



# GINZA SIX *magazine*

A Magazine for Ginza / Tokyo Lovers

ISSUE 3

Autumn 2019

ものづくりの物語を旅する。

G S I X

# Japanese Denim

## 日本のデニムを、世界のブランドに

小売まで責任を持ち、なおかつ小売で培ったプロデュース力で「ジャパンデニム」を国内外に発信するその想いとは？

1925年に広島県尾道市の商店街で祖父が衣料品と雑貨の小売店を創業し、メリヤスと布地の販売、仕立て屋を経て、戦後は既製服が中心の総合衣料店に。一方で2代目の父は私が2歳のときに亡くなり、郊外に大型店舗が台頭したこともあって「商店街に活気を取り戻そう」と兄と姉が1992年に立ち上げたのが、セレクトショップ「PARIGOT(パリゴ)」です。店名はPARIS(パリ)の人々の飾り過ぎず、年代を問わないおしゃれに感銘を受けたことから名付けられました。

そんななかで2000年頃にプレミアムデニムが流行し、よく売れたこともあって、デニムはパリゴの主力のひとつになりました。アジア有数の商業施設で海外への発信力もあるGINZA SIXに出店する際も、ラグジュアリーブランドや他のセレクトショップが軒を連ねる館で「うちの強みは何だろうか」と考え、買い付けてきたデニムを表現するために「ル・デニム」という専門コーナーを設けました。

「JAPAN DENIM」は広島県福山市と岡山県井原市を中心

とする備中備後地域のプロジェクトに、地元小売業である我々パリゴが参画し、国産デニム生産量80%以上を誇るこの地域を、デニムの聖地として国内外にPRするために設立したブランドです。70社を超える関連事業者が集積するこの地域の有力事業者を全て廻り、生地・縫製・加工の3つに分けて各々の強みを把握。その事業者と共同開発するブランドを、パリゴでも実績のある11ブランドとマッチングしました。双方の間に入っての調整は大変でしたが、春のGINZA SIXでのポップアップでは800本以上が完売。反響に驚きました。

ちなみにラグジュアリーブランドのデニムは生地も製品もMADE IN JAPANが多く、彼らのニーズやクオリティコントロール、再生産の安全性、エコ、サステイナブル、歴史など全ての条件を満たす地域は世界中でもここだけ。この世界トップクラスのデニムの聖地を「JAPAN DENIM」を通してさらにブランディングし、減り続ける国内繊維産業を活性化させ、地元に貢献していきたいですね。

### お話を聞いた人 高垣 道夫 Michio Takagaki

GINZA SIX 含め国内8店の「PARIGOT」を展開する株式会社アクセの専務取締役。2002年に入社後、ショップの内装デザイン、オリジナル企画のデザイン統括、ファッションイベントのオーガナイズ、メンズ兼レディースデニムのパイヤーとして多方面で活躍。2018年にこの「JAPAN DENIM」をローンチ。



### GINZA SIX Discoveries

1. 広島出身でもある「エズミ」のデザイナーが、備中備後の特殊な技術で本来は不可能とされるデニム生地へのブリーチ加工をジャケットのサイドに施した。日本のものづくりがそのスタンダードデザインを変えた革命的アイテム。デニムジャケット ¥45,000 2. 「トゥ エ モントレゾア」のデザイナーが昨年の西日本豪雨で被災した生地メーカーのデニム生地を使用。同ブランドのシグネチャーであるパールは手で縫い付けられ、洗濯機洗いにも耐久。パンツ ¥35,000 3. 広島県福山市で112年続く生地メーカーによる稀少なセルビッチデニムを、「チノ」がポケット口にタッグを取るなどインパクトのあるデザインに昇華。デニムパンツ ¥25,000 4. 「レッドカード」の人気モデル「Anniversary」のスペシャルモデル。快適ではき心地の良い生地に、備中で有数の歴史ある加工メーカーがリアルなヴィンテージ加工を施した。¥19,000/ PARIGOT【4F】 ※全て8月末までに再入荷予定

# Tea Cocktail

## お茶の精神を、カクテルに融合

“禅”に通じる静謐な時間の中で愉しむ新感覚カクテル「ティーテイル」文化と哲学をミックスさせたその創造の源とは？

「Mixology Salon (ミクソロジーサロン)」は、厳選茶葉を使ったお茶のカクテル「ティーテイル」と、お茶やフルーツで作るノンアルコールカクテル「モックテイル」専門のバーです。“ミクソロジー”は素材だけにフォーカスするのではなく、そこに文化や哲学を加えることで、既存にないものを創造することを意味する言葉です。現在、抹茶や煎茶、蕎麦茶など、様々なお茶を洋酒と合わせてカクテルを作っています。

GINZA SIXへの出店の話があった際「ここは発信力のある商業施設になるから、和に特化した新しいコンセプトの店にしたい」と考えました。6.5坪の狭い空間を考えたとき、ふと頭に浮かんだのが“茶室”。以前からお茶の新しい価値観を広める櫻井焙煎研究所の所長である櫻井真也さんとお茶とカクテルのセミナーを行うなどお茶には親しんでいましたので、どんなカクテルが作れるか、青写真はできていました。とはいえ、お茶は実に奥深く、室礼、芸術、建築など日本の歴史と文化が全て内包されています。「パートナーとして、

お茶をひとつの素材として扱うだけではいけない。きちんと理解し、文化として表現しないとハリボテになってしまう」と考えました。店には茶道家やお茶の専門家も来店するでしょう。そういった方々にも本物と認められなくてはならないと。そこでお茶の歴史について片っ端から本を読み、学びました。

「どんなときにアイデアが浮かぶのか」と聞かれることも多いのですが、しいて言うなら香りでしょうか。素材同士に共通の香りがあれば、カクテルにしたときに相乗効果が生まれることが多い。そんな発見もカクテルの面白さですね。お茶は、人々の精神性に響くものだと思います。ここで何かを感じていただけたら、とてもうれしい。そして、いつかは世界中でお茶のカクテルが楽しめるようになってほしい。それには、高品質のお茶を世界に届けることも必要になってきます。最近では外国からもセミナーのオファーをいただくことが多くなりました。これからはお茶の普及にも貢献しつつ、他国のカルチャーとのミックスにも挑戦してみたいですね。

### お話を聞いた人 南雲 主于三 Shuzo Nagumo

大学在学中、バーのアルバイトでカクテルの魅力に目覚める。卒業後は起業家を志し、多くのバーで修業を積む。2006年に渡英、メトロポリタンホテル内の「Nobu London」で活躍。2009年にスピリッツ&シェアリング株式会社を設立。都内に6店舗のバーを経営、2017年、GINZA SIXに「Mixology Salon」オープン。



### GINZA SIX Discoveries

1. 「そば茶とパイナップルとみそのカクテル」は、ウォッカにそば茶を漬け込んだ南雲氏オリジナルのそば茶ウォッカの香ばしさ、余韻に残る味噌の甘さが印象的。様々な茶葉をスピリッツに漬け込み、新たな味の世界を模索している。2. 「抹茶のゴッドファーザー」。見た目は抹茶そのものだが、実際は温かなカクテル。抹茶をメインに日本のウイスキー「白州」、アマレット、黒蜜をミックス。抹茶にウイスキーがやわらかく溶けている。泡も細やかでエレガントな飲み口。3. 店のシグネチャー「ほうじ茶ティーテイルNo.1」はまるで香りのクバストリー。ほうじ茶、アプリコットリキュール、30年熟成のシェリー酒の香りがグラスの中から次々と立ち上がる。4. 「ティーボックスNo.1」は日本酒の升で提供。玄米茶ウォッカ、パイナップルジュース、黒蜜、レモンジュース、きなこのカクテルに黒豆を添えて。ここならではのプレゼンテーション。各¥1,600/ミクソロジーサロン【13F】

# Regionality and Fashion in Italy

## 土地とイタリアのメゾンを巡る旅

ますます目まぐるしいファッションの世界で、地に足が付いたものづくりを続けるイタリアのファミリーブランドが、改めて注目を集めている。その理由を求め、GINZA SIXが誇る個性豊かな4ブランドの古里へ。



シルヴィアが「歴史的建物で日々を過ごすことで豊かにさせられる」と言葉にした「Palazzo della Civiltà Italiana」のエントランス。

01

# FENDI

— Rome — Founded in 1925

### 永遠のローマでこそ創造できる、永続のものづくり

上の建築に見られる、アーチの連続。GINZA SIXに足を運んだことがあるなら、どこかで見覚えがないだろうか。というのも「フェンディ ギンザ」のファサードデザインもまさに同じアーチ状。その源となっているのが、フェンディ本社が入るこの1943年竣工の歴史的建造物「Palazzo della Civiltà Italiana (イタリア文明宮)」。幻のローマ万博のために計画されたエウル地区のランドマークで、“四角いコロッセオ”とも呼ばれている。そして、この地下のアトリエで生み出されているのが、創業直後に売り出した毛皮のコートがイタリア女性の地位の象徴として受け入れられて以降、フェンディのものづくりの代名詞とされるファーだ。しかしながら、その様子は非公開。

そこにはオートクチュールなどを語るときに聞かれる職人たちの“サヴォアフェール”（代々継承された技術を意味）に対するメゾンのリスペクトが感じられる。一方で今回、見学の機会が叶ったファー・アトリエは、ベテランから若い世代、なかには親子まで、各工程を担う約50人が協業。まず地上のデザインスタジオからスケッチを受け取ると、ベースとなるウェアのフォルムを決め、その型紙を作成。並行してファーのトライアルピースが作られ、型紙の上にもどのファーが何ベース必要かをパズルのようにレイアウトしながら決め込むことで、作品へとトランスフォームさせていく。その高みは1965年にフェンディのファー・デザイナーに就任し、今年2月に亡くなるまでウ

イメンズのファーとレディ・トゥ・ウェア部門のデザインを率いたカール・ラガーフェルドの功績に対し、クリエイティブ・ディレクターのシルヴィア・フェンディが寄せた次のコメントからも見て取れる。「カールから受け継いだのは変化し続けること、自分自身を刷新すること、過去を振り返らないこと。彼は全く新しい手法でファーを裁断、細くカットし、着色し、プリーツ加工を施し、その概念を変えました。目的は普段も着られる軽量のファー・コートを作ることでした。GINZA SIXのお客様も試していただけたら、空気のような軽さに驚くでしょう」ちなみにGINZA SIXのフェンディではVIPフロアで世界に先駆けファーウェアの「メイド・トゥ・オーダー」を導入。



祖母であるアデーレとエドアルドが1925年に創業したフェンディ家の3代目シルヴィア。

全て世界からのオーダーはローマ本店「Palazzo FENDI」内の専門のアトリエで、僅か3人の手によって仕上げられる。「ローマはクリエイターにとって創造の源。時の流れの中で物事がいかに永続的になっていくのかを目にできる場所です」シルヴィアが語るそんなローマへの想いは、そのままフェンディの“サヴォアフェール”、永続のものづくりに通じる。



01 02 03 04 05 06 07 08 01：本社の一角。写真家でもあったカールが撮影したイタリア文明宮の写真と、「FENDI Casa」の家具。02：パラティーノの丘で行われ、ローマとフェンディの絆を伝えた2019-2020年秋冬クチュールコレクションが展示されていた本社のエキシビションより（7月の1週間のみ特別開催）。03：本社内には「FENDI Caffè」も。04：前述のクチュールに見る芸術的なファーの職人技。ミンク、セーブル、リンクス、スワカラなどから選択される最上級の毛皮に対し、異素材とのミックスや生地とファーの境目をなくすなど、常に新しいイノベーションとテクノロジーが反映される。05：ローマ本店「Palazzo FENDI」2Fの一角、ファーのメイド・トゥ・オーダー専門のアトリエ。06：Palazzo FENDI併設のファー・アトリエで働くベテランの職人は、30年以上のキャリア。一方、傍らでミシンを踏んでいたのは若い女性だった。07：カール・ラガーフェルドによる1970年のファー・ケープ「アストウッチョ」(右)をインスピレーションとしたメイド・トゥ・オーダーの一着(左)。08：3FのVIPサロン。ミラノのDimore Studioがデザイン。



01 02 01: 本社の裏、美しい清流が水々の間を流れるエルノ川。02: 社内には社長の趣味である現代アートが至るところに飾られている。昨年改装されたエントランスの天井には韓国人アーティスト、リ・ゼ・ヒョウの作品が。03: ライブラリーのローテーブルの上にあるのは地元のアーティスト、ジャンニ・カラヴァッジョの作品。ローカルの才能も積極的に応援。04: 社内にある工場にて、熟処理でシームレスに生地を繋ぎ合わせる作業中。このディテールが耐寒効果を高める。

## Regionality and Fashion in Italy



スイスアルプスの南側にある、イタリアで2番目に広い湖、マジョーレ湖。ラグジュアリーなリゾート地でもある。その美しい景色はヘルノのクリエイション源にもなっている。



左から2人目がクラウディオ、そしてスタッフたち。ヘルノを世界規模に拡大した敏腕社長であり、ピッティ(服飾)協会会長をはじめ、様々な要職を務めるファッション界の重鎮。



垂直庭園が施された本社のエントランス部分。マジョーレ湖を見渡し、裏にはエルノ川が流れるという絶好の自然環境に囲まれた本社は、その敷地内にも自然が溢れている。

### 伝統とモダンの融合、レーザから銀座へ

北イタリアの湖水地域、マジョーレ湖に隣接するレーザという街で生まれた「ヘルノ」。その湖に山からの水を運び、同社を取り囲むように流れるエルノ川が会社名の由来だ。そしてこの地方の雨の多い気候がブランドのオリジンであるレインコートの土壌を作り、マジョーレ湖の美しい風景はそのクリエイションにも大きく影響している。

昨年、70周年を迎えた老舗ブランドとして、イタリアらしいファミリービジネスを守る2代目社長クラウディオ・マレンツィは語る。「この地の美しさ、自然がもたらす力がヘルノのものづくりに活かれています。創業者である父は30年近くレーザ市長を務め、地域と密着して会社は発展してきました。マジョーレ湖とヘルノは切っても切れない関係なんです。そんな言葉を反映するかのよう、世界的ブランドとなった今でも、ヘルノは本社内ではほぼ全てのプロセスを行っている。製造こそイタリア国内の別工場で作られるものの、デザインやサンプル製作、最近では生地の開発に至るまで製品作りの土台はレーザ本社でなされる。「ヘルノはモードブランドでもなければ、アウトドアブランドでもありません。機能性を重視しながらクラシックかつファッション性を意識したバランスの良さが強みなのです。多くの老舗ブランドが冒

す間違いには、会社が拡大することで本来ブランドが持っていた魅力が失ってしまうことがあると思いますが、ヘルノはあくまで自社のアイデンティティを重視し、社内でアイデアを進めていくことに重きを置いています」とクラウディオ。そんなヘルノがまだ世界に進出していない頃、最初の海外マーケットとなったのが日本だ。現在、ヘルノジャパンの社長である奥田家との付き合いは50周年を迎え、昨年の創業70周年記念の際にはその歴史を祝った。冒頭でこの地方は雨が

多という話をしたが、それゆえに同地はイタリア随一の傘の産地でもある。日本上陸はそんな地元の傘メーカーから一緒にレインコートも輸出しないかと紹介されたのがきっかけだったとか。以来、日本とは深く関わり続けてきた。さらにクラウディオのGINZA SIXへの思い入れも特別なもの。「伝統とモダンが混ざり合い、コントラストをなす銀座はイタリアにも通じる部分があり、若い頃から日本に通ってきた私にとっては特別な街です。そこに念願の店を出すにあたっては、ライフスタイル全体を提案するGINZA SIXが最高だと思いました。イタリアらしい老舗のDNAを受け継ぎつつ、機能やデザインにおいては最高にモダン。そんなヘルノのテイストは、GINZA SIXに見事にマッチする。



本社の向かいには、ウンブリアの静かな大地が、どこまでも。盛夏はあちらこちらに向日葵畑が広がる。

03 **FABIANA FILIPPI** — Giano dell'Umbria — Founded in 1985

ウンブリアの穏やかさと自然の調和そのままに

ローマから北へ、車でなら約2時間。近づくにつれ長閑な丘陵が連なるイタリア半島のほぼ中央の内陸に位置し、州都のペルージャや世界遺産のアッシジをはじめ、古代ローマの支配下にあった時代からの遺跡、さらに中世の面影を遺す古都が点在するウンブリア。その広大な平野部では古くから農業が営まれ、第二次世界大戦後、思い立った人々が家族同様に集まっては織物を作り始め、今では世界に知られるニットの名産地になった。

1985年に「ファビアナフィリッピ」を立ち上げたフィリッピ・ファミリーも、オリーブオイル造りを営む実家の近くで、他社ブランドのニットの製造からスタート。技術を磨き、1990年に大阪で行われた見本市に初めて自社名でカシミアの上

着を発表したところ予想以上の成功を収め、1992年に現在の地ジャーノ・デルッウンブリアに本社を定めた。その周辺の風景の、派手さはないがしっとりとした自然のグラデーションは、GINZA SIXのストアの穏やかなムードやニュートラルなカラートーンとも全く調和している。「すべてのスタッフの心と体に時間が生み出したウンブリアの自然、文化や芸術がしみわたっていて、そのベースの上に、クリエイティビティやコンテンポラリーを重ねていくのが、ファビアナフィリッピのフィロソフィー。トレンドに左右されず、この土地の穏やかさ同様、包み込まれるような柔らかな服で毎日をリラックスして過ごすことで、内面からも美しさを培う女性にアプローチしています。

本社の建築も大きな窓を設けて外との境界をなくし、自然と一体化させていますが、居心地の悪い空間では感動を与えるものは作れない。GINZA SIXのストアもその点では訪れるたびに誇りを感じていますし、ものづくりでは全てにおいてそんな“パッション(情熱)”がないと、美しいものは生まれません。ここのスタッフが満足そうに働いているとしたら、それなりの理由があるということです。

そう語ってくれたのは、ファミリーの中で経営を握るマリオ。実際に本社を巡っても、デザインから製造までプロトタイプ作りに関する全工程と職人が集約。隣り合わせの部門から部門へ、スタッフは自由に行き来しながら、ここでも“情熱”を言葉でぶつけ合う環境があり、サ



左がマリオ、右が製造部門を管理する兄のジャコモ。ブランド名のファビアナはその娘の名前。

ンプルを卸し実際に商品を量産する約200の工房も、ほとんどがウンブリアに。ブランドの成長に伴い製造を世界各地に分散するケースが一般的ななか、メイド・イン・ウンブリアを暗黙の旗印とする。そんな圧倒的に土地に根ざしたブレのないものづくりを選択することは、その服を纏うことで露わとなる、自身の心のセンスを信頼する生き方そのものである。



樹齢300年というオリーブの木が出迎えるモダンなエントランス。1万平米の敷地に200人余りが勤務している。



ファミリーが愛するアート、ウンブリアの古都でもよく見たピンクカラーの大理石によるレセプションデスク。



スタイルオフィス部門のボード。膨大な市場リサーチを経てデザインを決め、得意とする色や素材に落とし込む。



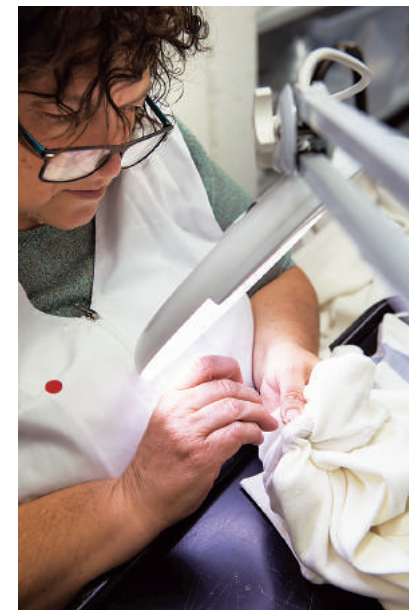
できあがったニットはランドリー部門でドライクリーニングと水洗いを徹底。この工程により肌触りがソフトに。



各種マシンが並ぶ縫製部門。様々な針幅を揃えた丸型編み機では、熟練の職人がニットの胴部や袖を合体させる。



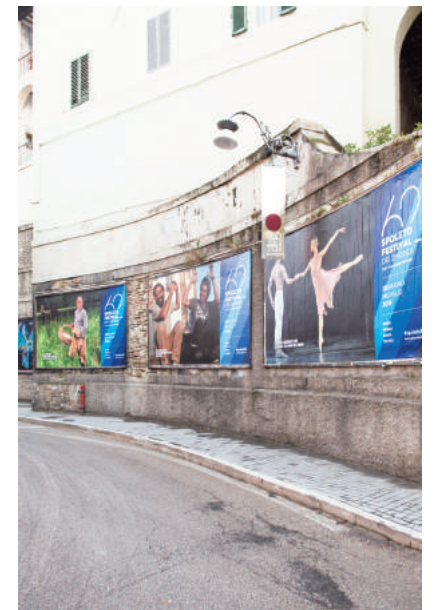
和歌山が世界に誇る島精機製作所のニットマシンでは、糸の無駄を出さず、縫製なしで一着を丸ごと編み上げる。



品質管理も徹底。検品落ちした製品で直せるものはこのように職人が手で、それ以外は糸に戻して再利用する。



世界遺産アッシジの眺め。マリオは「ドルチェの(甘い)丘」、ジャコモは「自分を直視す静寂の風景」と語る。



ウンブリアを知ってもらいたいと、古都スボレートの62回目となる夏の芸術祭「Festival dei Due Mondi」も支援。

ヴェネトの鮮やかな色と繊細な素材が奏でる服

州都ヴェネチアがあまりにも有名なイタリア・ヴェネト州だが、実はそれ以外にも多くの美しい街が点在している。例えば「フォルテ フォルテ」の地元、ヴィチェンツァは、16世紀の建築家アンドレア・パッラディオによる建築群でも有名で、これらは世界遺産にも指定されている。フォルテ フォルテは、そのヴィチェンツァでニットウェアのビジネスを営む家系に生まれ、ミラノやパリ、ロンドンやニューヨークでそれぞれファッションに携わったパオロ&ジアータ・フォルテ兄妹が、故郷に戻って一緒にスタートさせたブランドだ。

経営を担当する兄のパオロと共に創業者として、クリエイティブディレクターとしても活躍するジアータ・フォルテは、フォルテ フォルテを次のように語る。

「すべての女性を自分らしく演出する、着ていてわくわくするような魂のある服なんです。私のデザインはヴィチェンツァの街の建築にはじまり、その自然や食べ物に至るまで、イタリアならではの美しさから大きな影響を受けています。また、オリジナルの素材はヴェネチアンガラスの鮮やかな色、その繊細な質感からもインスパイアされています。ハードさとデリケートさ、マスキュリンとフェミニンなどがミックスされたフォルテフォルテらしいテイストはそこから生まれるのかもしれない」

確かに豊かなカラーリング、プリントデザインも印象的な多彩なテキスタイルは、フォルテ フォルテの一つの個性といえるだろう。ときに見られるハンドメイドの刺繍をはじめプレシャスな仕上げ

も、ジアータがいう「わくわく」を体現。それらを絶妙なバランスで落とし込みながらも、あくまでシンプルでタイムレスなものづくりは、ファッションへの新たな好奇心と、大人の女性には欠かせない上質な心地良さ、両方を満たしてくれる。

かくしてフォルテ フォルテは、ファッション関係者を筆頭に日本でも人気上昇中だが、この9月には満を持してGINZA A SIXに旗艦店が誕生。来日経験も豊富なジアータは「日本は伝統とモダンを持ち合わせた国で、古くからの生地文化もあり、クオリティーに非常に敏感な人々の気質も、フォルテ フォルテが受け入れられた理由ではないでしょうか。本当に魅力的で私をいつも温かく迎えてくれる国でもあります」とも話してくれた。

新しいGINZA SIX店のオープンにあ



英国の大学でニットデザインを専攻、メジャーブランドのデザイナーを経て独立したジアータ。

たっては、ミラノにある本店とはまた違った独自のコンセプトを熟考し、大理石や真鍮、トラバーチンなどを使ったエレガントな内装を施したという。そのすべてに宿るヴェネト、そしてイタリアの美の真髄を、もれなく堪能いただきたい。



創業当初は実家の家内工業の傍で知人職人らと洋服を作り、それを自分たちでイタリア中に売り歩いていたとか。その名残か、どこかアットホームな雰囲気のヴィチェンツァ本社。



フォルテ フォルテでは重要な素材のシルクをはじめ、ゼロから生み出す生地のリサーチを大切にしている。本社のライブラリーの棚には生地サンプル、資料の本などが無造作に。



ヴィチェンツァにあるジアータのアトリエ。自然に囲まれた田舎でゆっくり作り出されるデザインは「ミラノのような大都市にいたら、生まれないものばかり」とのこと。



ショールームはミラノに構える。毎シーズンのコレクションにジアータの情熱と感性が反映されたストーリーがあり、天井には象徴的なテキスタイルがディスプレイされている。



ファッション関連のオフィスが多く集まるトルトーナ地区の倉庫を利用したショールームのファサード。ちなみに「forte\_forte」とは兄妹のファミリーネームから。



ハイソなエリアで知られるブレラ地区にあるミラノ本店のインテリア。什器に見られるハイセンスなミックス感覚は、服作りにも通じるよう。GINZA SIXの新店舗にも期待が膨らむ。



後期ルネッサンスの建築家、アンドレア・パッラディオが設計したヴィチェンツァにある建築群。左が「ヴィッラ・アルメリコ・カブラ」、右が「バシリカ・パッラディアーナ」。



## 旅したイタリアブランド この秋のエッセンシャル

そのものづくりの真髄に触れたくなったらGINZA SIXへ。作り手の情熱が注がれた最新の逸品をここに。

### FENDI

メゾンが誇るクラフツマンシップのシンボル

フェンディを象徴するアイテムといえば、間違いなくファー。国内最大級の旗艦店、GINZA SIX店の3Fにはファーウェアのメイド・トゥ・オーダーサロンを構え、その世界観に優雅に浸ることができる。

今季も技術力と洗練を極めた圧巻のコレクション。左：白と黒のコントラストが美しいブラッククロスミンクのコート。毛皮個体の色を見極め、調和のとれた一着のグラデーションに仕立てるのは熟練の職人技術の賜物。想像以上に軽く動きやすい点も、フェンディのファーの特徴。従来の重い毛皮をファッションブルに変えた第一人者、故カール・ラガーフェルドの精神が息づいている。コート〈ウイメンズ〉※レザーベルト付き ¥2,534,000 右：バッグや小物でも人気の「バッグバッグ」をモチーフにした洒脱な一着。寄木細工のような高度なテクニクで、艶やかなミンクをつないでいる。レザー面とのリバーシブル。ジャケット〈メンズ〉 ¥2,780,000 / フェンディ 【BIF~3F】



### HERNO

本質を極めたアウターで、冬の寒さも楽しみに

機能性の高いアウターで知られるヘルノ。今季はファーやカシミア、ダブルフェースのウールを使用したラグジュアリーなコートも豊富。イタリアならではのテラリングの技がいかに発揮されている。

左：ヘルノが得意とするダブルフェースの技術を堪能できるシンプルな一着。軽やかな着心地とウールのなめらかなタッチにうっとりする。襟のラビットファーは取り外しが可能。コート〈ウイメンズ〉 ¥335,000 中：前身頃がミンク、後ろ身頃と袖がカシミア、襟がフォックスファー。一見ダウンを思わせるモダンなデザインながら、リッチなマテリアルを贅沢に配するギャップに、大人のおしゃれ心がすぐらわれて。コート〈ウイメンズ〉 ¥580,000 右：不動の人気を誇るクラシカルなメンズのチェスターコート。重ね着しているように見えるナイロンの前立ては取り外し可能。撥水機能を備えた上質なカシミアも、ヘルノらしい実用性を語る。コート〈メンズ〉 ¥245,000 / ヘルノ 【3F】

## Regionality and Fashion in Italy

### FABIANA FILIPPI

趣味のいいラグジュアリーニットとはこのこと

80年代のドラマティックなムードを、現代的に表現したファビアナフィリッピの最新コレクション。注目はやはり、最上質のニット。ブランドの要として掲げる「素材を深く探求すること」を肌で感じたい。

右上：トレンドのマントも、ニット素材で品のいい仕上がりなのがファビアナならではの「ブラチナ」と名付けられたウール・シルク・カシミアの混紡は、糸からこだわって作りあげたオリジナル素材。前後差のあるプルオーバー型は、秋口の軽いアウターとしても、冬本番の重ね着にも活躍する。マント ¥100,000 右下：カシミア100%のホールガーメントのニットは、ブランドのアイデンティティーともいえる逸品。鳥精機のマシンで一着まるごと立体的に編み上げているため継ぎ目がなく、なめらかな着心地が実現。カシミアの肌触りが際立つ。ネオンイエロー×グレーの配色も旬。ニット ¥74,000・靴〈ヒール10.5cm〉 ¥135,000・スカート ¥110,000 / ファビアナフィリッピ 【3F】



### FORTE FORTE

上質素材あってこそ、大人のフェミニティ

9月にGINZA SIXに待望の直営店がオープンするフォルテフォルテ。冬のおとき話をテーマに掲げた今シーズンは、ロマンティックで女性らしい世界観がパワーアップ。期待を裏切らないコレクションに。

ブランドのスタートの場所となったのは、デザイナーが育った実家の一角。そんなエピソードからも、温かみのあるテイストやハンドクラフトを大切に作る姿勢が浮かび上がる。右下：フェミニンなガウンコートは、ブランドを代表する定番アイテム。野に咲く花をイメージした刺繍は、全てハンドメイド。さっと羽織るだけでドラマティックなニュアンスが手に入る。コート ¥99,000 左上：エレガントななかにもモダンな可愛げが覗くのが、フォルテフォルテの真骨頂。ドットのボウタイブラウスで、今の時代のフェミニティを磨いて。ブラウス ¥55,000 左下：前スリット入りのタイトスカートは、淡いピンクベージュが繊細なムード。スカート ¥49,000 / フォルテフォルテ 【3F】





# House Heritage

メゾンのピュアネス

## Alexander McQueen

創業からのフィロソフィーを受け継ぎながら、時代に応じて進化するメゾンのルックを纏うことは、ものづくりを身体に刻むまたとないファッション体験に。イギリス北部の美しい街並みからインスパイアされたアレキサンダー・マックイーンの2019年秋冬コレクション。前身頃が千鳥格子、後身頃がサテン地のコートは、1992年から変わらぬブランドの真髄、マスキュリン&フェミニンが堪能できる一着だ。ウエストを絞り腰回りを強調した構築的なシルエットも秀逸。バラのプリントを引き裂いて組み合わせたシャツの柄からも、アレキサンダー・マックイーンらしい孤高の美意識が感じられる。

コート ¥430,000・ボウブラウス ¥140,000・パンツ ¥145,000・シューズ〈ヒール10.5cm〉 ¥118,000/アレキサンダー・マックイーン【3F】



## HELMUT LANG

新アーティストディレクター、マーク・ハワード・トーマスを迎え、2019年秋冬コレクションをニューヨークで発表したヘルムート ラング。1986年に誕生したブランドのDNAを受け継ぎ、美しいミニマリズムに基づいたクリーンでモダンなコレクションに仕上がった。多数のアーティストとのコラボレーションでも知られ、今シーズンは現代美術家ジョセフィン・メクセルをパートナーに、カプセルコレクションを展開。ヘルムート ラングが1997年に発表した3本のストライプ柄をスクリーンプリントで蘇らせたデニムジャケットとパンツは、時代を超えてオーセンティックに愛される逸品だ。





**Neil Barrett**

ブランド創立20周年を迎える2019年秋冬シーズンに、ニール・バレットが選んだテーマは「BORN IN BRITAIN」。モダンパンクを着想源に、パンク発祥の国イギリスの多様なカルチャーのつぼを表現し、ミリタリー、ユニフォーム、バイカースタイルなど、様々な要素をコレクションに総括した。イギリス・デヴォン地方で3代に渡り、テラー業を営む家庭に生まれたというニール・バレット。美しいテラーリングが堪能できるコートには、幾何学ラインで表現されたモダニスト柄が現代的なコントラストを添える。モノトーンでまとめた上品なスタイリングに宿るブランドのスピリットを感じたい。

コート ¥257,000・シャツ ¥61,000・パンツ ¥86,000  
・スニーカー ¥84,000/ニールバレット【3F】



**alexanderwang**

中国系アメリカ人2世であるデザイナー、アレキサンダー・ワンがコレクションで表現するのは、世界の舞台に身を置く自身の目から見た“アメリカ”の姿。“現代のアメリカン・ハスラー”をテーマに掲げた2019年秋冬コレクションでは、交差することのなかったアップタウンの特権とダウンタウンの活気を融合し、ひとつの物語に仕立て上げた。上流階級の女性をイメージしたツイードジャケットには毎シーズン登場するブランドの代名詞、フィッシュネットを重ね、ストリートの軽やかな息吹をミックス。メンズライクなレザーパンツも、固定概念に縛られないボーダレスなアティテュードを後押ししてくれる。

ジャケット ¥215,000・パンツ ¥255,000/アレキサンダーワン【3F】



### 3.1 Phillip Lim

女性のライフスタイルに寄り添い、モダンで実用性に富んだコレクションを継続して発表する3.1 フィリップ リム。「彼女のためのワードローブ」と題した2019年秋冬コレクションでは、上品な実用性、エレガントなスポーツウエア、ユースフルなテイラリングの要素を融合し、現代女性に向けたメッセージ性をより強く表現。また、今シーズンより「Fur Free」を提言し、ブランドとして新たな一歩を歩み出した。そんなシーズンを代表するファーフリーコートは、身頃の左右で異なる2種のシェードが特徴的。軽く、動きやすい素材感で、アクティブな女性のライフスタイルを後押ししてくれる一着だ。

コート ¥185,000、中に着たニット ¥48,000・ブーツ  
(ヒール4cm) ¥79,000/3.1 フィリップ リム [3F]



### DSQUARED2

カナダ出身の双子、ディーン&ダン・ケイティン兄弟が手掛けるディースクエアード。2019年秋冬コレクションは、2人のルーツ、カナダのカジュアルスタイルがインスピレーション源。氷点下の森の中、ウィンタースポーツを楽しむ週末のデートルックをイメージしたという、ポップなテキスタイルで味付けされたワークスタイルが新鮮だ。カナダ産のビールラベルをコラージュした柄コートは今季を代表するアイテム。トップに合わせたデニムシャツにはアイキャッチーな大きなICONの文字が。テーパードシルエットのパンツ、継続して人気のダッドシューズで、遊び心に富んだ秋の装いを楽しもう。

コート ¥134,000・シャツ ¥83,000・タイ ¥22,000・  
パンツ ¥97,000・スニーカー ¥128,000/ディースク  
エアード [3F] ソックス※スタイリスト私物

# Insider Background

想いをかたちにする人々の声

from Regional Japan

01

TOWEL THINK LAB

| Ehime |

越智 逸宏 *Itsubiro Ochi*

「タオル シルク ラボ」の母体、一広株式会社創業者であり、現代表取締役会長。タオルの製造販売と観光を組み合わせたタオル美術館館長でもある。機械設計や美術館の建物設計にも携わるアイデアマン。



## 「豊かさ」を思考し続ける究極のタオル作り

1971年、愛媛県今治市でたった5人の従業員から始まった一広株式会社。繊維の道で10年間ものづくりの経験を積んできた越智逸宏氏が創業した、タオルの会社だ。

タオルは工業製品であるため、生産には大量の水を必要とする。今治が産地として発展してきた背景には、高縄山系を源流とする川の伏流水や西日本最高峰・石鎚山より流れ出した地下水など、重金属が少なく硬度成分の低い良質の豊富な水があった。また、この地では織り、染め、縫製に至るまで卓越した技術があり、職人が協働する土壌が育っていたのだ。

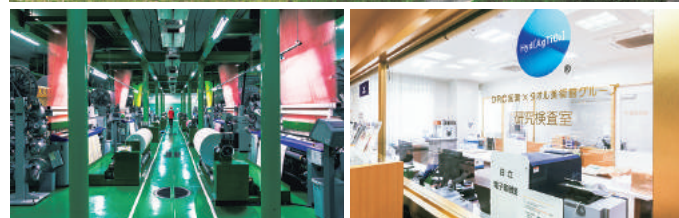
技術者でもある越智氏の「いいと思うものに対して最大限努力を惜しまない」という実直な姿勢は創業以来変わることなく、自分たちの責任で「最高品質」を提供したいと、今では素材選びから製造、販売までを全て自社で行う一大企業へと成長し、国内最大規模のタオル産地でト

ップランナーとして走り続けている。

2017年に開業したGINZA SIXへ出店した「タオル シルク ラボ」は同社のフラッグシップ。「世界から厳選した最高級の綿でタオルを製造し、店頭へ届けています」と越智氏。触れるだけでわかる心地良さやぬくもり、また本来の目的である吸水性にも徹底的にこだわり、拭かずとも体に当てるだけで吸水する肌心地は新感覚。タオルの価値観を覆すほどだ。

「タオルは文化のバロメーター」とは、越智氏の言葉。製造工程から環境や健康問題を考え、店頭にはコンシェルジュを配してお客様の声をワストップで現場に届け、より機能的で美しい商品を製造するために、新技術を開発していく。世界から人が集まる銀座の地で「タオルはいかにあるべきか」を考え続けること、それこそが文化の継承発展につながり、日常にあるそれぞれの「豊かさ」をTHINKすることになるのではないだろうか。

1. 本社工場周辺の田園風景。山と海が近く、穏やかな瀬戸内の地でものづくりが行われる。
2. 最新の高速自動織機が配された衛生的な工場。同社「タオル美術館」では製造の工程が見学できる。
3. 花粉、汗、ニオイなど不快な原因物質などを分解する「ハイドロ銀チタン®」の研究ラボ。
4. 世界の綿花生産地に専属の社員を配置し、作られた糸を日本へ。その上で仕上げ用として円筒状のボビンに巻かれた温かみのある糸は「チーズ巻き」と呼ばれる。



Recommendations

1. 同店ロゴを「上げ落ち」という織り技法で表現。ハイドロ銀チタン®加工を施している。「チーズ（バスタオル）」¥12,000
2. 貴重なエジプトのコットン「GIZA88」を使用。フランスヘムで仕上げ、どこを触っても柔らかい。「GIZAエクストラ（バスタオル）」¥23,000
3. 瀬戸内海をグラデーションで表現。ふんわりしたガーゼとしっかりしたパイルの両方を楽しめる。「瀬戸内（バスタオル）」¥7,000/タオル シルク ラボ【4F】

地方からGINZA SIXに届けたいこと

全国各地の志あるフラッグシップが入店するGINZA SIX。ここではものづくりの物語を感じる2ブランドのキーマンを訪ねて。

from Regional Japan

02

OKANO

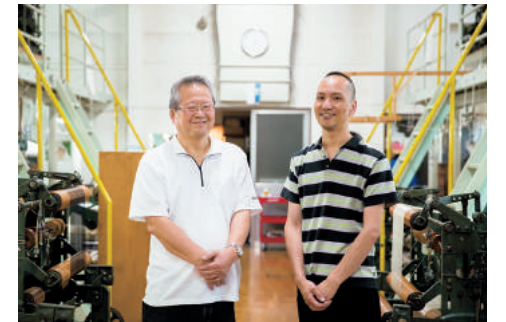
| Fukuoka |

豊川 勝典 *Katsunori Toyokawa*

工場のプレインである意匠部門を取り仕切るベテラン（写真左）。伝統工芸士の資格を持つ。博多織の意匠を手がけるようになってから45年が経ち、「オカノ」に勤めるようになってからは20年を誇る。

阿比留 哲也 *Tetsuya Abiru*

意匠から制作までを統括するものづくりの要として、企画・意匠から製織までの責任を持つ（写真右）。他の織元で意匠を担当し「オカノ」に移って14年ほど。同じく伝統工芸士の資格を有する。



## 世界発信へ向け銀座で挑戦を続ける博多織

「たて糸に伝統・よこ糸に冒険心」をコンセプトに、博多織の可能性を追求する「オカノ」。創業122年の老舗だが、

現5代目当主である岡野博一氏が継いでからは、自社ブランドを立ち上げ、販売まで自社で行う改革が行われた。その後、きものをファッションとして発信する店を福岡、東京では六本木店を経てGINZA SIXに旗艦店を誕生させた。2020年の東京オリンピックを見据え、世界各国から観光客が訪れ、一流が集まる激戦区「銀座」へ勝負に出たのは、オカノが目指すのが世界進出だから。そのために最高の舞台にふさわしい品々が、博多の地で創作されている。

「博多織は、工房で一貫生産を行うのが特徴。ものづくりの初めから川下までを責任を持って見えています」。そう教えてくれたのは、製造部部長の阿比留哲也氏。現在でも、染糸の工程以外は全て自社で完結している。工房を訪れると大型

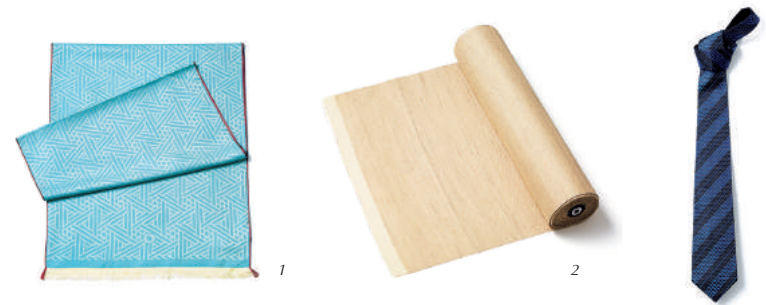
の機械が並び立ち圧巻だが、そこには必ず人の手が必要だと阿比留氏は言う。

「非常に緻密な作業のため、目、耳、手と職人の五感をフルに活動させます」。全20台ある織機では、多彩なアイテムが織り上げられていく。目に留まったのは、5代目の発案により昨年から好評を博しているストール。妥協しないオカノらしい姿勢が完成させた、こだわりの詰まった逸品である。

意匠面にも「らしさ」が貫かれている。デザイン部門の豊川勝典氏はこう話す。「安心感があり、使いやすく、後々も色褪せないものがオカノ流。伝統工芸には美的鑑賞に耐え、生活に供するものという定義がありますが、そのために手を抜かずデザインしています」

また、さらなる新たな表現を求めて20代の若手女性を2名、意匠部門へ起用。伝統工芸を後世へ残すべく、つねに未来を見据え、さらなる高みを目指している。

1. 122年の歴史でアーカイブされた糸は800種類ほど。「博多織は経（たて）糸で柄を出しますが、私たちは経・緯双方の糸で柄を出したり、アイテムにより糸を変えるのでストックは豊富」と阿比留さん。
2. 大きな音が出る工房は川沿いにあるのが伝統。近くを流れる那珂川は、博多にある直営店にまで繋がっている。
3. 博多織では最も必要な整経。設計図通りに糸1本単位で計算を重ねて巻き上げる失敗の許されない作業。
4. オカノでは織機は楽器、職人は演奏者と考えられている。



Recommendations

1. 博多織誕生777年記念に誕生したシルク100%ストール。きものと同じ機で織られるが、真逆の柔らかさと暖かさが魅力。耐久性も抜群。「ATストール 北斎 菜籠麻の葉」¥27,000
2. 希少な繭を守るため、帯の製織時に出る緯（よこ）糸の余り糸を一部使用したきもの。「博多経錦袖サイノウ」¥180,000（仕立込）
3. 立体的に表現された織地によるネクタイ。「エリオビ ウロコ」¥24,000/オカノ【4F】

## GINZA SIXを銀座でつくるということ

約240のショップ&レストランが集まるGINZA SIX。  
なかでもオリジナリティあふれる取り組みを担う仕掛け人たちの声をここに。

at GINZA SIX

03

### SIXIÈME GINZA | 2F |

笠原 安代 Yasuyo Kasahara

ブランディングやバイイングサポート、ディレクション、企画立案など、ファッションディレクターとして多方面で活躍。シジューム ギンザではファッションを中心に全体のMDディレクションを担当。

佐々木 康裕 Yasuhiro Sasaki

ファッションの世界で先駆けてライフスタイルを提案、トゥモローランド在籍時には渋谷本店の立ち上げなどでも活躍。シジューム ギンザでは、ギフトや雑貨コーナーのMDディレクションを担当。



at GINZA SIX

04

### GINZA TSUTAYA BOOKS | 6F |

番場 文章 Fumiaki Bamba

銀座 葛屋書店の写真コンシェルジュ。仕入れやイベント企画、書籍制作などを担当する。入社前には、写真愛が高じて1人で出版社を立ち上げ、編集から営業まですべてをこなした経験も。



#### Recommendations

1. スマホなどが入る大人仕様のマルチショルダー。シジューム ギンザ オリジナルのものづくりに注目。バッグ(高さ18.8×幅14.5cm) ¥6,300 (シジューム ギンザ) 2. フランス最高峰の上質な革のグロープは使うほど馴染む。グロープ ¥20,000 (メゾン・ファブル) 3. ロングブーツもメゾンオリティを。ブーツ(ヒール4.5cm) ¥180,000 (ジル・サンダー) /シジューム ギンザ【2F】



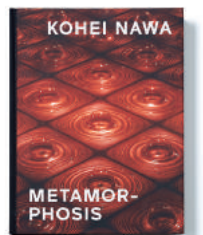
#### プライベートブランドの企画本で写真を飾る喜びを

日本文化が息づき、最新のアートを育む街、銀座。その伝統を受け継ぎ、「アートのある暮らし」をコンセプトに据えるのが6Fの銀座 葛屋書店だ。およそ6万冊をラインナップする書籍ゾーンをはじめ、イベントスペースや作品展示エリアなどを700坪のフロアに展開するが、文化発信基地たらしとする“本気”は、単なる書店としての役割から一歩踏み出したものづくりに表れている。店員たち自身がプロデューサー役を担い、銀座 葛屋書店オリジナルや限定の書籍を企画・制作し、販売しているのだが、その最前線で腕を振るうのが、写真コンシェルジュの番場文章氏だ。

「部屋に写真を飾る喜びを、多くの人に知ってほしい」と常々願ってきた番場氏。いわば“飾れる写真集”として企画したのが『mikiya takimoto colors』だという。広告や映画、アートなど幅広い分野で活躍する写真家・瀧本幹也との協働が叶ったこの銀座 葛屋書店オリジナルの商品では、代表作7点のポスターがセットされているが、「版画のように刷り重ねながら一部では色用紙の地を残すという特殊な印刷方法については、クリエイターをはじめとした各方面からの問い合わせが相次いだ」と話す。

そして現在、番場氏プロデュースのアイテムは、2件が進行中。「2020東京オリンピックを間近に控えた今こそ出すべき」と企画した写真集『TOKYO』は、

人のいない東京の風景を集めて大ロングセラーとなった『TOKYO NOBODY』(2000年)の写真家・中野正貴によるセルフ・アップデート版で、約30年間にわたって撮られた作品で構成される(9月1日刊行)。もうひとつは“飾れる写真集”の第2弾、『ART IN BOX』だ。複数の写真カードが収まる紙箱は額の役割も果たすが、番場氏によると「3Dプリンタを駆使して建築物の構造や水の波紋のように揺らぐ線を再現し、作家ごとに異なる額を提案する」という。「アートを買うファーストステップとなれば」との思いのこもった今企画。現時点では若者から絶大な支持を集める写真家、奥山由之の参加が決定している。



#### 女性のあらゆる生活シーンを売り場づくりから創造

GINZA SIXの2F、150坪の広さを持つコンセプトストアが「シジューム ギンザ」。シジュームとはフランス語で“第6・第6の”を意味。女性の気分ごとにファッション雑貨を6つのコーナーに分け、そこがほかのセレクトショップと一線を画す個性であり、5感(視覚、聴覚、嗅覚、味覚、触覚)の次の感覚=第6感を刺激するという意味も込められている。

ターゲットは、子供の手が離れてもう一度自分のために時間もお金も投資できる大人世代。MDディレクターの1人である笠原安代氏は「豊かな時代に経験を重ね、本物の価値を知る女性たちのあらゆる生活シーンを想定した店づくり、きちんと改まったシーンから旅などリラッ

クスできるシーンまで、気分に合わせて着こなし提案をしています」と語る。

そして「シジューム ギンザ」を語る上で外せないアイテムのひとつが、意外にも靴。現在のGINZA SIXの地にあった松坂屋百貨店は、土足で入店できる初の百貨店として誕生した。日本女性に靴を含めたコーディネートの大切さを気づかせた場所という背景を踏まえ「靴から作り上げるスタイリング」をコンセプトにスタートしました。女性にとって靴と気分は表裏一体。気分を靴を選び、靴で気分も変わる大切なものです(笠原氏)。

一方で石鹸や香り、思わず笑顔になるユニークな置物やアンティークの食器など、見て触れて感じるギフトや雑貨に開

くは、もう1人のMDディレクターである佐々木康裕氏曰く「誰かに伝えたい気持ちを共有したいと思っていただけのもを選んでいきます。今後はさらに、お客様が日々の暮らしを楽しむためのヒントに出会える場にしていきたい」とのこと。店内では2人の交流から各方面のクリエイターを招いたイベント、話題のブランドが次々と登場するポップアップスペースも注目の的で、ここでもディレクターたちの提案が活かされている。

感性の近い同世代の男女2人による店づくりには、緻密な計算や予定調和は行かない。異なる得意分野に刺激を受け合い、緩やかに融合した空間は、常に遊び心と冒険心であふれている。



1. 藤山紀信の歌舞伎写真集は銀座 葛屋書店による書籍のプライベートブランド第1弾として開業時に刊行した1冊。『KABUKI by KISHIN』¥46,000(光村推古書院) 2. 本を360°に開くと立体ジオラマに変身するアート・ブック。限定色の“富士山”バージョンは銀座 葛屋書店限定版。大野友資『360° BOOK 富士山』¥3,500(青幻舎) 3. 番場氏担当の写真コーナーは王道本から最新の動向までをカバー。

#### Recommendations

1. 名和晃平7年ぶりの作品集を銀座 葛屋書店限定で制作・販売。名和晃平 作品集『METAMORPHOSIS』¥18,000(光村推古書院) 2. 2015年に発売され速攻で完売した幻の写真集を銀座 葛屋書店限定で復刻。製紙や印刷など工程全てにこだわりぬいた1冊。今城純『Pastel wind』¥3,500(銀座 葛屋書店) 3. 銀座 葛屋書店オリジナル『mikiya takimoto colors』¥15,000(共同企画:青幻舎) /銀座 葛屋書店【6F】

# Easy Order, Ginza Six Style

## 今こそ価値のあるイージーオーダー



### 自分がベストな状態にいることの心地よさ

勤務先が近いということもあり、週に一度はGINZA SIXの「フリーマンズ スポーツクラブ」に足を運ぶという伊藤さん。ハワイの挙式のためにデニム生地セットアップをオーダーしたのは昨年とのこと。

「結婚式のためとはいえ、そこで着用しておしまいはあまりにもつまらない。普段も着られるようにと、何度も打ち合わせを重ねて完成したのがこれです」

パリッとして上品に見えるデニム生地は実は伸縮性の高いストレッチ素材。ポケットの形や位置、そしてボタンの素材も吟味することで、節度はありながらもかしこまり過ぎないバランスを吟味した。

「程よく緊張感がありつつ、気分がいい。少ない休日でもダラダラし過ぎず、どうやって楽しむかって考えたとき、僕は

自分がベストな状態でいられるもの身につけていることが一番いいと思ったんです。そう考えるとオーダーって最高の選択だと思うんですね」

年に2着のベースでオーダーを続け、今ではジャケットやスーツなど5着が揃う。「今も、次はどうかとスタッフと相談中。その時間も楽しんでいます」



青山店の方にある同ブランドのレストランにて。好きな服と好きな場所。至福の時間。

Order from  
FREEMANS SPORTING CLUB | 5F |  
フリーマンズ スポーツクラブ

クラシックなアメリカンスーツを踏襲しつつ、日本の仕立て技術で現代的に昇華されたテイラーウエアを提案するオーダーサービス、「メイド・トゥ・メジャー」。熟練したフィッターによるカウンセリングは正確と評判。スーツ¥100,000～、ジャケット¥85,000～、パンツ¥35,000～。納期は約1ヵ月。

伊藤 孝さん(37歳・会社員)。トレンドを追いかけていた昔と比べ、今はトラディショナルなものが好み。6年前にNYのお店を訪れて以来、フリーマンズ スポーツクラブのファンに。

HOW to ORDER

CA4LA | 4F |

カシラ

### サイズが重要なハットこそ、オーダーで



日本が世界に誇るハットメーカー「カシラ」がセミオーダーサービスを展開していることをご存知だろうか。これをきっかけにハットが好きになったという人もいられるほど。知る人ぞ知る人気のサービスだ。オーダーができるのは定番の中折れ帽子。秋冬シーズンは12色展開のラビットフェルトと5色展開のウールフェルト、どちらかをベースに選ぶことができ、ブリム(つば)の広さも顔のバランスに合わせて調整をすることが可能。さらにリボンやワッペン、羽根などの装飾を選んで、世界に一つだけのデザインを作ることができる。カットしてサイズを調整するためブリムは7.5cmと広めに設定してあるが、既製品にはないバランスも密かな人気。このワイドブリムを目的にハットをオーダーする人も多い。サイズ選びに自信がない初心者も、上級者も楽しめるサービスだ。

GINZA SIX 店にはアトリエが併設されているため、オーダーをしてから最短2～3時間で商品を受け取ることが可能。そのクイックさもうれしい。ラビットフェルト¥35,000～、ウールフェルト¥27,000～。予約を入れてから行くことスムーズだ。

自分が欲しいものを、自分の思い通りにリクエストして、手に入れる。これほど正しい物欲の満たし方はない。無二の一品を見つけた人のモノ語り、GINZA SIXで体験できるオーダーサービスのお話。



### 理想のサイズにはほとんど出合えないから

子供の頃から潜在的に和装に憧れを抱いていた金子さん。大人になり美容師として働くようになってから、本格的に和装を嗜むように。今では30着以上の着物を所有しているのだそう。

「多くの着物に袖を通してきましたが、自分の体型に合うものが既製品で見つかるのは奇跡的なことなんです。特に私はこだわりが強い方なので、なかなか満足するものが見つからなくて…」

そんななか「ジョウタロウ サイトウ」と出会い、初めて本格的に着物を仕立てることに。「ファッションショーでこの着物を見て、すぐにお店へ。本当に気に入ったので、きちんと自分が納得するサイズで仕立てたんです。そのときも『ここまで細かくサイズを指定する人はいません』なんて言われつつきちんと最後まで付き合っ

くださって、理想的なバランスで仕上げてくれた。感謝しています」

金子さんは一般的な着物の着方に比べ、と少し長めが好み。正しい着方に導いてくれるだけでなく、個人的な好みにも対応してくれるのもオーダーの醍醐味だ。「大好きな歌舞伎の鑑賞が、いつもより特別な時間になる気がします」



裾の裏にはさりげなくほどこされた星柄が、歩くたびにひらりと覗く。そんな遊び心もいい。

Order from  
JOTARO SAITO | 4F |  
ジョウタロウ サイトウ

現代キモノ作家・斉藤三才を父に持つ斉藤上太郎氏が手がけるブランド。洗えるジャージやデニム素材のセミオーダーから正絹反物のお誂えまで展開。職人手染めの1点ものも揃う。ジャージキモノ¥72,000～(納期3週間)、正絹お誂え¥350,000～(納期1ヵ月半)。レディースも展開。

金子卓矢さん(36歳・美容師)。七五三で初めて着物を着たのをきっかけに和装へ憧れを抱くように。歌舞伎や茶道、華道など、日本の伝統文化全般に関心を持ち、休日を利用しては嗜んでいる。

HOW to ORDER

RING JACKET MEISTER | 5F |

リングジャケット マイスター

### 理想のスーツ探しに終止符を



「リングジャケット」のオーダースーツが群を抜いてクオリティーが高いことは、すでに周知の事実。リピーターが後を絶たない人気のサービスだ。まずはベースとなるモデルを選んだ後に生地を選択。そして裏地やボタンのディテールを指定し、細かな採寸を経てサイズを補正する。選択肢は非常に多いが、熟練のスタッフの丁寧なカウンセリングを経て正確にナビゲートしてくれるので、初心者であっても全く心配はない。着る人の体型を生かして軽くしなやかに仕立てるイタリアンスタイルのスーツは、しかもそれが日本人の体型に合うようアップデートされているので、とにかく心地がいいと評判。特に背中に余裕を持たせて可動域を確保しているのが特徴で、軽く動きやすく感じる事ができる。究極のスーツは、ここにあるかもしれない。

モダンなものからクラシックなものまで、選べるモデルは多数。生地の種類は数千種にのぼるが、好みを伝えれば最適なものを抽出してくれる。シャツ、ネクタイ、靴まで、全てここで揃う。パターンオーダースーツ¥140,000～。納期は約2ヵ月～。

# Select Craftsmanship

セレクトショップで探すいいもの

独自の世界観で商品を選び抜いているセレクトショップで、  
こだわりの逸品を探すのも面白い。  
目利きバイヤーが惚れ込んだものづくりにフォーカス。

## BEAMS HOUSE WOMEN

時代の華やかさを上質なセレクトで



選んだ人

塚本 知絵 Chie Tsukamoto

エッフェ ビームス ディレクター兼バイヤー。ショップスタッフを7年半務めたのち、現職に。国内外の新規ブランド発掘にも意欲的に取り組んでいる。

ビームスの中でも、ハイエンドなコレクションを発信するビームス ハウス。「お客様にずっと着たいと思っていただけるような、上質で着心地のよいものを第一に提案しています」と塚本さん。「買い付けの際、ブランドの背景やデザイナーの人物に触れると、商品への思い入れがまたぐっと高まりますね」

### VASSILIS ZOULIAS

ジャカードコート

ヴォーグ誌の元エディターが立ち上げたブランドは、今回が日本初上陸。「パリのショールームで一目惚れで買い付けました。この配色センス、なかなか出合えません!」。コート ¥120,000 (ヴァシリズ ゾウリアス)



### Room no.8 BLACK

レースワンピース

「よく見るとレースが格子柄だったり、裾が断ち切りになっていたり…女性デザイナーの愛ある創意に共感する一着」。ワンピース ¥50,000 (ルーム エイト ブラック) / 全てビームス ハウス ウイメン【4F】



### EFFE BEAMS

ダマスク柄スカート

ジャカードで有名なイタリア・プリズマテックス社の生地を採用。「大ぶりの柄を生かしたくて、ボリュームスカートに仕立ててもらいました。縫製は熟練の職人によるもの」。スカート ¥48,000 (エッフェ ビームス)



## VULCANIZE London

英国らしい“趣味のいい本物”を求めて



選んだ人

湯原 未希 Miki Yuhara

ヴァルカナイズ・ロンドン バイヤー。イギリス留学中に現地のファッション文化に魅了されアパレルの道へ。英国ブランドの歴史や商品特性に精通する。

「歴史ある端正な英国ブランドが愛される一方で、最新のストリートトレンドにも触れられるのがロンドンのファッションの面白さですね」と湯原さん。その言葉通り、店内には老舗から旬のブランドまで多彩だが、英国ならではの趣味のよさでまとまっているのがさすが。心地よく背筋が伸びる空間だ。

### KATHERINE HOOKER

プリンセスコート

キャサリン妃が愛用するウールコート。「アトリエではデザイナー自らお客様と丁寧に対話し、オーダーメイドを取っています。職人としての姿勢を信頼するブランド」。コート ¥200,000 (キャサリン フッカー)



### Johnstons

カシミアストール

「ジョンストンは以前から豊富に扱っていましたが、今回初めてのカラー別注です。ヴァルカナイズらしさを表現した薄身のカラーリングをぜひ!」。カシミア100% ストール <160×30cm> ¥40,000 (ジョンストンズ)



### SMYTHSON

ノート&ペン

英国王室御用達のステーションナリーブランド。「レザーもシルバーも使うほどに味わいが増すのが魅力」。ノート(縦14×横9cm) ¥8,000・ボールペン ¥55,000 (スマイソン) / 全てヴァルカナイズ・ロンドン【4F】

## l'héritage martinique

大人がときめくクラシカル×モード



選んだ人

水口 千恵 Chie Mizuguchi

マルティニーク バイヤー。某セレクトショップにて販売、バイヤーの経験を積んだのち現職に。旬の抜け感を取り入れたバイイングセンスに定評がある。

「オリジナルウエアはコンサバティブがベースなので、買い付けの小物でモード感や遊び心を意識しています」と水口さんが語るコンセプトは、世の女性たちが求める理想のおしゃれバランスそのもの。ウエアと小物の計算された組み合わせがあつてこそ、大人のファッションが成熟すると改めて実感できる。

### l'héritage martinique

ロングジレ

秋のクラシカルを代表する千鳥格子のロングジレ。「まずはTシャツ&デニムにさらりと羽織るのをおすすめです」。ジャンパーコート風にも着られる2WAY。ジレ ¥50,000 (レリタージュ マルティニーク)



### SOPHIE BUHAI

淡水パールネックレス

「これほどモードに使えるパールはほかにはない!と惚れ込んだネックレス。個人的に欲しいものも続出で(笑)、買い付けに行くたびテンションが上がるブランドです」。ネックレス ¥67,000 (ソフィー ブハイ)

### l'héritage martinique

コットンシルクブラウス

「袖のピンタックや背面のVカットなど手の込んだ繊細な仕立てに注目」。ドレスアップにも映える大人の甘さが魅力。ブラウス ¥36,000 (レリタージュ マルティニーク) / 全てレリタージュ マルティニーク【4F】

## CIBONE CASE

選び抜かれた、記憶に残るプロダクト



選んだ人

今川 拓人 Takuto Imagawa

シボネMDチーフ。シボネ 青山のショップスタッフを経て、現在はシボネとシボネケース両店のプロダクトバイイングと企画を担当する。

国内外のクリエイターの作品や、現代日本のものづくりにスポットを当てた生活雑貨などが並ぶシボネケース。今川さんが買い付け時にモットーとするのは「作り手の想いを受け継いで、見る人、使う人の記憶に残るもの」。ストーリーを感じる誠実なつくりと、心に響く静かな個性に出合える。

### ito atsuko

金属ジュエリー

シルバーなど金属を焼成して作られたジュエリー。「素材が奥底に秘める美しさや力強さに惹かれます。生身の素材と身体が一体になる感覚も魅力」。バングル ¥35,000・リング ¥30,000 (伊藤敦子) ※共に一点モノ



### Koji Takuma

水晶ショットグラス

「何億年という歳月をかけて水晶を育んだ地球の風景に思いを馳せながら、お酒を嗜むのもいい時間です」。グラス 左: ¥135,000 右: ¥125,000 (詫間康二) ※共に一点モノ



### Hender Scheme

カードケース

「使い込むほどに変わっていく革の質感に、天然の素材と付き合うことの魅力を感じます」。カードケース(高さ7.5×幅11×マチ2cm) ベージュ: ¥11,000 黒: ¥9,000 (エンダースキーマ) / 全てシボネケース【4F】



# LADIES & GENTLEMEN!

## 旅するモノ語り



### レディライクなドレスは永遠

N°21

左：アレッサンドロ・デラクアが手がけるイタリア発のヌメロ ヴェントゥーノ。大人の女性の中に潜む少女性を表現したデザインこそ、ヌメロ ヴェントゥーノのものづくりのポイント。この秋はミニアップルのキャンディをモチーフにしたプリントのワンピースで体感できる。ワンピース ¥113,000 / ヌメロ ヴェントゥーノ【3F】

MARNI

右：このところのミラノモードの新潮流であるユニークさを、アート的なアプローチで昇華したテイストこそ、マルニのクリエイションの真髄。カッティングの技が光るサックスブルーのワンピースは、上品さの中に控えめなエッジが効いている。ブローチを飾って、レディライクに装う。ワンピース ¥229,000・ブローチ ¥43,000 / マルニ【3F】

東京にいながらにして、世界の名品を手にとることができるGINZA SIX。  
オーセンティックでエレガントなトレンドが復活しそうな今秋、  
まるで世界を旅するような気分で選ぶ魅力的なアイテムと、そのものづくりをお伝えする。



### 足元を彩る上品な煌めき

MANOLO BLAHNIK

左：シューズを芸術の域にまで高めたマノロ ブラニク。イギリスで半世紀近く靴づくりにかける彼の情熱こそ、クリエイションの源。愛らしいピンクベルベットのストラップシューズが秋へと誘う。フラットシューズ(ヒール1cm) ¥161,000 / マノロ ブラニク【2F】

GIUSEPPE ZANOTTI

上：コンテンポラリーかつグラマラスな美しさが光る、イタリア発のジュゼッペ ザノッティ。型押しレザーパンプスに飾られたビジュエーはあたたかもジュエリーのよう。美へのこだわりが完成度の高さを生む。パンプス(ヒール10.5cm) ¥118,000 / ジュゼッペ ザノッティ【2F】

SERGIO ROSSI

右：イタリア・サンマウロバスコリの自社ファクトリーで専属職人の手仕事によりつくられているセルジオ ロッシ。SRロゴが煌めくアニマル柄シューズはもちろん、一足の製作工程は120を超える。スリングバックシューズ(ヒール4.5cm) ¥110,000 / セルジオ ロッシ【2F】



淑女のバッグにひとひねり

MOYNAT

左：1849年パリで生まれたメゾン、モワナ初の女性用ハンドバッグ「レジェンス」。当時小型、軽さが評判となったこのバッグを100年以上の時を経て再解釈。モワナのものづくりにはクラフツマンシップと、女性創始者の独立した精神、多面性が息づいている。バッグ〈高さ15×幅20×マチ8cm〉¥500,000(モワナ)／モワナメゾン【1F】

DELVAUX

右：世界最古のラグジュアリーレザーグッズメゾン、デルヴォーは1829年ベルギー・ブリュッセルで誕生。妥協のない職人技によるものづくりは完璧でありながらどこかウィットを感じさせる。アイコン的なバッグ「プリヨン E/W PM」の新作もチェックに彩られて。バッグ〈高さ16×幅28.5×マチ12.5cm〉¥573,000/デルヴォー【2F】



新世代紳士の身だしなみ

CIRCOLO 1901

左：イタリアのテクニックと遊び心で生み出されたのがチルコロ 1901のフリースジャケット。リラックスした着心地に加え、チェックは織り柄ではなく実はプリントという心憎いカンパセーションピース。ジャケット ¥63,000(チルコロ 1901)／ジェンテ デイマーレ【5F】

JOSEPH CHEANEY

下：グッドイヤーウェルト・シューズの聖地で知られる英国のノーザンプトンで、1886年に設立されたジョセフ チーニー。一足8週間をかけ完成する靴は職人の英知を結集した本物の名にふさわしい名品。靴 ¥79,000(ジョセフ チーニー)／ブリティッシュメイド/ドレイクス【5F】

LUCIEN PELLAT-FINET

右：上質をポップに表現したものづくりで一時代を築いたパリのカシミアブランド、ルシアン ペラフィネ。同じパリの老舗バッグブランド、モラビトとのコラボレーションでその感性を披露。バッグ〈高さ16×幅29×マチ3.5cm〉¥85,000/ルシアン ペラフィネ【3F】



# TARA JARMON

## For the Sophisticated Woman

1986年にパリで生まれたコンテンポラリーブランド「タラ ジャーモン」  
全工程をメゾンで手がけるシルエットの美しさと着心地の良さが世界で支持され、  
大人のフェミニティを宿したこの秋のアイテムにも確かなクオリティーが息づく。



01 02 03  
04 05

シャンゼリゼ通りの本店とリンクするインテリアやディフューザーを使用したGINZA SIX店では、限定アイテムやフェアを用意。9月1日から16日までは税込7万円以上のお買い物すると先着でオリジナルのバッグとレザーポーチを、同期間の購入者全員にGINZA SIX B2F「ヴェイノワズリー ジャンフランソワ」とコラボしたオリジナルデニッシュをプレゼント。9月9日からは同じくパリ発のサプライズボックス「My Little Box」とコラボしたヘアアクセやスカーフも登場予定。  
01：繊細なシルクシフォンに2色のクリスタルを職人が縫い付けた上質な一着。軽やかに揺れるAラインシルエットがエレガント。ドレス ¥200,000 02：美しいカラーリングにも定評があるタラ ジャーモン。メリノ種のラムウールにカシミアをブレンドした糸で仕立てたニットアンサンブルは、発色の良さと滑らかな肌触りが魅力。マルチカラーのビジュアークラウド。ニット ¥33,000・カーディガン ¥43,000 03：ソフトで艶のあるラムレザーのジャケット。立体感あるフォルムが端正なシルエットを実現。ジャケット ¥79,000 04：シンプルなボックスシルエットをスカラップの切り替えでモダンに昇華。ワンピース ¥49,000 05：ツイストしたウエスト部分とアシンメトリーなドレープの優美なシルエット、手描き風のアイコンックなハート柄が目目を惹く。スカート ¥36,000/タラ ジャーモン [3F]

お問い合わせ：タラ ジャーモン [3F] 03-6264-5316 (10:30~20:30)

# Thoughtfully Crafted Gifts

## ものづくりを贈ろう

GINZA SIX公式サイトで連載中の「ぶらエディタース」  
そのなかで各方面6人が選んだ、手仕事を感じるギフトを紹介。

誰かのために懸命に生きている女性たちに  
松本千登世



「自由で誠実、創造的で職人的な『ウカ』のプロダクトは『これで女は幸せになれる!』と常に心震えます。ボディケアシリーズの『Balance』は香りやテクスチャーが『今日も張り切って』とエールをくれるよう。ウォッシュ、ミスト、オイルとミルフィーユすると幸せが広がります。左からボディウォッシュ ¥3,000・エッセンシャルミスト ¥3,600・ボディオイル ¥6,500/ウカ [B1F]

Chitose Matsumoto

美容エディター。雑誌や単行本など、美容や人物インタビューを中心に活動。「ぶらエディタース」ではVol.12に登場。

ベビーが誕生したばかりのパパとママに  
本間恵子



「古典刺繍を参考に、1文字ずつ原型を手作りしたオリジナル書体による『アベリ』の個性派インシヤルピンブローチ。ミルグレインと呼ばれる小さなビーズ状の模様を刻み付ける技法、温かみのある優しい表情に、職人のこだわりを感じます。将来はベビーに譲っても」。インシヤルピンブローチ〈左：K18PG・右：K18YG〉※キャッチは真鍮に金色メッキ 各¥16,000/アベリ [2F]

Keiko Homma

ジュエリー&時計ジャーナリスト。ブチジュエリーから超ハイジュエリーまで国内外取材。「ぶらエディタース」ではVol.8に登場。

“デイリーな、いいもの”を母の誕生日に  
三尋木奈保



「『エプール』のアイテムは、どの世代の女性でも日々を心地よく感じることを優先に作られている気がします。こちらのニットもそんなこだわりを存分に感じられるアイテム。昨年、同タイプのもを自分でも購入しましたが、極上のカシミアが暖かく、着るとシルエットが立体的でサマになるので、気づくとそればかり着ていました。カシミアニット ¥78,000/エプール [4F]

Naho Mihirogi

ファッションエディター。著書『My Basic Note』はシリーズ累計18万部を突破。「ぶらエディタース」ではVol.28に登場。

コーヒーにこだわりを持つ上質な友人に  
山田泰巨



「新潟県燕市で200年の歴史を誇る、銅起銅器の技を極めた『玉川堂』のコーヒーポット。直火にかけてもOKで、銅の表情はもちろん、注ぎ口の先がシャープなので水切りもよく、丁寧に珈琲を入れる友人への特別な贈り物に最適です。蓋に吹出口があり吹き溢れもなく、小さなフックも付いて傾けても外れない仕組みに」。コーヒーポット 900ml (銀線文) ¥150,000/玉川堂 [4F]

Yoshinao Yamada

エディター。「Pen」編集部などを経て建築、デザイン、アートを中心に多岐に活動。「ぶらエディタース」ではVol.42に登場。

パートナーとの永遠のシェアウオッチに  
篠田哲生



「自社の手仕事で一貫製造するスイスの老舗『ジャガー・ルクルト』のアルデコを継承する普遍的な時計『ルベルソ』は、小ぶりで男女共に似合います。ケースバックにはインシヤルやメッセージをエングレービングできて特別感も。ウォッチ『レブルソ・クラシック・ミディアムスリム』(40.1×24.4mm/SS、手巻、アリゲーターストラップ) ¥605,000/ジャガー・ルクルト [1F]

Tetsuo Shinoda

嗜好品ライター。時計専門学校も修了した実践派で、多くの媒体に時計記事を寄稿。「ぶらエディタース」ではVol.51に登場。

夏の疲れを乗り切って欲しいすべての人に  
マッキー牧元



「『発酵酢屋 庄分酢』のヒット商品『飲む酢』は、フレーバーの豊富さと面白さもさることながら、福岡県大川市で300年以上14代にわたる国内有数の歴史を持つ蔵元の、生業にきた酢への敬意を感じる味わいです。贈った人に毎朝飲んで目覚めの喜びを感じてもらえたら」。左から飲む酢あまおう ¥1,900・飲む酢柚子 ¥1,800・飲む酢ぶどう ¥1,800/発酵酢屋 庄分酢 [B2F]

Macky Makimoto

「味の手帖」取締役編集顧問、タバルキスト。年間600回の外食を誇る。「ぶらエディタース」ではVol.23に登場。

30

31

「ぶらエディタース」(<https://ginza6.tokyo/ginza-six-editors>)のInstagram公式アカウント、検索は「ginzasix\_official」で。現在までに80人以上のエディターが登場。 \ G6

# JIMMY CHOO A Girl's Best Friend

「ジミー チュウ」らしいグラマラスな感性を反映し、  
新たなJCロゴで今秋ローンチされた“JC COLLECTION”。なにげないスタイルも  
スタイリッシュに仕上げてくれるシューズ&バッグをピックアップ。



多彩な輝きを放つゴールドのJCロゴが、女性の多面性を表現する新コレクション。なかでも白のショートブーツとクラッチにもできるモーヴカラーのショルダーバッグは、重くなりがちな秋冬のデイルーススタイルにはうれしい抜け感を、パーティーシーンではモードなアクセントとして頼もしい相棒になりそう。“JC COLLECTION”はこのほか秋色や定番カラーのポーリングバッグやパンプス、ミニウォレットなど豊富にラインナップ。ブーツ(ヒール8.5cm) ¥159,000・バッグ(高さ16×幅22×マチ6.5cm) ¥117,000・アイウエア ¥58,000・フレグランス“ジミー チュウ オード トワレ” ¥11,200 (60ml) / ジミー チュウ【2F】

お問い合わせ：ジミー チュウ【2F】 03-6263-9830 (10:30~20:30)

# Lounge Six

国内外のVIPサロンで限らない体験を手に

VIPがアクセスできるGINZA SIXのメンバーシップ・ラウンジ  
広がる世界との輪と、独自のプログラムの創造と。



Charlene Wu

上：LANDMARKは香港の中環駅と直結する。そのアトリウムはブランドがぐるりと。下：BESPOKEを一手に担うシャーリーン氏。カナダで育ち故郷の香港に戻った後、海外ブランドの要職を経てLANDMARKに参画。

## 香港LANDMARKの新たな「BESPOKE SALON」

あなたがGINZA SIX 5Fにある「LOUNGE SIX」のVIPメンバーなら、香港を代表するラグジュアリーなショッピングモールLANDMARKでパーソナライズされた各種サービスを利用できるのをご存知だろうか。プログラムの名は「BESPOKE (ビスポーク)」。今年10月にオープンとなる新たな約465㎡もの広さの専用サロン「BESPOKE SALON」では、ミシュランを獲得したケータリング、ブランド主催のトランクショー、VIPルームとVVIPルームでのワークショップ、さらにミシュランシェフによるプライベートダイニングも楽しめる。「BESPOKE」のプログラムは、他にもそれぞれの都市を代表するショッピングモールである北京のWF CENTRALとマカオのONE CENTRAL MACAUでも実施されていて、何千人ものメンバーを誇ります。そうしたVIPの方々には、深いレベルで新し

くてユニークでエキサイティングな体験を常に探しています。GINZA SIXのお客様にも私たちが培ってきた特別なエクスペリエンスを紹介できれば」  
そうアピールするのはLANDMARKのCRMマネージャーとして日々VIPと関わるシャーリーン・ウー氏。なお、LOUNGE SIXのVIPメンバーによるBESPOKEの会員登録は、LANDMARK、WF CENTRAL、ONE CENTRAL MACAUのコンシェルジュデスクなどで行うことができるのと、その際に香港の新たなサロンのサービスも体験可。一方でこれからLOUNGE SIXのVIPメンバーになろうというあなたは、GINZA SIX アプリもしくはカードの会員登録の上で、一定額以上のお買い上げをすることで可能に。詳しくはGINZA SIX 商業運営室 (TEL. 03-3572-3572・10:30~20:30) までお問い合わせを。

## 「LOUNGE SIX」では注目クリエイターとのひとときを

一方でGINZA SIXの「LOUNGE SIX」でも、そのVIPメンバーに向けて“クリエイティブな遊びと学びの場”として定期的に行われているプログラムがある。その名は「LOUNGE SIX CREATIVE SALON」。“クリエイティブ”というだけあって、2018年度は「NIPPON」をテーマに、GINZA SIXのデジタルアートも手がけたteamLabの猪子寿之氏、59歳の若さで人間国宝に認定された能楽大倉流小鼓方十六世宗家の大倉源次郎氏、レストラン業界のアカデミー賞で知られる

「The World's 50 Best Restaurants」で2年連続で日本最上位に選ばれた東京の日本料理店「傳」の長谷川在佑シェフなど、世界で活躍するクリエイターが登場。2019年度はフラワークリエイターで「edenworks」主宰の篠崎恵美氏、ご存じ書家の紫舟氏、「été (エテ)」を主宰する女性シェフの庄司夏子氏、今春より日本を拠点とし最難関資格“マスター・ソムリエ (MS)”の称号を持つロバート・スミス氏など個性豊かな現代の第一人者を迎え、一層の盛り上がりを見せている。

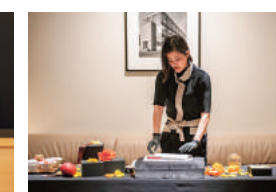
左：篠崎氏はゲストと対話しドライブラワーを調査。左中：紫舟氏は実演を交えた書のレッスンを。右中：ケーキの購入者だけが予約可能な1日1組のレストランを開く庄司氏は、シグネチャーのマンゴータルト作りを実演。右：日本で唯一のMSであるロバート氏は甲州ワインの魅力を試飲と合わせてレクチャー。



Megumi Shinozaki



Sisy



Natsuko Shoji



Robert Smith (MS)



世界的現代美術家の杉本博司氏と建築家の榎田倫之氏による新素材研究所の空間。

# Rooftop Orchestra

## 無作為が作為を生む

サカナクションの山口一郎さんが様々なジャンルのカルチャーを結び付け、新たな価値を生み出すプロジェクト「NF」。銀座の空の下、彼は何を企んでいるのか？



Ichiro Yamaguchi

山口一郎

1980年北海道生まれ。サカナクションとして2007年メジャーデビュー。2015年から複合カルチャーイベント「NF」を開始。2016年に自らがファウンダーとなってNFを会社化。様々なクリエイターとコラボレーションし、イベント参加、空間や音楽のプロデュースを手掛ける。写真は屋上庭園にて。

## ここで作曲者のいない音楽が生まれてほしい

かつて商業施設の屋上といえば、遊具やゲーム機が並び、にぎやかな有線音楽が流れ、イベントなども開催される子どものための場所だった。だが、GINZA SIXは違う。青空の下、流れる水がきらめき、やさしい風が頬をなでる。芝と木の緑とそこにさりげなく色を添える花が目や心を癒やし、静けさが心を穏やかにしてくれる。そんな約4,000㎡の屋上庭園「GINZA SIXガーデン」は、大人から子どもまで誰もが自然と笑顔になれる空間。この夏から秋にかけて、ここに“音”を加えようと企んでいるのがサカナクションの山口一郎さんだ。

「僕は、いつも“いい違和感”を求めています。この屋上に来たとき、ここにはその違和感があるなと思いました。銀座の真ん中なのに、近代的な建築の上にあるのに、この静かな庭園。この完成された空間で、その上品さ、心地よさを阻害しないカタチで、どんな音や光が加わったら面白いだろう？ 想像力を刺激してくれる魅力的な素材でした」

ちなみに今回、屋上庭園の演出を手掛けたのは、山口さんがサカナクションとの活動とは別で発起人を務めるプロジェクト「NF」だ。様々なカルチャーが混ざりあうコンテンツを企画・提案し、新たな価値を創造するNFは、2015年から活動を開始。各地でイベントを開催するほか、ショップのサウンドプロデュース、アートインスタレーションの発表、グッズやアパレルの販売など、ジャンルをミックスし、音楽の枠を超えた活動で注目を集めている。

「ミュージシャンが表現できる場所は、CDやライブだけではないと思い、サカナクションとは別に、NFの活動を開始しました。銀座にショッピングに来たら屋上で思いがけない音に出会い、音楽に興味を持つ人がいるかもしれない。逆にサカナクションのファンがGINZA SIXに来て、ファッションに興味を持つかもしれない。そうやってさまざまな広がり生まれることで、音楽の新しい可能性が見つかるような気がしています」

プロジェクトのタイトルは“ROOF TOP ORCHESTRA -音を奏でる庭園-”。庭園内の水盤エリアと芝生エリアに6つのキューブを配置し、それらを開くよう

に照明を設置。来場者がキューブを打楽器のように叩くと、音と光が生まれる。ただ音楽を聴くのではなく自分で音を奏で、光を操るという体験は、確かに新鮮。6つあるキューブはそれぞれ6つの音色を持ち、その36の音が組み合わせることで新しい“音楽”が生まれてほしいというのが、山口さんの密かな狙いだ。

「作曲者も演奏者も観客も、誰も意識していないのに、音を楽しんでいる空間。そんな無作為の作為を演出できたらいいなと思いました。同じ音楽を奏でることも、聴くことも二度とはできない。作曲者のいない音楽が生まれることで、このインスタレーションが完成します」

そこまで語った山口さんは、ある例え話を始めた。

「この間、四足歩行のロボットがその性能の確認のために、何度も蹴られて転びながら歩くという映像を観ていたんです。僕はそれを観ながら『すごい』『かわいそう』『がんばれ』って思っている。これって新しい時代の新しい感情だと思いませんか。このROOF TOP ORCHESTRAが、こういうまだ名前のついていないような感情、感覚が生まれ、見つけられるような場所になればいいなと思っています」

特に山口さんが期待するのは、この庭園で戯れる子どもたちだという。

「僕が子どもの頃なんて、ケータイもポケベルもなかった。でも今の子どもたちってスマートフォンやタブレットを当たり前に使っている。そういう自分とまったく違う感覚を持った子どもたちがこのキューブを使ってどんな音楽を奏でてくれるのか。彼らは無意識だからこそ、そこには計り知れない可能性があると思っています」

原始の時代から、人は木の枝でものを叩いて音を出し、それにあわせ思い思いに歌を口ずさんでいたという。それは音楽と呼ぶにはあまりにもプリミティブなものだったかもしれない。でもだからこそ、計り知れない力があつたのではないだろうか。

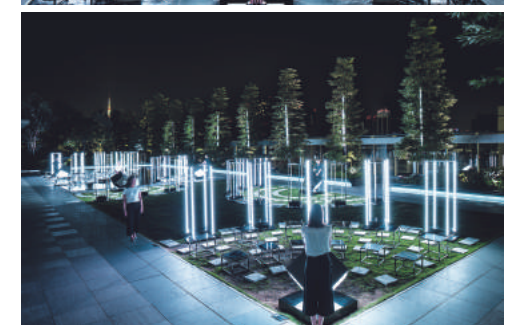
山口一郎が仕掛けた、無作為の作為。銀座のど真ん中の屋上で、パワフルで新しい“音楽”が始まる瞬間に、あなたも立ち会うことができるかもしれない。

## What's is “NF”?



「音の可能性」を信じる山口一郎さんが、音楽とファッション、アート、建築などのジャンルを組み合わせたプロジェクトを手掛ける「NF」。藤原ヒロシとコラボレートしたアパレルの発売、ナイキのエキシビションの空間プロデュース、ビエール・エルメ・パリの店内音楽プロデュースなど、従来のミュージシャンの枠を超えた幅広い活動が注目を集めている。写真は過去のイベントのDJシーン。

## ROOF TOP ORCHESTRA — 音を奏でる庭園 —



地上約56m、GINZA SIXの屋上庭園でNFが手掛けるのは、音と光とテクノロジーが融合した参加型のサウンドインスタレーション。来場者がキューブ型のモニュメントに触れることで、音と光が生まれ、空間を包み込む。また30分に1回、オーケストラが演奏前に調律をするように、NFによる「音」と「光」で空間を調律する特別演出も行われる。10月31日(木)までの日没~23:00。

# GINZA SIX Info

## Shop News



### BLUE BOTTLE COFFEE

ブルーボトルコーヒー

8月16日(金)  
NEW OPEN  
【B2F】

注文を受けて一杯ずつ丁寧に抽出するコーヒーが楽しめる、ブルーボトルコーヒー。yumiko iihoshi porcelain とコラボレートした器で提供するドリンクメニューや、同プレートを使用した限定メニュー グリルド サンドイッチプレートもお楽しみいただけます。



### Café Cova Milano

カフェ コヴァ ミラノ

9月12日(木)  
NEW OPEN  
【3F】

1817年にイタリアで創業した老舗カフェ。ミラノ本店の雰囲気を感じる店内では、食事やデザートのほか、定評のあるエスプレッソなど、本場の味が楽しめます。また、チョコレートのおまけ合わせや季節のパネトーネなどギフトコレクションも充実。



### MSGM

エムエスジーエム

9月12日(木)  
NEW OPEN  
【3F】

コンテンツボラーなデザイナーが人気で、今年創立10周年を迎えるイタリア・ミラノ発のブランド「MSGM」による新コンセプトショップ。店内にはメンズ、ウイメンズ、キッズのフルコレクションがラインナップ。オープンを記念した限定商品の販売も。



### Traditional Weatherwear

トラディショナル ウェザーウェア

8月30日(金)  
NEW OPEN  
【5F】

1974年にゴム引きコートからスタートした英国マッキントッシュ社のブランド。伝統的スタイルと今の空気感を融合させ、機能的でウイットに富んだコレクションを発表しています。洗練されたアイテムで構成されるカジュアルウエアも人気。



### NINA RICCI

ニナ リッチ

9月24日(火)まで  
POP UP  
【3F】

新クリエイティブ・ディレクターに就任したルシェミー・ポッターとリジー・ヘレブラーによる新生ニナリッチが登場。ナチュラルな甘さとボエティックな要素をミックスさせた、新しいフェミニティを提案したコレクションが店頭に並びます。

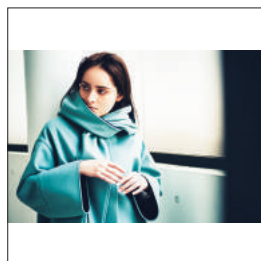


### MOREAU PARIS

モロー・パリ

9月25日(水)～10月29日(火)  
POP UP  
【3F】

19世紀初頭にパリでトランクメーカーとして発祥し、2011年に新しいクリエイティブディレクターを迎えて生まれ変わった「モロー・パリ」。メイド・イン・フランスにこだわり、熟練の職人によって丁寧に仕上げられた新作や人気シリーズが並びます。

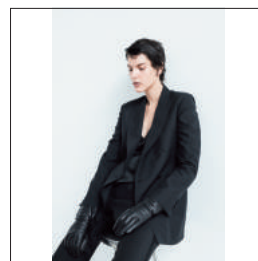


### yori

ヨリ

9月24日(火)まで  
POP UP  
【4F】

綿に燃りをかけて糸ができる最初の大切な工程である「燃り」から名づけたブランドは、上質な素材とディテールにこだわった made in japan のアイテムを発表している。期間中は、限定商品やウイークリーで届く先行商品が店頭でラインナップ。



### Chaos

カオス

9月25日(水)～10月29日(火)  
POP UP  
【4F】

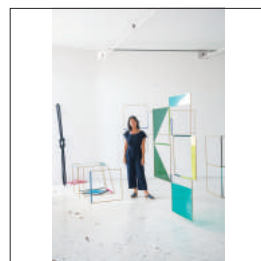
“カオス”の時代にあっても、自由かつインディペンデントな感性と高感度なテイストを大切に「大人ののための上質な日常着」を提案するブランド。アウター・ニットを中心に、素材やディテールにこだわったオリジナルコレクションを展開。



### 「とわのたまゆら」 岡村 透子展

9月12日(木)～18日(水)  
Artglorieux GALLERY OF TOKYO  
【5F】

キャンパスを独自の手法で縫い合わせ、ガーゼ・和紙・金箔などの素材を重ねて微妙な立体感を生み、見る者のための印象を与える岡村氏の作品。今展では、たまゆらに浮かんだ美しい心像を永遠に留めたいという思いを込めた新作を含む約30点を展示。



### クラウドピア・ベニヤ・サリナス アジア初個展

9月7日(土)～11月8日(金)  
THE CLUB  
【6F】

ニューヨークを拠点に活動するメキシコ出身の若手女性アーティストによるアジア初個展が開催。メディアスカルプチャーをはじめとした、様々な画像、インスタレーション、そしてビデオを組み合わせた作品は、詩的な空間に見る者を誘います。

## Editor's Letter

最近、あるイタリアンレザーのトートバッグを手に入れた。

残念ながらいつも散財しているGINZA SIXで買ったわけではなく、ある日本の女性がたった一人でつくっている、まだ名もなきブランドのものである。

でも、使い始めてみるとそこには、久しぶりに、大きな感動があった。

リアルな編集者が使うという意味で真正正銘のエディターズバッグとしてそれなりに大ぶりの容量ながら、目一杯の荷物を入れてもだらりとせず、程よい緊張感を保ったたずまい。タフな持ち手は肩にしっとり寄り添う。それでいて素材感を使うほどくたびれることもなく、やわらかく、艶やかになっていく。

そして、このバッグを作っている一人の手から、どうして、このクオリティが生まれるのか。その「ものづくり」の場所を訪れ覗いてみたい、と思った。

一方でGINZA SIXにも言わずもがな、山を越え海を越え、どれもが人間の手から生まれ、その喜びを感じさせてくれる多くのものが集まっている。でも、ショッピングという圧倒的な快感の最中には、その原景までを想像しての取捨選択は、なかなか難儀なもの事実。断捨離の時代に生き、年金の代わりに現金を残さないといけない世代なのに、衝動買いの癖すら治る気配はないのは、本当に困ったものだ。

今回のGINZA SIX magazineでは、そういうわけでときに銀座を離れ、イタリアから日本の地方まで、ものが生まれる場所や人々を旅し、伝えている。

「だから、こんなにじっくりくるんだ」という最愛品の答え合わせを。「ならば、ちょっと見に行ってみようか」という新たな欲求を。

たとえ衝動買いであっても、そこにもっと喜びを。

「ものづくり」を想像する力で。

GINZA SIX magazine 編集長  
岡田 有加

## App



### GINZA SIX アプリのご案内

多様な機能が詰まったGINZA SIXアプリ。ポイント機能のほか、最新ニュースや会員限定のお得なチケットや情報などを配信。登録費・年会費無料。

アプリのダウンロードは右のQRコードから

※iPhoneはiOS9以上、AndroidはAndroid4.1以上が対象



公式HP



GINZA SIX magazine \ Autumn 2019 Vol.3

Publisher : GINZA SIX Retail Management Co., Ltd.

Editor in Chief : Yuka Okada (edit81)

Art Director & Title Design : Soichiro Nakatsu (So, Design & Co.)

Designer : Shiho Hayashi

Cover	Photo : Stefano Triulzi
p.00	Photos : Shintaro Text : Etsuko Mashiro Edit : Yuka Okada (edit81)
p.01	Photos : Shinsuke Sato Text : Kimiko Anzai Edit : Yuka Okada (edit81)
p.02-09	Photos : Stefano Triulzi / p.02-07, Tomoyuki Tsuruta / p.08-09 Text : Yuka Okada / p.02-03&06-07, Miki Tanaka / p.04-05&08-09 Italian Interpreter : Yuki Muramoto Edit : Yuka Okada (edit81)
p.10-11	Photos : Satoshi Yamaguchi Styling : Ritsuko Mochizuki (KIND) Edit & Text : Naho Mihirogi
p.12-17	Photos : Sodai Yokoyama Styling : Lisa Sato (bNm) Hair & Makeup : Tomo Tamura (Perle management) Models : Isabella (unknownmodel), KOU (DONNA) Edit & Text : Sakiko Fukuhara
p.18	Photos : Hiroaki Zenke (ROMPS) Edit & Text : Junko Shimizu (JUMBO EDITORIAL BASE)
p.19	Photos : Koji Maeda (ushiro) Edit & Text : Rica Ogura
p.20	Photos : Yuichi Sugita Edit & Text : Eri Koizumi
p.21	Photos : Yuichi Sugita Edit & Text : Akiko Tomita
p.22-23	Photos : Kosuke Matsuki Edit & Text : Jun Namekata (The VOICE)
p.24-25	Photos : Satoshi Yamaguchi Illustration : Yuko Saeki Edit & Text : Naho Mihirogi
p.26-29	Photos : Kazuhiro Fujita Cooperation : AWABEES, PROPS NOW Edit & Text : Hiroko Koizumi
p.30	Photos : Satoshi Yamaguchi Styling : Chie Takeoka Edit & Text : Asaka Ikeda
p.31	Photos : Satoshi Yamaguchi Editorial Support : Asaka Ikeda Edit & Text : Yuka Okada (edit81)
p.32	Photos : Kazuhiro Fujita Edit & Text : Hiroko Koizumi
p.33	Edit & Text : Yuka Okada (edit81)
p.34-35	Photos : Sachiko Horasawa Edit & Text : Kosuke Kawakami

English copy by RendezVous Co., Ltd.

Printed by Koho Co., Ltd.

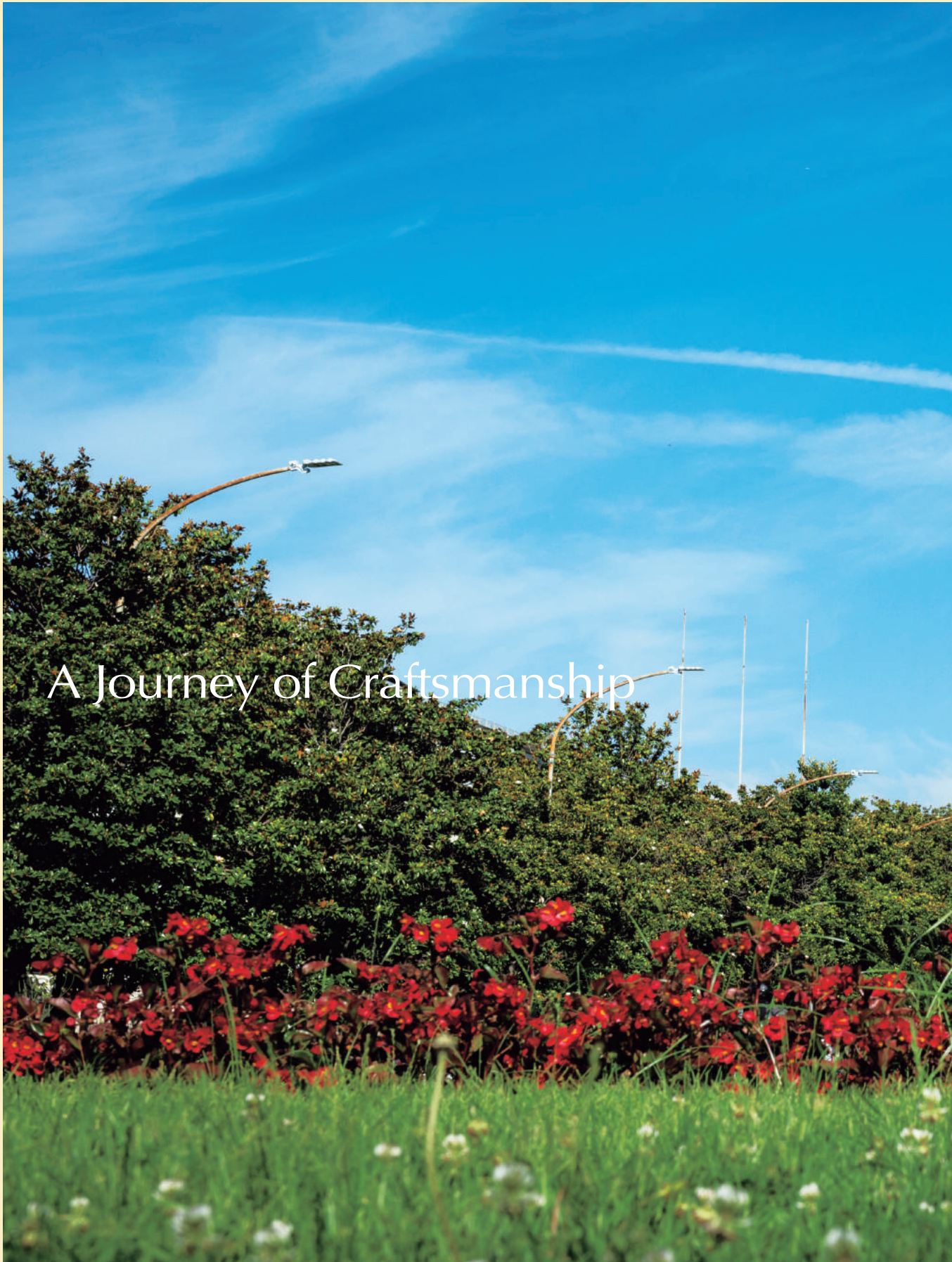
Cover : The Fendi Headquarters  
at Palazzo della Civiltà Italiana in Rome

## Information

所在地	: 東京都中央区銀座6-10-1
営業時間	: ショップ・カフェ 10:30～20:30 レストラン 11:00～23:00 ※店舗、施設により異なります。
お問い合わせ	: 03-6891-3390 (GINZA SIX 総合インフォメーション 受付時間10:30～20:30)

## Access

東京メトロ	: 銀座線・丸の内線・日比谷線「銀座駅」A3出口より徒歩2分 ※東京メトロ 銀座駅、東銀座駅よりB2Fへは、直結の地下連絡通路をご利用いただけます
駐車場の案内	: 営業時間 6:00～26:00 利用料金 300円(税込) / 30分 ※お買上げ金額に応じた割引サービスをご用意しています。



A Journey of Craftsmanship