

GINZA SIX magazine

ISSUE **9**



The Undiscovered GINZA SIX

今回のGINZA SIX magazineのために創作の拠点とするパリのアトリエの扉を開いてくれたジャン・ジュリアン。オブジェやトイ、スケッチなどもここに。秘密基地のような空間からGINZA SIXに届けられる作品とは？

ジャン・ジュリアンを知りたい！

GET TO KNOW JEAN JULLIEN

「まだまだ知らないGINZA SIXへ」というテーマでお届けする秋のGINZA SIX magazine。この巻頭では、来る10月下旬からGINZA SIXの中央吹き抜けに登場するインスタレーションを手がける最注目のビジュアルアーティスト、ジャン・ジュリアンのインタビューも交えた特集からスタート！ その作品に魅せられた全世界のインスタグラムのフォロワー数は2022年8月時点で124万人。GINZA SIXで発表される新作は、イラストを軸に多彩な表現の場を開拓するジャンから、型にはまることなく自らの可能性を表現する次世代へのインビテーション。

イラストの可能性を拡張し続ける、その伸びやかな世界

今号の表紙をバリから届けてくれたビジュアルアーティスト、ジャン・ジュリアンを知っているだろうか。「はろー」と一枚の紙から陽気に抜け出てきたキャラクターの名は、「PAPER PEOPLE(ペーパーピープル)」。子どもにも大人にもひと目でわかる設定、そこから何かが始まりそうな愉快な予感に満ちたこのPAPER PEOPLEの物語は、2021年に渋谷PARCOでの個展をきっかけにスタートした長期プロジェクト。そのエピソード2となる新しいチャプターがこの秋、草間彌生やダニエル・ブレンなどのレジェンドをはじめ、2022年の9月までは名和晃平がインスタレーションを展開してきたGINZA SIX中央の吹き抜け空間で、ペールを脱ぐ。

そもそもPAPER PEOPLEとは何者なのか？ 誕生のきっかけは、ジャン・ジュリアンの出自とこれまでの多彩なアートワークに隠されている。フランスの港湾都市ナントに生まれ、ブルターニュの海辺の街カンペールで育った少年は、「幼い頃から伝えたいことがあると、上手い下手は別に、とにかくたくさん絵を描いてきた」という。その後、ロンドンへ渡り芸大のセントラル・セントマーチンズを卒業し、ロイヤル・カレッジ・オブ・アートで修士号を取得。ほどなくしてシリアスな時代や現代の暮らしをユーモアをもって描いたイラストレーションが支持され、「The New York Times」「The New Yorker」をはじめとする一流雑誌の表紙、クライアントワークを次々と手がけることに。並行して絵画やインスタレーションにも取り組み、世界各地の有力ギャラリーでの個展も展開してきた。さらに2011年には彫刻・ドローイング・陶芸・電子音楽など多岐に活躍する同じくアーティストの弟、通称「ニコ」ことニコラ・ジュリアンと、ジュリアン・ブラザーズ・スタジオを設立し、以降アニメーションフィルムなども共作。2022年はGINZA SIXにもストアがある「AMI PARIS(アミ パリス)」の限定カプセルコレクションのためのシンボルを描いたり、5月にはビジュアルアートブックで有名なイギリスの老舗出版社Phaidon(ファイドン)から、ファン待望の作品集も発売になった。

「昔からイラストを軸にいろいろな表現を試したいと思って

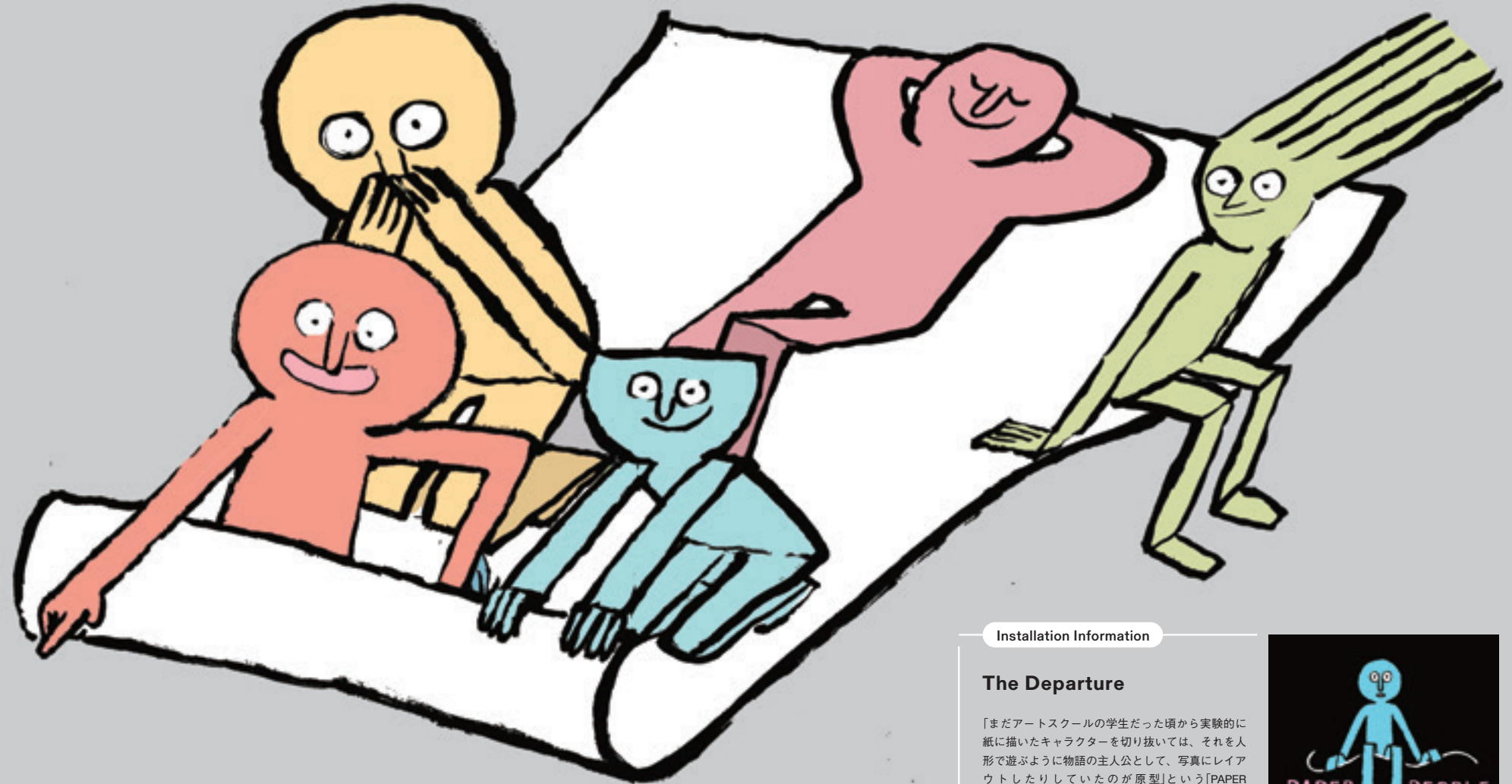
いたんですけど、絵画を描きギャラリーと仕事をしていくなかで、コマーシャルとは違う表現に挑戦するようになりました。例えば彫刻。とはいえ3D彫刻にしてイラスト特有の線を失うのではなく、いかにイラストの特徴を損なわずに立体化できるかに興味があった。そういう意味でPAPER PEOPLEにも、僕の作品に共通する独特の線のタッチが活かされています」

GINZA SIXでは実際には紙でなく、金属製の素材を使ったPAPER PEOPLEが、ジャンのアートとして初めて宙を舞う。もともとPAPER PEOPLEは本人曰く「自分を生み出そうとしたクリエイターに放置されていることに気づき、その心細さから、紙で仲間を生み出そうと閃いたキャラクター」で、今回のGINZA SIXでは彼らが空飛ぶ絨毯に乗って、世界を探検する旅へ出発！ そのタイトルはフランス語で「Le Départ」、英語では「The Departure」。すなわち「出発」を意味する。

「マンネリ化しがちな都会の日常生活から抜け出して田舎の風景を見に行こう！」というインビテーションでもあるんです。僕自身も子どもたちの学校の都合でパリにすることが多く、創作活動の拠点であるスタジオを弟のニコとシェアして互いに切磋琢磨している一方で、休息したいときは故郷のブルターニュで家族と過ごして、バランスを取っている。田舎に身を置くことでイラストより内省的な絵画を描くことに集中できます。パリは多くの刺激があって重要な場所だけれど、ストレスが多いのも事実。でもそれを感じる都会にいてことでむしろエネルギーが湧き上がったりも。つまり、心電図のように上がっては下がり、下がっては上がり…結局、そんなリズムの中で仕事をするのが今の僕には合っているのかもしれないです」

そうして都会から離れて時に田舎を求める姿は「自身の分身でもある」ともいうPAPER PEOPLEが空飛ぶ絨毯で出発する様子とも重なる。同時に従来のイラストレーションの枠を果敢に拡張し続けるアーティストの姿は「時間が経っても人々の記憶に残り、魅了し続ける。そんな作品になることを願っている」と語った今回のインスタレーションを通じて、同じように個々を縦横無尽に表現する世代の共感を呼ぶに違いない。

吹き抜け空間に登場する空飛ぶ絨毯に乗ったPAPER PEOPLEのスケッチ。「この物語ではチャプターを更新する度に新たな展示方法にチャレンジしたい」と掲げるジャンにとって、今回は「パブリックアートとして大規模なスケールで展開する」という試みで、初めて宙に浮く作品に取り組んだ。



Installation Information

The Departure

「まだアートスクールの学生だった頃から実験的に紙に描いたキャラクターを切り抜いては、それを人形で遊ぶように物語の主人公として、写真にレイアウトしたりしていたのが原型」という「PAPER PEOPLE」。こちらは今回のインスタレーション「The Departure(出発)」のメインビジュアル！ 展示は2022年10月26日(水)～2024年春までを予定。



MAJOR WORKS

多彩なイラストで知られるジャン・ジュリアンが展開するアートワークは、現代アートの新たな地平を描く。ここではその作品の中から一端を紹介。その他も充実の最新ニュースはHPでチェック！
www.jeanjullien.com

ILLUSTRATION



クリエイションの故郷であるイラスト。実はコロナ禍の2020年、ジャンは弊誌の表紙のためにワイングラスとショッパーを手に、動物の浮き輪でディスタンスをとる男女を描いてくれた。

GOODS



韓国のクリエイティブディレクター、ホ・ジョヨンが立ち上げた「NouNou」は、ジャンのイラストをモチーフに食器やキャンドルなど日用品から食品、衣料品、ラグなどを制作するグッズブランド。

PAPER PEOPLE



Phaidon社より今年5月に刊行した作品集「Jean Jullien」の出版記念として、パリの老舗アートギャラリー「イヴァン・ランペール」が開催した個展で壁に描いた画。PAPER PEOPLEの物語を辿る。

SCULPTURE



2021年に渋谷のアートギャラリー「NANZUKA」がキュレーションを担当した「PARCO MUSEUM TOKYO」での個展「PAPER PEOPLE」より。イラストの平面的な魅力を損なわない立体彫刻。

DRAWING



海辺の街で育ったジャンがこよなく愛するサーフィン、多数の絵画のモチーフに。今年4月、ブリュッセルのアリスギャラリーでの個展「Bye Bye Blue」で発表した壁画付き絵画の最新作。



ジャンの個人的な経験を反映する絵画と、イラストの緩やかな統合を目指し、キャンパスの枠を超え、周りの壁をも描いた斬新なニューススタイル。アリスギャラリーの個展「Bye Bye Blue」より。

COMMENT

南塚真史 日常の瞬間の美しさを普遍的な物語に

ジャンの作品の素晴らしいところは、私たちが普段気に留めることなく通り過ぎていく何気ない日常の瞬間を、とても美しい情景として描き出している点です。海の生き物たち、風に揺られる麦畑、戯れる人々、子どものおもちゃ、空を飛ぶ鳥たち、汽笛を鳴らす船、波とサーファー、これらはすべてジャン個人の記憶であるとともに、私たちすべての普遍的な物語でもあるのです。

Profile:
1978年生まれ。日本におけるジャンの所属ギャラリー「NANZUKA UNDERGROUND」代表。イラストの文脈に属する作家や国内外の新進作家を取り扱い、「アート」の文脈を拡張し「ファインアート」の枠を壊すため異業種とのコラボも積極的に行う。

Share *the Beauty*

CHANEL FRAGRANCE & BEAUTY / clé de peau BEAUTÉ / uka / ReFa / SUQQU / La Boutique Guerlain / diptyque / GIVENCHY BEAUTY / CLARINS / YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ / Maison DECORTÉ / LA PRAIRIE SALON

ビューティーという新・銀座手土産

今、ビューティーは密やかな努力ではなくシェアする時代。大切な人に会うときの手土産コスメは、GINZA SIX のB1Fで。界限で注目の7人は何を選ぶ？

伊原 葵さん

Selected by
Aoi Ihara

特別な空間で生まれた感情の高まりごと贈る

「エステティシャンの友人に『たまに受ける美容機器の施術やマッサージもいいけれど、いちばん大切なのは毎日のお手入れだよ』と言われたことがあって。それ以来、スキンケアコスメはちょっと背伸びしてもいいものを選んで丁寧に手入れするようにしています」と、伊原葵さん。素肌を大切に、という思いは周囲の大切な人たちへも向けられる。「年を重ねてお手入れを見直したいけれど、何をすればいいかわからない…という年上の女性には、仕事を通じて知ったブランドのコスメや、雑誌のベストコスメを受賞して評判のものをプレゼントしています。今日は、2年以上一緒に頑張ってきて今は育休中の女性マネージャーと、友達のようになんでも話せていつも支えてくれる母に。大好きな二つのブランドで選びました」
神戸で育って20歳で上京し、ファッションやビューティーのYouTube配信をスタート。GINZA SIXにはオープン当初から足を運んでいるという。「好きなブランドが集まっていますし、銀座という特別な場所の中でもひととき落ち着いた空間でゆっくり選べるので、普段からギフトをリサーチしています」。今回訪れた「クレ・ド・ポー ボーテ」は、パリの建築家・田根剛氏とのコラボレーションによる、輝きを放つ肌細胞を思わせる光のアートワーク“プリリアントセル”を内装に施した美しい空間となっている。スペシャルな場所で生まれた感情の高まりごと一緒に届けられ、いつまでも記憶に残る新・銀座手土産となるだろう。



For My Mother

For My Manager

◇ For My Manager

育休中のマネージャーに
シャネルのスペシャルケアマスク

「出産後は自由に外出しにくいと思うので、自宅でできるご褒美マスクをもって遊びに行きたいです。洗い流し不要のエモリエントマスク。サブリーマージュ マスク 50g ¥28,600 / シャネル フレグランス&ビューティ (B1F)」

◇ For My Mother

いつも支えてくれる母に
クレ・ド・ポー ボーテの美白美容液

「私も使っている、ベストコスメ受賞の美白美容液。お手入れって何をしたらいいかわからないという母に、自信をもってプレゼントできます」。セラムエクラス (医薬部外品) 40mL ¥35,200 / クレ・ド・ポー ボーテ (B1F)」

Profile: 1995年生まれ。モデル・タレント。毎週土曜日正午~15時、ラジオ「BLUE IN GREEN」(J-WAVE)でメインパーソナリティを務める。IG: @mari_ka95

◇ For My Friend

多忙な親友に
ウカのアソートネイルオイル

「ジェルネイルをつけている友人のネイルケアに」。ボトルに書いてある数字は時間を示し、それぞれの時間にぴったりの香りが。円柱型の外箱は一目おかれるギフトを演出。uka nail oil 5本セット 各5mL ¥17,050 / ウカ (B1F)」

◇ For My Mother

美容に目覚めた母に
リファの多機能シャワーヘッド

「シャワーヘッドの付け替えて、気軽にできて効率の良い美容ケアだと思います。誰がもらってもうれしいですよ」。こちらも、立派な外箱に納められてギフト向き。リファ ファインバブル S ¥30,000 / リファ (B1F)」

For My Friend

For My Mother



甲斐まりかさん

Selected by
Marika Kai

自然と増えたビューティーの知識をお裾分け

GINZA SIXには足繁く通っているという甲斐まりかさん。「静かで広い空間はブランドごとに路面店を訪れたような感覚で、落ち着いて買い物ができます。6Fの「イーターリー」や「銀座 蔦屋書店」もよく訪ね、軽く飲んだりジェラートを食べたり。先日はB1Fの「ウカ」で友人の誕生日にヘッドスパをプレゼントし、並んで施術を受けました」ビューティー誌やコスメの広告でモデルとして活躍していることで、周囲から美容の相談をされることも。「以前はそこまで美容好きでもなかったのですが、この仕事をしていると自然と体験が増え、情報も入ってきます。その中で、自分の新しい一面を引き出してくれるビューティーってすごいと思うようになりました。しかも進化のスピードも速くて、この感動を伝えたくて、気に入ったブランドのものをプレゼントしたりもしますね」

最近、GINZA SIXで手土産に狙っているアイテムは二つ。「まずは「ウカ」のネイルオイル。小さなロールオンタイプで、香りが異なる5種のセットを愛用しているのですが、ネイルの保湿をしながら香りで癒されるんです。忙しく働く会社勤めの友人に、リラックスしてもらえたらいいなと思っています。もう一つは「リファ」のシャワーヘッドを、私の仕事に触発されて美意識が高まっている母に。リファのほぼ全アイテムが揃うというB1Fのショップで見決めました。シャワーを浴びるだけで全身の美容ケアができ、ビジュアルも華やかでギフトにぴったり」



Profile: 1995年生まれ。モデル・タレント。毎週土曜日正午~15時、ラジオ「BLUE IN GREEN」(J-WAVE)でメインパーソナリティを務める。IG: @mari_ka95

◇ For My Friend
友人の美容男子に
スックの薄つきファンデーション

「周りの美容男子には、薄く自然に塗れて潤いもたっぷりのこのファンデーションをプレゼントしたいです」。ザリクイドファンデーション SPF15~25 (色により異なる)・PA++ 全14色 各30mL ¥11,000 / スック (B1F)

◇ For My Staff
絶賛花嫁美容中の社員に
ゲランの頭皮ケア美容液

「花嫁美容で髪の手前は後手に回りがちですが、式場で光を浴びたとき、髪にツヤがあるとレフ板のように顔を引き立てます」。アベユロイヤル スカルプ&ヘア オイル イン セロム 50mL ¥18,810 / ラ フティック ゲラン (B1F)

For My Friend

For My Staff

三上大進さん

Selected by
Daishin
Mikami

コスメの格が上がるGINZA SIXという場所

SNSの動画で綴るユーモラスな日常が好評で、TVのバラエティ番組出演も増えている三上大進さん。生まれつき左手の指が2本という左上肢機能障害をもち、パラリンピックリポーターとしても活躍している。

「生まれつき自分の不完全さがある中で、今あるものをより美しくパーフェクトにしたいという気持ちが芽生え、美容が好きになりました。新製品は積極的に試していますが、そのリサーチを兼ねてGINZA SIXに足を運んでいます。ここだけのコンセプトストアや店舗限定発売品に出合えると、うれしくなったり。銀座ってどうしても大人な街というイメージがありますが、5年前にGINZA SIXができたことで若い世代もアクセスしやすくなりました。建物自体がもうスタイリッシュ。「GINZA SIXで買った」というだけで、コスメもいっそう格上げされる気がします」

まず、メイク品がミレニアル世代やZ世代の羨望を集める「スック」で三上さんが手に取ったのは、春に誕生して話題をさらったファンデーション。「男性もベースメイクを堂々とできる時代になりましたが、だからこそ、ここで厚塗りしてくじけるのはもったいない。素肌のように自然に溶け込み、柔らかいツヤで包み込んでくれるこのファンデーションを、美容好きな男性の友人に贈りたいです」

そしてもう1品は、結婚を控えたスタッフに贈りたい、「ゲラン」の頭皮用美容液。「人生のいちばん美しい瞬間を、特別なケアで盛り上げて欲しいという気持ちを込めて」



KOMEさん なぐもふうかさん

Selected by
KOME &
Fuka Nagumo

お互いの好きな香りを贈り合う

なぐもふうかさんは美容系YouTuberとして活躍。KOMEさんはSNSなどで発信を続けながらなぐもさんの活動をサポート、パーソナルスタイリストとしての役割も。そして、ふたりは話題のカップルでもある。

「付き合ってから4年、一緒に住み始めて1年半が経ちました。仕事を一緒にすることも多く、意見の違いはありますがそれも楽しみながら過ごしていますね。彼は私にファッション面で大きな影響を与えてくれて、私は彼にスキンケアの情報をシェア。刺激し合っています」(なぐもさん)

「買い物は一緒に行くことが多いというふたり。ビューティーを贈り合うなら? と尋ねると、なぐもさんから迷わず「ジバンシイ」のフレグランス」という答えが。「夏にオープンしたGINZA SIXのショップで、KOMEが好きなフレグランスを買ってあげようと思っていたんです。KOMEさんのアンサーは「僕も香り。でも、ボディではなく衣類にさりげなく纏う「ディプティック」の「ペ」。実は同じ香りのキャンドルをふうちゃんが気に入ってリビングで使っているんで、衣類にも香らせてあげたいなって」

それぞれのスタイルで互いを思い合う、素敵なカップル! ちなみに、普段からふたりはGINZA SIXのビューティーフロアをよく利用しているという。「どのブランドも接客が丁寧で、スキンケアをいちから教わったことも。ジバンシイもそうですが、店舗によってはギフトのためのスペシャルラッピングサービスがあり、気分が上がります」



◇ For My Girlfriend

KOMEさんから彼女に
ディプティックのフレグランスオブジェ

「日頃の感謝を込めて、サプライズギフトにしたいアイテム。クローゼットに入れると、開けたときにふんわりとフレッシュな香りが広がってハッピーな気分」香りのオーバル ペ ¥7,700 / ディプティック (B1F)

◇ For My Boyfriend

なぐもさんから彼に
ジバンシイの店舗限定フレグランス

「上質で、彼がつけていると私まで豊かな気分になれる香り。素敵なギフトラッピングで喜ばせたいです」ドジバンシイ サンメルシー オーデパルフム 100mL ¥32,890 / ジバンシイ ビューティー (B1F)

For My Girlfriend

For My Boyfriend



やみちゃん

Selected by
Yamichan

選んだ自分も贈る相手も満たされる手土産

ビューティーを題材にしたショートムービーなのに、発想がユニークで思わずずっと笑ってしまう。それが、やみちゃんのTikTok。「10代はずっと女優を目指して芸能界にいましたが、25歳で一旦区切りをつけたいと思い、就職したんです。そこが動画制作会社で、仕事をしながらどんどん勉強し、スキルがついていきました。そして自分のアカウントをもつようになり、今に至ります」

仕事ではキャッチーさを重視してドラッグ&バラエティストア系のコスメを扱うことが多いものの、ブランドコスメの知識も深い。「実家が愛媛で、上京するまでブランド物は雑誌やサイトでひたすら眺めていました。東京でいろいろなものに触れたので、今度帰るときはコスメを手土産にしたいです。企業に勤めている兄に「イヴ・サンローラン・ボーテ」の美容液をプレゼントしようと思っています。仕事で人と触れ合う機会も多いので、美容液を使ったら女性からもポイントアップしそう」

動画クリエイター仲間には「クラランス」のリップオイルをプチギフトに。「ぶるんと画面映える唇に仕上がります。OIはほぼノーカラーなのでメンズにも」

GINZA SIXではこれまで主にルームウェアやインナーなどを購入。「撮影や編集など自宅で過ごす時間が長いので、見えない部分にも贅沢をして心を満たしていました。選ぶ自分も贈る相手も満たされるコスメを銀座手土産にすると考えたら、すごくワクワクしてきました」

◇ For My Friend

美容インフルエンサー仲間に
クラランスのリップオイル

「このリップオイルを使って動画を撮ると自分の唇がぶるんと見えるので、仲間にもシェアしたいです。気を遣わない手頃な価格もいいですね」リップコンフォートオイル 左からOI、OI 各7mL ¥3,850 /クラランス (BIF)

◇ For My Brother

企業勤めの兄に
イヴ・サンローラン・ボーテの夜用美容液

「ボタニカルのパワーを感じる、2層タイプの美容液。営業職は清潔感が命。お手入れで肌が見違えるはず」ビューアショット ナイトセラム 30mL ¥12,650 (10月4日以降 ¥13,310) /イヴ・サンローラン・ボーテ (BIF)

For My Friend

For My Brother



Profile: 1991年生まれ。TikTokクリエイター。「やみちゃん」の名前で美容系の動画を発信し、昨年TikTok動画コンテスト・美容部門で1位を獲得。IG: @ayami_yamichan

◇ For My Friend

美容マニアの友人に
コスメデコルテのフェイスパウダー

「肌のにせると、この価格にもきっと納得するフェイスパウダー。ツヤときめ細かさのバランスが絶妙です。SNSを通じてつながった美容好きの友人に」AO ミリオリティ フェイスパウダー n 30g ¥22,000 /コスメデコルテ (BIF)

◇ For My Mother

ずっと美肌でいてほしい母に
ラ・プレリーのブライトニング美容液

「潤いや美容成分を贅沢に配合した、キャビア状の美容液。プッシュするとつぶれて、みずみずしい透明感とツヤをまとわせます」イルミネーティング パールフュージョン エッセンス 30mL ¥83,490 /ラ・プレリー サロン (BIF)

For My Friend

For My Mother



大野真理子さん

Selected by
Mariko Ohno

コスメ好きにはたまらないビューティーフロア

「季節の始まりは百貨店のビューティーフロアに行けば真理子に会える、と友人たちに言われているほどのコスメオタクです。好きが高じてメディアやSNSで美容を発信するようになり、この1〜2年で仕事環境が変わりました」

インスタライブで発信するコスメの情報や美容法が、幅広い世代の女性に支持を得ている大野真理子さん。その情報は、華やかなブランドコスメから攻めのドクターズコスメ、エステや美容医療まで幅広い。

「コスメは私にとって趣味なので、シーズンの新作をいくつか購入して比較しながら楽しみます。友人の誕生日やお祝いにも、例えば「コスメデコルテ」の最高級パウダーなど、自分で買うのは躊躇するけれどいただいたらすごくうれしいコスメを贈ることが多いです。GINZA SIXのビューティーフロアは、ランウェイをイメージしたという広い通路が空間に余白を作っていて、ゆっくりと買い物ができるところが大好き。各店舗のデザインにブランドの世界観を感じられるのも、コスメ好きにはたまりません」

スキンケア好きは母親譲り。「昔から日々丁寧なお手入れを欠かさない人。いくつになってもきれいになれる高揚感を味わってもらいたくて、ときどきスキンケアコスメを手土産に実家へ帰ります。次に贈ろうと思っているのが「ラ・プレリー」のキャビア美容液。粒が弾けるときめく美容液になり、魔法をかけたようなツヤが生まれるうれしさを感じてほしいと思っています」

Profile: 1980年生まれ。アパレル・コスメ会社経営。皮膚の姿態と各果り、独自の視点でビューティーについて語るInstagramが評判。IG: @skinholicity



category

Liquor

お酒好きも思わずニヤリ
ギフトにしてもともに飲んで

それだけでも美味しいけれど、やはり酒はフードを組み合わせ
てこそ楽しみがさらに広がる。互いに相乗して味わいを増幅さ
せてくれる“通”なペアリングは、実は意外に簡単。お試しあれ。

● PAIRING 01

インフュージョンに挑戦！

昨年、前衛的なカクテルを作るバーテンダー「ミクソロジスト」がよく使う技といえば、“インフュージョン”。要するに“漬け込み”の手法だが、これを楽しく簡単に実現できるのが、ティーバッグだ。気負う必要は一切なし。スピリッツにばん、数時間待てば茶の香りをまとったオリジナルの酒が完成する。和のみかんの香りが華やかなクラフトジンが、オレンジ風味のジャスミン緑茶と相まって新感覚の味わいに。ソーダで割ってクラッシュアイスに合わせてどうぞ。

| | |
|---|-----------------------------|
|  | shop IMADEYA GINZA (B2F) |
| item 小正醸造 「KOMASA GIN 桜島小みかん」 | price ¥3,300 |
|  | shop Tea Forté (B2F) |
| item パラディ シングル (オレジンジャスミンを使用) | price ¥4,968 |



● PAIRING 02

和食とワインは今や鉄板

「ペアリングとは因数分解の様なもの。酒と料理がもつ要素を分解して照らし合わせてみれば、美味しきの正解が見つかります」とはジャンルを超えて活躍するソムリエの弁。これを証明するのが、香ばしい風味がたまらない「てんぶら山の上」人気の天ばらの海苔巻きに合わせたスペイン産の軽やかなロゼワインだ。決め手となるのは、双方がもつ滋味あふれる旨味。出汁を思わせる親しみやすい風味を掛け合わせたことで、家飲みのアペロにもってこいの粋なペアリングが実現した。

| | |
|---|-----------------------------|
|  | shop ワインショップ・エノテカ (B2F) |
| item サングレ・デ・トロ・ロゼ | price ¥1,870 |
|  | shop てんぶら山の上 Ginza (13F) |
| item ばら巻き | price ¥4,300 ※要予約 |

● PAIRING 03

紳士の味が一気に変化！



| | |
|--|--|
|  | shop Jule's Whisky Collection (B2F) |
| item サントリーシングル モルトウイスキー (白州) | price ¥10,800 |
|  | shop 恵那薬工房 良平堂 (B2F) |
| item 栗福柿 | price ¥421 (1個) |



● PAIRING 04

インドの人に怒られそう？

インド料理に合わせる酒は、ビールかサワーか、はたまたアルコールは諦めてラッシーやチャイなのか…の問いに新たな解をお届け。日本酒とのペアリングが斬新かつ美味だ。決め手は、インド料理特有のスパイスを受け止める適度な甘さ。雪室で熟成させた甘めの「貴醸酒」にシュワシュワ感を加えたユニークな日本酒は、アルコール分は一般的な日本酒の半分ほどで7%。タンダーチキンやグリミートのココヤスパイス感に絶妙にマッチする。

| | |
|---|-----------------------------|
|  | shop IMADEYA GINZA (B2F) |
| item 鈴木酒造店 「貴醸泡酒 磐城壽」 | price ¥1,815 |
|  | shop Tamarind (6F) |
| item タンドールミックス (S・2人前) | price ¥1,900 |

category

Food

常識にあえて逆らってみれば
ニュースタンド、降臨？！

「それ絶対美味しいやつ」に、勇気を出して逆らってみよう。今日の非常識が明日の新定番となる、それが日進月歩を続けるフードの世界なのだ。編集部が太鼓判を押す新定番の美味を公開。

● PAIRING 01

すべてのピリ辛好きに贈る

GINZA SIX B2Fのフードフロアで、昼時になると現れる行列も今や名物。海苔弁専門店の人気商品「山」は、鶏の塩こうじ焼きを大胆にのせたボリュームな弁当だ。そのままでも美味であることは現在の人気も物語っているが、それでもあえて挑戦を試みてこそ、新たな味が待っている。八角、クローブ、花山椒など13種のスパイスや薬味を菜種油に漬け込んだ「豆辣油」を豪快にかければ、「山」のピリ辛アレンジが完成。クセになる美味を試してみてください。

| | |
|---|-----------------------------|
|  | shop 刷毛じょうゆ 海苔弁山登り (B2F) |
| item 海苔弁山 | price ¥1,100 |
|  | shop IMADEYA GINZA (B2F) |
| item furacoco豆辣油 | price ¥1,512 |



● PAIRING 02



| | |
|---|---|
|  | shop Signifiant Signifié +plus (B2F) |
| item ビカン | price ¥1,500 |
|  | shop ビオセボン (B2F) |
| item メ・ド・プロヴァンス 「有機ブラックタブナード」、 オーガニック野菜 | price ¥808 ※野菜は時価 |

美味しいパンにひと工夫

多くのパン好きやパン職人から一目置かれる名店「シニフィアン シニフィエ」。2021年6月に二つ目の店舗がGINZA SIXに誕生した際は大いに話題となった。マッシュポテト入りのしっとり生地に粒胡椒やカシューナッツを入れて仕上げた長細いパン、ビカン。1.5cmほどの幅で切り込みを入れてピオセボンの有機タブナードを絞り入れ、輪切りのラディッシュやズッキーニを挿した即席サンド。パン好きには暴挙とも思われそうな異食材ミックスも、この美味しさなら許してもらえそう。ワインのおつまみにも。

comment 森枝 幹

「ペアリングは答え合わせ、です」

ペアリングって最初から突飛な組み合わせを考えるのではなく、王道の組み合わせの一方を何かで代用するならその要素は？って考えると案外ハズさないんです。なのでぜひトライを！ちなみに銀座では「銀座若松」という老舗あんみつ屋さんのファンです。特に冬に登場する「あわせんざい」が好き。僕の世代でも意外に銀座の老舗に惹かれる人、多いんじゃないかな。あ、僕、1986年生まれでイノベティブなタイ料理を作ってます。



● PAIRING 03

甘じょっぱさという魔球

食と食を合わせるペアリングの技にも様々あるが、「甘い×しょっぱい」はもはや王道と呼んでもいいのかもしれない。熟成による旨味と滋味深い塩味の生ハムに、果汁を感じさせる新感覚の爽やかな果実のスイーツ「生ドライフルーツ」を合わせると、シャンパンやフルーティーなビールが恋しくなる大人っぽい味わいに。生ドライフルーツは多彩な種類があり、今回はいちごのみかんをセレクトしたが、他にも組み合わせは無数に楽しめる。自分ならではのマッチングにぜひトライして。



| | |
|---|------------------------------------|
|  | shop EATALY (6F) |
| item エリ プロシュット 18ヶ月熟成DOP(上)、 コッパナトゥーラレ(下) | price 上¥1,976、下¥918 (共に100gあたり) |
|  | shop 養 farm (B2F) |
| item 生ドライフルーツ 彩り2種セット 【国産フルーツ使用】 | price ¥2,400 ※フルーツの種類は他にもあり |

● PAIRING 04

ココ×甘さのパラダイス

「生ハム×生ドライフルーツ」の組み合わせに続き、「甘じょっぱさ=鉄板」を証明するもう一つの絶品ペアリングがこれ、青かびのチーズとはちみつ。どんなチーズでも、あるいはどんなはちみつでもOKということはない。青かびのチーズはしっかりと青かびならではのスパイシーな刺激と濃い乳の旨味が必須で、そこにまよわせるはちみつには少々のクセがあった方が、より渾然一体のまよまりが。ブルガリア産のコリアンダーのはちみつは、甘さの中にハーバルな香りが立ち、まさに適役。



| | |
|---|---------------------------------|
|  | shop EATALY (6F) |
| item 銀座青かび3兄弟 | price ¥1,799 ※日によってチーズの種類は変化 |
|  | shop L'ABEILLE (B2F) |
| item はちみつ ブルガリア産 コリアンダー | price ¥972 (125g) |

comment 白土 暁子

「味わいの重心を揃えるのがコツ」

職業柄、お酒と料理の組み合わせを考える機会が多いです。ワイン×フレンチといった王道でも日本酒×中華のような異種格闘技戦でも、味の重心を揃えれば比較的好うんです。互いの甘さや脂肪、香りなどで、ともにボリュームゾーンを同じところに置くというイメージですね。例えばタンダーチキンに合わせる日本酒であれば、度数低めのスパークリングにすることでラッシーの代役を果たす、というような。ハマると抜けられない楽しさです。

Profile しらとあきこ「IMADEYA」ソムリエ、バイヤー。今ページでもジンや日本酒を紹介した千葉がベースの酒販店に勤めつつ、イベント企画や飲食店営業など幅広く担当。国内外のワインや日本酒の造り手を訪ね歩き、飲食店関係者からの信頼も厚い。

Profile もりえだかん/モダンタイ料理店「CHOMPOO」シェフ。国内外で、和食店からイノベティブレストランまで多彩な経験を重ね、遊び心あふれる提案力と的を得た発信力も併せ持つ。企業やブランドなど、料理人を超える幅広い活動でも知られる。

category

Sweets & Snacks

禁じ手もタブーも スイーツの世界で解禁して

そもそも市販されているスイーツやスナックというのは、すでに味わいが完成されている。しかしそこからの冒険を恐れている、新世界は拝めない。ハマるかハマらないか、まずはトライを！

● PAIRING 01

海老とカレーがタッグ結成

オーガニックナッツ・グラノーラ専門店「Cocolo Kitchen」。その姉妹店であるGINZA SIX店が、銀座の象徴とも言えるインドカレー店「ナイルレストラン」とコラボして生まれたのが、カレー味のオーガニックミックスナッツ。迎え撃つのは、酒のセレクトショップ「いまでや」内で取り扱う富山県水見市産の酒のアテ「甘えびの素干し」。緑もゆかりもないはずの両者だが実は「香ばしさと旨味」という共通点があり、合わせてみるとカリカリとした食感もたまらない新たなスナックが見事に完成。



shop Cocolo Kitchen
KYOTO (B2F)
item ナッツ (カレー)
price ¥1,290 ※価格変更予定



shop IMADEYA GINZA (B2F)
item 釣屋「甘えび素干し」
price ¥518

● PAIRING 02

伝統の甘味に酸味をオン



風味豊かな関西の伝統和菓子、わらび餅。「芭蕉堂」のそれは銅釜直火炊きによって作り上げる本格派。そのままでも素朴な美味しさがあり、さらに黒糖蜜を垂らせばそれでもうパーフェクトだ。しかしここに、イタリア料理の必須調味料、バルサミコをプラスしたら？ イタリア産のクリーム状のバルサミコは、使いやすくまろやかな酸味が魅力で、黒糖蜜をたっぷりめに垂らしたわらび餅に合わせると新感覚のマッチング。甘さに添えた酸味がアクセントに。



shop GINZA芭蕉堂 (B2F)
item 元祖笑菜美餅 (切りたて) (黒胡麻きな粉)
price ¥1,080
※液照開黒糖蜜 (20g×2個) は別売り¥200



shop EATALY (6F)
item アチャートモデナ「バルサミコクリーム」
price ¥1,944

● PAIRING 03

とろとろ食感に パンチをプラス



雪のように真っ白、かつ濃厚なミルク味のプリン、湘南「クゲマシミズ」製。GINZA SIX店でもこの独特のとろとろ食感に無条件降伏というファンが多いが、さらにここでもうひとつ工夫。日光の老舗煎餅店「石田屋」の新ブランド「甚五郎」が作る上品な一口煎餅「小紋」のシリーズから、「黒胡椒」をセレクト。適当に割ってプリンにのせて、プリン付属の黒蜜をたらり垂らして。まろやかなミルクのkokoroとろみにザクとした歯応えと黒胡椒のインパクトがリズム感をプラス。トマトバジル味も好相性。



shop KUGENUMA SHIMIZU (B2F)
item 濃厚みるくぶりん
price ¥345



shop 甚五郎 (B2F)
item 「小紋」トマトバジル (左)、黒胡椒 (右)
price 各¥400



● PAIRING 04

チョコレートに刺激を足して

耐熱ビーカー入り手作り焼きプリンで人気の「マーロウ」都内1号店。GINZA SIX限定の「ジャンドゥーヤ生チョコレート」に注目を。なんとりと美味しいイタリア・ピエモンテ産のプラリネペーストをふんだんに使った生チョコレートは頬が落ちるような贅沢な味わい。が、ここにクセのあるペーリングを試みたのがこちら。20gから量り売りで好きな量を買えるピオセボンのスパイシーな発芽ミックスナッツとともに食べると、辛さとガリガリ食感をチョコのkokoroがコートして新たな美味しさに。



shop マーロウ (B2F)
item ジャンドゥーヤ生チョコレート
price ¥1,620



shop ピオセボン (B2F)
item 発芽ナッツミックススパイシー
price ¥212 (20g)

category

Souvenirs

美味しさの贈り物も ペアリングさせる時代へ

喜ばれるギフトの常套手段といえば美味しいもの。お馴染みの銘菓や銘酒も、何かとペアリングさせることで大人っぽい謎かけ遊びに変身する。茶目っ気と驚きを詰め込んだ味なギフト。

● PAIRING 01

意外によく合う日中コンビ

フカヒレ料理の専門店「自由が丘 薩山樓」のもう一つの人気商品は、多彩な杏仁豆腐。ほどけるように舌の上で消えゆく食感、同店の専売特許だ。これに合わせるのに中国茶やリキュールは鉄板だが、ここではあえて「ほうじ茶」推し。優雅で気品ある香りに濃いめのほうじ茶を添えれば、リッチな食感と爽やかな後味が交互に押し寄せる贅沢なペアリングが完成する。杏仁豆腐は王道のクラシックタイプも、紅茶を効かせたごま&小倉もともに正解だ。

Enjoy!



shop 中村藤吉本店 (4F)
item ききほうじ茶ティーバッグ「キュウフ」
price ¥450

shop 自由が丘 薩山樓 (B2F)
item 杏仁豆腐ごま&小倉 (右)、杏仁豆腐クラシック (左)
price ¥842 (右)、¥734 (左)



● PAIRING 02

冒険か王道か悩ましい美味

カリフォルニアロールもバナライスの天ぷらも、冒険から生まれる美味は案外多いもの。さて、次代の王道を感じさせる意外なペアリングといえば、これ。GINZA SIXでも不動の人気を誇る手土産の一品「フルーツ大福」。上手に割ればその姿を現すフルーツのビジュアルに断面萌えしてしまうが、ここでスプーン一杯のオリブオイルを垂らしてみよう。イタリア・プーリア州で搾られたフルーティでスパイシーなオリブオイルと、フルーツ、白餡、求肥の食感やkokoroが渾然一体のペアリングを実現してくれる。

Enjoy!



shop 覚王山フルーツ大福 弁才天 (B2F)
item フルーツ大福 (いちご、キウイ、完熟マンゴ、無花果)
price ¥480~1,400 ※時価

shop EATALY (6F)
item ビオオルト エクストラバージンオリブオイル コラティーナ
price ¥1,899

● PAIRING 03



新技は「カジュアルダウン」

丁寧な瓶内二次発酵製法で造られることから「イタリアのシャンパーニュ」とも呼ばれる高級スパークリングワイン、フランチャコルタ。ギフトにするならあえてカジュアルでしゃれたスナックを合わせて「気軽に楽しんで」というメッセージを伝えてみては？ イタリアの老舗ワイナリーが造るフランチャコルタに添えたのは、ふわふわのポテトパフ。サワークリームとオニオンが絡りやす品よくも罪深い味わいを繊細な泡で堪能する楽しみは、まさにエンドレス。

shop ワインショップ・エノテカ (B2F)
item マルケーゼ・アンティノリフランチャコルタ・キュヴェ・ロワイヤル
price ¥3,850 (BOX付き)

shop AND THE FRIET (B2F)
item ポテトパフ (サワークリーム アンド オニオン)
price ¥1,100

Enjoy!

● PAIRING 04

バナナ、ぶどう、パイナップル、キウイ、ドラゴンフルーツにオレンジ…。彩り華やかなフルーツの魅力がぎゅっと詰めたフルーツポンチは微かなシュワシュワ感に包まれた贅沢なデザート。ここにイタリア生まれの桃のリキュール「ペリーニ」をプラスして、大人っぽい味わいにカスタマイズしてみよう。合う合わないという次元を乗り越えて、まるで前世からのカブල්であるかのように魅惑的で、かつ背徳感に満ちた味わいに。試す価値、あり。

即席で作る背徳のポンチ

Enjoy!



shop KUGENUMA SHIMIZU (B2F)
item 自家製フルーツポンチ
price ¥1,620 (500ml)

shop EATALY (6F)
item カネッラ「ペリーニ」
price ¥748

comment 田村浩二

「食材の持つ表情を探って」

オンライン専門のチーズケーキブランドを営んでいるのですが、食材の使い方について、よく独創的と言われる。ですが、僕の中ではそれにはすべて理由があって。感覚ではなく、食材が持つ様々な表情を記憶から拾い出し、それらを組み合わせることで味を紡いでいます。例えば桃とジャスミンのペアリングは、味わってみれば皆、納得しちゃう好相性なんですよ。スイーツのペアリングも同様です。ぜひご自身でもトライしてみてください。

Profile

たむらこうじ / 「Mr. CHEESECAKE」代表。国内外のフレンチレストランで修業後、白金「TIRPSE (現在は閉店)」のシェフに就任。注目の若手シェフとして活躍後、独立。オンラインを専門とする新たなチーズケーキブランドを立ち上げる。

comment 平野紗季子

「パワーみなぎる美味しさの殿堂」

手土産を贈る際、大切にしていることがあります。それは「自分の好物であること」。かつて食べたことがあり、そこに感動があることを自信をもってお伝えできるものを渡したいと常々思っています。GINZA SIXといえば、日本中・世界中の良さもが集まる場所。止まることを知らずに更新され続けていく、まるで生き物のようなパワーを感じます。そしてそのパワーについて吸い寄せられる私。気づくと、帰りの両手もいつも重いです。

Profile

ひらのさきこ / フードエッセイスト。小学生の頃から食日記を続けるビュア・フーディーとして知られ、大学在学中に出版した「生まれた時からアルデンテ」が話題になる。現在、執筆やフードディレクションなど、食とライフスタイルを舞台に活躍中。

ソロごはん の 特等席を サーチ!

Dining
SOLO

「一人ぽっちで食事」と思うか、「ソロで心ゆくまで美味を味わう贅沢な時間」と捉えるか。積極的に暮らしを楽しみたいと願う世代なら、答えは後者で間違いない。GINZA SIXには和洋中間わず、使える店がひしめいている。おしゃれでトレンドにも敏感なソロごはんラヴァーズのために、とっておきの特等席を紹介しよう。



Dining
SOLO

江戸っ子みたい
にソロ鰻めし

日本橋 鰻 伊勢定 ～蓮～ (13F)

「鰻ってのは焼き上がるまでに時間がかかります。うちでは25分。その時間をどう楽しめるかが、肝ではないかと思えますね」と言うのは、料理長の老川喜三さん。ここでソロごはんを楽しむなら、特等席は断然、カウンターの端だ。魅力的なランチから、人気のお重「梅香」(¥7,150・サービス料10%別)をオーダーしてみよう。銀座の街を見下ろしながら鰻が焼き上がるのを待つ時間、お供を務めるのは別注文のお造りやソーヴィニヨン・ブランの白ワイン(グラス¥1,210)。スマホなんて封印して、ワインをちびり&おつまみばかりを繰り返しつつ、この日の感動をお気に入りのノートにメモして。万年筆がすべる感触を楽しもうち、やがてあたりには香ばしい鰻の香りが立ち込める。江戸っ子も愛した鰻でソロごはん。フィナーレは間もなくだ。

メガネ¥31,900 / フォーナインズ (5F) ノート大¥27,500・ノート小¥10,340 (スマイソン)・万年筆¥66,000 (パークー) / ヴァルカナイズ・ロンドン (4F)



Dining
SOLO

2

女優みたい
に
ソロアペロ

LA PIAZZETTA / EATALY (6F)

イタリアの食文化が味わえる「イーターリー」。広い店にはレストランやバー、カフェが入り、ソロごはん初心者でも気軽に利用できるのがイタリアンバルのここ。雑踏に紛れてサクッとワインを一杯楽しむのに最適な場所だ。女優気分を煽るにぎやかな意匠のカウンターコーナー席では、思い切ったコーディネートも難なく馴染んでしまう。大人っぽさと遊びが入り混じるギンガムチェックのジャケットに、あえてクラシカルなパニティバッグの組み合わせがイン。イタリアが誇る瓶内二次発酵スパークリングワイン「フランチャコルタ」(グラス¥1,480)に合わせたのは、チーズの味がシンプルな「ピッツァ・ピアンカグラナ・パダーノ」(¥480)と「ミニカプレーゼ」(¥680)。粋なアペリティーボをぜひ。

ジャケット¥107,800 / ノメロヴェントゥーノ (3F) バッグ (H14.5×W14×D14) ¥132,550 / マルベリー (3F)

Dining SOLO

3

夕暮れ中華
王様みたいに



家賃 跳龍門 (6F)

GINZA SIXが誇る中国料理の人気店。人懐こい笑顔が魅力的な料理長の袁家寶(えんかほ)さんに運良く出会えたらラッキー。お腹の空き具合や好みにピタッとフィットする料理が魅力だ。分厚いメニューブックから一品を選ぶのは至難の業だけれど、腹ペコのソロゴはんイーターであれば、「紅梅」コース(¥8,800・サービス料10%別)を選べば失敗はない。全8種の料理からなるお得な品揃えで、小さな点心のディテールにまでセンスと技、心配りが満載。ラインストーンをあしらったバッグにクラシカルな千鳥格子のハットは、少しギャルっぽい感じが今っぽさを物語る。早めのディナーを一人、こっそりと、ラグジュアリーに。

バッグ(H10×W17×D7)¥107,800 /アレキサンダーワン (3F)
ハット¥29,700 /エムエスジーエム (3F)

Dining SOLO

5

食通を気取って
ソロ串揚げ

だるまきわ味 (6F)

大阪の老舗人気店が満を持して銀座に出店。5年が経ち、今やすっかり東京で知られる店となった。しかし、奥にユニークな個室が2室あることは、まだまだ知られていないレア情報。中央通りを見下ろす4名個室、掘り炬燵の卓で味わう串揚げのコースは格別だ。おまかせコース(¥3,980~14,300・個室料15%別)は、先付や飯物、甘味に創作串揚げが6~30本まで堪能できる天国のような内容。料理長の平井一成さんが考案する芸術的とも言える創作串揚げは、他では出会えない美味が揃う。



Dining SOLO

6

アスリートみたいに
ソロ焼き肉

焼肉山水 (6F)

ソロゴはん愛好家でも焼き肉はハードル高し? 答えはNO。場所さえ選べば焼き肉ほどソロゴはんが楽しいものはないからだ。国分寺で“街の焼肉屋さん”として親しまれた店が展開するここは、窓に面した奥に背の高いボックス席があり、ソロ初心者でも心ゆくまで美味しい焼き肉が堪能できる。冷凍ではない生肉というのも特筆する。ランチのおすすめは「特選焼肉定食」(¥4,590)。生タン塩、生カルビ、生上ロース、海老という内容。本能を取り戻してかぶりっこう。



Dining SOLO

7

喇き酒師みたいに
ソロ日本酒

銀座 真田 SIX (6F)

美味しい蕎麦とアテが楽しめる信州料理店として、昼時にもなればワイワイと賑わう。ソロゴはん好きが目指すべきは、入って右奥のカウンターだ。窓際のコの字を特等席に、居並ぶ長野産銘酒のボトルを眺めながら粋なアテと一緒に日本酒を楽しめる。通しで営業しているというのも嬉しい限り。おすすめセレクトは「大鹿村の鹿肉ときの粗塩焼き」(¥2,090)に「信州産高野豆腐とかぶの含め煮」(¥1,045)。合わせたのは、辛口の日本酒「夜明け前」(1合¥1,045)。



Dining SOLO

4

旅人みたいに
ソロラムランチ

Ironbark Grill & Bar (6F)

カメラ好き垂涎の一台「ライカQ2」。本格的なのに手軽、手掛けのストラップを選べばアクセサリ感覚で持てる。ベルト感覚が動きを軽くするダンヒルの最新バッグとも好相性だ。そして、そんなエスプリに通じるレストランが、この店。カウンターや奥のテーブル席も居心地抜群だが、ラウンジエリアでソロワインはいかが? 放牧牛と並び人気のラムチョップを含むランチ「スタンダードコース」(¥4,800)とオージーワインを1本、豪快にオーダーしてみよう。窓から望む1934年創建のレトロビル「銀座ライオンビル」の姿もひとときに寄り添うパートナーに。

ベルトバッグ(H12×W20×D4)¥212,300 /ダンヒルギンザコンセプトストア(2F)
ライカQ2¥792,000・ハンドストラップ¥13,860 /ライカ(5F)

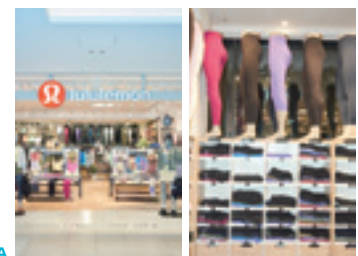


玉木あずささん
Azusa Tamaki

心と体をほぐす銀座での習慣
モノだけでなくコトも充実！

ヨガインストラクターとしてスタジオに勤務し、その後、アンダーウェアのブランドで働いていたという玉木あずささん。5Fの「lululemon(ルルレモン)」では、自らも運動を楽しむプレイヤーならではの視点と、様々な女性の体と向き合ってきた経験をフルに活用して、アクティブな女性が悩まされてしまいがちなアンダーウェア問題に丁寧に対応。お客様のライフスタイルに合わせたアドバイスをしている。

「ルルレモンは人と人のつながりやコミュニティを重視しています。お客様との関係はもちろん、スタッフ同士も一緒に汗を流して楽しんでいるんです。私たちはただ商品売るのではなく、その先の体験をプレゼントするのが仕事。エドゥケーター(教育者)と呼ばれて、お客様の心が躍ったり、体の調子を整えるサポートをするために、アイテムの素材や活用方法を伝えています」



人と人のつながりを大切に作る姿勢は、ショップの周辺にあるスタジオとの連携にも表れている。「ストアアンバサダー」と呼ばれるインストラクターとの関係を育て、ヨガやランニング、ピラティスなど、さまざまなジャンルのオンラインレッスンを配信するなど、マインドフルネスを実現するためのコミュニティ作りを行っている。

lululemon (5F)



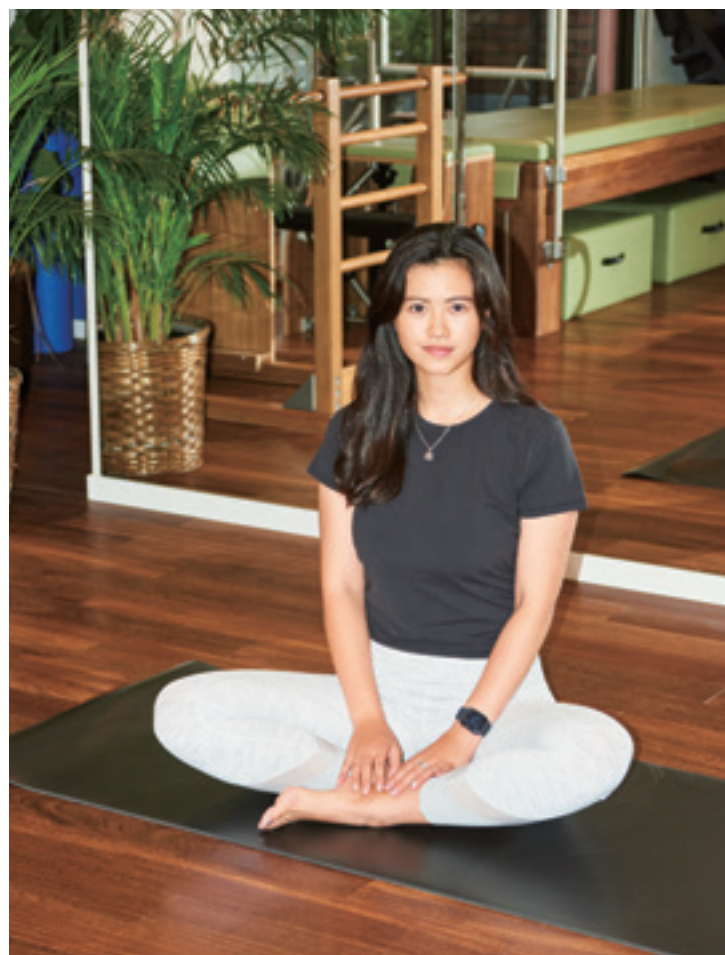
アウリー代表のあかねさんは、一般の方からダンサー、アスリートまで幅広く指導を行い、医療とも連携して、術後のケアピラティスや、女性のためのヘルスケアプログラムも手掛ける。彼女の他にも、個性豊かなスタッフが多数在籍し、確かな知識や資格のもと、年齢や性別を問わない様々なニーズに応えるピラティスプログラムが充実している。

アクティブな生活を送るあずささんの休日の過ごし方は、もっぱらサーフィン。自然に触れることでバランスが整うという。そして、仕事でGINZA SIXに来るときにも、フレッシュな気分を保つためにしているルーティーンがある。それが、出勤前に1Fの「STARBUCKS(スターバックス)」でチャイティーラテを買って2Fの「三原テラス」で飲むことだ。朝の心地よい日差しと、大好きなチャイの風味で気分はすっかりオンになるのだとか。

ピラティス専門スタジオ Aulii 銀座



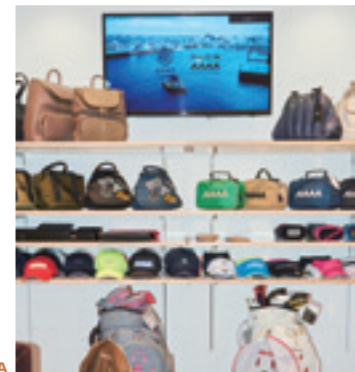
「ほぼ毎日、マイボトルに入れてもらって飲んでいます。スターバックスのボトルは、世界各国、街ごとに地域限定のボトルがあるんです。色々なデザインがあって集めるのは楽しいし、海外旅行で買ったボトルをお店の方に渡すと、珍しいですね、どこで買ったんですか？とリアクションをくれるのもうれしいですね。バッグやお弁当、マイストローやタンブラーなど、自分のお気に入りを持ち歩くとも気分も上がるし、エコにつながって気持ちがいい。自然と触れ合う休日や、毎朝のちょっとした習慣、自分の持ち物、そういうささやかな行動や選択によって自分の心身のバランスが保たれていると感じます。いい感じだな、と思える体験があったら、それを日常に取り入れてみる。そうやって自然と、自分にとって必要なアクティビティを楽しんでいるんだと思います」



A → ルルレモン(5F):友人へのプレゼントも自信を持ってルルレモンを選ぶというあずささん。種類豊富なボトムスのなかでも、お気に入りには肌に密着するワンダーアンダー。B → ピラティス専門スタジオ Aulii 銀座(中央区銀座4-9-6 陽光銀座三原ビル8F):目的に沿って体にアプローチする種類豊富なマシンが揃う。C → スターバックス(1, 2F):東京の店舗限定のボトルには、多様な表情を持つ街のシンボルが描かれる。

青木継一郎さん
Keiichiro Aoki

「銀座はホームタウンであり、自分のルーツ」と語るのは、5Fの「muta MARINE(ムータ・マリン)」の店長・青木継一郎さん。お父様は、数々の若手を輩出している江戸前館の名店「館 青木」の親方・青木利勝さんと、銀座の泰明小学校を卒業したという生粋の銀座育ちだ。



「銀座は、時代が反映されやすい街だと思います。グローバル化と言われていたときには、どこよりもたくさんの外国人の方々が行き交っていましたし、バブルの時代には、お金持ちの方がお洒落な遊び方をしていたと父から聞いたことがあります。時代ごとの空気感を映し出す街なんだろうね」

そんな華々しい銀座の一面に想いを馳せる青木さんが、彼が見てきたのは、銀座を訪れる人々が作り出す都会的な表情だけでなく、地域に根付き、人情味あふれるスタイルで続けてきた老舗や、ほっとする水辺の風景なのだという。

「育った街だから、ということはあるかもしれませんが、僕にとって銀座は親しみやすい街です。何を食べても美味しい町中華の「銀座亭」は父ともよく行きましたし、今も食べに行きます。路地に入るとカジュアルで活気に溢れる飲食店もあ

A → ムータ・マリン(5F):マリンスポーツやゴルフ、アウトドアでも活躍し、タウンユースにも最適なウェアや小物が揃う。青木さん着用ジャケットは伸縮性の高いメッシュ素材。フォーマルかつ快適な着心地。B → レファアオキ(中央区銀座3-12-6):ランチ、ディナーともに季節の食材で構成した8皿前後の絶品コーススタイル。C → 荻野屋(B2F):創業から130有余年にわたって味の伝統を築いてきた峠の釜めし。

muta MARINE (5F)



るんですね。そして、少し歩けば川や海がある。橋からは海上バスが見えたり、夜景も綺麗です。散歩をしたり、自転車で移動すると気持ちいい街ですよ」



家族に料理人が多い青木さんが、叔父の青木誠さんと叔母の三代子さんが2021年の9月にオープンした「Les Frères AOKI(レファアオキ)」は、人気のフレンチレストラン。青木さんの祖母にあたるお

グルメな地元民はやっぱ思う
銀座の本質は「親しみやすさ」

母様が高齢になり面倒を見るために近くに来てあげたいと思い、パリで13年間愛されたお店を閉じて、下町情緒が残る東銀座に店を移した。

「ムータ・マリンに来てくださるお客様との共通の話題は、まずスポーツ。でも、自然な流れでランチのおすすめを聞かれたり、手土産にいいものがあるかなど、食の話題になることも多いです。そ

Les Frères AOKI

のとき、銀座の名店やGINZA SIXのレストラン、B2Fの食品フロアについて知っていると話が弾みます。逆にお客様から教わって知るお店もあって、特に気に入りののが、6Fの「銀座 真田 SIX」。お蕎麦はもちろんセットのご飯ものも美味しくて、ランチで食べるとぐっと気分が上がります。あと、お弁当はB2Fの「荻野屋」で峠の釜めしを買うことも多いですね。昔から食べていた親しみの持てる優しい味が大好きです」



青木さんの話を聞いていると、GINZA SIXをはじめ銀座の街は、歴史の深い老舗の味と時代の空気感を捉えた現代的なもの、どちらも共存しているのが特徴だと気づかされる。

「僕のショップも、置いてあるアイテムはこだわりのあるものであっても、お店はラフな雰囲気

で親しみやすい、相談しやすい、そういう“〇〇しやすい”お店作りを意識しています。上品な接客も素敵ですが、まるで連れの方とかが、後輩のように接してもらえたら嬉しい。僕が好きな銀座の食も、味は最高に美味しいけど、雰囲気は親しみやすかったり、人情味を感じるお店です。そういう店が集まることで、街の魅力が生まれている気がします」

GINZA SIXで日々働く次世代スタッフに、館内だけでなく銀座の街にある、普段使いのお気に入りスポットを聞き取り調査！高感度な課外活動の歩みをたどって見えてきたのは、いきいきとした銀座の素顔。

ショップスタッフの課外活動



戸川 誉さん
Homare Togawa

新卒での入社後、現在半年に満たないながらも、B2Fの「ワインショップ・エノテカ」でお客様の好みをじっくりと聞き取り、多種多様なワインからこれという1本をセレクトしてくれる戸川誉さん。

ワインとの熱い出会いは、大学時代のスペイン留学のとき。何気なく立ち寄ったバルで飲んだ白ワインとマテ貝のグリル、そして味の相性に衝撃を受けた。その後、現地的一般大学で勉強をしながら、日々、スーパーでワインを買い求め、味の違いを自分の舌で知っていく。まとまった時間ができると、スペインのワインの産地を巡って、土地の空気とも関係して変わる味わいや、作り手の個性を学んでいった。

「スペイン滞在中は趣味程度の気持ちでしたが、帰国後もワインへの気持ちは冷めず、本格的にワインについて知りた



くなって、ワインスクールでのアルバイトや、ワインエキスパートの資格取得のための座学を始めたんです。こうして振り返ると、かなりワインにのめり込んでいたかもしれません(笑)。だんだんとこれを仕事にしたいと思うようになって、エノテカに就職が決まりました」

多角的なアプローチでワインについてのインプットを続けてきたが、様々な理由でワインを買いに来る、好みも千差万別



A → ワインショップ・エノテカ (B2F): 店内奥の「ワインライブラリー」には生産年によって味わいが異なるヴィンテージワインが集まる。特別な1本を記念日の贈り物に。B → アロセリア・ラ・パンサ (中央区銀座5-11-8 銀座艦ビル 1F): コースの3品と魚介のパエリア。メニューは旬の食材によって季節ごとに変わる。C → ブルーボトルコーヒー 銀座カフェ (B2F): パリスタが一杯一杯丁寧にコーヒーを抽出し、香り引き立つ。



のお客様への対応はまだまだ学ぶことが多い。同ショップのスタッフは全員がワインエキスパートの資格を持っており、詳しい先輩に囲まれる頼もしい職場だという。

「味の趣味がある程度決まっているお客様との会話のなかで、僕の提案がきっかけで、それならそっちにしてみようかな、と言っていただけとうれしいですね。ネットでの買い物は、目当てを決めた買い物になりがちですが、店頭では、普段なら選ばない意外なチョイスや発見があると思います。ギフト需要がとても高いのもGINZA SIX店の特徴で、お客様が楽しく過ごす時間のお手伝いができるのは、とてもやりがいを感じます」

そんな戸川さんにとっての銀座は、家族とのお祝いの食事のために来る街だ。さらに、大学の卒業にあたって、今後なにかと必要になるスーツを買いに来たのも銀座だった。人生の節目の背景に、いつも銀座という街があった。

「お店や風景は少しずつ変わっても、いいものが揃う街の核は変わっていないと思います。やっぱり銀座は銀座、と思わせる風格があって、親など年齢離れた人とのお出かけ先にもいい。“通”なイメージがある街かもしれませんが、同世代の友人とも入りやすく、気軽にリ



A → マーガレット・ハウエル (4F): ショーウィンドウや店内中央の棚は季節の移り変わりが特に感じられる。B → GINZA SIX ガーデンに通じる通路は絶妙な色の濃淡で生まれる市松模様の床が美しい。C → 小川のせせらぎのように、静かに水が流れる水盤エリア。D → シヅカ洋菓子店 銀座5丁目店 (中央区銀座5-7-10 EXITMELSA内1F) すすらん通り沿い: 予約で売り切れしてしまうこともある季節限定のクッキー缶。

My Personal GINZA

カジュアルでありながら本格派 銀座に集う、本場の味に乾杯!

ラックスできるお店も多いんです」

現地での経験を積んだシェフによる本場の味を楽しめる「アロセリア・ラ・パンサ」は、大学時代の友人と食へに行ったレストラン。スペインの路地裏にあるような、肩の力を抜いてワイワイ楽しめるアットホームなお店だ。ボリュームのあるカジュアルなコースに好みのワインを合わせて盛り上がった夜は、今も戸川さんの心に残る銀座での思い出だそう。



「産地や品種によって異なる味わいや香りを楽しむという点で、ワインとコーヒーは、共通しているかもしれません。B2Fの「ブルーボトルコーヒー 銀座カフェ」は、本格的なコーヒーはもちろん、クリーンなお店の雰囲気も素敵です。あとは、6Fの「EATALY (イーター)」にも行きますね。おつまみになるイタリアのハムやサラミを、友人宅への手土産にしたり。本場の味にも手軽にアクセスできるのが銀座の利点です」

エノテカでは、戸川さんをはじめ知識豊富なスタッフがワイン選びをサポート。どんな日に、どんな相手と、こういう料理と一緒に飲みたい、と具体的なシチュエーションを伝えてみると、きっと的確で新鮮な提案をしてくれるはず。



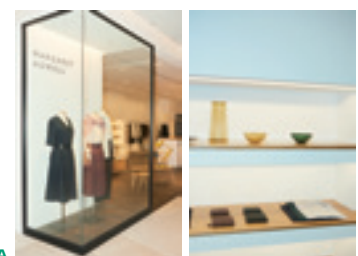
原澤恵莉さん
Eri Harasawa



銀座という都会の中心部で多くの時間を過ごしている原澤さんが、田舎生まれというルーツもあってか、自然が感じられる場所や、ゆったりとした時間が流れている空間に親近感を抱くことが多いという。

「週に4日から5日、足を運ぶようになって実感したのは、銀座は、道幅にゆとりがあって、街の雰囲気も比較的落ち着いたこと。そんな印象もあって、子どもと一緒に来やすい街だと思ふようになりました。GINZA SIXはそんな街の特徴でも共通点があるような気がします。館内の通路は広々として、

GINZA SIXが開業5周年を迎えた2022年の春に新しくオープンした4Fの「MARGARET HOWELL (マーガレット・ハウエル)」は、上質な素材で、着る人の生活を豊かにする洋服を提案し続けてきた英国のクロージングブランド。学生時代からブランドのものづくりに憧れていた原澤恵莉さんは、新宿伊勢丹本店での勤務後、育児休暇を経て、GINZA SIX店のスタッフとして復帰。話している相手をほっとさせる物腰の柔らかな口調の彼女は、「聞く姿勢」を大切に、お客様が話しやすいと感じてもらえるような接客を心がけているそう。



A → マーガレット・ハウエル (4F): ショーウィンドウや店内中央の棚は季節の移り変わりが特に感じられる。B → GINZA SIX ガーデンに通じる通路は絶妙な色の濃淡で生まれる市松模様の床が美しい。C → 小川のせせらぎのように、静かに水が流れる水盤エリア。D → シヅカ洋菓子店 銀座5丁目店 (中央区銀座5-7-10 EXITMELSA内1F) すすらん通り沿い: 予約で売り切れしてしまうこともある季節限定のクッキー缶。



「休憩時間に行くことも多いですね。緑が多くて、本当に綺麗。とても気に入っています。奥のほうにもベンチがあって、ランチを食べ終わった後、ひとりでぼーっとしたり、小説を読んだり、夜ご飯を考えたり、自由に過ごしています。ランチ休憩は、なかなか貴重な“自分ひとりの時間”。有効活用したいなあと思います。アクティブに行動するというよりは、気ままに過ごしたいタイプです。ちなみに、お昼ご飯は、B2Fの「ビオセ

ボン」でおにぎりを買うことが多いです」

添加物フリーのナチュラルな食生活は、気をつけて意識しているというよりは、自分が素直に美味しいと感じるのが、素朴な味わいだから。手に取ったものがなんでも自分の好みにフィットしてくれるビオセボンは、原澤さんにとっては安心で、気持ちもうきうきするスーパーだという。

「銀座はリッチなイメージがあります。だから、そんな街での食



事は、なんとなくハイカロリーなものが多いだろうという先入観があって。でも、探してみるとほっとできるお店もある。私はパンや焼き菓子が大好きなのですが、ある日、銀座をふらっと歩いているとき、素敵なお店に目を引かれて知ったのが、「シヅカ洋菓子店」の銀座5丁目店です」



材料の小麦やバター、砂糖は国産のもの。農業や化学肥料を極力使用せず、地球環境に負荷の少ない栽培方法で育てられた原料から生まれる、焼き菓子や生菓子が並ぶすすらん通り沿いのショップは、2022年の4月オープンのニューカマー。最低限のシンプルな工程で、素材がもとも持っている旨味を最大限引き出し、ひとくちめから「あっ」と美味しい。

「大好きなクッキーを食べるのは、子どもを寝かしつけた後。お茶をいれて、ひとりでこっそりと(笑)。休日に出かけたときや通販で買っていただいたものを、平日の夜に少しずつ食べるのが至福の時間なんです」

ありのまま心地いい ナチュラル派が見つけた銀座

ショップスタッフの課外活動



5Fの「N.HOOLYWOOD(エヌハリウッド)」の店頭立つ油木我空さんは、お客様一人ひとりの目的に寄り添うことを第一に、お店に並ぶ一見シンプルなアイテムの真価をしっかりと言語化して伝えることを意識する真面目なスタッフ。



そんな油木さんのバックボーンになっているのが、古着への愛だ。一時期はギャバシャツを収集してフレアパンツを着るなど50~60年代の装いに傾倒。ジャストで着る古着はビッグサイズが多い現行品よりも自分の体型に合ったのだという。古着を入口にして、その時代に流行っていた音楽にも見識を広げるなど、オタク気質な好奇心を原動力に、ファッションとポップカルチャーのつながりを知っていくのが面白かったという。

「エヌハリウッドのデザイナーである尾花大輔さんは、ブランドの立ち上げ前に古着のバイヤーをしていた経験もあ

り、軍モノをはじめ古着をソースとした洋服作りをしています。そのアイテムに触れることは、尾花さんが歴史をどう解釈し、過去に存在していたディテールをどのように現代的にアップデートをするかを見る楽しさもあるんです」



エヌハリウッドでの勤務は2年目だが、学生時代にアルバイトをしていたカフェも銀座だったので、銀座への通勤歴はなんと6年。「ありきたりかもしれないけれど」と前置きをしながら、銀座はやっ

ぱり「大人の街」だと感じるという。それは年齢によって区切られる「大人」というよりは、物事の歴史についてよく知っている人が多いからだそう。

「これだけ長く銀座に通っていても、銀座に行くなら、と今も緊張感があります。身だしなみに気を配っている方も多く、自分の振る舞いや言葉づかひまできちんとしたいな、と思う街ですね。僕よりも前からブランドを知っていて、ずっと愛用してくださっているお客様もいらっしゃるので、いつも、学ぶ姿勢が大事だと思っています。聞いたことのない言葉があったらすぐに調べて自分なりに理解を深めたり、ちょっとしたことで、自分のオタク気質を活かして調べたり、知ろうとするようにしています」



勤務後、先輩や後輩とサクッと夜ご飯に行きたいときはラーメン一択、という、リアルな銀座での過ごし方を教えてくれた油木さん。中央通りなどの大通りには、銀座の上品さが漂い、いい意味での緊張感があるものの、路地に入ると、肩の力を抜いて楽しめる店が軒を連ねているという。ちなみに、銀座通勤歴6年の油木さん曰く、銀座は地下通路が便利。雨の日や、目的地にピンポイントでアクセスしたいとき、地下を歩くのもスマートな移動方法だ。

「銀座とラーメン。もしかすると、意外な組み合わせだと感じる人もいるかも



しませんが、実は、美味しい店が沢山ある激戦区なんです。特に気に入るのは、「支那麺 はしご 本店」

昭和39年に開店し、都内に系列店を広がっている老舗のラーメン店の看板メニューは、四角い担々麺(だんだんめん)。花椒の風味と香ばしい胡麻のコクが細麺にからみ、箸が止まらなくなる。たまに、ふわっと香る柚子が上品なアクセントになり、スープの旨味が際立つ。付いてくるライスには、たくあんをどっさりのせるのが常連の定番だ。

「スタイリッシュな街並みや、格式の高いお店も銀座らしいですが、ショップのみんなとカウンターで楽しめるラーメンといった身近な選択肢も多く、仲が深まります。まだまだ行けていないラーメン屋さんはたくさんあるし、持ち前のオタク気質で銀座の街を知っていきたくと思いつつも、お気に入りが見つかるまでここばかり通って同じメニューをひたすら頼んでしまう僕です(笑)」



A → エヌハリウッド(5F):三方が開かれて入りやすいお店は、什器や小物にまで美意識が貫かれている。デザイナーの尾花さんが集めた真鍮のステーションナリーがスラリ。**B** → GINZA SIXのB2Fより、地下鉄銀座駅・東銀座駅へダイレクトにアクセスできる地下通路。**C** → 支那麺 はしご 本店(中央区銀座6-3-5 第二ソワレ・ド・ビル 1F):清潔感のある店内と落ち着いた暖色の照明で、男女を問わず、客足が絶えない人気店。

My Personal GINZA



音楽やアート、スポーツといった要素を取り入れ、遊び心のきいたディテールと、機能性の高さに定評のある、シンプルな普段着を提案してきた5Fの「SOPH.(ソフ)」。アパレルでの勤務歴は7年目を迎えるという村井若菜さんは、銀座という街に集まる、多様な職業や趣味を楽しむ、豊かなバックグラウンドを持ったお客様とのコミュニケーションに刺激を受けているそう。



学生時代には複数バンドを組み、現在の趣味は音楽、海外ドラマ鑑賞と映画鑑賞。銀座で好きな映画館は「TOHOシネマズシヤンテ」。理由は、スクリーンごとに階が分かれ、ワインレッドのカーペットや、立ち見をしていた時代の名残が感じられる内観、やや暗めのロビーの照明などが歴史を感じさせるから。

「はじめまして、って一回しかないですよ。だから私は、何事もファーストインプレッション(第一印象)を大切にしたいと思っています。なので、気になる作品はなるべく映画館に見に行きます。大切な映画との出会いは、最大限集中して、臨場感のあるシアターで観たいんです」

体験の質を重視するカルチャー好きの村井さんの価値観とも通じるのが、GINZA SIXの5Fにある「DEVIALET(デビアレ)」だ。最先端の音響技術やプロフェッショナルを結集して生

み出されるオーディオ機器は圧倒的な没入感とクリアな音質を実現している。ショップには、扉付きの視聴室が併設されており、ノイズの少ない自宅に近い環境で澄んだ響きを体験できる。



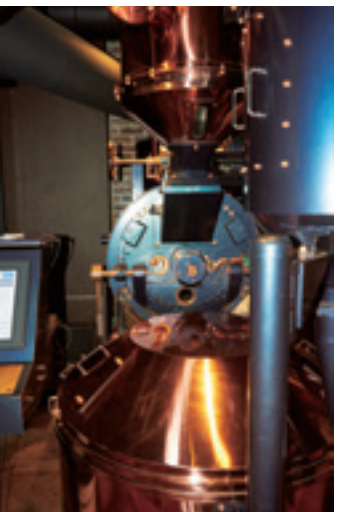
A → ソフ(5F):全国の店舗も試着室は豊。お客様もつい反応するユニークな和の要素だ。**B** → デビアレ(5F):視聴しているコンテンツがなんであれ、澄んだ音に360°包まれるサウンドバー。**C** → TORIBA COFFEE 銀座店(中央区銀座7-8-13 Brown Place 1F):定番のブレンドや、季節限定のコーヒー豆をはじめ、月ごとに変わる企画と紐づいたアイデアで生まれた、コーヒー以外のドリンクも充実している。

「あと、コーヒーは挽きたてを飲むのにハマっています。これも、好きなものはいいい条件で楽しみたいというこだわりかもしれません(笑)。去年、電動ミルをプレゼントでいただいて、それ以来、「TORIBA COFFEE 銀座店(トリバコーヒー)」で豆を買っているのですが、美味しさだけでなく、エシカルなアクションを実践しているところもリスペクトしています。包装は簡素で気持ちよく、豆が切れてお店に行くたびに、自分もできることからサステナブルな選択をしていきたいと背中を押される場所です」

ショップがある1Fと吹き抜けで繋がっている2Fには、3種類の大きな焙煎機があり、世界各地から厳選された豆の個性に合わせた焙煎を行なっている。豆が転がる音や、煎りたての香りで満ちた店内



もまた、村井さんが重要視する「臨場感」を感じられる場所なのだ。



「銀座の敷居は、みんなが思っているほど高くないと思うんです。買い物も食事、いろんなテイストやお値段の幅があって、気分によって選べる。それもあってGINZA SIXのお客様は老若男女を問わず、年齢層も幅広いですね。私自身は、休日にもよく銀座に来ているほうだと思います。遊べる場所も充実していて、品もある。みんなにも銀座に来てほしいので、遊ぶ予定ができると、銀座にしない?と積極的に提案しています」



A → ソフ(5F):全国の店舗も試着室は豊。お客様もつい反応するユニークな和の要素だ。**B** → デビアレ(5F):視聴しているコンテンツがなんであれ、澄んだ音に360°包まれるサウンドバー。**C** → TORIBA COFFEE 銀座店(中央区銀座7-8-13 Brown Place 1F):定番のブレンドや、季節限定のコーヒー豆をはじめ、月ごとに変わる企画と紐づいたアイデアで生まれた、コーヒー以外のドリンクも充実している。

ショップスタッフの課外活動

Embedded in the Design

空間デザインに潜むもの

銀座最大級の商業施設というスケールをポテンシャルにした、それぞれのブランドによる空間デザインも見逃せないGINZA SIX。ここではアライアとカルティエの新ショップに潜むストーリーを、デザイナーのインタビューやアトリエの取材を通して紹介する。

GINZA SIXの3Fに4月に誕生したアライアのフィッティングエリア。3つの個室に店内から衣服を届けるラック、回転鏡とライトボックスで、自らの姿を確認できる。

(3F)

A L A I A

ALAÏA (3F)

ピュアであり続けるため、
ローマテリアルに思いを託す

建築のなかに生まれたもう一つの建築とでも形容すべきか。アーティーな空間が並ぶGINZA SIXの3Fに生まれた「ALAÏA(アライア)」のブティックは、鉄骨やモルタルといった重量感ある素材づかいで異彩を放つ。設計はアライアの創設者であるアズディン・アライアと親交のあった建築家のソフィー・ヒックス。そのデザインを知るには、アズディンとヒックスの歴史を紐解く必要がある。

アズディン・アライアは「キング・オブ・クリング」の名で呼ばれたクチュール界の奇才だ。クリング(まわりつく)と表現されたように、ボディラインを



ショップファサードは鉄骨によるフレーム、モルタルと漆喰によって構成される。ヒックスは装飾を好まないが、構造となるトラス架構はアズディン・アライアのイニシャルであるAへのオマージュでもある。素材はいずれも着色せず、生の色を使う。ピュアな素材にはキャラクターがあり、タイムレスだとヒックスはいう。

美しく見せるコンシャスなドレスで彼を知る人も少なくないだろう。「女性の第2の肌」とも言わしめるほどに多くの女性を虜にした彼の本質は、彫刻的なフォルムにあり、それを支えるカッティングと縫製の技術にある。彼は2017年に逝去したが、2021年にピーター・ミュリエがクリエイティブディレクターに就任。アズディンから継承したタイムレスな美しさ、大胆でいて繊細なフォルムでメゾンは次なる歴史をたぐり始めた。

一方ヒックスは17歳にして、老舗ファッション雑誌がティーンエイジャーに向けた特別号のゲスト編集者として仕事を始めた人物だ。高校卒業後も「Tatler」「British Vogue」などのファッション誌でエディターとして働き、写真家のピーター・リンドバーグやパオロ・ロベルシ、アーサー・エルゴートやブルース・ウェーバーらと仕事を重ねた。1986年、彼女は雑誌の世界からアズディンのもとへ移り、2年間にわたって彼の作品集制作に携わる。その後、彼女は幼少期からの夢だった建築家の道を目指した。

ヒックスは、空間のルーツにパリ・マレ地区にあるアズディンのアトリエを挙げる。それは鉄骨がガラス屋根を支える19世紀の建築だ。GINZA SIXでもショップフロントには鉄骨、そしてコンクリートを思わせるセメントと漆喰を使う。いずれも建物の外装材に使われることが多いベーシックな素材だとヒックスは言い、「アズディンは本物の素材に強い欲求をもっていました」と語る。



ピーター・ミュリエによる2度目のコレクションで発表された、ネイビーカラーのマキシサイズのウール製キャバンコート。ボリュームのあるカラーと2サイドポケットがアクセントとなる。上部にボリュームを、下部にタイトなフォルムをもたせた、美しく構築的でアライアらしい一着。¥546,700 /アライア(3F)

「彼が好んだのは力強い素材です。そしてピーターもまた、アズディンと同じスピリットをもつデザイナー。彼はいま、アズディンと同じアトリエでスタッフとともに伝統的な技術も使いながらクリエイションに挑んでいます」と語る。また、ピーターからは建築のディテールを撮影した写真を見せながらミニマルな空間を求められたという。

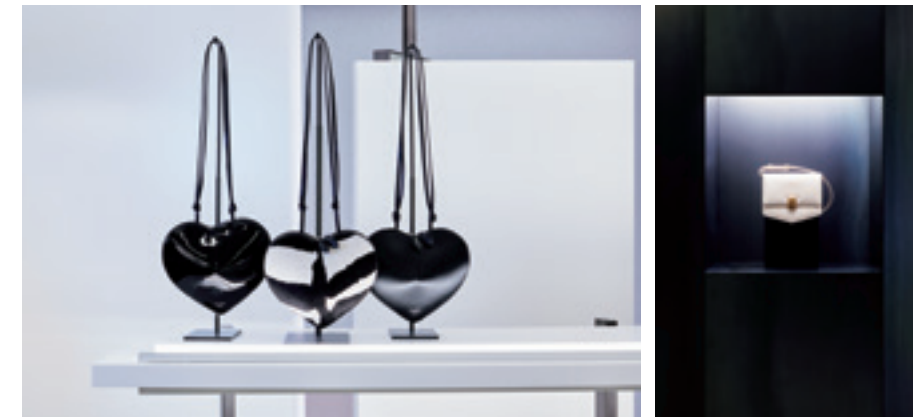
「実のところ、私はミニマリズムが好きではありません。しかし彼が求めるものが、シンプル、ストレート、モダンであると解釈しました。そして同時に彼は、とても面白いことを求めました。ショップを訪れるゲストには普段と違う振る舞いをしてほしい、と。そこで私たちはフィッティングエリアを広く設け、ゲストにいつもと違う行動をとってもらうこと、そしてそのためのサービスを提供することを決めたのです。ゲスト自らがフィッティングで衣服を研究すること。それが私たちの出した答えです。スタッフが服を集めてフィッティングエリアに運び、ゲストは自分のために用意されたレールから服を順々に試着し、服を試します」

鏡とライトボックスが半円形に並べられたフィッティングエリアは、中央に回転する鏡があり、前はもちろん、後ろ姿まで見ることができる。この空間はクチュールフィッティングのエスプリを与えたものだヒックスは語る。

「アライアは非常に高いレベルをもつクチュールです。ですからそれを感じてもらおう空間をも重視しました。この半円形のフィッティングエリアは、ブティックの1/3程度を占めるんです」

ヒックスはさらにフィッティングの壁に防音塗料を用いたことに気づいただろうかとか問いかける。塗料本来の色をそのまま用いた壁はわずかに他と色が異なる。共用部や周囲のブティックから漏れる音を抑え、安らいで服に向き合う時間を作る。彼女は、「次はぜひフィッティングエリアで声を出してみて。違いがわかるはずだから」と微笑む。

装飾ではなく機能を伴うからこそ美しい。そのためにピュアであり続け、結果個性が宿る。美のために純粋であり続ける。それこそアズディンの時代から続くアライアの信念なのだ。



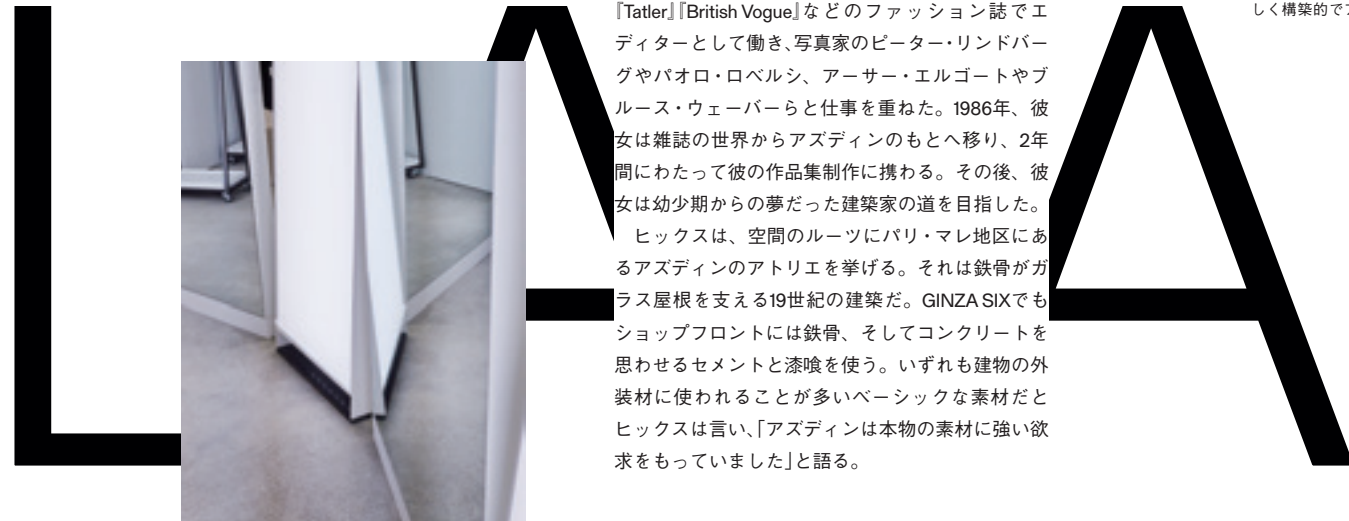
Iconic Items

左/同じくピーターによる彫刻的なハートシェイプのレザーバッグは、愛の象徴をピュアなフォルムで表現。カラー展開も豊富でアイコニックに楽しめる。「ウール」左から¥123,200・¥155,100・¥123,200 右/ロック部分にアライアの“A”をあしらったこの秋デビューのレザーバッグスモール“ハバ” (アイボリー) ¥281,600 /アライア(3F)



Profile: SOPHIE HICKS

1960年生まれ。17歳でファッション雑誌「Harpers & Queen」のティーン向け号でゲストエディターとして仕事を始める。10年にわたりファッションエディターを務め、アズディン・アライアの写真集「AA」でスタイリングを担当。1988年にAAスクールで建築を学び、1994年に公認建築士となり、多岐にわたる建築に携わる。



(Art Wall)

Embedded in the Design

空間デザインに潜むもの

9月30日(金)に、GINZA SIXの2Fに誕生するカルティエブティックGINZA SIXの壁面を飾る白鳥のモザイク画を手がけるアトリエにて。複雑な色で表現された白鳥が空飛ぶ姿を描いた。



(2F)

CARTIER

CARTIER (2F)



東京都府中市にある「大理石モザイク上」のアトリエより。モワナーから届いたデザイン画をもとに、上が細部を再提案して制作作業に。右の写真は仮組み作業の風景で、今回はガラスやタイルを使わずに大理石で組む。新たなブティックは全体にオパール色彩が強く、目地にパールホワイトやシャンパンゴールドの箔で仕上げで階調をだしたいと上。カルティエを「エレガンスで、軽やかさとともに宝石のもつ豊かな世界観を表現するメゾン」と読み解く上は、洗練されているながら明るさのある魅力が若い世代の心まで届くのではないかと、より明るい表現を目指した。



職人の技術が宿る空間に、 グランメゾンの美学を見る

カルティエをグランメゾンたらしめているものはなにか。それは、彼らがクリエイティビティと技術の対話だと表現する「サヴォアフェール(匠の技術)」の存在だ。時計やジュエリーなど、多岐にわたる分野の職人が精緻な作業を重ねることであらゆるアイテムに美を宿らせてきた。

世界各地でカルティエのブティックを手がけるフランス人デザイナーのブルーノ・モワナーは、それぞれの土地に宿る、文化、歴史、環境などを参照し

ながら空間を生み出す人物だ。今回GINZA SIXに生まれるブティックでは、アートウォールに日本の職人技術を起用する。彼はサヴォアフェールの姿勢を日本の美意識やものづくりへのこだわりを重ね、空間に表現したいと考える。

「それぞれのブティックが強いアイデンティティを持ち、その国の魂がカルティエでの体験に反映されることが重要です。ですから、私たちは驚きを生み出す専門性を求めているのです。日本には工芸と



いう文化があります。それは繊細で、貴重で、緻密なもの。そこには日本という国の気配りや精神が反映されているようにも感じています」

その一つが、つがいの白鳥が空を舞うモザイク画だ。白鳥のつがいは生涯添い遂げることから、永遠の愛を象徴するといわれる。このロマンティックなモザイク画を手がけるのは「大理石モザイク上」を主宰する上哲夫だ。上は、東京藝術大学大学院在学時にモザイク壁画の第一人者である矢橋六郎に師事した人物。国内の公共施設をはじめ、さまざまな空間で手がけてきた緻密なモザイク画の数々は美術品のように美しい。今回はスペインやギリシャの大理石を使い、モワナーが提案する図案を形作る。

「石はとても美しいものです。自然が生み出す微妙な色は石を割ってはじめて目にすることができるものです。カルティエと私たちは石を扱うという意味で親しい仕事かもしれません。またモザイクタイルは、古代ローマ時代から愛される文化です。カルティエとのやりとりを通じ、彼らがいかに空間を大切にしているのかを理解しました。この絵は訪れる人々との対話を果たす重要な役割を担います。そしてなにより、カルティエは人間のもつ高みを目指すメゾンであると感じました。その姿勢をどうやって形にしていけるか、それを問われるような仕事です」と上は語る。

ブティックを彩るもう一つは、カルティエの象徴である「バンテール(豹)」を描いた木製パネルだ。バンテールは現在、世界各地のカルティエブティックを彩る存在となっている。新しいブティックでは、染色した木製パネルにバンテールと桜を箔で描く。

そもそもカルティエは、いち早くジャポニスムに着目したフランスのメゾンといえる。フィンセント・ファン・ゴッホが浮世絵に大きな影響を受けた『花魁』『タンギー爺さん』を描いた1887年、カルティエもまた日本刀をモチーフにしたブローチを制作したことがメゾンの台帳に遺されている。同社の礎を築



いた立役者である三代目、ルイ・カルティエは日本の美に強い関心をもち、帯の結び、扇子、提灯、印籠などをモチーフにしたアイテムが19世紀末から20世紀初頭にかけていくつも制作された。カルティエは世界各地の様々な美に触発されてきたメゾンだが、日本の美意識もそこに含まれることは言うまでもない。

「モザイク画は非常に豊かなデザインを可能にするだけでなく、歴史を思い起こさせ、かつ現代的でカラフルな表現を可能とします。それは創作の幅を無限に広げます。もう一つのアートウォールには、木の温かみを求めました。そのうえで染色によってはっきりとコントラストをもたせました。そこに描かれる桜は「生命」を象徴します」と、モワナーは言う。

いみじくも上が言うように、カルティエは人が築いていた文化や技術に学び、それを研ぎ澄ませてきたグランメゾンだ。ブティックに宿る一つひとつが宝石のように輝くのは、彼らが大切にしてきたサヴォアフェールが息づいているからに他ならない。

Iconic Items

ウィンザー公爵夫人のためにデザインしたブローチをはじめ、カルティエの象徴であるバンテールを用いた数多の作品は名作に発展した。左からすべて「バンテールドゥカルティエ」リング(YG、ツァボライトガーネット、オニキス)¥1,742,400・プレスレット(PG、ツァボライトガーネット、オニキス、ブラックラッカー)¥2,956,800・リング(YG、ツァボライトガーネット、オニキス、ブラックラッカー)¥913,000/カルティエ GINZA SIX (2F) ※9/30オープン予定



福岡県大川市に拠点を構える内装材メーカーの「エレガントウッド」は、店内の壁面を飾るために天然木の突き板によるアートウォールを制作。そこにバンテールと桜を描く。光沢のあるトチ材を使い、木目を互い違いに張り込んだパネルを染色。唯一無二の表情を描く天然木を使いながら、天然素材には表現できないデザイン性を織り込んだパネルに、バンテールと桜を箔で張り込む。

Eureka! Fall Fashion

この秋新たにGINZA SIXにファッション・エントリー!

「GINZA SIXで買うなら概ねこんな感じだよ」と一通りを知るみなさまに向け、ショッピング体験を更新する「まだまだ知らない」ファッションニュースを調査! 最もホットなブランド&アイテムを15トピックに厳選してお届け。

2022
15 Topics



01 The New KENZO KENZOの新しい姿

NIGO®による原点回帰のデビューコレクション

2022年秋冬コレクションで最もハイブな話題として拡散された、[KENZO(ケンゾー)]アーティストック・ディレクターにNIGO®が抜擢されたというニュース。亡き高田賢三が表現した日本と西洋の融合をしっかりと受け継ぎながらも、自身のキャリアで培ったストリートウェアの巧みなモチーフセンスとMIXアレンジで、新しいスタイルを完成させた。注目したいのは、木瓜(ボケ)やポピーなど、アーカイブに用いられてきた“花”を服や小物に散りばめているところ。木瓜の花を中央にプリントしたアイテムは、スウェットやTシャツなど、シーズンを問わず定番で展開していく予定だ。ブランドを象徴するタイガーのグラフィックもご覧の通り! 頭文字の“K”ロゴに应用され、ユニークかつ、和を感じるデザインに仕上がっている。GINZA SIX店は日本でいちばん多くアイテムが揃う店舗として、6月にリニューアルしたばかり。看板やテーブルなどの什器やイメージカラーである赤の壁紙から、NIGO®が演出する世界観を存分に楽しめる。



上/伝統的なブランドロゴの看板と鮮やかなレッドの壁紙や什器などレトロフューチャーな雰囲気は漂う。左/ Kロゴの黒いTシャツは¥23,100、赤いスウェットは¥44,000 右/ 上段のソックス各¥11,000、中段と下段のTシャツ各¥20,900 下/ 店内には木瓜の花を象った大きなスツールも置いている。/ケンゾー (3F)



Profile: 1970年生まれ。自身のブランド「HUMAN MADE (ヒューマンメイド)」や、ストリートウェアを筆頭とするサブカルチャーとともに牽引した故ヴァージル・アブローによる、ルイ・ヴィトン メンズのコラボなど多岐に活躍。

NIGO®
Artistic Director



カレッジやスポーツ、ロンドンの要素を取り入れたランウェイでは、メンズ29体、ウィメンズ31体が登場。会場のサウンドトラックでは、エイサップ・ロッキーやファレル・ウィリアムス、タイラー・ザ・クリエイターら錚々たる面々がトリビュートしているNIGO®のアルバムの楽曲が先行して流れたことでも盛り上がった。

New Looks for Fall !!



02 My First Luxury Watch

ファースト・ラグジュアリーウォッチ



PIAGET

文字盤とリング状のベゼルにあしらったダイヤモンドが煌めく。オリジナルストラップのネイビーからグリーンに付け替えるとモダンな印象に。ウォッチ“ポセシオン”(ステンレススチール、クォーツ、29mm) ¥611,600・ストラップ ¥40,920 / ピアジェ ブティック (1F)



CITIZEN FLAGSHIP STORE TOKYO

手元に映える華奢なスクエア型のウォッチ。バイカラーの配色がさらに上品さを演出する。ウォッチ“クラシック カレレディース”(ステンレススチール、クォーツ、23×21mm) ¥192,500 (フレデリック・コンスタント) / シチズン フラグシップストア トウキョウ (1F)



あなたが最初に買いたいと思う時計はどれ?

単純に時間を見るためだけだったら、スマートフォンやスマートウォッチで十分なのかもしれない。だけど、ラグジュアリーウォッチにしかない魅力が確かにある。それは身につけることで備わる、自信と洗練さ。概念的な美しさこそ、物理的な機能にはない奥深さを感じる。そして、一生をかけて大切に身につけられるところもまたいい。先々まで受け継いで、ずっと長く“誰かの1本”であり続けるって、なんだか素敵。



Jaeger-LeCoultre

ダイヤルの反転機構を備えた“レペルソ”は50万円台から購入可能。このモデルには自動巻ムーブメントを搭載。ウォッチ“レペルソ・クラシック・ミディアム・デュエット”(ステンレススチール、自動巻き、40×24.4mm) ¥2,015,200 / ジャガー・ルクルト (1F)



FRANCK MULLER GENEVE

ピンクのストラップと文字盤中央のダイヤモンドの組み合わせに妙あり。モデル名にある“バスティーユ”は、水玉の意味を指す。ウォッチ“インターミディエ バスティーユ”(ステンレススチール、クォーツ、30×22mm) ¥1,100,000 / フランク ミュラー ジュネーブ (2F)



03 Mini Bag Mood

気分は超ミニバッグ!

何も入らない、のがいいんです

世は空前のミニバッグブーム。なかには財布はおろか、スマートフォンさえも入らない極小サイズも! スペックの高さが求められてきた今までのあり方と逆行しているのには、様々な理由が考えられる。まずはこの数年で大成長したキャッシュレス化。クレジットカードや電子マネーが当たり前となった今、現金は一切持たないという人もいるくらいだ。そして第二に、2000年代のカルチャー、Y2Kのブームが到来したこと。パリス・ヒルトンやプリトニー・スピアーズなどのセレブが愛用していたミニバッグが再び注目され、GINZA SIXで取り扱っているブランドからも続々登場中で、ストラップで肩掛けできるバッグが多く、アクセサリ感覚でサラッと身につけられるものが多数。小さいながら「DIESEL (ディーゼル)」のようにロゴが際立っているデザインもあれば、「Vivienne Westwood (ヴィヴィアン・ウエストウッド)」は毛足の長いレオパード柄をチョイスするなど、それぞれ存在感を表すポイントがある。「discord Yohji Yamamoto (ディスコード ヨウジヤマモト)」は長さ違いのストラップが付属していて、着こなしに合わせてアレンジが可能。メンズはサコッシュから変化した「master-piece (マスターピース)」のショルダーバッグから挑戦してみるのが良さそう!



DIESEL

Vivienne Westwood



discord Yohji Yamamoto



MSPC PRODUCT SELECTED

DIESEL / 小さいながらも、生まれ変わった“Dロゴ”が力強く主張する。〈H9.5×W12.5×D5cm〉¥29,700 / ディーゼル (5F) discord Yohji Yamamoto / 最小バッグはチェーンを腕に巻いて持ってもキュート。〈H8.5×W8.5×D2cm〉¥20,350 / ディスコード ヨウジヤマモト (2F) Vivienne Westwood / 秋のムードを盛り上げる、ハラコ調のレオパード柄。〈H17.5×W9.5×D3.5cm〉¥55,000 / ヴィヴィアン・ウエストウッド (3F) MSPC PRODUCT SELECTED / 重量感のあるバックルと軽妙な配色のバランスが絶妙! 〈H22×W16×D2.5cm〉¥19,800 (マスターピース) / エムエスピーシープロダクトセレクトイッド (5F)

04 Wrapped in Something Warm

あたたかいものに包まれたい



身体も心もほっこりする小物を身にまとい

お洒落と防寒は別物だと考えてしまうことがあるが、今年の秋冬は温かくなれてさらにトレンドも押さえられる、そんないいところ取りのアイテムが豊富に揃っている。例えばレッグウォーマー。あえて裾を弛ませたルーズな雰囲気が、今っぽい足元の作り方! あとは顔まわりを優しく包み込むフードタイプの帽子もおすすめ。

BRITISH MADE / マフラーとストールの中間のサイズ感。グリーンを基調にしたチェックは新柄。(190×35cm) ¥41,800 (ジョンストンズ オブ エルガン) ※9月下旬入荷予定 / プリティッシュメイド (5F)
Tabio Japan / 肌触りの良いモヘア素材を使用したレッグウォーマー。6色以上と色展開も豊富。各 ¥2,420 / タビオ ジャパン (4F) **CA4LA** / 付け襟にもなるフード型の帽子。千鳥格子柄のツイードと、頭下で結んだりボンが甘さをプラス。¥14,300 / カシラ (4F) **MARLMARL** / リュックとして背負えたり、手持ちのおしゃぶりを装着できるリングが付属したりと機能的! ¥7,150 / マールマール (4F)

頭をすべて覆うバラクラバよりもハードルが低く、かつカジュアルに取り入れられる。もちろん冬の定番、マフラーも進化中。アウターの上から巻きやすいサイズ感や新柄など、変化を楽しんで。定番小物こそ、モダンにアップデートしたい。そして最後に…。リュックにもなるウサギのぬいぐるみも、成長に寄り添うぬくもり要素!

05 Picture Perfect

Instagramの舞台ファニチャー



EXPOSE Side Table

インドの歴史的な都市、モラーダバードで職人が手作業で製作。砂時計を思わせるようなフォルムだが、テーブル面は水平で小物を美しく撮影できる。マットな質感なので部屋に置いてもしっかり。¥59,900 / ボーコンセプト (5F)



何を乗せる? SNS映えを狙ってバシャリ!

買ったばかりのジュエリーやコスメをInstagramでアップしたいとき。床に置くのも手で持つのも、なんだか洗練されていない気がする。そんなときは、添えるだけでセンスがアップする家具を味方につけよう。GINZA SIXでとびきりのアイテムを探すなら、4月に拡張オープンした「BoConcept(ボーコンセプト)」で。広々とした店内には、バリエーションに富んだプロダクトが並び、居住空間を想像しながらお買い物を楽しめる。そこで見つけたのは名品の「オタワチェア」。葉っぱのような形と丸みを帯びたフォルムに沿うように、小物や写真集などを飾りたい。モードな気分の人には、こちらのサイドテーブルをチョイス。マットな黒色に目立つように、あえて色鮮やかなスカーフやバッグを置いて撮ると写真に差がつくかも。

BoConcept



OTTAWA Chair

曲線のある「オタワチェア」は人気アイテム。まるで木の枝のような脚とのコントラストも相まって、絶妙なバランスを保っている。レザーやファブリックなど、シートは様々な素材でオーダーが可能。¥29,680 / ボーコンセプト (5F)

06 Everyday Golf Wear

ゴルフウェアという日常着

ファッションとの境目がさらにシームレスに

GINZA SIXは知られざるゴルフウェアブランド天国! コロナ禍でゴルフを知った次世代の若きゴルフファーマーたちが、日常的なウェアも兼ねたショッピングに訪れている姿が目立つ。今まで主流だったビジネス目的ではなく、友人や家族と共にスポーツとして楽しむために始める人も多いのだとか。もっとカジュアルにゴルフと向き合っている人が増えているからこそ、ファッションもデイリー感覚で。着心地の良さやシンプルなデザインなど、取り入れやすさを重視したウェアが増えている。そのリアルなスタイルを調査すべく、3つのショップでスナップを敢行! 「Lucien pellet-finet(ルシアンペラフィネ)」では初となるゴルフアイテムを、「theHOUSE(ザハウス)」ではより自然体で着られる「PGG(ピージージー)」のニットセットアップを、「BRIEFING GOLF(ブリーフィングゴルフ)」では色味を抑えたモードなルックがこの秋の推し。さらに、今回取り上げた3ブランド以外にも「MARK & LONA(マーク & ロナ)」「G/FORE(ジーフォア)」「K-3B(ケー スリー ビー)」「muta MARINE(ムータ・マリン)」「すべて5F)など、選択肢はたくさん。Tシャツやデニムを選ぶように、自由な発想でお気に入りを見つけて。一人ではもちろん、ゴルフ仲間と一緒に足を運ぶのも、良いひとときに。



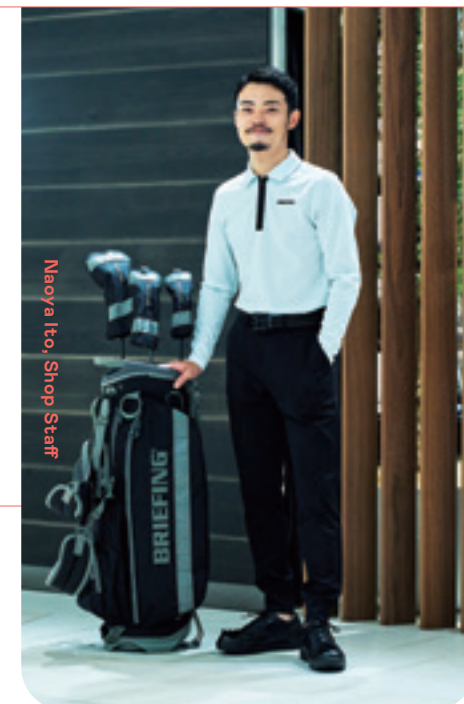
Lucien pellet-finet

「新ライン「ルシアンペラフィネ エルピーエフジー」は遊び心のあるデザインが特徴です。モチーフを刺繍したキャディバッグやヘッドカバーなど、小物類も充実しています(中島サミールさん) シャツ¥36,300・パンツ¥48,400・キャップ¥19,800 / ルシアンペラフィネ (3F)



the HOUSE

伸縮性に特化したピージージーのニットウェアは、可動域が求められるゴルフと相性よし。「ミリタリー感のあるカーキという色味が珍しく、様々なシーンで着られるユニセックスのセットアップです(小室すみれさん) シャツ¥35,200・パンツ¥28,600 / ザハウス (1F)



BRIEFING GOLF

「カラフルな印象のあるゴルフウェアも、色味を変えるだけで雰囲気がガラッと変わります。モノトーンのトップスは肌に吸い付くような質感がとて心地よく、おすすめです(伊藤直哉さん) シャツ¥29,700・パンツ¥35,200※9月末より順次発売予定 / ブリーフィングゴルフ (5F)



07 Multiple Jewelry Choices

ユニセックスアクセ繚乱

性別を問わず、着飾る時代がやってきた!

ネックレスやリングなど、GINZA SIXでは次世代向けのユニセックスジュエリーが人気。ウィメンズだから、メンズだからと決めず、自分に似合うかどうかを重視して選ぶ人が増えているようだ。どんな装いにも合うシンプルなデザインはもちろん、ファッション感度の高いブランドから出ている装飾的なものに挑戦してみるのもまた魅力。リングに合わせてネイルも探すなら、B1Fのビューティーフロアへ!

Choice_A → OFF-WHITE c/o VIRGIL ABLOH™



ブランドのアイコンである、Xモチーフのロゴを中央にあしらったシングルリング。凹凸のある突起を施すことで、さらに存在感を放つ。(真鍮) ¥49,500 / オフ-ホワイト c/o ヴァージル アブロー™ (3F)

Choice_B → HOORSENBUIJS



「SPINELLI KILCOLLIN(スピネリ キルコリン)」とのコラボレーション。2連のリングに、シグネチャーのトライリングが連なっている。(シルバー × 18Kイエローゴールド) ¥319,000 / ホーセンブイス (3F)

Choice_C → SJX



馬蹄のモチーフがそのままイヤークラフになった、遊び心のある一品。小ぶりながら、正面の星モチーフが動くたびにキラリと光るのがポイント。(18Kイエローゴールド) ¥82,500 / エスジェイエックス (5F)

Choice_D → AbHeri



アーツ・アンド・クラフツ運動を提唱した芸術家、ウィリアム・モリスの思想に着想を得た新コレクション。有機的かつシャープなクロスモチーフ。(プラチナ) ¥385,000※9/10発売予定 / アベリ (2F)

08 Julian Bedel is Coming to Japan!

コロナ禍を経てあのデザイナーが初来店！

FUEGUIA 1833のジュリアン・ベデル、ようこそGINZAへ

少しずつ海外からのお客様が戻ってきたGINZA SIX。そのなかには、日本をインスピレーション源としてやまないデザイナー陣も！最高品質の香水を提供する3Fの「FUEGUIA 1833 Ginza (フエギア イチハチサンサンギンザ)」のジュリアン・ベデルもその一人。「久しぶりに来日できました。コロナ前は年に2回は来ていたかな。御茶ノ水のレコードショップでGINZA SIXのショップで流すレコードを買ってきたよ。アタウルバ・ユバンキの「日本を偲びつつ ユバンキは唄う」。東京は音楽にまつわる名店が多いね」。では「知られざる」香水のエピソードを聞いてみた。「謎多き香り」は「チェンバー(写真右下/30ml ¥20,900)」かな。これは養殖している湖底からグリーンを採集しているから、具体的にどの種類の植物から成り立っているか僕もわからないんだ。その複雑でミステリアスな香りに惹かれてね。あと今、水面下で新しい香りを考案中。まだ秘密なので楽しみに」。



Profile: ジュリアン・ベデル / 1978年ブエノスアイレス生まれ。フエギア イチハチサンサンの創設者でありながら、デザイナーや音楽家など多角的な顔を持つ。木からギターを作るほど木工作業を得意としていて、GINZA SIX店の看板に名を彫ったのもジュリアン本人。



Julian Bedel
FUEGUIA 1833 Founder

09 T-shirt Search

密かなる名品Tシャツを探せ！

見た目は無地、だけど細部にこだわりがチラリ

今やTシャツは、季節に関係なく通年で愛用したいアイテムだけれど、秋冬は重ね着するシチュエーションが増えるため、おのずと無地Tが候補に上がってくるもの。理想の1枚を見つけるために、GINZA SIXをサーチ！すると、お馴染みのブランドから意外なショップまで、続々ヒット。そのなかから厳選した3枚をおすすめポイントとともにご紹介。



MACKINTOSH

肩位置を落としたドルマンスリーブが特徴のオーバーシルエットTシャツ。ハリと光沢を持つ肉厚なコットン生地で立体的なフォルムと高級感を演出している。¥27,500 / マックイントッシュ (3F)



eburne

端正でありながら、体のラインを捨わないシルエットに定評があるベーシック定番。秋冬の新作では、トレーサビリティ認証を受けたオーガニックコットン生地を使用している。¥12,100 / エブール (4F)



DENHAM

定番のバックTシャツのアップデート版が登場。白とグレー、黒の3枚入りで、胸ポケットの下には小さなプルタブが付いている。デンハムらしくデニムに似合う新名品となる予感！ ¥41,800 / デンハム (5F)



10 Keeping it Casual

気張らないセットアップ

ATTACHMENT

ウールとポリエステル製のジャージ素材で風合いとストレッチ性を両立。パンツのウエスト背部にゴムを通したイージーな履き心地もうれしい。ジャケット ¥38,500・パンツ ¥26,400 / アタッチメント (5F)



hueLe Museum

トップスは肩位置を落とし、パンツはややゆるぎ味ながら、立ち姿を美しく見せるためにパターンを工夫。トップス ¥33,000・パンツ ¥42,900 (ハーヴェル スタジオ) / ヒューエル ミュージアム (4F)

Gente di Mare

イタリアの老舗ブランドから、裏が起毛したスウェットのようなジャージ生地のセットアップが登場。ジャケット ¥69,400・パンツ ¥34,100 (チルコロ 1901) / ジェンティ ディ マーレ (4F)

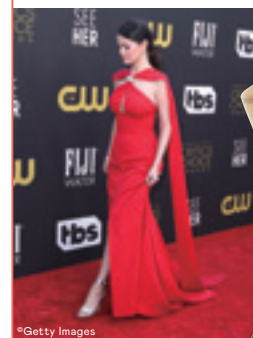


おうちでも着たい、リラックス感が鍵

コロナ禍でおうち時間が増えスーツの需要が減った一方で、世の中が再びアクティブに動き始めた今だからこそ、時代感にフィットしたスーツが気になる。ワードローブに加えたいのはルームウェアのように着られる「気張らないセットアップ」！ ゆったりしたシルエットやストレッチの効いた素材感など、ブランドによってアプローチもさまざま。実際に試着してお気に入りを見つけよう。

11 For Special Occasions

そろそろパーティーに出かけたい！



©Getty Images

SNAP

Gianvito Rossi

セレーナ・ゴメスもレッドカーペットで履いたメタリックゴールドのハイヒールなら、より足元を華やかに見せてくれる。ストラップ付きで安定感も。¥116,600 / ジャンヴィト ロッシ (2F)

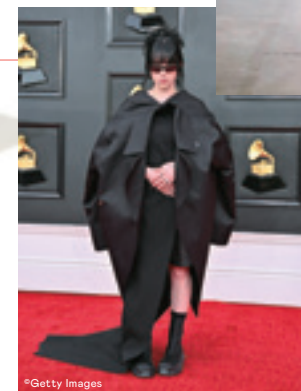
非日常を楽しむスペシャルアイテム

リモートでの触れ合いに慣れてきたとはいえ、たまにはお出かけしたい。華やかなパーティーやイベントはここ数年ですっかり映画やドラマの中の世界になってしまったけれど、日常に戻ってくるのはそう遠くないはずだ。そんなポジティブなマ



Rick Owens

ビリー・アイリッシュも今年のグラミー賞で着用。今季はレイヤードとドレープのドレスを多数展開。右のオレンジのドレス ¥503,800 ※9月下旬発売予定 / リック・オウエンス (3F)



©Getty Images

SNAP



AMI PARIS

今季は胸元のカットアウトが特徴的なドレスを発表。今年のメットガラーは、デザイナーのアレクサンドル・マテュッシュがカミラ・メンデスと登場！ 左 ¥72,600 ※10月下旬発売予定 / アミパリ (3F)

SNAP

12 Modified Denim

変型デニムをモードに

脱カジュアル！ひと癖あるデザインに惹かれて

子どもの頃から当たり前に触れてきたデニムアイテム。カジュアルやアメカジのイメージを抱く人も多いが、ここ数年じわじわと展開を増やしているのが、切り替えやフリンジ、カットアウトなどのアレンジを加えた「変型デニム」。2000年代ブームも相まって、2022の秋冬はさらにそのムードが加速！メンズ・ウィメンズを問わず様々なブランドから登場している。この現象を捉えるべく、GINZA SIXのショップをパトロール。ジャパンメイドのデニムに特化した「JAPAN DENIM(ジャパンデニム)」や、店内に専用のコーナーを設けているセレクトショップ「PARIGOT(パリゴ)」、ファッションブランドとのタグも盛んな「KURO(クロ)」で、最新のルックをスナップした。どれも共通して言えるのが、デザイン性の強いものこそ、デニム生地ですることとどんな着こなしとも好相性になるということ。普段着ているシンプルな装いに1着加えるだけで、ファッション性と華を与えることができる、まさに万能なアイテムだ。そして今年の傾向として人気があるのは、少し色褪せたようなインディゴ。ブラックやブリーチカラーよりも幅広くマッチし、よりナチュラルな印象を与えてくれる。スタイリングが重たくなりがちな秋冬こそ、ぜひ取り入れたいカラーだ。

JAPAN DENIM

「08sircus(08サーカス)」とジャパンデニムがコラボレーションしたブルゾン。「ナイロン素材のMA-1とGジャンをドッキングしたジェンダーレスなデザインです。薄い色合いなので季節を問わずサラリと羽織れます」(金田皓佑さん) ¥59,400 / ジャパン デニム (4F)



Kosuke Kanada, Assistant Manager

13 The Latest Loungewear

ルームウェアの新事情

kashwére at home

肌あたりの優しい生地を使用したカーディガン。着脱のストレスが少ないノーボタンタイプ。カーディガン¥28,600、中に着たワンピース¥23,100(カシウエア) / カシウエアアットホーム(4F)



VULCANIZE LONDON

ちょっとお高いけれど、一生モノ！英国老舗ブランドのシルクガウンは、チャーチル元首相が愛したボルカドットをあしらった、限定復刻品。¥412,500(ターンプル&アッサー) / ヴァルカナイズ・ロンドン(4F)



Pasand by ne Quittez pas

緻密な刺繍を胸元やスリーブに施したコットンリネンのマキシ丈ワンピース。1枚で着られる開放的なリラックスシルエットは、旅先のステイでも活躍しそう。¥33,000(ヌキテバ) / パサンドバイヌキテバ(4F)

居住空間をよりリッチにする選択肢

誰の目にも触れない自宅では、どんな格好をしていても平気だけど、過ごす時間が長い分、ルームウェアにこだわると多少なりとも心持ちが変わってくるはず。家での暮らしを充実させるために、GINZA SIXでの隠れ名品をチェック。映画を観たり、読書したりする時間がより有意義になること間違いなし。



KURO

7オンスのデニムシャツの胸元に、トグルのディテールを加えたアレンジアイテム。「意外とありそうでないデザインですね。ルーズフィットだから、前を開けてカジュアルにも着られます。いろんなシチュエーションで活躍する1枚」(渡邊孝一郎さん) ¥33,000 / クロ(5F)



Koichiro Watanabe, Shop Staff



14 Statement Ear Accessories

主役級のイヤークセサリー

耳元に輝く、存在感のあるものたち

ふと目線が耳元にいくような、主張のあるイヤークセサリーが続々登場！その種類はピアスのみに留まらず、イヤリングやイヤークフなどの展開も増えている。注目したいのは、ボリュームのあるデザイン。パロックパールやいぶし加工を施したゴールドなど、ヴィンテージ感のあるアイテムや、揺れるたびに煌めくストーン付きジュエリーで上品に飾りたい。何気ない日も特別な気分になれる心強い味方！

AHKAH

シャンデリアをイメージして作られたピアス。キラキラと輝くゆらめきを、連なったダイヤモンドで表現している。(18Kイエローゴールド×ダイヤモンド) ¥143,000※片耳のみの販売 / アーカー(2F)



forte_forte

パロックパールと樹脂コーティングされたストーンをあしらわれたピアス。変型した楕円形とのバランスが絶妙で、動くたびに揺れるデザイン。(真鍮×樹脂×淡水パール) ¥31,900 / フォルテフォルテ(3F)

Bijou de M MIO HARUTAKA

北斗七星モチーフのピアスは、ショートカットやアップヘアなど耳周りをすっきりさせた髪型に。(18Kイエローゴールド×淡水パール) ¥61,600※片耳のみの販売 / ビジュードエムミオハルタカ(2F)



15 New Men's Classics

ニュークラシックを身近に

LANVIN COLLECTION



New Classic_A Chambord

A:「Paraboot(パラブーツ)」とのコラボレーションアイテム。グロスマシヤン様仕様の「シャンボード」はメンズでは初めての試み。¥84,700 ※12月発売予定。先行してGINZA SIX店で予約を受付中。

B: ブランドが始動して以降、男女を問わず人気を集めているのがこのボウブラウス。シックにもカジュアルにも着られる、まさに入門にぴったりな1着。各¥38,500 / すべてランバンコレクション(5F)

モード×エレガンスを追求していく

ファッションディレクターでスタイリストの祐真朋樹をクリエイティブディレクターに迎えて華麗なリブランディングを遂げた「LANVIN COLLECTION(ランバンコレクション)」は、メンズのエlegantスタイルを日本から発信。真髓であるテーラードを根本に置きながら、日常着としても落とし込めるデザインを提案することで、次世代にもクラシックウェアを受け継いでいる。Tシャツやデニムに合わせるもよし、ルールに縛られすぎず、伸びやかに取り入れて欲しいというメッセージが服作りから伝わってくる。2022年秋冬では、定番アイテムとして展開しているボウブラウスやコラボレーションアイテムなど、気になるものばかり！

New Classic_B Bow-tie Blouse



イメージカラーのブルーと、モダンなモノトーンカラーで統一されたGINZA SIX店。チェッカー柄のカーペットは高級感と奥行きを与え、不思議な空間に迷い込んだかのような独自の世界観を演出する。

New Looks for Fall !!

左/今季のおすすめは、イタリアCERRUTI社のストレッチツイルを使用したシングルコート(¥121,000)。襟先のボタンを留めて襟を立てて着るのがランバンコレクション流だ。右/多機能なボーチが備ったフィッシャーメンズベスト(¥88,000)を重ねると、より今季らしいムードに。/ランバンコレクション(5F)



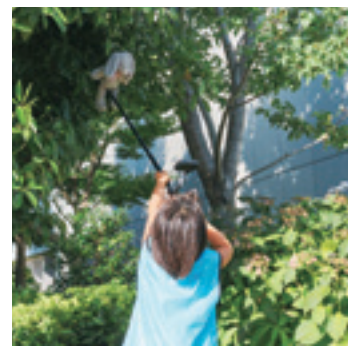
Name:

Kazuhiko Hachiya

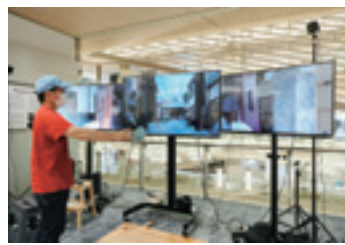
GINZA SIXがより多様な文化に出会える場所になると面白い



Major Works:



01



02



03



04

01. GINZA SIX屋上での撮影の様子。自撮り棒の先のぬいぐるみを手前にある二眼カメラ「Insta360 EVO」で撮る。場所の選び方や撮影の仕方に参加者の個性が光った。02. 3台の3Dテレビを使った自家製の没入型VR装置と八谷さん。手に持った「トラッカー」と呼ばれるコントローラを操作すると視点が変わる。ワークショップではこの装置を使ってそれぞれの撮影した映像を上映、保護者も含めてみんなで見た。03. お互いの見ているものを入れ替える八谷さんのデビュー作《視聴覚交換マシン》(1993年)。映画や漫画でよくある「男女の身体が入れ替わる」という設定を具体化しようとして生まれた。「他者との視線の共有」という関心は今回のワークショップにも通じる。04. プロジェクト《オープンスカイ》で制作された機体「M-02J」の飛行風景。パイロットは八谷さん自身。2013年に初飛行に成功、19年には米国で開催される世界最大級の自作航空機の祭典「EAA エア・ベンチャー・オシュコシュ」でも飛行した。

中央の吹き抜け空間での大規模な作品展示など、開業以来、アートの発信に力を入れてきたGINZA SIXでは、このたびワークショップを通じて子どもとアートの接点を作る新プログラム「SCUOLA GINZA SIX」をスタート。その一環として2022年7月9～10日、メディアアーティストで東京藝術大学先端芸術表現科教授の八谷和彦さんによるワークショップが行われた。

1990年代より先端テクノロジーを用いた制作を行ってきた八谷さんは、いわば日本のメディアアートの草分けの一人だ。その作品の特徴は、誰もが一度は妄想しつつも実現しようとはしないアイデアを、企業や技術者と組んで達成してしまうこと。例えば2003年から続く代表的プロジェクト《オープンスカイ》は、映画「風の谷のナウシカ」に登場する一人乗り飛行装置「メーヴェ」の実現を目指すもので、すでに飛行を成功させている。

そんな八谷さんが今回使ったのは、3Dテレビ。実は八谷さん、すでに生産終了したこの「消えた技術」に注目。昨年から展示用試作を検証してきた。3台の3Dテレビを連ね、3Dメガネ越しに映像を見ると立体的に見える。流行のVRゴーグルに比べるとアナログだが、完全な個の世界に閉じるそれと違い、一つの映像を同じ場にいる大勢で共有できる利点がある。「VTuberのライブをみんなで見たり、用途は多い」と話す。

ワークショップではまず、参加者の子どもたちが持参したぬいぐるみを自撮り棒の先に取り付け。その後、屋上に移動して、それぞれにロケハン。ステレオ撮影ができる2つのレンズを持つ機材で、ぬいぐるみを思い思いに撮影した。面白かったのは参加者の個性。散歩しながら撮る子、街並みを背景に撮る子、逆さまに撮る子…。「今回のワークショップの裏テーマは実は『特撮』なんです。好きなぬいぐるみが主人公だから、どんな場所でどんな風に撮るか真剣に考える。僕は子どもたちに「監督、どこで撮りますか?」と寄り添うだけ。そこに生まれる「自分で決めている」という実感が重要だと思うんです」と八谷さん。

撮影後は室内に戻り、映像を3D化してみんなで見た。同じ場所で撮影したにも関わらず、まるで作風の違う別の子の映像に子どもたちは興味津々。保護者からもステレオ撮影を自宅で行う方法について質問が飛ぶなど、活気があった。「いま、誰もがスマホで映像を残すように、この子たちが大人になる頃は3Dで記録を残すことが普通になるかもしれない。このワークショップで、そんな体験を身近にしてもらえたら」

八谷さんは以前、パリの百貨店「ギャラリーラファイエット」を家族で訪れ、どんな世帯も楽しめる店の姿に強い印象を受けたという。「ラグジュアリーブランドからからくり人形を使ったディスプレイまであらゆるものがあり、親から子まで楽しめる。今回始まったワークショッププログラムも含め、GINZA SIXがより一層、そうした多様な文化に触れられる場所になると面白いですよ」と八谷さん。なかでもアートやテクノロジーは、多くの画廊や機器メーカーが揃う銀座の街とも親和性が高い領域だ。今回、新鮮な体験をした子どもたちのように、今後もこの場から様々な可能性の種が生まれることを期待したい。

Profile: 八谷和彦 / メディアアーティスト。1966年生まれ。1990年代前半よりテクノロジーやコミュニケーションをテーマにした作品を制作。最新個展に「八谷和彦特別展「M-02JHK」〜無尾翼機に魅せられて〜(いちいち航空ミュージアム、2022年)」。Profile: YOSHIROTTEN / 1983年生まれ。デザイン会社勤務を経て、2008年独立グラフィックアーティスト、アートディレクターとして、グラフィックはもちろん、映像・立体・音楽など、ジャンルを超えた表現方法でさまざまな作品を制作し国内外で話題に。

Name:

YOSHIROTTEN

銀座は戦後から現代まで
たくさんの色を放ってきた街



Major Works:



01



02



03



04

01. 「銀座は夜の6時」のキービジュアル。カラフルな色彩のなかにカクテルグラスが浮かび上がる。02. 6月に豊洲で開催されたエルメスのイベント会場をデザイン。ネオンの馬に象徴されるように、「テクノ×乗馬」をテーマとした空間に訪れたお客様も笑顔に。「エルメスは楽しませることを大事にするメゾン。僕自身も楽しんで取り組むことができました」03. 2018年に開催された個展「FUTURE NATURE」。「見えないものを可視化する」をテーマにグラフィック、映像、立体など32点の作品を展示。04. 2022年7月ドーナーストリートマーケット銀座で開催されたインスタレーション・ポップアップ「THE SHOPHOUSE『Cityscape Resolution』by YOSHIROTTEN in collaboration with WING SHYA and DAIDO MORIYAMA PHOTO FOUNDATION」は、香港で開催した個展がベース。森山大道やウィン・シャ、テセウス・チャンなど国内外の錚々たるクリエイターとのコラボレーション作品なども展示された。

この4月からGINZA SIXの新機軸としてスタートしたオリジナルポッドキャスト「銀座は夜の6時」。銀座6丁目にある秘密のバーのカウンターという設定で、様々な分野で活躍するトップランナーがその友人を連れ立って、普段はなかなか明かさなようなシークレットトークを配信するこの音声コンテンツのキービジュアルを手がけたのは、YOSHIROTTEN率いるクリエイティブスタジオYAR(ヤール)だ。

「YARはグラフィックデザインから映像、空間デザインまで多角的にビジュアル制作ができるデザインチームです。自分ひとりではできない仕事のときに、外注するのではなく、気の合うメンバーとやりたい、そのほうがよりピュアなのが作れると考えてYARを設立しました。だから一応、僕が代表をやっていますが、メンバーはみんな横並びなんです」

音楽とスケボーを愛する若者が、デザイン会社でデザインを学び、2008年に独立。音楽ユニットを組んだ際につけた名前がYOSHIROTTEN。「冗談半分でセックス・ピストルズのジョニー・ロットンから拝借した」名前を今も使い続けている。2015年にYARを設立してからは、国内外の人気ミュージシャンからNIKEやエルメス、ボルシェなどのブランドまで多種多様なプロジェクトを手がけ、そのオリジナリティあふれる世界観が常に大きな話題となってきた。

「僕の場合、芸大を出たわけでもないし、特別な賞を受賞した経験もありません。常に作ったものだけで評価されると思っているので、誰もやってないことをやっていきたいし、それができる今の状態にいつもワクワクしています」

クライアントワークを手がけながら、グラフィックアーティストとしても活動。国内外で高い評価を得ている。

「自分の仕事でクライアントに喜んでもらえるのもすごくうれしいし、正解のないアートを追求しているのも楽しい。作っているときの意識は違いますが、両方ともつながっていて、スイッチで切り替えるような感じではありません。実際は、カテゴリーとか肩書にこだわりはないんですよ。僕のなかでは両方が一体化しつつ、刺激を受けあっている。今はこのやり方が心地いいし、バランスがいい。どっちなんだって決める必要もないと思っています」

アヴァンギャルドに見える彼の作品から感じるのは、80~90年代の「混沌」としたパワー。その時代を知る人間から見ればどこか懐かしく、知らない世代にとっては新鮮に思えるだろう。

「地元が鹿児島なんですが、子どものころに見ていた街や自然の景色が自分のベースになっているのかもしれないですね」

そんな彼に銀座という街は、どう見えているのだろうか?

「この数年、銀座は大きく変化していますよね。その最初のきっかけがGINZA SIXだったように思います。でも昔から変わらないこともあってうまく融合している気がします。戦後のネオン街だった時代から現代までたくさんの色を放ってきた銀座という美しい街に思いを馳せて、「銀座は夜の6時」のビジュアルは描かれています」

MUST-KNOW SPOT

多忙な人ほど美しくすこやかであれ

現代を軽やかにサバイブするには、健やかな体を保つことが欠かせない。
ジム通いが続かない人に、ぜひ知ってほしいGINZA SIXのスポットを紹介。



アメリカのバーモント州で考案された「ダヴィンチボディボード」。チューブを使って体幹強化と有酸素運動のW効果。自分で負荷を調整できるので、初心者でも挑戦しやすい。

無理なく続けられる先に、新しい自分に出会う喜びがある

美しさの根源には健康がある。素敵な人という印象を作りたいと思ったら、ボディメイクが一番の近道だ。適度な筋肉がついたしなやかなボディは、服を着こなせることはもちろん、佇まいや仕草まで洗練されたものにしてくれる。それが自信へとつながり、纏うオーラまでも魅力的に変えていく。仕事にプライベートにあわだいたしい毎日、機能的に動ける体があればフットワーク軽く乗り切れるし、ここぞという時の粘りも効くだろう。今を生きる人にとって、強く美しいボディへのコミットメントはもはやたしなみともいえそう。

とはいえ、一日の自由な時間は限られている。効率よく、そして楽しくボディメイクをするには？ その答えはGINZA SIXのBIFにあり、知る人ぞ知る女性専用のトータルビューティーサロン「BEAUTY TERRACE GINZA ~DRESS CIRCLE~ (ビューティー テラス ギンザ ~ドレスサー

クル~)」にある。エステのように清潔感あふれるエントランスから奥に入ると、そこにはさまざまな機器が揃うジムが広がっている。ボードとチューブを使って自在に負荷をかけられる「ダヴィンチボディボード」や、空中エクササイズ「シルクサスペンション」など、世界中から選りすぐりのワークアウトとエステが集結。エステは筋膜リリースや骨盤ケア、腸デトックスなど選択肢も幅広く、パーソナルトレーニングとコンディショニングを同じ店舗内で一度に受けられるのが特徴だ。

「ボディメイクは、ほぐすと鍛えるを同時に行うことが大切です」と語るのは、店長の中村野乃子さん。「最近はずりばなしのリモートワークでお尻が固くなっていたり、肩が前に出て姿勢が前傾にゆがんでいる方も多。その場合、いきなり鍛えてもあまり効果は得られません。まず固まった筋膜や関節をしっかりほぐして筋肉を適切な位置に戻し



てから鍛えていくことで、美しいボディラインに。逆にゆるんだ体を引き締めることが目的の場合は、トレーニング後の代謝が上がった状態で痩身を受けると、相乗効果でよりサイズダウンしやすくなります」

そして、体づくりにおいて狙い通りの結果を出す最大のコツは「継続すること」。「ジムに行く時間がない」「筋トレマシンは退屈が続かない」などという女性の声に応えるべく、ビューティー テラス ギンザでは短い時間で低負荷でも効果が得られやすい、楽しい動きのエクササイズで気分が上がる、などの続けやすいメニューを積極的に導入。パーソナルトレーナーによる丁寧な指導と調整が受けられるのも安心できる。

通っているメンバーの方々からも「1回の時間が短いので、運動初心者にもとつきやすい」、「加圧とキャビテーションのコンビでお腹周りのサイズがかなりダウン」、「正しい姿勢と動きで質の高い運動ができる」など満足度の高いコメントが続々。銀座駅直結という抜群の立地だから、仕事帰りのリフレッシュに、ショッピングと併せて…と気軽に立ち寄りやすいのも大きなメリット。自分のライフスタイルになじませることができれば、ボディメイクは成功したも同然だ。



SHOP INFORMATION

BEAUTY TERRACE GINZA ~DRESS CIRCLE~ ビューティー テラス ギンザ ~ドレス サークル~

GINZA SIXのBIFにあるパーソナルエクササイズ&エステティックサロン。世界の先端ビューティーコンテンツを日本流に解釈、アレンジして提供。エステメニューも豊富に揃い、体のメンテナンスが効果的に叶う。

Tel: 03-5537-6681

Open: 10:30 - 20:30

Menu: パーソナルトレーニングコース 30分 ¥9,900 (体験価格 ¥3,500)
VR加圧トレーニング 45分 ¥12,960 (体験価格 ¥4,500)
痩身エステ×トレーニングコラボコース 60分 ¥19,800 (体験価格 ¥7,500) ほか

*パーソナルトレーニングコースは「加圧ビューティー」「シルクサスペンション」「ダヴィンチボディボード」からひとつお選びいただけます。痩身エステは「ラジオ波」「キャビテーション」「筋膜リリース」「頭筋膜リリース」からひとつお選びいただけます。

MENU

体調に合わせて選べる豊富なメニュー

TRAINING MENU

トレーニングメニュー

01

加圧ビューティー



30分で2時間分の筋力トレーニング効果があり、短時間・低負荷で筋力アップしたい人に最適。レベルに合わせてトレーナーが最適な負荷に調整してくれる。

02

シルクサスペンション



ハンモックと2本のサスペンションを使って行う、ニューヨーク発の空中体幹トレーニング。空中に揺られながら、美しい姿勢や柔軟性のアップを目指す。

03

VR加圧



ドイツ発、バーチャルリアティエーを使用した最先端エクササイズ。映像を楽しみながらゲーム感覚でコアマッスルを強化。集中力やバランス感覚も養える。

ESTHETIC MENU

エステティックメニュー

01

筋膜リリース



オールハンドの施術で筋膜の癒着を解消。体や関節の動きがスムーズになり、シルエットメイクの効果も高い。運動不足やむくみを感じる人にもおすすめ。

02

頭筋膜リリース



頭皮のコリをほぐし、首回りや頭の血流を促進。脳疲労を感じてリラックスしたい人、顔のくすみやハリ不足、目の疲れを解消したい人にぴったり。

03

ラジオ波・キャビテーション



高周波温熱で脂肪を撃退する「ラジオ波」や、振動を与えて頑固な脂肪やセルライトに即効アプローチする「キャビテーション」ですっきり理想のボディに。

SPECIAL DISCOUNT
メンバーズ8折

通常体験価格
¥7,500 → 限定価格
¥5,500

「GINZA SIX magazine」を毎月お届けいたします。
〒100-0001 (東京都千代田区千代田) 丸の内線有明駅南口徒歩1分
http://www.kaatsu-omotesando.com/shop/ginza-six/

Shop News

1 「空即是色 Illusion of Reality」

9月11日(日)まで



Philippe Colliot(L'atelier Sunflowers Collaboration Series)2022

銀座 蔦屋書店 FOAM CONTEMPORARY | 6F

2022年7月にオープンとなった新しいアートスペース「FOAM CONTEMPORARY」にて、「空即是色 Illusion of Reality」を開催します。生まれた国や地域、個々の経験、取り巻く環境が異なる8人の作家の作品を展示。現代を生きるポップ・アーティストたちが発信する、千変万態の作品をぜひご覧ください。

5

COLUMN コラム

9月28日(水)～11月1日(火)まで



POP UP | 4F

美しい建物を支える円柱のように、芯はしっかりとありながらも、エッジの部分は柔軟でしなやかな曲線を描く現代の女性にむけたコンテンポラリーブランド、COLUMN。GINZA SIX限定の特別な商品も取り揃えたポップアップストアでは、美しさを引き出すアイテムの数々が揃います。

2

HENUA - ORGANIC SKINCARE

ヘヌア - オーガニックスキンケア

9月27日(火)まで



POP UP | 3F

フィンランド発、シンプルラグジュアリーなスキンケア(ヘヌア)が日本上陸。精製水を一切加えず、フィンランドの森のベリー類や樹液など肌に必要な成分のみを贅沢に配合。エコサート・オーガニック認証、欧デザインアワード受賞。会期中のご来店で、限定特典もご用意しています。

6

SIGNS OF A NEW CULTURE

～時代をつくるアーティストたち～ vol.8

9月22日(木)～10月5日(水)まで



Artglorieux GALLERY OF TOKYO | 5F

国内外で現代アートとストリートアートの大ブームが起こり、カルチャーと進化している近年。そんなアートカルチャーシーンを担う人気アーティストから、今後の活躍が期待されるニューウェーブまでの作品を集積させた企画展を開催。時代をつくる新しいアートを、ぜひご覧ください。

3

ONEGRAVITY

ワングラヴィティ

9月27日(火)まで



POP UP | 4F

黒を基調に、リラックスウェアからシャツ、ブルゾンまでを展開するONEGRAVITY。"上質はラフに、カジュアルには緊張感を"を合言葉に、上質な素材と艶感のあるデザインで唯一無二の存在感を放ちます。カジミヤチェックシャツやレザースニーカーなど、GINZA SIX限定モデルも登場します。

7

A.P.C. GOLF

アー・ペー・セー ゴルフ

9月28日(水)～11月8日(火)まで



POP UP | 3F

A.P.C.から待望のゴルフブランド、A.P.C. GOLFが誕生。機能性にユーモラスな要素を加えることで典型的なゴルフウェアの枠を超え、フィールドライフと日常のどちらにも楽しめるゴルフウェアを展開。日本では希少価値の高い商品を多数取り揃えて、新たなゴルフスタイルをご提案します。

4

maison de purin

メゾン・ド・プリン

9月6日(火)～10月2日(日)まで



POP UP | B2F

兵庫県・西宮市発、お酒とのマリージュを提案するプリン専門店 maison de purinのポップアップストアを開催。素材の相性、風味の重なり、香りの組み合わせを妥協なく追求したプリンで、贅沢なひとときをお楽しみください。GINZA SIX限定でお子さま向け「パニラプリン」の特別販売も。

8

Sweets Factory Cerise

スイーツファクトリー スリーズ

10月4日(火)～11月6日(日)まで



POP UP | B2F

大阪・堺東の洋菓子店Sweets Factory Ceriseが、GINZA SIXに初出店。銀座エリア初登場となる一番人気の「安納芋トリュフ」は、糖度40度の種子島産安納芋のスイートポテトを、本場のベルギー産チョコで優しく包み込んだオリジナルスイーツ。見た目も彩り豊かな5種類の味で展開します。

Editor's Letter

今年の夏、GINZA SIXの3Fに4月末に誕生した「ALAÍA(アライア)」のストアで、細いネイビーのストライプが入った白のオーバーブラウスに、一目惚れならぬ"一着惚れ"をし、購入する機会がありました。女性の曲線美を愛でたバリの偉大なクチュリエで知られる亡きアズディン・アライアのボディコンシャスなコンドレスが、バブルに沸いた80年代の日本で一つの象徴的な衣装となった過去をリアルには知らない私にとって、実はこの一着が、初アライア。

その後継に指名された現在のアライアのクリエイティブディレクター、ピーター・ミュリエによってモダンにアップデートされたデザインに、アズディンの時代から協業してきたアトリエの職人たちの技術が変わらず活かされているという、纏った瞬間から虜になる圧倒的な造形と、身体をこれ以上なく美しく仕立ててくれる魔法は、「絶対にカレじゃなきゃ!」と若かった頃の大本命的なことにも似て、ファッションへの執着をあらためて自覚する体験に。

同時に、迎え入れられたGINZA SIXのストアデザインを眺めても、わかりやすく主張しすぎることなく、あくまでしっとり。一方で本物の建築ディテールへのこだわりからシーンの切り替えの妙まで、オリジナルな美学が貫かれている。特に半円のスクリーンで隔てられた奥に広がるフィッティングエリアには、商業施設の中にありながら、スピリチュアルなほど自分と洋服との関係に没頭できるプライベートな時間が流れていました。

その理由を知りたいという思いもあって、今回のGINZA SIX店の空間を手がけ、生前のアライアとも親交が深かった女性アーキテクトのレジェンドの一人で、あのヘルムート・ニュートンが1985年当時の彼女を撮影したポートレートも存在する ソフィー・ヒックスにZoomでのインタビューを打診してみたところ、ギリシャでのパカンスの合間を縫っていただき、実現の運びに。曰く「GINZA SIX店はアジアで最初のフラッグシップだったので、アライアが持っている高いレベルの可能性を見せたかった。実際にはそういうサービスは行っていませんが、仮に日本のお客様がクチュールのドレスをオーダーしようとしたら、パリまで行かなくても、職人さえパリから東京に配置すれば、GINZA SIXでもできるような。そのためにストアの1/3の広さをフィッティングエリアに充てています」とソフィー(彼女が空間に潜ませたさらなるメッセージは誌面内の企画「Embedded in the Design」でご一読いただけます!)

そこには自分がぼんやりと受け取っていた感覚への想像以上の答えがあり、「まだまだ知らないGINZA SIX」、その先のファッション体験への誘いがありました。そして今号は読者の皆さんにとっての"Undiscovered"なGINZA SIXもまたお届けできたらと、編集部一同、企画を捻り出し、様々にコミュニケーションを投げかけた一冊になります。

その上で、それぞれの新たな発見の先に、同じく「理由を知りたい」という思いが立ち上がったなら、ぜひGINZA SIXへ、皆さんからも投げかけを! 次号でできる限りの企画と取材をもって、解き明かしをさせていただく心算です。

GINZA SIX magazine 編集長 岡田有加

Team

Publisher: GINZA SIX RETAIL MANAGEMENT CO., LTD.

Editor in Chief: Yuka Okada (81)

Illustration (Cover): Jean Jullien

Art Director: Shogo Kosakai (Siun)

Designer: Takuto Mashimo (Siun)

Edit & Text: Mari Otsuka (p.4-9, p.42-43), Mayuko Yamaguchi (p.10-17), Yoshikatsu Yamato (p.18-23), Yoshinao Yamada (p.24-31), Minorii Okajima (p.32-39)

Text: Chiyo Sagae, Yuka Okada (p.0-3), Tamaki Sugihara (p.40), Kosuke Kawakami (p.41), Sachiko Nomura (p.42-43),

Photos: Shinji Nanzuka (p.0-1 / NANZUKA), Masahiro Sanbe (p.4-9), Shintaro Oki (p.10-13), Yuka Yanazume (p.14-17 / Lucent), Reiko Toyama (p.18-23), Junpei Kato (p.24-31), Toru Oshima (p.32-39 / item), Hiromi Kurokawa (p.32-39 / shop & snap), Kaori Ouchi (p.36 / FUEGUIA 1833), Akemi Otsuka (p.42-43)

Styling: Fukami (p.6 / Daishin Mikami), Hikari Ishikawa (p.10-13), Mayu Yauchi (p.14-16)

Hair & Makeup: Miyuki Ishikawa (p.6 / Daishin Mikami), Shiori Nagata (p.4-9 / Nous)

Illustrations: Yoshimi Hatori (p.40-41)

Assistant Editor: Ayumi Kinoshita (81)

Shipping support by Marchingband Company
English copy by RendezVous Co., Ltd.
Printed by Taiyo Printing Co., Ltd.

Overall editing direction by 81 Inc.

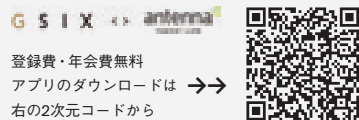
*掲載商品の価格はすべて税込となります。
*掲載レストランでのサービス料に関しては表記価格とは別となります。
*掲載情報は2022年8月20日時点のものとなります。

App

持ち歩けば、ショッピングが変わる

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が満載です。ぜひダウンロード・登録して、GINZA SIXでのショッピングをお楽しみください。

- お買い物時にアプリ提示で110円(税込)につき1ポイント付
- 館内のショップやサービスをスマートにご案内
- レストラン予約
- GINZA SIXの最新ニュースや会員限定情報を配信



*iPhoneはiOS9以上、AndroidはAndroid5.1以上が対象

Instagram

チェックすれば、最新の情報がわかる

約240店舗が集まるGINZA SIX。公式インスタグラムではそれぞれの店で開催されるイベントやパーティ、新たにオープンするブランド、期間限定オープンのPOP UP、注目の限定アイテム、季節限定のフード&ドリンク、レストランの特別メニューまで、選りすぐったコミュニケーションを発信。ぜひフォローして、GINZA SIXでの時間をお楽しみください。

Follow us! -->

@ginzasix_official



Parking

GINZA SIXへのアクセスはお車のご利用が便利です

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| ① 早朝から深夜まで営業 6:00～26:00 | |
| ② 銀座エリア最大級 445台 | 3,000円以上のお買い上げ → 1時間無料 |
| ③ 利用料金300円(税込) / 30分 | 10,000円以上のお買い上げ → 2時間無料 |
| ④ 店舗ご利用のお買い上げ金額によるサービス | 30,000円以上のお買い上げ → 4時間無料 |

*GINZA SIX各店舗にて加算します。各店舗でのお支払い時に駐車券をご提示ください。
*お買い上げ金額は税込・合算可です。*当日のお買い物のみ対象となります。*一部対象外の店舗がございます。

Access

東京メトロ / 銀座線・丸ノ内線・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、都営地下鉄 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。

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
※一部店舗により異なります

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)

*急遽、営業時間変更になる場合がございます。
*最新の営業時間は公式WEBサイトまたは総合インフォメーションにてご確認ください。
*店内の状況などにより、予告なく入店規制を行う場合がございます。
*今後の状況により、すべて変更になる可能性がございます。

詳しくはGINZA SIX公式WEBサイトをご覧ください。

https://ginza6.tokyo -->





Index

000 - 003
Get to Know Jean Jullien
Art

004 - 009
Share the Beauty
Beauty

010 - 013
Mysterious Pairings
Food

014 - 017
Dining Solo
Restaurants

018 - 023
My Personal Ginza
Ginza

024 - 031
Embedded in the Design
Design

032 - 039
Eureka! Fall Fashion
Fashion

040 - 041
Cultural Manifesto
Culture

042 - 043
Must-Know Spot
Fitness

まだまだ知らないGINZA SIXへ