

# marie claire

👉 [marieclairejapon.com](http://marieclairejapon.com)

ニューサイトが  
スタートしました!

17th March, 2022  
No.159



## Re Creation in Tokyo

創造性を楽しもう

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.159

## RE CREATION

東京 | 創作の再定義

日常が壊れ、新しい当たり前の確立が急がれる時代に。  
 生きることを豊かにして来た私たちの創造性を、忘れかけていないか。  
 街が蘇るたびに、複雑で多彩に進化してきた東京のクリエイティビティは、  
 タフで、自由で、可能性に満ちている。  
 さあ、服を着て、外に出よう。創造性を楽しもう。  
 新しい明日を、また創ろう。

これは、3月15日から始まった「TOKYO CREATIVE SALON 2022」のステートメントです。  
 このコピーには、「東京よ。創造性に回帰せよ。」というサブタイトルともいえるキャッチが続いていま  
 す。東京という街の持つ創造性を再度認識しなおし、世界に向けて日本のクリエイティビティを発  
 信しようという意志を感じさせるものです。

具体的には、日本橋、丸の内、銀座、渋谷、原宿の5ヵ所に、「A\_BOX」と呼ばれる大きな箱のような建造物が  
 置かれ、その中でアーティストたちがインスタレーションを展開します。ファッションから始まる生活デザイン、音  
 楽、食、建築などのクリエイティビティがそのテーマになっています。日本橋ならではの、原宿ならではのクリエ  
 ティビティとはなんなのか、各エリアを象徴するものを様々なインスタレーションで発信していこうというもので  
 す。

このアートイベント「TOKYO CREATIVE SALON」は2020年に第1回が開催されました。日本アパレル・  
 ファッション産業協会が立ち上げ、東京都が支援しています。統括実行委員会実行委員長は、元オンワード  
 ホールディングス社長・会長を務めた廣内 武さん。廣内さんはこのイベントを「例えるなら、ミラノサローネのよう  
 に育てていきたい」と語ります。もともとイタリアン・デザインの家具の見本市として始まった「ミラノサローネ」は、  
 今では家具やデザインだけでなく幅広い展示が開催され、期間中は世界中から多くの人を集めています。結果、  
 ミラノはファッションだけでなくイタリアのデザインの中心であるという評価を得ました。

東京もミラノのように、ファッションを軸に東京の産業を活性化  
 し、パリ、ミラノ、ニューヨーク、ロンドンに次ぐファッション・アート  
 の街であることを世界の中で位置づけていきたいというのが、この  
 アートイベントの大きな趣旨でもあるのです。

そのために必要なことは、東京という概念的な都市としてでは  
 なく、東京をかたち作るそれぞれのエリアが持つ特色を打ち出す  
 べきではないかとプロジェクト協働プロデューサーを務めるクリエ  
 ティビティディレクターの齋藤精一さんは話しています。「東京の街は、今やどこも同じような顔を持ち、同じような  
 商業施設があふれています。しかしそれぞれの街はそれぞれの歴史や文化、特色を持っている。そういった視点  
 から“つかみどころ”のある計画を立て、その街らしい賑わいを生み出す必要があると思います」



東京の5エリアに設置される「A\_BOX」のイメージ

『marie claire』では、3月31日まで開催されるこのアートイベントを応援するために、今号の「BOOK IN  
 BOOK」で特集しました。ぜひ、このイベントを実際に体験していただければと思います。

2022年3月17日

  
 田居克人

Katsuto Tai, marie claire 編集長

# Contents

7 Welcome to marie claire /

8 LANVIN /

BOOK IN BOOK /

marie claire ×

TOKYO CREATIVE SALON 2022

10 Cover Story: Marion Cotillard /

12 Style Picks: Floral Print /

13 Style Picks: Platform Sandals /

14 CHANEL /

15 News: Topics & Present,  
shop list

cover

photo: Bruno + Nico Van Mossevelde  
 realization: Anne-Sophie Thomas  
 jacket, shoes, ring: CHANEL  
 pants: LEVI'S  
 styling assistant: Agathe Gire  
 hair: Perrine Rougemont (Caren)  
 make-up: CHANEL par Christophe Danchaud  
 (B. Agency)  
 manicure: Edwige Llorente  
 set design: Sylvain Cabouat (WSM)  
 assistant: Loana Baroux  
 cooperation: Jardinerie Truffaut  
 production: Zoé Martin (Producing Love)  
 assistant: Ludovic Del Puerto

## marie claire

2022年3月17日発行 第11巻 第3号 (通巻159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  
 マルチンバイヤル 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  
〒100-8055 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。

牡牛座taurus 4月20日→5月20日 ★純粋な部分を見る時。外見はどうであれ、あなたを含めすべての人の中には、美しい光が宿っています。あなたと大切な人の中にある光を感じることで人生は好転するのです。

牡羊座aries 3月21日→4月19日 ★夢を実現させる時。疑いや迷いは捨て、常にポジティブな気持ちでリラックスすることが大切です。不安はノートに書き、可視化して受け止め、信念と希望に向けていきましょう。

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com



Welcome to Our Site!



photo by Getty Images

# LANVIN

## メゾンのアイデンティティを再構築 輝きと軽やかさ溢れる 「ランバン」の最新作

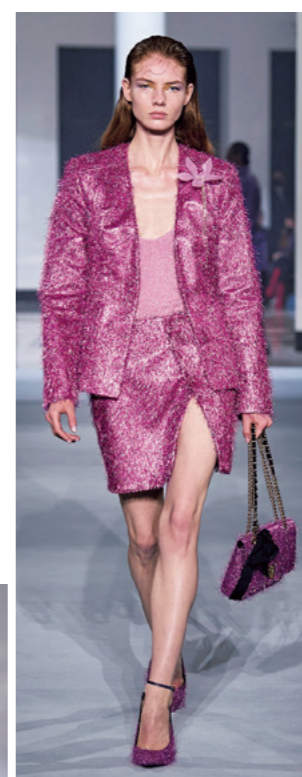
「ランバン」の意味を再考することに焦点を当てた2022年春夏コレクション。クリエイティブディレクターのブルーノ・シアレリは、メゾンのアイデンティティや哲学に敬意を払いながら、モダンなリミックスを試みた。“COMIC STRIP”をテーマに、エレガンスの中にプレイフルなアイデアを忍ばせる。「ワーナー・ブラザーズ コンシューマープロダクツ」と「DC」とのコラボレーションにより、バットマンとキャットウーマンのキャラクターをグラフィカルに取り入れた新作も印象的だ。

text: Tomoko Kawakami

バッグのフォルムとフラップのカーブが相まって、まるで笑顔のように見える新作の“Smile”バッグ。今季のキーカラー、美しいベトロールブルーを纏った光沢感のあるサテンで華やかな印象に。バッグ“Smile” [W21×H14×D7] ¥240,900(ランバン/コロネット)



創設者の娘から着想を得たポップなデザインプリント。ニットジャカードのドレスやカーディガンは、コンパクトなシルエットながら、ソフトな着心地で快適さとエレガンスが融合した仕上がりに。カーディガン ¥216,700 ドレス ¥271,700 (ともにランバン/コロネット)



細いテープ状のティンセル素材でファーのようなボリュームを再現。メタリックな輝きがモダンなセットアップには同素材のバッグを添えて。今季、待望の復活を遂げたメゾンの代名詞“Happy”バッグにも注目。ジャケット ¥326,700 スカート ¥180,400 バッグ [W22×H17×D6] ¥306,900 (すべてランバン/コロネット)



今季は「ワーナー・ブラザーズ コンシューマープロダクツ」と「DC」とのコラボレーションが実現。キャットウーマンをプリントしたイブニングバッグは「ランバン」らしい真鍮のキャットハンドルでモード感が加速。バッグ [W18×H10×D5] ¥422,400(ランバン/コロネット)



まるで芸術品のようなイブニングバッグでセレブリティからも愛されるブランド「ジュディス リーバー」と組んだ新作。煌めくクリスタルビーズを全面に飾ったハート形バッグはストラップチェーン付き。バッグ [W15×H13.5×D4] ¥658,900(ランバン/コロネット)

コロナ禍で、ファッションや文化などの活動は、時に「不要不急」と言われた。しかしクリエイティブの力は、人間の営みのなかで必要不可欠なもの。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)は「RE: CREATION」をコンセプトに、新たな生活様式におけるクリエイティブな試みを提案する。目指すのは、家具やデザインの世界的な祭典「ミラノサローネ」のような都市を挙げたイベントだ。今年は日本橋、丸の内、銀座、渋谷、原宿の5つの街から東京の魅力を発信する。地域や企業、街に関わる人たちが多彩なイベントを開催。各エリアで「A\_BOX」という共通のインスタレーションも展開し、街のなかに設置した巨大な“箱”で、街の個性を表現する。それぞれの地域のコンセプトやユニークな企画とは？ 各エリアのキーパーソンが語る。

今、新たなTOKYOが始まる

あらゆるものを循環させる



創業以来サステナブルなサプライチェーンの構築に取り組み、自社ブランドである「BRING」では、服の回収からリサイクル、再生素材を用いた洋服の販売まで手掛け、サーキュラーエコノミーを実現。



「TOKYO CREATIVE SALON 2022」開催期間中、「BRING」の活動の一つである服の回収でコラボレーション。各会場の「A\_BOX」では着なくなったポリエステル100%の服を回収、分子レベルで分解して服の原料にリサイクル。その後、新しい服として生まれ変わります。ぜひリサイクルにご参加ください。

「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。今や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ればと思います。感染対策を万全に準備を進めてきました。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 Hirouchi  
東京クリエイティブサロン 統括実行委員会 実行委員長  
1965年に際山(現・オンワードホールディングス)に入社。初代の海外事業部長としてジャンポール・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。

photo by Wataru Yoneda

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

「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、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」のある計画を立て、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」創作の再定義を試みる。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が協働し、街を盛り上げるプログラムを計画。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。箱のなかに何を入れるかは、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たうえで、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、少し目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 Saito  
クリエイティブディレクター、テクニカルディレクター、パブリシティディレクター  
1975年神奈川県生まれ。  
コロンビア大学建築学で学んだ後、2000年からニューヨークで活動開始。  
06年に株式会社イノベティクスを設立。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。

普段とは違う道を歩いたりして、少し目線を変えると発見があります

photo by Wataru Yoneda

marie claire X TOKYO CREATIVE SALON



いま空いているか  
1秒でわかる、  
優しい世界をつくる。

VACANのサービスが提供するリアルタイムの混雑状況の可視化や、混雑の抑制・管理といった機能を活用し、「TOKYO CREATIVE SALON 2022」では混雑しにくい環境の実現をサポートします。具体的には、各エリアでの会場の混雑状況をリアルタイムに可視化し手軽にスマートフォンなどで確認できるようにしたり、行列ができないように混雑を管理します。会場の混雑を可視化・抑制することで、お客様にとって安心して来場でき、快適に過ごせる「優しい会場」の実現を目指します。

VACAN



1  
O

日本橋  
Nihonbashi  
RE: VIEW

2  
O O

丸の内  
Marunouchi  
RE: DESIGN

3  
O O

銀座  
Ginza  
RE: LOOK

4  
N O

渋谷  
Shibuya  
RE: RELATION

5  
O

原宿  
Harajuku  
RE: MIND

O

5  
areas of  
TCS

photo by Getty Images

小山薫堂 Kundo Koyama  
放送作家、脚本家



① あなたにとって「東京」とは？

松明。人々が集ったり、何かを照らしたりする力のある街。「A\_BOX」はTOKYO TORCHに設置されるが、東京はまさにみんなを惹きつける松明(Torch)のような場所。

② 丸の内のイメージは？

あらゆるジャンルの人たちが集まるビジネスの中心地。あらゆる知見を持った態度のいい大人が働く。いろいろなショップやレストランが集まっていることで、ビジネスと遊び、文化が交わり、熟成されている。

③ 「A\_BOX」の企画意図は？

1923年に「丸ノ内ビルヂング」ができてから、今年で99年。長い時間の中にさまざまな歴史がある。これから先、新しい歴史を作っていくのは子どもたち。伝統と風格を持った丸の内、子どもの視点をもとにした企画を行いたいと考えた。子どものビュアな感性と「ANREALAGE」森永邦彦さんのアバンギャルド性が混ざり合った時、化学反応が起きると思う。大人が子どものクリエイティビティに向き合い、作為がないことの美しさに気づき、童心に帰れたら。子どものパッションに触れることで、見た方も自分のなかのパッションを見つけ出してほしい。ショーでは、プロと素人の垣根なく、幅広い世代の人が登場する。年齢や職業といった境界線を越える試みにしたい。

## 丸の内 Marunouchi RE: DESIGN



●「A\_BOX」の場所は？

TOKYO TORCH 常盤橋タワー  
住所：東京都千代田区  
大手町 2-6-4

●再開発が進む東京・常盤橋に「A\_BOX」を設置。2021年にオープンした常盤橋タワーには、約3,000㎡の広場「TOKYO TORCH Park」がある。2027年度、日本一の高さとなるシンボルタワー「Torch Tower」が竣工予定だ。

●丸の内エリアの詳細はこちらから



●「Passion Anniversary!!!」で街に賑わいを

今年丸ビルが開業20周年、新丸ビルが開業15周年のアニバーサリーイヤー。そこでTCSでは、「Passion Anniversary!!!」をコンセプトに「祝祭感」を持って街全体を盛り上げる。

●「A\_BOX」のコンセプトは「RE:DESIGN」

エリアアンバサダーに小山薫堂氏を迎え、オープニングセレモニーではベビー・子ども関連ブランドの「familiar」と「ANREALAGE」のデザイナー・森永邦彦氏がコラボレーション。子どもたちがワークショップで描いたイラストから、森永氏がインスピレーションを受けたルックを制作し、ショー形式で発表する。会期中、「TOKYO TORCH Park」に設置する「A\_BOX」で展示される。

●「Future Designers Collection」で若い才能を発見

丸の内仲通りで開催する「Future Designers Collection」では、全国の服飾専門学校から選ばれた学生がショー形式で作品を披露し、丸ビル内でも学生による作品展示を行う。

満汐国明 Kuniaki Michishio  
「btrax」BXデザイナー、「KAPOK KNOT」ディレクター



① あなたにとって「東京」とは？

簡単に旅行ができる場所。東京には多種多様な街があって、電車に乗って行ける範囲で小旅行を体験できる。

② 日本橋のイメージは？

日本橋は呉服街、繊維街として栄えた街。もの作りの裏側にあるストーリーや素材のよさを大切にするお客様が多い。

③ 「A\_BOX」の内容は？

素材を軸に、「トラディショナル」「テクノロジー」「サステナブル」に関する展示を行う。普段見ることのできない伝統的な素材が間近で見られたり、テクノロジーを駆使した素材の機能に触れられたり、素材の生産背景を知ることができたりするなど、体験型のインスタレーションになる。

④ 日本橋のどんな魅力を届けたい？

日本橋は今と昔が共存する街。素材を通して、今と昔のよいところを発見してほしい。ものを選んで買うことは、自分の視野を広げてくれる。ものの本質を大事にする、日本橋ならではの買い物をぜひ体験してもらいたい。

## 日本橋 Nihonbashi RE: VIEW



●「A\_BOX」の場所は？

日本橋室町三井タワー  
COREDO室町テラス 1F 大屋根広場  
住所：東京都中央区  
日本橋室町 3-2-1

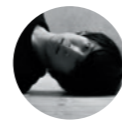
●COREDO室町テラスの南側に位置する開放的な空間。オフィスワーカーやショッピングで集う人々の憩いの場に「A\_BOX」を設置する。

●日本橋エリアの詳細はこちらから





富永省吾 Shogo Tominaga  
LQVE クリエイティブディレクター



綿野 賢 Tadashi Watano  
LQVE プランナー



① あなたにとって「東京」とは？

富永: 日本のお首都。

綿野: 変なやつがたたくさんいて怖い。

② 銀座のイメージは？

富永: さまざまな街が均質化していくなかで、未だ強い個性を保っている。

綿野: 街の佇まいにルールが感じられる。歴史のある建物も新しいモダンな建物も、「銀座」というトーンのなかにある。

③ 「RE: LOOK」という

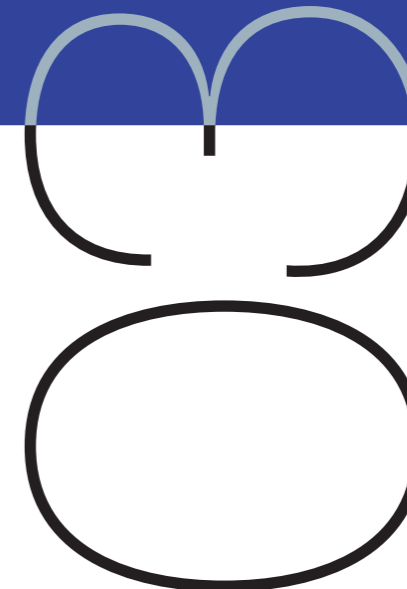
コンセプトに込めたものは？

綿野: 銀座はコロナ禍で打撃を受けた街の一つ。もう一度、人々の目が銀座に向くように、「二度見する街に」という意味を込めている。興味を持ち、足を運んでほしい。

④ 「A\_BOX」の内容は？

綿野: 「鏡よ鏡-glitch mirror-」というインスタレーション。グリッチ状に細かく裁断した鏡と、通常の鏡を合わせ鏡にすることで、訪れた人が見たことのない自分に遭遇する体験型の展示を行う。複数の商業施設で連動したインスタレーション、ビジュアルを展開し、街全体に一体感がある表現をしたい。

富永: 作品のコンセプトは「正しく映らない鏡」。自分の「正しくない」姿を見ることは、新しい自分を発見することにつながると思う。



## 銀座

Ginza

RE: LOOK



● 「A\_BOX」の場所は？

RL銀座(ラルフローレン 銀座)

住所: 東京都中央区銀座 2-6-3

● 2021年7月から1年間の期間限定でオープンした「ラルフローレン」の世界初となるコンセプトショップ。カフェ「RALPH'S COFFEE」も併設。話題のスポットに「A\_BOX」を設置する。

● 銀座エリアの詳細はこちらから



● コンセプトは「RE: LOOK」

銀座の街を思わず「もう一度見たい」という思いから、街を回りたくなる多彩な企画を行う。「モボモガ」に代表される銀座のファッションの歴史に注目。期間中、最初の土曜日の3月19日には、「スカーフ」をドレスコードに春の銀座を歩いてもらう。スカーフ着用の方に、さまざまなお店が特別なサービスを提供する。プロカメラマンによる写真撮影が行われたり、松屋銀座前ではヘアメイクショーが開催されたりするなど、お祭り気分を楽しめる。

● 「A\_BOX」は

「鏡よ鏡-glitch mirror-」

「RE: LOOK」を象徴する存在として、鏡を使ったインスタレーションに。銀座エリアは、気鋭のクリエイター・LQVEが担当し、新たな銀座を映し出す。さらに、銀座・和光、松屋銀座、銀座三越、GINZA SIX、銀座ベルビア館、東急プラザで、「A\_BOX」に紐づいたインスタレーション、ビジュアルを展開する。

marie claire × TOKYO CREATIVE SALON

松井智則 Tomonori Matsui  
株式会社ワンオー代表取締役



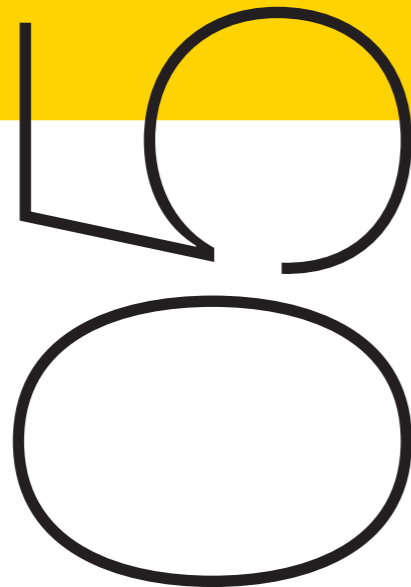
① あなたにとって「東京」とは？  
触発される街。パワーを持った人が集まっていて、その人たちとの出会いによって、「もっとこういうことをしたい」というイメージが湧く。

② 原宿のイメージは？  
ファッションの街としてグローバルに認知されている。地場産業を生かした祭りで盛り上げたいと思い、「シブハラフェス」をスタートした。

③ 「RE: MIND」というコンセプトに込めたものは？

ファッション業界の固定観念を見直そうという意味を込めた。一般的に、ショーでブランドが新作を発表した後、展示会でバイヤーがオーダーしたものを生産、それをお客様が購入し、余ったらセールを実施して、売れ残ると廃棄するという一連の流れがある。今回チャレンジしたいのは、実際のお客様にショーを見てもらい、お客様から直接受注して生産すること。さらに、廃棄されてしまうかもしれないストックを集めたファミリーセールも行う。なるべく廃棄を出さない仕組みを試みたい。

④ 原宿のどんな魅力を届けたい？  
カルチャーを生み出せる街は、世界を見渡しても多くはない。そういうエネルギーのある街を楽しんでもらえたら。



## 原宿

### Harajuku RE: MIND



photo by Keita Sayama/Aflo



- 「A\_BOX」の場所は？  
北谷公園  
住所: 東京都渋谷区神南 1-7-3
- 「A\_BOX」は渋谷エリアと共同で開催する。
- 原宿エリアの詳細はこちらから



●コンセプトは「RE: MIND」  
ファッションへの熱量を思い出すこと、そしてコロナ禍の今、精神や価値観を見つめ直すこと。2つの意味を込めている。

●TCSの期間中、「SHIBUYA HARAJUKU FASHION FESTIVAL(シブハラフェス)」を開催  
3月15日から31日の期間中、シブハラフェスが行われる。主なイベントは、デザイナーズブランドによるランウェイショーや、ファッションスクール「me」によるインスタレーション。すべてオンラインでも配信する。エンドユーザー向けの受注会があり、直接オーダーすることが可能だ。デザイナーと来訪者の交流が生まれる。ブランドやデザイナー、渋谷区内のショップ、専門学校生の作品などを集めたファミリーセールも実施。規格外の商品やサンプル品を、スタイリストによるコーディネート提案などでアップサイクルする。詳細は公式サイトで発表する。

谷尻 誠 Makoto Tanijiri  
建築家、起業家、SUPPOSE DESIGN OFFICE Co.Ltd. 代表取締役



吉田 愛 Ai Yoshida  
建築家、SUPPOSE DESIGN OFFICE Co.Ltd. 代表取締役



① あなたにとって「東京」とは？  
谷尻: エネルギーをもらう場所。良好なストレスがあって、それによってがんばれる。負荷のない成長はないので。

吉田: 自由。「いろんな人がいていいんじゃない?」という感じがする。

② 渋谷のイメージは？

谷尻: 働くことと住むことが混ざり合っている。

吉田: 路面店が多く、カルチャーがストリートで生まれていく。

③ 「RE:RELATION」というコンセプトから思うことは？

谷尻: 本来、建築を作らないほうが環境にはいい。作るなかで、どうやって少しでもいい方向に向かうことができるか。環境との関わり方が変わるようなものを考えていきたい。

④ 「A\_BOX」の内容は？

吉田: デニムのハギレなどを再利用した「アップサイクルボード」は、ファッションの街・渋谷らしい素材。「作って壊して捨てる」ではない、循環が生まれるものを作れたら。

⑤ 渋谷のどんな魅力を届けたい？

吉田: 渋谷には、多様性を積極的に認める文化がある。「A\_BOX」でも、たとえば「服を着る建築」みたいに、既成概念にとらわれない表現がしたい。



## 渋谷

### Shibuya RE: RELATION



- 「A\_BOX」の場所は？  
北谷公園  
住所: 東京都渋谷区神南 1-7-3
- 2021年4月にリニューアルオープンした渋谷区立北谷公園。ゆったりした広場のほか、イベントを開催できるステージやベンチで寛げる階段状のスペース、「ブルーボトルコーヒー 渋谷カフェ」も。交流と発信が生まれる新しい公園に「A\_BOX」を設置。
- 渋谷エリアの詳細はこちらから



●コンセプトは「RE: RELATION」  
ヒト、モノ、コトの関係を問う。コロナ禍において、変化した「関係」と変わらなかった「関係」。それらと改めて向き合うことで新たな創造(CREATION)を目指す。

●TCSの期間中は「渋谷ファッションウィーク」  
注目はデザイナーによるランウェイショー。昨年「KANSAI YAMAMOTO」が参加し、スクランブル交差点でのショーをオンライン配信した。今年のショーにも期待が高まる。期間中に街を彩るのが、分散回遊型のイベント「FASHIONART」。商業施設や路面店、街角など、約20カ所でアート作品が展示される。

●「A\_BOX」はサステナブルな素材を用いて  
谷尻誠氏、吉田愛氏が率いる建築チーム SUPPOSE DESIGN OFFICE が手がけ、渋谷と原宿が共同で開催。捨てられるはずの洋服やハギレで作った「アップサイクルボード」を利用し、サステナブルを意識したインスタレーションに。

東京は100年に一度の再開発が同時多発的に起きていると言われてしています。その勢いが止まらないなか、2020年に新型コロナウイルスが襲い多くの生活様式を変えました。さまざまな生活の仕方、働き方、価値観などが答えもなく変わり続けるなか、東京は一体どこに向かっているのか? 開発という経済性重視にも取れる操作によって、東京のそれぞれの“地”に染み付いたさまざまな文化や様式、知恵や知識は消えてしまう危機にあるのか? TCSという試みはそれぞれの地域の“地”としての特性だけではなく、“知”としての表現もする新たな試みだと思っています。

広く解像度の高い東京の街に、TCSのときだけでもランドマークとしてそのエリアごとに考える今の時代の哲学を今年のテーマでもある「RE:CREATION」というレンズを通して、濃度の高いインスタレーションを創ってもらいたいと考えました。それが「A\_BOX」です。これは東京のさまざまなエリアをつなぐ装置であり、その場所の知・哲学を知る場所でもあり、TCS全体の規模感を知り、他のエリアにも興味を持ってもらうきっかけになるとよいと思います。もっと東京が新たに多様な地層を創るようなイメージで、その今の基準値として「A\_BOX」を見ていただければ幸いです。

齋藤精一  
Seichi Saitou クリエイティブディレクター

## 「A\_BOX」という東京をつなぐ装置



marie claire X TOKYO CREATIVE SALON



photo by Getty Images

# 1 2 3

## 「TOKYO CREATIVE SALON 2022」 期間中の回遊イベント案内

### 「TOKYO CREATIVE SALON」 Dress-Code

会期中、各エリアのテーマカラーを身につけたファッションで「A\_BOX」前に来ていただいた方に、参加賞をプレゼント。  
(各エリアには独自のルールもあります)

#### Dress-Codeカラーは

日本橋: ピンク  
丸の内: 赤  
銀座: 青  
渋谷: 緑  
原宿: 黄色

場所: 各エリアの「A\_BOX」前  
期間: 3/18(金)~27(日)予定

### 「TOKYO CREATIVE SALON」 FASHION SNAP

ファッションスナップメディア「style-arena.jp」によるファッションスナップ撮影会を実施。ファッションナブルな装いの方を撮影させていただきます。  
\*撮影クルーは不定期に各エリアを巡回しています。

場所: 各エリアの「A\_BOX」周辺  
期間: 3/19(土)、20(日)、21(月・祝)、26(土)、27(日)  
対象: ドレスコード着用の方



STYLE-arena.jp

### 「TOKYO CREATIVE SALON」 ショッパー

期間中、各エリアの商業施設や店舗のお客様に、各エリアカラーを使用した特別なショッパーを無料でお渡しします。なおこのショッパーは素材、印刷ともに環境に配慮したものです。



ショッパーサイズ:  
W320×H420×  
D116mm

新型コロナウイルス感染症に関わる事情により、掲載内容に変更が生じる場合がございます。

marie claire X TOKYO CREATIVE SALON

## ArtSticker™

アプリを使って TOKYO  
CREATIVE SALON 5エリ  
アを回遊しよう

### [ArtSticker 利用方法]



1: 来場者は、会場内のQRコードをスマートフォン等で読み込みArtStickerにアクセス

2: QRコード掲載場所ごとに、それぞれのエリアページへとリンク

3: 各エリアページ内から、別エリアのページへの遷移も可能

● TCS全体・各エリアページのイベント、展示作品に関する詳細情報が掲載されています。

● TCS公式サイト・各メディア WEBページとの相互リンクも設置。またMAP機能としては各エリアの展示作品のマッピングを通じ、エリア内・エリア間を回遊しやすくしています。

● TOKYO CREATIVE SALONの詳細や、アートにまつわる情報はこちら。

アート・コミュニケーションプラットフォーム「ArtSticker」では、アート作品の位置情報を地図で確認したり、気に入った作品に感想を送ることもできます。

東京クリエイティブサロン公式ページ



@tokyo\_c\_s



@tokyocreativesalon



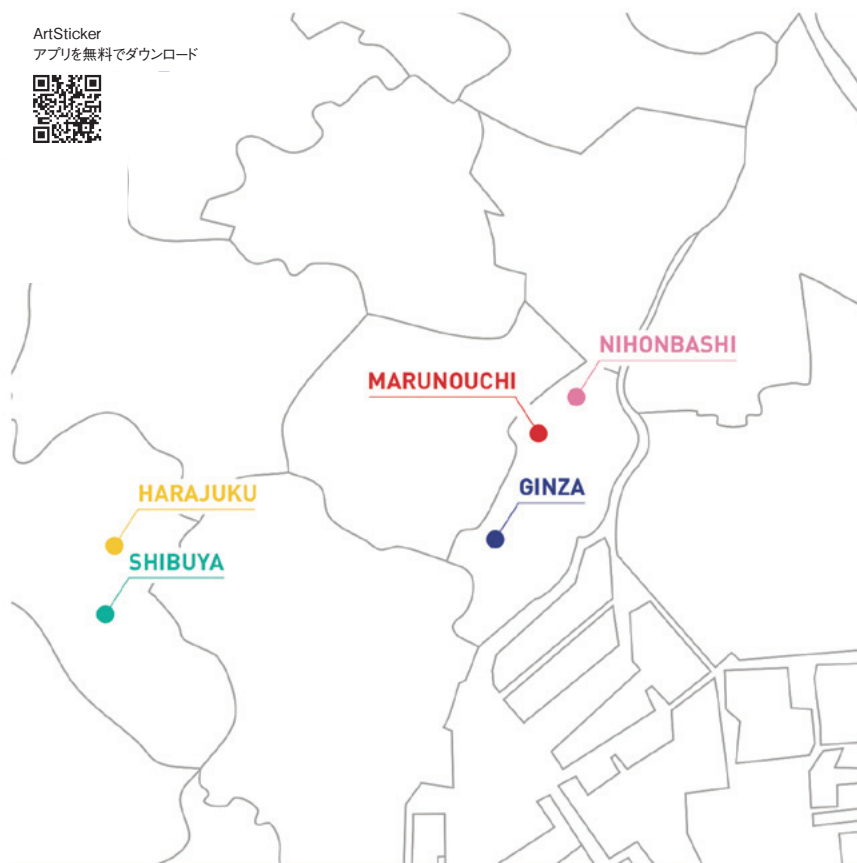
[https://tokyo\\_creativesalon.com/](https://tokyo_creativesalon.com/)



ArtSticker(アート  
スティッカー)は、  
アートに出会う機会

と、対話を楽しむ場所を提供し、アート鑑賞の「一連の体験をつなぐ」プラットフォームです。著名アーティストから注目の若手アーティストの作品まで、幅広く収録。作品のジャンルも、インスタレーション、絵画、パフォーマンスアーツなど、多岐にわたっています。

ArtSticker  
アプリを無料でダウンロード



東京クリエイティブサロン公式ページ



お問い合わせ先(会期中)  
TOKYO CREATIVE SALON  
事務局  
[info@tokyo-creativesalon.com](mailto:info@tokyo-creativesalon.com)

新型コロナウイルス感染症  
に関する事情により、  
掲載内容に変更が生じる場合  
がございます。

interview & text: Saya Tsukahara

marie claire × TOKYO CREATIVE SALON



© 2020 CG Cinéma International / Théo Films / Tribus P Films International / ARTE France Cinéma / UGC Images / DETAILFILM / Eurospace / Scope Pictures / Wrong men / Ritf (Télévisions belge) / Piano

# Marion Cotillard

## マリオン・コティヤールが挑むロック・オペラ・ミュージカル

Cover Story  
text: Masami Shimura

数多くの名優を生み出してきた「芸術大国」フランスが世界に誇る女優の一人、マリオン・コティヤール。2007年の映画『エディット・ピアフ〜愛の讃歌〜』では、フランス人女優として史上2人目、49年ぶりとなるアカデミー賞主演女優賞を獲得し、映画史にその名を刻んだ。名だたる監督からオファーが絶えないなか、フランスの鬼才レオス・カラックスの最新作『アネット』ではヒロインに抜擢。「傑作」との呼び声が高い話題作について、自身の思いを語る。

**洗** 練された大人の色気と、吸い込まれそうな大きな瞳が印象的な女優マリオン・コティヤール。毎年恒例の「世界で最も美しい顔100人」の常連でもあるマリオンの美しさは、スクリーンのなかでもひと際上品な輝きを放つ。世界中のフィルムメーカーのみならず、「シャネル」や「ディオール」といったラグジュアリーブランドがミュージズとして指名するのも頷ける。そんな彼女が「ダークファンタジー・ロック・オペラ」と称されるミュージカル映画『アネット』でタッグを組んだのは、映画界でも一目置かれる存在として知られているレオス・カラックス監督。劇中では、攻撃的なユーモアセンスで人気を博すスタンダップ・コメディ

アンのヘンリーと恋に落ちる国際的に有名なオペラ歌手のアンを演じている。「最初に脚本を読んだとき、この作品のヒロインを自分が手に入れることができ、本当にラッキーだと感じたわ。読み進めていくなかで物語にもどんどん引き込まれていったし、オペラ的なミュージカルの高揚感と映画が描く深い闇の両方にとても共感したのよ」レオス・カラックスの芸術性に心を奪われ、すべての作品を観ていたというマリオンだけに、本作のオファーには喜びとともにプレッシャーも感じていたと打ち明ける。「すぐにレオスと仕事がしたいと思ったものの、この役に求められるものすべて

を自分が発揮できるかどうかそのときはわからなかった。しかも、レオスは稀有な映画監督で、監督作もほんの数本。当然のことながらそれがプレッシャーとなっていたし、『もし彼の芸術性に応えることができなかつたら……』という恐怖を覚えていたのは確かよ。実際、たった数週間でオペラ歌手になれないのは明らかでもあったしね。だから、少しためらう気持ちもあったの」しかし、そんな不安を微塵も感じさせないほど、スクリーンに映るマリオンの堂々たる佇まいは、さすがにオスカー女優である。彼女自身の才能がなせる業であるが、それを引き出したのはレオス・カラックスの高い演出力。「初めから技術的なことや音楽などについて色々話し合うことができたし、役作りの参考になるような資料や動画をたくさん送ってくれたおかげで、役をよりよく捉えることができたわ。彼は細かいところにまでつねに注意を払っていたけれど、特に気にしていたのは私が着る衣装や

アンの外見。そうやって仕事を進めていくにつれて、アンが肉付けされていくのを感じることもできたの」さらに、撮影が始まってから驚かされることもあったと付け加える。「現場での彼はとても明解で情熱的。とにかく俳優を愛してくれるし、礼儀正しいのよ。俳優としてはレオスのようなアーティストから見守られ、大切にされていると感じられるのは素晴らしいことだと思うわ。彼は冗談を言う子どもみたいなところがあって、そのユーモアのセンスにはびびりたけれど、セットで笑わない日はないほど本当に活力に溢れた人なのよ。今回はヘンリー役のアダム（ドライバー）とも初めてだったけれど、笑いで絆を深めることができたし、暗く破壊的なキャラクターでも明るい雰囲気を保ったまま表現できたのは、「レオスの流儀」がもたらしてくれたものだよ」本作では、「美女と野獣」のようなセレブ・カップルの甘い恋愛関係を描くかと思いきや、2人の間に非凡な才能を持つ

た娘アネットが誕生したことによって、2人の人生が狂い始め、深い闇へと吸い込まれていく姿が映し出されていく。原案はロック界で50年のキャリアを誇る兄弟バンド・スパークスによるものだが、マリオンはこう分析する。「この映画で一番衝撃だったのは、エゴが結婚生活へ与える影響を描いているところ。エゴがいかに強力で自己実現をたきつけ、どれほど自分を自分自身から遠ざけてしまうか。そして、承認欲求という“病”がいかにすべてを飲み、人をモンスターに変え、それが一番身近な人たちの操るようになってしまうのか、という様を見ることできると思うわ。だから、アンとヘンリーを待ち受けているお互いを飲み合うような運命に対して、彼らはどうすることもできない。人を愛するものから引き離し、破壊させかねない内なる病をこの作品ははとてまパワフルに描いているのよ」大きなチャレンジとともに刺激的な現場を経たマリオンが、女優として新たな

扉を開いたことは間違いないだろう。フランスが生んだ唯一無二の才能が引き起こす不気味で美しい男女の“化学反応”に、息をするのも忘れてしまうはずだ。



【アネット】  
4月1日(金) ユーロスペースほか全国ロードショー  
監督: レオス・カラックス  
原案・音楽: スパークス  
歌詞: ロン・マイル、ラッセル・マイル & LC  
出演: アダム・ドライバー、マリオン・コティヤール  
公式サイト: <http://annette-film.com>

ニューサイトがスタートしました!

marieclairejapon.com

織座scorpio 10月23日~11月21日★シンブルに考える時、物事はいつかシンブル。自分が本当に求めているものに集中すると周囲や雑念に邪魔されることはありません。求めるものにエネルギーを注ぎましょう。



上 Hermès 軽快な足元がジャンプスーツと好相性。ジャンプスーツ¥631,400 サンダル¥143,000(ともにエルメス/エルメスジャパン)  
 左 Chloé リゾーティな雰囲気をつングサンダルで盛り上げて。ドレス¥504,900 サンダル¥81,400(ともにクロエ/クロエ カスタマーリレーションズ)

# Flatform Sandals

旬のバランスが叶う厚底フラットサンダル  
 Style Picks  
 realization: Shiho Amano

今シーズン、ぜひトライしたいのが厚底のフラットサンダル。  
 履き心地のよさに加えて、スポーティでリラックスした雰囲気が、コーディネートにほどよい抜け感をプラスして。

1. Jimmy Choo カジュアルなボデイに、エレガントなスカーフのストラップのコントラストが絶妙。サンダル¥123,200(ジミー チュウ) 2. Tod's 超軽量のEVAソールに施された「ゴミニニ ペブル」と、ヴェンテージ風のメタルバックルがツラしいリュクスなアクセントに。サンダル¥108,900(トッズ/トッズ・ジャパン) 3. Marni マルニの定番人気モデルより、夏らしい涼しげなラフィア風素材が新しく登場。サンダル「フスベット」¥94,600(マルニ/マルニ ジャパン クライアントサービス) 4. Dior インバクトのある「ミッツァ」柄は、スポーティな中にもエッジの利いたモードな足元を演出してくれる。サンダル「ディオールアクト」¥148,500(ディオール/クリスチャン ディオール) 5. Chloé エフォートレスなムード満載のトングタイプ。環境に配慮した素材を採用しているのも高ポイント。サンダル「ルー」¥81,400(クロエ/クロエ カスタマーリレーションズ) 6. Hermès 超軽量のテクニカル素材のソールとレザーストラップをミックスした上品なデザイン。ボリュームのあるソールなら、スタイルアップ効果も狙える。サンダル「エニド」¥143,000(エルメス/エルメスジャパン) 7. Valentino Garavani アイコニックなスタッズがソールにまでデザインされた、遊び心あふれるスライダー。サンダル「ローマン スタッズ タートル」¥75,900(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) 8. Stella McCartney 4cmほどのフットベッドは、エコアルターマットで覆われ快適な履き心地を約束してくれる。サンダル¥85,800(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) 9. Fendi チャンキーなクロスベルトに、ゴールドのブランドロゴがキャッチーな一足。着こなしのスパイスに。サンダル¥143,000(フェンディ/フェンディ ジャパン) 10. Birkenstock マノロ プラニックのシングネチャーであるクリスタルバックルが光る、スペシャルな一足。サンダル「アリゾナ」¥102,300(マノロ プラニック フォー ビルケンシュトック/ビルケンシュトック・ジャパン カスタマーサービス)

ニューサイトがスタートしました!  
[marieclairejapon.com](http://marieclairejapon.com)

天秤座 Libra 9月23日~10月22日★答えは愛の時。ピュアな愛。癒やし。愛。シンブルに物事の答えはこれらのエネルギーに由来するものなのです。自分を愛する時間を意識的にとり、愛を放ち、受け取りましょう。

乙女座 Virgo 8月23日~9月22日★分かち合う時。誰かと分かち合うためには、自身の好き嫌いを知り、選択をすることが大切。誰かに気持ち打ち明けたり、誰かに気持ちを打ち明けられたりすることは愛の循環なのです。



# Floral Print

華やかに咲くフラワープリントで春を満喫  
 Style Picks  
 realization: Shiho Amano

ドラマティックな大輪から可憐な小花まで、ランウェイに咲き誇るフラワープリント。  
 軽やかさのあるデザインや素材で今年らしくアップデートされ、着こなしを印象的に仕上げてくれる。

1. Lanvin リズミカルでポップなデジナー柄は、ブランドの創設者、ジャンヌ・ランバンの娘のマルグリットが着想源。トップ¥199,100 パンツ¥162,800(ともにランバン/コロネット) 2. Versace ターコイズブルー×ピンクの美しいカラーパレットが目目を惹く。ドレス¥444,400 シューズ[参考色]¥189,200(ともにヴェルサーチ/ヴェルサーチ ジャパン) 3. Dior ミリタリー調コートに花×ストライプのコビネーションが絶妙。コート¥473,000 パンツ¥181,500 バッグ¥407,000[ともに参考価格] (すべてディオール/クリスチャン ディオール) 4. Gucci 70年代のヒッピー風な雰囲気魅力。ドレス¥346,000 ハット¥96,800 ネックレス¥341,000 アイウェア¥37,400 シューズ¥207,900(すべてグッチ/グッチ ジャパン) 5. Dolce&Gabbana 黒地に白のバラをプリントしたストレッチサテンのドレスには、同柄のブラトップを合わせ、モードエレガンスを極めて。ドレス¥363,000 ブラトップ¥108,900[ともに参考価格] (ともにドルチェ&ガッバーナ/ドルチェ&ガッバーナ ジャパン) 6. Isabel Marant クロップトップ×パンツの旬のスタイリングで、小花も今年顔に。トップ¥96,800 パンツ¥85,800 ネックレス[シルバー]各¥42,350 [ブルー]¥50,600 プレスレット¥44,000(すべてイザベル マラン) 7. Salvatore Ferragamo 3輪の花が大胆にあしらわれたブルオーバーを、ショートパンツで軽快に。トップ¥308,000 ネックレス¥75,900 シューズ¥121,000(すべてサルヴァトーレ フェラガモ/フェラガモ・ジャパン) 8. Etro 花で覆われたカラフルなセットアップが新鮮。トップ¥134,200 インナーのスカート¥132,000 プレスレット各¥79,200(すべてエトロ/エトロ ジャパン) 9. Valentino 線画タッチのフラワープリントが、シックかつモダンムードを演出。ドレス¥511,500 ショートパンツ¥159,500(ともにヴァレンティノ/ヴァレンティノ インフォメーションデスク) バッグ¥297,000 チョーカー¥226,600(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)

獅子座 Leo 7月23日~8月22日★愛されている。美しく時あなたはとても愛されています。そんなメッセージを受け取るような出来事があるでしょう。愛情表現は人それぞれ。大切な人との絆が深まります。

## LOUIS VUITTON 神戸に「ルイ・ヴィトン」の新たなラグジュアリー空間が誕生

神戸の歴史と文化、そして日本を讃える外観や店内

「ルイ・ヴィトン」は、神戸旧居留地に構える店舗を移転し、3月19日、新たにルイ・ヴィトン神戸店をオープンする。螺旋階段で繋がる3フロアで構成され、店内にはトラベルラゲージをはじめ、バッグや小物、ウィメンズ&メンズのプレタポルテとシューズ、ウォッチ&ファインジュエリー、フレグランスにいたるまで、豊富なアイテムをラインナップ。神戸店の限定商品や世界に先駆けて発売される製品なども登場する。

新店舗は、既存の建物を活かしながら、アイコンックなモノグラム・モチーフを用いた、開放感溢れる外観が印象的だ。インテリアはピーター・マリノがデザインしたメゾン・ルイ・ヴィトン ヴァンドームおよびサンジェルマン店のコンセプトをミックス。メゾンの職人技を駆使したアーティスティックなインテリア

アのコレクション「オブジェ・ノマド」に加え、ヴィンテージとオリジナルの家具や什器を使用している。また、イサム・ノグチや天童木工の名作家具、神戸出身のアーティスト佐藤未瑛氏による店内アートなど、厳選されたファニチャーやアートを通して、日本ならではのデザインを讃えた空間になるという。

1 シックなカラーリングにモノグラム・パターンが映える。ショール [W117×H117] ¥104,500 [予定価格 国内は神戸店限定発売] 2 アイコニックな柄やカットワークがポイント。サンダル [H5.5] ¥117,700 [予定価格 国内は神戸店限定発売] 3 ジェラートをイメージしたレザー・パッチワークが爽やかな。バッグ「カプシーヌ BB」 [W27×H18×D9] ¥847,000 [予定価格 世界先行発売] 4 六甲山から見た夜景に着想を得た文字盤で、赤いLVロゴは神戸のポートタワーをイメージ。時計「タンブルスリム PM 神戸限定」 [ステンレススチール×ダイヤモンド、アリゲーターストラップ、クォーツムーブメント、ケース径28mm] ¥544,500 [予定価格 ※ストラップにより価格が異なる。70本限定発売] (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)



shop data  
ルイ・ヴィトン 神戸店  
2022年3月19日(土)オープン  
住所: 兵庫県神戸市中央区明石町 44  
営業時間: 11:00~20:00  
定休日: 不定休

お問い合わせ先: ルイ・ヴィトン クライアントサービス 0120-00-1854

## Special Exhibition GEM 貴石、軌跡、そして奇蹟。宝石のキセキに科博で出会う

高橋直彦 マリ・フレール副編集長

宝飾品マニアの期待も裏切らない充実の展示

「宝石なんて」と思っている人にこそ観てほしい。国立科学博物館で開催中の特別展「宝石 地球がうみだすキセキ」。宝石展といえば、絢爛たる宝飾品の陳列を通して出展ジュエラーの威容を強調する内容だったりして、華やかだが、実生活との接点を見出すことが難しかった。

それが今展は違う。地球の躍動によって宝石の生まれるプロセスに焦点を当てているからだ。まず、宝石の原石が含まれる母岩があって、それが多種多様な化学反応や、結晶化と融解を繰り返しながら鉱物を形成する。その中から、美しさ、耐久性、適度な大きさを備えたものだけが、採掘され、加工されて宝石になる。

その過程を科学博物館らしい律儀さで

紹介している。「原石の誕生」から「宝石の極み」まで全5章。丁寧な解説によって、宝石が自然と人為による奇蹟の産物であることが伝わってくるのだ。何ともロマンティック! 国立西洋美術館から貴重な橋本コレクションの指輪約200点やハイジュエラーによる超絶技巧の宝飾品も展示しており、マニアの期待も裏切らない。



「ピラミッド形ダイヤモンドの指輪」 15世紀 ダイヤモンド、金 国立西洋美術館所蔵 橋本コレクション  
「サファイア(ラフ)」 日本彩珠宝石研究所所蔵

「葡萄の葉のクリップ」 1951年 ファン・クリーフ&アーベル所蔵



所有の有無はさて置き、展示を観終ると、宝石がきつと身近な存在になっているはずだ。そこから地球の神秘や人間の美への欲望、そして装飾の本質的な意味合いなど、さまざまな思いが広がっていくだろう。



展覧会情報  
特別展  
「宝石 地球がうみだすキセキ」  
会場: 国立科学博物館 地球館地下1階  
特別展示室(東京・上野公園)  
会期: ~6月19日(日)  
月曜日休館  
(祝日の場合は翌火曜日休館)  
\*3月28日、5月2日、6月13日開館  
\*7~9月に名古屋市科学館にも巡回予定  
https://hoseki-ten.jp



「アル・ヌーヴォー フーク&ミュシャ作 コルサージュ・オーナメント」 1900年頃 個人蔵、協力: アルビオンアート・ジュエリー・インスティテュート

Present!  
特別展「宝石」展のチケットを、5組10名様にもプレゼント。  
詳細はこちらのQRコードから!



12星座占い師marie  
プロフィール★星の動きと独自の視点で感じたいムードを言語化したなら、星座のストーリーを発信! 絶妙なバランスで語られるメッセージは幅広い世代から支持を得ている。

次号予告 **marie claire** 4月21日刊行です  
21st April, 2022

shop list 掲載商品のお問い合わせ先

アイザベル マラン tel: 03-5772-0412  
ヴァレンティノ インフォメーションデスク tel: 03-6384-3512  
ヴェルサーチ ジェン web: www.versace.jp  
エロ ジャパン tel: 03-3406-2655  
エルメスジャパン tel: 03-3569-3300

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  
コロネット(ランパン) tel: 03-5216-6518  
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  
ステラ マッカートニー カスタマーサービス tel: 03-4579-6139  
トッズジャパン tel: 0120-102-578  
ドルチェ&ガッバーナジャパン tel: 03-6419-2220  
ベルクシュントクジャパン カスタマーサービス tel: 0476-50-2626

フェラガモジャパン tel: 0120-202-170  
フェンディジャパン tel: 03-3514-6187  
マルニ ジャパン クライアントサービス tel: 0800-080-4502

ニューサイトがスタートしました!  
marieclairejapan.com Welcome to Our Site!



水瓶座aquarius 1月20日~2月18日★完成させる時。やりかけたものは最後まで仕上げましょう。完成させることで、まとめる力が身につく。達成感も味わえます。それからまた、次の大きな目標に向かっていけます。

山羊座capricorn 12月22日~1月19日★始める時。ワフクすることがあればトライし、好奇心はそのまま行動に移しましょう。それはあなたの使命に関するものかもしれない。すでに取り組んでいる人に話を聞くのも。



「シャネル」のジュエリー クリエイション スタジオ デイレクターのハリス・ルグロウによる「アリュール セレスト」のイラスト



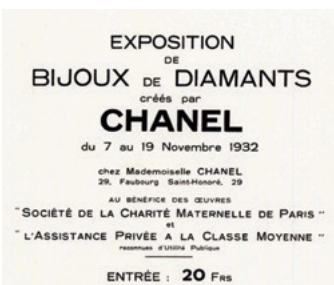
「シャネル」ならではのクリエイティビティとサヴォアフェール(匠の技)が集結し、唯一無二の逸品が誕生する



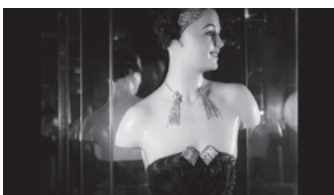
唯一現存する1932年発表の comet のブローチ。マドモアゼル シャネルが幼少期を過ごしたオバジヌ修道院の回廊の敷石にも見られた天体のモチーフは、現在もシンボリックなテーマとして受け継がれている



ヴァンドーム広場に臨むホテル リッツ パリのバルコニーに佇むマドモアゼル シャネルのポートレート



1932年当時の「Bijoux de Diamants」コレクションの招待状。20フランの入場料は2つの慈善団体に寄付された



実物に近い胸像にジュエリーをディスプレイし、あらゆる角度からクリエイションが見えるように工夫された当時の展示風景

# CHANEL

初のハイジュエリー発表から90周年  
「シャネル」の美意識を現代に繋ぐ  
「コレクション 1932」

マドモアゼル シャネルが生涯最初で唯一となるハイジュエリー コレクションを発表したのは1932年。その誕生から90周年を迎えた今年、「シャネル」から新たなハイジュエリー「コレクション 1932」が登場する。その第一弾としてお披露目されたのが、世界に1点だけの壮麗なネックレスだ。

photos: ©CHANEL

伝 説的なハイジュエリー コレクションにインスピレーションを得て、今年新たに誕生するハイジュエリー「コレクション 1932」。メゾンのアイコンである comet (彗星)に加え、月、太陽の3つの天体モチーフを調和させ、オリジナルコレクション同様、無駄を削ぎ落とし、身体の動きやすさを追求したコレクションだ。

その第一弾として、象徴的なネックレス「アリュール セレスト」が発表された。55.55カラットという大きなブルーサファイアと眩いダイヤモンドがセットされた世界に1点だけのマスターピースは、息を呑むような美しい輝きを放つ。ネックレスは長さを変えられ、ブローチやブレスレットにもなるフレキシブルな構造。ジュエリーも女性が自由に身体を動かさず、かつ女性自身を引き立てるものであるべき、というマドモアゼルの想いが継承されている。

初のハイジュエリー コレクション「Bijoux de Diamants(ダイヤモンドジュエリー)」が発表された1932年当時は、世界大恐慌の真っただ中。そんな陰鬱なムードを払拭するために、ロンドンのダイヤモンド商業組合の依頼を受けて、ハイジュエリー コレクションを作り上げたマドモアゼル シャネル。ダイヤモンドをシンプルに際立たせ、クラスプは排除し、形を変え自由に着けられるという斬新なジュエリーの発表は、ヴァンドーム広場のジュエラーたちに衝撃を与え、「シャネル

事件」といわれる騒動まで引き起こしたほどだ。また、その発表の仕方も先見性に富んでいた。マドモアゼルの自宅を会場にし、20フランの入場料を設定して展示会を開催。その入場料は慈善団体に寄付したという。さらに、配られたブレスレットの製作には、ジャン・コクトーら当時を代表する芸術家たちが集結し、協力を惜しまなかった。

革新的なアイデアがちりばめられた「シャネル」のハイジュエリー誕生のストーリーには、1世紀近くを経た今なお色褪せない新鮮な驚きと感動に満ちている。7月には約80点に及ぶ壮観なコレクションの全貌が明らかになる予定。その発表も今から楽しみに待ちたい。

射手座sagittarius 11月22日~12月21日★最高の自分を期待する時。最高のものを望みます。未来は明るいのです。魔法の力とは、信じる力のこと。不安は受け入れ、ポジティブな言葉を自分を満たしましょう。



90周年を記念した「コレクション 1932」より、ネックレス「アリュール セレスト」。 comet、月、太陽のイメージをグラフィカルに表現。ホフトゴールドに55.55カラットのオーバルカットブルーサファイア、8.05カラットのペアカットダイヤモンド、2.52カラットのラウンドカットダイヤモンドが儼然と輝く