

Urban Safari

Cover Story
ベン・アフレック

[アーバンサファリ]
Oct.2017 Vol.01

200th Anniversary
Brooks Brothers
2世紀にもわたって
人々に愛され続けるブランド。

Great Explore
今度の旅は映画に
まつわる場所へ。

The President Wine
あの大統領も愛した、
ホワイトハウス
御用達ワインとは!?

Discover
Essential Basics
in Your Wardrobe!
男の定番とは!?

Union Surfboards

ユニオン・サーフボーズ / NY ブルックリン

写真=川島亘平 文=山内智代
photo: Kohei Kawashima Text: Chiyo Yamauchi

ブルックリンメイド。都会にあったサーフボードの意外な需要。

「都会にはサーフボードを売っている店はあるけれど、作っている店はない」。いわれてみれば、確かに。ニューヨークのブルックリンにあるサーフショップ〈ユニオン・サーフボーズ〉は、都会のサーフショップとはいえ、「サーフっぽいもの」を売っているだけの店ではない。店でボードをシェイプし、売っている。そもそもアメリカで「サーフ」といえば西海岸。東海岸にもサーフポイントはあるが、波の有無、クオリティなど西海岸のそれとは比にならない。でも、東海岸のアーバンサーファーたちは「サーフに対してより積極的。『ま、明日でもいいか』ではなく『今日の波に絶対に乗る』という意気込み」。そう語る店のオーナー、クリスとチャーリーも都会に根を張りながらオフの時間に波を求めて生活するアーバンサーファー。で、彼らに必要なのは「より自分のカラダと技術に合ったカスタムボード」なのだという。

創業は2015年。確かな勝算があったわけではなかった。ブルックリン=モノ作り、アルチザンのイメージが定着していたとはいえ、「さすがにサーフボード作りは場違いでは?」。そんな懐疑的な声も少なくなかったという。

だが「このエリアほどデザインに対して高い感度を持った人たちが集まっている場所もない。そういった人たちの目に触れるところに店がある利点は大きいと感じている」。なんでも、カスタム・サーフボードには、波乗り以外にも都会ならではの需要、ファッションウィークなどのイベントや小売店やレストラン、ホテルのロビーなどの「商業インテリアとしての需要」があったのだという。確かな勝算がなくても「うまくいく気がする」。これだけで引き寄せられる運というは、あるのかもしれない。無論、その運に乗れるか否かは、実力ありきだったりするが「今日くる波に絶対乗る」。それがアーバンサーファーだ、といていた彼らだけに、見つけた波や運には当然乗るわけで。そのメンタリティ、東海岸アーバンサーファーの真骨頂!?

DATA

117 Dobbin Street Brooklyn, New York 11222
☎+1 (917) -972-1734
Appointment Only 要問い合わせ
(unionsurfboards@gmail.com)
www.unionsurfboards.com/

Contents

- 08 Cover Story ベン・アフレック
- 11 in Your Closet
- 18 200th Anniversary Brooks Brothers
- 20 この冬は体が喜ぶアウターを着てみよう。
- 30 Spanish Gastronomy
- 31 The President Wine
- 33 Great Explore
- 37 Good Music in Driving
- 38 Happy Christmas
- 39 Safariを読むなら、定期購読をおすすめします!

発行人 Publisher

榊原達弥
Tatsuya Sakakibara

編集長 Editor in Chief

藤原 晃
Akira Fujiwara

広告部長 Advertising Director

成井 毅
Tsuyoshi Narui

コントリビュティング・エディター&ライター
Contributing Editors & Writers

糸田麻里子
Mariko Itoda

大嶋慧子
Keiko Oshima

古関千恵子
Chieko Koseki

藤巻英治
Eiji Fujimaki

真下武久
Takehisa Mashimo

山内智代
Chiyo Yamauchi

アートディレクター

Art Director

藤澤拓也
Takuya Fujisawa (ANAGUMA)

デザイナー

Designer

渋谷裕子
Yuko Shibue (ANAGUMA)

発行

株式会社日之出出版

〒104-8505 東京都中央区八丁堀4-6-5

編集部 ☎03-5543-1135

広告部 ☎03-5543-1131

●本紙掲載商品の価格表示はすべて本体のみ(税抜き)の価格です。
●本紙内の記事及び写真、イラストなどの無断複写、複製、放送などを禁じます。
●本紙の編集内容に関するお問い合わせは編集部直通 ☎03-5543-1135 までお願いいたします。
なお、土・日・祝日はお休みとなっております。

幼

馴染みのマット・デイモンとともに脚本を書いた『グッド・ウィル・ハンティング/旅立ち』。これがアカデミー賞脚本賞を受賞したのが1998年。授賞式の壇上で、初々しく喜びを爆発させていたのは25歳のときだった。それ以来、ベン・アフレックは様々な作品に出演し、目利きの映画人としてプロデュース業もこなす。また、アカデミー賞作品賞受賞作『アルゴ』をはじめとする監督作でも高い評価を得てきた。そんなハリウッドスターとしてあらゆる経験を積んできた彼でさえも、挑むことに特別な意味を持つ役があるという。

それが、アメコミから誕生したスーパーヒーローとして長く愛されて、映画やドラマの主人公にもなってきたバットマンだ。約1年半前に日本公開された『バットマンvsスーパーマン ジャスティスの誕生』ではじめてバットマンを演じ、今また再び『ジャスティス・リーグ』で同役を演じている。アフレックは『バットマンはあまりにアイコンックで、素晴らしいキャラクターだからね』と胸の内を明かす。「だからこそ、これまでもバット

マンが登場する作品が多く生み出され、様々な役者がバットマンを演じる機会を与えられてきた。僕としても、この素晴らしいキャラクターを再び演じられることに感謝しているんだ。しかも、『ジャスティス・リーグ』での彼は、『バットマンvsスーパーマン ジャスティスの誕生』のときは明らかに異なる一面を見せる。前作で彼はスーパーマンと対峙するという展開上、怒りや憤りといった感情に心を支配されていたけれど、今回はもっと伝統的なバットマンが見られるよ。皮肉たっぷりのユーモアも、世界一の探偵という要素もね。慣れ親しんだ形のバットマンを目にすることに心地よさを感じる観客もいるだろう。僕自身もバットマンの人となりやオリジナルに沿って描くことに楽しさとやりがいを感じている」

アフレックのいう「伝統的なバットマン」は、世界有数の富豪ブルース・ウェインとして名を馳せる一方、莫大な資産と強靭な肉体を駆使して秘密裏に悪と戦ってきた。しかし『バットマンvsスーパーマン ジャスティスの誕生』では、地球を愛するヒーロー同士でありながら、互いの存在に疑念を抱くスーパーマン(ヘンリー・カヴィル)と対立。『ジャスティス・リーグ』は、その後の世界が舞台となる。しかも、ヒーローとヒーローの対立から一転、今回のバットマンは地球滅亡の危機を察知し、ともに戦うヒーローたちをスカウトしてチームを結成。集められたメンバーは、最強の美女戦士ワンダーウーマン(ガール・ガドット)、時空を超えるほどの超高速移動パワーを持つフラッシュ(エズラ・ミラー)、水中で強大な力を発揮するアクアマン(ジェイソン・モモア)、世界中のあらゆるデータにリンクできるサイボーグ(レイ・フィッシャー)の4人。チームの紅一点、ワンダーウーマンに関しては、すでに彼女を主人公にした『ワンダーウーマン』が公開され、世界中で大ヒットを記録したことも記憶に新しいところ。

「このチームは境遇も出身も全く異なるメンバーで構成されている。その根底には、多国間主義の象徴という考えがあると思うんだ。善を守る共通の目的のために、年齢層も違えば、性別も背景も違う人々が集まり、まとまっていく。ヒーロー映画、その中でも特にヒーローがグループとなって戦う映画は、現実世界が脅威を感じる時代であればあるほど、混沌としていけばいほど魅力的に感じられるものなんじゃないかな。ヒーロー、救世主、伝説的なキャラクターたちに窮地から救ってもらいたいという思いが、人々の間で強まっているだろうからね。けれど、僕たちの現実世界では、必ずしもそうはいかないかもしれない」

慈善活動に熱心で、政界進出もたびたび噂される立場で

PROFILE

1972年、米・カリフォルニア州生まれ。マサチューセッツ州で育ち、近所に住んでいたマット・デイモンと友情を深める。9歳の頃から始めた俳優活動が日の目を見ない中、デイモンと共同で脚本を執筆した『グッド・ウィル・ハンティング/旅立ち』がアカデミー賞脚本賞を受賞。俳優としても『ランブレイク』、『アルマゲドン』、『パール・ハーバー』などの大作に出演する。近年は監督としての評価も高く、『アルゴ』でアカデミー賞作品賞を受賞。弟ケイシー・アフレックも俳優として活躍中。

“The more threatening the times are,
and the more uncertain it seems,
the stronger the desire there is to see...
to have heroes, to have savers...”

より脅威を感じる時代であればあるほど、
混沌としていけばいほど、
ヒーローに救ってもらいたいという思いが強くなる

——ベン・アフレック

写真＝Norman Jean Roy 文＝渡邊ひかる
photo: Norman Jean Roy text: Hikaru Watanabe

あるだけに真意を探りたくなる言葉でもある。でも今は役者としてヒーローと化し、強大な敵に立ち向かって世界を救うことに楽しみを見出している様子。ただ、「衣装を着ていると、たまにすごく暑くなってしまふ。それだけはつらいことだといえるかもしれないね」とも。確かに、バットマンが身につける“バットスーツ”は、涼しさや快適さとはかけ離れていそうだ。

「でも、クールなガジェットなしのバットマンなんてあり得ないからね。スーツ以外にもバットモービル、バットプレーン、グラップルガンなど、それらは観客がバットマンに必ず期待することだし、僕自身の楽しみのひとつでもある。かつてジャック・ニコルソンが演じたジョーカー(バットマンの敵)が『こんなにもよいおもちゃを奴はどこから手に入れるんだ?』といていたと思うのだけど、そのとおりだよ(笑)。でも、バットマンにはワンダーウーマンのような超能力がないから、クールなガジェットの力が必要なんだ」

『ジャスティス・リーグ』の後には、バットマンのみを主人公にした映画や『ジャスティス・リーグ』の第2作も製作予定。ベン・アフレックがバットマンを演じる日々はまだ続く。その一方、昨年手掛けた『夜に生きる』に続く監督作やほかのキャラクターを演じる出演作も当然のことながら控えている。そんな中でバットマンを演じ続けること、とりわけ『ジャスティス・リーグ』のバットマンを演じることは、「ある意味、バケーションのようなもの」だという。

「バットマン単体の映画について今はまだなんともいえないんだけど、少なくとも『ジャスティス・リーグ』は楽しい気分になれる作品で、アドベンチャーがあり、モンスターも登場する。主役として自分1人が映画を背負うのではなく、素晴らしい主演俳優5人で素晴らしい物語を語るという点でも楽しい。だから、撮影現場に毎日やってくるのが嬉しかったし、大がかりなセットと様々なものに囲まれて、常に新しい発見があった。日々探検しているという感じだったね。この探検を、まだまだ続けていきたいと思っているよ」

BEN AFFLECK

【ベン・アフレック】

『Justice League』



バットマンやワンダーウーマンなど、DCコミックスのスーパーヒーローたちが結集するアクション大作。孤高のヒーロー、バットマンとして生きる大富豪ブルース・ウェイン(アフレック)が、迫りくる強大な敵に立ち向かうべく仲間を集め、『ジャスティス・リーグ』を結成する。●11月23日より、丸の内ピカデリーほかにて全国ロードショー

©2017 WARNER BROS. ENTERTAINMENT INC., RAINCO DUNE ENTERTAINMENT LLC AND RAINCO ENTERTAINMENT, LLC

in Your

CLOSET*

オールハンドで編まれた唯一無二なバッグ。

男にとってのバッグとは、華やぐために持つ女性のそれとは異なり、道具として寄り添い、ともに過ごした証である。だからこそ傷さえも愛おしく思えてくる。職人の手で紡がれた“カバ”は、その時を刻み唯一無二の存在になる。

写真=野口貴司 スタイルング=中川原 寛 ヘア&メイク=星 隆士 文=柴田 充 編集=大嶋慧子
photo: Takashi Noguchi styling: Kan Nakagawara(CaNN) hair&make-up: Takashi Hoshi(signo) text: Mitsuru Shibata edit: Keiko Oshima



BAG

ポッテガ・ヴェネタの“カバ”

“カバ”は、クリエイティブ・ディレクターのトーマス・マイヤーのアイデアによって作られた。クラフツマンシップとラグジュアリーとの融合により、いまやブランドのアイコンに。新作では光沢のある山羊革とマットなナッパという2種類のレザーの平ひもを交互に編み込むことで、ブラックで統一された表面に独自のパターンが浮かび上がる。ひとつのバッグを職人一人が数日かけて丁寧に編み上げ、熟練の技によって生み出されたタイムレスなバッグ。

バッグW45×H33×D20cm。107万円、コート47万5000円、パンツ9万円、シューズ9万5000円、グローブ4万5000円(以上ポッテガ・ヴェネタ/ポッテガ・ヴェネタ ジャパン)

in Your

CLOSET*

大人の上質ダウンに合わせたいもの。

機能性素材の進化に対し、この冬はダウンが改めて注目を集めている。天然素材ならではの温もりは大人にふさわしく、ファッションやアクセサリもそれに合わせたシックなテイストで選びたい。



DOWN
JACKET
モンクレールの“タンク”



EYEWEAR
モスコットの“レムトツシュ”



WATCH
カルティエの“タンク アメリカン LM”



KNIT
ジョン スメドレーの
“30G ロールネック オルタ”

D
〈カルティエ〉ウォッチのシンボルともいえる“タンク”が誕生し、今年で100周年。これを記念し、久々に登場したのが“タンク アメリカン”の新作だ。手首に沿ってわずかに湾曲したフォルムによって、力強さとエレガンスを両立する。初採用のステンレススチールケースでより身近に。

タンク アメリカン LM61万7500円(カルティエ/カルティエ カスタマー サービスセンター)、ジャケットはAと同じ、ニットはBと同じ

C
1952年にフランス・グルノーブル郊外で創業。数多くの登頂隊や遠征隊のユニフォームを手掛けてきた〈モンクレール〉が日本限定ダウンを発表。光沢あるナイロンラケに、ショルダーと裾部分にはマットなナイロン・キャンバスを採用。軽量かつシンプルなフードスタイルでシティユースにも最適。

ダウンジャケット12万5000円(モンクレール/モンクレール ジャパン)、マフラー2万6000円(ジョンストンズ/リーミルズ エージェンシー)、ニットはBと同じ、メガネはAと同じ

B
首の暖かさに加え、タートルネックは落ち着いた大人の雰囲気と上品なカジュアルさを醸し出す絶好のアイテム。〈ジョン スメドレー〉は、生産牧場との直接契約により、上質なニュージーランドメリノでも特に厳選した毛足の長い原毛で編み上げる。定番ブランドならではの信頼と安定感が伝わる。

ニット3万1000円(ジョン スメドレー/リーミルズ エージェンシー)、ジャケットはAと同じ、ダウンジャケットはCと同じ

A
モスコットは1915年にNYで創業し、代々続く老舗メガネ専門店として知られる。掲載の“レムトツシュ”は1950年代に発表され、当時バディ・ホリーやトルーマン・カポーティのアイコンとなり、現在ではジョニー・デップが愛用。時を重ねることでさらに増した洗練さに惹かれる。

メガネ2万7000円(モスコット/モスコットウキョウ)、ジャケット6万8000円(メゾン キツネ/メゾン キツネ カスタマーセンター)、ダウンジャケット、マフラーはCと同じ

in Your

CLOSET*

都会で履くのにぴったりなマウンテンブーツ。

いくら服を着込んでも足の冷えだけは防げない。おすすめするのがマウンテンブーツ。底冷えする都会のアスファルトでも寒さを感じさせないばかりか、大地をしっかりと踏みしめる安心感は見ただ目にも暖かい。



BOOTS

ベルルッティの“ブルニコ”

スポーティなイメージの強いマウンテンブーツもよりドレスリーなモデルが増えている。その嚆矢となった(ベルルッティ)の定番ブーツは、1960年代にグレッタ・ガルボのために作られたスキーブーツから着想を得ている。初期の登山靴を想起させるメタルのD-リングアイレットとヒモどめフックの本格的な仕様。くるぶしの内部にはスポンジ素材を入れ、履き心地も快適に。甲をとめるレザーストラップを備え、冬のファッションを足元から優雅に演出する。

ブーツ30万7000円、パンツ11万6000円(以上ベルルッティ/ベルルッティ・インフォメーション・デスク)、その他はスタイリスト私物

in Your

CLOSET*

男の趣味・嗜好にその人の品性が表れる!?

愛用品にこそ、その人らしさが映し出される。それは周囲にひけらかさない趣味の道具やアイテムになるほど顕著となり、使い続けることで、やがてそのものと一心同体になる。そんな逸品と出会えたら、男にとって幸せだろう。



FLIGHT JACKET

ポロラルフローレンの
"アイコンック G-1 ボンバージャケット"



NECKLACE

クロムハーツの
"クロスチャーム"



CAMERA

ライカの"ライカM10"



FRAGRANCE

アラミスの
"モダンレザー オーデ パルファム スプレイ"

D
100年以上に及ぶ歴史がある(ライカ)のカメラ。その時代時代の技術の進歩に合わせ、設計者は常に新しい技術をいかにベストな形で実現できるかを追求してきた。そんな(ライカ)の伝統と革新技術の結晶がこの"ライカM10"。M型デジタルの中で、最もコンパクトでさらに直感的な操作性を備えた一台。

カメラ(ライカM10ブラッククロム)88万円、レンズ(ズミルックスM1.4 / 35mmASPH.)62万円(以上ライカ/ライカ サポートセンター)、ジャケット、ニット、マフラーはCと同じ

C
男にとってミリタリーのレザージャケットは永遠のアイテム。その憧れをラルフ・ローレン自らが選んだ"G-1"から新たな発想でデザインした。フルグレインレザーは袖を通した瞬間から自然に馴染み、シックなパターンは大人にこそ似合う。ムートンの襟を立てれば寒風にも立ち向かいたくなる。

ジャケット15万9000円、ニット5万9000円(以上ポロラルフローレン/ラルフローレン)、グローブ6万4000円(デンツ/リーミルズ エージェンシー)、マフラー2万6000円(ジョンストンズ/リーミルズ エージェンシー)、その他はスタイリスト私物

B
アラミスは1964年に世界初の男性総合化粧品ブランドとして誕生。以来、大人の男の嗜好としてあり続ける。なかでも(アラミス)クラシックはブランドアイコンとなり、ステータスの象徴となった。これをモダンに再解釈し、洗練に磨きかけた。その香りは品性ととも、凛々しき存在感を漂わせる。

アラミス モダン レザー オーデ パルファム スプレイ(数量限定)1万2600円(アラミス/アラミスお客様相談室)

A
ジュエリービギナーでも違和感なくつけられるのが(クロムハーツ)。ブランドアイコンであるクロスモチーフは世代を問わず、長く愛用できるだろう。シンプルなデザインに小ぶりのサイズはシャツの内にもさりげなく収まり、常に身につけることでラッキーチャームやタリスマン(護符)になる。

クロスチャーム4万5000円、ネックチェーン3万1000円(以上クロムハーツ/クロムハーツトーキョー)、ジャケット、ニットはCと同じ、その他はスタイリスト私物

200th ANNIVERSARY*

2世紀にもわたって人々に愛され続けるブランド。

アメトラの象徴ともいえるアイテムには、およそ200年の歳月を経て磨かれた無類の存在感がある。今季らしいコーデを着こなせば、男女問わずその真髄に触れられるだろう。

写真=正重智生 スタイルング=田川 匠 文=藤巻英治
photo: Tomoo Shoji(B011) styling: Takumi Tagawa(remix) text: Eiji Fujimaki

“THE CLASSICS.”

長い歴史において、多くの名品を誕生させてきた(ブルックス ブラザーズ)。とりわけ、ここならではのアイテムと呼ぶにふさわしい3つをピックアップ。このあたりも揃えておきたい。



#01
ポロカラーシャツ

服飾史上、最も模倣されたといわれる米国製のオックスBDシャツ。胸ポケットのないフロントがクラシックだ。スーパーコットン生地は高密度なのに通気性も良好。各1万9000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)



#02
レップタイ

定番の柄タイにはそれぞれ名前がある。左から順にNo. 1、No.3、No.4、No.5、No.10、アーガイル&サザランドという。各1万2000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)



#03
ツイードジャケット

左がハリのある伝統のハリスツイード地。右は新作のブルックスツイードで、より柔らかな着心地だ。左/8万9000円、右/6万4000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)



for HER!

for HIM!

知性とエレガンスが感じられる女性らしいスタイル。

クリエイティブ・ディレクターのザック・ボーンが手掛けるウィメンズラインは「フィット&フレア」がキーワード。キャメルヘアのコートなど、トラディショナルなデザインをベースにしながらも、女性らしい曲線を意識したスタイルはシックで都会的。スカートやブローチで自分らしさを加えるといったかも。チェスターコート9万9000円、タートルネックニット5万6000円、チェックパンツ3万6000円、ブローチ1万5000円、バッグ6万4000円、スカート3万9000円、ヒールローファー 3万9000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)

大人の休日にもふさわしい落ち着いた風格あるスタイル。

表面の風合いが特徴的なブルゾンにワックスコートで軽い撥水仕様。なので、天気が安定しない週末のお出かけにもぴったり。さらにナイロンフードを収納している内側はコーデュロイで肌触りが優しい。シャツやマフラーのチェック柄、ニットのアール柄がトラッドな印象で大人の落ち着いた着せかえを。コート6万4000円、ニット2万円、シャツ1万9000円、コーデュロイパンツ1万5000円、マフラー1万8000円、グローブ2万4000円、ベルト1万6000円、スニーカー2万4000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)、その他はスタイリスト私物



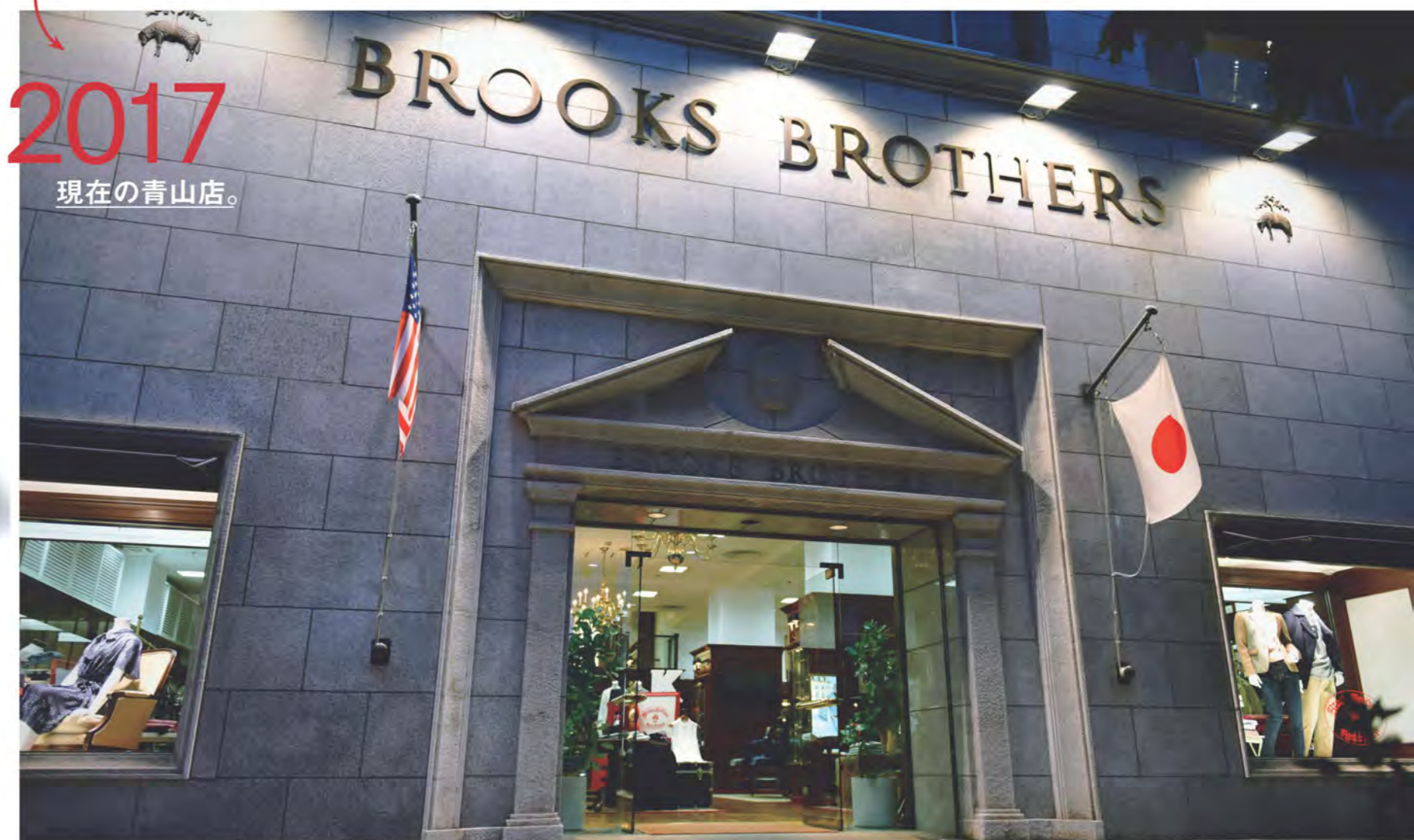
1879
米国外初の
青山店オープン。



1915
NYマディソン街の
現在の旗艦店オープン。



1818
NYにて
初店舗オープン。



2017
現在の青山店。

歴 史の長いブランドは欧州に多い。たとえば(バーバリー)は1856年にイギリスで、(エルメス)は1837年にフランスで誕生した。しかし、これらよりさらに古いブランドがアメリカに存在する。来年で創業200周年という歴史を誇るアメリカブランドの代名詞(ブルックス ブラザーズ)。1818年に最初の店舗ができて以来、常にニューヨーク・マンハッタンに移り変わりとともに歩んできた。スタートは(H.&D.H.ブルックス)という名の洋服店だ。とはいえ服だけではなく、雑貨なども多く扱っていたという。やがて創業者の息子たちが店名を(ブルックス ブラザーズ)に変更。これがいまや誰もがその名を知るところとなった世界的ブランドの礎である。

1915年には、現在と同じマディソン通りに重厚なファサードの旗艦店をオープン。これが今から100年ちょっと前の出来事であるからスケールが大きい。そして1979年、今から38年前に初の「米国外店舗」が産声をあげる。その地に選ばれたのはここ日本。NY本店のイデオロギーを受け継ぐ店舗はまさに威風堂々。現在も変わらず同じ青山にある。マンハッタンではその後周囲に超高層ビルが林立し、日本・青山でも界隈では様々なファッションビルができては消えを繰り返しているが、200年の重みを有する(ブルックス ブラザーズ)のメインはどっしりとそこに息づいており、これからも続いていくことだろう。

BROOKS BROTHERS

名だたるヨーロッパの老舗よりも歴史があるアメリカの誇り。



手前に座るのが創業者ヘンリーの息子の1人、ジョン・ブルックス。そして背後に彼の息子たちが並ぶ

<p>2010年 〈ブルックス ブラザーズ レッド フリース〉が始動。</p> <p>得意のクラシックスタイルをよりカジュアルにアレンジしたラインが登場。フィットはどれもスリムで現代的。若々しいラインナップ。</p>	<p>1979年 日本に店舗が初上陸。</p> <p>米国以外で初の店舗が東京、青山通り沿いにオープン。日本旗艦店である。以降、国内に80店舗以上を構えるまでに成長を遂げた。</p>	<p>1935年 シアサッカー素材を採用。</p> <p>スーツ地に使い、商品が追いつかないほどの人気を獲得。この素材を米国に最初に持ち込んでから商品化されるまで、10数年の時間を要した。</p>	<p>1915年 5度めの移転で現在の場所に。</p> <p>当初は輸送面で有利になるよう海際の立地だったが、陸送が発達するにつれ内陸へ。この年以來マディソン通りに旗艦店を構え現在に至る。</p>	<p>1902年 レップタイをリリース。</p> <p>英国軍人着用の伝統的なレジメンタルタイ。このシマの斜め方向を逆にアレンジし米風にした。これもこのブランドならではのアイデア。</p>	<p>1896年 ポロカラーシャツ誕生。</p> <p>創業者の孫、ジョン・E・ブルックスが英国でポロの試合観戦中、その襟が風でなびかないようボタンでとめられているのに気づいたのが発端。</p>	<p>1865年 リンカーン大統領が着用する。</p> <p>米16代大統領が2期めの就任式で着たのはこのコート。以来、現在まで45人の米大統領のうち40人が愛用。トランプ現大統領も着用する。</p>	<p>1850年 シンボルにゴールデン フリース採用!</p> <p>リボンで吊るされた子羊の図柄。当時の毛織物商人が優れたウールを表すマークとしてこの騎士団の紋章を使用しており、その伝統にならった。</p>	<p>1845年 米国初の既製スーツ販売!</p> <p>それまではスーツといえばオーダーのみ。ゴールドラッシュ時は仕立て屋の仕事に待てない開拓者たちが既製服を求め店に大挙して押し寄せた。</p>	<p>1818年 H.S.ブルックスが洋服店を開業。</p> <p>創業者ヘンリー・サウス・ブルックスのレリーフ。写真はなく、横顔シルエットの絵のみが残されている。下のメフネはヘンリーの愛用品。</p>
---	--	---	---	---	--	---	---	---	--

THE HISTORY

Brooks Brothers / ブルックス ブラザーズ

Salvatore Ferragamo



大人の階段を上った
リッチなピーコート。

若い頃はよく着ただろうピーコート。久しぶりに袖を通すなら、〈サルヴァトーレ フェラガモ〉の新作はどうだろう。色は定番のネイビーではなく、ひと味違うオリーブカラー。着こなしをマイルドに見せながら、落ち着いた印象を演出してくれる。ウールカシミア素材のしなやかさも、昔とは違う一段上の装いを楽しませてくれそう。ふと、袖口やポケットに目を向けると、手の込んだレザートリミングが、高級感の印象づけがさりげない点も、大人好み。

首元を閉じるためのチンストラップが、襟まわりのアクセントに。上品なオリーブカラーは、ミリタリーという出自さえも忘れさせる。特徴的なハンドウォーマーポケットは、寒いときに手を温めやすい位置に付いている。ピーコート27万円、パンツ5万4000円、レザークロップ3万9000円、マフラー3万8000円(サルヴァトーレフェラガモ/フェラガモ・ジャパン)、その他はスタイリスト私物



TOM FORD

最高の仕立てと上質な素材の心地よさ。
この冬は体が喜ぶ
アウターを着てみよう。

年を重ねると、流行よりも自分を引き立ててくれる服のほうが重要となる。それは肌ツヤをよく見せてくれるものだったり、見栄えをよくしてくれる素材感だったり。そんな我儘にも応えてくれる、選りすぐりのブランドのアウターを集めてみた。驚きと感動の着心地を是非体験してほしい。

写真=野口貴司 スタイルング=中川原 寛 ヘア&メイク=星隆士 文=遠藤 匠 編集=大嶋 慧子
photo: Takashi Noguchi styling: Kan Nakagawara(Ca.VN)
hair&make-up: Takashi Hoshi(signo) text: Takumi Endo edit: Keiko Oshima

大人の魅力を引き出す
贅沢なロングコート。

美しい立ち姿を演出してくれるのがロング丈のコート。それも〈トム フォード〉の1着なら大人にぴったり。羽織ってみればわかるのだが、体のラインがきれいに見えるシルエットが絶妙。むしろ軽快でグラマラスでもある。ボディはカシミアとウールをブレンドした上質素材で、遠目からでも違いがわかる。その柔らかな素材が優しく体を包み込む。また、構築的なスタンドカラーがロングコートにありがちなオヤジな野暮ったさを消してくれる。

腰まわりには、マーチンゲールと呼ばれる後ろベルトを採用。これでウエストがほどよく絞られ、すっきりとしたシルエットが描かれる。ブラックのオーバーコート67万円、グレンチェックスーツ69万円、レギュラーカラーシャツ6万5000円、サイドゴアブーツ24万円、ネクタイ3万円(以上トム フォード/トム フォード ジャパン)、メガネ4万4000円(トム フォード アイウェア)、グローブはスタイリスト私物



Ermenegildo Zegna

休日のお洒落にこそ似合う
極薄レザー仕立てのコート。

休日のリラックスした装いに、コートは合わせにくい。テイラード色の強い服なので、そう思われがちだ。ところが、〈エルメネジルド ゼニア〉の新作は例外のようだ。ビジネスっぽさを感じさせない優雅なルックスの秘密は、しなやかなヌバック素材。ゆったりと着こなせるシルエットのおかげもあって、力の抜けたお洒落を演出できる。レザー自体が極薄で、ふわりと軽い着心地も新鮮。一度、袖を通せばコートのイメージが変わること請け合い。

色は、ややピンクがかったベージュ。シックさとほどよい色気が同居する一着。ラフに羽織るだけで絵になる。コート100万1000円、ジャケット65万5000円、タートルニット15万1000円、パンツ26万1000円、スニーカー 8万7000円(以上エルメネジルド ゼニア クチュール/ゼニア カスタマーサービス)、ストール4万8000円、手に持ったサングラス4万9000円(以上エルメネジルド ゼニア/ゼニア カスタマーサービス)

ファッションスーツに
似合うピーコートを1着。

スーツを週末に着こなしたことはあるだろうか？ それはまたビジネスのときとは違った気持ちになるはず。たとえば、レストランやショッピングに出かけるとき。こうした場面に似合う、ファッションとしてのスーツを持っておくのは悪くない。で、これに合わせるのはビジネスコートというわけにはいかない。スーツと同じ色の、それでいて襟元にポイントの遊びが効いたピーコートなどはどうだろうか？ いつもよりちょっと若々しい印象となるはず。

パンツは、大人も抵抗なく穿けるほどよいスキニーシルエット。スーツ自体は“Monaco”というモデルで、軽やかな着心地のハーフキャンバス仕立て。シルク製のライニングの心地いいフィット感も魅力のひとつに。スーツ30万5000円、チルドレンニット9万円、シャツ7万2000円、マフラー7万8000円、サングラス5万4000円、手に持ったピーコート32万円(以上グッチ/グッチ ジャパン カスタマーサービス)

GUCCI

CHROME HEARTS

〈クロムハーツ〉のカーディガンなら

上品なトラッドさと男らしさが共存する。

ニットの暖かさやリッチな雰囲気は、季節的にも大歓迎。しかし、優等生っぽい見た目に物足りなさを感じる。そんな人、意外と多いのでは!? であれば、〈クロムハーツ〉の新作をお試しあれ。パツと見は、上品顔のカーディガン。それでいて、シルバージュエリー顔負けの存在感あるシルバーボタンが男らしさを放っている。こんな強気なニットもたまには悪くない

写真=野口貴司 スタイルング=中川原 寛 ヘア&メイク=松本 恵 文=遠藤 匠 編集=大嶋慧子

photo: Takashi Noguchi styling: Kan Nakagawara (CaVN) hair&make-up: Megumi Matsumoto (es-OL-ISSIP) text: Takumi Endo edit: Keiko Oshima

男前なルックスの秘密は
重厚感のあるシルバーボタン。

軽くて優しい着心地は、まさしく仕立てのいいニットカーディガン。ただ、それだけでは物足りない大人のために施されたフロントボタンは、重厚感あふれるシルバーボタンで力強さが添えられている。モチーフは、〈クロムハーツ〉を象徴するクロスボール。ニットの着こなしに、深みがほしい。そんなとき、風格と美しさが調和したこのボタンが存在感を発揮する。

ショールカラーカーディガン32万1000円、手に持ったメガネ10万2000円、リング7万2000円、横に置いたレザーショルダーバッグ50万1000円(以上クロムハーツ/クロムハーツ トーキョー)、その他はスタイリスト私物



Leather tote bag

[レザートートバッグ]

高熱と高圧力をかけて行う特殊な型押しで、耐久性を高めたカーフレザー仕立て。表面に傷がつきにくいので、使い勝手は良好だ。ボトムがしっかりと成形されているため、置いたときに自立し、書類なども取り出しやすい。W44.5×H33.5×D13cm。19万4000円(グッチ/グッチ ジャパンカスタマーサービス)

Leather briefcase

[レザーブリーフケース]

右:左上のバッグと同素材のブリーフケース。バックルのキャットヘッドが、シンボリックなスライダースに。中のカードホルダーはカラフルなレザーで高級感のあるデザインに仕上げた。W37×H28×D3cm。25万9000円 左:ブランドを象徴するホースビットローファーにはハチのエンボスが。流れるようなトゥシェイプでグラマラスに。12万6000円(以上グッチ/グッチ ジャパンカスタマーサービス)

GUCCI

〈グッチ〉のレザーアイテムで男の品格と個性を両立。

仕事を楽しめている大人は、仕事着でもお洒落を楽しむ余裕があるもの。そんなデキる男を輝かせてくれるであろう小物が、〈グッチ〉には大豊作。節度はあるけど華もある。そんな絶妙な出来栄に脱帽だ。

写真=大嶋恵一 スタイルング=中川原 寛 文=遠藤 匠 編集=大嶋慧子

photo: Keiichi Otake (BOH) styling: Kan Nakagawara (CaVN) text: Takumi Endo edit: Keiko Oshima

Canvas tote bag

[キャンバストートバッグ]

“GGスプリーム”と呼ばれるキャンバス仕立て。表面にポリウレタン加工を施し、撥水性を持たせている。傷が目立たない点もありがたい。レザー製のフラットなハンドルは、見た目がエレガントなだけでなく、肩に心地よくフィットする。幅広いウェブストラップが、わかる人にはわかるリッチなアクセントに。W44.5×H33.5×D13cm。14万3000円、マフラー6万6000円(以上グッチ/グッチ ジャパンカスタマーサービス)



ビジネスの装いが、必要以上に華やかである必要はない。ただ、あまりに地味なものも勝ちなので、少しくらい装いに華がある人のほうが実際にデキる男だったりするものだ。では現実問題として、ビジネスの節度を保ちながら華やぐなんてことできるのだろうか。答えはイエス。ここで集めた〈グッチ〉のアイテムを、一点加えればいいのだ。

ご存知の方も多かもしれないが、〈グッチ〉は今、最も注目を浴びるラグジュアリーブランドのひとつ。クリエイティブ・ディレクターのアレッサンドロ・ミケレレが吹き込んだ新風により、ファッション本来の楽しさに満ちたブランドへと進化を遂げている。そんな勢いのあるモノ作りのエッセンスをさりげなく盛り込んだのが、バッグやシューズだ。高級感に加え、実用性に富んだ素材選びや仕立てはさすがのひとつ。そこにウェブストラップやキャットヘッドといったアイコンック意匠が華を添え、なんとも印象的なルックスに。こんなアイテムでほんのり華やいだ装いなら、ビジネスパートナーの印象にも残ること請け合い。デキる男は、“掴み”の演出もうまいのだ。

HARRY WINSTON

〈ハリー・ウィンストン〉のペアウォッチで
ロマンチックに月夜を楽しむ時間を過ごす。

高級機械式時計を象徴する、伝統的な表示機構であるムーンフェイス。大切なパートナーと過ごす特別な夜、そんなロマンチックな意匠があしらわれたペアウォッチを、月夜に見立てて眺めるなんてどうだろう。

写真=大塚恵一 スタイルング=中川原 寛 文=遠藤 匠 編集=大崎慧子

photo: Keiichi Otake(BOIL) styling: Kan Nakagawara(CaVN) text: Takumi Endo edit: Keiko Oshima



HW MIDNIGHT DATE MOON PHASE AUTOMATIC

[HW ミッドナイト・デイト
ムーンフェイス オートマティック]

男性用、女性用ともに時分表示、ポインター式カレンダーとムーンフェイスが重なるデザインが印象的。月の背景を凹凸感のある仕上げを施したブルーカラーの彩りで神秘的な表情に仕上げた。ベゼルの3時位置に施された3つのアーチは、NY五番街にある本店のファサードがモチーフ。右: ケース径36mm、自動巻き、18KWGケース、アリーゲーターストラップ、350万円 左: ケース径42mm、自動巻き、18KWGケース、アリーゲーターストラップ、325万円(以上ハリー・ウィンストン/ハリー・ウィンストン クライアントインフォメーション)

特

別なパートナーと過ごす、特別な夜の演出方法を考えてのが楽しい季節。サプライズなプレゼント選びも醍醐味だが、それを手渡すシーンにもこだわりを見せたい。そこでおすすめなのが、〈ハリー・ウィンストン〉のムーンフェイスウォッチだ。このムーンフェイスとは、月の満ち欠けを月相の変化で表示する機構のこと。半月を切り取ったような形状の小窓があり、その左端から顔を出した

月がやがて満月となり、再び右端に隠れていく。この「HW ミッドナイト・デイト ムーンフェイス オートマティック」は、そんな伝統的な複雑機構をハイジュエラーらしい洗練された表現として昇華したもの。男性用に加え、ベゼルにダイヤモンドを配した女性用モデルも用意されている。月夜の代わりにこのロマンあふれるペアウォッチを眺め、その1本をパートナーに手渡す。特別な夜にふさわしい演出ではないだろうか。

VAN

〈ヴァン〉のダウンジャケットなら

ビジネススタイルの アウターにもぴったり。

お洒落目線のダウンがめっきり増えたのは、嬉しい限り。ただし、ジャケットの上にも羽織れるものとなると話は別。意外と少ないのが現状だ。そこに救いの手を差し伸べてくれたのが、〈ヴァン〉。高級服地メーカーの上質素材で仕立てたそのボディは、端正かつ都会的。いい意味でダウンっぽくないレックスは、ジャケットとも相相相愛だ。

写真=野口貴司、池田佳史 スタイルング=中川原 寛 ヘア&メイク=松本 恵 文=遠藤 匠 編集=大崎慧子
photo: Takashi Noguchi, Yoshihumi Ikeda(BOIL) styling: Kan Nakagawara(CaVN)
hair&make-up: Megumi Matsumoto(s*QUESS) text: Takumi Endo
edit: Keiko Oshima



街で映えるダウンとは まさにこういふこと!

シャカシャカ素材のダウンと一線を画す大人顔の秘密は、高級感あふれるボディ素材。ロロ・ピアーナ社の「フォーシーズンズ」と呼ばれるその服地は、オーストラリアのメリノ羊から採れるハイグレードな原毛を採用したもので、漏れるような肌触りが出色。グレードの高い羽毛との相乗効果で高保温力も期待できる。ステンカラーを採用しているのも、都会的に見えるポイントだ。

襟まわりやすっきりとしたシルエットは、どこかステンカラーコートのようにも見え、タイトアップしたブレザーに対する馴染みやすさも、ご覧のとおり。ダウンジャケット7万9000円、ネイビーブレザー4万6000円、BDシャツ9800円、スラックス1万9000円、ニットタイ8800円、マフラー7800円、バッグ3万6000円(以上ヴァン/ヴァンジャケット)、その他はスタイリスト私物

ダブルフェイス素材の裏面は、ブランドのシグネチャーでもあるグレーのタータンチェック。リアルホーン製のトグルや本革ストラップといった、細部の意匠は高級感あふれる仕上がり。フロントにはジッパーも備わり、トグルと両方を閉じれば、防風性を高められる。フードを付けた状態であっても、写真のように襟を立てることも。首まわりのニュアンス作りも簡単だ。男：ダブルコート8万9000円、ジャケット6万4000円、BDシャツ1万9000円、トラウザーズ2万9000円、ネクタイ1万2000円、ストール1万8000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン) 女：ダブルコート13万円、タートルニット2万6000円、スカート2万9000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)、その他はスタイリスト私物



本格志向のダブルに “今の気分”をちりばめて。

ハリのあるダブルフェイス素材で仕立てたダブルコート。芯材の使用量を抑えてもきれいなシルエットを描けるので、見た目の重厚感からは想像もつかないほど軽快に着こなせる。フードを取り外せる仕様になっているので、ノーフードにすればすっきりとした見た目の印象に早変わり。



中綿アウターの常識を覆す 軽さと暖かさにひとめ惚れ。

ブルゾンを重ね着しているように見える襟ぐりが、なんともユニーク。中綿に採用しているのは、人工羽毛の“サーモアエコダウン”。少量でもダウン顔負けの保温力を発揮するので、すっきりとしたシルエットで着こなせる。動きやすさの面でも優秀だ。

中綿が入っていることを感じさせない、洗練されたボデイラインや肩線が持ち味。ダウンジャケット7万4000円、ハット2万4000円、グローブ3万3000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)

コートの大人感とニットの楽さをミックス。

ニットのようにふわりと織り上げたボイルドウール仕立て。肩パッドを入れず、副資材も極力使っていないので、とびきり軽やかな着心地に仕上がっている。ピークドラベルでVゾーンを品よく見せているが、パッチポケットでカジュアル感も演出。デニムにもスラックスにも合わせやすい。

やや短めのレングス。ジャケット感覚で気軽に羽織れる点は、休日の外出着としてもちょうどいい。デニムのようなカジュアルなパンツとの相性のよさも写真を見れば一目瞭然だ。コート14万円、カーディガン2万2000円、BDシャツ1万6000円、デニムパンツ2万6000円、ハンチング2万2000円、ネクタイ1万2000円、マフラー5万9000円(以上ブルックス ブラザーズ/ブルックス ブラザーズ ジャパン)、その他はスタイリスト私物



Brooks Brothers

〈ブルックス ブラザーズ〉のアウターはどれも 大人の休日スタイルを 凛々しく仕上げてくれる。

街に溶け込んではいながら、決して気負った格好ではない。そんな自然体のお洒落こそが、都会派の目指すところだ。それを実現する方法は、意外と簡単。〈ブルックス ブラザーズ〉のアウターに頼ればいいのだ。正統派のトラッドを体現する仕立てに、快適さを後押しする工夫が盛り込まれている。だから、身のこなしも表情も至って自然体に見えるわけだ。

写真=野口貴司、池田佳史 スタイルング=中川原 寛 ヘア&メイク=松本 恵 文=遠藤 匠 編集=大嶋慧子
photo:Takashi Noguchi, Yoshihumi Ikeda(BOIL) styling:Kan Nakagawara(CaVN)
hair&make-up:Megumi Matsumoto(es*QUISSE) text:Takumi Endo edit:Keiko Oshima



The President WINE*

あの大統領も愛した、ホワイトハウス御用達ワインとは!?

アメリカ政府の公式晩餐会やホワイトハウスで、60年以上品風にされてきたカリフォルニアワインがある。それがついに今年、待望の日本本格上陸を果たした。さて、いったいどんなワインなのだろうか？

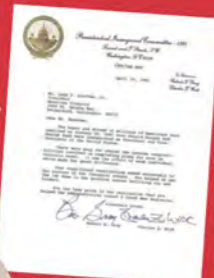
文=真下武久 text: Takehisa Mashimo



★こんな大統領が晩餐会で愛飲!

オバマやクリントンはもちろん、トルーマンやニクソン、ジョンソンといった往年の大統領にも品風にされた。と同時に、歴代ファーストレディたちのお眼鏡にも通っていた!

1981年1月20日、レーガン大統領、ブッシュ副大統領の就任晩餐会でBVのワインが振る舞われた。右はレーガンとブッシュ、両名の名前が入ったホワイトハウスからの感謝状



Ronald Reagan
[ロナルド・レーガン]

1995年にクリントン大統領がモロッコ国王ハッサン2世を迎えた際の晩餐会では、BVの「タペストリー1990」がテーブルに並んだ。感謝状の主は当時の大統領夫人ヒラリー・クリントン



William Jefferson "Bill" Clinton
[ビル・クリントン]

1 1976年、「パリの審判」というワイン業界を震撼させる大事件が起きた。これは、当時ワイン業界を牛耳っていたフランスワインと、まだ後進にすぎなかったカリフォルニアワインを目隠して試飲するという大胆な企画。結果は大方の予想に反して、カリフォルニアワインが首位を独占した。これを契機に、カリフォルニアワインの実力を世界が認めることになったとされている。しかしそれより前から、密かに世界の要人たちの舌を満足させてきたカリフォルニアワインがあるのをご存知だろうか。それがBVの愛称で知られる、〈ボーリュール・ヴィンヤード〉だ。創業は1900年。ボルドー出身のジョージ・デ・ラトゥールによってナバヴァレーに開かれた。そのプロパティをはじめて見た彼の妻が「Quelle beau lieu(なんて素晴らしい場所なの!)」と感嘆の声を漏らしたことから、その名がついた。禁酒法時代にも、教会用ワインを造ることを認可された数少ないワイナリーのひと



禁酒法時代も生き抜いた名門ワイナリーは、現在1100エーカーの自社畑を所有している。これはナバヴァレーで3番めの大きさ。ゆえに、ラインナップも多彩に揃う

つ。BVが注目を集めるようになったのは、伝説のワインメーカー、アンドレ・チェリチェフを招聘してから。1939年、彼の手による「ジョージ・デ・ラトゥール・プライベート・リザーブカベルネ・ソーヴィニオン」を世に送り出すと、翌年にはホワイトハウス御用達ワイナリーに指定されたのだ。以来70年以上、BVは政府公式晩餐会やホワイトハウスで提供されてきた。アメリカ歴代大統領はもちろん、エリザベス女王やハッサン2世といった歴史に名を残す要人に振る舞われた記録も残る。これまでBVが日本で知る人ぞ知る存在だったのは、ほぼ流通がなかったから。アメリカ歴代大統領が愛したホワイトハウス御用達ワイン、是非お試しあれ!

Georges De Latour Private Reserve

[ジョージ・デ・ラトゥール・プライベート・リザーブ]

レジェンドのお墨付きはナバ初のカルトワイン!

BVの顔ともいえるフラッグシップワイン。稀代のワインメーカー、アンドレ・チェリチェフが手掛け、1939年にはじめてリリースされた。ナバヴァレーで最初の「カルト」カベルネワインとされている。



バスクの三ツ星レストランの味を、ここ東京でも!

スペイン・バスク出身のトップ若手シェフ、エネコ・アチャ・アスルメンディ。彼が手掛ける最先端のバスク料理を味わえる店が、この秋、東京にグランドオープン!

文=真下武久 text: Takehisa Mashimo

ここ数年、世界中のグルメたちを虜にしているスペイン・バスク地方。星付きレストランが点在し、「美食街道」とも称される。なかでも注目を集めるのが、スペイン最年少でミシュラン三ツ星を獲得したシェフ、エネコ・アチャ・アスルメンディだ。エネコは1977年バスク生まれのバスク育ち。故郷への強い思いから、修業先もすべてバスク料理の店にこだわり、庶民的なバルから星付きの高級店まで、様々な角度から郷土の味を学んできた。そして2005年にビルバオ郊外にガストロノミーレストラン(アスルメンディ)を開業。すると、たちまち話題に。2008年に一ツ星、2011年に二ツ星、2013年には三ツ星を獲得し、トップシェフの仲間入りを果たす。〈アスルメンディ〉は三ツ星といえども、堅苦しさは微塵もない。緑にあふれた植物園のような空間で最初に供されるのは、フィンガーフードが並ぶピクニックバスケット。これをツمامミにバスク伝統の白ワイン・チャコリを飲めば、ゲストは皆リラックスモードに。その後続く料理の数々も、バスク料理をベースにしながらもエネコの遊び心が満載。

DATA

ENEKO Tokyo (エネコ東京)
東京都港区西麻布3-16-28 TOKI-ON西麻布
☎03-3475-4122
営業12:00~15:00、18:00~22:30
※年末年始(土・日・祝)は要問い合わせ) https://eneko.tokyo



バスク風のキノコ

スペインの伝統バスク料理であるアヒージョを、ガラス皿の上に再構築。エリンギは細切りにしてパスタに見立て、キノコの旨味がたっぷりのエマルションソースとともに、両脇に添えられるのは卵黄の天ぷら!

Spanish GASTRONOMY*



ピクニックバスケット

本店でも東京店でもピクニックからスタートするのが「エネコスタイル」。雙のミニハンバーガーやホウレン草ビスケットのチーズケーキ、バスク伝統のチャコリのボンボンなど、誰もが笑顔になれる一口料理!

仔豚のフリット バジルのエマルション

バスク名物の仔豚は一度グリルしてから天ぷらに。バジルソースの上に乗せ、唐辛子とフラワーサラダを飾りつける。焼いたときに肉汁は蒸発してソースに使用。仔豚本来の柔らかい甘さを、唐辛子の辛みがピリッと引き立てる

What's the Difference?

JAPAN

SPAIN

01 シェフは誰? どんな人?



本店、東京店ともに、グランシェフはエネコ・アチャ・アスルメンディ氏。東京店の厨房は写真左の機具。仁シェフが取り仕切っている

02 それぞれの店はどんな感じ?



林やぶどう畑に囲まれた場所にある本店はガラス張りの建物。都内の閑静な住宅街にある東京店は白を基調とした外観

03 料理は同じ? 違う?



現在は本店のスペシャリテを東京店で展開中。今後は日本の食材を使った新作も登場予定。ちなみに右はスペインでのみのメニュー

Great EXPLORE*

TIPS

#01 この場所にゆかりのある人は? ジョン・フォード

1910~70年代にかけて、130本以上の作品を手掛けた映画監督。出世作となった西部劇から文芸作品まで、アメリカ映画史上を彩る。



[John Ford]

#02 ここで撮影された映画は? 『荒野の決闘』

ヘンリー・フォンダ扮するワイアットの決闘シーンは圧巻。「駅馬車」を“動”とするなら、こちらは“静”の西部劇の最高傑作。



見

渡すかぎりの赤銅色の大地に、尖塔のようなピュートやテール状のメサと呼ばれる岩山。まるで記念碑のような岩の群れから名づけられたモニュメントバレーは、先住民ナバホ族の聖地だ。これまでアカデミー賞に5回も輝くロケ地のデビューには、ある夫婦の陰ながらの努力があった。新天地を求めてやってきたグールドینگ夫妻は、ナバホ族との交易の場を設立。けれど世界恐慌のあおりで、資金繰りもままならなくなった。その頃、ジョン・フォード監督が次回作の口



ジョン・フォード監督の撮影場所が!

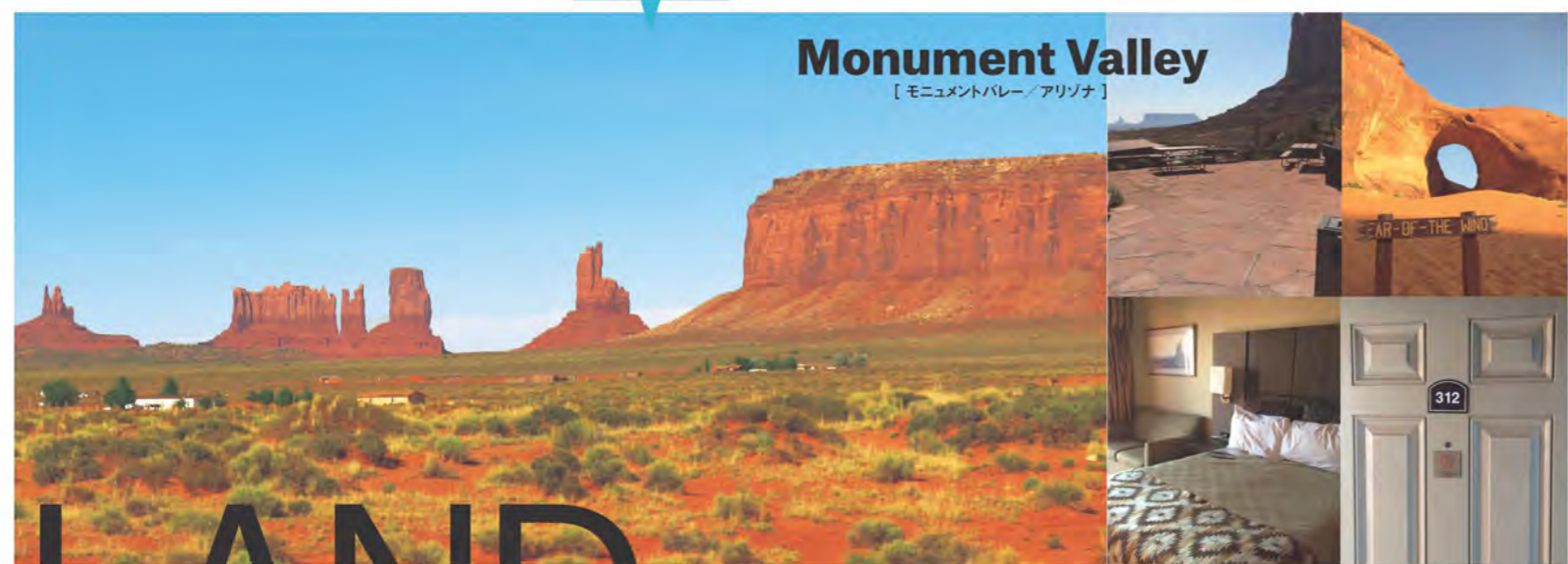
今度の旅は映画にまつわる場所へ。

見知らぬ土地へ行き、そこで新たな発見をする。これこそ旅の醍醐味。しかも、その場所が映画や小説などに関連したところで、その作品のサイドストーリーを知ったうえで訪れると感動はさらに深まる。そんな旅を是非。

文=古関千恵子 text: Chieko Koseki

ケ地を探しているとの話を聞き、夫妻はなげなしの\$60とこの地の風景写真を手にハリウッドへ乗り込んだ。運よく面会ができたジョン・フォードはモニュメントバレーの景観をひと目で気に入り、2週間後には寝袋を携え、夫妻の元へ訪れたという。

夫婦の姓を冠したホテル(グールドینگス・ロッジ)はモニュメントバレーが正面に広がる。ジョン・フォードは312号室、ジョン・ウェインは313号室。撮影を終えると、2人してテラスでカードゲームに興じたそう。きっとカードを切る手に迷ったときは、視線を上げ、この雄大な景色からヒントを得たことだろう。



Monument Valley

[モニュメントバレー/アリゾナ]

LAND and SEA



The Brando

[ザ・ブランド/タヒチ]

TIPS

#01 ココにゆかりのある人は? マーロン・ブランド

『ゴッドファーザー』などが代表作の名優。リゾート経営のために高額のギャラを要求するも、共感する作品にはノーギャラでも出演。



[Marlon Brando]

#02 このエリアが舞台の映画は? 『戦艦バウンティ』

プライ船長率いるバウンティ号が食料補給のために寄港したタヒチで楽園を知り、出港後に反乱が起きる。美しい島と美女も見どころ。



20世紀を代表する名優と絶賛される一方で、トラブルメーカーとして敬遠された俳優マーロン・ブランド。当時、下着であったTシャツをファッションとして着なし、背を丸めてモゾモゾと話す独特な演技など、型破りなスタイルはジェームズ・ディーンやエルビス・プレスリーなど後世のスターたちに多大な影響を与えた。常に自分のポリシーを貫くブランドは、一筋縄ではいかない人生を送ることになったが、後年のターニングポイントとなった作品がタヒチで撮影を行った、『戦艦バウンティ』だろう。タヒチで夢のような日々を送った戦艦バウンティ号



ゲスト専用のエアライナーがある!

の乗組員が、のちの航海で船長に反旗を翻した実話だ。映像ではヤシの密林に覆われた高峰と紺碧のラグーンが絶妙なコントラストをなし、美しい島の娘たちが艶めかしく踊る、地上の楽園が描かれている。この撮影で、ブランドは実際にタヒチに恋をした。共演した娘は第3の妻となり、ティティアロア環礁を購入。そしてその環礁のかつて暮らしていた場所に彼の理想を形にした、エコなリゾートを造り上げた。他界した今は、〈ザ・ブランド〉という新たなリゾートとして、彼のタヒチへのこだわりをここに継承している。

LAB SERIES MAX LS

[ラボ シリーズ マックスLS]

まずはすべての基本となる洗顔料、リッチな泡立ちが他の追随を許さない。そして化粧水をコットンに含ませ適量を馴染ませることで、角質層にぐんぐん吸い込まれていく効果を実感できる。続いて使用する美容液はキメの整ったハリのある肌へと導いてくれる。仕上げは(ラボ シリーズ)の技術を結集したクリームで。この4つの組み合わせで抜群のエイジングケア効果を発揮。左:化粧水マックスLS チャージウォーター 200ml 7800円 左から2番め:美容液マックスLS Vセラム 30ml 1万2500円 左から3番め:洗顔料マックスLS リニューアル クレンザー 150ml 6800円 右:フェイスクリーム マックスLS V クリーム 50ml 1万2500円(すべてラボ シリーズ/ラボ シリーズ お客様相談室)



ギフトとしても最適!



上の4種がセットになったプレミアムボックスセットも登場。日頃の感謝をこめたギフトに是非。ラボ シリーズ マックスLS プライマル セット2万6000円(ラボ シリーズ/ラボ シリーズ お客様相談室)

い かついながらも若々しい肌を保ちたいという願望があるなら、日々のスキンケアは大人にとって必須だといえよう。

しかし、やみくもにアレコレ塗りたいくっていても、効果はほとんど期待できない。やはり、ちゃんと男の肌質に特化した成分が配合されたものを選び、正しい組み合わせで塗布することがなにより重要なのだ。

そこで是非おすすめしたいのがこの〈ラボ シリーズ〉。メンズの肌特性を30年にわたって見つけ続け、それによって積み重ねられた最先端テクノロジーにより生まれた4つの男性用化粧品は、素晴らしい相乗効果を発揮してくれるだろう。

なぜ4つかという、男の肌にとってなにより大事なのは「洗う、潤す、与える、保つ」の4種であるから。これらをパッチリ補給してくれる最高峰のエイジングケアシステムが「マックスLS」。

洗顔料、化粧水、美容液、フェイスクリームというラインナップで、キメが細かく潤いのある男の肌を取り戻せる。エネルギーギッシュで活みみながる肌と与える印象は日々のビジネスにもプラスの効果を与えてくれることだろう。

LAB SERIES

〈ラボ シリーズ〉のスキンケアで 毎日、若々しさをキープし、身だしなみを整える。

誕生以来、メンズの肌質向上に一役買ってきた〈ラボ シリーズ〉。なかでも最高峰といえるラインが「マックスLS」だ。男のスキンケアに欠かせない4つの要素を取り込むことで、未体験のエイジングケアを誰もが体験できるに違いない。

写真=大塚恵一 スタイルング=中川原 寛 文=藤巻英治 編集=大嶋慧子

photo: Keiichi Otake(BOLL) styling: Kan Nakagawara(CaNN) text: Eiji Fujimaki edit: Keiko Oshima

MOSCOT

目で個性を語る〈モスコット〉の “三拍子”揃ったメガネなら 魅力も三割増しに!?

かけ手のパーソナリティを物語る道具にもなりうるメガネ。せっかくなら、ボディ、ビューティ、バックグラウンドという3つの魅力を備えた新作なんてどうだろう。貴方の個性を目で代弁してくれるかもしれない。

写真=野口貴司、大塚恵一 スタイルリング=中川原 寛 ヘア&メイク=星 隆士 文=遠藤 匠 編集=大嶋慧子
photo:Takashi Noguchi Keiichi Otake(BOIL) styling:Kan Nakagawara(CaNN)
hair&make-up:Takashi Hoshi(signo) text:Takumi Endo edit:Keiko Oshima



1/ Body
目元に奥行きを
もたらず
インナーリム構造。

目 は口ほどに物をいうとはよくいわれるが、目元の印象を左右するメガネもかけている人の個性を雄弁に物語るアイテムだ。であれば、いっそのこと語りどころの多いメガネなんていかがだろう。(モスコット)の“ブakes”は、まさにその有力候補。まず、そのボディが面白い。インナーリムと呼ばれるこの構造は、プラスチック枠でメタルフレームを挟み込む手の込んだ作りが特徴。1930年代の英国で誕生したクラシカルな仕様で、横顔との印象の違いを演出できる点が極めてユニーク。加えて、ビューティ=美しさという側面も見逃せない。顔馴染みがよく、目元を品よく見せてくれる逆おむすび型のレンズシェイプ。これがとにかく絶妙。横顔に型押しされたグリッド模様も、印象深いルックスを作り出している。そして極めつきは、NYの老舗ならではのバックグラウンド。今年で創業102年という点も特筆すべきことだが、魅力はそれだけではない。ブランドとして成長した現在でも、家族経営のメガネ店としてニューヨーカーの視力矯正を手助けする存在であり続けている。そんな生真面目で職人気質な物語を語るメガネなんて、そうそうないだろう。

2/ Beauty

エレガントな横顔を
演出してくれる
繊細な型押し装飾。

BUPKES
[ブakes]

前からはセルフレームに見えるが、横顔はメタルフレームという二面性が新鮮。どのカラーも、フレームが細身で軽量なので、柔らかな装着感に仕上がっている。目元が華やかハバナ柄に加え、肌馴染みのいいグレー、知性が際立つ黒も用意。各2万8000円(以上モスコット/モスコット トウキョウ)

3/ Background

ニューヨーカーに
愛され続ける
創業102年の老舗。

TENDENCE

大人の旅心を刺激する
〈テンデンス〉の腕時計。

圧倒的なインパクトで他の追随を許さない、腕時計界の革命児〈テンデンス〉。ブランド創立10周年を記念して、スペシャル感あふれるラグジュアリーな逸品が誕生した。思わず目を引く限定モデルはチタニウム仕様。たくましく大人の腕元には是非。

写真=大塚恵一 文=藤巻英治 編集=大嶋慧子
photo:Keiichi Otake(BOIL) text:Eiji Fujimaki 編集:Keiko Oshima



10th Anniversary
TITANIUM
テンデンス10周年記念
チタニウムコレクション

ケースや裏蓋には高級感に満ちたチタニウムを使用。ひときわ重厚でラグジュアリーな存在感を放つこのスペシャルモデルは世界限定1000本のリリースとなる。デザインやカラー、ロゴに至るまで特別仕様で、印象がガラリと変わる革ストラップも付属する。気鋭ブランドの10周年を凝縮したような、まさに集大成と呼ぶにふさわしい一本だ。ケース径50mm、クォーツ、チタンケース、ブラックシリコンストラップ、取り替え用レッドレザーストラップ付きの特別ボックス入り。11万5000円(テンデンス/テンデンスジャパン)



期間限定のノベルティ
キャンペーン。

テンデンス表参道、銀座の2店舗のみで10/31(火)~11/19(日)までキャンペーンを開催。この期間中に時計を買った、「フラッシュシリーズ」をモチーフにした数量限定の傘をプレゼント。また、各店舗では、今回紹介した世界1000本限定発売の「10周年記念ウォッチボックスセット」も、置かれているので、お店に急ごう!



鋭

い感性で魅了する俳優、アスリート、モデルらがこぞってラブコールをおくる腕時計ブランド〈テンデンス〉は今年で10周年。大胆でオリジナリティにあふれたビッグフェイスはインパクト抜群で、常にあって驚く新作を発表し続けてきた。

そんな気鋭ブランドが満を持してお届けするのがこの「10周年記念 チタニウムモデル」だ。ふんだんに使用された重厚なチタニウム素材は、アニバーサリーモ

デルにふさわしい、この10年間のデザイン、素材面の進化のすべてを表現した究極の1本だ。また、ラバーストラップに加えて革のベルトも付属。スポーティなマインドのときはラバー、都会的な雰囲気を演出したときはレザーなど、TPOに合わせて自由に選べる。

世界1000本限定発売なのですでにカウントダウンははじまっている。遊びゴコロを知る大人には、こんな話題性抜群のウォッチがよく似合う。

IN DRIVING*

高級セダンでディナーへ。さて、車内でなにを聴く!?

そう聞かれて困っちゃうようではいけない。ドライブでは、シーンに合わせた音楽を流すのが演出上手な大人というもの。今回は、ディナーに向かう車内にぴったりな曲をセレクトしてみました。

選曲=萩原健太 music selection: Kenta Hagiwara photo by AFLO

選曲のテーマ

高級セダンでパートナーとレストランへ!

5

Dionne Warwick / The Wine Is Young

ディオニス・ワーウィック / ワイン・イズ・ヤング

パート・バラックとハル・デヴィッド作。バラック・ナンバを歌わせたら右に出る者なしのディオニスが1970年に歌いました。まだ熱くないワインの味に、過ぎてしまった恋のドラマを重ねる隠れた名曲。



ディオニス・ワーウィック「恋よ、さようなら」
©ワーナーミュージック

6

Billy Joel / Scenes from an Italian Restaurant

ビルー・ジョエル / イタリアンレストラン

1977年のアルバム「ストレンジャー」に収められている必殺の名曲。バラードではじめてジャズなサクソフォを挟んでアップテンポに展開していく。これから食事をするムードを盛り上げるには最適な曲かと。



ビルー・ジョエル「ストレンジャー」
©ソニーミュージックジャパンインターナショナル

7

Andy Williams / Days of Wine and Roses

アンディ・ウィリアムス / 酒とバラの日々

といっても、盛り上がりすぎてもナンなので、ハンリー・マンシーニ作の同名映画主題歌でちょっとだけクールダウン。1963年にヒットした、アンディ・ウィリアムスのハードヴォーミングな歌声でどうぞ。



アンディ・ウィリアムス「アンディ・ウィリアムス・オリジナル・アルバム・コレクション第一集」
©ソニーミュージックジャパンインターナショナル

1

Paul Simon / Mother and Child Reunion

ポール・サイモン / 母と子の絆

1972年の大ヒット曲。ニューヨークのチャイナタウンにある中華料理店のメニューに載っていた、鶏肉と卵を使った料理(親子丼?)の名前が「Mother And Child Reunion」だったことから生まれた曲だとか。



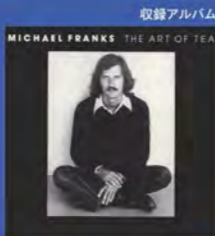
ポール・サイモン「ポール・サイモン」
©ソニーミュージックジャパンインターナショナル

2

Michael Franks / Popsicle Tees

マイケル・フランクス / ホップシクル・トーズ

1975年のアルバム「アート・オブ・ティー」に収められている名曲。洗練されたフュージョン・サウンドとは裏腹に、彼女の冷たいつま先のことをアイスキャンディにたとえた。そこはかとなくエッチな曲です。



マイケル・フランクス「アート・オブ・ティー」
©ワーナーミュージック

3

The Manhattan Transfer / Java Jive

ザ・マンハッタン・トランスファー / ジャヴァ・ジャイヴ

もともとは1941年に黒人ヴォーカルグループ「インク・スポット」がヒットさせた曲。マントラは'75年にカバレー・コーヒンや紅茶への愛を歌っているように、実はドラッグ賛歌だったりする危ない歌です。



ザ・マンハッタン・トランスファー「ジューキン」
©ユニバーサルミュージック

4

Carole King / Chicken Soup with Rice

キャロル・キング / ライス入りチキン・スープ

今では西海岸を拠点に活動するキャロル・キングですが、実はブルックリン出身のハリバリのニューヨーク人。そんな彼女が1975年、アニメ映画「おしゃまなロージー」のために書き下ろした美味しそうなチキン・スープの歌。



キャロル・キング「おしゃまなロージー」
©ソニーミュージックジャパンインターナショナル

ま だ若かりし頃。ドライブデートの前日、カセットテープなりに情熱を燃やした、なんて経験ありませんか? 「最初に流す曲は気分上がるロックかな? 日が暮れたらバラードで決まりだな」などと、彼女といるシーンを想定しながらひたすら録音に没頭するひととき。みなさんにとって、それは楽しくも懐かしい青春の思い出になっているのかも。ところが、あんなにワクワクした曲選びも今は昔。クルマで聴く音楽にはすっかり無頓着になってしまったのでは、ちょっと残念ですね。年を重ねた今だってドライブに演出は不可欠。そのほうが、より楽しいひとときになるのは間違いないのだから。

たとえば休日、パートナーとディナーに出かけるなんてシチュエーションではどうだろう。乗っていきたくるまは、なんといってもフルサイズの高級セダンで決まり。落ち着いた雰囲気と角のない乗り心地は大人の余裕。流行りのSUVやスポーツカーでは及ばない格調の高さもあり、ディナーに行くという贅沢な気分をグッと高めてくれるのがいい。では、そんなクルマの中でかける曲は、やっぱり大人らしくジャズクラシック? いや、それではあまりにもステレオタイプで芸がない。せっかくディナーが待っているのだから、かつてのようにシーンを想定して選曲。たとえば左のリストにあるように、飲食にまつわる名曲をさりげなく流すとディナー前の話題作りにもなって楽しいはず。しかも選んだ曲は、1970年代を中心とした味わい深い名曲揃いだ。ほどよいテンポで耳触りもよく、パートナーとの会話を妨げることもない。これなら、ゆったりと豊かな気持ちになってディナーに臨めるといえるもの。そしてレストランに到着したら、今度は味わい深い一皿では非楽しい夜を!

CADILLAC

プレミアムSUVで街を颯爽と走る。

都市生活をさらに謳歌するために今、クルマに求めたいのは機敏な「走り」とリフレッシュできる「快適性」だ。ライトウェイトなボディにハイパワーエンジンを備え、それでいてラグジュアリーな室内空間を演出する(キャデラック)XT5なら、欲張りな大人たちの願いをきつとかなえてくれるに違いない。

文=藤巻英治 text=Eiji Fujimaki



右上: Apple CarPlayおよびAndroid Autoに対応。14のスピーカーを備える(ボース)の音響システムを搭載。左上: オープンカーのような開放的サンルーフ。右下: 旅のトランクも余裕で入るラゲージルーム。リアシートアレンジでさらに広がる。左下: 最高級セミアニリンレザー使用の上質シート採用

アーバンライフを送る大人の毎日は目まぐるしい。平日は仕事に追われる日々を過ごし、週末はアクティブにリフレッシュ。そんな日々を過ごす大人たちにとって、日常の足となるクルマは常にストレスフリーな存在でありたい。つまり、ビジネスチャンスを逃さぬよう余裕をもって目的地に到着する必要があるし、移動中の車内はアイデアがあふれだすようなリラックス空間であってほしい。それには都市の交通網を縦横無尽に駆ける「走りの俊敏性」と、ホテルのラウンジのようにくつろげる「エレガントな居住性」の両方が必要。その点、このSUV(キャデラック)XT5は抜きん出ている。前述の2つのファクターを満

たす心強い相棒となってくれるだろう。まず驚くべきはその走りだ。高級SUVにありがちなモッサリ感は微塵もない。その秘密は大幅な軽量化と優れたシャシー性能にある。それゆえにV6 3.6Lエンジンのハイパワーが遺憾なく発揮されるというわけだ。そして、高級レザーシートから伝わる確かなクラフトマンシップ、臨場感あふれる音響システムなど、車内空間はどれをとってもラグジュアリーそのものである。大人の都市生活はハードであるからこそ、ほんのひとときのくつろぎが再び闘志をみなぎらせる。この(キャデラック)XT5のアクセルを踏み込めば、それがわかるはずだ。是非、実際に体感してみてください。

CADILLAC XT5

[キャデラック XT5]

都会の大人を魅了するプレミアムSUV。

エンジン: V型6気筒DOHC 総排気量: 3649cc 最高出力: 231kW(314PS) / 6700rpm
最大トルク: 368N・m(37.5kg・m) / 5000rpm
トランスミッション: 8速AT 全長×全幅×全高: 4825×1915×1700mm 車両重量: 1990kg 車両本体税込価格: 619万円~



こんなドライブルートをイメージ。



乗るならこんなクルマがイイ!

CADILLAC CT6

[キャデラック CT6]

まるでホールにいるような臨場感

アメリカラグジュアリーを体現したフラッグシップセダン。上質でゆったりとした室内に、専用の(ボース)製プレミアムスピーカーはなんと34個。バーチャルサラウンド機能も備え、音響面でも抜かりがない。税込み価格990万円(GMジャパン・カスタマーセンター)

Paul Simon / ホール・サイモン
Michael Franks / マイケル・フランクス
The Manhattan Transfer / ザ・マンハッタン・トランスファー
Carole King / キャロル・キング
Dionne Warwick / ディオン・ワーウィック
Billy Joel / ビルー・ジョエル
Andy Williams / アンディ・ウィリアムス

Safari を読むなら、定期購読をおすすめします!

お近くに書店がない、買いに行く時間がないなど書店でのお求めが難しい方に、発売ごとに「Safari」がお手元に届く便利な年間購読をご案内いたします。



Safariとは?
海が大好きな大人のために、カリフォルニアのライフスタイルを提案する男性ミドルエイジ誌。ラグジュアリーなカジュアルファッションを中心に、クルマ、時計、食、旅行など幅広いジャンルを紹介する。毎月24日発行。

数量限定で
スペシャルセットが
再販決定!

創刊14周年記念 [ラボ シリーズ] LAB SERIES スペシャルセット!

1年定期購読(12冊)	¥9840	45% OFF! (¥8208相当)
ラボ シリーズ マルチアクション フェース ウォッシュ 100ml	¥4104	
ラボ シリーズ ウォーターローション RE 200ml	¥4104	
¥18048 ⇒ ¥9840		

*ギフト商品はご入金確認後3~4週間後、本誌とは別送でお届けの予定です

定期購読のみお申し込みの場合

定価¥820×12冊= ¥9840のところ **¥8200(税込)** 16% off

日之出出版公式オンラインストア

WEBで <https://hinode.co.jp/sfc/4>

●支払い方法はクレジットカード、払い込み(郵便局・コンビニ)のいずれかをお選びいただけます

お電話で 03-5543-1340 日之出出版 読者購読係 (受付時間:平日10:00~17:00)

●支払い方法は払い込み(郵便局・コンビニ)のみとさせていただきます
●払い込み(郵便局・コンビニ)の場合、手数料として別途150円がかかります

【ご注意】

- 配達・配達手配状況により、発売日にお届けできない場合があります。ご了承の上、お申し込みください。
- お届けは日本国内に限らせていただきます。●日之出出版オンラインストアでの会員登録が別途必要になります。
- こちらののご案内に表記されているスペシャルセットは、予定数量を超えた場合は終了となります。
- 増刊号は年間購読の対象外となります。●支払い方法で払い込みを選択いただきましたお客様につきましては、弊社より別途請求書をお送りさせていただきます。請求書到着後、14日以内に郵便局もしくはコンビニエンスストアで払い込みをお願いします。●お申し込みのタイミングによっては、発売日にお届けできない場合や、ご希望の開始号からお届けできない場合がございます。●ご購入期間中の中途解約は承っておりませんので、あらかじめご了承ください。
- お申し込みの際にご記入いただくお名前、ご住所、eメールアドレスなどの個人情報は日之出出版にて管理し、購読雑誌のお届けや定期購読サービスの提供に必要な業務連絡に使用させていただきます。またそれ以外に、弊社からの各種ご案内(イベント・発行物・プレゼントなど)やアンケートのお問い合わせ、皆様にとって有益と思われる弊社および広告主などの製品やサービスの案内をお送りする場合がございます。利用目的のご同意のため、お申し込みください。日之出出版の個人情報保護方針につきましては右記ウェブサイトをご覧ください。 <https://hinode.co.jp/privacypolicy/>

ラボ シリーズとは?

(ラボ シリーズ)は1987年に誕生以来、男性特有のニーズやライフスタイルに着目し先進のテクノロジーで製品開発に取り組んでいる、高級メンズ化粧品 NO.1ブランド。想像以上にデリケートな男性の肌をいつまでも健康やかに、若々しく保つことを目指したスキンケアをこの機会に試してみませんか。
*ボニーテリサーチ調べ(百貨店におけるメンズスキンケア市場2013年1~6月セルイン)



雑誌「Safari」の公式オンラインストア! お洒落好きなら「Safari Lounge」をチェック!

Safari Loungeは雑誌「Safari」が運営する公式ショッピングサイト。誌面掲載ブランドを中心に、カリフォルニアっぽいお洒落を目指す大人のためのアイテムを豊富にラインナップ。まずは気軽にのぞいてみてほしい。

ここでしか買えない限定コラボ商品など見逃せないアイテムも目白押し!

Safari Loungeでは、様々なブランドとのコラボアイテムを毎月販売している。さらに、雑誌「Safari」で大人気のスタイリストKim-Changとのコラボアイテムなどもある。ほかでは手に入らない特別仕様のアイテムは、いずれも大人の男にふさわしい。持っていれば、周囲と差がつくこと間違いなしのアイテムが満載。

- 購入したアイテムの返品、交換も可能!
- 電話注文や当日発送もでき、さらに便利!

Safari recommend item



ジョン エリオット
JOHN ELLIOTT
5万9000円 ID:22353

ラグ & ボーン
RAG & BONE
3万8000円 ID:22294

買い物はももちろん、今流行りのものもいち早く手に入るスマホアプリ!



サファリラウンジ

検索

<http://safilounge.jp>
03-4485-1305

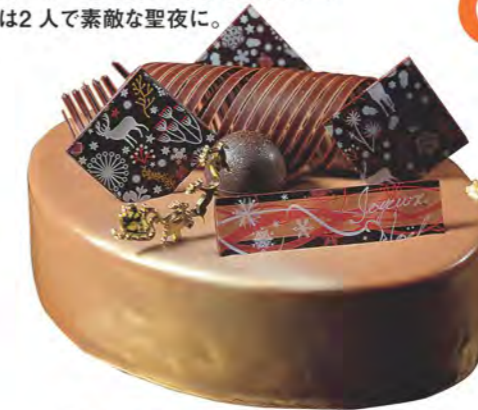
今年のクリスマスはラグジュアリーホテルの人気ケーキで。

いよいよクリスマスシーズン。さて、ケーキはいつもどうしている? いつもと違って、今年はホテルの特別ケーキでお祝いしてみよう? 家族で楽しく、あるいは2人で素敵な聖夜に。

文=糸田麻里子 text: Mariko Itoda



11月1日より予約開始。8×20cm 5500円 (グランドハイアット東京)



長径17×短径12×高さ9cm 4167円(横浜ベイシェラトンホテル&タワーズ)



11月中旬より予約開始。長さ20cm 8500円 (ザ・リッツ・カールトン大阪)

Grand Hyatt Tokyo ステンドグラスケーキ

2017年のテーマは「Colors of Hope」。その言葉どおりローズ&ラズベリー、キャラメル、マンゴー&ココナッツ、ピスタチオ、フロマージュブラン、ラズベリー&ショコラ、マロン&ショコラなど、11種類ものカラフルなムースケーキをステンドグラスのように組み合わせている。限定150台のこのクリスマスケーキ。四つ角には、ステンドグラスをとめる金具をイメージした飾りもつけるといふ凝りよう。このテーマに合わせた、ホテルのロビーの艶やかな装飾も必見だ。

Sheraton Yokohama オレンジジュノワセット

エグゼクティブパストリーシェフ武藤修司が2001年、2002年の世界大会で出品したスペシャリティ。オレンジクリーム、香ばしいヘーゼルナッツのキャラメリゼ、オレンジ風味のダックワーズをミルクチョコプレートムースで包み、プラリネとミルクチョコプレートでコーティング。それぞれの素材の味わいの相性も抜群ながら、オレンジクリームとミルクチョコプレートのなめらかなテクスチャーの中に、ヘーゼルナッツの香ばしさとカリカリとした食感が絶妙なアクセントとなっている。



11月1日から予約開始。長さ18cm 4167円(ハイアットリージェンシー京都)

Hyatt Regency Kyoto 胡桃ショコラ

ホテル自家製の胡桃のブラリネクリームと胡桃のダックワーズ生地に、メキシコ産カカオを使ったガナッシュのスマーキーな香りを加えた。サクサクした食感のフィランディーズとカリカリしたカカオチップで豊かな味に。つややかなグラサージュでコーティングし、キャラメリゼしたナッツやチョコレートで飾りつけ。濃厚で香ばしい胡桃と、ダークチョコレートの美味しさが満喫できる。大人の男性にもおすすめの一品。とっておきのコーヒーと合わせて。

Mandarin Oriental Tokyo ラズベリーとピスタチオのブッシュド・ノエル



11月1日より予約開始。L16cm 5200円 S7cm 850円(マンドリンオリエンタル東京)

Happy CHRISTMAS*

The Ritz-Carlton Osaka ホワイトノエル

舞い落ちる雪が街に積もる、ホワイトクリスマスの風景をイメージ。上品な味わいのブッシュ・ド・ノエル。ラズベリーのジュレをトンカ豆とミルクチョコプレート、ラズベリーとダークチョコプレートの2層のムースで包み、ホワイトチョコプレートでコーティング。ふわりと香るトンカ豆とチョコプレート、ラズベリーの華やかな風味が重なりあい、ヘーゼルナッツが香ばしいアクセントに。白一色でまとめたデコレーションも、大人の聖夜にふさわしい一品。



11月1日より予約開始。直径15cm 6500円(コンラッド東京)

Conrad Tokyo メルヴェイユドール

2017年7月に就任した岡崎正輝シェフ率いる、パストリーチームの手による「黄金の不思議」という名のケーキ。フランスの高級ティーマゼン(テオドール)の茶葉を使った香り高いアールグレイのクリームと、口どけなめらかなホワイトチョコムースを重ね、底生地はピスタチオのビスキュイ(スポンジ生地)とヘーゼルナッツのヌガティーズで香ばしさをプラス。アクセントにシングルオリジンチョコレートと、オレンジの自家製コンフィチュールのクリームを忍ばせているのもポイント。

目にもあざやかなクリスマスカラーの赤と緑がムードを盛り上げるブッシュ・ド・ノエル。甘酸っぱいラズベリーのコンフィが中に仕込まれたラズベリー風味のパバロア、なめらかで香ばしいピスタチオのクリームが口の中でハーモニーを奏でる。さらに、クリームの中に口の中でパチパチと弾けるキャンディーが忍ばせてあり、食べた相手の驚く顔も楽しみのひとつ。8月に就任した新エグゼクティブパストリーシェフ、ステファン・トランシェのクリエイションが光る。

Conrad Tokyo
Mandarin Oriental Tokyo
Sheraton Yokohama
Grand Hyatt Tokyo
The Ritz-Carlton Osaka
Hyatt Regency Kyoto

*Urban***Safari**