

marie claire

marieclairejapon.com

27th October, 2022
No.166



Feminine
Singular

唯一無二の女性

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.166

「フランス レストランウィーク 2022」が2022年9月23日から10月16日までの24日間、日本全国で開催されました。10月は農林水産省が定める「食品ロス削減月間」で、まさに絶好のタイミングだったと言えるでしょう。

「フランス レストランウィーク」とは、2010年にフランス料理がユネスコの無形文化遺産に登録されたことにより、フランスで生まれたレストランイベント「皆でレストランに行こう」が日本に持ち込まれたものです。ダイナースクラブが特別協賛しています。

ダイナースクラブといえば、創業者が食事をするとときに現金を持ち歩いて支払うのは面倒なので、何かいい方法はないかと考え誕生したのがダイナースクラブカードです。ダイナースクラブはダイナー (diner=食事をする人、ディナーのお客の意) という言葉から誕生しているのです。

「フランス レストランウィーク」ではフランスの食文化の深さや楽しさを知ってもらうだけでなく、フランス料理と同様にユネスコの無形文化遺産に登録された日本料理の豊かな食文化を未来につなげていくこともその目的に掲げています。

もともとフランス料理は、各地方で、その風土や気候に沿った自然と共鳴する料理で、食材を余すところなく使い切るという基本があります。まさにサステナブルであり、フードウェイストにも対応しているのです。

このレストランイベントを日本でも展開しようと動いたのが世界でも有数のシェフ、アラン・デュカス氏。2011年に「ダイナースクラブ フランス レストランウィーク」が日本で始まりました。

そのアラン・デュカス氏のお話をうかがう機会がありました。場所はパレスホテル東京がアラン・デュカス氏をパートナーに迎え2019年に開業したフランス料理店「エステール」。エグゼクティブ・シェフであるマルタン・ピタルク・パロマー氏による、食材、調理法、提供する器などコースを構成するすべてにサステナブルな要素を取り入れた「200%ノーフード・ウェイストディナー」を楽しみながらの会でした。

アラン・デュカス氏は、出てくる料理をおいしそうに素早く平らげながら、現在進行中のプロジェクトやこれからについて語ってくれました。

まずは「エコール・デュカス」について。これは1999年に設立された、フランス料理人とパティシエのすぐれた知識を伝えるための学校です。フランス国内に3校と、フィリピン、ブラジル、タイ、インドでインターナショナルスクールを運営しています。専門家向けの短期クラスから3年間の学士課程など、いろいろなプログラムが用意されていて、ここでは調理技術から起業・経営のスキルまで、料理以外のことも習得できるようになっています。

2番目は「デュカス工房」の現状。チョコレート、ジェラート、コーヒーに続き、約30種類のビスケットのシリーズを開発し、日常の嗜好品に新たな風を吹き込みたいと話してくれました。

3番目は山梨県の水と地中海からインスピレーションを受け、山梨県の醸造元とスパークリング日本酒をシャンパーニュの製造法で造り、シャンパーニュのボトルに入れて販売するという試みについてでした。「七賢アラン・デュカス スパークリング サケ」はシャンパーニュのように透明感にあふれ、軽やかで辛口の味は新しいスパークリング日本酒の世界を作り上げています。

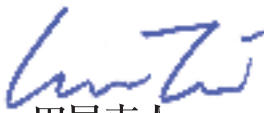
どれも料理のベースになる知識プラス現代にマッチした流れを考慮した試みで、フランスの食文化をより身近なものへと誘います。

アラン・デュカス氏はその名声にもかかわらず、常にユーモアを忘れず、穏やかな語り口で、自分の計画していることを語ってくれました。

世界11カ国にある約30のレストランを統括し、料理本の出版社や料理・製菓学校も新たに設立しています。食する人の健康や地球環境にも敬意を払い、料理人が果たすべき社会的責任を常に持ち、農業の保護を唱え、現代フランス料理のアンバサダーとして、精力的に世界を飛び回りながらフランス料理の発展と普及に努めているのです。

「あなたの最も重要な役目は？」との問いには、「知識の伝承」と答えてくれました。

2022年10月27日


田居克人

Katsuto Tai, marie claire 編集長

Contents

- 5 Welcome to marie claire /
- 6 Cover Story: Betty Catroux /
- 9 Style Picks: Playful Knit /
- 10 Style Picks: Get Bigger /
- 11 Style Picks: Peacoat Chic /
- 12 VACHERON CONSTANTIN /
- 13 LOUIS VUITTON /
- 14 SISLEY /
- 15 Beauty&Wellness:
Get Your Beauty Sleep /
- 16 CLARINS /
- 17 Beauty: Keep Scalp Health /
- 20 House of Dior Ginza /
- 21 Travel: vol.5
HOSHINOYA Kyoto /
- 22 Art: Alberto Giacometti /
- 23 Art: CHANOYU-
Tea in the Cultural Life of Kyoto,
shop list

cover

photo: ©Steven Meisel

marie claire

2022年10月27日発行 第11巻 第10号(通巻166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

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
阿部未祐加 Miyuka Abe
マルチンバイヤル ホストツェツェグ
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
〒100-8132 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、すべて税込価格です。



Betty Catroux

Cover Story
text: Tomoko Kawakami

永遠のファッションアイコン、ベティ・カトルー
サンローランを象徴するミューズの美学とは

©David Sims



©All rights reserved



©All rights reserved

イヴ・サンローランはベティ・カトルーに宛てた手紙の中で、「君は僕にとって、愛を象徴しているだけじゃない。限りないエレガンスだ」と書いた。そして、現クリエイティブ・ディレクターのアンソニー・ヴァカレロは彼女を“サンローランのスピリットを体現する女性”と評す。そんなモード界のカリスマ、ベティ・カトルーが愛したイヴ・サンローランのコレクションと彼女の美学に焦点を当てた展覧会「BETTY CATROUX-YVES SAINT LAURENT 唯一無二の女性展」が東京で開催されることが決まった。

モード界の巨星、イヴ・サンローランが自らの“片割れ”と親しみを込めて呼び、サンローラン・スタイルを現在でも象徴するミューズ、ベティ・カトルー。「僕の服を着たベティは完璧だ。ただこうあってほしいという理想のまま。長く、長く、そして長い」とイヴが1968年、『WWD』に語ったように、彼女は、身長183cmに長い手足、少年のように華奢な体形にプラチナブロンドのロングヘア。一目見ただけで誰か分かる、アンドロジナスな魅力を放つ、まさに唯一無二の存在だ。

イヴのみならず、多くのアーティストに影響を与えてきた“永遠のファッションアイコン”、ベティ・カトルー。その物語を緋きながら、サンローランの現在と過去を繋ぐ展覧会「BETTY CATROUX-YVES SAINT LAURENT 唯一無二の女性展」が11月19日から東京で開催される。本展では長年、イヴ・サンローランのクチュールコレクションを着こなしてきたベティが、ピエール・ベルジェ＝イヴ・サンローラン財団に寄贈した貴重なワードローブを公開。サンローランのクリエイション、そしてベティのユニークなパーソナリティと美学を探究する内容になっている。

この展覧会の監修を手がけたサンローランの現クリエイティブ・ディレクター、アンソニー・ヴァカレロはベティとの出会いを振り返りながら、こう語る。

「ベティ・カトルーのことは何でも知っているような気になってしまうほど、その存在はあまりにも有名だ。どこかボーイッシュでありながら、とてつもなくフェミニン。実際の彼女はイメージ通りであると

同時にまったく違ってもいた。私の手がけたキャンペーンでデイヴィッド・シムズが撮った写真は、ありのままの彼女の姿を捉えている。ベティはサンローランの普遍性の生き証人。身につけ、注目を浴び、話題になり、無関心ではいられない存在感を放つ。まさにそれがサンローランなんだ。そのモダンティやエッジネスこそが、ベティと彼女のスタイルをテーマにしたこの展覧会の核になった」

ヴァカレロが絶賛するベティ・カトルーのスタイル。それはどのようにして培われたのか？ フランス人のソーシャライト、カルメン・セイントを母に持ち、ブラジルで生まれたベティ。4歳でパリに移り住み、16歳でモデルの仕事を始めた。

「母の友人の勧めでシャネルのモデルに。2年ほどやったけど、番号を手につけて歩くのは好きじゃなかったわ」とベティ。

『ヴォーグ オム』の編集長、オリヴィエ・ランヌが綴った展覧会への寄稿文によると、1967年のある夜、ナイトクラブでイヴとベティは運命的に巡り合う。

「イヴの一目惚れだった。私の見た目にね。私は中性的で、性を越えた存在だった。私たち2人はとても瘦せていて、青白く、プラチナブロンドの髪をしていた。少しアンドロジナスなところがあって、2人とも変わり者だった。確かに私たちはよく似ていた。彼は私にいろいろな褒め言葉をかけてくれて、すごくフレンドリーでおかしくて、性悪でイカしると思ったわ。以来、私たちが離れることはなかった」

イヴはすぐにベティにモデルになってほしいと頼んだが、彼女の答えは「ノン」。あの伝説のタキシードを纏った女

性たちが闊歩する「スモーキング」のコレクションを世に送り出し、モード界を席巻する天才デザイナーにとっては予想外の返事だったに違いない。それでも気が合うイヴとベティは時間をともに過ごし、やがて彼女はサンローランのミューズとなる。ちょうどその時期、イヴ・サンローランは伝統的なブルジョア階級の客層から脱し、自分と同世代の女性たちを虜にする服を作りたいと考えていた。その魅了したい同世代の女性の中にベティもいた。

「男性の服を纏ったアンドロジナスな女性が、クラシックな女性性という伝統的なイメージを覆す」とイヴは語っている。20世紀を代表するファッションデザイナーへと上り詰めたイヴとベティの関係は、彼が2008年にこの世を去るまで続いた。「イヴは自分が作った服を着てほしいと、次々と届けてくれて、私が好きなように自由に着させてくれた。スタイルはいたってシンプルよ。タキシード、パンツ、レザージャケット。色はすべて黒。ジュエリーもなし。マラケシュで彼と過ごしたとき、彼は一日中、デッサンを描いていて、夕食のときだけ集まるの。私は毎晩、ドラマティックな装いで登場するようにしていた。彼を喜ばせたくてね。イヴは私が彼のために働くことを決して望まなかった。それってすごく特別なことよ。彼は贅沢品としての私が好きだったの」

ヴァカレロが「彼女はまさにサンローランそのもの。魅惑的でミステリアス、不埒とも言える側面を持ち、捉えどころがないけれど、憧れる存在」と表現するベティは、今でも“サンローランの片割れ”として強いオーラを放っている。



©Steven Meisel

〈P6〉1993年に伊版『ヴォーグ』に掲載された特集「イヴへの賛辞」にて、イヴ・サンローラン・リヴ・ゴージュを纏うベティの姿をスティーブ・マイゼルが撮影（P7）上：2020年にデイヴィッド・シムズが撮影したベティ・カトルーとアンソニー・ヴァカレロ 左下：1970年代、スモーキングジャケットに身を包むイヴ・サンローランとベティ・カトルー 右下：メンズライクなパンツスーツもベティの装いに欠かせない。1980年、パリの街角で撮られたショット

展覧会情報
「BETTY CATROUX-YVES SAINT LAURENT
唯一無二の女性展」

開催期間：2022年11月19日（土）～12月11日（日） 閉館日なし
開場時間：10:00～19:00 最終入場18:20
会場：天王洲寺田倉庫 B&C HALL/E HALL
東京都品川区東品川2-1-3
入場料：無料





左 Chanel 立体的なエンブroidリーとマルチカラーのカメラアコサージュが華やか。コート¥1,024,100、ブルオーバー¥1,104,400、パンツ¥555,500、チェーン付きポーチ(カメラアは付属なし)¥585,200、靴¥168,300(すべてシャネル/シャネル カスタマーケア) 中 Prada 意外性のあるプリント柄とイエローのタートルが新鮮。ニット¥264,000、スカート¥548,000、バッグ¥484,000、靴[参考商品](すべてプラダ/プラダ クライアントサービス) 右 Kenzo 伝統的なフェアアイル柄をモダンにアレンジ。ニットトップ¥103,400、パンツ¥78,100、スヌード¥44,000、バッグ¥78,100、靴¥113,300(すべてケンゾー/ケンゾーパリ ジャパン)



Playful Knit

最旬ニットはマルチカラーが気分!

Style Picks

photos: Asa Sato(2,5) / realization: Maki Kimura

ブラウンやカーキなどの秋色になりがちなニットも、今年はマルチカラーで鮮度がアップ。フェアアイルやアーガイルなどのクラシックな柄も明るめカラーを投入すれば主役の1枚に。

1.Chloé 不規則なマルチカラーストライプがグラフィカル。モックネックとクロップド丈のバランスも絶妙。ニット¥225,500(クロエ/クロエ カスタマーリレーションズ) 2.Dsquared2 ミックス柄にオンしたストライプが目玉を引く。ニット¥105,600(ディースクエード/スタッフ インターナショナル ジャパン クライアントサービス) 3.Stella McCartney アメリカ人アーティスト、フランク・ステラのVシリーズに着想を得たデザイン。ニット¥174,900(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) 4.Nina Ricci アーガイルチェックを明るめカラーで仕上げて旬顔に。ライトブルーのリブデザインもアクセント。ニット¥148,500(ニナ リッチ/イザ) 5.Marine Serre 幾何学的なダイヤ柄をベースに、ラグラン風に切り替えたアームパターンのコントラストがユニーク。ニット¥133,100(マリーン・セル/エムエイティティ)



©REX/ALTO



5



1



2



3



4



1



2



5



4



3



左 Saint Laurent パワーショルダーとタイトフィットのバランスでモダンエレガントな印象に。コート¥583,000、ドレス¥1,870,000、靴¥269,500[すべて参考価格] (すべてサンローラン バイ アンソニー・ヴァカレロ / サンローラン クライアントサービス) 中 Alaïa ビッグカラーとルーズシルエットが特徴的。艶ポタンが映える。コート¥546,700、ドレス¥155,100[参考価格]、靴¥138,600(すべてアライア / リシュモン ジャパン アライア) 右 Dolce&Gabbana オーバーサイズ感運うフォルムが今っぽい。コート、トップス、靴[すべて参考商品] (すべてドルチェ&ガッバーナ / ドルチェ&ガッバーナ ジャパン)

photos: Asa Sato (1,3) / realization: Maki Kimura

秋冬の定番であるマリンライクなPコートが今季は再注目。ビッグラベルやドロップショルダーといった最旬ディテールを詰め込んだ、よりモードに進化した1着をご提案。

1.Bottega Veneta 後ろに傾斜する裾のラインとサイドのカーブシルエットがまるでコクーンのような。コート¥515,900(ボッテガ・ヴェネタ / ボッテガ・ヴェネタ ジャパン) 2.Lemaire マスキュリンなボクシーシルエットにパテッドショルダーやスロートラッチなどのマリンディテールを落とし込んだ。コート¥148,000(ルメール / スクワット / ルメール) 3.N21 ドロップショルダー、ロングスリーブ、ウエストコンシャスといった細部によって、構築的な絶妙バランスが完成。コート¥176,000(ヌメロ ヴェントゥーノ / イザ) 4.Stella McCartney ロングのラインに大きな襟とパッチポケットディテールが目を引く。コート¥333,300(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) 5.Sportmax ハイウエストで絞ったシルエットと襟のすぐ下からはじまるダブルプレストがミニマルな表情を演出。コート¥129,800(スポーツマックス / マックスマレー ジャパン)

marieclairejapon.com

Get Bigger

進化系オーバーサイズアウターに注目!

Style Picks
photos: Asa Sato (1) / realization: Maki Kimura

構築的なデザインで新鮮さを投入したり、正統派テラードにツイストを利かせたりと、オーバーサイズアウターが今季はさらにアップデート。さらっとまとうだけでこなれ感が増す!

1.Gucci ネイビーにゴールドボタンが映えるダブルプレスト。肩はワイドシルエットながらピークドラベルが利いた正統派テラード。ジャケット¥528,000(グッチ / グッチ ジャパン) 2.Celine 程よく赤が利いた千鳥格子がフレンチシック。ジャストの袖と長めの裾丈バランスが絶妙。ジャケット¥363,000[予定価格] (セリーヌ バイ エディ・スリマン / セリーヌ ジャパン) 3.Nina Ricci ポケット位置に袖口をデザインしたコクーンのようなフォルムのボンチョジャケット。ミニスカートと合わせて今年らしく着こなしたい。ボンチョ¥297,000(ニナ リッチ / イザ) 4.Peter Do しつけ糸のような白いステッチやビッグラベルが存在感抜群。裏地の取り外しが可能でオン・オフで楽しめる。ジャケット¥577,500[参考価格] (ピータードゥ / ザ・ウォール PR) 5.Tod's ワイドめの身幅とコンバクトな襟の対比がモダンなオーバーコート。艶やかなバージンウールにボタンのレッドステッチが映える。コート¥223,300(トッズ / トッズ・ジャパン)



第4弾の「アーティーカプシーヌ コレクション」は、全世界限定各200個(ダニエル・ビュレンのバッグはカラーバリエーションごと各限定50個)を製作。世界各国のルイ・ヴィトン ストアで発売中。バッグ各¥1,276,000(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)

LOUIS VUITTON

今年も著名アーティストが参加！ 「ルイ・ヴィトン」の限定バッグ「アーティーカプシーヌ」

「ルイ・ヴィトン」は、第4弾となる「アーティーカプシーヌ コレクション」を発表。
今回も6名の気鋭の現代アーティストたちとメゾンが誇る
究極のクラフツマンシップが共演する、独創的な「カプシーヌ」が誕生した。

photos: ©LOUIS VUITTON
text: Tomoko Kawakami

2013年の登場以来、「ルイ・ヴィトン」のアイコンバッグとして高い人気を誇る「カプシーヌ」。その名前は1854年にヌーヴ・デ・カプシーヌ通りに誕生したメゾンの第一号店にオマージュを捧げて付けられた。このタイムレスでエレガントかつ、洗練されたデザインが魅力的なバッグ「カプシーヌ」に、気鋭の現代アーティストたちの世界観が吹き込まれた限定版が「アーティーカプシーヌ コレクション」だ。2019年にスタートしたアーティストとのコラボレーションも今年で4回目。ダニエ

ル・ビュレン、ケネディ・ヤンコ、バク・ソボ、アメリカ・ペルトラン、ピーター・マリノ、ウーゴ・ロンディノネの6名の世界的に活躍する著名なアーティストが、「カプシーヌ」を真っ白なキャンバスに見立てて、それぞれのクリエイションを投影。今回は、新たに9種類のバッグがデザインされ、斬新でオリジナリティ溢れるビジョンを、「ルイ・ヴィトン」が誇る職人たちのクラフツマンシップと創意工夫により、エレガントなバッグへと昇華させた。その話題の最新作から、注目の3名のクリエイションをクローズアップ。

©Christophe Coënon



©Sean Davidson



PETER MARINO ピーター・マリノ

1949年ニューヨーク生まれ。1978年に創立された建築設計事務所、ピーター・マリノ・アーキテクトの代表で建築家。数々の「ルイ・ヴィトン」の店舗も手がけ、東京・銀座並木通り店も建築家・青木淳とタッグを組みデザインした。今回のオールブラックの「アーティーカプシーヌ」は、偶然見つけたアンティークのスタッズ装飾のトランクがベースに、モノクロームのバッグのボディ部分は、上質なカーフレザーを職人が手で細長くカットして緻密なパッチワークに仕上げ、さらに315個の軽量のスタッズを装飾。それにより力強いビジュアルと立体的な感触が生まれた。



DANIEL BUREN ダニエル・ビュレン

1938年パリ郊外のブローニュ・ビヤークール生まれ。60年以上にわたり、アートとその物理的かつ知的な構造との関係性、人間と光と空間の認識を探究した作品を制作するアーティスト。今回は、「ダブルデザイン」というコンセプトのもと、自身が追求するアーティスト的なテーマをプレイフルに表現。ポリッシュ仕上げを施したレジン素材のセミサークル型ハンドルがバッグの両サイドで反射し、完全なサークルシェイプを描き出す。そして、そのハンドルには彼のトレードマークであるストライプを配し、台形と円形という2つのシェイプが浮かび上がるシンプルなデザインに。



©Christophe Coënon



AMÉLIE BERTRAND アメリ・ペルトラン

1985年カンヌ生まれ。「現実の空間ではなく、描いた空間のみを創造する」と語り、人工的でサイケデリックなビジュアル世界を歪んだ遠近法や奥行きのない視点で表現するアーティスト。夏の夜遊びのムードが着想源となった「アーティーカプシーヌ」は、メゾン初となる、暗闇で仄かな光を放ち、夜を照らすバッグ。革新的な顔料加工により、温かみのある輝きを纏った。カーフレザーのボディ部分を彩る賑やかなカラーグラデーションは、技巧を凝らしたハンドスプレーペイントで仕上げられている。彼女らしいオーバーサイズのフラワー・モチーフとチェーンの装飾もアクセント。



VACHERON CONSTANTIN

シンプルを極めた佇まいに2人の美意識が宿る 「ヴァシュロン・コンスタンタン」の洗練ウォッチ

現存する最古の時計メゾンとして知られる「ヴァシュロン・コンスタンタン」。
マニファクチュールならではの技術に裏打ちされたタイムピースに世界の愛好家が憧れる。
中でも「パトリモニー」は、シンプルを極めたドレスウォッチとして
男女問わず人気が高い。装飾を削ぎ落とすことで
表現された「エレガンスの本質」を纏う

贅沢をあなたにも。

photo: Hisashi Ogawa / styling: Yumeno Ogawa
text: Naohiko Takahashi

熟練の手仕事 that 息づく エレガンスの粋を纏う

時計好きなら誰もが知っている。「ヴァシュロン・コンスタンタン」の威光を。例えば、1755年にスイスで創業して以来、途絶えることなく続いてきたメゾンであること。あるいは、ムーブメントから一貫製造する数少ないマニファクチュールであり、その多くが最高級スイス時計の証しであるジュネーブ・シールの認証を受けていること。そして、2015年には、世界で最も複雑な機械式懐中時計を発表してマニアを驚嘆させたこと。

そうした高度な技術力で知られるメゾンから、04年に「パトリモニー」がリリースされた時、多くの人が意表を突かれた。それがミニマリズムを極めたドレスウォッチだったからだ。とりわけ、メンズの「パトリモニー・マニユアルワインディング」は、ラウンドケースに2針と、最低限の要素で構成。それなのに艶やかな気品を漂わせ、瞬く間にメゾンを代表するタイムピースとなった。

シンプルな意匠とは裏腹に、熟練したクラフトマンシップが随所に息づいている。例えば、文字盤。緩やかなドーム型になっていて、その曲線に沿う形で針もデザインされている。レディースの「パトリモニー・オートマティック」も洗練された華やかさを強調。文字盤はブラッシュピンクのグラデーションで彩られ、ミニッツトラックには48個のダイヤモンドが煌めく。「機械式は初めて」という女性でも扱いやすいようムーブメントは自動巻きで、ストラップもワンタッチで交換できる。無駄な装飾を極力省くことで表現された「腕時計の本質」。その「本質」が「エレガンス」を演出する。あなたにも「パトリモニー」というエレガンスを纏ってほしい。

無駄のない美しさに魅せられるメゾンを代表するコレクション「パトリモニー」の最新作。温かみのあるピンクゴールドのケースと上品な彩りのレザーストラップが調和し、2人の時間を優雅に演出する。時計(左から)「パトリモニー・オートマティック」[PG×ダイヤモンド、アリゲーターストラップ、ケース径36.5mm、自動巻き]¥3,982,000 「パトリモニー・マニユアルワインディング」[PG、アリゲーターストラップ、ケース径40mm、手巻き]¥2,860,000(ともにヴァシュロン・コンスタンタン) PG=ピンクゴールド

深い良質な眠りが、健やかで、満ち足りた、10年後の自分を作る

photo: Naomi Circus / text: Satsuki Tadokoro

“睡眠負債”という言葉が近年取り沙汰されているが、そもそも大人は何時間寝ればいいのだろうか？「アメリカの研究機関では7～9時間睡眠が推奨され、逆に5時間以下が続くと、健康へのリスクが高まるとされています。睡眠時間の確保が難しい場合、寝入りばなの3時間で、いかに質のいい睡眠をとるかがポイント。最初の3時間に、健康や美容に欠かせない成長ホルモンが大量に分泌

され、身体の新陳代謝を促します。深い眠りは食欲中枢を抑制するため、ダイエットにも有効。睡眠タイムは、まさにエステイムと言えるんです」(友野さん・以下同)

睡眠の質を高める効果的な方法は？
「睡眠環境を整えることが大切です。枕やマットレスなどの寝具はもちろん、肌に触れる枕カバーやパジャマは、保湿・保温効果の高い綿やシルクなど、素材にこだわつ

て。また、就寝時は灯りを消して暗くしましょう。わずかな灯りでも一晩中ついたらまだと、睡眠の質が落ち、うつや罹患率や肥満のリスクが約2倍に高まるという日本の研究データもあります。食事は3食バランスよく、特にたんぱく質は朝からしっかり摂ること。たんぱく質に含まれる必須アミノ酸・トリプトファンが、幸福ホルモンと呼ばれるセロトニンの材料となり、夜になると熟睡をもたらすメラトニンに変換されるので

す。メラトニンには強力な抗酸化作用もあり、美肌効果や免疫力アップが期待できます。さらに、サプリメントやアロマ効果のあるアイテムを取り入れることも、良質な睡眠を得るのにおすすめです。自分の好きなもの、好きな香りに包まれる幸福感が、深い眠りへと導いてくれますよ」

友野なお
睡眠コンサルタント。株式会社SEA Trinity代表。眠りの専門家として、執筆・講演活動や企業の商品開発などに携わっている。



1. Veda Vie 眠りの質を高めるパッションフラワーに、不安や緊張を鎮めるラベンダー、オレンジフラワーをブレンドしたノンカフェインティー。ヴェーダヴィ パッションフラワーブレンド 2.8g×30包 ¥3,780 / ヴェーダヴィ カスタマーセンター
2. THE BODY SHOP 天然のエッセンシャルオイルの方で、日常を健やかに整えるウェルネスシリーズから、質の高い休息と睡眠をとりたときに、ウェルネス ヘア&ボディウォッシュ ラベンダー&ベチバー 200mL ¥2,200 / ザボディシヨップ 3. BRAIN SLEEP クリップタイプのデバイスと専用アプリを連動させることで、高精度でパーソナルな睡眠計測が可能に。ブレインスリープ コイン ¥8,800 / ブレインスリープ 4. athletia 深い安らぎと活力をイメージした(breathe & sleep)ラインから、二層式ボディオイルが誕生。アスレティア デュアルエッセンス ボディオイル O1 100mL ¥6,600 / athletia 5. THREE 天然のエッセンシャルオイルや植物エキスを配合の二層タイプのボディ用美容液。心と身体、肌をほぐし、女性特有の揺らぎにアプローチ。THREE エミング ボディセラム 97mL ¥8,800 / THREE 6. est 血流改善に働くコーヒードロゲン酸類と、睡眠の質を向上し、肌の健康を保つGABAを配合。エストリキッドサプリメント+ 100mL×10本 ¥5,400 / 花王 7. YAMADA BEE FARM 古くからのリラックス素材である国産蜂蜜と注目の天然ハーブ・ラフマ、大麦由来のGABAが、おだやかな休息をサポート。グッスリーP 30粒 ¥2,268 / 山田養蜂場 8. Jo Malone London シーツや枕などに吹きかけて。魅惑的でやさしく官能的な香りが、心地よい眠りを演出。ムーンリット カモミール ピロー ミスト 50mL ¥5,940 / ジョー マローン ロンドン お客様相談室 9. BRAIN SLEEP GABA配合で睡眠の質の向上、ストレス緩和、記憶力の維持をサポートするトリプル機能性ウオーター。ブレインスリープ ウォーター 200mL×30本 ¥9,720 / ブレインスリープ

SISLEY

眠っている間に美しさを修復・再生
ナイトケアの最高峰“スプレミヤ”から
待望のローションが誕生！

フランス発の植物美容学(フィトコスメトロジー)ブランド シスレーから、夜の肌のはたらきに着目した「スプレミヤ スキンケア ローション」が登場！眠っている間に美しい肌を育む、理想的なエイジングケアを取り入れたい。

photo: Naomi Circus / text: Mayumi Kurata



夜間に活発になる肌の
再生修復力を最大に

夜間が、美しさと健康を育む時間であることは、もはや誰もが知るところ。けれど、ライフスタイルの変化によって、深夜までリラックスすることができず、質のいい睡眠がとれないことも。シスレーの“スプレミヤ”は、肌の再生と修復の活動が活発になる夜、肌が本来持つ力を最大限に引き出すために開発されたブランド最高峰のスキンケアシリーズ。すでに人気の夜用美容液や夜用クリーム、夜用アイケア美容液に続き、この秋には、待望の保湿化粧水「スプレミヤ スキンケア ローション」が誕生した。夜のスキンケアの最初に使うことで、肌を濃密なうるおいで満たし、その後に続くナイトケアのパフォーマンスを飛躍的に引き上げることが可能になった。

翌朝の肌には、
質のいい睡眠をとったとき
のような輝きとハリが

コクのあるシルキーなテクスチャーが、うっとりするほど心地いい「スプレミヤ スキンケア ローション」。手のひらにとり、顔の中心から外へ、やさしくマッサージをするようになじませ、指先で軽くピンチングをしたり手のひら全体で包み込むと、肌と心がリラックス。濃密なうるおいですばやく満たし、肌の受容性を高めることで、有効成分の浸透をスムーズに。そして、夜間の修復活動をサポートし、肌本来のはたらきを目覚めさせ、満ち足りた美へと導く。翌朝の肌には、たっぷり睡眠をとったときのような明るい輝きが満ちあふれ、明日からの肌に対する自信が生まれているはず！

五感を満たす使い心地で、
最上級のリラックス

爽やかでいてコクのあるテクスチャー。ダマスクローズやマグノリア、ゼラニウムなどのエッセンシャルオイルによるナチュラルな香りにもうっとり。スプレミヤ スキンケア ローション(保湿化粧水) 140mL ¥29,700 / シスレー

睡眠中に美肌を再生する
最強のラインナップ

「スプレミヤ スキンケア ローション」で肌への浸透力を高めた肌に、続けて使いたいラインナップ。一人一人の肌に眠る“美しくなる力”を目覚めさせ、美しさを育んで。

目もとの悩みに
集中フォーカス

シルクのようになめらかなテクスチャーが、エイジングのサインが目立ちやすい目もとにフィット。乾燥や小ジワ、クマ、たるみなどの悩みを集中してケア。スプレミヤ アイ(夜用アイケア美容液) 15mL ¥34,100 / シスレー



翌朝の肌に
感動をもたらす美容液

選りすぐった植物成分の独自ブレンドによる革新的なフォーミュラが、パワフルに肌活動をサポート。翌朝の肌にもたらされる明るいツヤ、ふっくらとしたハリに感動！スプレミヤ(夜用美容液) 50mL ¥85,800 / シスレー



悩めるドライスキンの
救世主

栄養と保湿成分をたっぷり贅沢に配合した濃密なバーム。コクのあるテクスチャーで乾きがちな肌をしっかりと包み、日中のダメージを忘れさせるような頼もしさ。スプレミヤ バーム(夜用クリーム) 50mL ¥85,800 / シスレー



“頭皮ファースト”の大人のヘアケア

text: Kiriko Sano



水井真理子さん
トータルビューティアドバイザー
ひとりひとりに寄り添い、無理なく綺麗になれる美容法を提案。エステティ
ックの理論に基づいた豊富な知識と的確なアドバイスで知られ、広告や
雑誌などで幅広く活躍。ツヤツヤの美しいロングヘアの持ち主でもある。

健やかな頭皮をつくる
ブラッシング習慣

「頭皮マッサージを習慣にするために、専用のブラ
シを使うのはおすすめです。シャンプー用のブラシ
を活用すると、毛穴詰まりがスッキリと解消。いきなり
シャンプーするのではなく、先にぬるま湯で予洗
いをして汚れを流しておく、よりしっかりと洗えま
す。シャンプー後は弾力性のある頭皮に優しいブラ
シで、マッサージしながらブローを」(水井さん)

6. クッション性があり、頭皮に優しい使い心地。大きめサイズだから効率よ
くケアできる。ダイソン バドルブラシ(ニッケル/ブラック) オープン価格/
ダイソン 7. シャンプー時に使うクレンジング&マッサージブラシ。572本
の先玉ピンが汚れや皮脂をオフ。エス・ハート・エス スカルプブラシ ワール
ドプレミアム ロング(ゴールド) ¥7,700/サントレグ 8. 土台に15度
の傾斜があり、上下で異なる方向に回転することで本格的な頭皮ケアを
実現。シャンプー中も使えて、手軽にディープクレンジングが可能。リファビ
ューデック ヘッドスパ(ホワイト) ¥33,000(11月発売予定)/MTG

美しいツヤ髪には
トリートメントの「ひと工夫」

「美髪印象の決め手は“ツヤ”。健やかな頭皮から生
まれた髪をキープするために、トリートメントの前後
は丁寧なコーミングを。さらに、トリートメントを塗
った状態で、ホットタオルでしばらく温めるとなじみが
アップ。最近は超音波で浸透をアップさせるギア
や、フェイスケアさながらの“導入美容液”も登場。
最新テクノロジーを味方につけると、ホームケアで
見違えるようなツヤ髪が手に入ります」(水井さん)

9. トリートメント前に使う髪の導入美容液。毛髪に浸透して、つるんとツヤ
髪に。コスメデコルテ AQ プースティングトリートメント ヘアセラム 200
mL ¥5,500/コスメデコルテ 10. 超音波の振動でトリートメントの浸透
をアップさせる美容機器。普段のトリートメントの後、ヘアアイロンのように
毛束を挟んで簡単にケアできる。シャインプロ ¥27,500/ヤーマン

プロのヘッドスパで髪にご褒美



「ジョンマスターオーガニック」の製品でオールハンドのヘッドスパ
体験を。頭皮に加え、肩や首までしっかりマッサージ。サロン内は、
青山店限定のエッセンシャルオイルの香りが使われ、ゆったりと過
ごせる仕様に、頭部全体がじゅくりとほぐされて、夜は極上の睡眠
を得られるはず。 ペーシックコース 70分 ¥16,500(予約制)

「The Salon」
住所: 東京都渋谷区神宮前4-9-2 n-1 court 1階
(ジョンマスターオーガニック 青山店内)
tel: 050-3358-6305 営業時間: 11時～19時
https://www.johnmasters-select.jp/

大人世代は
頭皮を育む専用ケアを

「頭皮は毛髪という“作物”を育む“畑”のようなもの。栄養を与え、
ふかふかに整えることが美髪への近道です。特に大人世代は、頭
皮の筋肉が硬くなって血流が滞りがち。血行をよくするケアを最優
先に行って。血行がよいと頭皮の生まれ変わりがスムーズになり、
乾燥しにくい健康的な頭皮になります。髪用美容液を使つての頭
皮マッサージが有効。また、適度な皮脂が髪へ行き渡って“ツヤ”と
なるため、毛穴が詰まっていると毛先がパサついた印象に。スカル
プシャンプーで定期的に毛穴汚れを取り除くことも大切です」(水
井さん)

1. ブランドを象徴する植物「イモータル」のオイルを初めてスカルプ美容液に配合。ファイブハー
ブス スカルプナイトセラム 50mL ¥4,840/ロクシタンジャボン 2. 高濃度炭酸泡の頭皮用
クレンジング。シャンプー前に使って、ドクターメディオン ヘッドスパ スカルプバック 150mL
¥3,850/メディオン・リサーチ・ラボトリーズ 3. 髪のパリ、コシに特化したシリーズからコン
ディショナーが登場。しっかり根元から立ち上げる髪へ。ルネ フォルトレール フォルティセア EG
コンディショナー 150mL ¥2,860/ブルーベル・ジャパン 4. セットで週に3回、3週間。半年
に1度の集中ケアで、フケやかゆみを防いで健やかに。(左から)ヘア リチュアル ジェントル ス
カルプ シャンプー 200mL ¥9,680、同 ジェントル スカルプ セラム 60mL ¥14,080/ともに
シスレージャパン 5. 天然由来の洗浄成分で豊かな泡立ちを実現。森を思わせる香りで癒され
て。アスレティア スカルプケア シャンプー 300mL ¥4,400/athletia

CLARINS

人と自然が調和する“美しい循環”に取り組む
「クラランス」が目指すもの

創始者ジャック・クルタン・クラランスの孫、ヴィルジニー・クルタン・クラランスが、
今年2月、グループのマネージングディレクターに就任した。祖父の精神を受け継ぐ者として、「人々の健康と幸福」
「教育と子供の成長への支援」「生態系の保護」にも力を注ぐ。就任後、初来日となった彼女に、
クラランスが表現する自然への愛、そして理想とする美しい循環型社会に向けた取り組みについて聞いた。

photo: Wataru Yoneda (portrait) / text: Jun Makiguchi

クラランスのCSR活動の根幹は何で
しょうか。

「創始者である祖父は、自然由来の原料
を使うのだから自然界にお返しを、という
考えを常に持ち続けていました。偉大な
ビジネスマンは先見の明を持つ『ビジョ
ナリー』と呼ばれますが、祖父はまさにそ
う。CSR(企業の社会的責任)は最近の
言葉ですが、その精神は創業時からブラン
ドのDNAにありました。トレンドがどう
であれ、すべきことは同じ。私たちの根幹
にあるのは、地球環境保護であり、そこに
生きる人々、未来を担う子供たちを支援
するという使命なのです」

植物・自然との共存を目指す活動の一環
として、世界中で536,000本以上を植樹
し、アルプスでは持続可能な農法を用い
る自社農園「ドメヌクラランス」の運営
もしていますね。
「自社農園は家族の夢でした。厳しい冬
を生き抜き、春が来ると蘇る。その力に着
目し、植物からもっと学びたいと、2016年
にアルプス山中の畑を購入しました。現
在、約30種の植物が栽培され、うち6種
類の成分が、ドメヌクラランスのロゴが
ついた製品に配合されています。目指す
は再生可能な環境再生型農業。土地を
守るだけでなく、さらに豊かな土壌にす
ることを目指しています」

FEEDと組み、未来を担う子供たちへ学
校給食のサポートも行っていますね。
「2011年から、WFP(国連世界食糧計
画)を通じてお届けできた食事は約3,600
万食。給食を提供すると、親御さんが子
供たちを学校に通わせてくれるので、栄
養と教育、その大切な両方を支援でき
ることを誇りに思っています。この取り組み
の発案者はアメリカ支社のインターンで
す。誰であっても、素晴らしいアイディア
を出してくれたら、それは形になる。クラ
ランスにとって、働いている人々は社のアン
バサダーであり、みな大切な存在。『人の
話に耳を傾ける』という祖父の精神が生
きているエピソードだと思います」

SDGsへの取り組みとして、原料調達か
らお客様の手に製品が届くまでにつ
いて教えてください。

「世界中から集める約250の植物すべて
に厳しい基準を設けています。現在は
60%ほどのオーガニック原料を、2025年
までに80%以上を目指しています。また、
途上国と取引をする場合、フェアトレード
プログラムを必ず作り、適正な報酬の支
払い、地域の資源保護など、現地の要望
に応じた支援を可能にしました。現在、マ
ダガスカルをはじめ世界約20カ所で取り
組んでいます。さらに、すべてのパッケージ
の再利用、リフィル対応を目指していま
す。現在、パッケージの再生可能素材の
使用率は70%。2025年までに100%を目

標としています。世界に100軒ほどあるブ
ティックでは、すべての使用済み容器を
回収しています」

今、世界は激しく変化しています。未来に
向けてクラランスが目指すものは？
「創業から68年、コロナ禍では変化する
時代にこそ信頼できるブランドを、と戻っ
て来てくださるお客様も多く、嬉しく思っ
ています。私たちが目指すのは循環型社
会、『美しいサーキュレーション』。クラ
ランスを通して、植物、人、そして地球をケ
アしていき、私たちが関わるすべてのス
テップにおいてそれを実現する。これが私
の夢なのです」



1.車を降り、険しい山道を30分ほど歩かないとどり着かない。自然豊かな山中に広がる自社農園は、オープンエア・ラボと呼ばれている 2,3. FEED創設者ローレン・ブッシュ・ローレンに、
会長である父親とともに会い、すぐにその理念に惚れ込んだというヴィルジニー氏。日本のクラランスでは、製品のお買い上げ
でバッグがギフトとして進呈されるプロモーションを実施。バッグ
に記された数の食事が子供たちに届けられる仕組み 4.ユニ
セックスなフレグランス。1987年の発売以来のロングセラー
「オー ディナミザント」は、バリの店舗内ステーションでリフィル販
売を試験導入中 5.パッケージにプラスチックを一切使わな
い、サステナブルなラインの開発も積極的に行われている。
「シャンプー バー N」 100g ¥2,640 6.40年以上にわたり
愛されてきた人気製品「ハンド/ネイルトリートメント クリーム」
にマングローブの森林再生を支援する限定パッケージが登場。
75mL ¥3,080(限定発売) 7.アルプスの中央、標高1,400
メートルに位置し、大気や土壌の汚染と無縁の自社農園から、
クラランスの理念を体現するアイテムが生まれている



Virginie Courtin
ヴィルジニー・クルタン・クラランス
クラランス創始者一族に生まれる。欧州随一のビジネススクールEDHEC
経営大学院で学んだ後、アメリカやアジアのクラランスでマーケティング
に従事。ブランタンなどファッション業界を経て、2018年からクラランス副
執行役員、19年同社CSR部門総括責任者に就任。22年より現職。



平安の風雅を感じながら、絶景に憩う
渓谷に抱かれた「星のや京都」で時を忘れる

text: Naohiko Takahashi



「星のや京都」

京都盆地の西部に位置する嵐山は京都、いや日本を代表する観光地だ。「吹きはらふ紅葉の上の霧はれて峯たしかなる嵐山かな」。藤原定家がそう詠んだように、平安時代から貴族たちがこの地に別邸を構え、舟遊びを楽しみ、詩歌管弦に興じてきた。

京都市の調査によると、パンデミック前の2019年、同市を訪れた観光客数は約5352万人。そのうち、23.2%が嵯峨・嵐山周辺を訪れている。約1241万人が訪れた計算になる。洛中からの交通の便もよく、四季折々の景観を楽しめることもあって、週末になると、商店や飲食店の集まる渡月橋北側周辺は多くの観光客でごった返す。

だから、「星のや」嵐山に開業すると聞いた時、「あの喧騒に紛れてしまうのではな

いか」と少し心配になった。もともと、実際に訪ねて、それが杞憂に過ぎなかったことを実感した。渡月橋のたもとにある専用の舟着き場から、送迎船に乗って大堰川を遡ること約15分。渓谷に抱かれた「星のや京都」は、静謐な別世界に包まれていたからだ〈写真上〉。

それもそのはず。戦国時代に大堰川を開鑿した角倉了の別邸があった場所だという。格別なのだ。明治時代になると、そこに旅館が開業。それを引き取ってリノベーションしたのが、現在の「星のや京都」だ。施設のコンセプトとして「平安貴族が興じた嵐山にたたずむ水辺の私邸」を掲げる。

25ある全客室から翡翠色の大堰川を臨め、小倉山など、四季折々の景観を楽しめる。建物も以前の旅館時代のものを「洗

い」という技法を用いて丁寧に引き継いだ。柱や天井板などを丁寧に洗い、薬剤を塗って、それを手拭いで拭き取る。地味で手間のかかる作業を重ねることで、古材は蘇り、建物は繊細な美しさを取り戻す〈同下右端〉。

資力があれば、新しいものはいくらでも造ることができる。ところが、時間の堆積によって生まれた伝統の重みや、経験を重ねることで磨かれる洗練を一朝一夕に再現することは難しい。「星のや京都」は、あえてその困難に挑戦して、実現してみせた。

ダイニングで供される会席料理にも、その思いは共通している。先附から甘味まで、奇をてらった料理は一品もない。「嵐峡の滋味」をテーマに、高橋利治総料理長は日本料理の本質を追究し、京に集まる食

材の持ち味を最大限に引き出すことに心を砕く。

椀物の出汁も夏ならすっきりとした印象に仕立て、冬なら昆布の深い味わいが感じられるように調整する。だから、味わいが優しく、心身もホッと安らぐ。部屋出しの「朝鍋朝食」も旬の野菜が鍋仕立てで供され、体を内側からやんわり目覚めさせてくれる。

宿泊したのは9月初旬。実はその夜、小雨が降った。部屋の照明を落とし、耳を澄ますと、虫の音が集き、雨音と川のせせらぎが快いリズムを刻む。それに聴き入っているうち、自然と眠りに落ちた。これといって特別なことは何もない。しかし、何とも贅沢な心地なのだ。「星のや京都」でしか味わえない境地だろう。その「何気ないこと」の贅沢をあなたにも堪能してほしい。



「星のや京都」
京都府京都市西京区嵐山元録山町11-2
tel: 050-3134-8091 (星のや総合予約)
https://www.hoshinoya.com/kyoto/

日本の美意識を再発見するラグジュアリーな文化体験



〈写真左から〉屋形舟「翡翠」を貸し切り、抹茶と季節の和菓子を楽しむ舟遊び。貴重な香木を使いながら楽しむ間香入門は人気のアクティビティ。紅葉の美しい11月20日から、もみじ鍋をメインにした「錦秋の朝ごはん舟」も開催される。

漢谷の紅葉を眺めながら特製朝食を味わう「錦秋の朝ごはん舟」
期間: 11月20日～12月5日 時間: 9:30～10:50
料金: 1名¥61,000、2名¥69,000(税・サービス料込、宿泊料別)

House of Dior Ginza
新たなコンセプトでリオープン
メゾンの“今”を体感する「ハウス オブ ディオール ギンザ」



「ハウス オブ ディオール ギンザ」のリオープンを記念した限定バッグが登場。ここでしか入手できない特別なデザインに注目。バッグ「レディ D-ライト」¥660,000(ディオール／クリスチャン ディオール)



Shop Data
ハウス オブ ディオール ギンザ
住所: 東京都中央区銀座6-10-1
営業時間: 10:30～20:30
お問い合わせ先: 0120-02-1947
https://www.dior.com/



階段の吹き抜けには、アーティスト森万里子のホログラフィックな色彩を放つ作品が飾られ、幻想的な空間を演出



インテリアや店内のアートも一新され、メニューもさらに充実した4階の「カフェ ディオール by ラデュレ」

「ディオール」の旗艦店「ハウス オブ ディオール ギンザ」がこの秋、待望のリオープン。洗練された心地よい空間に現代アーティストの作品が点在する、新しいコンセプトが話題のブティックで優雅なショッピングを楽しんで。

photos: Daici Ano

東京・銀座に位置する「ハウス オブ ディオール ギンザ」が9月21日にリオープンした。「ギンザ シックス (GINZA SIX)」の一角を占めるこのエクスクルーシブなブティック。今回は、メゾンの創設者、クリスチャン・ディオールの日本への憧憬を表現した最新コンセプトのもと、より魅力的な空間へと生まれ変わった。

ドレスのドレープを彷彿とさせる壮麗なファサードが訪れる人を迎え、コーラルをアクセントにホワイト、グレー、ゴールドを基調とする洗練された店内は、地下1階から4階までの5フロアで構成。レザーグッズやシューズ、アクセサリ、ファインジュエリー、時計を始め、ウィメンズコレクション、メンズ コレクション、そしてホームコレクションの「ディオール メゾン」までフルアイテムがラインナップされている。またムッシュ ディオールのアートへの情熱と日本のクリエイションにオマージュを捧げ、現代アーティスト達の作品を多数店内に展示しているのも特徴だ。そして、4階に位置する「カフェ ディオール by ラデュレ」も今回のリオープンに合わせ、装い新たに登場。メゾンのシンボルがあしらわれたテーブルウェアが揃う空間で、このカフェのために特別に生み出されたスイーツを楽しめる。ここでしか味わえない限定マカロンも見逃さない。



3階は、プライベートサロンを備え、ドレスやファインジュエリーなどが並ぶラグジュアリーなフロア



地下1階に広がるメンズ コレクションのフロア。特別なセミオーダーサービスのコーナーも

蠍座scorpio 10月23日～11月21日★自分を好きになる時自分はこの世にいていい！と思えるものをひとつ意識してみよう！そのたびに目を好きになり、自分を受け入れることができて、自然と自信が湧いていきます。

Art: CHANOYU-Tea in the Cultural Life of Kyoto

特別展「京に生きる文化 茶の湯」 名品が集う、京都ならではの「茶の湯」展 茶人たちが培ってきた美意識の粋を感じる

text : Naohiko Takahashi
高橋直彦 マリ・クレール副編集長

2000年代初め、仕事で単身赴任していた仙台で、知人に誘われて茶道を復習った。40歳前後のこと。「作法を覚えて反復するだけなんて、どこが面白い?」と半信半疑で始めたが、稽古に通ううちに夢中になった。点前を頭で記憶するのではなく、身体に覚えさせていく過程が面白い。稽古を重ねると、考える前に自然と動けるようになる。

そうすると、茶道具や茶室の室礼にも関心が湧き、あれこれそろえたい物も出てくる。そんな人間にとって、「京都」は格別な重みを持つ地名だ。茶道の家元や茶家の多くが京都を本拠としており、

茶の湯とも関わりの深い大徳寺辺りをそぞろ歩くと、気分が高揚してくる。今回、その京都に縁のある茶の湯の名品が地元の格式高い博物館に一堂にそろっているのだから、ファンにとってはたまらない。

実際、松平不昧が「天下の三井戸」と称した国宝「大井戸茶碗 銘喜左衛門」や、豊臣秀吉が愛用したとされる重要文化財「大井戸茶碗 銘筒井筒」といった、目にする機会の少ない第一級の茶道具を数多く展示している。

時代によって変遷する多様な喫茶文化を体感できるように工夫された展示も

楽しい。例えば、禅宗とともに中国から建仁寺にもたらされた「四頭茶礼」の様子を名品で再現。室町時代に茶会で賞玩されていた唐物の名品を設えた展示もある。さらに、秀吉の「黄金の茶室」や、千利休の「わびの茶室」も館内に復元され、茶の湯という伝統文化が喫茶にとどまらず、広く美意識の変容に影響したことも感じ取れるだろう。

だから、茶の湯への関心や茶道の心得がなくても展示を十分楽しめる。茶舗、和菓子店、そして懐石料理を供する茶亭……。会場を出てからも、茶の湯の文化に気軽に触れられるのは京都なら

では。嗜好品のお茶を「飲む」という行為を芸術にまで高めていった日本文化の軌跡をこの秋、京都でじっくりと味わいたい。

———
展覧会情報
特別展「京に生きる文化 茶の湯」
会場: 京都国立博物館(京都市東山区)
会期: [前期展示] ~ 11月6日(日)
[後期展示] 11月8日(火) ~ 12月4日(日)
休館日: 月曜日
https://tsumugu.yomiuri.co.jp/chanoyu2022/
tel: 075-525-2473(テレホンサービス)



1. 重要文化財「阿国歌舞伎図屏風」 京都国立博物館 後期展示(11/8~12/4) 2. 重要文化財「茉莉花園」 伝趙昌筆 常盤山文庫 後期展示(11/8~12/4) 3. 重要文化財「青磁茶碗 銘馬蟬蜂」 東京国立博物館(画像提供:東京国立博物館) 通期展示 4. 「四頭茶礼道具」 京都・建仁寺 通期展示 5. 国宝「大井戸茶碗 銘喜左衛門」 京都・孤蓬庵 通期展示 6. 重要文化財「黒楽茶碗 銘ムキ栗」 長次郎作 文化庁 通期展示 7. 重要文化財「色絵鱗波文茶碗」 野々村仁清作 北村美術館 通期展示

次号予告 **marie claire** 11月24日刊行です
24th November, 2022

shop list 掲載商品のお問い合わせ先

ア アスレティア tel: 0120-220-415
イザ(ニナ リッチ) tel: 0120-135-015
イザ(ヌメロ ヴェントゥーノ) tel: 0120-135-015
ヴェエダヴィ カスタマーセンター tel: 0120-828228
エムエディティ(マリーン・セル) mail: info@the-matt.com
MTG(リファ) tel: 0120-467-222
カ 花王(エスト) tel: 0120-165-691
グッチ ジャパン クライアントサービス tel: 0120-99-2177
クロエ カスタマーリレーションズ tel: 03-4335-1750
ケンゾー/パリ ジャパン tel: 03-5410-7153
コスメデコルテ tel: 0120-763-325

サ ザ・ウォール PR(ピーター・ドゥ) tel: 03-5774-4001
ザボディショップ tel: 0120-992-570
サントレック(エス・ハート・エス) tel: 0120-108-220
サンローラン クライアントサービス tel: 0120-95-2746
シスレージャパン web: www.sisley-paris.com
シャネル カスタマーケア tel: 0120-525-519
ジョー マローン ロンドン お客様相談室 tel: 0570-003-770
スクワット ノルメル tel: 03-6384-0237
スタッフ インターナショナル ジャパン クライアントサービス(ティースクエアード) tel: 0120-106-067
ステラ マッカートニー カスタマーサービス tel: 03-4579-6139

THREE tel: 0120-898-003
セリーヌ ジャパン tel: 03-5414-1401
ダイソン お客様相談室 tel: 0120-295-731
タ トルックスジャパン tel: 0120-102-578
ドルチェ&ガッバーナ ジャパン tel: 03-6833-6099
ハ プラダ クライアントサービス tel: 0120-45-1913
ブルーベル・ジャパン株式会社 香水・化粧品事業本部 (ルネ フルトレル) tel: 0120-638-344
ブレインスリープ web: brain-sleep.com
ボッテガ・ヴェネタ ジャパン tel: 0120-60-1966
マ マックスマラ ジャパン tel: 0120-030-535



marieclairejapon.com

Welcome to Our Site!

Art: Alberto Giacometti

20世紀を代表する彫刻家 アルベルト・ジャコメッティの描く人間像

text: Saya Tsukahara



〈大きな女性立像Ⅱ〉 GRANDE FEMME II
1960 Bronze with dark brown patina Susse Foundry (cast of 1961, ed. 1/6) 277×29×57.2 cm

本展は、フォンダシオン・ルイ・ヴィトンが所蔵する選りすぐりのコレクションを世界的に紹介する「Hors-les-murs(壁を越えて)」プログラムの中で企画された。このプログラムは大阪のほか、ミュンヘン、ヴェネツィア、北京、ソウル、東京のエスパス ルイ・ヴィトンで展開されている。

Courtesy of the Fondation Louis Vuitton
© Succession Alberto Giacometti
(Fondation Alberto et Annette Giacometti, Paris)
© Adagio, Paris 2022
Photo credits: © Fondation Louis Vuitton/Marc Domage

1901年、スイスのボルゴノヴァーに生まれたアルベルト・ジャコメッティ。父はスイスの印象派の画家ジョヴァンニ・ジャコメッティで、幼少の頃から芸術に関心を抱いて育った。ジュネーヴの芸術大学に進み、1922年にはフランス・パリに移り住んで、モンパルナス界隈を拠点に活動するようになる。

キュビズムに影響を受けた作品を手がけた後、初期はシュルレアリスムの作家として認知され、アンドレ・ブルトンやジョルジュ・バタイユ、アンドレ・マッソンといった時代の寵児と親交を持った。しかしほどなくしてその作風から離れ、芸術運動から遠ざかる。

1935年以降は実在の人物モデルと向き合い、独自の人間像を模索した。第二次世界大戦下の1941年にいったんスイスに戻ると、後に妻となるアネット・アームと出会い、彼女をモデルの一人として、背が高くやせ細った人間像を創作し始めた。50年代にはパリに戻り、留学中だった哲学者の矢内原伊作をモデルにしたことでも知られる。

見たままにモデルを形にできないという葛藤の中で、やがて極限まで削ぎ落とされたフォルムにたどり着く。人間の真の姿を追求し、身体の重さから解放された人物彫刻が生まれたのだ。その存在は人間の实像に迫るだけではなく、空間にも

影響をおよぼす。小説家・詩人のジャン・ジュネは、ジャコメッティの彫刻作品をこう評している。

「ジャコメッティの彫刻作品の美は、この上なく遠くのもの、この上なく身近なもの、この間を絶えず行き来するように立ち現れてくる。この行き来が永遠に続いたため、ジャコメッティの彫刻作品はいわば動いている状態にある」

1956年には、フランス代表としてヴェネツィア・ビエンナーレに《ヴェネツィアの女》[Femmes de Venise]を出品。1962年のヴェネツィア・ビエンナーレ彫刻部門ではグランプリを獲得するなど、高い評価を得た。今回、「エスパス ルイ・ヴィ



〈3人の歩く男たち〉 TROIS HOMMES QUI MARCHENT
1948 Bronze with dark brown patina Alexis Rudier Foundry (cast of 1952) 71.1×40.1×41.5 cm
Courtesy of the Fondation Louis Vuitton
© Succession Alberto Giacometti
(Fondation Alberto et Annette Giacometti, Paris)
© Adagio, Paris 2022



〈ヴェネツィアの女Ⅲ〉 FEMME DE VENISE III
1956 Patinated bronze
Susse Foundry (cast of 1957, ed. 2/6) 118.7×179×35.2 cm
Courtesy of the Fondation Louis Vuitton
© Succession Alberto Giacometti
(Fondation Alberto et Annette Giacometti, Paris)
© Adagio, Paris 2022
Photo credits: © Fondation Louis Vuitton/David Bordes

〈男の頭部〉(ロータールI) TÊTE D'HOMME
1964-1965 if51 / Bronze
Susse Foundry (cast of 1976) 25.8×29.5×14.4 cm
Courtesy of the Fondation Louis Vuitton
© Succession Alberto Giacometti
(Fondation Alberto et Annette Giacometti, Paris)
© Adagio, Paris 2022
Photo credits: © Primae/Claude Germain

Alberto Giacometti

1901年、スイスに生まれ、パリを拠点に活躍した彫刻家・画家。1966年没。スイスの100フラン紙幣の表にはジャコメッティの顔、裏には彫刻作品〈歩く人〉が描かれている。

トン大阪」で、《ヴェネツィアの女》を含む8点が目に見える。人間と対峙して生み出された極限の彫刻作品。代表作が集まる空間を体感したい。

———
展覧会情報
「ALBERTO GIACOMETTI
SELECTED WORKS
FROM THE COLLECTION」
会期: 2022年11月17日(木) ~ 23年2月26日(日)
会場: エスパス ルイ・ヴィトン大阪
大阪府大阪市中央区心斎橋筋2-8-16 ルイ・ヴィトン メゾン 大阪御堂筋 5F
開館時間: 12:00~20:00
休館日はルイ・ヴィトン メゾン 大阪御堂筋に準ずる
入場無料
事前来館予約も可能
https://jp.louisvuitton.com/jpn-jp/
point-of-sale/japan/espace-louis-vuitton-osaka
[11月10日(木)より予約受付開始]