲学とものづくりへの思いを聞いた。

photos: ©Saint-Louis / text: Jun Makiguchi



「サンルイ」が400年以上にわたり大切にしてきたものとは？

私たちのメゾンを特徴づける価値観は3つあります。卓越した職人技、妥協のない品質、そして伝統と革新の融合です。新しいオブジェを生み出す際も、まずデザイナーにはDNAを理解してもらうことを大切にしています。

それを象徴するコレクションは？

『アンディアブレ』は、異なる2つのデザインを融合させたという革新性に溢れています。同時に、「サンルイ」を代表するオブジェを組み合わせ、伝統をもリスペクトしています。常に原点とのつながりを保ちながら、未来を見据えるもの



Jérôme de LAVERGNOLLE
ジェローム・ドウ・ラヴェルニョール
サンルイCEO

1963年生まれ。グルノーブル政治学院卒業後、法学を学び、公認会計士としてキャリアを築く。1994年にエルメス・グループに入社し要職を歴任。2010年より現職。

づくりを象徴するコレクションです。また、「フォリア」の制作時には、デザイナーを工房に招き、メゾンの歴史や自然環境を理解してもらいました。工房を取り囲む森の木々から着想を得て生まれたデザインで、伝統的なカットिंगと革新的な機能を融合しています。何か新しいものを生み出す際、私たちはメゾンの根幹を大切にしながらも、未来をも見据えたものづくりを意識しています。

職人技を未来へつなぐために、大切にしていることは？

技術を継承できる環境をつくることです。象徴的なのがペーパーウェイト。かつて途絶えかけた技術を復活させた経験から、技術やノウハウを決して絶やしてはならないと考えるようになりました。以来、毎年3〜5点ほどの新作を発表。若い職人への技術の継承も大切にしています。職人たちの平均年齢は35歳と、とても若いです。若手にとって、経験豊かな職人の仕事ぶりを見ることが大切です。そのように受け継いでいかなければ、ある職人が可い退るとき、そこで技術が途絶えてしまいますからね。

日本との親和性をどのように感じていますか。

日本のお客様はデザインだけでなく、その背景や歴史にも関心を寄せてくださいます。前回私が来日した際、お客様が



細かなカットिंगがされているベストセラーのグラス『トミー』の名前の由来に興味を持ってくださったことが印象的でした。

麻布台ヒルズのブティックを通して伝えたいことは？

美しいものに囲まれて暮らすことは、自分自身を大切にすることにもつながります。伝統は決して古く退屈なものではなく、現代のライフスタイルにもモダンに、豊かに寄り添うことができると知っていただけたら。ぜひ美しい空間で「サンルイ」の世界をご体感ください。



サンルイ麻布台ヒルズ店
東京都港区虎ノ門5-9-1
麻布台ヒルズ ガーデンプラザB 1F
tel: 03-5843-8678



1.2011年、大胆な発想により誕生した「アンディアブレ」。「サンルイ」の名品を融合させた、用途や目的に縛られない自由なオブジェ 2.メゾンが持つ数多くの技術が凝縮されたペーパーウェイト。2026年の新作は葛飾北斎の浮世絵「神奈川沖浪裏」へのオマージュ「ラ ヴァーグ」 3.第一次大戦後、ドイツからフランスを助けにきた英国兵「トミー」たちへの感謝を込めて生まれた「トミー」ホックグラス¥96,800 4.「サンルイ」のシグネチャーである光を放つクリスタルの魅力を存分に活かした「フォリア」のミニポータブルランプ¥191,400。千鳥状のカットが美しい光の拡散を生む 5.フランス国家最優秀職人章（M.O.F.）受章者2名と芸術文化勲章受章者1名を擁する「サンルイ」

DELVAUX

世界の匠たちと対話、

第一章は日本が舞台

「デルヴォー」の新たな創造

世界最古のラグジュアリーレザーグッズメゾン「デルヴォー」が新プロジェクト“Craft Beyond Borders”を始動。

その第一章の舞台に日本を選んだ理由と、クラフトへの思いをCEOであるジャン＝マルク・ルビエ氏に聞いた。

interview & text: Tomoko Kawakami

photo: Tomoko Hagimoto



Jean-Marc Loubier
ジャン＝マルク・ルビエ
「デルヴォー」最高経営責任者（CEO）

1829年、ベルギー・ブリュッセルに創業した「デルヴォー」は、世界最古のラグジュアリーレザーグッズメゾンとして、約2世紀にわたりそのクラフツマンシップを磨き続けてきた。その老舗メゾンが、世界の職人技との対話から生まれた最新コレクション“Craft Beyond Borders”を発表。その第一章が日本で幕を開けた。この特別なコレクションのお披露目に合わせ、「デルヴォー」のCEOを務めるジャン＝マルク・ルビエ氏が来日し、その物作りの背景にある思想を語った。

「長い歴史を持つということは、それが未来へと受け継がれてこそ意味を持つのです。このプロジェクトの出発点は、デザインではなくノウハウ、つまり職人技そのものを進化させることへの挑戦でした。私が目指したのは、『デルヴォー』の誇るノウハウに他者を迎えることで、その可能性をさらに広げ、共に新しい価値を生み出すことでした」と振り返る。

そして、このコラボレーションでタッグを組んだのが、日本の伝統技術を継承している匠たち。なぜ日本だったのか。「『デルヴォー』と日本の親和性は高い。日本は、ラグジュアリーというものにまだ産業として存在する以前から、その本質を理解してきた国です。美しさと機能性を両立させることが、この国の哲学であり、それは我々の考え方と重なる。問題は、いかに“平行”を“交差”へと変えるかでした」

その答えが、「デルヴォー」を代表する“ブリヨン”“タンベート”“パン”といったバッグと、金沢の金箔職人や、京都・西陣の老舗機屋・誉田屋源兵衛とのコラボレーションだ。“タンベート PM”に施された金箔のモチーフ、赤富士を描いた織物を贅沢にあしらった“タンベート XL”など、いずれも「デルヴォー」のアイコニックなシルエットを土台に、日本の伝統的な手仕事が生きた魅力を引き出している。この唯一無二で美しいバッグたちが誕生するまでには膨大なリサーチ、そして長い時間を費やした。「高い技術が求められる作品ですので、アイデアの構想から完成までにはかなりの時間がかかります。一つのゴールに向かって、少しずつ積み上げていくプロセスそのものが、この作品の価値なのです」

「創造とは常に挑戦であり、それを欠いたクラフトは単なる反復に過ぎない」と断言するルビエ氏が率いる「デルヴォー」の進化は止まらない。

1.京都・西陣で280年の歴史を受け継ぐ老舗機屋・誉田屋源兵衛が織り上げた富士山をバッグに 2.ブランドの祖国、ベルギーの伝統的なタペストリーを用いたバッグも登場 3.鯉の姿を描いた西陣の帯と、それを主役にした「デルヴォー」のバッグ“パン ミニ バケット オタイコ” 4.これらの特別なバッグたちは、東京・高田馬場にある茶道会館でお披露目された



マットアリゲーターとクリスピーカーフを用いた“タンベート PM”。2種類の異なるレザーの接合部にあしらわれた金箔のラインが、バッグに静かな存在感と奥行きをもたらす



1



2



3



4

モダンに変化するウッディ

シックで落ち着いた印象から一歩進み、より複雑に、都会的なイメージを描くスタイリッシュなウッディノートが続々と登場。

〈左から〉GUCCI beauty 地球上で最も巨大な樹木、ジャイアントセコイアをイメージし、クリーミーな香りを表現。グッチ リグナム イデアリス オードパルフাম 100mL ¥50,050 /グッチ ビューティ、YVES SAINT LAURENT ムスクとオレンジプロッサムを掛け合わせた、都会的な香り。MYSLF オードフレ アンタンス 100mL ¥22,000 (8月7日発売) /イヴ・サンローラン・ボーテ L'ARTISAN PARFUMEUR まるで「森林浴」、ヴェチバー シダーウッド、そばの実のアーシーさが際立つウッディグ ルマン。イル エテ アン ボワ オードパルフラム 100mL ¥33,880 /ラルチザン パフューマー

心整う自然由来の香り

技術の向上により香りが飛びやすい天然原料を高配合可能に。深呼吸するように、“自然を求める感覚”を味わいたい。

〈左から〉FUEGUIA 1833 音楽の“和音”のように、重なる香りで「夏の終わりの空気」を表現。果皮压榨と低圧スチーム蒸留で、ライムやミントなどの植物エッセンスをイン。アグアス デ マルソ 100mL ¥62,700 / FUEGUIA 1833、BAUM 明け方の森、苔、昇る太陽。スパイシーで厚みを感じさせる森林に包まれて。自然由来指数90%。バウム オードフレ フォレストドーン 60mL ¥19,800 (9月10日発売) /バウム、THREE 天然精油のみで香りを表現。ユーカリやミント、さまざまなグリーンによる夏の通り雨の情景。就寝前の癒やしとしても。エッセンシャルセンツ R 06 10mL ¥5,720 /スリー

marie claire
BEAUTY

Fragrance 現代的に進化する、「香り」の今

誰かのために纏うものから、自分を満たすものへ――。
時を経て変化する「香り」の楽しみ方。近年のフレグランスに通底するのは、自然やランドスケープへのオマージュ。
土地や文化の記憶を宿しながら、香りは今、心地よさで選ぶものに。

photos: Eri Hosomi
text: Kiriko Sano

その土地の文化によって変化する「香り」空間の香りのデザインを手掛け、自然の香りをプロダクトに落とし込んできたアロマ調香デザイナー®の齋藤智子さんは、日本における傾向をこう分析する。「香りは、その土地の文化と密接な関係があります。国土の多くを森が占める自然豊かな日本では、木や柑橘などの香調は生活になじみ、多くの人に好まれる傾向に。ところが、地域が変わると、香りに対する印象も変化します。日本では清潔感や爽やかさを想起させる柑橘やラベンダーが、欧米では柑橘なら“可愛らしい、幼い”、ラベンダーなら“家庭の医学を想起させる”など、受け止められ方が大きく異なるのです。湿度によって香り立ちが変わるのもポイント。湿度が高いと重たい印象になるため、日本では軽やかな香りが好まれるのに対し、欧州ではローズや樹脂など、濃厚でムードたっぷりの香りが好まれる傾向が。湿度が高い日本では重すぎるものも、乾燥している国や地域ではふわっとほどよく香るなどの違いがあります。普段愛用している香りが、実は違う印象を意図して作られていた、ということもあるかもしれません」

日本に根づきはじめたフレグランス文化
「日本には古くから“香道”があり、着物を焚きしめた

り、空気を香らせたりと、香りはさりげなく使われてきました。そこには、強く香らせるのではなく、気配として残ることを美徳とする、“侘び寂び”にも通じる感性があります。一方で、西洋の体に直接つける香水は、自分を美しく色っぽく見せたり、強く主張したりするなど、長らく“特別なシーンのため”の存在でした。2010年前後から空間の香りが注目され始め、2015年頃の柔軟剤ブームで、生活に香りを取り入れる習慣が根づきはじめます。その後、濃度が薄いコロンの流行を経て、決定的だったのはパンデミックの影響。外出を控えるなか、気分転換に香りを楽しむ人が増えました。今ではビジネスの場にも香りが取り入れられ、オンラインミーティングで同じ香りを共有したり、オフィス空間を演出するといった活用法も登場しています」

今の主流はジェンダーレス&自然の香り
「日常使いのフレグランスは、誰かに印象づけるためのものから、自分の気分を整え、心地よく過ごすためのものへと変化。ジェンダーの固定観念もゆるやかになり、男性がローズや甘い香りを選び、女性がウッディで落ち着いたある香りを好むなど、男女の嗜好が近づき、交差している印象がありますね。女性の社会進出や自立も、背景にあるのかもしれませんが。今注目した

いのは、水や石、雨など、ランドスケープをイメージした香調。自然が描き出す情景や原体験を、香りとして表現することが増えています。天然由来の原料やサステナブルなプロセスへの関心も高まっています。人間には自然を本能的に求める性質があり、グローバル企業がオフィスにグリーンや自然を取り入れてきたのも、人が植物によってリセットされ、心が“整う”ことが知られていたのだと思います。嗅覚は自律神経をつかさどる大脳辺縁系に約0.2秒の速さで到達。五感の中でも、最も“記憶”と結びつきやすいため、自分にとって落ち着く香りや安心できる香りがあると、日常はより過ごしやすく、豊かに変化します。自然の香りは、人間が本来持っている力を思い起こさせてくれるもの。その力を借りない手はないでしょう」。都市にいながら、一瞬で豊かな自然へと誘ってくれる一本を、ぜひ見つけてみたい。

――
Tomoko Saito 齋藤智子
アロマ調香デザイナー®。TOMOKO SAITO AROMATIQUE STUDIO 主宰。天然精油を用いたラグジュアリーホテルなどでのアロマ空間演出、アート分野での創香、化粧品開発における香りのプロデュースなどを行う香りのプロフェッショナル。著書に『アロマ調香デザインの教科書』（BAB Japan出版）など。

リクエストに応じてパーソナルブレンド製作や、エクスクルーシブな香りのコンサルティングも行っている。ロールオンタイプの「香油」は、月の満ち欠けにインスピレーションを得たブレンド。TOMOKO SAITO AROMATIQUE STUDIO 〈上から〉香油・KÖYU・FULL MOON、CRESCENT MOON、NEW MOON 各10mL 3本セット ¥16,500 / TS Aromatique

空間を香りでコーディネート

インテリアの一部として、部屋全体を居心地よく演出。長く過ごす場所だから、個性が強すぎない香りを選ぶのがおすすめ。

〈左から〉APFR シトラスとシダーウッドが織りなす、光と影のコントラスト、クローゼットバーなどに掛けて、約1ヵ月楽しめるペーパータイプのタグ。HEYOKE クローゼットタグ ¥2,530、空間やファブリックに使えるインテリア用のスプレー。同 ルームスプレー 100mL ¥6,600 (8月8日発売) / APFR、DIPTYQUE コーヒーとウッディノートが心温まるキャンドルに火を灯して。クラシック キャンドル カフェ 190g ¥11,000、混合土による黒と白のマーブル模様で、煙の渦を表現。キャンドルスタンド ランドスケープ ¥9,900、キャンドルリッド ランドスケープ ¥9,900 /ディプティック ジャパン

バリエーション豊かな花のブーケ

他の香調を引き立てたり、別の素材を掛け合わせたりしてより奥行きと洗練度を増した花の香り。複雑さが新たな魅力へと変わる。

〈左から〉HERMÈS トップに華やかなフローラルを配した、新たなシムレ。抽出が難しい「ミラクルベリー」が香るイノベティブな逸品。パレニア プレン フルール オードパルフラム 100mL ¥26,180 (8月6日発売) /エルメスジャポン、GUERLAIN 「蒼の時」を意味し、メジンの歴史をもとに誕生。アイリスの独自原料による、奇跡のような日暮れ前の色彩を感じて。ルール ブルー オードパルフラム 50mL ¥17,600 (8月28日発売) /ケラン、ISSEY MIYAKE PARFUMS 「水」を表す名作シリーズより、ミネラル感に満ちた新作。透明感あるフェミニニティを。ロードゥ イッセイ オー エッセンシエール オードパルフラム 100mL ¥22,990 (8月5日発売) / ISSEY MIYAKE PARFUMS



MONET'S GARDEN

絵画の色彩美に包まれるアートな体験

「モネ」が愛した理想郷、彩りの庭へ

モネの絵画が瞬間を永遠に閉じ込めた芸術なら、創造の源泉となったジヴェルニーの庭は、もうひとつの傑作だろう。その美意識を受け継ぐ風景が、高知県北川村に広がっている。「北川村『モネの庭』マルモッタン」だ。

text: Jun Makiguchi



熱心な園芸家でもあったモネは、美しい自邸の庭を「私の最高傑作」と呼んだ。刻々と表情を変える水面と反射は、「睡蓮」シリーズをはじめ、数々の名作を生むインスピレーションの源となった



水の庭 池に優雅にかかる太鼓橋、藤棚、しだれ柳など、浮世絵や日本庭園から着想を得てつくられた庭。水面に浮かぶ睡蓮のなかには、本家が株分けされたものもあるという



青い睡蓮 北川村の温暖な気候風土が実現した、モネが咲かせたいと夢見た「青い睡蓮」。この睡蓮は熱帯性で、冷涼なジヴェルニーでは育成が難しかったとされる。ここでは7月から10月下旬まで見ることができる



ボルディゲラの庭 本家の発案で生まれた北川村オリジナルの庭園。モネの後半生の創作や造園に影響を与えた、北イタリア・ボルディゲラの風景がモチーフ。地中海と高知の植栽を組み合わせている



花の庭 バレートのように彩られた花壇は、まさに生きた絵画。モネは花の色や密度、補色、奥行きなどを庭で実験したという。リニューアルで加わった長方形の花壇では、色の重なりやラインの美しさを感じ取れる

自然のなかを移ろう光と影。その一瞬の「印象」を鮮やかな色彩で描いた印象派の画家たち。その中心にいたのが、クロード・モネだ。なかでも「睡蓮」の連作は、今なお世界中の人々を魅了し続ける代表作。その傑作の源泉となったのが、フランス・ジヴェルニーにある自邸の庭である。水面に映る空や雲。風にそよぐ柳。季節ごとに咲き移る花々。モネが生涯をかけて愛した風景だ。

その庭の美しさを体感できるもうひとつの場所が、高知県の「北川村『モネの庭』マルモッタン」だ。本場の景観を受け継ぎ、その名を冠することを認められた世界で唯一の庭である。

誕生のきっかけは、村おこしのため「モネの庭」を造りたいと願った職員たちの情熱だった。縁もゆかりもない本家へ幾度も足を運び、理解を求め続けた。その熱意が実を結び、ジヴェルニーと同じ小さな村であることやモネの精神に寄り添う姿勢が評価され、数ある計画の中から北川村が選ばれた。そして、ジヴェルニーの庭園長らと交流を重ねながら庭は整えられ、2000年に開園した。

ここでは、まるで名画のなかへ迷い込んだような感覚に包まれる。モネの世界を思わせる風景が、目の前に広がるからだ。この庭には、北川村の気候風土が育む独自の魅力もある。モネが夢見た青い睡蓮や、地中海の光と色彩をイメージした「ボルディゲラの庭」など、彼が憧れた景観が、時と場所を超えて形となっている。

美しさを支えているのは、日々庭と向き合うガーデナーたち。本家の監修のもと、モネの精神を追い続けている。現在進められているリニューアルも、その高い志の延長線上にあるもの。「水の庭」の柳や遊歩道にも手が加えられ、さらなる完成度を目指しているという。

庭園スタッフは単なる再現にとどまらず、モネの色彩感覚を研究し、その感性を今に伝えている。日本文化に深い関心を寄せていたモネが、もしこの庭を訪れたなら、水面に映る空の色に足を止め、風に揺れる花々を見つめながら、静かに筆を執ったかもしれない。

人と自然が響きあう風景の中で、私たちはいまも、モネが見つめ続けた光と色彩に出会うことができる。

北川村「モネの庭」マルモッタン

住所: 高知県安芸郡北川村野友甲1100番地

tel: 0887-32-1233

入園料: 一般1000円、小中学生500円、小学生未満無料

開園時間: 9:00～17:00(最終入園16:30)

休園日: 6月～10月の第1・第3水曜日 12月1日～2月末

公式サイト: <https://www.kjmonet.jp/>

About Kitagawa village

北川村は高知県東部の山と森に抱かれた小さな村。面積の約95%を森林が占め、日本有数のゆずの産地としても知られる。また、源泉100%の温泉や、坂本龍馬の盟友として知られる幕末の志士・中岡慎太郎ゆかりの史跡も点在。深い緑と清流に恵まれた里山には、ゆるやかな時間が流れている。北川村「モネの庭」マルモッタンを訪ねたなら、ぜひ一日、この村に身を置いてみたい。庭の美しさだけでなく、土地の静けさや豊かな自然が、旅の余韻をいっそう深いものしてくれるはずだ。



チーフガーデナー 町田結香

Gardener's Voice

フランスとは気候風土の異なる土地でモネの精神を生かしながら高知の自然と融合した庭を目指しています。今年12月から翌2月の冬期休園中に行われる「水の庭」のリニューアルでは、睡蓮を間近でご覧いただけるよう、園路の構成を見直して池との距離を近づけるほか、柳の植え替えなども行う予定です。

【参加者募集】

le salon de marie claire

「ニューマン高輪」オープン1周年記念

スペシャルイベントへご招待

高輪ゲートウェイシティの玄関口に昨秋、誕生した「ニューマン高輪」。「ルミネ」が手がける新たな発信拠点として、ファッションをはじめ、ビューティ、グルメ、カルチャーまで、多彩な魅力が集い、新しいライフスタイルとの出会いを提案している。開業以来、多くの人々を惹きつけてきたこの場所で、『marie claire』による特別イベント「le salon de marie claire ～ニューマン高輪オープン1周年記念イベント～」を9月11日(金)に開催する。

プログラムのメインは、『marie claire』編集長・阿部はるひと人気モデルによるスペシャルトークショー。「ニューマン高輪」の注目ブランドや、この秋冬に取り入れたいコーディネートをピックアップしながら、今のファッションの楽しみ方や、自分らしい服選び・ものの選びへのこだわり、日々の暮らしを豊かにするヒントについて語り合う。トークショーの後はドリンクやフードを楽しめる時間も。オープン1周年という節目を迎え、さらに進化を続ける「ニューマン高輪」。本イベントはその魅力を改めて体感し、ファッションとライフスタイルの新たなインスピレーションに触れる特別なひとときとなるはず。ぜひお友達やパートナーを誘ってご参加を。

「le salon de marie claire
～ニューマン高輪オープン1周年記念イベント～」

日時: 2026年9月11日(金)夜
会場: ニュウマン高輪 LUTBAUM 28階 The Public Place
主催: ニュウマン高輪、marie claire
定員: 約50名
参加費: 無料
募集: 7月30日より募集開始、詳細は marieclairejapon.com へ

高輪ゲートウェイ駅に直結するルミネ史上最大規模の複合施設「ニューマン高輪」。洗練された建築、ショッピングからダイニング、夜景まで、都市で過ごす時間を豊かに彩る、新しいライフスタイルの発信地となっている



お問い合わせ先: 「le salon de marie claire」事務局 Mail: jimukyoku@cpfine.biz

ARTIZON MUSEUM

le salon de marie claire

ソットサスの“魔法”に触れる、体験を

7月4日、東京・京橋のアーティゾン美術館で、『marie claire』が主催する特別なサロン「le salon de marie claire-エトトレ・ソットサスの世界を味わう」が開催された。会場には、アートやデザイン、そして暮らしの美意識に関心を寄せる参加者約30人が集まり、イタリアダesignの巨匠エトトレ・ソットサスの創造の旅へと誘われた。

国内初となる大規模回顧展「エトトレ・ソットサス ―魔法がはじまるとき、デザインは生まれる」。展覧会鑑賞に先立ち、『marie claire』エグゼクティブ・アドバイザー田居克人と、アーティゾン美術館の学芸員・杉本渚さんによるトークショーが行われた。冒頭、田居エグゼクティブ・アドバイザーは「ソットサスの作品には、日常を少し違った角度から眺める楽しさがある」と語り、デザインを単なる機能や装飾ではなく、人生を豊かに彩る“Art de Vivre”の視点から味わうことの魅力を紹介した。

杉本さんは、本展は「アーティゾン美術館としても初めてのデザイン展」と説明。展覧会タイトルに込められた「魔法」という言葉について、「便利で使いやすいものを追求するだけではなく、そこに人の感情や記憶、驚喜、喜びが宿る瞬間こそが、ソットサスにとってのデザインの始まり」と話し、「ソットサスは、日常の道具や空間が、見る人の心を動かし、暮らしを別の風景へと変えていく力を持つと信じてデザインした。彼の作品が今なお新鮮な輝きを放つ理由が、そこにある」と続けた。

鮮やかな色彩、大胆なフォルム、時にユーモアを感じさせる造形。その一つひとつが、私たちの感性を刺激し、暮らしの中に潜む美しさや遊び心をそっと呼び覚ましてくれるソットサスの世界。本展は、アーティゾン美術館 6階展示室にて2026年10月4日まで開催中。ぜひ会場で体感してほしい。



エトトレ・ソットサス《カルトン》1981年(デザイン／製作)、製作: メンフィス・ミラノ／石橋財団アーティゾン美術館



エトトレ・ソットサス《モビル MS. 180》1959-63年頃(デザイン／製作)、製作: ポリト・ローヴァ／石橋財団アーティゾン美術館



エトトレ・ソットサス《花瓶no.17》2006年(デザイン／製作)、製作: ギャラリー・モーマンス、ジノ・チェネデーゼ・エ・フィリオ、ファン・テッテローデ・ガラス・スタジオ／石橋財団アーティゾン美術館



「エトトレ・ソットサス ―魔法がはじまるとき、デザインは生まれる」
会期: 2026年10月4日(日)まで
会場: アーティゾン美術館 6階展示室
住所: 東京都中央区京橋1-7-2
開館時間: 10:00～18:00
(毎週金曜日は20:00まで)
休館日: 月曜日(9月21日は開館)、9月24日
tel: 050-5541-8600(ハローダイヤル)
www.artizonmuseum/
同時開催: 「瀧口修造」展



© DEN NIWA

Osaka Luxury

美食が導く、最旬アドレス

大阪が新たなラグジュアリーの発信地へ

大阪・関西万博後も続く大阪の再開発ラッシュ。梅田や心斎橋といった中心地の動きから目が離せない。
“食い倒れ”文化が根付く大阪で、世界的ラグジュアリーブランド×美食という新たなトレンドを生み出すスポットをピックアップした。

text: Satsuki Tadokoro (p34-35), Kyoko Nakayama (p36)



© DEN NIWA



© DEN NIWA

Gastronomy



© LAORA QUEYRAS

日本初登場! 「ディオール」が手がけるレストラン

最上階にあるのが、日本で初となるレストラン「ムッシュディオール 大阪」。メニューを手がけたのは、女性シェフとして世界で最も多くミシュランの星を獲得しているアンヌ＝ソフィー・ピックさんだ。パリにある「ディオール」のアーカイブ施設を何度も訪ね、創設者クリスチャン・ディオールの作品や歴史などから着想を得た、独創的な料理を生み出した。例えば、「レトワール ドゥ メール」はディオールが愛したグランヴィルのビーチを彷彿とさせる。ウニを使った料理で、香りづけにそば茶。「ル ミル フィュー プラン」は白を強調し、香水「ミス ディオール」に使われた千鳥格子をあしらったデザート。21歳の時に初来日し、日本に恋をした。その思いは今も変わらない。「オートクチュールのすばらしい作品との関連性を大切にしながら、私らしきと感じさせる料理を創作した」。2人の美学が交錯する「皿の上のオートクチュール」を楽しんでみては。



© LARA GILIBERTO



© LARA GILIBERTO

大阪府大阪市中央区
心斎橋筋1-9-17
営業時間: 11:00 ~ 20:00
tel: 06-6734-5226
●ムッシュ ディオール 大阪
11:30~13:30 (L.O.)、
18:00~20:00 (L.O.)
定休日: 月・火 要予約
ランチコース¥12,000~
ディナーコース¥30,000~
(別途サービス料15%)



Gucci Osaka

グッチ 大阪

エレガンスとコンテンポラリーを融合した大人の空間

メンズ&ウィメンズの最新ウェアコレクションから、ジュエリー、ウォッチまで多彩なアイテムを取り揃えている、梅田の「グッチ 大阪」。そこに隣接するのが、イタリア・フィレンツェに続き世界で2店舗目となる「グッチ ジャルディーノ」だ。深みのあるレッドを基調にした店内は、イタリアのエレガンスとコンテンポラリーな日本の感性を融合させた、上質な空間となっている。奥に設けられた独自の「ラボラトリー」で提供されるのは、科学的アプローチによるミクソロジーカクテルと、バーフードの革新的なベアリング。ここだけの、エクスクルーシブな体験を。

大阪府大阪市北区梅田2-2-22
ハービスPLAZA ENT 1・2階
営業時間: 11:00~20:00 tel: 0120-99-2177 (代)
●グッチ ジャルディーノ
営業時間: 17:00~24:00
(22:30フードL.O.、23:30ドリンクL.O.)
tel: 06-6343-0080 ※月・火曜はフード提供はありません。



Gastronomy

世界で2店舗だけのバーで、革新的なミクソロジー体験

シグネチャーカクテル「戦士の心」¥4,000は、個性的なメキシコの蒸留酒ババロテ アカベのメスカルに、ネグロニの伝統を融合させ、イタリアとラテンアメリカ、2つの文化への敬意を込めた一杯。グアンチャレの風味を移したクラセ アズール ケレロに、自家製バターウオッシュ・カンパリとマンチーノ・ロツツを合わせ、深いうまみと力強さを醸し出している。そのときにしか味わえない、月替わりのシーズナルカクテルも人気。感性を刺激するドリンクやフードとともに、洗練された大人の時間に身を委ねよう。



Gastronomy

アフタヌーンティーも 本格コースも楽しめる

素材の恵みを大切にするアラン・デュカスの料理哲学に基づき、「新たな食の魅力に出会う場所」として構想されたサロン。ショコラ専門店「ル・ショコラ・アラン・デュカス」とビスケット専門店「ル・ビスキュイ・アラン・デュカス」のブティックも併設。ショッピングの合間のティータイムから本格的な食事まで、様々なシーンで利用できるのも魅力だ。コースは¥7,000と¥10,000の2種類。オマール海老のビスケットなどのセイボリー、ショコラのスプレなどのスイーツが愛らしく盛りつけられたアフタヌーンティー(¥8,000)で、心満たされるひとときを。



Bvlgari Shinsaibashi

ブルガリ 心斎橋

シームレスに調和するイタリア×日本の美と技

今年6月、「ブルガリ」の新たな旗艦店「ブルガリ 心斎橋」がオープン。和紙からインスパイアされた半透明のファサードは、メゾン

を象徴するエイトポイントスター(八芒星)で彩られ、1階エントランスでは、ヴェネツィアの熟練の職人によって制作された、ムラーノガラスの華麗なシャンデリアが迎えてくれる。大阪城のシルエットを背景にした金箔のマップアートや、西陣織のファブリック

なども飾られ、イタリアと日本の伝統、卓越した職人技が織りなすシームレスな調和を体现。店内では、「セルペンティ」「ビー・ゼロワン」「ブルガリ トッポガス」などのジュエリーコレクションや、ウォッチコレクションを豊富に展開。さらには、国内5店舗目となる「ブルガリ ドルチ」を1階に併設し、厳選された素材を使用したイタリア菓子を販売。自分へのご褒美や、とっておきの手土産に選びたい。



Gastronomy



心斎橋店限定の「チョコレート・ジェムズ」発売

ブティックのアイコン「ブルガリ チョコレート・ジェムズ」から、心斎橋店限定の「土佐ベルガモット&ヘーゼルナッツ」(¥1,780、写真左から2番目)が登場。香ばしいヘーゼルナッツのプラリネを使ったジャンドウーやに、土佐ベルガモットを思わせる爽やかな香りのミルクチョコレートガナッシュを重ね、ビターチョコレートでコーティング。柑橘のはのかな苦みと清涼感が広がる、味わいを堪能して。他にも素材や色彩など細部にこだわった、ミニ・カブレゼやビスコッティなどの焼き菓子が揃う。



HANKYU UMEDA MAIN STORE

阪急うめだ本店

グローバルデパートメントストアが 仕掛ける最先端フロア

今年3月、阪急うめだ本店5・6階にオープンしたのが、世界トップクラスのラグジュアリーブランドが

集結する「HANKYU LUXURY」だ。洗練された世界観を提供するファッションが中心の“インターナショナルブティックス”、世界最高峰のジュエラーが集う“ジュエリーギャラリー”、新たな時を表現する“ウォッチギャラリー”の3つのゾーンで構成。日本初出店を含む全67ブランドというラインナップは圧巻。そして6階には、現代ガストロノミーを代表する世界的シェフによる、新コンセプトのサロン「アラン・デュカス・サロン・デ・マニュファクチュール・パリ」が登場。洗練された空間にふさわしい、上質でありながら肩肘張らずに楽しめる一皿に魅了されるはず。

大阪府大阪市北区角田町8-7 阪急うめだ本店5・6階
営業時間: 10:00~20:00 tel: 06-6361-1381 (代)
●アラン・デュカス・サロン・デ・マニュファクチュール・パリ
営業時間: 10:00~20:00
tel: 06-6313-0529

日本各地の美食を訪ねて
浜田岳文のガストロノミー ジャーニー
Vol. ①



Takefumi Hamada
1974年兵庫県生まれ。
米国・イェール大学在学中から
食べ歩きを始め、世界128カ国・
地域を踏破。世界No.1レストランレビュアー。
『The World's 50 Best Restaurants』の
日本の評議委員長も務める。著書に
『美食の教養』（ダイヤモンド社）。

● Foodie note



- 1.人口約500人の南砺市利賀村にある
- 2.冬は豪雪の地で見事な風景に
- 3.猟師たちが獲ったジビエ肉
- 4.フィンランド式の薪焚きサウナ
- 5.朝食は土地の食材を使った郷土料理
- 6.富山県砺波市で作られている大門素麺
- 7.谷口英司シェフと



東京をはじめ、大都市には素晴らしい食材が集まります。だから料理がしやすいかといえば、必ずしもそうではないのです。多くの料理人がそういった食材にアクセスできるなか、自分のオリジナリティを見出していくのは難しい。一方、地方で土地の特色を生かすのであれば、おのずと個性が生まれます。

以前は地方でいいレストランを作っても、評判が広がるまでに時間がかかりました。意欲的なお店が受け入れられず、あきらめてしまった料理人も多かった。しかし、SNSによってユニークなレストランが発見されやすくなり、地方の美食が盛り上がりつつあるのです。

そのきっかけとなったのが、富山県のレヴォ。秘境ともいわれる南砺市利賀村に店を構えています。シェフの谷口英司さんは大阪出身で、もとは富山市にあるホテル「リバーリトリート雅楽倶」にレヴォをオープンしました。富山の食材に惚れ込み、もっと山奥へ行きたいと思うに至ったそうです。廃村だった地区にオーベルジュを作り、総工費は約6億円。リスクを背負って資金を調達して、一つの世界を作り上げたのは画期的だと思います。一人の熱

狂に、料理人、ソムリエ、生産者などが巻き込まれ、交流が生まれているのです。

レヴォの料理は、天然食材を徹底して生かします。山の食材、とくにジビエが素晴らしい。地元の猟師さんと関係を築き、より美味しくいただくためのフィードバックをしている。料理で最大限表現するだけではなく、食材自体をよりよくすることに貢献しているのです。印象的なのは熊ですね。熊は脂が美味しいことで知られますが、レヴォでは赤身や内臓もうまく使い、天然食材を生かしきります。

珍しいのが、天然の蛙。フランス料理では一般的な食材ですが、ほとんどが養殖です。レヴォはスタッフ総出で夜に山に入って、蛙を捕ります。生命力や力強さが感じられて、養殖とやはり違いますね。天然食材は時期や食べてきたものによって個性が異なりますから、料理人の腕の見せどころだと思います。

他にも、伝統的な大門素麺を地元の山羊チーズとフキノトウのオイルを使ったスープでいただいたり、谷口シェフ自身が開拓した畑で作った赤かぶを、腐葉土で包んで炭焼きにしたり。器もお店の設えも

地元の方に協力を仰ぎ、レストラン全体で富山を表現しています。

また、オーベルジュのよきは翌日の朝食にあると思います。レヴォでは、地元の食材を使った郷土料理を盛り合わせている。郷土料理は土地に根付きますが、現代人の口に合わずに廃れているものも多いのです。歴史的なレシピを料理人が学び、現代に合わせて受け継いでいくことが重要だと思います。文化的意義に加え、サステナビリティの観点もある。ダン・バーバーというアメリカ人シェフが、「サステナビリティを意識するなら、郷土料理に立ち返るべき」と言っています。捨てる余地がなかった時代の料理なのです。朝食で郷土料理を知ることで、地元の食文化への理解も深まるでしょう。

それから、レヴォはサウナも最高です。自分で薪をくべることもできて、冬場は一面、雪景色。予約困難ですが、宿泊もぜひ体験していただきたいですね。

「Cuisine régionale L'évo」
富山県南砺市利賀村大勘場田島100番地
tel: 0763-68-2115
https://levo.toyama.jp/



穴熊のつくねの炭火焼き、鹿の血のソース、エゴマの葉、トウモロコシの生地、赤水菜とルッコラ

一人の熱狂に地元の人たちが巻き込まれ、交流が生まれる—— 浜田岳文

L'évo レヴォ 〔富山県〕



Patina Osaka

パティーナ大阪

世界No.1に選ばれた大阪城一望の絶景ホテルで、サステナブルな食を



日本の七十二候を映した旬の味を体験

「P72」の天井アート「ルーツ」は再生木材に新たな美を見出し、この地に根差した食をという思いを込めた。頻りに畑を訪れるアントニー氏（写真左）が生み出す、旬の食材によって変わるメニューは、そんな思いの写し鏡だ。特に大切にしているのは食物が持つ力。料理の7割がプラントベースで、それだけで主役級の存在。

「自己を変容させる体験」をテーマにしたラグジュアリーライフスタイルホテル、パティーナ大阪。この度、アメリカの大手旅行雑誌、『トラベル&レジャー』の読者が選ぶ、世界No.1ホテルに選ばれた。自然の循環を大切にするホテルのコンセプトを象徴するのが、シグネチャーレストラン「P72」。日本の七十二候を反映したメニューを通して、自然との調和や季節の豊かさを感じられる食体験を提供する。テラスには、オーガニックの自家菜園があり、素材の命を大切に無駄なく調理するスタイルが貫かれている。旬の野菜を組み合わせた野菜のテリーヌなど、丁寧に自然と向き合っ生み出される料理をいただけば、大地の恵みのエネルギーに満たされる。まるでパワースポットのような存在だ。

大阪府大阪市中央区馬場町3-91
tel: 06-6941-8888



Time Out Market Osaka

タイムアウトマーケット大阪

和洋中、月替わりで大阪のトップシェフが競演



「今だけ」の料理をお見逃しなく！

「水の料理」でヌーベル・キュイジーヌの旗手となったベルナル・ロフゾー氏らに師事した唐渡泰シェフが監修するメニューは、和洋中のみならず、焼き鳥やパティスリーまで。創意工夫を凝らした「一皿の美食」は一日100食限定。

大阪府大阪市北区大深町5-54 グラングリーン大阪南館B1階
営業時間：11:00～23:00（L.O.22:00、Barのみ22:30）不定休



Waldorf Astoria Osaka

ウォルdorf・アストリア大阪

総料理長、世界で腕を競った2人の副料理長が美食を紡ぐ

「ニューヨークの迎賓館」と呼ばれ、華やかな社交の場として知られるウォルdorf・アストリア。昨年開業したウォルdorf・アストリア大阪では、そんなニューヨークの古き良き時代の雰囲気再現したラウンジ&バーの「ピーコック・アレー」でのアフタヌーンティーが楽しめる。美食の注目は、ラグジュアリーホテルの総料理長として約20年のキャリアを持つアンドリュー・リザランド氏のもと、駒路和司氏と土谷真敬氏、2人の副料理長がチームを統括する「ダブルシェフ体制」がユニーク。両シェフともに、定期的に自身のスタイルを表現するイベントを開催するなど、その活躍から目が離せない。

大阪府大阪市北区大深町5-54 グラングリーン大阪 南館
tel: 06-7655-7111



アイコニックな空間でアフタヌーンティーを

アールデコの優雅な雰囲気彩られた天井高10mのドラマティックな空間で提供中の「サマーエスケープ・アフタヌーンティー」（¥12,000～、8/31まで）。旬の桃やマンゴーを使用。希少なスパイス「ヴィチベリフェリペッパー」や、柑橘のニュアンスのある「マーガオ」などエキゾチックなスパイスが夏らしいアクセント。



The Ritz-Carlton, Osaka

ザ・リッツ・カールトン大阪

円熟のラグジュアリー空間で癒やしのひとときを

18世紀英国貴族の邸宅をイメージした優雅な世界観で愛され続ける、ザ・リッツ・カールトン大阪は来年30周年。大阪で唯一、「フォーブス・トラベルガイド」で五つ星ホテルに認定されている。館内のザ・リッツ・カールトン・スパでは、日本酒を使ったオリジナルティあふれるトリートメント「喜色ビューリファイアー&リバランス」やクラブラウンジでの日本酒の利き酒アクティビティなど、日本らしさも。中国料理「香桃」では今年から薬膳コラーゲンスープなど全6品と薬膳茶を提供する薬膳ランチもスタート。安らぎとウェルネスの拠点としての存在感も増している。

大阪府大阪市北区梅田2丁目5-25
tel: 06-6343-7000



ウェルネスは新たなラグジュアリーの鍵

中国料理「香桃」で始まった平日限定・季節の薬膳ランチ〜和漢〜（¥7,500）。春夏秋冬に土用を加えた「五季」と、五行思想に基づく「五色」を組み合わせ、季節に応じた色の食材を摂取し心身のバランスをとる。喜色ビューリファイアー&リバランス（¥55,000/120分）と共に、自然のリズムに呼応する時で整ってみては。



第4回「marie claire」ゴルフコンペを開催

「marie claire」は、9月14日(月)に第4回「marie claire open golf」を開催します。会場は、東京・稲城市の伝統ある会員制コース「よみうりゴルフ倶楽部」。当日は、18ホール全てを貸し切り。都内にありながら豊かな自然に包まれた名門ゴルフ場で、この日はスコアを気にせず楽しめる、女性だけのイベントです。

現役女子プロゴルファーの葭葉ルミさんもスペシャルゲストとしてトークイベントに参加予定。女子プロゴルフ界を代表する「飛ばし屋」の葭葉プロに、上達のコツや裏話を聞けるかも。主催者、協賛各社からの豪華賞品もご用意。お一人でもお友達同士でもプレーできます。ぜひお早めにエントリーください。



葭葉ルミ プロ
1993年東京都出身。
2012年度プロテスト合格。海外選手にも引けをとらない飛距離を誇り、2017年「全米女子オープン」では4日間の平均飛距離で1位に輝いた。



「marie claire」のゴルフウェア(写真は参考画像)をはじめ、ゴルフアパレルのコーディネートやバッグ、ホテル宿泊券、お食事券など、協賛各社からの豪華賞品を用意。もちろん参加者全員に参加賞も。

日程: 2026年9月14日(月)
6:40~17:00(予定)
場所: よみうりゴルフ倶楽部
東京都稲城市矢野口3376-1
tel: 044-966-1326(代表)



参加費: おひとり様 ¥32,000(税込)
キャディー付きプレーフィー、パーティー費を含む。ゴルフ場利用税(¥1,200)別、昼食、その他飲食は別途。
※お申し込み後、当選の方にメールでお知らせし、参加費を事前にWEBでクレジット決済にて申し受けます。警報発令等でゴルフ場自体が営業できない事態にならない限り、荒天決行です。入金後のキャンセルおよびご返金は承りかねます。ゴルフ場自体が運営できない場合はイベントを中止し、参加費は返金致します。

競技方法: 18ホールストロークプレー、プレー後に表彰式を開催、新ベリア方式により順位決定
優勝、ベストスコア賞、ニアピン賞、ドラコン賞等を予定。参加者全員にお渡しするプレゼントもご用意しています。

ドレスコード: ゴルフ場のドレスコードに準ずる
申し込み締め切り: 8月3日(月) 12:00

お問い合わせ先: 「marie claire open golf」事務局 03-5577-3086(土日祝除く10:00~18:00) jimukyoku@cpfine.biz

次号予告 **marie claire** 8月27日刊行です
27th August, 2026

shop list 掲載商品のお問い合わせ先

アーペー・セー カスタマーサービス tel: 0120-500-990
APFR tel: 03-6407-0690
イヴ・サンローラン・ボーテ tel: 0120-526-333
ISSEY MIYAKE PARFUMS お客様窓口 tel: 0120-110-664
ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512
ヴァン クリーフ&アーベル ル デスク tel: 0120-10-1906
ヴェルサーチ ジャパン web: www.versace.jp
エルメスジャパン tel: 03-3569-3300
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
グッチ ビューティ/コティジャパン tel: 0120-878-653
クリスチャン ディオール tel: 0120-02-1947

ケイト ジャパン mail: info-japan@khaite.com
ゲラルド お客様窓口 tel: 0120-140-677
コルム ハーン ジャパン tel: 0120-56-0979
サンローラン クライアントサービス tel: 0120-952-746
ジバンシイ ジャパン tel: 0120-218-025
シャネル カスタマー ケア センター tel: 0120-525-519
スウォッチ グループ ジャパン tel: 0570-004-007
ステラ マッカートニー ジャパン tel: 03-6427-7013
THREE tel: 0120-898-003
セリーヌ ジャパン tel: 03-5414-1401
タミアーニ ジャパン tel: 03-5537-3336
TS Aromatique tel: 03-5843-7956

ディファニー・アンド・カンパニー・ジャパン・インク tel: 0120-488-712
Diptyque Japan web: jp.diptyqueparis.com
トム ブラウン ジャパン tel: 03-6712-6348
BAUM お客様窓口 tel: 0120-332-133
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
ビエール アルティ 東京 tel: 03-6712-6809
FUEGUIA 1833 tel: 03-3402-1833
フェラガモ ジャパン tel: 0120-202-170
フェュロン クライアントサービス tel: 0120-230-441
フルガリ ジャパン tel: 0120-030-142
マックスマラー ジャパン tel: 0120-030-535

ミュウミュウ クライアントサービス tel: 0120-45-1993
ラコステ お客様センター tel: 0120-37-0202
ラルチザン パフューマー カスタマーサービス tel: 03-6778-7477
リジュモン ジャパン アライア tel: 0800-500-2777
ルイ・ヴィトン クライアントサービス tel: 0120-00-1854
ルックスオティカジャパン カスタマーサービス tel: 03-3514-2950
LE LABO お客様相談室 tel: 0570-003-770
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!



「marie claire」LINE公式アカウントはこちら



〈右モデル着用〉サックスブルーの柔らかな彩りが映えるニットは縦ラインを美しく際立たせたデザインが印象的。グレーのモノグラム柄スカートがクラシカルなニュアンスを添え、フレンチシックなムードを漂わせて。セーター¥10,340 ニットスカート¥10,340 レッグウォーマー¥4,180(すべてマリ・クレール スポール/ニッキー)



深みのあるボルドーカラーで統一した気品漂うウームスタイル。中綿入りのブルゾンとスカートは寒い日も優雅にプレーが楽しめるアイテム。インナーの軽量かつ撥水機能を備えたクルーネックセーターが動きやすさをサポートして。セーター¥11,330 ブルゾン¥14,300 スカート(レギンス付き)¥13,200(すべてマリ・クレール スポール/ニッキー)



来年の日本上陸45周年を記念したアニバーサリーロゴをあしらったインナーを主役に、鮮やかなコーラルピンクが目を引くベストをレイヤード。ショート丈の可憐なレッグウォーマーで冷えやすい足元もカバー。ベストインナーセット¥13,200 パンツ¥9,240 ニットキャップ¥5,280 レッグウォーマー¥4,290(すべてマリ・クレール スポール/ニッキー)

お問い合わせ先: ニッキー 03-3842-6414

marie claire SPORT公式通販サイト www.marieclairesport.jp



marie claire SPORT公式Instagram www.instagram.com/mcs_golf



marie claire sport
パリシックな装いで軽やかにプレー
グリーンを彩る「マリ・クレール スポール」

フランス発の女性誌「marie claire」のエスプリを受け継ぐスポーツウェアブランド「マリ・クレール スポール」。

今季は柔らかなカラーリングと上質な素材使いで、ゴルフはもちろん、日常の装いにも洗練された彩りを添えてくれるアイテムが揃う。

photos: Kazuho Hirano
styling: Natsumi Sato
hair: Saya Hashimoto
make-up: Azusa Matsumori
model: Liza B(BRAVO)
direction: Miyuki Kikuchi