

GINZA SIX

magazine

<https://ginza6.tokyo>

春、はじまりの季節のあなたに捧ぐ。



FASHION ISSUE
SPRING 2018

G S I X

FEATURE 1

Retail Spaces and Fashion Design



SIXIÈME GINZA

GINZA SIX を象徴する空間、麻の葉の文様を施した天井の下に広がる中央のアトリウム。開放感あふれるこの吹き抜け空間に位置するシジェーム ギンザは、本質を極めた大人の女性の様々なライフスタイルに寄り添う雑貨を中心としたセレクトショップ。ショルダーバッグとノーヒールのサンダルはリラックス感を演出する一方で、光沢感が美しいサテンドレスの上にはイエローのブルゾンをアクティブに羽織って。ブルゾン ¥78,000・キャミソールドレス ¥42,000 (コート)・バック 〈高さ7×幅7cm〉 ¥33,000 (キャリー フォーブス)・シューズ 〈ヒール1.8cm〉 ¥82,000 (ニコラス カークウッド) / シジェーム ギンザ 【2F】



N ° 2 1

ヴィンテージの家具をカスタムした什器や、そのコレクション同様レイヤリングと素材使いにこだわった店内は、ブラック＆ホワイトの大理石が敷き詰められたご覧のショーケースに至るまで、デザイナーのアlessandro・デラクア氏自身がアートディレクションを担当。袖にレースがあしらわれたブルゾン、体のラインに沿った花柄スカートを主役に、ラグジュアリーな素材と色、柄の掛け合わせを楽しみたい。ブルゾン ¥130,000・タンクトップ ¥30,000・スカート ¥69,000・ベルト ¥52,000・ソックス ¥10,000・シューズ〈ヒール11.5cm〉¥93,000（ヌメロ ヴェントゥーノ）／ヌメロ ヴェントゥーノ 【3F】



Giuseppe Zanotti

シューズを際立たせる白い壁に囲まれた深い空間、瀟洒な大理石の床は、世界各国に展開中のショップと同様の揺るぎない美意識が貫かれている。ジュゼッペザノッティらしい繊細かつチャーミングなデザインの新作ミュールは、上半身から足先までをモノトーンでまとめてレディに着こなしたい。足の甲を美しく覆うブラックシルクサテンのストラップに、ビジュがきらめくゴールドのあしらいが贅沢な印象。光り輝くスネークアンクレットをアクセントに、足元からドレスアップ。ミュール〈ヒール11.5cm〉¥131,000・アンクレット ¥50,000（ジュゼッペザノッティ）／ジュゼッペザノッティ 【2F】



スニーカーでラフに着崩したスリーピースのメンズスーツ、全身をドット柄で彩ったウィメンズのドレスルックは、細やかなデザインディテールに裏付けられたメゾン マルジェラのフィロソフィーをも身に纏いたい。80 年以上の歴史を誇る NY 発の雑誌『INTERIOR DESIGN』（2017 年 12 月号）で「Best of Year (Large Retail)」を受賞した GINZA SIX では、館内に一貫して施されたグラフィカルな光のラインも、最旬モードを引き立てる。左：セットアップ ¥300,000・ジレ ¥76,000・シャツ ¥71,000・スニーカー ¥91,000 右：ドレス ¥444,000・パンプス（ヒール 11cm）¥130,000（メゾン マルジェラ）／メゾン マルジェラ 【3F】

Maison
Margiela





KENZO

アジア最大級のGINZA SIX店は、ケンゾーのユニークな世界観が堪能できる空間。中でも特徴的なのはクリエイティブディレクターのウンベルト・レオンとキャロル・リムが指定したというヴィヴィッドな色彩のカーペットや壁紙。ボーダーとストライプのコンビネーションが新鮮なウィメンズに対し、メンズはポップなロゴジャケット、人気のタイガー刺繍が目立つスニーカーで遊び心を。左：トップス ¥51,000・スカート ¥60,000・シューズ〈ヒール 7.5cm〉¥39,000 右：ジャケット ¥280,000・トップス ¥25,000・パンツ ¥30,000・スニーカー ¥29,000（ケンゾー）／ケンゾー 【3F】



デザイナーの故郷カナダの森林を想起させる、壁のオクメ材やカウンター内のビジュアルが大人の落ち着きを感じさせる店内。タフな印象の新作アウターはクリーンかつドレシーにスタイリングして、バランスよくテイストをミックス。ウィメンズはヒール、メンズはトップスにアクセントカラーを取り入れることで、抜け感のある洗練されたバイカースタイルに仕上がる。左：ジャケット ¥190,000・ニットドレス ¥92,000・シューズ〈ヒール 12cm〉¥98,000 右：ライダーズ ¥345,000・トップス ¥65,000・パンツ ¥83,000・ブーツ ¥111,000（ディースクエアード）／ディースクエアード【3F】

DSQUARED2



ALEXANDER WANG

人気のシューズが陳列された棚をはじめ、ライトグレーの色調でまとめられたミニマルな空間。シルバーのラックが存在感を放つアレキサンダー ワンのショップは、世界の直営店の中で最も新しいコンセプトが採用されている。大理石のグラデーションともどこかリンクする、ウォッシュドデニムのセットアップは、シャーリングTシャツのインナー、ヒールシューズの足もとでストイックに。デニムジャケット ¥56,000・Tシャツ ¥25,000・デニムパンツ ¥39,000・シューズ〈ヒール10cm〉 ¥77,000（アレキサンダー ワン）／アレキサンダー ワン 【3F】



EQUIPMENT

国内では唯一の店舗でフラッグシップストアでもある GINZA SIX 店は、白とウッドを基調にしたモダンでクリーンなイメージがコンセプト。観葉植物も配されたコージーな空間の壁には、アイコン的なモデルたちを捉えたモノクロのフォトヴィジュアルがならぶ。注目の春夏コレクションからは、鮮やかなカラーラインがアクセントになったシャツとワンピースを、グラフィカルなレイヤードスタイルで。シャツの胸元や袖はボタンを開けて、ラフに着崩したい。ブラウス ¥29,000・ワンピース ¥36,000（エキップモン）／エキップモン 【3F】



GINZA SIX MEMO

世界的建築家の谷口吉生氏が初期の都市計画と建物の外観設計を手掛け、二街区を一体化し再開発することで誕生した GINZA SIX。大人が心身からゆったりとショッピングを満喫し、そのスケール感ゆえ、各ブランドがリテールデザインを通して世界観を表現した空間も見逃せない。広さを活かし、レディースとメンズ両方のアイテムをそろえたユニセックス向けのショップも充実。パートナーや異性の友人と連れ立って出かけるも楽しい。

ALEXANDER McQUEEN

オープンなエントランスの脇には、石膏のパネルに彫刻が施された巨大な白のビスポークパネルがそびえ立つ。真鍮で装飾された什器から大理石のコーヒーテーブルを囲むブラックベルベットのアームチェアまで、ラグジュアリーな空間に佇むスーツスタイルは、フェミニンとマスキュリンが同居したシルエットが秀逸。スーツ襟からのぞく赤いレース、リボンのビジュアークラッシュサンダルで、細部にエレガントさを添えて。ジャケット ¥385,000・トラウザー ¥114,000・イヤリング ¥285,000・ベルト ¥53,000・バック〈高さ 12 × 幅 16 × マチ 6cm〉 ¥198,000・シューズ〈ヒール 10.5cm〉 ¥156,000 (アレキサンダー・マックイーン) /アレキサンダー・マックイーン 【3F】

Cherry Trees in Bloom

FEATURE 2

桜の花が咲きました。
あなたのいない
春なのに。

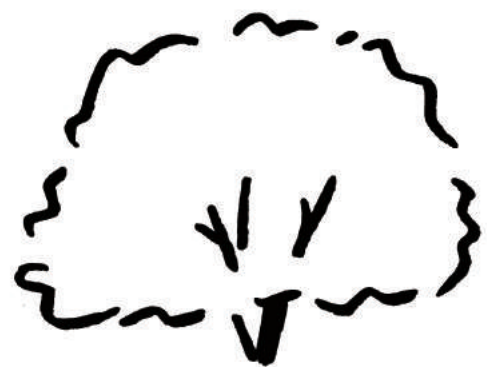


軽やかな素材感が春らしい天然素材のラフィアと上品なスエード素材の組み合わせが、オフにもオンにも活躍。トートバッグ“REBEL TOTE”〈高さ 21 × 幅 27 × マチ 11cm〉
¥168,000 リラックス感のあるコルク素材に、カラフルなジュエルを施したバックルがアクセント。チャンキーヒールもエッジイな印象。サンダル“DACHA”〈ヒール 8.5cm〉
¥128,000 (ジミーチュウ) / ジミーチュウ [2F]

散ることを知りながら
咲くことを恐れない
だから、サクラが好き。
あなたは確か、
そう言いましたね。



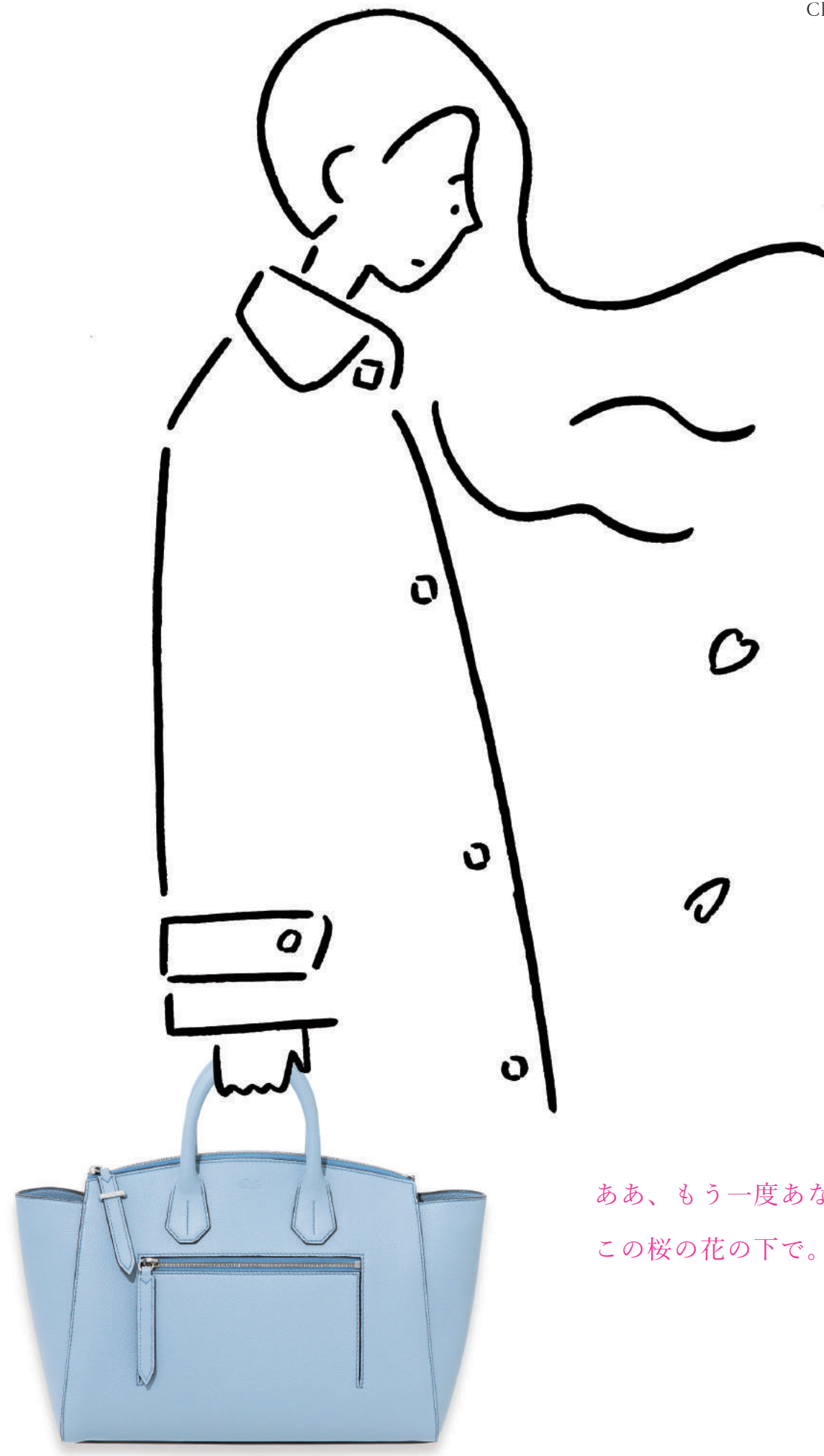
“Neo Romantic” というブランドの今季のテーマを象徴する、可憐なパウダーピンクのサテン素材に、Moon と題された初登場となる大小 2 種類のクリスタルがふんだんにあしらわれた欲張りな一足。アイコニックなメタルプレートが、女性らしいメリージェーンスタイルにひとさじの強さを感じさせる。フラットシューズ“SR MARY JANE”
¥129,000 (セルジオ ロッシ) / セルジオ ロッシ [2F]



花の命は短くて
 狂おしきことのみ多かりき。



新たなアイコンバッグ“AMBERLEY（アンバリー）”。この春はラッフルで縁取ったリップスティック・レッドに注目。ショルダーバッグ“SMALL AMBERLEY SATCHEL”¥130,000 シルクサテンのドレープパンプスは、ブランドの故郷イギリスで愛されるボーンチャイナの花瓶を彷彿とさせる、丸みのあるヒールが繊細な存在感。パンプス〈ヒール 7cm〉¥78,000（マルベリー）／マルベリー【3F】



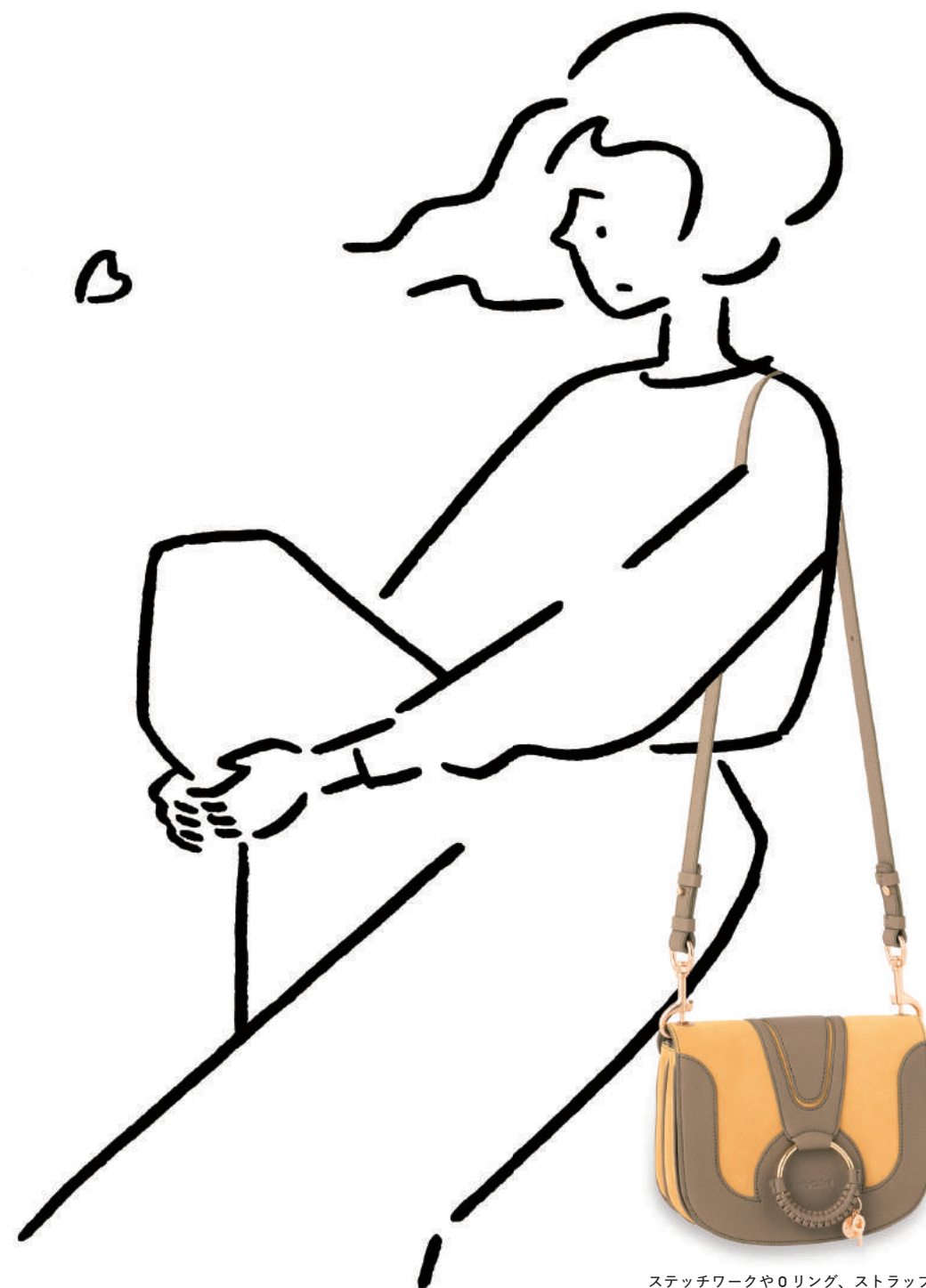
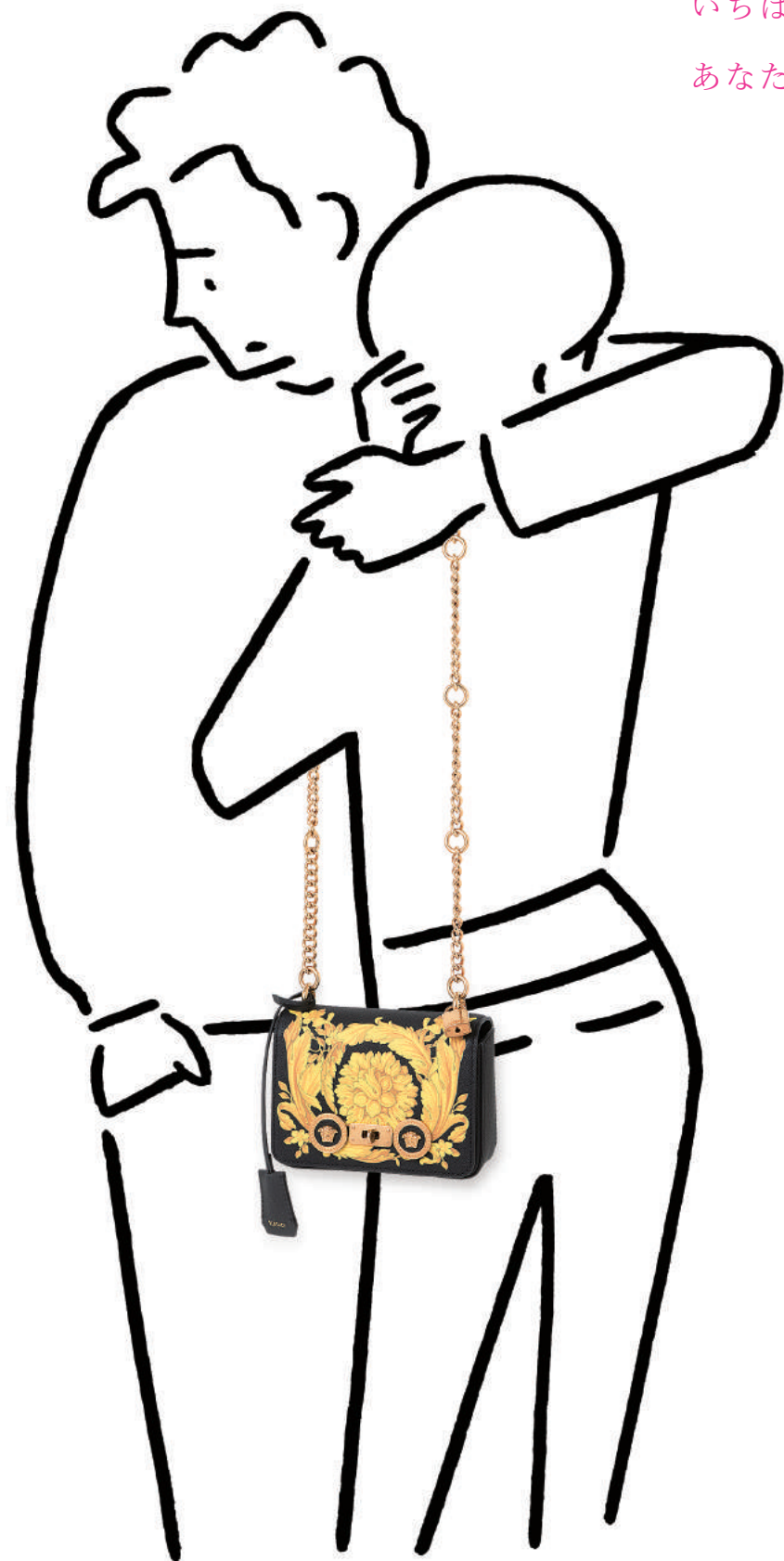
ああ、もう一度あなたに会いたい。
 この桜の花の下で。

定番“SOMMET（ソメ）”のトートバッグに、ジップ式開閉の新作が登場。外側にも同じくジップ式のポケット、裏側には取り外し可能な付属のストラップを装着するDリングもあしらわれ、機能性もアップデート。オーシャンブルーのグレインレザーはどこか春の空も思わせる。トートバッグ“SOMMET ZIP”〈高さ 21 × 幅 33 × マチ 11cm〉¥135,000（バリー）／バリー【2F】

この幾百億もの
花びらの中から
いちばん美しい花弁を一枚、
あなたのもとに送ります。

GINZA SIX MEMO

GINZA SIX の屋上庭園にも桜が植えられているのをご存じだろうか。早ければ2月後半、最初に濃いピンク色の花を咲かせるのは東側の廻廊に植えられた「河津桜」。さらに中央通り側の北の木立にまとめて植えられた日本産桜の原種の一つ「エドヒガンザクラ」は、その名の通り彼岸の頃に開花。一般的な「ソメイヨシノ」より見頃が長めで、周辺の樹木の様々な色の中に混ざり合いながらも透明感を放つ独特のピンク色が見どころだ。



ブランドの創設者であるジャンニ・ヴェルサーチによるデザインの中で、もっともヴェルサーチらしいプリント“BAROCCO（バロッコ）”にフォーカスしたトリビュートコレクションが発売。ショルダーバッグ〈高さ100×幅160×マチ50cm〉¥228,000（ヴェルサーチ）／ヴェルサーチ【2F】

ステッチワークやOリング、ストラップのオーバーサイズのフックといったディテールに代表される「クロエ」のDNAを受け継ぐ“HANA（ハナ）”に、春らしいライトイエローを使用したバイカラーが登場。ショルダーバッグ“HANA”¥53,000（シーバイクロエ）／シーバイクロエ【3F】

シンプルながら、片方の角を折り紙のようにたたんだデザインがワンアクセントに。程よいベージュ、やわらかな牛革の素材と大きめサイズはユニセックス仕様で、使うほどに重宝。トートバッグ¥98,000（ディスコード ヨウジヤマモト）／ディスコード ヨウジヤマモト【2F】

Exploring Ginza's

FEATURE 3

Art Scene

in Fashion



THE CLUB

GINZA SIX の開業と同時に、6 階の銀座 蔦屋書店の一角に登場したアートギャラリー。世界の最新アートシーンとも連動した先鋭的なキュレーションのもと、国内初の試みも含め、時代や分野の垣根を越えた注目の企画展を開催中。

東京都中央区銀座 6-10-1 GINZA SIX 6F
Tel. 03-3575-5605

DIOR

多彩な作品を遺したフランスの女性アーティストであり、モデルのニキ・ド・サンファルに着想を得た、今季のディオール。60's のエッセンスを感じさせるシースルーのドットシャツに、ブラトップのボーダーで柄合わせ。真っ赤なフレアミニとメタリックなシルバーブーツでアグレッシブに。ブラウス ¥180,000・ブラトップ ¥140,000・スカート ¥220,000・ピアス ¥45,000・バッグ〈高さ 17 × 幅 20 × マチ 9cm〉¥440,000・ブーツ〈ヒール 3cm〉¥297,000 (ディオール) / ハウス オブ ディオール ギンザ 【B1F ~ 4F】



日動画廊

創始者の長谷川仁氏が日本の洋画商の第一人者として 1928 年に創業。銀座に数ある画廊を牽引し、数百人に及ぶ油彩・彫刻・版画界の重要作家の紹介に尽力すること 90 年。現在は国内外に 5 つの画廊を展開、コレクターのニーズに応え続ける。

東京都中央区銀座 5-3-16
Tel. 03-3571-2553

F E N D I

洗練されたカラーリングで表現されたクラシックなフォルムのドレス。ヒールのフォルムが印象的なシューズにマルチボーダーのシースルーソックスを合わせて、足もとにプレイフルな息吹を。上品に肌がのぞくサイドのカットिंगにも注目したい。ジャケット ¥328,000・スカート ¥224,000・バッグ〈高さ 18 × 幅 23 × マチ 11cm〉¥508,000 ※銀座店限定・ソックス ¥14,000 ※参考色・シューズ〈ヒール 10.5cm〉¥107,000（フェンディ）／フェンディ 【B1F～3F】



若い時計台

銀座・数寄屋橋公園で異彩を放つ、岡本太郎の作品「若い時計台」（1968年設置）。時計の文字盤は顔に見立てられ、胴からニョキニョキと突き出るツノは、人間本来のほとばしる意欲を表現。夜はライトアップされ、街行く人々に光を注ぐ。

東京都中央区銀座 5-1-1

SAINT LAURENT



七色にきらめく絵画のような生地を纏い、挑戦的なアティテュードで。胸元が直線的に美しく開いたテイラード仕立てのオールインワンは、ロングブーツとも相性がよい深いミニ丈。ダブルリングのレザーベルトでウエストマークし、女性らしいボディラインをしっかり強調したい。オールインワン ¥390,000・ベルト ¥52,000・イヤリング〈4個セット〉¥90,000（サンローランバイ アンソニー・ヴァカレロ）／サンローラン 【B1F～2F】

AKIO NAGASAWA GALLERY

森山大道氏の個人写真誌『記録』をはじめ、多くの作家の写真集や展覧会を手掛けてきた長澤章生氏が主宰。写真作品をメインに据えた意欲的な企画展と、クオリティの高い写真集の出版を両輪に、今年1月には青山にも同ギャラリーをオープン。

東京都中央区銀座 4-9-5 銀昭ビル 6F
Tel. 03-6264-3670

VALENTINO



デコルテを美しく見せてくれるブラックドレスには、シルバーのリボンシューズを合わせて。過去のアーカイブを再解釈した美しい曲線でデザインされた一着は、生地がたっぷりと使われたボリュームなフリル袖、背中に大きなリボンがあしらわれている。ドレス ¥566,000（ヴァレンティノ）・バッグ〈高さ11×幅20×マチ7cm〉¥209,000・パンプス〈ヒール9cm〉¥113,000（ヴァレンティノ ガラヴァーニ）／ヴァレンティノ 【B1F～4F】

資生堂ギャラリー

資生堂が 1919 年、銀座の地に開設した現存する日本最古のギャラリーとされる。2001 年にリニューアルオープンした地下空間は天井高と銀座最大級の広さで、様々な作家の表現を可能に。3 月 25 日までは『渡邊耕一展 Moving Plants』が開催中。

東京都中央区銀座 8-8-3 東京銀座資生堂ビル地下 1 階
Tel. 03-3572-3901

CÉLINE



GINZA SIX MEMO

古くから画廊が集まる芸術の街 銀座を継承する GINZA SIX は、多くのパブリックアートを擁し、アートをテーマにした館でもある。2017 年春の開業時、吹き抜けのアトリウムに出現した草間彌生によるドットを南瓜に描いたバルーンのインスタレーションに代わり、今年 4 月からはフランスのアーティスト、ダニエル・ビュレンによる新作のインスタレーションがお目見えする。乞うご期待を！

流れるようなプリーツに目を奪われるスカートに、オーバーサイズのピンクジャケットを。エッジな印象が強いビッグシルエットは、春らしいカラーリングで着こなしたい。フィット感のあるネット素材のブラトップで肌をのぞかせ、メリハリあるフォルムを演出。左右でモチーフが違うショートブーツを小粋なアクセントに。ジャケット ¥295,000・ブラトップ ¥245,000・スカート ¥245,000・ブーツ 〈ヒール 8.5cm〉 ¥160,000 (セリーヌ) /セリーヌ 【1F, 2F】

Model : Koharu Sugawara
菅原小春。ダンサー。1992 年生まれ。独自に生み出したダンススタイルが話題を呼び、国内外のアーティストのコレオグラファーとして活躍。これまでにダンスの魅力を伝えるワークショップのため世界 40 カ国を 1 人で旅し、近年は単独公演も開催。その類い稀な存在感から、各界のクリエイター、ファッション界からもラブコールが絶えない。

FEATURE 4

The Heart of the Matter

by Van Cleef & Arpels



右ページの“ダンデリオン シークレット ウォッチ”より、タンポポの花びら部分の製作風景。糸ノコで台座に開けているのは、ダイヤモンドをより輝かせるための「ミザージュ」と呼ばれる明かりとりの窓。手作業による地道な作業だ。

日本の消費者の嗜好とフランス生まれのジュエリーは、極めて相性がよい。デリケートな細工、洗練されたデザインのフランス製ジュエリーは、美しい工芸品を身の回りに置いて愛でるという文化に親しんできた日本人にとって、近しく感じられるのだろう。このため多くのフレンチメゾンが1970年代から80年代にかけてこの国に進出したが、その先陣を切ったのがヴァン クリーフ & アーペル。パリのジュエラーとしては最も早い1973年に初出店を果たした。そのため日本での知名度は高く、多くの女性たちにとってヴァン クリーフ & アーペルは憧れの存在といえる。「日本人は感性の成熟度が高く、私たちの作るジュエリーの魅力を本当によく理解してくれます。だから私たちも、よい品を作ってお見せする甲斐があるので」と語るのは、プレジデント兼CEOのニコラ・ボス氏。精力的に世界を飛び回り、日本にもたびたびやってくる知日家だ。「成熟し目の肥えた人々にアピールするには、ただ珍しい宝石を使うだけではだめですね。愛あふれるストーリーをデザインに織り込み、名工たちが超絶技巧を凝らし、個性あふれる最高級の宝石を惜しみなく使う。これが私たちのメゾンのやり方です」

GINZA SIX にもブティックを構える

フランスが誇る老舗ハイジュエラー、ヴァン クリーフ & アーペル。そのユニークピースに見る独創性を極めたデザイン、CEOが語るメゾンのアイデンティティとは？

創業は1906年。ダイヤモンド商のヴァン クリーフ家と宝石商のアーペル家が婚姻によって結びつき、手を取り合って誕生した。20世紀初頭のベル・エポック期、それに続くアール・デコ期を経て、メゾンは花々や動物、昆虫たちの造形を生き生きと写し取った自然主義ジュエリーのスタイルを確立。1933年には「ミステリーセット」の技法で特許も取得している。宝石を留める爪が見えず、どうやってセットされているのか一見ただけではわからないこの技法は、ヴァン クリーフ & アーペルのお家芸ともいえる独自のテクニクだ。「ミステリーを解き明かすと、宝石ひと粒ひと粒の背面に溝を刻み、そこにレールをかませて台座に留めているのです。日本でいう人間国宝クラスのクラフトマンが手間を惜しまぬ作業で仕立てる、まさに美術工芸品ですよ」

ちなみにボス氏はカルティエ現代美術財団での仕事を経験した、アートに強い経営者。これがいい方向に働き、数あるジュエラーの中でもこのメゾンは優れたクリエイティビティで群を抜くこととなった。ボス氏がクリエイティブディレクターだった時代には「ポエティックコンプリケーション」ウォッチという独自のコンセプトも打ち立て、時計分野での圧倒的な存在感を確立。恋人たちが出会ってキスをする、蝶が舞い妖精が羽ばたく、惑星が太陽系をめぐるといったロマンあふれる情景を機械式時計で表現するという、他にはない新機軸を実現したのだ。「今年1月にジュネーブで新しいウォッチコレクションを発表しましたが、その中のテーマのひとつが“ル ジャルダン（庭園）”です。咲き誇る花々の表現は、メゾンが創業当初から得意としてきたところ。一見ブレスレットのようですが、カバーの下に文字盤が隠れているシークレットウォッチは、ヴァン クリーフ & アーペルならではのものといえるでしょう。このテーマは年間を通して取り上げ、

夏にはハイジュエリーも発表するつもりです」

価格の上限を問わないユニークピース（一点もの）から、ご存じ“アルハンブラ”や“ベルレ”といったアクセシブルな人気商品までが幅広く揃うヴァン クリーフ & アーペル。それらのすべてに通底するのは、愛や夢、自然といったポエティックな物語性だ。「私たちのメゾンのアイデンティティは“他とは違う”ということにあります。唯一無二であろうとするから、特別な価値を生み出せるのです」

もちろん、そうあるためには多大な努力の積み重ねや豊かな才能が必要だ。だが最高のものを生み出すのに近道はない。ヴァン クリーフ & アーペルのコレクションを向き合うひとときには、そんな心意気にも心を寄せたい。

Nicolas Bos

ニコラ・ボス。カルティエ現代美術財団に参画した後、ヴァン クリーフ & アーペルに移り、クリエイティブディレクターやヴァイスプレジデントとして活躍。店舗のコンセプト作りから国際ネットワークの構築まで幅広く手がけ、2013年に現職に着任。「メゾンの歴史を受け継ぎ、未来に伝えていくこと」が自らの使命だと語る。



GINZA SIX MEMO

ヴァン クリーフ & アーペル GINZA SIX 店は、関東最大級の面積を誇る3フロア構成。パリの瀟洒なアパートマンを彷彿とさせる階段の壁には、フランスの職人が金箔と手描きの絵を施した花、アーカイブに残るデザイン画、顧客として数々のスペシャルオーダーを依頼したウィンザー公爵夫人の写真などが掲げられ、ここもまたメゾンのアイデンティティに触れることができる場所。なお、2階には日本初のブライダルサロンも併設。



ダンデオン シークレット ウォッチ

ル ジャルダン（庭園）をテーマにした最新作より、タンポポが花咲くシークレットウォッチ（ユニークピース）。花の中央部をそっと開けると、小さな文字盤が顔を出す。透かしになった綿毛の部分は、震えるように揺れて輝くダイヤモンドが中に仕込まれている。



パキュレット ウォッチ

ひなぎくの花に生命が宿ったようなブレスレットウォッチ（ユニークピース）。春の色調のイエローサファイアやツァボライトガーネット、ダイヤモンドを厳選し、野の花を摘んだブーケを思わせる立体感で留めている。ル ジャルダン（庭園）をテーマにした最新作より。



コロンブ ミステリユーズ クリップ

ハイジュエリーコレクション“ル スクレ”より、伝書鳩をモチーフにした愛らしいクリップ（ユニークピース）。伝書鳩が運ぶルビーの手紙の部分はミステリーセットによる仕立て。手紙の裏には「L'Amour（愛）」という秘密のメッセージも刻まれている。



スー ソン ユール クリップ

同じくハイジュエリーコレクション“ル スクレ”より、オウムの親子のクリップ（ユニークピース）。スクレとはフランス語で秘密を意味する言葉。オウムの羽は動くようになっていて、羽の下に小さな雛が隠れている。赤い花の部分はルビーのミステリーセット。

DAMIANI / VENINI 【1F】

Q. ダミアーニ GINZA SIX 店の特徴は？

A. 他店舗に比べて男性のお客が多い傾向にあるため、特にメンズからも好評な、映画のフィルムをイメージした“ベル エポック”やブランドの頭文字を使った“ディーアイコン”などが充実しています。



クロスモチーフが印象的な“ベル エポック”など、ブランドを象徴するシグネチャーコレクションがショーケースにずらり。

Q. ヴェニーニはどんなブランド？

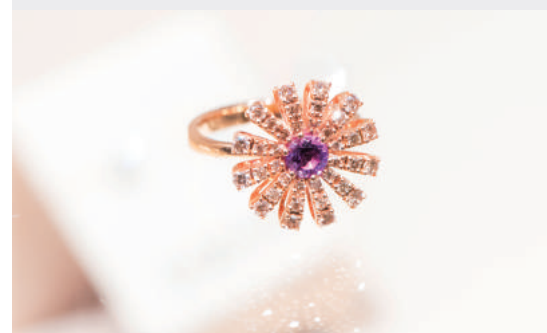
A. 宙吹のガラス製品を専門とするヴェネチアングラスブランド。店頭では様々なアーティストとコラボしたアート作品をはじめ、手に取りやすい実用的な一輪挿しまで幅広く用意しています。



大輪の花々が四方八方に咲き誇るようなシャンデリアが、店頭で圧倒的な存在感を放つ。シャンデリア ¥3,740,000 ~ (ヴェニーニ)

Q. ダミアーニとヴェニーニ、2つのブランドの共通点は？

A. ともにイタリアでファミリービジネスを展開し、100年近い歴史を持つ老舗のラグジュアリーブランド。ダミアーニの社長がヴェネチアングラスブランドのヴェニーニのポリシーに共鳴し、GINZA SIXに世界初の共同出店が実現しました。ダミアーニで自分自身を飾り、ヴェニーニで空間を飾ってもらいたいという想いが込められています。



センターのアメシストが神秘的に輝く、マーガレットを模した“マルゲリータ”。リング [PG, アメシスト×Dia] ¥336,000 (ダミアーニ)

ANSWER

Kyoko Sasaki

ブティックマネージャー。ウォッチ&ジュエリーブランドでのセールス経験を積んでGINZA SIX店配属に。ジュエリーに加えアート作品に対する知識を常に高められるよう、日々勉強を積み重ねている。



LE LABO 【1F】

Q. 他のパフュームブランドと何が異なるの？

A. ニューヨーク発信の香水ブランドで、香料の質や調合に強いこだわりがあります。万人に受ける香りというより、その人の本質を引き出してくれるような香りを目指して作られています。



スモーキーな白樺に、ふんわりと香るヴァニラが絶妙にマッチしたPATCHOULI 24。フレグランス 〈100ml〉 ¥30,000 (ル ラボ)

Q. メイドトゥオーダー（受注後に調合）にこだわる理由は？

A. 香水は一般的に水とアルコール、香料が混じり合った約1年後に劣化が始まるといわれています。ル ラボでは最終調合を日本のラボで行っているため、新鮮かつ安全な状態でお客様に提供できています。



フレグランス以外に、キャンドルやボディ用のケアアイテムなどを用意。キャンドル 各 ¥10,000 (ル ラボ)

Q. 店内に入った瞬間に香るのはどの香水？

A. よく言われるのですが、店内にルームフレグランスを用意しているわけではないんです。お客様がいらっしゃってサンプルを試されたときの香りが蓄積されて、それがお店の香りになっているんだと思います。ナチュラルな香りなので、いろんな香りがミックスされてもそれが味わいになるのが、ル ラボの香りの特徴でもあります。



ニューヨークの路地裏にあるショップに迷い込んだかのような、木の温もりが感じられるレトロ&シックな店内。刻印機や香料もさりげなくディスプレイ。

ANSWER

Masami Inagaki

ショップマネージャー。ル ラボのコンセプトに共感し、ファッション業界から転職。「香りは日々の生活を彩る大切なアイテム。決して主張し過ぎない、自分だけの香りを見つけたお手伝いをしています」



the HOUSE 【1F】

Q. ザハウスって、どんなお店？

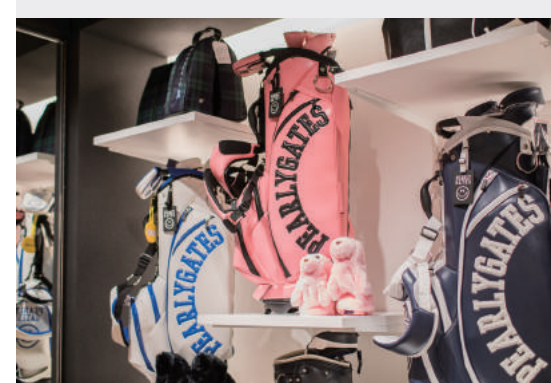
A. バリーゲイツやニューバランスゴルフなど、ゴルフウェアを中心としたスポーツアパレルのセレクトショップです。スポーツを通してのライフスタイルを提案していて、プレイ中のウェアだけではなく、ゴルフに行くときに着てもらいたいアパレル商品も用意しています。



キャッチーな星条旗モチーフが印象的なニューバランスゴルフのスパイク。スニーカー ¥17,000 (ザ ハウス)

Q. どんなスポーツのアイテムを展開している？

A. 全7ブランドが揃うゴルフウェアがメインですが、アスレジャーを提案するフィットネスウェアなども取り扱っています。



バリーゲイツのロゴがグラフィカルに描かれたキャディバッグ。バッグ 各 ¥39,000 (ザ ハウス)

Q. 接客で心掛けていることは？

A. ゴルフという共通項はあるものの、お客様の幅が非常に広いので、何を求めているかをお伺いするようにしています。ゴルフに慣れた方から初心者、そしてギフト需要も多いので、予算や贈られる方のイメージも聞いて相談に乗っています。



スマイルマークが目を惹くゴルフボールが入ったレザーポーチはギフトとしても。ゴルフボールセット 〈ボール4個、ティー2本入り〉 ¥13,000 (ザ ハウス)

ANSWER

Kanako Mori

アシスタント・マネージャー。趣味で始めたゴルフがきっかけで、スポーツアパレルに興味を持ち現在の仕事に転職。「通常の洋服とは違って、デザイン以上に機性能性が重要。サイズ感についても気を配ってアドバイスしています」



DIESEL BLACK GOLD 【3F】

Q. DIESEL BLACK GOLD と DESEL の違いは？

A. ディーゼルとは異なり、ディーゼル ブラック ゴールドはクリエイティブディレクター、アンドレアス・メルボスタッドが生み出すコンテンポラリーなラインです。毎シーズン、ミラノコレクションで発表されています。



チェックプリントのワンピースは、素材の肌触りと耐久性に優れた一枚。ワンピース ¥32,000 (ディーゼル ブラック ゴールド)

Q. ブランドの特徴は？

A. レイヤードで魅せるコーディネート、そして素材の良さと実用性の高いデザインも大きな魅力です。シンプルなデザインほど、素材へのこだわりを実感してもらえると思います。



形状記憶加工が施されたデニム。パンツ 左から ¥26,000 ¥26,000 ¥32,000 (ディーゼル ブラック ゴールド)

Q. どんなところにブランドの進化を感じる？

A. 年々、素材の良さが際立ってきていることを店頭で商品に触れて実感しています。またレディースは細身で体のラインをきれいに见せるアイテムが多いのですが、カジュアルでありながらもどこかセクシュアルなデザインは、アンドレアス・メルボスタッドが就任してから特に秀逸なものになったと感じます。



シーズンごとのコレクションテーマに合わせて、店内を彩る装花もチェンジ。

ANSWER

Ami Kinjo

ショップスタッフ。ディーゼル ブラック ゴールドでの販売歴8年。ブランドの移り変わりを見続けて来たからこそ分かる魅力を、感度の高いGINZA SIXのお客様に伝えられることに喜びを感じている。



Blumarine 【3F】

Q. ブランド名の由来は？

A. デザイナーのアンナ・モリナーリが、共同代表の旦那様と訪れたイタリアの海に感動したことがきっかけで命名されました。自然が好きということで、コレクションにはフラワーやレオパードなど、大自然を感じさせるプリントが反映されています。



エレガントかつ華やかなシャンデリアは、フランスのブティックとリンクするオリジナルデザイン。

Q. アイコニックなアイテムは？

A. ニットです。アンナ・モリナーリがニット工房を営む家で育ったこともあり、素材やプリント製法など、すべてにこだわりがあります。特にレーヨンスパンデックスというストレッチ性のあるオリジナルの糸で仕立てたカーディガンは、定番アイテムとして愛されています。



特殊なレーザーカットを施したシフォンをあしらったニットカーディガンも伸縮性抜群。カーディガン ¥150,000（ブルマリン）

Q. GINZA SIX 店ならではの売れ筋アイテムは？

A. パーティなど、華やかなドレスを着こなす場があるお客様が多いこともあり、ドレスの需要があり、多数用意しています。一枚でさりと着るだけで、存在感が演出できると好評です。



ほんのり透け感のあるデコルテや袖が上品なミニドレスは、フィット感も抜群。ドレス ¥270,000（ブルマリン）

ANSWER

Ayako Yamayoshi

服飾専門学校を卒業後、お客様の声を実際に聞ける接客に興味を持ち、ファッション業界へ。2010年よりブルマリンでの接客をスタート。自身の好きなブランドを通して、お客様と接することができるのが大きな喜び。



Neil Barrett 【3F】

Q. シンプルなのに主張のあるデザインの秘訣は？

A. スポーツウェアから派生した機能的な素材、ミニマルなカットिंग、体を美しく見せるデザインのすべてを兼ね備えることで、心地よい着こなしが叶います。



ライトニングボルトのアイコンモチーフは、男女共に大人気。スエット ¥52,000（ニール バレット）

Q. 気づいて欲しいアイテムへのこだわりは？

A. デザイナーのニール バレットの家系は、代々英国でテラーとして活躍していたこともあり、ジャケットには白いポケットチーフが付いています。またストレッチ性のある素材や上質なカシミア、味わいのあるレザーなどは、身に着ける人の内面の美しさまで引き出してくれると評判です。



ポケットチーフが配されるなど、さりげないこだわりがうれしい限り。ジャケット ¥204,000（ニール バレット）

Q. ブランドの NEW アイコンは？

A. ここ数シーズン、バッグやシューズにあしらわれたピアスモチーフがアイコニックな存在になってきています。レザーグッズのアクセントにもなっていて、コーディネートに取り入れると程よいモード感が演出できます。



シルバーのピアスモチーフとスタッズが、トラッドなシューズをモードに昇華。靴 ¥102,000（ニール バレット）

ANSWER

Hiroki Kasahara

学生時代から自身の好きなブランドを人に伝えることに興味があり、ファッションのセールスに。「ニール バレット」はエイジレスなブランド。お客様の求めるニーズとブランドの潜在的な提案のマッチングを心掛けています」



FABIANA FILIPPI 【3F】

Q. メイド・イン・イタリアにこだわり続ける理由は？

A. イタリア・ウンブリア地方は古くからニットの生産地として知られ、良質な素材を最高の状態でお客様に届けることが創業一族の喜びになっているからです。ブランドの審美眼の象徴でもあるカシミアやレザーを、代々受け継いだ職人の技術力を通して、縫製に至るまでメイド・イン・イタリアで仕上げることをポリシーにしています。



ベージュやグレーを中心としたソフトなカラーリングの商品が並ぶ。手前からカーディガン ¥91,000 ワンピース ¥140,000（ファビアナフィリッピ）

Q. 年齢を超えて幅広い層から愛されるのはなぜ？

A. 柔らかな色合いのエフォートレスなデザインが特徴で、一枚をさらりと纏うだけで様になるのが魅力です。また肌触りの良さや素材の軽さもお客様から高く評価してもらっています。



レザーアイテムは、素材の良さが感じられる軽量感と品の良い発色が人気の秘訣。バッグ ¥134,000（ファビアナフィリッピ）

Q. ファビアナフィリッピならではのデザインポイントは？

A. 洋服やバッグ、シューズなど、ほとんどのアイテムにあしらわれているのが、ボールチェーンを連ねた“ルーチェ”。繊細にキラリと輝き、品の良いアクセントになっています。



レザースニーカーにも、煌く“ルーチェ”がアクセントとして配されて。靴 ¥64,000（ファビアナフィリッピ）

ANSWER

Mayumi Hosoda

セールススタッフ。学生時代から人と接する仕事に興味があり、様々な職を経験。個性豊かなお客様を相手に、コーディネートなど幅広い提案ができるファッションのセールスに魅了され、現在に至る。



ADEAM 【3F】

Q. ニューヨークブランドを日本人がデザインする上での特徴は？

A. デザイナーの前田華子は創作活動のベースをニューヨークに置いているので、現地ならではのモード感と日本ならではの繊細な技術の融合が特徴です。ランウェイピースだけではなく、ラグジュアリーなワンピースにも自宅で手洗いできる素材を使用するなど、日本人のライフスタイルに合わせた、日本限定商品も取り揃えています。



フェミニンでありながら、シャープで主張のあるアイテムが印象的。中でもウォッシュブル素材は人気。ブラウス ¥52,000（アディウム）

Q. アディウムが注目された大きな転機は？

A. ニューヨークコレクションに初めて参加した 2013 年秋冬に、アメリカ版『ELLE』に注目デザイナーとして取り上げて頂いたことは大きな転機でした。また 2015 年に女優のサラ・ジェシカ・パーカーさんからのオファーで、ニューヨーク・シティ・バレエ団の衣装を手掛けたことも幅広いメディアから注目され、知名度が高まったと思います。



サークルモチーフのハンドルが目を引くスエードのハンドバッグ。バッグ〈ストラップ付き〉各 ¥92,000（アディウム）

Q. 店内のモダンな空間は、何をイメージしている？

A. 内装のコンセプトは“Modern Japanese Teahouse”。日本の伝統的な茶室をイメージソースにしなが、モダンな要素を取り入れることによって、新たな空間を作っています。竹や石など有機的な素材と、ステンレスやガラスなどの無機質な素材がマッチした空間です。



床にランダムに配されたストーンは、日本庭園の飛び石を表現。ブラウス ¥128,000（アディウム）

ANSWER

Shiomi Ieda

ストアマネージャー。大学卒業後にフォクシー入社。コンテンツボラリーブランドの販売に興味を抱きアディウムに異動。「お客様それぞれの要望を汲み取って、ライフスタイルにマッチしたコーディネート提案をしています」



lucien pellat-finet 【3F】

Q. ルシアン ペラフィネを象徴するカシミアの魅力とは？

A. 特にこだわりのあるモチーフ部分は、ハンドインターシャの技術を取り入れ、機械編みでは再現できない繊細な仕上がりになっています。また柄はエッジィですが、形はブランド創業から変わらないベーシックなシルエットなので、コーディネートしやすいことも魅力です。



星をかじったスカルがキュートなニットは日本限定。ニット ¥58,000 (ルシアン ペラフィネ)

Q. 思わず目を引くモダン&シックな店内のコンセプトは？

A. ブランドを愛用してくれている森田恭通氏にお願いしました。ブランドを象徴するスカル、リーフ、ピースマークを竹製のシャンデリアに配したり、床にスワロフスキー クリスタルエレメンツを散らしたりするなど、ブランドのアイコンがさり気なく店内には隠されています。



極細の竹で編まれたシャンデリアやバーテーションなど、随所に和モダンなテイストを感じて。

Q. 他店舗では出会えない特別なアイテムはある？

A. 森田恭通氏デザインの江戸切子のグラスやフラワーベース、カシミア 100% の肌触り抜群のテディベアなど、ファッション以外のライフスタイルグッズも展開しています。



思わず手に取りたくなるレアな商品も GINZA SIX 店には用意。グラス ¥55,000 テディベア 各 ¥30,000 (ルシアン ペラフィネ)

ANSWER

Daisuke Shimano
ショップスタッフ。服飾専門学校を経て、ファッションセールの道へ。学生時代からルシアン ペラフィネのファン。「抜群の着心地の良さを知ってもらいたいの、まずは試着をしてみてください」



rag & bone 【3F】

Q. デニムラインに定評がある理由は？

A. デザイナーのマーカス・ウィンライトが、自分の履きたいデニムを作ったことがブランドの始まりです。生地は上質なデニム素材で知られる日本製、生産・縫製は U.S.A に一貫してこだわっています。



店内にはスキニーからワイドまで、カッティングに定評のあるデニムがずらり。パンツ右から ¥32,000 ¥29,000 ¥36,000 ¥29,000 ¥32,000 (ラグ&ボーン)

Q. コーディネートのキーとなるアイテムは？

A. ラグ&ボーンは、どの商品もコーディネート次第で印象が大きく変わる 2 面性を持っています。特に足元はスタイリングの鍵となっていて、モード感あるバランスを完成させるデザインがポイントです。



品の良い光沢のあるベルベット×アクリル素材のチャンキーヒールにトレンドを感じて。シューズ ¥75,000 (ラグ&ボーン)

Q. 着こなしやすいデザインなのに、個性が演出できる理由は？

A. テーラリング&ワークウェアとブリティッシュヘリテージのバランスが取れていると称されるブランドでもあって、着心地の良さを追求しつつ、ラフになり過ぎない洗練された女性らしいデザイン性、確かな素材が魅力になっています。



胸元の開き具合など、細かな部分まで計算し尽くされたシルク素材のカシュクール。ブラウス ¥48,000 (ラグ&ボーン)

ANSWER

Aki Yokoi

ショップスタッフ。服飾専門学校を卒業後、ファッションセールの道へ。学生時代からルシアン ペラフィネのファン。「抜群の着心地の良さを知ってもらいたいの、まずは試着をしてみてください」



KAREN WALKER 【3F】

Q. ブランドを代表するデザインの特徴は？

A. マスキュリンとフェミニンなど、相反する 2 つのコンセプトをミックスするのがカレン ウォーカーの特徴。今季はマリーアントワネットやフリルなどの甘いテイストに、ストリートがミックスされたデザインがオススメです。



ポップなカラーリングのマリーアントワネットが印象的。ブルゾン ¥49,000 (カレン ウォーカー)

Q. ニュージーランドのデザイナーがブレイクしたきっかけは？

A. マドンナが授賞式で着てくれたことがきっかけで世界的に知名度がアップ。毎シーズン、女性が強く生き抜くためのメッセージが込められているので、デザイナーのカレン ウォーカー自身の生き方に共感してファンになられる方も多いです。



ポジティブや上昇志向というメッセージが込められた矢のモチーフが印象的。サングラス ¥36,000 (カレン ウォーカー)

Q. 旗艦店である GINZA SIX だからこそ手に入るアイテムは？

A. 食器などのホームコレクションや傘など、洋服以外のアイテムも GINZA SIX 店では取り扱っています。ニュージーランドでは知らない人がいない国民的ブランドで、多彩な業種ともコラボしているので、ラインナップの豊富さにも注目ください。



世界中を探検する女の子、「ランナウェイガール」のプリントもブランドアイコンの一つ。プレート (4 枚セット) ¥15,000 (カレン ウォーカー)

ANSWER

Yukina Yamabayashi

ショップマネージャー。大学卒業後にプレスを経験。直接、お客様へブランドの魅力を伝えたいという想いからセールの道へ。GINZA SIX のお客様にブランドの魅力を知ってもらうことが目標。



TARA JARMON 【3F】

Q. 目を引く華やかなアイテムの数々。ブランドコンセプトは？

A. デザイナー自身が「ビジネスもプライベートと同様に華やかな装いを楽しみたい」という想いでスタートしたブランド。仕事帰りにパートナーと待ち合わせていても、パッと見つけてもらえるような鮮やかな色合いとプリントが特徴です。



ピンクやハート柄、レースなど、女性なら誰もがときめくディテールに注目。コート ¥79,000 (タラ ジャーモン)

Q. 小物をコーディネートするポイントは？

A. タラ ジャーモンのお洋服はたくさんの色が入っていて存在感があるので、バッグ&シューズなどの小物は、同色系のアイテムをチョイスするのがオススメです。店頭にもワンピースやアウターとリンクする色遣いの商品を取り揃えています。



アッパーの愛らしいリボンがアクセントになったフラットシューズ。シューズ ¥46,000 (タラ ジャーモン)

Q. 乙女心をくすぐるロマンティックな店内。イメージは？

A. パリのアパートマンに住む女の子のクローゼットをイメージして作られた空間です。パリ本店と同じソファなどを取り寄せてディスプレイしています。



随所に色とりどりのソファやスツールが点在。まるでハイセンスなウォークインクローゼットに迷い込んだよう。

ANSWER

Shoko Shinohara

セールスチーフ。ファッションの販売の仕事スタートして約 10 年目。ロマンティックなテイストが自身も好み。「お客様がお店に来て良かったと感じて、笑顔になれるような接客を心掛けています」



GINZA SIX MEMO

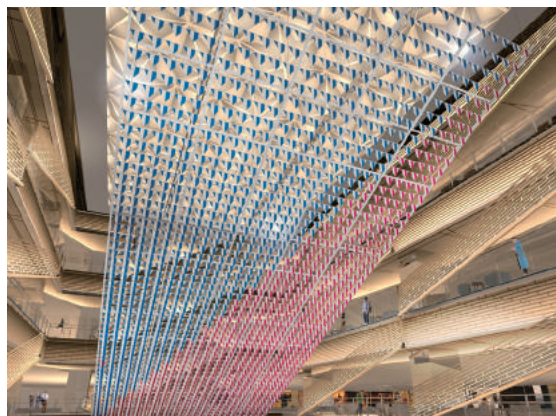
各ブランド先鋭のショップスタッフが店頭に立つ GINZA SIX は、ネットショッピングが台頭して久しい時代にあって「人を介して買い物をする」楽しみがある場所。ここで紹介した以外に、GINZA SIX WEB サイトで連載中の「GINZA SIX Editors (ぶらエディターズ)」でも、個性豊かなショップとスタッフが待つ館の歩き方を発信中。https://ginza6.tokyo/news/news_category/ginza-six-editors

GINZA SIX TOPICS

GINZA SIX 1周年！ 中央吹き抜けの新作アート発表

2017年4月20日に誕生したGINZA SIXは、まもなく1周年を迎えます。4月2日(月)からはアニバーサリー期間がスタート。中央の吹き抜け空間には、ストライプを作風とし、50年以上にわたり世界各地で多くの作品を展開してきたフランス人アーティスト、ダニエル・ビュレン氏の新作インスタレーションが登場します。現在展示中の草間彌生氏の作品《南瓜》は、3月21日(水・祝)までの展示予定です。なお、各店舗もGINZA SIXでしか手に入らない1周年限定商品や特別メニューを揃え、皆様をお迎えします。ぜひご期待ください。

Daniel Buren
1938年フランス生まれ、パリ在住。画家・コンセプチュアルアーティスト。1968年にパリ市内や地下鉄の駅にストライプのインスタレーションを展開し、注目を集める。2016年にはフランク・ゲーリー設計によるフォン・ダシオン・ルイ・ヴィトン(パリ)の建築をカラフルな帆に見立てたコラボレーションも話題に。2007年、高松宮殿下記念世界文化賞受賞(絵画部門)。



吹き抜け空間に出現する新作インスタレーションのイメージ図。また、アニバーサリー期間中はダニエル・ビュレン氏のフラッグ作品も、銀座中央通りをジャックする。
«Like a flock of starlings: work in situ» Daniel Buren 2018
© ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

POP-UP SHOP オープン 期間限定のポップアップショップがオープン

3F LAUNER LONDON
(ロウナーロンドン)
2月28日(水)～3月27日(火)

60年代に、ロウナーが作り出す全ての革製品が英国王室御用達メーカーとして指定されて以来、女王陛下のお気に入りとしてスタイルを磨き続けています。革の加工から始まる全ての伝統の工程を英国内自社工場にて行っており、熟練の職人が時間をかけて作品を生み出します。



4F MARK & LONA
(マークアンドロナ)
2月28日(水)～3月27日(火)

伝統的なスポーツである“ゴルフ”をテーマとし、プレッピー、バンク、マリン等の異なるコンセプトを取り入れて、世界に類のない次世代のスポーツウェアを提案しています。ラグジュアリーゴルフの代名詞として各国で知られているブランドです。2018年春夏のテーマ The Art of Golf からインスピレーションを受けたコレクションを展開します。



B2F Le Bonheur PARIS
(ル・ボヌール パリス)
3月6日(火)～4月1日(日)

フランスの老舗《パリキャラメル社》より直輸入し、日本で唯一の独占販売権を得ているパート・ドゥ・フリュイとキャラメルの専門店。高級発酵バターで作られたキャラメルは23種のフレーバー。パート・ドゥ・フリュイは果汁50%以上の配合で作られる高級フルーツゼリーで、希少価値の高いフランス産の厳選されたフルーツを使用。紅茶にはもちろん、ワインやシャンパンとの相性も抜群の逸品です。



GINZA SIX ぶらエディターズ

GINZA SIXの歩き方や楽しみ方を提案する注目のコンテンツ「GINZA SIX ぶらエディターズ」。公式WEBサイト、Instagram 公式アカウントで配信しています。ファッション(メンズ/レディース)、ウォッチ&ジュエリー、ライフスタイル、ビューティ、フードといった各ジャンルに精通する個性豊かなエディターたちが、GINZA SIXをぶらぶらと歩いて見つけた楽しみ方を綴ります。

★Instagram 公式アカウントは「[ginzasix_editors_official](#)」で検索
#GINZASIX #ぶらエディターズ



GINZA SIX アプリ 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。登録費・年会費無料、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100円(税抜)につき1ポイントの付与
- ・GINZA SIXの最新ニュースや会員限定情報を配信
- ・館内のショップやサービスをスマートにご案内
- ・駐車場満空情報配信、バレーパーキング予約
- ・レストラン予約

アプリのダウンロードは右のQRコードから
登録費・年会費無料



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



Info

所在地：東京都中央区銀座6-10-1

営業時間：ショップ 10:30～20:30
レストラン 11:00～23:30
※店舗、施設により異なります。

アクセス：電車でお越しのお客様
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、東銀座駅よりB2Fへは、直結の地下連絡通路をご利用いただけます。

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

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)

WEBサイト：<https://ginza6.tokyo>



Publisher : GINZA SIX Retail Management Co., Ltd.
Editor in Chief : Yuka Okada[edit81]
Art Director : Takeshi Hamada

FEATURE1	
<i>Giuseppe Zanotti, N°21, SIXIEME GINZA (Cover-p.3)</i> Photos: Masami Naruo[SEPT] Styling: Miyuki Uesugi [3rd] Hair: KENICHI for SENSE OF HUMOUR [eight peace] Makeup: Tomohiro Muramatsu[sekikawa office] Model: Frances[BRAVO] Knit ¥99,000 Skirt ¥162,000 (Balmain) / Blubell Japan Ltd. Tel.03-5413-1050 (p.3)	<i>Alexander McQueen, Alexander Wang, EQUIPMENT (p.10-13)</i> Photos: Yusuke Miyazaki[SEPT] Styling: Miyuki Uesugi [3rd] Hair: KENICHI for SENSE OF HUMOUR [eight peace] Makeup: Akiko Sakamoto[3rd] Model: Kid[IMAGE] Text: Sakiko Fukuhara[The VOICE]
FEATURE2	
<i>DSQUARED2, KENZO, Maison Margiela (p.4-9)</i> Photos: Yuji Fukuhara[eight peace] Styling: Eiji Takahashi [ACUSYU] Hair: KOTARO for SENSE OF HUMOUR Makeup: Nobuko Maekawa[Perle management] Model: Victoria[STAGE], Joep. V[EXILES]	
Copy excerpted from "Haikai Sakura Saku" by Shinzo Higurashi Illustration: Yu Nagaba Photos: Kazuki Sato[sasaki office] Edit: Yuka Okada[edit81] Editorial Support: Yuuki Michida[Marchingband Company]	

FEATURE3
Model: Koharu Sugawara Photos: Motohiko Hasui[W] Styling: Ayaka Endo Hair: KENICHI for SENSE OF HUMOUR [eight peace] Makeup: Sada Ito for NARS cosmetics[DONNA] Text: Sakiko Fukuhara[The VOICE] Courtesy of Akio Nagasawa Gallery (p.25)
FEATURE4
Text: Keiko Homma Photos: ©Van Cleef & Arpels (p.28-29)
FEATURE5
Photos: Kazuki Sato[sasaki office] Text: Asaka Ikeda
English copy by Rendezvous Co., Ltd. Printed by Koho Co., Ltd.

A New Season, A New You



FEATURE 1

Retail Spaces and Fashion Design

FEATURE 2

Cherry Trees in Bloom



FEATURE 3

Exploring Ginza's Art Scene in Fashion

FEATURE 4

The Heart of the Matter



FEATURE 5

Voices of GINZA SIX

