この秋、内面から着替えるファッションを探しに

GINZA SIX *magazine*

Fashion Issue Fall 2017

Feature 1

Through the Kaleidoscope

自らを多様に着替え続ける
6人とファッション

最近、鏡の中で新しいわたしに出会った瞬間は、あっただろうか?

いつものファッションを着替えること。
それは型にはまることのない自らの可能性を探求する一つの行為であり
ときに誰かを想っての色香のせいでもあり
働き方も、愛や家族のあり方も、豊かさの基準も
あらゆることが多様性を増す時代の個々にとって、より大切にしたい表現そのものといえる。

今、わたしが手に入れたいと思い描くものは、だからこそ単なるモノではなく
目指すところに向かう自分を彩り、後押ししてくれる味方だ。
欲しいものが何も思い当たらないわたしは
もしかしたら、未来を少しだけ見失っているのかもしれない。

季節は変わり目。
ある日、それまでのモードを切り替えてくれる涼しい風が吹いたなら
一瞬だけ立ち止まって鏡の前に立ち、心の中まで覗いてみるのはどうだろう。

この秋、内面から着替えるファッションを探すなら、GINZA SIX へ。

DAOKO
RAPPER/SINGER

GINZA SIXの高さ12メートルの壁面に設置されたteamLabによるデジタルインスタレーションの前に立ったのは、ディオールを代表する“ニュールック”からインスピレーションを受けた新作に身を包んだDAOKOさん。フードを採用したノースリーブのバージャケットはストリートを感じさせ、プリーツのキュロットはクチュールを象徴するシルクタフタを贅沢に。ベスト ¥390,000・ブラウス ¥175,000・パンツ ¥580,000・シューズ ¥195,000・ベレー¥92,000・チョーカー ¥41,000・イヤリング ¥32,000・リング ¥38,000（薬指）・リング ¥45,000（人差し指）（ディオール）／ハウス オブ ディオール ギンザ【B1F〜4F】

MIKIKO DIRECTOR/CHOREOGRAPHER

高水準の庭園文化が花開いた江戸の街の記憶を継承する、GINZA SIXの屋上ガーデン。底に江戸小紋の文様が描かれた水盤は、大人でも裸足になれば、童心に戻れる場所。さらさらと流れる水の音に舞ったMIKIKOさんが纏うのは、裾へとつながる丸みを帯びたショルダーが特徴的なフェンディのドレス。古い寄木細工にインスピレーションを得たグラフィカルなプリントは自由な精神を、秋らしいカーマインレッドの色合いが女性の温もりを感じさせる。センターにブランドの頭文字「F」があしらわれたフープピアスは、キャメル色のレザーがアクセント。ドレス ¥280,000・ピアス ¥58,000（フェンディ）／フェンディ【B1F〜3F】

Yuko Mohri ARTIST

優雅なショップレイアウトが心地いいB1Fのビューティフロアで、そこだけ金色に煌めくガラスのモザイクが埋め込まれた直線の廊下、通称ランウェイ。ファッションショーなどを想定して設けられたその場所を、今季のセリーヌに着替えて歩いたのは毛利悠子さん。ボトムはナイロンのスキニーレッグパンツに、ジャガードのエプロンをレイヤード。マスキュリンなシルエットとカラーシェイドのコントラストが美しいコットンシルクのシャツは、正面から見ると第2ボタンにタブが付いている。シャツ￥155,000・パンツ￥91,000・エプロン￥155,000・イヤリング￥75,000・パンプス￥89,000（セリーヌ）／セリーヌ【1F, 2F】

Shizuka Ishibashi ACTRESS

幾何の線による壁の照明もエレベーターのボタンも右上がり。上のフロアへ回遊したくなるようなデザインが施されたGINZA SIXのエレベーターホールにたたずんだ石橋静河さん。その瑞々しい動きに合わせギャザーが優雅に揺れるヴァレンティノのケープドレス。プリントは1980年代前半に世界のデザインや建築に影響を与えたイタリアのデザイナー集団メンフィス・グループに属し、デコレーションやパターンを手がけた画家兼デザイナーのナタリー・ドゥ・パスクエのペインティングをリクリエイトしたもの。ドレス¥458,000(ヴァレンティノ)・ブーツ¥185,000(ヴァレンティノ ガラヴァーニ)／ヴァレンティノ【B1F〜4F】

Ryota Murata PROFESSIONAL BOXER

GINZA SIXの5Fで黒漆喰の外壁が存在感を放つ、上顧客のみがアクセスできるメンバーシップ・ラウンジ「LOUNGE SIX」。古い蔵の戸をモチーフにしたシルバーの扉の前に直立し、アスリートの肉体美をもってサンローランを自分のものにした村田諒太さん。トップはモヘアが混毛され起毛感のあるアーガイルニットに、上質なスエードのデニムジャケットをオン。ノンウォッシュのスキニーデニムは、計算し尽くされたストレッチで抜群の着心地を実現したメゾンの定番。ジャケット ¥500,000・ニット ¥172,500・パンツ ¥68,000・シューズ ¥130,000(サンローラン パイ アンソニー・ヴァカレロ)／サンローラン【B1F〜2F】

大人の美食ゾーン、ワンランク上のレストランが揃うGINZA SIXの13F。南側の通路は全面の窓から新橋方面を一望する憩いの場。チェアに腰掛け、メゾン マルジェラの最新ルックを着こなしたのは川村元気さん。ローマテリアルなキャンバス地をライニングに、メンズのクラシックなテーラリングファブリックをパッチワーク。さらに切りっぱなしの仕上げ、仕付け糸のような刺繍など、意図的に未完成に仕上げたコートは、歩みを止めない男性にこそふさわしい一着。グレーのウールパンツは裾のスリットもポイント。コート¥380,000・シャツ¥69,000・パンツ¥87,000・ブーツ¥99,000(メゾン マルジェラ)／メゾン マルジェラ【3F】

Genki Kawamura MOVIE PRODUCER/NOVELIST

新しい自分に着替え続ける6人が語ったファッション

石橋静河・女優

撮影当日、ホワイトデニムのゆったりしたパンツに、古着屋で買った緑色のベルト、「不思議の国のアリス」とロゴが描かれた黒のTシャツを着て現れた石橋静河さん。ダンサーの森山開次さんが演出・振り付け・出演を担当した同タイトルのプログラムを観て「衣装もセットも踊りも素晴らしくて、思わず買ってしまった（笑）」お気に入りだと言う。石橋凌・原田美枝子夫妻の次女として生まれ、自身も4歳からクラシックバレエを始め、15歳で単身ダンス留学。帰国後、型が決まったバレエから離れ、役者的な動きなど自由な表現が許されるコンテンポラリーのダンサーとして活動するなか「もっと広い世界が見たい」と女優への挑戦を決めた。

芝居を始めてからは、自分では選んでこなかった服との出合いも増えた。ダンスで培った多彩な身のこなしも垣間見せつつ、今回の撮影で着こなしたケープドレスも「かわいいだけじゃない女の子みたいな、着てみると手強さもある。お洋服にも性格があることを学びました」と表現し、柔軟に受け入れる。ただ、そうした姿勢の背景にあるのは若さゆえの好奇心というより、演じることを極めたいとの想い。「バレエをやっていた頃はストイックじゃないといけないと思って、ダンスや自分のことしか考えていなかった。でも、お芝居の仕事は全てが役に立つ。今はいろいろなことに触れて、嫌いと言う前に、好きを増やしていきたいです」

いしばし しずか／1994年生まれ。4歳でクラシックバレエを始め、ボストンとカルガリーに4年のダンス留学後、コンテンポラリーダンサーとして活動。2015年より役者としても活動の場を広げ、2017年『映画 夜空はいつでも最高密度の青色だ』（石井裕也監督）で初主演。出演作に『うつくしいひと サバ？』（行定勲監督）、『密使と番人』（三宅唱監督）。

DAOKO・ラップシンガー

大ヒット公開中のアニメーション映画『打ち上げ花火、下から見るか？ 横から見るか？』。その挿入歌と、最注目の音楽家である米津玄師さんが作詞・作曲・プロデュースを手がけた主題歌のバラード「打上花火」を、心を揺さぶる表現力で歌い上げたDAOKOさん。デビューから3年、ほとんどの楽曲の歌詞を自ら綴り、時代を繊細に切り取る独自の言葉が各界のクリエイターからも支持を集める20歳のラップシンガーにとって、それは新たな試みだった。「声という表現方法しかないなかで、自分の詩として歌えるまで試行錯誤を繰り返しました。結果として声も楽器だと思えるようになって、新しいスキルや視野を持てた気がします」

一方で、自身として追求したい音楽はポップスに限らず「どこか欠けている部分があっても、それが美しい音楽」。意図的でなく、日々移ろうどんな心の状態にも、感覚的かつ瞬発的でありたい。そんな決意はファッションにも通じる。「寝る前に明日の気分を想像して、着る服を用意します。とりとめのない感情を音楽だけでなくファッションにもぶつけているところがあって、カジュアルやクラシック、ストリートやアロハなど、毎日違う格好をするのが好き。そのとき聴いている音楽にも影響されます。ファッションも音楽と同じように時代を築くものだからこそ、洋服を通しても自分の“味”を出せるようになりたいです」

だるこ／1997年生まれ。15歳のときにニコニコ動画へ投稿した楽曲で注目を集め、2012年にインディーズレーベルよりアルバムを発表。2015年3月に1stアルバム「DAOKO」でメジャー・デビュー。8月16日発売の「打上花火」は3rdシングルとなり、11月26日から全国ツアー「DAOKO TOUR 2017-2018 “THANK YOU BLUE”」もスタート。8月10日には初小説『ワンルーム・シーサイド・ステップ』も発売。

MIKIKO・演出振付家

椎名林檎さんとトータス松本さんの共演によるGINZA SIXの開業を記念したスペシャルムービー。そのダンスシーンの振り付けを担当したのが、長年Perfumeをはじめとするアーティスト、昨年は「恋ダンス」を手がけるなど、様々な踊りのエッセンスを昇華させた独自の表現が国内外から注目を集めるMIKIKOさん。普段のファッションは「その場でパッと動けないといけないので、パンツが多い。裏方でもあるので、黒や紺など主張しすぎない色でいかに遊ぶかを考えています」

多忙な日々を過ごすなか、ショッピングは海外出張の際、例えばロンドンなら自分好みのテイストが揃うLIBERTYのようなデパートでまとめて済ますことも少なくない。「歳を重ねるごとにシーズンの流行というより、シンプルな黒いパンツでも上質なブランドのものを身につけたいと思うようになりました」とも語る。

20代後半で渡米。2年間、本場NYで演出家になるための独学に励んだ。当時から、服選びも休日も一人がいいタイプ。「師匠もいないですし、どこにでも行ける自由も怖さもある。多くの方々に自分の振り付けを知ってもらえた今、今後はやりたかった演出の活動を太くしていった方がいいのかなという漠然とした想いもありますが、未来は決めないようにしています。こうと決めて生き抜くためにきつい顔にはなりたくない。緩さも大切に（笑）、いい仕事をしていきたいです」

みきこ／ダンスカンパニー「ELEVENPLAY」主宰。Perfume、BABYMETALの振り付け・ライブ演出をはじめ、様々なMV・CM・舞台などの振り付けを行う。メディアアートのシーンでも国内外で活躍し、新しいテクノロジーをエンターテインメントに昇華させる演出家としてジャンルを超えるクリエーターと協業。2016年のリオデジャネイロオリンピックの閉会式では引き継ぎセレモニーの演出も担当した。

毛利悠子・現代美術家

10月1日まで開催中の「札幌国際芸術祭 2017」。近年、世界のアートシーンでも脚光を浴びる毛利悠子さんは、札幌市立大学の空中廊下を舞台にインスタレーションを発表した。「北海道各地を旅して出合った素材や風景が糧になっています。使われなくなったアップライトピアノ、LEDに切り替わり役割を失った街路灯、夕張炭鉱の高圧電線の碍子などを空間に再び配置しました。テーマは『磨耗』『風化』。長い廊下を歩きながら、ピアノの音や人の声というサウンドのピントが合っていくような音速効果も取り入れて、追体験してもらえたらと思いました」

主な素材は見つけてきた日用品。それらを環境に寄り添わせ、電磁波や重力、光の揺らぎなどを通して観る者の感情を揺さぶるインスタレーションで知られる。もともと油絵や彫刻、音楽も好きだったが、極めるほどではない。自ずと自分でしか使えない素材、ぼけやぶれや淡さといった事象に関心が向いていった。

ショッピングは衝動買い派。普段ほとんど作業着で過ごす反動だと言うが、そこにもドレスコードはある。「汚れるからといってファストファッションばかりを着ないように、ぼろぼろになる前に意識しておしゃれをすることも。それくらいの気持ちの余裕がないと、インスピレーションも入ってこない。ヒールを履くだけで風景が変わるように、ファッションは視野を広げる手段でもありますね」

もうり ゆうこ／1980年生まれ。NYやロンドンで滞在制作、国内外で展覧会に参加。9月20日から「リヨン・ビエンナーレ2017」、10月20日からポンピドゥ・センター・メッスの「Japanorama. New vision on art since 1970」に参加。2018年はロンドンのカムデン・アーツ・センターで個展、キューバの展覧会が控える。日産アートアワード、神奈川文化賞未来賞、芸術選奨文部科学大臣新人賞受賞。

村田諒太・プロボクサー

トレーニングの合間を縫って普段のラフな練習着で駆けつけた村田諒太さんが、撮影のための服に着替えカメラの前に立った瞬間、鍛え抜かれた身体から放たれる揺るぎない存在感が場を支配した。「たまにはこうやって格好つけないと（笑）。気持ちが引き締まりますし、今まで見たことがない自分の姿になることはある種の快感でもあり、必要な経験だと思っています」

大学の職員からオリンピックの金メダリストへ。その栄光に満足することなくプロに転向し、早4年。連勝を重ね、これまでにないボクサー像で新たなファンを呼び込んできた自身のあり方を「天才ではないから、共感してもらえる部分があるのかも」と客観視する。そしてアッサン・エンダムとのWBA世界ミドル級王座決定戦に挑んだ今年5月。日本中をにぎわせた不可解な判定負けを受け、10月22日に本人の言葉を借りれば「免罪符を得たような」再戦が決定した。今、胸に渦巻く想いとは？「誰もがプレッシャーを感じて生きていると思うのですが、ボクシングは殴られるスポーツなので、わかりやすい恐怖がある。だからこそ強い相手であるほど自分に打ち勝つ姿を発信できます。それがないボクシングにほかのスポーツを上回る魅力はないと、前回の対戦を終えて再認識しました。挑戦の先でしか得られないものがある。現状に満足していないのにリスクを負わずにいたら、そこで終わりですから」

むらた りょうた／1986年生まれ。中学時代にボクシングを始め、高校5冠を達成。東洋大学に進学し全日本選手権で優勝するが、北京オリンピック出場を逃し現役を引退。2009年に現役復帰後、2012年ロンドンオリンピック ボクシングミドル級で金メダルを獲得。2013年にプロ転向後、13戦12勝。世界ボクシング協会（WBA）ミドル級1位。10月22日に同級王者のアッサン・エンダムとの再戦に挑む。

川村元気・映画プロデューサー／小説家

話題作を生み出し続ける映画プロデューサーとしての活動に留まらず、小説から絵本まで手がける作家として、来年は脚本家としてもデビューを控える。川村元気さんはまさに「多様」を体現することで、時代を牽引する存在の一人だ。「常に新人になれる場所を探しています。30代も後半になると、仕事でもこうやれば最短距離で、こうすると正解、みたいなものが見えてしまう瞬間がある。でも、それをやり続けてしまうと劣化していくし、それこそとんでもない新人が出てきたときに負けてしまいます。だから、自らアウェイに行って、一から勉強して得たものを映画の世界に持ち帰ることで、いい仕事ができたらなと」

交友関係も多岐にわたる。トレンドを生み出すファッションデザイナーとの対話が、自身が物語を描くときのヒントになることも。ファッションにアートの要素を取り込む若い世代のデザイナーに、プロデューサーの仕事に通底するものを感じることもある。自らのファッションに関しては「基本は紺色。自分のキャラクターが伝わる服」が信条。「アニメーションをつくるときにも感じるのですが、洋服はその人のキャラクターを強く示す。紺色に関しては映画なら時間、小説なら文字数という制限のなかでどう表現するかってことをやっているので、完全に自由というよりどこか縛りがある方が性に合っているんだと思います」

かわむら げんき／1979年生まれ。主な企画作に『告白』『悪人』『モテキ』『バケモノの子』『君の名は。』『怒り』『打ち上げ花火、下から見るか？ 横から見るか？』など、小説家としても『世界から猫が消えたなら』『億男』『四月になれば彼女は』を発表。9月からは月刊誌『文藝春秋』で最新小説『百花』の連載が開始。2018年春公開予定の劇場版『ドラえもん のび太の宝島』では脚本を手がける。

A Touch of Nuance

靴とバッグが彩る
男と女、銀座の物語

左ページ：銀座にいくつも走る路地を急ぐ。ハンズフリーで颯爽と動けるバッグには、メゾンを象徴する「カナージュ」のステッチや、ロゴを組み合わせた「ディオール オブリーク」のストラップなど、アイデンティティが詰まっている。よく見ると、深いブルー。ブランド創設者クリスチャン・ディオールが愛し、アーティスティック ディレクターのマリア・グラツィア・キウリが今季こだわった色だ。バッグ“DIORADDICT”〈高さ16×幅24×マチ8㎝〉¥490,000・ドレス¥570,000・ニット¥150,000・ピアス“TRIBALE”¥54,000・チョーカー“BLUE BOHEMIENNE”¥69,000（ディオール）／ハウス オブ ディオール ギンザ【B1F～4F】

GINZA SIXにあるセリーヌ2階の床は、11種類の異なる大理石を4000ピース以上用いてモザイク状に配置した寄木貼り仕様。クリエイティブ・ディレクターのフィービー・ファイロは、家庭を持ち、仕事に勤しみ、プライベートを楽しむ女性たちのリアルな姿を見つめ、多様なスタイルを提案。銀座で共にしたいのは、1950年代を思わせるクラシックなカーフスキンのバッグ。中は2つに仕切られ、ジップ付きのポケットも付いていて機能性にも満足できる。バッグ“CLASP”〈高さ22×幅32×マチ8㎝〉¥450,000・シャツドレス¥280,000・ピアス¥65,000（セリーヌ）／セリーヌ【1F, 2F】

マチ部分の出し入れやジッパーの開閉でフォルムや容量が変わるアイコンバッグ「ハンモック」の新作には「あの世までは持っていけない」というステッチが。歴史あるブランドのイメージを一新した気鋭の若手クリエイティブ・ディレクター、ジョナサン・アンダーソンのユーモアが光る。パリで行われたショーでは、このメッセージが記載された冊子やハンカチが観客たちに配布された。銀座メゾン アンリ・シャルパンティエが入る昭和5年竣工のオフィスビル、ヨネイビルディングにて。バッグ“HAMMOCK CAN'T TAKE IT SMALL BAG”〈高さ26×幅29×マチ27㎝〉¥297,000(ロエベ)／ロエベ【1F】

クリーンな街並みを取り囲む高速道路の薄暗い高架下には、飲食店が所狭しと居並び、銀座の雑多な別の顔がある。2014年にジョン・ガリアーノがクリエイティブ・ディレクターに就任し、新たなブランドイメージを確立したメゾン マルジェラ。今改めて人気を博しているメゾンのアイコン「タビ」シューズも進化を遂げている。今季はパテントレザーのロングタイプの「タビ」ブーツが登場。おなじみの円柱ヒールで力強く地面を踏みしめる。ブーツ〈ヒール8㎝〉¥160,000・ファーコート¥380,000(メゾン マルジェラ)／メゾン マルジェラ【3F】

昭和４年に建てられたモダンな様相の泰明小学校前の石畳。ピンヒールでも軽快に歩けるのは、半世紀近くにわたってシューズにこだわり続けているブランドだからこそ。職人でもあるマノロ・ブラニク自身の手によって全ての型が作り上げられている。サテン地のポインテッドトゥのアンクルにはフラワーモチーフのビジューがあしらわれ、女性の脚をより一層艶やかに。ドラマ『セックス・アンド・ザ・シティ』の主人公キャリーが夢中になっていたように、有無を言わさず女性たちの心をわしづかみにするデザインが魅力。シューズ〈ヒール9㎝〉￥140,000（マノロ ブラニク）／マノロ ブラニク【2F】

銀座に行くなら、男も少しはめかしこみたい。イギリスで1886年に創業したシューメーカー「ジョセフ チーニー」は、８週間をかけ、160以上の工程を経てシューズを完成させる。“アルフレッド”は2011年に125周年を記念して開発された「125」木型を採用。ラウンドトゥを継承し、ヒールカップ部分は現代人のかかとに合うよう少しシャープなフィッティングに。内羽根式のストレートチップはフォーマルな印象。男のたしなみを身につけるべく、いざ、明治36年創業の煙草・喫煙具専門店銀座菊水へ。シューズ“ALFRED”￥59,000（ジョセフ チーニー）／プリティッシュメイド / ドレイクス【5F】

銀座ならではの洋食が味わえる資生堂パーラーのムードに合うエレガントなバッグ。19世紀終わり、モワナの創業者ポーリーヌ・モワナの顧客であり友人でもあったベルエポックの女優、ガブリエル・レジェンヌのために作られたものからインスパイアされた。最初から最後までを一人の職人が仕上げるため、完成までに約３日間を要するという。バッグの内側やポケットの裏側、芯やハンドルの核に至るまで全てフランス製のレザーでできている。バッグ“REJANE”〈高さ18.5×幅26×マチ10㎝〉￥558,000（モワナ）／モワナ メゾン【1F】 シャツ￥33,000（ターンブル＆アッサー）／ヴァルカナイズ・ロンドン【4F】

銀座中央通りの交差点で、愛を確かめ合う。「ディスコード」はデザイナー山本耀司が2014年より展開するバッグとスカーフをメインとするラグジュアリーアクセサリーブランド。服作りにこだわり続けているデザイナーが、バッグのデザインに本格的に取り組んでいる。ツイード加工が施されたレザークラッチは2種類のチェーン付き。いくつも連なったチェーンは装飾の役割も果たし、シンプルな装いに華やぎを与えてくれる。バッグ〈高さ12×幅31.5×マチ5cm〉¥86,000／ディスコード ヨウジヤマモト【2F】 男性着用のニット¥38,000(ターンブル&アッサー)／ヴァルカナイズ・ロンドン【4F】

資生堂パーラーの上にはムーディーなバーもある。夜のドレスアップに合わせたいメンズのウィングチップ：ジップアップブーツは、1937年に誕生したイタリア・フィレンツェ発のシューズブランド「デュカル」のもの。品質を保つために年間の生産数を限定しており、全てイタリアでの手作りにこだわっている。つま先のメダリオンをあえて排して、大小の穴飾りでパーフォレーションを施し、傷つきやすいつま先とかかとにはカーフ、それ以外には柔らかいスエードを用いたコンビのデザイン。ブーツ¥89,000(デュカル)／ワールド ラットウェア ギャラリー【5F】

写真上：銀座菊水の重厚なインテリアにしっくりとなじむのは、トラベルケースで名を馳せる「グローブ・トロッター」から登場したハンドバッグ。アイコン的存在の定番コレクション「センテナリー」のミニサイズはトラベルケース同様、一つ一つが手作りで、軽量で頑丈。取り外し可能なロングストラップが付いていて、2WAY仕様となっている。ユニセックスなので、ふたりのどちらが持ってもいい。バッグ“MINI TROTTER”〈高さ22×幅32×マチ20cm〉¥110,000(グローブ・トロッター)／ヴァルカナイズ・ロンドン【4F】

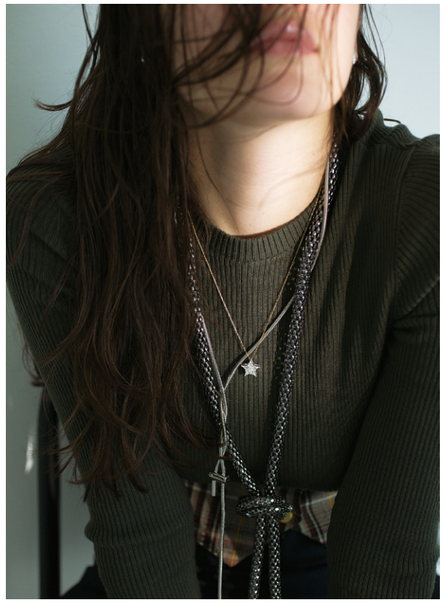
Feature 3

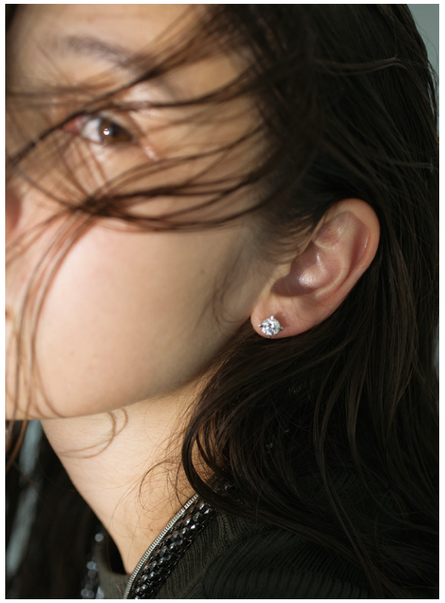
Sense and Sensuality

新しい女らしさで纏う
洋服とジュエリーの関係

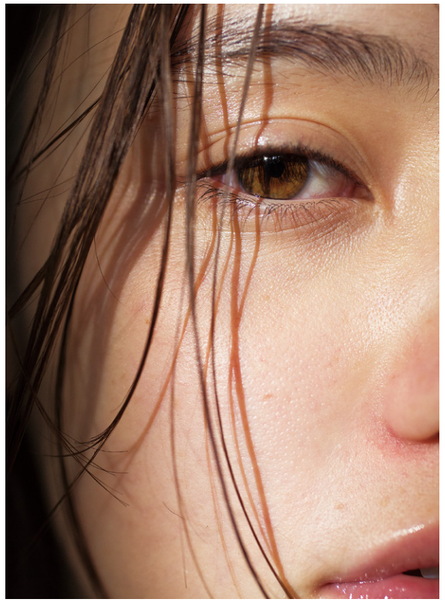
左ページ：メゾン最大級となるブティックが、銀座中央通り沿いにオープンしたヴァン クリーフ＆アーペル。そよ風に揺れる花々からインスピレーションを得た“フリヴォル コレクション”から、ホワイトとイエロー、2色のゴールドのリングを重ねづけ。ハイジュエラーならではの華やかさと軽やかさが同居するリングが、マスキュリンなドレスシャツに上品な色香を添える。リング“FRIVOLE ENTRE LES DOIGTS RING”薬指〈WG×ダイヤモンド〉¥2,350,000・中指〈YG×ダイヤモンド〉¥2,200,000（ヴァン クリーフ＆アーペル）／ヴァン クリーフ＆アーペル【B1F〜2F】 シャツ¥32,000（サルヴァトーレ ピッコロ）／レリタージュ マルティニーク【4F】

チュールを締めるコルセット。一粒のダイヤモンドと胸元で絡まるネックレスの誘惑。ロングネックレス¥64,000・スネークチェーンネックレス¥34,000（ララ・ボヒンク）／テアトル アッシュ・ペー・フランス【4F】 チャーム“DIAMOND STAR”〈WG×ダイヤモンド〉¥2,950,000・ネックレスチェーン〈YG〉¥60,000・ピアス“BRILLIANT PIERCE”〈WG×ダイヤモンド〉¥5,500,000（アイファニー）／アイファニー【2F】 トップ¥99,000（モスキーノ）／モスキーノ【3F】 コルセット¥22,000（レリタージュ マルティニーク）／レリタージュ マルティニーク【4F】 パンツ¥25,000（ドレステリア）／ドレステリア【4F】 シューズ ※参考商品／エプール【4F】

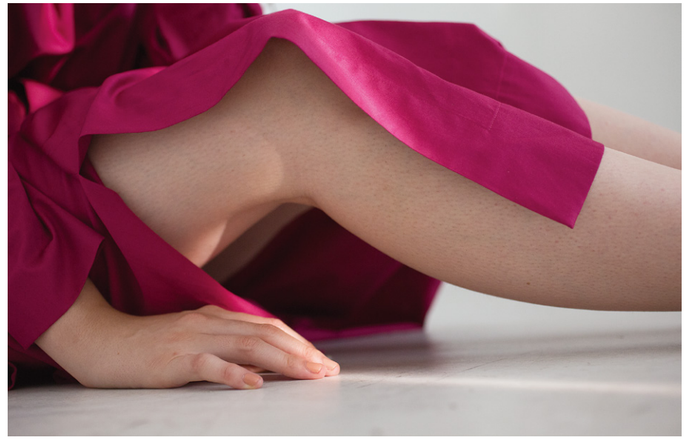




ショパールのアイコンとなったムービングダイヤモンドを、躍動感はそのままに優美に表現したウォッチ。ケースをぐるりと囲むようにセットされたパヴェダイヤモンドが、女性の華奢な手首をさらに輝かせるはず。可憐なリボンモチーフのリングを合わせて、甘さを演出。肩と背中から素肌が覗くリトルブラックドレスに、ウォッチのストラップが差し色として成熟した彩りを添える。“HAPPY DIAMONDS”ウォッチ〈WG×マザーオブパール（以下MOP）×ダイヤモンド×サテンストラップ〉￥1,840,000・リング〈WG×ダイヤモンド〉￥870,000（ショパール）／ショパール ブティック【1F】 ドレス￥118,000（3.1 フィリップ リム）／3.1 フィリップ リム【3F】



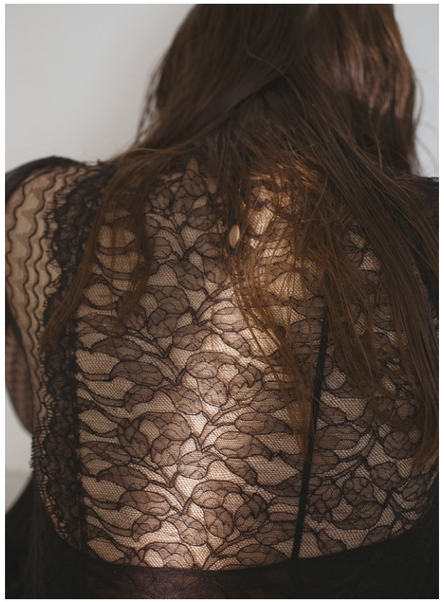
ハッと目を引く色鮮やかなドレスは、禁欲的なスタンドカラーに対して、大胆なサイドスリットというコントラストが印象的。雄弁なドレスだからこそ、ジュエリーは飾り立てず、優雅に身につけたい。流れる葉のラインとペアシェイプのドロップという組み合わせがクラシカルなピアスは、ブランド創設時に誕生したタイムレスなデザイン。アンティークを思わせる佇まいながらも、顔を動かすたびに揺れる、儚くもロマンティックな魅力に満ちている。ピアス“REX EMPEROR”〈WG×ダイヤモンド〉￥1,700,000（ロピンソン ペラム）／メゾン・ド・ナディア【2F】 ドレス¥39,000（レリタージュ マルティニーク）／レリタージュ マルティニーク【4F】

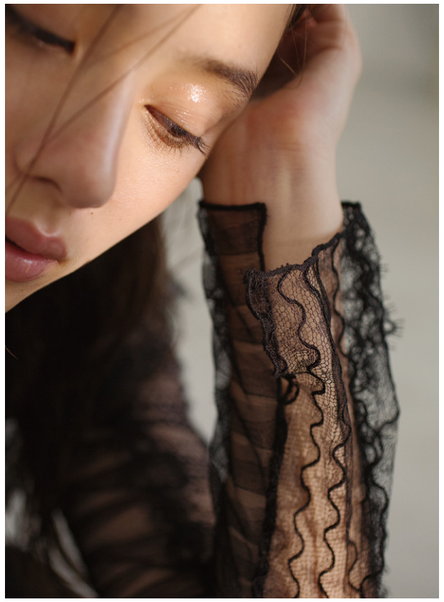


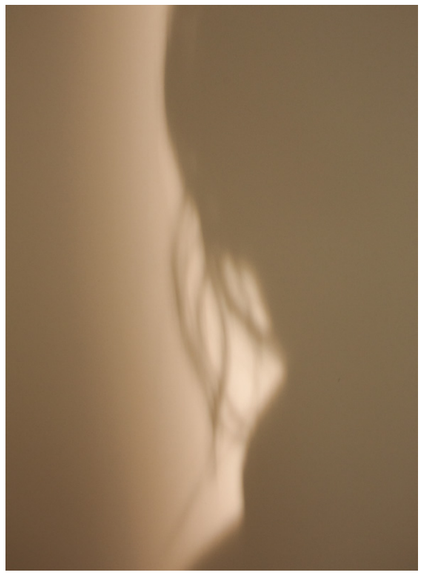
自然に咲く花、風景、音楽など、デザイナー自身の記憶や経験を繋ぎ合わせて生まれる美しいコレクションが人気のビジュードエム。大きく開いたデコルテで煌めくのは、2匹の蛇。幸運の象徴である蛇の頭と尾が結びつき、1本のネックレスとなったセンシュアルなスタイルは、素肌に吸いつくように鎖骨上をなぞる。レザーウェアを得意とするイタリアのファクトリーブランドのコートが体を優しく包み、胸元の白い肌を際立たせる。2本繋げたブレスレット〈YG×GG×ダイヤモンド〉¥277,000・〈WG×GG×サファイア×ダイヤモンド〉¥210,000(ビジュードエム)／ビジュードエム【2F】 コート¥110,000(チンクワンタ)／ビームス ハウス ウィメン【4F】

ダブルブレストジャケットに、ライン入りパンツの仕上げは、精緻なウォッチで。流麗なマザーオブパールの文字盤の上で自由に踊るピザン数字、独創的なスペード形の時分針など、語るべきディテールが随所に。手首に沿う曲面フォルムのカーベックス形状も絶妙なフィット感。ウォッチ“LONGISLAND MOTHER OF PEARL”〈PG×MOP×クロコダイルストラップ〉¥1,730,000(フランク ミュラー)／フランク ミュラー ジュネーブ【2F】 ジャケット¥110,000(マディソンブルー)／シジェーム ギンザ【2F】 キャミソール¥32,000(レリタージュ マルティニーク)／レリタージュ マルティニーク【4F】 パンツ¥52,000(ザ ジジ)／ビームス ハウス ウィメン【4F】

肌を覆うブラックレースの上で揺れる、クロスネックレス。ダミアーニを代表するコレクション“ベル エポック”は、永遠のエレガンスと新世代を開拓する「生きる喜び」が表現されている。存在感のあるクロスモチーフは、男性的でもあり、女性的でもある。レースの妖艶さとクロスの清廉さ。相反するものが出合うとき、それは抗いがたい魅力となる。“BELLE EPOQUE”ネックレス〈WG×ダイヤモンド〉￥829,000・ネックレス〈YG×ダイヤモンド〉￥788,000(ダミアーニ)／ダミアーニ【1F】 ブラウス￥102,000(3.1 フィリップ リム)／3.1 フィリップ リム【3F】 スカート￥65,000(コスチュームナショナル)／コスチュームナショナル【3F】







重厚なコートに、マキシ丈のスカート。ビッグシルエットの二乗は色気から遠く思えるが、あえてジュエリーを過剰なまでにレイヤリングすることで、小気味よい違和感を生む。チェーン付きパールネックレスを何本も重ねたり、魔除けの瞳や蛇をかたどったリングを片手にじゃらり。その意外性のあるジュエリー使いで、女は一筋縄ではいかないと実感。ネックレス(長)〈SV×グレーパール〉￥235,000・ネックレス(短)〈SV×ゴールデンパール〉￥125,000(サミラ サーティーン) 薬指のリング〈YG×ダイヤモンド×チタン×サファイア×ツァボライトガーネット〉￥670,000・中指のリング上から〈YG×ダイヤモンド×サファイア×ツァボライトガーネット〉￥570,000・〈YG×ダイヤモンド×ツァボライトガーネット×サファイア〉￥270,000・人差し指のリング上から〈WG×ダイヤモンド×サファイア〉￥880,000・〈YG×ダイヤモンド×ツァボライトガーネット×サファイア〉￥750,000(マクリ)／ザ・ショーケース バイ デルバン【2F】 コート￥83,000(エプール)／エプール【4F】 ニット￥28,000・スカート￥68,000(アンダーカバー)／アンダーカバー【3F】 ブーツ ※10月上旬入荷予定 ￥115,000(3.1 フィリップ リム)／3.1 フィリップ リム【3F】

A Singular Experience

ワン&オンリーな新発見
プロが巡る GINZA SIX

自分を高めるスーツ。趣味として楽しむ服。最新モード。ここは男性ファッションにとって必要なものが過不足なく、かつ密度高く揃う場所だ。使いこなせば間違いなく、世界一の洒落者になれる。

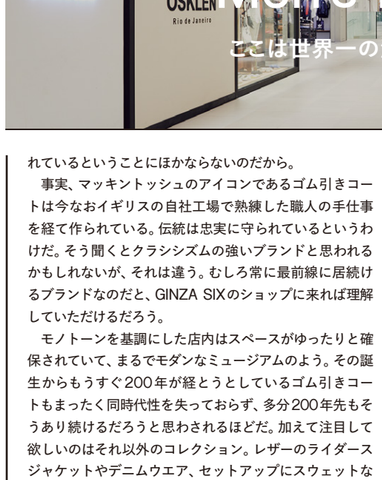
Men's Fashion

ここは世界一の洒落者になれる館

れているということにほかならないのだから。

事実、マッキントッシュのアイコンであるゴム引きコートは今なおイギリスの自社工場で熟練した職人の手仕事を経て作られている。伝統は忠実に守られているというわけだ。そう聞くとクラシシズムの強いブランドと思われるかもしれないが、それは違う。むしろ常に最前線に居続けるブランドなのだと、GINZA SIXのショップに来れば理解していただけるだろう。

モノトーンを基調にした店内はスペースがゆったりと確保されていて、まるでモダンなミュージアムのよう。その誕生からもうすぐ200年が経とうとしているゴム引きコートもまったく同時代性を失っておらず、多分200年先もそうあり続けるだろうと思わされるほどだ。加えて注目して欲しいのはそれ以外のコレクション。レザーのライダースジャケットやデニムウエア、セットアップにスウェットなどメンズウエアがトータルでスタンバイしていて、しかもそれぞれがハイクオリティ。洗練されたデザインと確かな技術が見事に調和した、まさに上質を知る大人のカジュアルウエアが揃っている。レザーシューズやスニーカー、バッグ



上：アイコンのゴム引きコートは、イギリスの自社工場で今も職人が手作り。下：直営店限定の上質ウールコート。着丈がやや長めなのが特徴。￥138,000

なども用意されていて、もし自分のワードローブがこんな服で埋め尽くされていたら日々どんなに素敵なスタイルが実践できるだろう……とつい妄想してしまう。

2世紀に迫る長い歴史、それを支える職人の技、そうしたバックボーンに裏付けられたカジュアルウエアの品質。さらに最近は新進気鋭のモードブランドとの別注コレクションの展開にも積極的で、毎シーズン斬新なデザインのコートが話題をさらっている。とにかく総じてクオリティが高いマッキントッシュ。オンもオフも、もはやここだけで用が足りるといっても過言ではないくらい魅力の深いブランドである。

3F MACKINTOSH
マッキントッシュ

伝統とモダンの理想的な調和

英国ではレインコートのことを総称して“マッキントッシュ”と呼ぶ。メンズファッションのルーツとして知られる英国においてそうであるということは、非常に意味のあることだ。普遍的な価値を持つ不朽のブランドとして認めら

4F DRESSTERIOR
ドレステリア

趣味のいい店とはこういうこと

自分の感性に合ういいセレクトショップを見つけることはいいことである。自分に代わって世の中にある様々なブランドやアイテムを厳選し一つの世界観にまとめて提案してくれているのだから、こんなに便利なものはない。行きつけのショップを一つ持っておけばスタイルに迷うこともトレンドに乗り遅れることもないし、優れたファッションアドバイザーがきちんとTPOに合った着こなしのレクチャーもしてくれる。むしろセレクトショップとはそういう面にこそ価値があるわけで、単にファッショナブルな服がずらりと並んでいるだけの場所ではないのだ。

さて、日本には世界から注目を集める優れたセレクトショップがいくつかあるが、ドレステリアもその一つ。ここは特に“ファッションのプロも納得する趣味の良さ”を持ち合わせていて、業界内の人間からも多くの支持を受けてい

るのが特徴だ。押しつけがましいファッション感や不必要なトレンド感はなく、コストパフォーマンスばかりを追い求めた無難な商品が並んでいるわけでもない、大人にとって本当に必要な服を純粋に抜粋したショップという印象。カジュアル、セミフォーマル、フォーマルの構成比ももちょうど良くて、クローゼット代わりに使うには最適なショップと言っていい。

そして中でも是非オススメしたいのが、ハウスブランドである「ヴァイオレット バッファロー ワロウズ」。派手さがあるわけではないが個性があって上質。ヨーロッパのワークウエア、ユニフォームミリタリー、スポーツウエアをモチーフに、トレンドに翻弄されない物づくりをするブランドだ。シーズンごとにコンセプトを変えて展開される新作を目当てに訪れる顧客も少なくない。

ちなみにドレステリアのメンズが購入できるショップは都内でここが唯一の場所であり、フラッグシップショップだ。1フロアをセパレートしてメンズとウィメンズが展開されているから、例えば夫婦で訪れる場所としてもここはうってつけ。事実、そういった利用をするコンシューマーが多いのだそう。ファッションアドバイザーの対応も丁寧で好印象。購入の予定がなくてもぶらりと立ち寄ってみたくなる、そんなセレクトショップだ。

5F FREEMANS SPORTING CLUB
フリーマンズ スポーティング クラブ

NYの空気を感じる場所

建築家でもあるターボ・ソマーが2005年にNYのハワリー地区の路地裏にオープンしたライフスタイルショップ、フリーマンズ スポーティング クラブ。1950年代のNY郊外の生活様式や時代背景をモチーフに、それを現代的にアレンジしたラインナップが特徴だ。その出自やアイテムそれぞれにウンチクは色々とあるが、それがいかにユニークで魅力的なものであるかはそれを支えるスタッフを見れば一目瞭然。ここまでコンセプチュアルなショップも珍しく、それだけでも一見の価値ありだ。

ショップマネージャーの古茂田 貴洋さんはカジュアルなジャケットスタイルの巧者。メガネや帽子など、小物の使い分けもポイント。

バーバースタッフの須山 誉志雄さん。クラシックなスタイルが板についている。セットアップとスーツを使い分け。

ショップスタッフの垣本 数馬さんのフォーマルなスーチングスタイルやセミフォーマルなセットアップスタイルが参考になる。

店舗にはバーバーも併設しており、これぞまさにアメリカントラッドスタイルといった感じ。とはいえ決してコンセプトありきではなく、スタッフも柔軟であくまでカスタマー主体だ。まずはバーバーを利用するのがオススメ。そこを入り口に、自由で豊かなNY的ライフスタイルに触れて欲しい。

5F KURO
クロ

服作りの本質とは？

「ブランドが今までやってきたこと、そして表現したいことをベストな状態で見せることができる場所」。GINZA SIX5階にあるKUROのショップについてそう語るのはデザイナーの八橋佑輔氏。デニムのイメージが強い同ブラン

ドだが、実はそれだけじゃない。デニム以外のウエアも積極的に作り、海外のファッションブランドともコラボレーションを展開するなど、その世界観は広くて深い。ここはその魅力に触れることができる場所だ。

「日本には世界に誇る生地の産地があります。その恵まれた生産背景を生かし糸からオリジナルで作るなど、デニム同様にほかのアイテムもクオリティにこだわっています。ただそれは本当にいいものを作ろうと思った結果たどり着いたこと。メイド・イン・ジャパンであることや東京発信のブランドであることに誇りは持っていますが、大事なのはそのウンチクではなく、いかにファッションとしてクオリティの高いものを提案できるかということにあります」

あくまでハイエンドなファッションを表現するプロセスとして、こだわりの生産背景がある。そのアプローチはシンプルで本質的だ。物づくりの本来の姿が感じられる。

KUROのアイテムはもちろんフルコレクションで揃うが、ここではそれ以外のブランドもセレクトされているのが特徴。ブランドの世界観にマッチするアイウエアや香水などが並ぶ。さらにGINZA SIX限定のアイテムも必見。写真下・左のデニムジャケットもその一つで、モデル自体は定番のものだが、ボタンになんとシルバー925を使用。さりげなく贅沢さが潜む一着に仕上がっている。

「このほかにも、ロンドンの新進気鋭のブランドとコラボレーションしたコートなど、ここでしか購入できないものをご用意しています。銀座という場所だからこそできる、さらに一歩深く踏み込んで作り込んだアイテムを今後も提案できたらと思っています」

左：GINZA SIX店限定のデニムジャケット。￥40,000　右：尾州で作ったオリジナル生地を使用したツイードパンツ。￥28,000

日本の優れた生産背景を駆使し世界に誇れる高品質な商品を展開するKURO。身近な人にはもちろん、海外の知人がいたら真っ先に紹介したい東京を代表するブランドだ。

5F THE NORTH FACE UNLIMITED

ザ・ノース・フェイス アンリミテッド

境界線を超えるライフスタイルとは？

さすがはザ・ノース・フェイスである。週末ともなれば店内はあっという間にお客で埋まり、国内外を問わずたくさんの人がショッピングを楽しんでいる。この取材時も平日の朝にもかかわらず、オープンと同時に人が流れ込んできた。しかもそのほとんどの人がここを目当てに真っ先にやってきたという感じだ。それにしても、都内には何店舗かショップがあるにもかかわらず、なぜこのショップをめがけて人はやってくるのか？ それはこのGINZA SIXのショップがほかのザ・ノース・フェイスのショップと一線を画すコンセプトを持っているから。それが、同ブランドが提案する新業態、ザ・ノース・フェイス アンリミテッドだ。

もう一度上の店舗写真をご覧いただきたい。モノトーンを基調にした右のスペースは都会を、ウッディで温かみのある左のスペースは自然を表現したものだ。これは、枠にとらわれずその両者を自由に行き来しながら生活する人に向けて、ひいては仕事と遊びに境界線を設けずどちらもライフスタイルの延長線上にあるという生き方を実践する大人に向けて、それにマッチした商品を展開するというコンセプトを表している。2つの異なるお店を行き来しているような感覚になるが、その実どちらも同じザ・ノース・フェイス アンリミテッド。新しい体験である。

そしてもう一つ、このショップを構成する重要な要素が『和』だ。店内に和の日用雑貨がディスプレイされているのも他店とは異なる演出で、ザ・ノース・フェイス アンリミテッド独自の目線で日本の各名産地から鉄器やしゃもじなどをピックアップ。独自の目線で選ばれたものは素晴らしく、しかもそれらが同ブランドのハイテクノロジーな世界観にきちんと馴染んでいるから面白い。

さて、肝心の商品構成だが、やはり人気なのは、“都市生活における利便性の高い日常着”をコンセプトに掲げる「アンリミテッド」ライン。中でもショップスタッフの松本貴宏さんが着用しているショップ限定のセットアップはリリース後すぐに完売するほど。ストレッチ性が高くコンパクトに収納ができるから出張や旅行に便利。秋冬の新作もおそらく完売は必至。早めのチェックが賢明だろう。

既存の価値観が書きかえられ、ライフスタイルが刻一刻と変化する現代。それに柔軟に対応をしていくことは重要な能力の一つだ。都市と自然、テクノロジーと伝統。両者を分け隔てなく提案するザ・ノース・フェイス アンリミテッドは、新時代のライフスタイルの指標となるかもしれない。

5F DENHAM

デンハム

まるでデニムの実演販売 !?

オランダ・アムステルダム発のデニムブランド、デンハム。そのショップの前でしばしばできる人だかりが話題になっている。その正体はなんとデニムの実演販売！……ならぬデニムのウォッシュの実演だ。ここはデンハム各店の中でも唯一『デニムラボ』なる施設を設けた店舗で、以前から展開しているハンドウォッシュサービスを直に見ることができる場所。あまり目にすることのないその工程を眺めるべく、多くの人がお店の前に集まってくるというわけだ。「VIRGIN-TO-VINTAGE（ヴァージン トゥ ヴィンテージ）」というフィロソフィーを掲げる同ブランドにとってデニムは販売して終わりではない。洗いのかかっていない生のままのデニムを購入したカスタマーには色落ちのプロセスを説明し、理想の表情にするにはどうはくべきかをレクチャーしてくれる。そしてそのジーンズを持ち込むことで唯一無二な表情に仕上げてくれるのだ。ずいぶん手の込んだ話だと思う人もいるかもしれないが、はくたびに洗うデニムと、半年間はき続けてから洗ったデニムとでは別物と言っていいくらい見た目が異なる。中には3年間じっくりはき込んでからデニムラボに持ち込んだ強者もいるとか。そんなデニムがここでウォッシュサービスを受けたらどうなるのか……見てみたい気もする。

1

事前にどのくらいの色落ちを希望するかヒアリングしたのち、専用の石鹸でデニムを洗う。一つ一つ、全て手洗いというのがポイントだ。

2

洗いが終わったらたっぷり溜めた水にくぐらせて十分にすすぎをする。しっかりと汚れを落とすためにもこの工程は念入りに繰り返される。

3

二人掛かりで絞り、しっかりと水を切る。この作業も機械を使わずに手作業で行われる。元来ワークウエアであるデニムらしい光景だ。

4

しっかりシワをのばし、天井で扇風機が回る専用の乾燥スペースで乾燥。半日もすればしっかり乾き、新しいデニムが完成する。

5

ウォッシュ前と後では表情が全くの別物。仕上がったデニムには、各店舗のスタンプが押される。GINZA SIXは“歌舞伎柄”。

ダメージを受け表情が変わってくるほど完成に近づく。デニムは数あるファッションアイテムの中でも特異な存在だ。しかしこれだけポピュラーなアイテムでありながら、理想の色落ちがしたマイ・ヴィンテージ・デニムを作るためにどうしたらいいかを知っている人は少ない。そのために、デンハムは最後までケアを続けてくれる。掲げるフィロソフィーは伊達じゃない。

ちなみにデニムラボではハンドウォッシュサービスのほかに、すそ上げや簡単な補修などのサービスも行っている。デニムのことならなんでも相談できる信頼の置けるショップだ。ウォッシュサービスに出してから洗い終わったデニムが上がってくるまで、混み具合にもよるが1週間ほど。GINZA SIXで洗ったものにはそれとわかるスタンプが押されて返ってくるというのも面白い。今までより楽しいデニムとの付き合い方がここから始まる。

5F RING JACKET MEISTER

リングヂャケット マイスター

クローゼット感覚で使いたい

ストアマネージャーの岩谷一樹さん（右）とサブマネージャーの高橋知宏さん（左）。

普段着でファッションを楽しむのはあくまで個人の自由だ。だがスーツは違う。それが仕事であれ、冠婚葬祭であれ、パーティであれ、そこには社会性というものがつきまとう。求められる身だしなみの基準があるのだ。半分は自分以外の人のために身だしなみを整えていると言ってもいい。しかし、そういう時にこそセンスは問われるもの。決めるべき時に決めることができる。そんな男性こそ魅力的だ。

そんな時に活用して欲しいのが、リングヂャケット マイスターである。同ブランドはいくつか国内に店舗を構えているが、ここGINZA SIXの店舗は少し特別な存在。他店より規模が小さく、重心の低い佇まいになっているのだ。

なぜか？ それはお客様それぞれが自分のクローゼットのようにこのお店を活用して欲しいから。くつろげる店内で、お客様一人一人と対話しながら、理想の一着を探し出す。そういったコンセプトのもと、ここは作られている。

スーツの店は敷居が高いと感じる人もいるかもしれないが、そんなことはない。店舗には入り口がなく常に全体が開放された状態。スタッフの対応も柔らかく、むしろふと足を踏み入れたくなるほどだ。いざ入ってみれば接客も丁寧。中央にあるローテーブルに商品を広げて説明してくれるのがこの特徴で、スーツ選びからVゾーンの組み立て方まで要望に合わせた指南をしてくれる。上級者から初心者まで、それぞれに合わせた対応をしてくれるのが嬉しい。

そもそもリングヂャケットは、注文服のような着心地の既製服を提供するブランドとして高い評価を獲得している。自社工場で生産される“国産”スーツは日本人の体型にフィット。着るものをよりスタイリッシュに引き立ててくれると評判だ。そもそも仕立てて着るのが前提であるスーツは、いかに体型に合っているかが重要。見栄えだけを追い求めるのではない、本当の意味で自分に必要な一着がここで見つけられるはずだ。

もちろん、さらに高いクオリティを求める人のためにオーダーサービスもある。スーツが必要になった時はまずここへ。先に紹介したコンセプトどおり、まさに自分のクローゼットのように使いたいショップである。

5F N.HOOLYWOOD

エヌ. ハリウッド

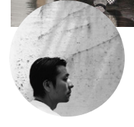
東京発の“ モード ”を体感

日本には、世界で活躍するファッションデザイナーが多くいることをご存知だろうか。N.HOOLYWOODを手がける尾花大輔氏もその一人。“TOKYO”を象徴する人物として世界から注目を集めている。

一般的なデザイナーに比べ異色の経歴を持つ尾花氏。感性を培ったのはアメリカの古着文化、ヴィンテージウエアの数々だ。日本とアメリカを行き来する古着のバイヤーを務めていた氏は、徐々に古着のリメイク服やオリジナルの服のデザインをスタート。その新しいアプローチが話題を呼び、ついに2001年にオリジナルブランドのN.HOOLYWOODを設立することになる。その人気は瞬く間に広がり、翌年には東京コレクションデビュー。そしてブランド設立から10年目を迎えた2010年には、コレクションの発表の場をかねてから古着のバイイングで馴染みのあるアメリカに変更。そこでも氏がつくり出す世界観は受け入れられ、以来、世界のファッションシーンにその名を馳せる存在となっている。

ランウェイで発表されるコレクションこそコンセプチュアルだが、アイテム一つ一つにはリアリティがあり取り入れやすさがあるのが特徴。シンプルに着こなすこともできれば、コーディネートで斬新に演出することもできる。その懐の深さもまた、このブランドの魅力の一つと言えるだろう。海外のアップカミングなギャラリーをイメージしたというGINZA SIXのショップは自然とアイテム一つ一つにフォーカスできる造りになっており、それを実感することが可能だ。中央に設置されたカウンターは、会計ではなくコミュニケーションのためのスペース。高さを低く設定することで会話のしやすい環境を目指したという。

さて、現在展開されている2017-2018の秋冬コレクションは、ガターパンクと呼ばれるカルチャーや路上生活者の着衣がインスピレーションソース。ちょっとルーズなバランスや大胆なレイヤードのアイデアがユニーク。尾花氏ならではの遊び心のある視点と、それをモダンに落とし込むセンスが光る。コンセプト自体はアウトローだが、アイテムはどれもモダンで洗練性が十分。大人が楽しむカジュアルスタイルにも相応しいクオリティがあることを、ぜひここで確かめてみて欲しい。



尾花大輔／N.HOOLYWOODデザイナー。2010年より拠点を東京からNYに移し、コレクションを発表。高い評価を獲得し続けている。http://n-hoolywood.tumblr.com/

行方 淳／1978年生まれ。スタイリストアシスタントを経てエディター・ライターに転身。現在はファッション誌、ウェブマガジン、ブランドサイトなどのエディター、コピーライター、プロデューサーとして活動。

Fragrance & Esthetic

IDとなる香り探しと夏疲れ肌に癒しのエステ

B1Fビューティフロアの注目は何といっても香水とエステティック。この2ジャンルの充実度は東京随一、つまり日本一。どのブランドもプロフェッショナル揃いで、発見あるコミュニケーションが楽しい。

B1F YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ

イヴ・サンローラン・ボーテ

ここにしかない限定コレクションをチェック

日本初のフラッグシップショップとなるのがイヴ・サンローラン・ボーテ GINZA SIX。レコーディングスタジオを模したVIPルーム（予約制・60分間）や有料のスペシャルなラッピングサービスなど“ここならではの”サービスが多いGINZA SIX店だが、今回のお目当ては3本の限定香水だ。もともと世界でも限られた店舗でしか販売されていないラグジュアリーなフレグランスのライン「ル ヴェスティエール デ パルファム」。その新たなコレクションである「ニュイ」の3本（125ml 各¥39,000）は、日本の店舗ではここだけの展開だ。

万人ウケする流行りの香水も魅力的だが、大人の女性としてはつけていて、すぐにどこの香りとバレるものはちょっと避けたいのが本音。そういう意味で、カブりの少ないエクスクルーシブなフレグランスがあるというのはポイントが高い。香りを詳しく説明してくれるのがブティックマネージャーの守口純司さん。ビューティアドバイザーというと女性が多い印象があるけれど、最近は男性も増えてきている。守口さんはこの道10年以上、メイクアップエキスパートの資格も持ち、東京の有名百貨店で腕を磨いてきたベテランだ。店舗奥の対面カウンターでソファに腰かけながら「秋のクラシカルな洋服のムードに合わせて、ちょっと深みのある香りを探している」と相談。守口さんが「ル ヴェスティエール デ パルファム ニュイ」の中からキュイール、ヴィニル（＝ビニール）、ヴェロアの3つの香りをまずは紙製のムエットで嗅がせてくれる。さらに「紙のムエットではトップノートを確認します。次はこちらでミドルノートからラストにかけての香りの変化を確認してください」と差し出されたのがシルバーのスティック。その内側の特殊な素材に吹きつけてある、時間を経て変化した香りも体験することができる。トップノートだけでなく、時間を置かないとわからない香りの変化をこうした工夫でチェックさせてくれるのは、なかなかいいアイディア。私は人肌になじんだときのミドルノートの温もりある甘さが好みだったヴィニルを選択。温度も湿度も下がり始め、シルクのブラウスに袖を通す頃につけたいと思う香りに出合えた。その日が今から楽しみでならない。

ブラックをまとったボトルが特別感を増す「ニュイ」コレクション。

B1F La Boutique Guerlain

ラ ブティック ゲラン

独自のフレグランス コンサルテーション

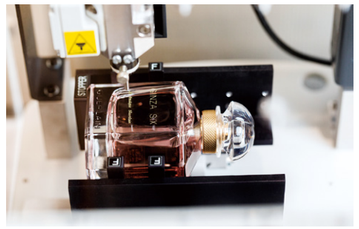
香水といえばゲラン。ゲランといえば香水。今ではスキンケアでもメイクアップでも知られるゲランだが、1828年創業のフレグランスメゾンがそのスタートだ。ここGINZA SIX店は随所にパリ本店のディテールを彷彿とさせるインテリアを配置し、ゲランのラグジュアリーな世界観をモダンに体現していてそれは素敵なのだ。

日本の店舗の中でも最多の80種類の香りを揃えるこの店では特別な訓練を受けたフレグランス スペシャリストだけが行うフレグランス コンサルテーションを受けられる（要予約・無料）。マネージャーである大原裕子さんも資格を持つ一人。まずは大原さんがiPadの中の花や森、柑橘系の果物や木や水などの4つに分類されたグループの写真を見せてくれる。ちょっと深みのある秋の香りを探している私が選んだのは森や苔の映った写真。次に過去に好きだった香りやどんなシチュエーションでつけることを想定しているかなどの質問に答えていく。そしてここからが面白い。内側に香りのついた釣鐘型のセラミックのムエットが14種類。これを大原さんが次々に手渡してくれ、それぞれを嗅いで感想を伝えていくという作業を行う。「澄んだ花の香り、いいかも」「チョコレートっぽくて好き」「ちょっと重たくて好きじゃない」……。大原さんはそれを瞬時に判断して、また新たな香りの組み合わせを渡してくれる。そうして14種類の香りを嗅ぎ分け、好き嫌いを分別していく作業を続け、好みの香りが絞り込まれていく。セラミックのムエットには小さなゴールドの札に香りのハーモニーが記されているのだが、香りに集中していることと大原さんが手早く回収していくので、いちいちそれを読んで香りを確かめることはできず、先入観が入り込む余地は全くなかった。

SIX店は随所にパリ本店のディテールを彷彿とさせるインテリアを配置し、ゲランのラグジュアリーな世界観をモダンに体現していてそれは素敵なのだ。

「意外な結果が出ていますよ。ご自身が使いたいと挙げていらした森や苔などのシプレーは嫌いに分類されていました。全体に重ための香りを避ける傾向でしたが、チョコレートなど甘いものがお好きというお話がありましたし、そのせいかグルマンの要素は残りました」と大原さん。コンサルテーションの結果を受けて選ばれたのはラール エ ラ マティエール（オーデパルファン 75ml ￥32,000）の「ネロリ ウートルノワ」と、エリクシール シャルネル（オーデパルファン 75ml ￥35,300）の「フローラル ロマンティック」の2つ。実際に試してみるとネロリ ウートルノワの方はフレッシュなネロリにいぶしたような香りが混じり、どこかほっとする趣。聞けば私の好きなスモークティーの要素が入っているという。フローラル ロマンティックはオレンジブロッサムとイランイランによるフェミニンなフローラルノート。どうやら深層心理では女性らしい香りが好みらしい。「今日は蒸し暑かったので選ぶ香りが少し爽やかな傾向になったのかもしれません。ベッドなどのリネンにも使えるオー デ リ オーデトワレ（125ml ￥12,500）もお好きかと思います」

パッケージの見た目や思い込みに左右されず、自分の鼻が好む香りに辿りつけるのがこのコンサルテーション。好みの香りになかなか出合えない人はぜひ一度トライして。



フレグランスに刻印入れの無料サービス（所要時間約20分）も。

B1F diptyque

ディプティック

香りに託された旅の思い出話を聞く

パリ・サンジェルマン大通り34番地からやってきたホームフレグランスとアロマキャンドル、オーバル型のオードトワレで知られるディプティック。日本一の広さを誇るGINZA SIX店には竹を使ったコクーンと呼ばれるコーナーや日本の障子にインスパイアされたディスプレイなど随所に和のエッセンスが盛り込まれ、ここならではの遊び心にあふれた空間が広がっている。

折り紙のような色合わせが美しいラッピングはギフトにもぴったり。

「このコクーンは別名“鳥かご”といいます。3人の創業者たちが世界を旅する中で集めてきたものを並べたコレクション棚をイメージしているんですよ。他店では取り扱いのないファブリックやステーショナリーなども扱っていまして、ディプティックの香りのあるライフスタイルが垣間見えるようになっています」とは店長の倉林聡子さん。ディプティック歴7年目の彼女自身が「ドソン」というチュベローズをメインにした香りに魅せられて入社したと語るほどのディプティックファン。「ドソンはベトナムのリゾート地で、創業者がそこを訪れたとき、香りに導かれるように歩いていくと美しい湖に辿りついたそう。そのとき目にした風景がラベルの絵なんです。ウォータリーな香りがパウダリックに変わっていく変化が美しいんですよ」

こうした香りのエピソードを聞けるのが本当に楽しい。香水はイマジネーションに働きかけるものなので、背景を知ることでその香りをより好きになれるのだ。

ちなみに「ブティックだけのサービスなのですが、オードトワレは香りごとに3つのカラーコードがあって、その3色の薄紙を用いてラッピングしてお渡ししています」という情報も。全体が広く見渡せるオープンな造りのせいか、入りやすく男性客も少なくない。「季節によって香りを使い分ける方など、ここを訪れる方は性別を問わず香りの上級者が多いです」

ほかにも白い陶器に冷温でゆっくり拡散するワックスを流し込んだクラシックな香りのオブジェ、香りのオーバル（¥5,900）があるかと思えば、電動式のディフューザー「アンエール ドゥ ディプティック」（¥35,000）など革新的な製品も。「chic（上品）とbizzare（独特）をつなぐ旅がディプティックのコンセプト」と倉林さんが語るとおり、型にはまらないユニークな香りと出合える場所だ。

B1F Salon des Parfums

サロン デ パルファム

メゾン系フレグランスの通な案内人

「アニック グタール」「ペンハリガン」「メゾン フランシス クルジャン」という香水通に人気の3つのメゾン系フレグランスブランドが一堂に会するサロン デ パルファム。スタッフの田村敏之さんはペンハリガンのボトルのネックを飾るボウと同じく、蝶ネクタイがトレードマークの男性だ。ここでは「秋に向けて、いつもとは違う香りを探している」と相談。いかにも女性っぽいフレッシュフローラル系ではなく、もっと通な香りをつけてみたいという私のリクエストに対し、田村さんからの提案はペンハリガンのメンズ香水、イングリッシュ ファーン オードトワレ（100ml ￥20,500）だった。「クローバーやゼラニウムなどハーバルなノートで深みのある瑞々しさが特長です。基本、メンズですが女性の方にも人気の高い香りです」。香りを嗅がせてもらうと、トップのフレッシュさがかなりツボ。理髪店のようなクリーンな香りはパリッとした白シャツに似合いそう。「少し女性寄りに戻すなら、アニック グタールのイル オ テ オードトワレ（100ml ￥20,800）でしょうか。シトラスにお茶の香りを合わせたシトラスグリーンです。より透明感を増した水を極めるなら、メゾン フランシス クルジャンのアクア ユニヴェルサリス オードトワレ（200ml ￥30,200）ですね」。この2つの香りもやはり自分が今、つけたいものに近く、田村さんの見立ての正確さに驚く。個性の異なる3つのブランドが揃っているからこそ、選択肢も広く、比較もしやすい。メンズやユニセックスな香りも多いので、夫や恋人、パートナーと一緒に香りを選ぶときにも、ぜひ田村さんに相談を。

瑞々しさをテーマに選んでもらった3本。どれも自分好みで驚く。

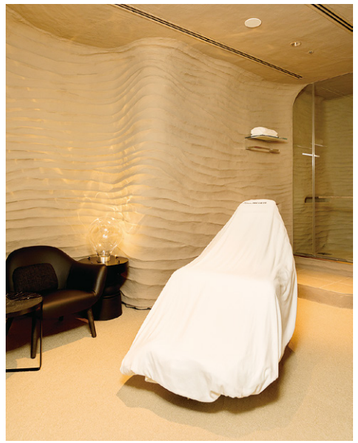
B1F Maison DECORTÉ

メゾンデコルテ

M・ワンダース設計の絶対美空間

一歩足を踏み入れただけで、美しくなる力が引き出されるような空間、それがメゾンデコルテだ。設計は世界のデザイン界を牽引するプロダクト＆インテリアデザイナー、マルセル・ワンダース。何もかもがゴージャスで洗練されていて、グローバル展開における初の旗艦店としてのコスメデコルテの矜持がそこかしこに見てとれる。中でも圧巻は3つあるトリートメントルーム。それぞれにコンセプトが異なり、五感に加え、この空間で感性までをも刺激する“六感美容”を提案する。

「オートクチュールのようなトリートメントはメゾンデコルテのために新たに開発しました。ダイヤモンドで肌表面を整えながら吸引する美容機器を使い、肌を柔らかくした後、筋膜に働きかける独自のマッサージやリンパドレナージュでダイナミックに不要なものを流していきます」とチーフの馬場正子さん。



部屋ごとに音楽や香りも変え、空間全体で五感＋感性を刺激。

首筋から腕にかけて優しくかつダイナミックな動きでリンパを流す。

フェイスラインの筋膜への働きかけでもたつきがすっきり。

夏の終わりのくすんだ肌が気になる私が受けたのは80分のフェイシャルのコース。ダイヤモンドの吸引器といっても、肌状態や部位に合わせてダイヤモンドの目の細かさや吸引圧を調整してくれるから、刺激を感じない。フェイシャルでありながら、首やデコルテ、腕にダイナミックな動作で働きかけるのも新しい。詰まっていたものが一気に流れだし、細胞の一つ一つが活性化されていくような感覚だ。そこへまずはコスメデコルテが誇る名品、モイスチュアリポソームやリポソームトリートメントリキッドを与え、さらに最高級スキンケアライン、AQ ミリオリティの化粧水、乳液に加えて最高峰クリーム、価格はなんと12万円(!)を使い、丁寧なケアが施されていく。終わってみれば、肌はふくふくと柔らかでありながら、キュッと上向きのハリ感を取り戻している。そうして受け入れ態勢の整った肌のためにコースを受けた夜から毎晩使ってほしいと、リポソーム トリートメント リキッド シートマスク(非売品)を3回分渡される。単なる癒しに留まらない攻めのエイジングケアが行えるのがコスメデコルテならではだ。

Menu

For Facial 80

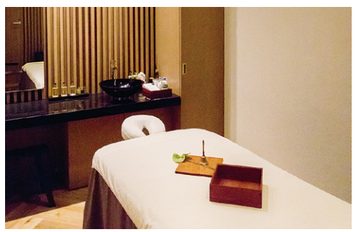
80分
¥30,000
<初回限定> ¥22,500

顔だけでなく、首やデコルテまでの広範囲なマッサージにより、ハリ・リフト感のある柔らかな弾力肌に。

B1F PAÑPURI

パンピューリ

タイのナチュラルコスメでほぐす



カウンターの隣の扉の奥にこんな空間が広がっているとは……！

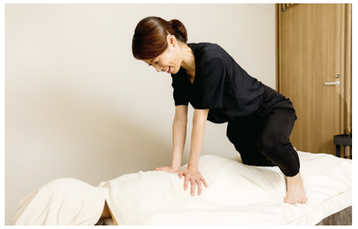
ナチュラル オーガニック ウェルネス ライフスタイルを提唱するパンピューリ待望の日本初の旗艦店が、パンピューリ オアシスGINZA SIX。店内にはレモングラスやロータス、ジャスミンなどアジアンハーブを使った商品がズラリ。ラグジュアリーなルックス、オーガニックの植物をメインに使ったナチュラルコスメとしての高い品質をキープしたまま、リーズナブルな点もアジアのブランドならではか。

世界でも屈指のスパブランドを持つ旗艦店としてトリートメントルームももちろん備えている。中は想像以上に広く、天井が高いこともあって贅沢な印象。シャワーブースも併設されていて1室とはいえ、かなりの本格派だ。

スパトリートメントメニューは本国と同じく、研修を受けたスタッフの手によって行われる。GINZA SIX店のセラピスト・松崎真由子さんもタイ本国で訓練を受けた一人。夏の疲れがたまって全身が重だるかった私は、ブランドのシグネーチャーである「パンピューリ オアシス ジャーニー」をオーダー。他にタイのスパらしさ満載の数種類のハーブでできたハーブボールを使った「ヒーリング タイ ハーバル コンプレス」(前日までに要予約・90分¥18,000)も人気が高いそう。トリートメントはハーブの香り豊かなフットバスからスタート。夏の間のサンダル履きでコチコチに固まったかかとの角質を、ハーブの入ったスクラブ剤で優しく丁寧に取り除いていく。続いてベッドに横たわり、脚や腕、背中のトリートメント。松崎さんがベッドの上に乗り、タイ古式マッサージよろしく、手と足を大きく使って、全身をほぐしてくれる。この段階で「ふーっ」と嘆息するしかできないぐらい、ただひたすら心地よさに身を委ねるのみ。至福のトリートメントとはまさにこのこと。

「ボディやフェイシャルの90分のコースは予約が必要ですが、脚だけ、ヘッドスパ、ミニフェイシャルなど30分のエクスプレストリートメント(いずれも¥6,000)なら、当日、お部屋が空いていればすぐにご案内できますよ」と松崎さん。30分とはいえ、満足度は十二分。これはちょっと抗えない誘惑となりそうだ。

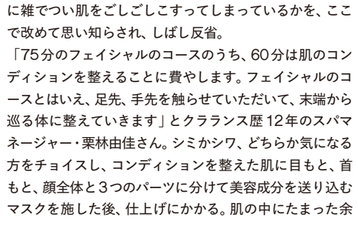
施術で使ったハーブボールは持ち帰りOK。温めて2〜3回使用可能。



タイで研修を受けた松崎さんが行う本場のセラピー。

スクラブで背中を磨き上げるとコリも取れ、透明感が一気にアップ。

ロータスやレモングラスなどアジアンハーブ配合のスパ製品。



Menu

パンピューリ オアシス ジャーニー

90分
¥22,000

フットやヘッドマッサージ、全身マッサージに簡易のフェイシャルまでついたパンピューリの施術を一通り体験できるシグネーチャーコース。

B1F CLARINS SKIN SPA

クラランス スキン スパ

パリの老舗エステのメソッドを堪能

製品カウンターとエステティックサロンを融合したクラランス初のフラッグシップブティック。4つのトリートメントルームに加え、カウンセリングルーム、メイクアップスペースもあり、エステティックサロンが充実しているここGINZA SIXにあって、随一の規模を誇る。トリートメントルームは白を基調にした清潔感あふれる空間。ベッドに横たわれば、頭上に青空が広がる演出が清々しい。

「エステティックで得られる効果は一瞬でしょ？」と言う人もいるが、それは違う。プロの施術を受けることで、その指使いの正確さを知ることが日々のスキンケアに生かされ、その後も効果を高めていくのだ。クラランスのトリートメントを受けるとその繊細な手の使い方にいつも驚かされる。80種以上の手技を組み合わせるというパリのサロン直伝のトリートメントは、肌を摩擦によって傷めない指使いが徹底されている。あまり知られていないことだが、普段のお手入れの刺激によってシミやシワを作っている人は案外多いという。久しぶりに自分のクレンジングがいかに雑でつい肌をごしごしこすってしまっているかを、ここで改めて思い知らされ、しばし反省。

「75分のフェイシャルのコースのうち、60分は肌のコンディションを整えることに費やします。フェイシャルのコースとはいえ、足先、手先を触らせていただいて、末端から巡る体に整えていきます」とクラランス歴12年のスパマネージャー・栗林由佳さん。シミかシワ、どちらか気になる方をチョイスし、コンディションを整えた肌に目もと、首もと、顔全体と3つのパーツに分けて美容成分を送り込むマスクを施した後、仕上げにかかる。肌の中にたまった余分な水分や老廃物が流されるとそれだけで顔がすっきり小顔に。「目もとやお顔にむくみがあったので、それを取り除くだけで目がぱっちりされてフェイスラインもシャープになりましたね」と栗林さんの言葉に、自分の顔がむくんでいたことを知る。夏の間、冷たいものを飲む機会が増えていたせいもあり、むくみがデフォルトになっていたようなのだが、全く自覚がなかった。肌のことを改めて教えてもらえるのもトリートメントに定期的に通うメリットの一つだと思う。最後に肌症状に合ったミニサンプルが渡されるなどキメ細かなサービスはさすがクラランス。

指先をただほぐされるだけで、全身が溶けるような心地よさ。

首筋から鎖骨にかけて、リンパの詰まりを的確な手技で流していく。

フェイシャルコースで使う製品はスパ専用のものを含め約20種類。

Menu

エイジングケア エキスパート(ラディアンス スムーサー)

75分
¥22,000

パーソナルな肌悩み、目的に合わせてカスタマイズするオーダーメイドのトリートメント。今回受けたのは年齢肌に特化したコース。

B1F SUQQU

スック

顔筋マッサージで驚きのリフトアップ

肌表面をなぞるマッサージではなく、顔の深部の筋肉を捉えてコリをほぐし、セルライトを潰してリフトアップさせる顔筋マッサージ。SUQQUの定番中の定番、マスキュレイト マッサージ&マスク クリーム(200 g ¥10,000)を使用したこのマッサージは、一般のお店では椅子に座ったゲストの背後から行うのが通常。GINZA SIXでも椅子に座った状態でのマッサージ体験を行っているが、ここにはなんとフルフラットのベッドに寝た状態で顔筋マッサージを受けられる個室が設けられているのだ。これは顔筋マッサージクリームをはじめ、SUQQU製品を長く愛用しているロイヤルカスタマーのための特別な体験(要予約・無料)。今回、施術を担当してくれたのはこれまでに約4000名に顔筋マッサージを施し、ゴッドハンドの呼び声も高いチーフの吉澤勇気さんだ。彼自身がニキビや肌荒れに悩まされていた時代にSUQQUの顔筋マッサージに出合い、その効果に惚れ込んで入社したという。「顔筋マッサージは当初、椅子に座ったお客様に頭を預けてもらって行うものだったので、こちらのお部屋でお客様が寝ている状態でマッサージを行うにあたり、力加減に最初は戸惑いましたね」と吉澤さん。男性ならではの肉厚な指と手のひらが顔のコリをがっしりと捉え、セルライトをゴリゴリと潰していく。イタタタタッ……。顔も凝るということ、顔にもセルライトができるということをこのマッサージで知る人が多いというのも納得。「マッサージ自体は3分程度なのですが、ご自宅で、ご自分一人ででも行えるように指導もいたします。常連のお客様の場合は、スヤスヤ眠っていらっしゃる状態のままマスカラやアイラインまでフルメイクアップを済ませちゃうんですよ」と吉澤さん。ここがそれほどリラックスできる静かな空間であると同時に、人を安心させるそのキャラクターによるところも大きいのだろう。はっきり言ってこの顔筋マッサージ体験が無料だなんて、太っ腹すぎる……。この施術で感じるリフトアップ感を自宅でもマッサージを続けることでキープし、たるみ知らずの顔へ。本当にお値打ちだと思う。

顔の深部の筋肉を捉えるために留まりのよい独特のテクスチャー。

優しいだけのマッサージと一線を画す、独特の力強さがやみつきに。

Menu

SUQQU 顔筋マッサージ体験

約60分
無料・要予約

カウンセリング、クレンジング、顔筋マッサージ、スキンケア、メイクアップまでのフル体験。※初めての方は着席スタイルでの施術となります。

平 輝乃／キャリア20年余の美容エディター・ライター。5年にわたり、フレグランスの連載を担当するなど香りへの造詣が深い。海外のスパ取材も数多く経験し、セラピストの腕を見極める確かな目を持つ。

Feature 4

News

VOGUE LOUNGE GINZA SIX

GINZA SIX 屋上では日本初出店となる
ファッショニスタのためのルーフトップラウンジ「VOGUE LOUNGE」を期間限定で営業中。
監修は英国王室で最も若いヘッドシェフに選ばれ、
ワシントン D.C. にあるイギリス大使館でエグゼクティブシェフを務めた、
コンデナスト・インターナショナル・レストランの GARY ROBINSON 氏。
ファッション誌『VOGUE JAPAN』を体現するスタイリッシュなフード、
オリジナルカクテルをはじめとしたアルコール&ドリンクをお楽しみいただけます。

場所：GINZA SIX 屋上「GINZA SIX ガーデン」
開催期間：2017年10月29日（日）まで
営業時間：11:00～23:00 ※ラストオーダー 22:00
お問い合わせ：03-5605-7032（受付時間 平日 9:30～17:00）

GINZA SIX POINT UP CAMPAIGN

9月15日（金）から9月18日（月・祝）の期間中、GINZA SIX ポイントが通常の5倍にアップ。
GINZA SIX アプリにご登録いただくと、当日のお買い物から GINZA SIX ポイントが貯まります。
9月15日（金）17時30分からは、館内でドリンクサービスもご用意しています。

開催期間：9月15日（金）～ 9月18日（月・祝）
お問い合わせ：GINZA SIX ポイント事務局 03-3572-3572（受付時間 10:30～20:30）

Info

所在地：東京都中央区銀座6-10-1

営業時間：物販・サービス 10:30～20:30
飲食 11:00～23:30（※店舗により異なる）

電話番号：03-6891-3390（受付時間 10:30～20:30）
公式 WEB サイト：https://ginza6.tokyo

Access

Guests arriving by train

東京メトロ 銀座線・丸ノ内線・日比谷線「銀座」駅
A3番出口より徒歩2分

Guests arriving by car

駐車場をご利用ください。
収容台数 445台
営業時間 6:00～26:00
利用料金 300円／30分
※ GINZA SIX 各店舗でのお買い上げに応じた割引サービスをご用意しています。
詳細は GINZA SIX 公式 WEB サイトをご覧ください。

GINZA SIX *magazine*

Fashion Issue Fall 2017

Staff

Publisher: GINZA SIX Retail Management Co., Ltd.
Editor in Chief: Yuka Okada
Art Director: Natsuko Yoneyama [YONEYAMA LLC.]

Feature 1

Photos: Masahiro Sanbe (MIKIKO/Shizuka Ishibashi/Genki Kawamura)
Harumi Obama (DAOKO/Yuko Mohri/Ryota Murata)
Styling: Koji Oyamada [The VOICE MANAGEMENT]
Hair&Makeup: Tsukushi Ichikawa (Yuko Mohri),
Ryoji Inagaki [maroon brand] (DAOKO), Masako Osuga (MIKIKO),
Takai (Ryota Murata), Rumi Hirose (Shizuka Ishibashi),
Katsuhiko Yuhmi [THYMON Inc.] (Genki Kawamura),
Edit&Text: Yuka Okada

Feature 2

Photos: Hiroko Matsubara
Styling: Ayaka Endo
Hair&Makeup: Yoshikazu Miyamoto [Perle Management]
Models: Jebediah, Federico B.
Cooperation: GINZA Maison HENRI CHARPENTIER,
GINZA KIKUSUI, SHISEIDO PARLOUR
Edit&Text: Itoi Kuriyama

Feature 3

Photos: Osamu Yokonami
Styling: Naomi Shimizu
Hair&Makeup: Hiroko Ishikawa
Model: Luka
Edit&Text: Mika Koyanagi

Feature 4

Photos: Ryo Hanabusa (MEN'S), Martin Holtkamp (BEAUTY)
Edit&Text: Jun Namekata (MEN'S), Teruno Taira (BEAUTY)

Cover

Photo: Hiroko Matsubara
Styling: Ayaka Endo
Hair&Makeup: Yoshikazu Miyamoto [Perle Management]
Model: Jebediah
Shirt¥280,000 Pants¥170,000 Earrings¥65,000
Boots¥130,000 (CÉLINE)/CÉLINE GINZA

English copy by Rendezvous Co., Ltd.
Printed by Koho Co., Ltd.

※本誌内の掲載商品の価格は、本体価格（税抜き）で表示しています。
掲載価格には消費税は含まれておりませんので、ご注意ください。

G S I X

持ち歩けば、ショッピングが変わる。
アプリをダウンロードして、エクスクルーシブな体験を。

多様な機能が詰まったGINZA SIXアプリ
GINZA SIXでのショッピング体験をさらに充実させる機能

◉お買い物時にアプリ提示でGINZA SIXポイントの付与
◉100円（税抜）お買い上げにつき1ポイント
◉GINZA SIXの最新ニュースや会員限定情報を配信
◉館内のショップやサービスをスマートにご案内

アプリのダウンロードはこちらから
登録費・年会費無料

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

GINZA SIX ポイントアップキャンペーン

2017年9月15日｜金｜－9月18日｜月・祝｜

期間中、GINZA SIXポイントが通常の5倍にアップします。
登録費・年会費無料のアプリにご登録いただくと、
当日のお買物からGINZA SIXポイントが貯まります。
※一部GINZA SIXポイント付与対象外の店舗や商品がございます。

お問合せ｜GINZA SIX ポイント事務局 03-3572-3572（10:30—20:30）

5×
期間中、GINZA SIXポイントが通常の5倍にアップ！

https://ginza6.tokyo

Feature 1　Through the Kaleidoscope
Feature 2　A Touch of Nuance
Feature 3　Sense and Sensuality
Feature 4　A Singular Experience

G S I X