

marie claire

👉 marieclairejapon.com

ニューサイトが
スタートしました!

27th January, 2022
No.157



New
Beginnings

ポジティブな気分で始めよう

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.157

昨

年はラグジュアリー・ブランドの周年事業が相次ぎました。

「ルイ・ヴィトン」ではメゾンの創業者、ルイ・ヴィトンの生誕200周年を迎え様々な特別プロジェクトが企画され、ルイの伝記小説『Louis Vuitton, l'audacieux』（ルイ・ヴィトン、大胆な人）の意）がフランス人作家、キャロリーヌ・ボングランによって執筆され10月に出版されました。日本語版も今年出版される予定です。またルイ・ヴィトンの旅に着想を得たゲームアプリの配信、200人のアーティストと共同制作したウィンドウディスプレイ、ドキュメンタリー番組放送など、ルイ・ヴィトンのクリエイティビティを様々な形で知ることができた年でした。

またイタリアで1951年、アキーレ・マラモッティが創業した「マックスマラー」は昨年、ブランド創立70周年を迎え、アニバーサリーを記念したポップアップストアを百貨店に設け、「101801」や「テディベアコート」といったアイコンコートとバッグに創業年「1951」のアップリケを施し、「70周年アニバーサリーカプセルコレクション」を展開しました。

このようにブランドの歴史や成り立ちを知らしめることは、作る側にも消費者にとっても助けになります。そこにPRの重要性を今さらながら感じます。パリではPRのプロフェッショナルを育てる専門学校もあり、数多くの卒業生がラグジュアリー・ブランド業界で活躍しています。

70年代から80年代にかけて、日本で第1次ブランドブームが起きると、多くのファッション誌は、ブランドの成り立ちや歴史を誌面で紹介しました。「暖簾」や「伝統」に対して敬意を払う日本人は、それらのストーリーにおおいに関心を示し、ブランドブームはさらに第2次、第3次と続いていったのです。

ブランドビジネスが世界的に大きなビジネスとなり、大都市に世界中のブランドが店出している現在、ブランドの歴史や成り立ちまでも熟知して、購入している消費者がどれほど存在するのかわかりません。

「グッチ」も昨年ブランド創設100周年を迎えました。昨年は天王洲で100周年を記念した展覧会「Gucci Garden Archetypes」を開催し、クリエイティブ・ディレクター アレッサンドロ・ミケーレが描くビジョンや哲学をいろいろな角度から紹介しました。

現在公開中の映画『ハウス・オブ・グッチ』（リドリー・スコット監督作品）は大変な人気を呼んでいます。この映画では現在の「グッチ」ではなく、1921年にグッチオ・グッチによってフィレンツェで創業されたブランド「グッチ」が、いかに世界的なブランドに成長し、またいかに崩壊の道をたどったかを描いています。

中央公論社で『マリ・クレール』を作っていた時代といえば今から20年前にもなりますが、その当時、知人からどうしても会ってほしい人がいると頼まれたことがありました。定刻に約束の場所、ホテルオークラのレストラン「ラ・ベル・エポック」に行くと、日本のビジネスマンらしき方と、銀髪のラテン系の方がすでにお待ちになっていました。日本のビジネスマンは金融機関の方、そして銀髪のイタリア人はロベルト・グッチ氏。1921年に「グッチ」ブランドを創立したグッチオ・グッチの次男アルド・グッチの三男、つまり創業家のお孫さんに当たる方でした。日本でのビジネスを始めるにあたり、メディアの人間を呼びたかったのでしょうか。「クオリティはグッチと同じだ」と、自分のブランド「ハウス・オブ・フローレンス」について説明してくれました。

「グッチ」は創業家の内紛のため、すでにその当時はグッチ家の手を離れ、全く別の資本の下に経営されていたのですが、ロベルト・グッチ氏が来日した目的は、彼が新たにフィレンツェで立ち上げた革製品やシルク製品を製造販売するブランド「ハウス・オブ・フローレンス」の日本での事業展開のパートナーを探すためでした。1998年、NHKはドキュメンタリー番組「グッチ家 失われたブランド イタリア名門の栄光と没落」を放映し、一族内での内紛のため、祖父の起こしたブランドを失ってしまったグッチ家の悲劇を描き出しました。

この番組の反響は大きく、それまでブランドビジネスとは関係がなかった方たちの関心も呼び、その夜、会食の席にいらした方は、日本でのビジネスパートナーだったのです。

「ハウス・オブ・フローレンス」は東京に店出たそうですが、残念ながらうまくいかず、短期間で撤退しています。その後フィレンツェの街で子犬を連れて散歩するロベルト・グッチ氏と偶然お会いする機会がありました。犬の散歩にもかかわらず、きちっとした格好で歩く姿に「グッチ」創業家のプライドを見た思いがします。

「グッチ」は映画に描かれているように創業家の内紛のため経営が変わり、その後トム・フォードがクリエイティブ・ディレクターを担当して不死鳥のように再生し、また現在はケリンググループの大黒柱として、環境問題への旗振り役としてもその存在感を高め、大変な影響力を持つブランドとして君臨しています。たとえ経営者が変わろうと、歴史ある「ブランド」というものが持つパワーを改めて認識しました。

2022年1月27日



映画『ハウス・オブ・グッチ』
全国公開中
©2021 METRO-GOLDWYN-MAYER PICTURES INC. ALL RIGHTS RESERVED.
配給：東宝東和



NHKスペシャル「家族の肖像」で放映された内容が単行本に。『グッチ家 失われたブランド イタリア名門の栄光と没落』中村雅人著（日本放送出版協会）

Katsuto Tai

田居克人
Katsuto Tai, marie claire 編集長

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com



Welcome to Our Site!

Contents

- 5 Welcome to marie claire /
- 6 Cover Story: Léa Seydoux /
- 8 Style Picks: Fresh Mini Style /
- 9 Style Picks: Bright Color /
- 10 GODIVA /
- 11 Chocolate:
Chocolate of the Finest Hotel /
- 12 Carré de chocolat /
- 13 Chocolate: Lovely Marriage of
Chocolate and Wine /
- 15 Beauty: Beauty Care Device /
- 16 Tokyo Creative Salon 2022 /
- 18 Cinema: THE FRENCH
DISPATCH of The Liberty,
Kansas Evening Sun /
- 19 Art: MODE SURREAL:
A Crazy for Wearing, shop list

cover
photo: AP/Aflo

marie claire

2022年1月27日発行 第11巻 第1号(通巻157号)

発行人 Publisher:
安部順一 Junichi Abe

編集長 Editor in Chief:
田居克人 Katsuto Tai

副編集長 Deputy Editor in Chief:
高橋直彦 Naohiko Takahashi

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

クリエイティブディレクター Creative Director:
菊池直子 Naoko Kikuchi

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

編集部 Editorial Team:
部長 Manager:
横山恵子 Keiko Yokoyama

大林理子 Riko Obayashi
高波麻奈美 Manami Takanami
菊池美裕紀 Miyuki Kikuchi
阿部未侑加 Miyuka Abe
マルチンバヤル ホストヴェツェグ
Malchinbayar Khostsetseg

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

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

発行 Publication:
読売新聞東京本社
〒100-8035 東京都千代田区大手町1-7-1
tel: 03-6739-6303
THE YOMIURI SHIMBUN

記事制作 Production:
中央公論新社
〒100-8152 東京都千代田区大手町1-7-1
tel: 03-5299-1810
CHUOKORON-SHINSHA, INC.

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

MARIE CLAIRE INTERNATIONAL

Executive director:
Jean de Boisdeffre
Deputy director:
Félix Droissart
Deputy director (marketing and special operations):
Nicia Rodwell
International editorial director:
Séverine Harzo
International fashion and beauty chief editor:
Sylvie Halic
International commercial director:
Elodie Bretaudeau Fontelles
International deputy commercial director:
Elisabeth Barbier
Syndication director:
Thierry Lamarre

©MARIE CLAIRE ALBUM 2022
©THE YOMIURI SHIMBUN 2022
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、すべて税込のみです。

お詫びと訂正: 12月9日(No.156)の「Welcome to marie claire」でCOP26の日本語表記に誤りがありましたこととお詫びいたします。正しくは「国連気候変動枠組条約第26回締約国会議」です

Léa Seydoux

唯一無二の存在感で世界を魅了するレア・セドゥ

Cover Story

photo: AP/Aflo (P.6)
text: Masami Shimura

クエンティン・タランティーノやウディ・アレン、グザヴィエ・ドラン、サム・メンデスといった世界の名だたる映画監督たちから愛されている女優レア・セドゥ。『007／ノー・タイム・トゥ・ダイ』でのボンドガールも記憶に新しいが、『フレンチ・ディスパッチ ザ・リパティ、カンザス・イヴニング・サン別冊』では、ウェス・アンダーソン監督のもとでさらなる輝きを放つ。観る者を虜にする彼女とともに、最新作の魅力に迫る。

2006年に女優デビューを果たしたのち、本国フランスのみならずハリウッドでも目覚ましい活躍を遂げているレア・セドゥ。独特なオーラをまとった魅力は、ファッションアイコンとしても注目を集め、「ルイ・ヴィトン」や「ブラダ」など、数々のトップブランドで広告塔を務める。いまや映画界、ファッション界における「ミューズ」とも言えるだろう。そんな彼女が出演する最新作は、ウェス・アンダーソン監督の記念すべき10作目『フレンチ・ディスパッチ ザ・リパティ、カンザス・イヴニング・サン別冊』。20世紀フランスを舞台に、架空の街にある米国新聞社の支局を描いた本作で、レアはある天才画家を監視する看守シモーヌを演じている。

「オファーが来たときは、すぐに『イエス、ウェス!』って答えたわ(笑)。それから『もちろん、あなたのためなら何でもやるわ』とも伝えたわね。私は彼の映画と強いつながりを感じるし、ウェスと一緒にいるといつもすごく楽しいの。なぜなら、彼には軽快さがあって、遊び心があるから。でも、楽しいだけではなく、その根底には奥深さもあるから、彼と仕事をするのはとても興味深いことなのよ」
本作出演への喜びを爆発させているレアに、ウェス・アンダーソン監督の演出スタイルの面白さについても聞いてみた。「彼が私に演出したり、指示を出したりすることはあまりなかったわね。ただ、ある一定の枠というのがあるので、その範囲内で自分なりに自由を見出してい

なければならぬ。その作業は、とてもきめ細かく、精密。と同時に深く掘り下げていく必要があるから、彼と一緒に探求している感覚だったわ。彼は俳優が演じる様子を観察するのが好きなんですけど、だからテイク数が多くなることも。そこには容赦がないわね(笑)」
2014年の『グランド・ブダペスト・ホテル』でも、ウェス・アンダーソン監督の現場を経験しているレアだからこそ感じている魅力もあると話す。「彼の作品は、とても豊か。でも、それは視覚的に豊かであるというだけでなく、彼独特の演出手法が生み出す独自の『芸術的言語』のようなものがあると考えているの。彼はとても詩的なので、役者としてはつねに理解しなければならない彼特有のペースやリズムがある。でも、だからこそ彼は本当に唯一無二の存在なのよ。感傷的になり過ぎているのに、感傷的であるところも好きだし、すべてのキャラクターの内面にリアルな感情があるのも彼の作品の特徴だと思うわ」
そんな独特のスタイルを持つ監督のもと、ミステリアスでありながらかわいらしい一面も見せるシモーヌを持ち前の大胆さと繊細さで見事に演じたレア。役に対して、どのようなアプローチで挑んだのだろうか。「何かを意識したということは、特になかったと思うわ。彼女はキュートだけど、ただキュートだけでなく、権力を振りかざしてとても偉そうな人物よね(笑)。そのなかでも私が気に入っていたのは、ベニチオ・デル・トロ演じる服役中の画家、モーゼスのキャラクターがティンパアのようにとても心優しくてロマンティックなところ。シモーヌが主導権を握っているけれど、彼は彼女に対する恋愛感情からインスピレーションを得ていて、それが芸術を通して自己表現することを



©2021 20th Century Studios. All Rights Reserved.
ウェス・アンダーソン監督による話題の最新作『フレンチ・ディスパッチ ザ・リパティ、カンザス・イヴニング・サン別冊』で、レア・セドゥは第1のストーリーで刑務所の看守、シモーヌを演じる

『フレンチ・ディスパッチ ザ・リパティ、カンザス・イヴニング・サン別冊』
監督・脚本: ウェス・アンダーソン
配給: ウォルト・ディズニー・ジャパン
公式サイト:
https://searchlightpictures.jp/movie/french_dispatch.html
2022年1月28日(金)公開

可能にしているの。だから、モーゼスの才能を意識しているのは、ある意味シモーヌだけなのよ」

劇中では、絵のヌードモデルも務めているが、レアの溢れ出す色気と知性が感じられるシーンに仕上がっている。「美しいけど、とても笑える場面になっているでしょ? 振付師のレクチャーを受けながら重きを置いていたのは、エレガントなポジションを見つけ出すこと。やったのはそれだけだったけど、ああいったポーズを取るのには難しく大変だったわね。でも、シモーヌは私が演じたなかでも最高の役だったと言えるんじゃないかな。この作品は、ウェス・アンダーソン監督のフランスへのラブレターだけれど、フランス文化は日本のみなさんからも愛されていると知っているから、きっと本作を気に入ってもらえると思っているわ」

『アデル、ブルーは熱い色』(2013年)ではカンヌ国際映画祭の最高賞であるパルム・ドールを監督だけでなく出演俳優も受賞するという史上初の快挙を成し遂げ、60年間続く『007』シリーズにおいては2作品連続で登場した初のボンドガールとなったレア。これからも、類まれな才能と圧倒的な存在感で、国境やルールに縛られることなく映画史を塗り替えていってくれるに違いない。



©2021 20th Century Studios. All Rights Reserved.

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com



双子座 gemini 5月21日~6月21日 ★楽しい方へ進む時。人生は選択の連続。迷ったらラクよりも楽しそう、と考えることを選んで、チャレンジは怖いかもしれませんが必ずよい結果とオファーが待っています。



Bright Color

気分が上がる鮮やかなカラーを味方に

Style Picks
realization: Shiho Amano

カラフルなアイテムは、見ているだけで心躍るもの。
気分はもちろん、おしゃれ度もアップする色のパワーを取り入れて、エネルギーチャージを。

上 Courrèges ビビッドなイエローを全身で。トップス¥34,430 スカート ¥66,880 キャップ¥28,820 バッグ¥79,200 ブーツ¥126,500 (すべてクレージュ/エドストローム オフィス)
左 Alexander McQueen セルリアンブルーのドレスは、バルーンスリーブとセンタージップがアクセント。ドレス¥277,200 ブーツ¥129,800 (ともにアレキサンダー・マックイーン)

1. Jil Sander 天然石メノウをたっぷり。ネックレス¥134,200 (ジル サンダー バイルーシー アンド ルーク・メイヤー/ジルサンダー ジャパン) 2. Chloé 手編みで丁寧に仕上げられたフリンジ付きニットは、環境負荷の少ない素材を採用。ニット¥225,500 (クロエ/クロエ カスタマーレレーションズ) 3. Salvatore Ferragamo 新作のケージ型バッグは、丸いスタッズがさりげないスワイズに。バッグ [W20×H22×D12] ¥297,000 (サルヴァトーレ フェラガモ/フェラガモ ジャパン) 4. Burberry キーカラーのバルムガムピンクと赤のコントラストが絶妙。コート¥357,500 ニットトップ¥85,800 レギンス¥99,000 バッグ¥297,000 シューズ¥105,600 [すべて予定価格] (すべてバーバリー/バーバリー ジャパン) 5. Balenciaga バリ/バルベス通りで見られるマーケットバッグが着想源。取り外し可能なストラップ付き。バッグ/バルベス S イーストウェスト ショッパーバッグ [W28.5×H19×D10.5] ¥145,200 (バレンシアガ/バレンシアガ クライアントサービス) 6. Jimmy Choo スエード素材にパールスタッズをあしらった上品なデザインが目を惹く。サンダル [H8.5] ¥99,000 (ジミー チュウ) 7. Swarovski Jewelry ポップなカラーが楽しめる。クリスタル素材のスタートメントリング。リング ¥44,000 (スワロフスキー・ジュエリー/スワロフスキー ジャパン) 8. Bottega Veneta ラバー素材のかぎ針編みバッグが新登場。バッグ/ポイント [W32.5×H42.5×D3] ¥588,500 (ボッテガ・ヴェネタ/ボッテガ・ヴェネタ ジャパン) 9. Stella McCartney 匂いのドローstringディテールが高ポイント。ドレス ¥171,600 (ステラ マッカートニー/ステラ マッカートニー カスタマーサービス) 10. Loewe 定番こそ大胆なカラーで取り入れた。バッグ/アマナ 23" [W23×H15.5×D9.7] ¥332,000 (ロエベ/ロエベ ジャパン クライアントサービス)



Fresh Mini Style

軽快なミニ丈で
コーディネートを更新

Style Picks
realization: Shiho Amano

久しぶりに「ミニ」スタイルが復活の兆し。コンパクトなフォルムが、全身を軽やかでアクティブに仕上げてくれ、着こなしのバランスも見違えるほど新鮮に!

1. MM6 Maison Margiela レザーのミニスカートは、5ポケットパンツを解体して再構築したフォルムが特徴。ジャケット ¥121,000 スカート ¥143,000 ブーツ ¥88,000 (すべてエムエム6 メゾン マルジェラ/マルジェラ ジャパン クライアントサービス) 2. Chanel シグネチャーのツイードスーツも、ミニ丈ならフレッシュ。ジャケット ¥1,276,000 Tシャツ ¥588,500 スカート ¥492,800 シューズ ¥128,700 (すべてシャネル/シャネル カスタマーケア) 3. Gucci マイクロミのショートパンツにはロングブーツで足元にボリュームを。ジャケット ¥454,000 パンツ ¥217,800 バッグ ¥462,000 ベルトバッグ ¥309,100 ブーツ ¥203,500 (すべてグッチ/グッチ ジャパン) 4. Givenchy ストリートなムード漂うアーティスト CHITO とのコラボコレクション。アウター ¥695,000 フーディ ¥177,100 [ともに参考価格] スカート ¥128,700 バッグ ¥214,500 ブーツ ¥248,600 [参考価格] (すべてジバンチ/ジバンチ表参道店) 5. Max Mara オールホワイトが爽やか。ブラウス ¥81,400 スカート ¥86,900 (ともにマックスマラ/マックスマラ ジャパン) 6. Louis Vuitton シルエットに遊び心のあるジャケットにはコンパクトなミニが好相性。ジャケット ¥632,500 スカート [参考価格] ¥249,700 (ともにルイ・ヴィトン/ルイ・ヴィトン クライアントサービス) 7. Stella McCartney ジャケットをミニドレスのようにまとって。ジャケット ¥223,300 ブーツ ¥133,100 (ともにステラ マッカートニー/ステラ マッカートニー カスタマーサービス) 8. Valentino ミニスカートの台形フォルムがキュート。ジャケット ¥456,500 シャツ ¥231,000 スカート ¥176,000 (すべてヴァレンティノ/ヴァレンティノ インフォメーションデスク) バッグ ¥353,100 シューズ ¥143,000 (ともにヴァレンティノ 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) 9. Dior ディオールらしいキルトドカーネージュのベストとスカート。ベスト ¥198,000 スカート ¥198,000 ブーツ ¥178,200 (すべてディオール/クリスチャン ディオール)

Chocolate: Chocolate of the Finest Hotel

シーズン限定商品も見逃さない

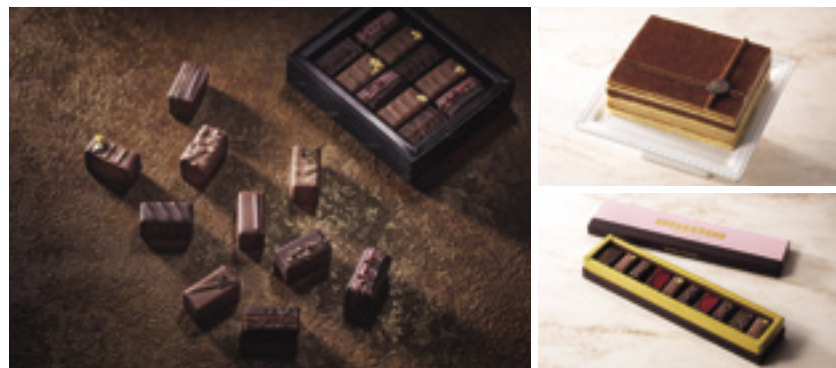
最高級ホテルのこだわりのショコラ

text: Ayumi Ichikawa

IMPERIAL HOTEL

帝国ホテル

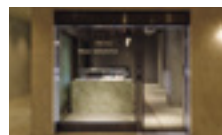
驚きと感動が詰まったショコラ



素材選びから配合、配置、サイズまで綿密に計算し、ひとつひとつ数日かけて丁寧に手作り。そんなショコラティエの真心もった美味しさに定評がある「帝国ホテル東京」のショコラ。昨年リニューアルした「ガルガンチュウ」では、新作の「トリュフ」に注目を。ベルギー産ダークチョコレートを使った冷凍ケーキ「オペラ」やバレンタイン期間限定のショコラボックスなど、自宅からオンラインで買える商品の充実もうれしい。

〈左上〉定番の「フランポワーズ」と「ノワセット」に限定の「トリュフ」を詰め合わせた「ボンボンショコラ バレンタインセレクション」¥5,500(10個入り)／店舗限定 (右上)ファミリーで楽しめるサイズ。しっとり濃厚な「オペラ」¥4,800(オンライン限定) (右下)定番3種と限定フレーバー「カフェ ダーククロスト」の「ボンボンショコラ」¥5,000(10個入り)／オンライン限定

ホテルショップ「ガルガンチュウ」
東京都千代田区内幸町1-1-1 タワー館
帝国ホテルプラザ 東京 1F
tel: 03-3539-8086 営業時間: 10:00~19:00
オンラインショップ <https://shop.imperialhotel.co.jp>



美しい高級ホテルには、必ず、とっておきの美味しいチョコレートがある。完璧な味と見た目には、こだわり抜いた素材とショコラティエの技と愛情がぎっしり。バレンタイン限定から人気の定番まで、ホテルの選りすぐりをご紹介します。

AMAN TOKYO

アマン東京

和の素材とカカオのハーモニー



昨年10月にオープンしたベスリーショップ「ラ・パティスリー by アマン東京」が話題のアマン東京。バレンタインシーズンの一押しは、特選カカオ豆と、すだちや山椒、薄荷、ほうじ茶といった和素材との融合が織りなす、ジュエリーのようなボンボンショコラ。新作チョコレートケーキ「テリヌショコラ」や、カカオの個性が光るシグネチャー「クラシックショコラ」も上質なバレンタインを演出してくれるはず。

〈左上〉「ガー オショコラ エクアドル」¥880(1個)、「クラシックショコラ」¥4,536(12個)、「1,650(10個)」、「タルト オショコラ」¥850 (右上)徳島産すだち入りガナッシュなど5種。一粒ごとに日本素材の発見がある。「アマン東京 オリジナル バレンタインチョコレート 2022」¥3,240(5個入り) (右下)バレンタイン、ホワイトデー限定「テリヌショコラ」¥3,400

「ラ・パティスリー by アマン東京」
東京都千代田区大手町1-5-6 OOTEMORI 地下2F
tel: 03-5224-3339 www.amanotokyo.com/jp
営業時間: 7:00~20:00(月~金)
10:00~19:00(土、日、祝日)



GRAND HYATT TOKYO

グランドハイアット東京

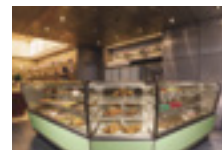
遊び心溢れるチョコレートのアート



フランスのプレミアムブランド「カカオバリー®」とコラボレートしたホテルオリジナルチョコレート「Grande H」を使ったバレンタイン限定アイテムが揃う「フィオリエンティーナ ベストリーブティック」。手土産に人気の「バナナブラウニー」、ハート形に焼き上げたパンにも「Grande H」が使われ、ホテルメイドならではの贅沢さ。毎年注目を集める、遊び心たっぷりの「コフレボックス」は、青い地球をイメージさせるオブジェのよう。

〈左上〉青い地球のようなショコラボールの中には、3種のチョコとチョコレートアマンティーズ入り。「コフレボックス」¥3,500 (右上)定番人気「Grande H バナナブラウニー」¥2,000 (右下)チョコレートとマカダミアナッツを織りこんだロールブレッド。甘すぎず男性にもおすすめ。「Grande H チョコ&マカダミアロール」¥330(1個)

「フィオリエンティーナ ベストリーブティック」
東京都港区六本木6-10-3 グランドハイアット東京 1F
tel: 03-4333-8713 www.hyatt.com
営業時間: 9:00~22:00 (ケーキ・タルト販売は10:00~)



THE PENINSULA TOKYO

ザ・ペニンシュラ東京

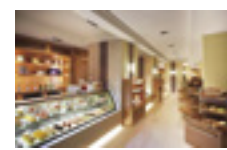
ホテルの記憶を美しいショコラにのせて



限定ボックスの一粒一粒に込めたのは、ザ・ペニンシュラのクラフトマンシップ。ホテルオリジナルのブレンドティーをはじめアルコールやコーヒーなど、ザ・ペニンシュラが誇るドリンクセレクションを9種類のチョコレートで色鮮やかに表現。また、ホテルの人気者「ペニンシュラヘア」も、今だけショコラティエの装いで登場。遊び心溢れるエレガントな限定商品は、目移りするほど魅力的。

〈左上〉ジャズミン、烏龍茶、オリジナルフレーバーのペンペン。一粒ごとにホテル気分を味わえる。「THE PENINSULA CRAFTS」¥2,800(5個入り)、「¥4,500(9個入り) (右上)金箔でエレガントにデコレーション。濃厚な美味しさを堪能。「バレンタイン ブラウニーバー」¥2,160 (右下)見た目もキュート「バレンタイン ペニンシュラヘア」¥8,640

「ザ・ペニンシュラ プティック&カフェ」
東京都千代田区有楽町1-8-1 地下1F
tel: 03-6270-2888 www.peninsula.com/ja/tokyo
営業時間: 11:00~18:00



GODIVA

「ときめく心」をかたちに。
幸せを運ぶ
ゴディバからの
贈り物

ピンクがテーマカラーの、ゴディバの2022年バレンタインコレクションは、「ときめく心」をチョコレートで表現。1926年にブリュッセルで創業したゴディバにとって、ピンクは特別なカラーでもあるのです。

photo: Eri Hosomi / styling: Hiromi Takeuchi / text: Ayumi Ichikawa

2022 ゴディバのバレンタインコレクション

ゴディバの2022年のバレンタインは、ピンクのコレクション。「ときめく心」~Power of Pink~をテーマに、ピンクとハートのモチーフが揃います。限定チョコレートは6種類。ビスケット入りルビー&ストロベリーのチョコレートムースが甘酸っぱい「Wハート・ルビー&ストロベリー」、ヒマラヤ産ピンクソルトがアクセントの「ピンク・ソルトデッドキャラメル」、ライチとバラとラズベリーがマリアージュする「サワーローズ・ラズベリー」、ピンクレモネードが香る「ピンク・シャインレモネード」、ゴディバ伝統のヘーゼルナッツプラーネをアレンジした「ダブルプラーネ・Gハート」、ピンクベッパーと72%ダークチョコレートを合わせた「ピンクベッパー・ダークカカオ」です。ゴディバの歴史を辿れば、ピンクは特別なカラー。第二次世界大戦後、悲しみに沈むブリュッセル市民を励まそうと、ゴディバは配達車をピンク色に染め、人々にチョコレートを届けました。日本でも2020年4月に「プロジェクトピンクパン」を始動。最前線で闘う全都道府県の病院や医療従事者へチョコレートの無償提供をしました。ゴディバにとって、ピンクは時を超えて幸せを運ぶカラーなのです。

「ときめく心 ハートセレクション」
6粒入 ¥3,240

ピンクレモネード、ストロベリー、ピンクベッパーなど、ピンク色の素材を使った最新の限定チョコレートが6粒。ピンクのハート形ボックスは、花やリボン、ハートや鳥をモチーフにした夢のあるデザインで、あたたかな愛情を伝えてくれます。おうち時間に、がんばった自分へのご褒美に。「ときめく心」をこめたチョコレートボックスがHappinessを届けてくれることですよ



Valentine limited edition

コレクションには様々なシーンに合わせたアイテムがあります。カジュアルにカカオを楽しめるサブレや、あたたかなティータイムを演出してくれるセットなどの新提案も。



「ときめく心スイーツセット」
¥6,480

紅茶がセットされた、優雅なティータイムのためのアソート。ボックスの上段に限定チョコレート、中段にミルフィーユショコラ、下段にKUSMI TEAの紅茶入り

「サブレショコラ カカオ%アソートメント」
5個入 ¥1,728
10個入 ¥3,240



サクサクのサブレで、カカオ%別に異なる3種のチョコレートガナッシュをサンド。カカオ分30%、50%、72%の風味のグラデーションを味わえます。カカオをモチーフにしたパッケージがシグ

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com

Chocolate: Lovely Marriage of Chocolate and Wine

ワインにシャンパン。ペアリングは無限大 チョコレートの余韻を嗜む素敵なマリアージュ

photo: Eri Hosomi / styling: Hiromi Takeuchi / text: Satsuki Tadokoro



市川歩美 Ayumi Ichikawa
チョコレートジャーナリスト
日本で唯一のチョコレートに特化したジャーナリスト、コーディネーター。365日、日本国内やカカオ生産地をはじめ世界各地取材し、最新のトレンドをメディアで発信する。チョコレート愛好家歴は約30年。

誰かに伝えたい！ ペアリングの感動体験

「味も香りも、それだけで完璧なバランスで作られているチョコレート。そこに、好きなお酒やお茶を合わせたり、スパイスやオリーブオイルをプラスしたり。私は毎日、さまざまなペアリングを楽しんでいます。意外な組み合わせの中に、「うわあ！美味しいんだけど！」と誰かに伝えたいような感動もあり、本当に楽しいですね。難しく捉えず、今日着る服のコーディネートを考えるくらいの気軽さで、ぜひトライしてみてください」

とは言え、絶対失敗しないペアリングの基本があるなら、知っておきたいもの。「チョコレートは融点33度前後。口に入れてから溶けるまで、じっくり待つのはなかなか難しいので、最初は温かいお茶や常温のワインと合わせるのがおすすめです」

す。冷やしたシャンパンなど冷たい飲み物の場合は、口の中でチョコレートが完全に溶け、香りや味が口全体に広がるまで待つ。それからお酒やお茶をひと口含み、舌の上のマリアージュを味わいます。ペアリングで間違いないのは、フルーティなワインに、ラズベリーやイチゴといった、似たもの同士の組み合わせ。逆にまったく違うものを合わせると、思いがけない美味しさと出合えることも。正解がないから面白いんです」



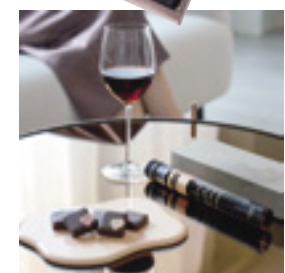
トップショコラティエが提案する、完璧なるペアリング

トップショコラティエは、チョコレートと合うドリンクについて知り尽くしている。自分では辿り着けないマリアージュの妙を、自宅やブティックで心ゆくまで堪能してほしい。

Maiam Wines

マイアムワイン
100mLのワインと
ショコラのパッケージ

良質なワインを気軽に楽しめるように、グラス一杯分(100mL)の美しいガラス瓶で販売している「マイアムワイン」が、ダンディズムをテーマとする東京・恵比寿のショコラトリ「ジョンカナヤ」とコラボレート。「この小さなボトル入りボックスが、画期的！ワンボトルだとプレッシャーがあったとしても、これなら美味しく飲みまされるサイズ。しかも、5種のボンボンショコラとのセットは、南仏産の甘口ワイン「バニユルス」。合わないチョコレートはないと思うほど、絶妙なペアリングですね」



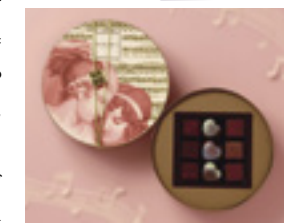
ワイン(バニユルス) 100mLと、ボンボンショコラ 5個(アメル、キャラメル、黒胡椒、山椒、メンタ)をセット。「ヴァン エ ショコラ」¥5,808

「MAIAM WINES」
03-6447-0115
https://maiamwines.com

Jean-Paul Hévin

ジャン＝ポール・エヴァン
ショコラと紅茶で
贅沢&豊かな時間を

フランス国家最優秀職人章など数々の栄誉を誇る「ジャン＝ポール・エヴァン」。「ショコラやガトーと一緒にドリンクを楽しむイートインスペース『バーア ショコラ』は、インテリアにもブランドの世界観が反映され、豊かな気持ちになれる空間です。ショコラ ショ(ホットチョコレート)が有名ですが、ジャン＝ポール・エヴァン自らブレンドしたショコラに合う紅茶「JPH メランジュ」とのペアリングも素晴らしい。茶葉も購入できるので、今年のヴァレンタイン限定コレクションと一緒に楽しみたい。



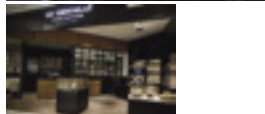
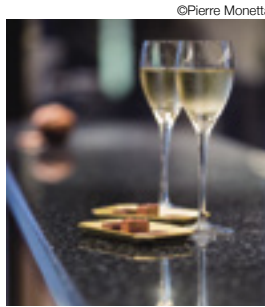
〈上〉「JPH メランジュ 角缶」¥1,080
〈中〉2022 ヴァレンタイン コレクションより、期間限定ショコラ 7個を含む「ボンボンショコラ 9個 メロディ」¥4,985

「ジャン＝ポール・エヴァン」
東京ミッドタウン店
03-5413-3676
www.jp-h-japan.co.jp

Le Chocolat Alain Ducasse

ル・ショコラ・アラン・デュカス
シャンパンとの
絶妙なマリアージュ

フランスの巨匠、アラン・デュカスが手がけるショコラトリ「ル・ショコラアラン・デュカス」。「こちらのボンボンショコラは、厳選したカカオ豆を、焙煎、粉砕するところから作られています。サロンメニューのシャンパンとのセットで、計算し尽くされたマリアージュを堪能するのが、私のお気に入りの時間。ライムのガナッシュは、チョコレートのコーティングが口の中であつという間に溶けて、フレッシュなライムの香りがぱつ、と華やかに広がります。シャンパンに合わないわけではない、美味しさです」



ボンボンショコラ 3個(ガナッシュ・オリジン、ガナッシュ・グルマンド、ブラリネ・アラン・シエニス) + シャンパーニュ ¥3,190(ショコラの種類は日により変更あり)

「ル・ショコラ・アラン・デュカス」
渋谷スクランブルスクエア店
03-6452-6190
https://lechocolat-alainducasse.jp

©Pierre Monetta

Carré de chocolat

「カレ・ド・ショコラ」とワインでとっておきの時間

カカオ豆と葡萄。豊かな大地がもたらす2つの恵みから生まれた、チョコレートとワインのマリアージュを、もっとカジュアルに、もっと自由に楽しんでほしい。森永製菓の人気チョコレートブランド「カレ・ド・ショコラ」からの提案です。

photo: Eri Hosomi / styling: Hiromi Takeuchi
text: Satsuki Tadokoro

チョコレートを最も美味しく味わう、 小さな「四角い」究極の形

ちょっと気分をリフレッシュしたい。がんばった自分を労りたい。ただただ香ばしい甘さに癒やされたい。チョコレートが欲しくなるタイミングの、なんて多いこと！エブリデイ・ユースでチョコレートを愛する人に選ばれているのが、「カレ・ド・ショコラ」だ。

「carré(カレ)」は、フランス語で「四角い」という意味。サイドに少し傾斜がついた、程よい厚みの「四角い」チョコレート。それは、手に持ち、唇に触れ、口に入れて舌の上でとろけるまで、そのすべてのタイミングで最高の感触、味わい、香りを生み出すために計算し尽くされた究極のフォルム。チョコレートを最も美味しく味わうために、試行錯誤の末にたどり着いた形なのだそう。

「カレ・ド・ショコラ」を
堪能！カカオの魅力

7種類のフレーバーを持つ「カレ・ド・ショコラ」の中でもいまの時期におすすめなのが、ハイカカオシリーズの3商品。「カレ・ド・ショコラ」のハイカカオシリーズは、カカオの酸味・苦味を低減させ、驚きの食べやすさ・美味しさを実現している。

〈カカオ70〉で楽しめるのは、カカオ豆の華やかな香りとココ。「カカオ88」の雑味がなくスッキリとした味わいは、究極のカカオ感を堪能できる。〈カカオ70&アーモンド〉は、カカオ70%のチョコレートに、ローストしたアーモンドとカラメルのアクセントが楽しめて、ハイカカオ初心者にもおすすめ。

〔写真上から〕(カカオ88) ¥330、(カカオ70&アーモンド) ¥370、(カカオ70) ¥330 ※希望小売価格(税抜)



トップソムリエおすすめ！ 「カレ・ド・ショコラ」の マリアージュ

「カレ・ド・ショコラ」のこだわりや品質の高さから、2021年秋、日本を代表するトップソムリエからワインに合うチョコレートとして認定された。チョコレートとワインのそれぞれの源は大地。厳選された高品質な原料があるからこそ素晴らしいマリアージュが完成する。今回は、トップソムリエの1人で2002年度全日本最優秀ソムリエ阿部誠氏がおすすめるハイカカオシリーズのマリアージュをご紹介します。

〈カカオ70〉×赤ワインフルボディ辛口
〈カカオ70〉の心地よい渋みと苦味が、濃厚で滑らかなタンニンを持つしっかりとしたスタイルの赤ワインとよく合う。

〈カカオ88〉×スパークリングワイン
スパイシーさとビターな印象が特徴的な(カカオ88)。カカオ本来の旨味を、シャンパーニュの強い酸味と旨味がより引き立てる。

〈カカオ70&アーモンド〉×フォーティファイドワイン甘口
カカオとカラメルの苦味の二重構造にアーモンド

の香ばしさ加わる(カカオ70&アーモンド)。贅沢なビター感に合うのは、ブランドーなどのアルコールを添加し、天然の甘みを引き出したフォーティファイドワイン。

阿部 誠 Makoto Abe

2002年全日本最優秀ソムリエコンクール優勝。2020年には、「卓越した技能者(現代の名工)」受章。現在はフリーランスソムリエとして全国のホテルやレストランのコンサルティングや、全国各地で講演なども行う。

more Carré de chocolat 香り、味わいのバリエーションから お気に入りの一つを見つけよう

芳醇なミルクの濃厚さを味わえる(フレンチミルク)を筆頭に7種類のラインナップを揃える「カレ・ド・ショコラ」。上質でカラフルなパッケージからきっとお気に入りの一つが見つかるはず。



マダガスカルホワイト ヒスタチオ

お店では買えない特別な
カレ・ド・ショコラ(スベリオレ)
毎月900名様にプレゼント!

現在は、N7A区でMORI YOSHIDAを手掛ける吉田守秀氏とコラボした(ベルガモットミルク)をお届け。ベルガモットの爽やかな香りが広がる美味しさ。公式LINEでは、素敵な情報も発信中。



応募は、
カレ・ド・ショコラ
公式LINEから!

天祥座 11月23日 10月22日 願いを素直に望む時、ワクワクするスペシャルな1日思い描いて、どんな人間関係が楽しい? ワクワクのエネルギが放たれ、現実になっていくでしょう。

ニューサイトがスタートしました!
marieclairejapon.com

スパ並みの効果を求めて 話題の美容デバイスで冬のおこもり美容

photo: GabrielPevide / E+ / Getty Images (model) / text: Nathalie

乾燥や血流の滞りなどが深刻化しやすいこの時季。プロの手を
かりたいところだけれど、今年もステイホームが続きそうな予感。
そこで、高い効果実感とお手入れの心地よさを併せ持つ
最旬美容デバイスをピックアップ。頼れるアイテムで、全身くまなくケアを。

蠍座scorpio 10月23日→11月21日★望みで心をいかにする時。常に肯定の言葉で、頭の中を、ごうだつたらなんて素敵！そんな思いでいかにしましょ。それが現実になっぺいのです。

1. Panasonic

グレイヘアの カラー退色も抑制

送風機構が大幅にアップデートされたこと
で乾かすスピードが20%向上。ミネラルマ
イナスイオンも2倍の発生量でキューティ
クルの密着性も高めることに成功。カラー
の退色やUVダメージも抑制する。ヘア
ドライヤー ナノケア EH-NA0G ¥36,000
(編集部調べ) / パナソニック理美容・健
康商品 ご相談窓口

2. Avex Beauty Method

耳にかけるだけで “ながら”小顔ケア

300カ所ものツボが存在する耳周辺を、突
起部分の純チタニウム鉱石が効率よく刺
激。小顔に導くツボやリンパ節の巡りが促
されることでフェイスラインをキュッと引き締
める。両手が空くので家事やデスクワーク
などの隙間時間にも最適。イヤープック ¥
9,981 / エイベックス カスタマーサポート

3. Dr. Arrivo

導入×LED×引き締めの 同時ケアで極上肌へ

ラジオ波で肌を温めながらインサートパルス
が美容液をぐんぐん導入。また、肌の悩み別
に対応するLEDや日常で30%しか使わな
い表情筋を鍛えるEMSも搭載とマルチな
一台。電気刺激を和らげる24金で心地よ
くケア。ドクターアリーヴォ セウス II ¥220,
000 / ARTISTIC&CO.

4. Environ

美容成分の浸透を高め つるんと輝く美肌に

微細な突起が付いたローラーヘッドを肌
に優しく転がすことで、美容成分の浸透を高
めることが可能。角質層への浸透が100
倍になるとも。生成電流が苦手な人でもト
ライできそう。コスメティックローラーキット ¥
18,700 / プロティア・ジャパン

5. Refa

浴びるほどに美肌へ導く スキんケアシャワーヘッド

超微細な気泡のウルトラファインバブルと
マイクロバブルを発生させ、肌の汚れを優
しく落とすと同時に乾燥を防ぐ。目的や部
位に合わせて4つの水流も選べる。浴槽
に入れて泡を発生させればお湯が柔らかく
なり、入浴後の保湿効果も高まる。リファ
ファインバブル S ¥30,000 / MTG

6. Corefit

ヘッドフォン型で どこでもリフトアップ!

顔の印象を左右する上唇挙筋と眼輪筋
に直接アプローチし、表情筋を鍛えると同
時に血行を促進。ターンオーバーを促しな
がらフェイスラインをタイトニング。特許取
得済の周波数の採用で気持ちよくケアで
きるのも◎。フェイスプレイヤー ¥43,780
 / コアフィットカスタマーセンター



7. Ya-man

じんわり温感と刺激で エイジレスな目元に

リフト&ストレッチの2つのモードで目元にア
プローチ。纏うだけで、鍛える筋肉、休ませ
る筋肉にそれぞれ適切に働きかける。約
40℃に温めながらケアできる機能で疲れ
目にも効果的。ハンズフリーなのも継続で
きるポイント。メディリフト アイ ¥30,800 /
ヤーマン

8. Dyson

コードレスヘアアイロンで クセやうねりを艶やかに

柔軟性の高いプレートを独自開発すること
で、過度な熱ダメージを抑えてスタイリング
効果を高めることに成功。また、センサーが
毛の長さや太さに合わせて加熱システム
を制御して最適な温度に調整。ダイソン
コラール ¥53,900 (編集部調べ) / ダイ
ソンお客様相談室

9. Sixpad

座ったままで 脚の筋力をトレーニング

座ったまま素足をのせることでEMSが足
裏や前すね、ふくらはぎなど、歩行を支える
筋肉を刺激。23分のオートモードでウォー
ミングアップからクールダウンまで実際に
運動しているかのように。着脱式リモコンで
操作も簡単。シックスパッド フットフィット
ライト ¥38,800 / MTG

10. Electron

わずか10分で 輪郭も表情もスッキリ

32本のピンヘッドから1秒間に約1,000回
発せられる低周波が頭筋膜や立毛筋に働
きかけ、むくみを軽減し、リフトアップ。さらに
LEDがコラーゲンの生成を促進。頭皮や顔、
ボディなど幅広いケアが可能。エレクトロン
デンキバリプラン (同 ローション 200mL
付き) ¥198,000 / GMコーポレーション

11. Mysé

頭皮をもみほぐしながら 顔のもたつきも改善

毎分約6万回の振動に加え頭皮と筋肉を
グッとつかみ繊維にもみほぐす。頭皮が柔
らかくなることで毛穴汚れや薄毛などの頭
皮トラブルや、顔のもたつきなどを改善。防
水仕様かつフェイス用アタッチメント付きで
お風呂での顔まわりのケアも叶う。ミーゼ
ヘッドスパリフト ¥13,750 / ヤーマン

12. Panasonic

フェイスラインの じんわりケア

エステティシャンの手技を再現すべく、肌
にぴったりと密着する形状を実現。温度機能でレ
ナージュすることで流れを促し、翌朝のメイ
クのりもアップ。明るさを感じる肌へと導く。温度
調整は3段階で、ボディケアも行える。温感か
っさ EH-SP21 ¥22,000 (編集部調べ) /
パナソニック理美容・健康商品 ご相談窓口

13. Fujiiryoki

ブーツ型フットケアで 足の疲れをリフレッシュ

6つのエアバグが強弱をつけながら足先
からふくらはぎまでを包み込んで絞り上げ、足の疲
れをケア。冷えやすい足裏はヒーター機能で温
めながら、移動式のローラーでのほほながらほぐ
す。足の疲れに合わせて3種類の自動コースを
選べる。モミーナ フットマッサージャー KC-
220 ¥59,800 (編集部調べ) / ブン医療器

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com

今、 新たなTOKYOが 始まる

What's TOKYO

3月に開催される国内最大級のファッション・アートイベント「東京クリエイティブサロン」(TCS)。発信するという目的のもと、ファッションやアートのプログラムを展開する。プロジェクト協働プロデューサーを務める齋藤精一氏が語る、TCSの目指すものとは。

日本橋、丸の内、銀座、渋谷、原宿の5エリアが、東京の魅力を

TOKYO CREATIVE SALON

「東京をパリ、ミラノ、ニューヨーク、ロンドンに続く世界のファッション都市として位置づけたいという思いから、TCSはスタートしました。東京は、アジアの重要なハブとなりうる力を持っています。都市を行政、民間企業、クリエイター、住民が一体となって盛り上げていく。この取り組みを、例えるなら、ミラノサローネのように育てていきたいと考えています。ミラノサローネは1961年に家具の見本市として始まりました。いま家具デザインだけではなく幅広い展示が開催され、世界中から人々が集います。クリエイションとデザインがモノになり、コトが生まれ、人々の心が浮き立つ。そして経済も活性化していくのです。」

TCSも思いをつなぎながら継続し、東京の文化と経済が発展する一助となればと思います。感染対策を万全に、いま準備を進めているところです。東京から始まった取り組みが、やがて全国へと広がってほしいですね」



廣内 武 Takeshi Hirogaki
東京クリエイティブサロン 協賛実行委員会 実行委員長
1965年に豊山(現・オノ・ヨーロディンクス)に入社。現代の海外事業部長として、ジャンボ、オノ・ゴルチエなど、数多くのデザイナーとの関係を築き、グローバルビジネスを切り開いた。同社、社長・会長を経て、2021年5月まで最高顧問。

RE: CREATION

3.18 FRI - 27 SUN

5 areas

- 日本橋 Nihonbashi
- 丸の内 Marunouchi
- 銀座 Ginza
- 渋谷 Shibuya
- 原宿 Harajuku

「東京クリエイティブサロン」(TCS)は、地域や民間企業が連携して、ファッション、アート、音楽、カルチャーを発信するプロジェクト。日本橋、丸の内、銀座、渋谷、原宿の5カ所で、さまざまなプログラムを展開する。2020年3月にスタートし、今年3月に第3回が開催される。

今回、プロジェクト協働プロデューサーにクリエイティブディレクターの齋藤精一氏が就任。齋藤氏は、東京をはじめとする各地で都市開発や街づくりに携わり、感じてきたことがあるという。

「近年、都市開発が進むなかで、東京の街がどこも似てきているような気がしていました。同じような事業計画のもと、商業施設などの建物が次々と作られていき、いわば“金太郎飴化”している。一方でいま、場所にかかわらず『こうすればうまくいく』といった方程式はなくなっていると思うのです。それぞれの街がどんな歴史や文化、特色を持っているのか。そういった視点から“つかみどころ”のある計画をして、その街らしい賑わいを生み出す必要があると思います」

その思いが今回のTCSに反映される。コンセプトは「RE: CREATION」。5カ所の街が、それぞれの魅力を生かした「東京創造の再定義」を試みる。エリアごとに、ディベロッパーやアパレルブランド、商店街などの民間企業と自治体が協働し、街を盛り上げるプログラムを計画中だ。アパレルブランドによるランウェイショー、アーティストの作品展示、食に関するイベントなど、多岐にわたる企画が準備されている。

「ファッションをスタートポイントに、幅広いモノやコトを取り上げます。肌にもっとも近い服から、食べ物、インテリア、音楽、空間、都市……というふうには拡張していく。ファストファッションが台頭したり、コロナ禍で外出が減ったりするなかで、服との向き合い方も変化しているでしょう。多種多様な試みを通して、これからのファッションのあり方を考える機会になればと思います」

各地のイベントを充実させながら、5エリアを“横串”でつなぎ、“あいのり”できるようにしたいと齋藤氏は語る。

「『A_BOX』という共通のインスタレーションを展開します。各拠点に、その街の特色を詰め込んだ巨大な“箱”を用意する。箱の中に何を入れるかは、それぞれのエリアが考えます。訪れた人々には、『A_BOX』を目的に各地を回遊していただきたいですね」

各拠点で屋外イベントや路上アートも展開される予定だ。感染対策を十分にしようとして、この機会に街を歩いてもらいたいという思いがある。

「東京には近代的な新しい建造物もあれば、歴史ある古い街並みもある。普段とは違う道を歩いたりして、少し視線を変えると発見があります。TCSをきっかけに、ぜひ東京のさまざまな表情を見つけてほしい。東京をもっと知り、もっと好きになってほしいですね」



齋藤 精一 Seiichi Saitou
クリエイティブディレクター、テクニカルディレクター、パノラマティクス主宰
1975年神奈川県生まれ。
コロンビア大学建築学科で学んだ後、2000年からニューヨークで活動開始。
06年に(株)ライゾマティクスを設立。現在では、行政や企業などの企画・実装アドバイザーも数多く行う。

「逸脱」を纏う快樂。 「奇想のモード」展でその誘惑に身を委ねる

text: Naohiko Takahashi

高橋直彦 マリクレール副編集長



エルザ・スキヤパレリィ《イヴニング・ケープ》
1938年、京都服飾文化研究財団蔵、広川泰士撮影



マルタン・マルジェラ《ネックレス》
2006年、京都服飾文化研究財団蔵、
京都服飾文化研究財団撮影



舘鼻則孝
《Heel-less Shoes (Lady Pointe)》
2014年、個人蔵、GION撮影



ハリー・ゴードン《ポスター・ドレス》
1968年頃、京都服飾文化研究財団蔵、
嶋山崇撮影

2009年春、東京の目黒区美術館で「祝祭の衣装展」と題した企画展を観たことがある。「ロココ時代のフランス宮廷を中心に」という副題が示すように、18世紀フランスの宮廷文化について絢爛たる装いを通して紹介する内容。とりわけ、女性たちのヘアスタイルに目が釘付けになった。今で言う「盛る」なんてものではない。結い上げた髪形の高さを競い、「アラ・フリゲート・ユノ」と名付けられたスタイルは高さメートル前後あると思われる結髪の頂点に英仏戦で活躍した軍艦の模型を載せる始末! 美への過剰な執着が時に実用性を大きく逸脱していく様に驚いた記憶がある。

そうした装いにおける逸脱の系譜を「奇想」というキーワードで紹介しているのが今展である。もともと、美術に多少関心があれば、「奇想」という言葉は「奇抜な考え」という辞書的な語義に加え、独特の意味合いを帯びることを知っている。美術史家の辻惟雄氏が若岩又兵衛や伊藤若冲ら江戸時代の絵師を「奇想の画家」として再評価し、1970年に出版した「奇想の系譜」の影響圏が現在にも及んでいるからだ。辻氏はその書で、「〈奇想〉という言葉は「因襲の殻を打ち破る、自由で斬新な発想のすべてを包括できる」としている。その指摘が、今展の多彩な展示にも通

底している。「有機物への偏愛」から「ハイブリッドとモード」まで、9つのセクションで構成されている展示は洋の東西を問わず、時代も16世紀のファッションプレートから舘鼻則孝氏が昨年発表した「ヒールレスシューズ」まで幅広く展覧している、見飽きることがない。「奇想」への目配せだろうか、花魁を描いた錦絵など和装について触れているのも面白い。中でも見所は副題にも含まれている「シュルレアリスム」と装いの関係について触れた展示だろう。シュルレアリスムは「現実を描くこと」に対して、戦間期のフランスを中心とした芸術家らが発した異議申し立てで、20世紀最大の芸術運動とも

東京都庭園美術館で開催中の「奇想のモード 装うことへの狂気、またはシュルレアリスム」展。パンデミックで着飾る場を失い、穏健な装いが氾濫する世相に辟易している人たちに向けた、つかの間の解放区でもある。

される。シュルレアリストらと親交のあったエルザ・スキヤパレリィのドレスや香水瓶はもちろん、ハリー・ゴードンやマルタン・マルジェラら現代のデザイナーたちへの影響も展示を通してうかがい知ることができる。裁縫とシュルレアリスムの自動記述法との関係について触れた展示も企画担当者ならではの卓見で見逃さないでほしい。こうした展示を、シュルレアリスム運動に前後して流行したアール・デコ様式の邸宅を活用した空間で観覧することは、「美術鑑賞」という枠を超えたゴーギャンな体験になるはずだ。

日本経済の長引く停滞が影響しているのか、それとも2年越しのパンデミックが作用しているのか、いずれにしても装いが実用性にもみ取敏していく現状に内心、うんざりしている『marie claire』読者のような人たちには打って付けの企画だ。常識や因襲を軽やかに超越した熱量の高い展示を見終わると、きっと晴れ晴れとした気持ちになっているだろう。



アール・デコ様式が華やかな雰囲気を醸し出す
東京都庭園美術館

展覧会情報
「奇想のモード 装うことへの狂気、またはシュルレアリスム」
会場: 東京都庭園美術館 (東京・白金台)
会期: ~4月10日(日)
月曜日休館 (3月21日開館、22日閉館)
www.teien-art-museum.ne.jp

12星座占師mai
プロフィール★星の動きと独自の視点で感じ
たムードを言語化しながら、星座のストーリー
を発信! 絶妙なバランスで語られるセッション
は幅広い世代から支持を得ている。

shop list 掲載商品のお問い合わせ先

- ARTISTIC&CO. tel: 058-325-9788
- アレキサンダー・マックイーン tel: 03-6778-0786
- ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512
- エイベックス カスタマーサポート
- web: https://eanup.net/
- EDSトロム オフィス(クレーージュ) tel: 03-6427-5901
- MTG tel: 0120-467-222 (シックスワード、リワ)
- グッチ ジャパン 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 カスタマーリレーションズ tel: 03-4335-1750
- コアフィットカスタマーセンター tel: 0120-973-623
- GMQ-ホレスジョン tel: 0120-66-7170
- ジバンシィ表参道店 tel: 03-3404-0360
- 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
- ジルサンダー・ジャパン tel: 0120-919-256
- ステラ マッカートニー カスタマーサービス tel: 03-4579-6139

- スワロフスキー・ジャパン(カスタマーサービス) tel: 0120-10-8700
- ダイソナお客様相談室 tel: 0120-295-731
- パーソナルック美容・健康商品 ご相談窓口 tel: 0120-878-697
- バーバリ・ジャパン tel: 0066-33-812819
- パレンシアガ クライアントサービス tel: 0120-992-136
- フェラガモ・ジャパン tel: 0120-202-170
- フジ医療器 お客様相談窓口 tel: 0120-027-612
- プロティエ・ジャパン tel: 0120-085-048

- 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
- マルジェラ ジャパン クライアントサービス tel: 0900-000-0261
- ヤーマン tel: 0120-776-282
- ルイ・ヴィトン クライアントサービス tel: 0120-00-1854
- ロレペ ジャパン クライアントサービス tel: 03-6215-6116

※今号で紹介した作品の上映やイベントの開催は変更の可能性あります。最新の情報は上映館や主催者にお問い合わせください

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com



Welcome to Our Site!

ウェス・アンダーソン監督が描く、 フランスと雑誌文化への愛

text: Saya Tsukahara



ビル・マーレイやエイドリアン・ブローディ、ティルダ・スウィントンなどの常連組に加え、ベニチオ・デル・トロ、ティモシー・シャラメ、リナ・ロードリらが初参加。豪華キャストが集結する



©2021 20th Century Studios. All Rights Reserved.

『グランド・ブダペスト・ホテル』『犬島』など、洗練された作品で映画ファンを魅了してきたウェス・アンダーソン監督。ユーモラスな物語、こだわり抜かれた美術やカメラワーク、スタイリッシュなファッションが、唯一無二の映像世界を織りなす。最新作の舞台は20世紀のフランス、雑誌の編集部だ。その雑誌とは、アメリカの新聞『カンザス・イヴニング・サン』の別冊で、架空の街アンニュイ=シュール=プラゼに編集部を構える『フレンチ・ディスパッチ』。フランス在住のアメリカ人記者を抱え、フランスで刊行しているという設定だ。ビル・マーレイ演ずる編集長が急逝し、創刊者でもある彼の遺言に従って廃刊が決まる。最終号となる別冊・追悼版の記事という形で、複数の物語が進行するオムニバス形式の作品だ。モデルとしているのは、監督自身の愛読誌『ニューヨーカー』。この作品は記者、編集者に対する賛辞でもある。登場人物について、監督はこう語る。「『ニューヨーカー』の記者が、多くの登場人物のキャラクター造形にインスピレーションを与えました。映画に出てくるすべての記者にはモデルとなる人物がいますが、その人物と区別がつかないほど近いという役割はありません。モデルとして参考になっているというところで」

柱になるストーリーは3つ。ティルダ・スウィントン、フランシス・マクドーマンド、ジェフリー・ライトが各記事の担当記者を演じている。描かれる人物は、服役中の天才画家、学生運動のカリスマ、警察署長お抱えのシェフとユニークだ。モノクロとカラーを織り交ぜながら、臨場感を持ってそれぞれ独自の世界観が立ち上がる。監督は本作で、フランス、そしてフランス映画にオマージュを捧げている。テキサス州ヒューストンに生まれ、どのようにして愛情を抱いたのだろうか。「出身はテキサスですが、いつもフランスに住みたいと思っていました。そもそも行き出した理由の1つに、大のフランス映画好きということがありました。映画でフランスに傾倒したとも言えます」

きっかけとなったのは、『大人は判ってくれない』だという。「フランソワ・トリュフォーの『大人は判ってくれない』をヒューストンのビデオ店で発見したのはたぶん16歳の時。ポイントはタイトルだったと思います。今でも、原題の『Les quatre cents coups』のフランス語

の意味を完全に理解できていません。英題は原題の意味を捉えていない。これはフランス流の表現で、何かききな臭い、騒ぎが起る予感がする、ということ。『今夜、les quatre cents coups』を挙行する』と例えば、『ひとあばれする』という意味です。英語の直訳の『The 400 blows (400発)』ではまったくの見当違いになります。ですが、私はその誤訳のワナに引っかかって、そのVHSビデオを選び、そこからフランス映画を観ることになるのです」

今回、ベニチオ・デル・トロが演じる天才画家のキャラクター造形には、ジャンルノワールの『素晴らしき放浪者』が影響を与えているという。学生運動の指導者を演じるティモシー・シャラメは、監督から参考としてジャン＝リュック・ゴダールの映画を薦められた。彼が登場する物語には、ヌーヴェル・ヴァーグの影響が色濃く表れている。

ロケ地となったのは、シャラント県のアングレーム。街の中心部にある古いフェルト工場を借り上げて、撮影スタジオにしている。「建物の積み重なりそのものが背景となるので、見映えのするセットを組むことができました。階段や坂道などがあり、つかみのある街だと瞬時に感じました。すべてを街の中でまかない、1,000人を優に超えるアングレーム市民の方々が登場してくれ、映画のパートナーとなってくれました。ゆくゆくは、この映画をアングレームで上映したいと夢をふくらませています。出演した自分の姿をスクリーンで楽しめる方々だけで席が埋まると思います」

国際漫画祭が開かれるこの地との縁を大事に、作中にはアニメーションも展開される。制作したのは、アングレームでアニメーションを学んだスタッフだ。

ウェス・アンダーソン監督らしい、街や文化への深い愛情が込められた10作目。細部に至るまで、劇場で堪能したい。



撮影風景。ベニチオ・デル・トロ(左)とウェス・アンダーソン監督(右)



『フレンチ・ディスパッチ ザ・リパティ、カンザス・イヴニング・サン別冊』
配給: ウォルト・ディズニー・ジャパン
1月28日(金)より全国公開
©2021 20th Century Studios. All Rights Reserved.

射手座sagittarius 11月22日~12月21日★大いなる愛の存在に気づく時目に見えるものには限界があります。あなたの中にある大きな愛が、あなたそのものの望みにたどり着くように見守っています。気づき、感謝にあふれます。