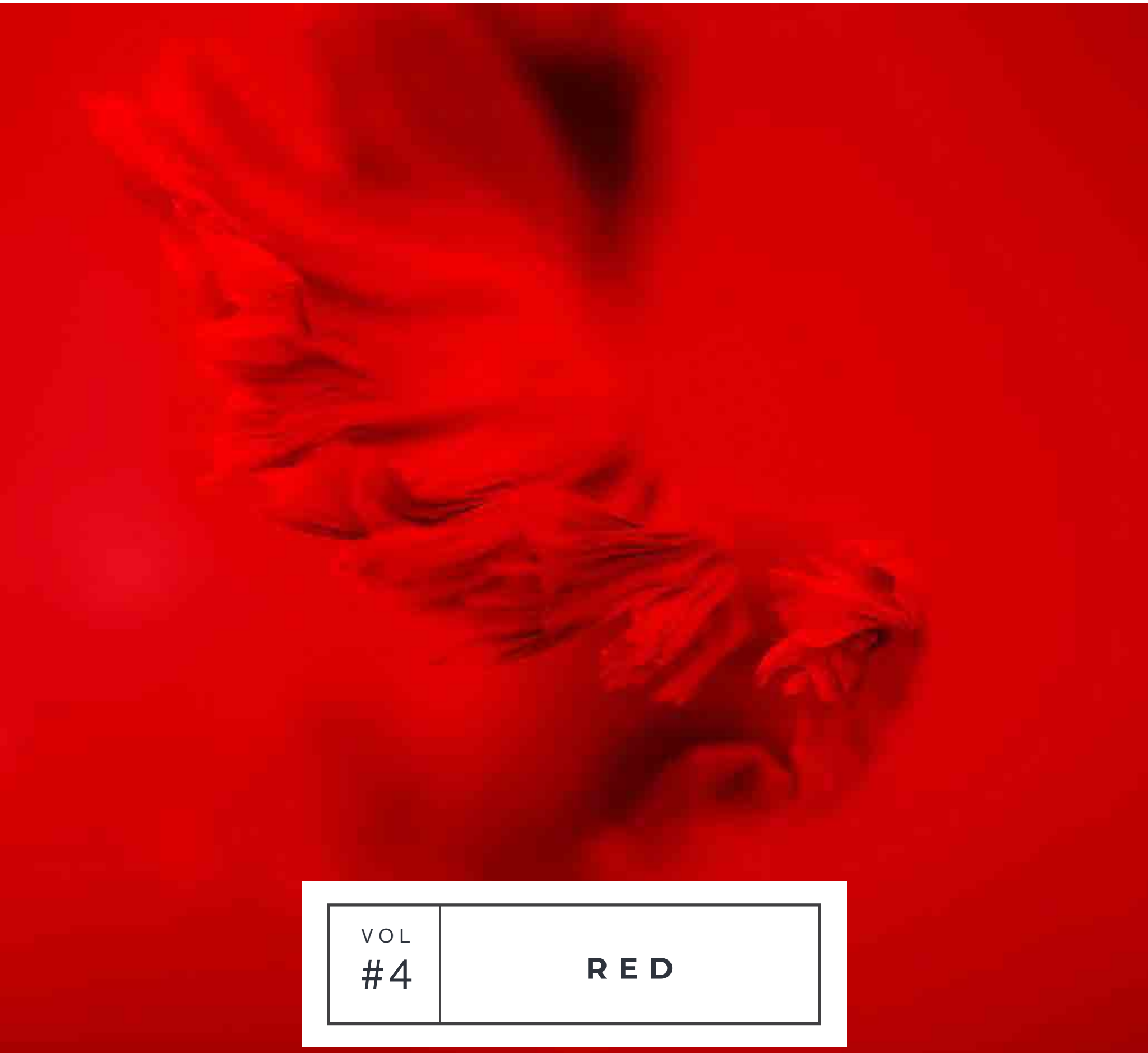
DRV

MAGAZINE



VOL
#4

RED

WELCOME!

A travel journal in which we write about the creative world of Dr. Vranjes Firenze. It is where we unveil the Maison's news.

毎号、香りへの探求や洞察、歴史的な寓話、アーティストへのインタビューや長きにわたってパオロ・ヴラニエスのインスピレーションの源となってきたフィレンツェの美しい自然や芸術についてご案内しながら、**Dr. Vranjes** の独創的な世界を旅する **DRV MAGAZINE**。
＃4では、情熱的で力強い色"赤"をテーマに、色と香りの世界をご案内します。

In this issue, let yourself be led into a universe tinted in red . . .

TUSCANY: A HISTORY OF PASSION FOR GLASS

SYNESTHESIA / RED NOTES

REBELLION, POWER, SEDUCTION: A HISTORY OF RED LIPSTICK

MICHEL PASTOUREAU: SUSANNA LIKES RED...

CHRISTMAS 2019: WHY IS IT THAT AROUND THE WORLD, RED IS NOW THE COLOUR OF CHRISTMAS?

LIFESTYLE

SYNESTHESIA: THE RED NOTES

共感覚：赤の香調

赤の香調はエレガントでセンシュアル。
心地よいぬくもりと幸福感をもたらしてくれる。
まるでイブのやわらかなブランケットみたいに。

パオロ・ヴラニエス

BULGARIAN ROSE

最も香り高いとされるバラの一種ブルガリアンローズ(ダマスクローズとも呼ばれる)は、適した気候と環境がなければ生まれません。
ブルガリアンローズはまだ日も明けやらぬ夜明けに手作業で収穫され、その数時間後には蒸留されます。1リットルの精油を抽出するためには3500kgの花びらが必要とされています。
そんな希少で繊細なオリーブイエローの精油は非常に香り高く濃厚で、甘く華やかな香りが特徴です。抗炎症作用や収れん作用がある他、気持ちを明るくしてくれるなど心への効果もあるとされています。

SAFFRON

ギリシャ神話に登場するニンフのスミラックスは、若い戦士クロッカスと恋に落ちますが、それに怒った神々が罰として二人を美しい花に変えました。それがサフラン
(学名クロッカス・サティウス-**Crocus sativus**-)の由来とされています。サフランの雌しべは高価であることからレッドゴールドとも呼ばれ、非常に希少なスパイスです。鮮やかで包み込むようなその香りはナツメグやシナモンの樹皮とよく合い、強さと温もりを香りにプラスしてくれます。

辛味の主成分であるカプサイシンは辛いだけでなく香り高いことから、多くの伝統料理に用いられるだけではなく、香料としても評価されています。品種によっては、フルーティなニュアンスや、わずかにタバコのようなスモーキーな香りがします。

1977年にイヴ・サンローランが発売した伝説の香水**Opium**(オピウム)や、80年代に流行したオリエンタルスパイシーノートの香水にチリペッパーが主要成分として使われました。

CHILLI PEPPER

PINK PEPPERCORN

ピンクペッパー(コショウボク)は、クリーンでまろやかさのあるフレッシュなスパイシーノートが特徴で、香料としても良く使われています。
1995年に創られたエスティローダーの**Pleasures**(プレジャーズ)や2000年に調香師ジャンクロードエレナが手がけたザ ディファレント カンパニーの**Rose Poivrée**(ローズ・ポワーヴル)、その他にもディオール、ジバンシー、アルマーニなど数多くの香水でピンクペッパーが使われています。

TURKISH ROSE

主にトルコのウスパルタで栽培されるターキッシュローズは、香水として使用される最高級のバラの一つです。夜明けに収穫した花びらは、その香りを損なわぬよう新鮮なうちに蒸留されます。その結果、エレガントでフレッシュな、またスパイシーでありながらまろやかな香りが生まれます。

TUSCANY: A HISTORY OF PASSION FOR GLASS

トスカーナ：ガラスへの情熱と歴史

フィレンツェのエンポリにあるガラス工房**Aton Luce**(アートンルーチェ)の
共同経営者であるアレッサンドロ・アルベールギ氏へのインタビュー。

Alessandro, can you please tell us about the history of the company?

アレッサンドロさん、会社の歴史について教えていただけますか。

アートンルーチェはちいさな工房としてエンポリで1967年5月に始まりました。名の知れたガラス工房で働いていた8人の職人たちが集まって始まった工房は、今では二世代目の40人以上の従業員が働いています。

When did you arrive at the company?

いつ入社されたのですか。

1973年に、二世代目の代表の一人として入社しました。

Why was Empoli chosen?

なぜエンポリを選んだのでしょうか。

エンポリはガラス工芸の中心地だったのです。1970年には、この地域には伝統的な製造技法を専門としたガラスメーカーが35〜40くらいあったのですよ。

LEFT:
photo via vetrerialux.it

ON THE FOLLOWING PAGE:
during the creation of a glass artifact

Can you tell us what is meant by traditional glassmaking?

伝統的なガラス技法とは具体的にどういうことでしょうか。

機械を使わずに、吹き竿から息を吹き込んで作る吹きガラスのことです。技術は進化していますが、このプロセスは今もなお、職人の技が光ります。

Once known as the elite of Italian glass manufacturing, how did the glass district of Empoli arise?

エンポリはイタリアのガラス工芸で有名だったとのことですが、どのようにして盛んになったのですか。

フィレンツェ近郊の小さな温泉街ガンバッシを皮切りに、1200年代からこの地域で芸術的なガラス細工が作られるようになりました。この街の名声は高まり、ガラス職人は長いこと他の街のガラス職人であっても「ガンバッシーニ」と呼ばれるようになったほどです。メディチ家の庇護のもと、ガラス工芸は大きく発展することになります。多くの熟練した職人たちが、この地域の数々の邸宅の造作や装飾に携わりました。最初のガラス溶鉱炉はアルノ川のほとり作られました。
商品の運搬に便利だったからです。こうしてエンポリが中心地として盛んになったのです。

Today however, Aton Luce is the last traditional glass company to remain active in the area. What happened?

しかし今では、エンポリには伝統を守るガラス工芸の企業はアートンルーチェだけしか残っていませんね。何があったのでしょうか。

この地域の企業が不況に陥ったのには2つの要因があります。1つは、イタリアの家庭のライフスタイルの変化です。2つ目は、品質は決して同じとは言えませんが、低価格な他国製品の出現です。

What did your company produce and what does it produce today?

これまでにどのような商品を製造してきたのでしょうか。

初めはシャンデリアと照明器具を専門にしていましたが、それだけでは成り立たず、他の製品にも手を広げていきました。今では質の高いガラス工芸企業としてこのエリアでは当社が中心的な存在となり、照明器具、花瓶、グラスやテーブルマットなどのテーブルウェア、キャンドルホルダー、香水瓶、モスク用のカラーモザイクガラス、そしてガラスレンガを製造しています。

What kind of glass?

どのような種類のガラスですか。

ホワイトガラスやニス塗装をしていないカラーガラスです。デコレーションを担当する部署もありますよ。

What is your typical

どんな顧客が多いのでしょうか。

近頃は主に、大規模なグループや企業との取引が多く大口の注文が多いですね。そういった取引先は準備期間を割と長く設けてくれます。ファッション業界に似て、インテリア業界もまたトレンドが急速に変化しますし、いつもトレンドに左右されてしまいます。また、中国やインドなど低コストで生産できる競争国からデザインを模倣されるというリスクもあるのです。ですので現在の取引先には、絶え間ない研究とクラフトマンシップによる専門性を高めながら製品を作り、顧客の要求に応えうる他にはない製品を提供し続けています。

When did the collaboration with Dr. Vranjes Firenze begin?

Dr. Vranjes Firenzeとのコラボレーションはいつから始まったのでしょうか。

2012年からです。この7年間で、安定性や安全面での品質レベルは到達しましたが、**Dr. Vranjes Firenze**が求める品質基準に見合った製品を生産していくため、技術の改善や開発を引き続き行っています。
また、今まで築き上げてきた関係により、他に類の見ない製品を作り上げることができています。

What kind of collaboration is it?

どのようなコラボレーションをしているのですか。

Dr. Vranjes Firenzeは、単なる取引先ではなく、当社のパートナーでもあります。
前述の技術開発に必要な金型への高額な投資など、我々をサポートしてくれています。
このようなコラボレーションとサポートにより、お互いによい関係性も保てています。
アートンルーチェは、**Dr. Vranjes Firenze**が初期投資をしてくれたこと、そして長年にわたり取引をしてくれていることに感謝し、私たちの持つ最高技術とその価値を提供していきます。
Dr. Vranjes Firenzeとの仕事のおかげで、私たちは成長し、絶えず品質の改善を行うことができています。

So what do you produce for Dr. Vranjes Firenze?

具体的にはDr. Vranjes Firenze**にはどのような製品を提供しているのですか。**

ガラスボトルの中に適切な重量と容量の液体が入るように、特殊なシステムを使ってボトルを製造しています。クリスタルのように輝くボトルの製造には、非常にハイレベルな専門技術が必要とされます。また、古くから使われていた製造方法に基づき、キャンドルの容器も製造をしています。

Can you tell us what this technique consists of ?

どのような技術が取り入れられているか教えていただけますか。

Dr. Vranjes Firenzeのキャンドルの容器にみられる八角形のような特殊な形状のベースを作るためには、伝統的な職人技が適しています。
これには多くの専門知識と労力が必要となるため、高価である理由はそこにあります。
Dr. Vranjes Firenzeの細やかで洗練されたお客様のみぞ知る、非常に優れたユニークなボトルなのです。しばらく使われていなかった伝統的で特殊な技術を再び使う機会を与えてくれたこと、そして、その技術が大口の注文にも適応できたことに大変嬉しく思います。
それぞれのボトルは装飾されたガラスで作られており、その輝きをより増し、定着させるために溶鉱炉に入れて熱を加えています。

LEFT:
candles collection,
Dr. Vranjes Firenze

MICHEL PASTOUREAU: SUSANNA LIKES RED …

ミシェル・パストゥロー：スザンナは赤がすき

フランスの歴史家であるミシェル・パストゥローは、50年以上にわたり色彩について研究を重ねてきました。イタリアのビジネス誌**Il Sole 24 Ore**でも、「彼は色彩文化における最高権威者である」と紹介されています。

パストゥロー氏は、自身の好きな色である青・黒・緑に関するモノグラフ3作を出版した後、2016年に『Red.The History of a Colour』を発表しており、色彩のアーキータイプについて論じています。

本書では最初に、32000年前の旧石器時代から残るショーヴェ洞窟の壁画について綴られており、パストゥロー氏は赤色についてこう説明しています。
「赤は自然界の中でも最も見つけやすい色素で、素材による色のレンジが幅広い。そして赤は血を連想させ、「生」「死」と相反の意味を持つ色でありながら、火を連想させる破壊的なイメージの色でもあります。」

彼は最近、若い世代の人々にも色彩文化を広めたいという思いから、**"Susanna Likes Red"**という本をサラニから出版しました。この本には、ローレンス・ル・チャウによって描かれたイラストが愛らしい一冊になっています。
(インタビュー当時2019年10月)

なぜスザンナは赤が好きなの？
それは、赤色はスザンナと同じように、
無邪気で、強くて明るくて陽気な色
だからかもしれません。
そしてスザンナの大好きな色です。
スザンナは子どもや夢見る大人たちの
手を取り、彼女の物語に連れて行きます。
"軽くて夢のようであなたを笑顔にするし
輝かしてくれる。でも何よりも、自分らしさや
考えを持つことの大切さ、他の人のそのひとらしさや
考えを尊重することの大切さを教えてくれるの。
描くためには、虹の7色すべてが必要なのよ。"

ON THIS PAGE:
Some of the book's illustrations, via ibs.it

REBELLION, POWER, SEDUCTION: A HISTORY OF RED LIPSTICK

反逆・権力・魅惑：赤い口紅の歴史

Symbol of power and sin, red lipstick has been around for 5000 years and comes with an interesting history of mixed fortunes...

We first see it in the mysterious tomb of Puabi (or Shub-ad), a Sumarian princess from around 2800 B.C. In this tomb, a precious gold box was found containing a paste made of red powder, sesame oil, rose essence and a specialised brush.

権力と罪の象徴である赤い口紅は5000年ほど昔から存在しており、多くの興味深い歴史と逸話が混在しています。

赤い口紅は、紀元前28世紀頃シュメールの女王であるシュブアドの神秘的な墓で初めて発見されました。墓の中からは、赤い粉・ごま油・バラのエッセンスを混ぜてつくったペーストと専用のブラシが入った貴重な金の箱が見つかったのです。

LEFT:
A portrait of Marilyn Monroe by Joseph Jasgur

BELOW:
A portrait of
Elizabeth Taylor,
via bleublanc.tumblr.com

古代エジプトでは権力と社会的地位を示すものとして、性別に関係なく口紅を身に着けていました。クレオパトラにとっても欠かせないアイテムであった口紅は、動物由来の色素と蜜蝋から作られていました。

古代ギリシャでは、売春婦は赤い口紅を身に着けることが義務づけられていました。
ローマ帝国時代**"purpurissum"**といわれる赤い色素は硫化水銀から成り、宗教儀式の際には神々の像に捧げられ、権力と富の象徴
でもありました。

中世では、朱色のルージュは悪魔的で罪深いものとみなされ禁止されており、つけることを許されていたのは告解の時だけでした。

イギリス女王エリザベス1世は、肖像画からも見てわかるように、口紅をこよなく愛し、公の場でもプライベートの場でも口紅をつけていました。
そんな彼女のおかげで、16世紀には口紅を公然とつける文化が復活します。その当時の口紅は、植物から抽出した色素と蜜蝋で作られていました。

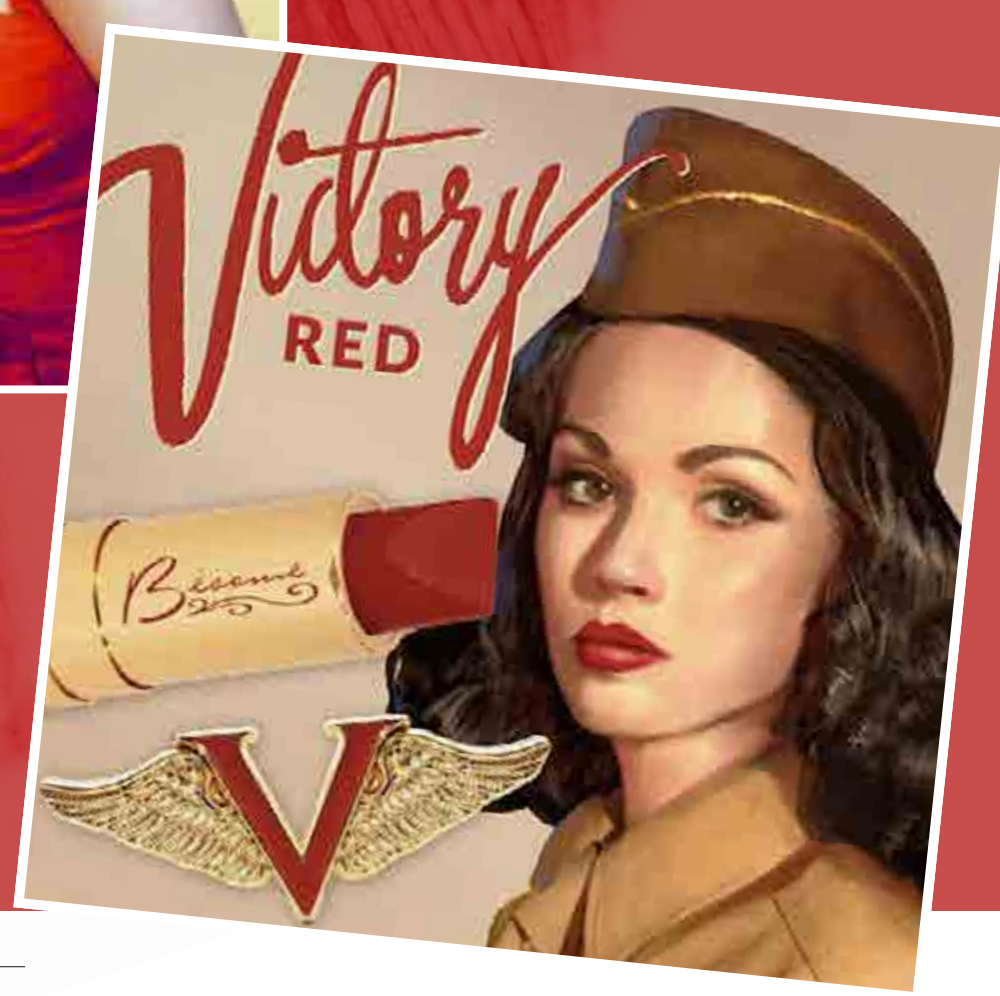
ABOVE:
Dorothy Newell,
photo by George Rinhart

18世紀のフランスでも口紅はとても人気が高く、宮廷の高貴な女性たちは肌を白く塗り、赤く小さく口元を彩っていました。ピューリタンのヴィクトリア女王が口紅は下品だとしたため、19世紀のヴィクトリア朝時代には口紅の人気は下降しました。

口紅が再び時代の表舞台に登場したのは、1900年代初頭です。女性参政権運動が活発になり、女性解放のシンボルとして口紅はその時代には欠かせないアイテムの一つとなりました。

コロンで有名なロジェ・ガレは1910年に初めてスティックタイプの口紅をつくり、その5年後にモーリス・レヴィが専用のケースを発明しました。
化粧品ブランドの創設者でもあるエリザベス・アーデンは、男女平等運動に参加し、自身がデザインした赤い口紅を強いメッセージとともに行進者へ配布します。彼女は、第二次世界大戦中、女性兵士の軍服に似合うようなモンテズマレッドやビクトリーレッドの赤い口紅を売り出しました。
女性はフェミニンであると同時に強いのです。

その後、魅惑的で罪深く挑発的な赤い口紅は、普通の女性の唇もハリウッドスターの唇も同様に彩るようになりました。エリザベス・テイラー、リタ・ヘイワース、エヴァ・ガードナー、ソフィア・ローレン、そしてマリリン・モンロー。誘惑的なその赤い唇は、彼女たちを語る上で欠かせないトレンドマークとなりました。



ON THIS PAGE:

Andy Warhol, Judy (red)

Sophia Loren
during the 50's

'Victory Red'
Besame Cosmetics, 1941

LIFESTYLE

Bring the warmth and energy of three extraordinary shades of red to your spaces!

ライフスタイル：

活力にあふれ、温もりを感じる空間づくりに最適な

3つのレッドカラーをご紹介します。

Cranberry

A lively red that gives a decisive and zesty touch to the ambience, sweet and tangy at the same time.

DECORATIVE CANDLE TORMALINA

Available for the fragrances Rosso Nobile and Melograno

クランベリー: 生き生きとした赤は、甘くスパイシーな雰囲気をつくり空間を引き締めます。

boconcept.com

Merlot

ROSSO NOBILE, DECANTER SPECIAL EDITION

An invigorating shade of red, like the grape from which it takes its name, it conveys refinement and depth.

メルロー: その名の由来となった葡萄のように、力強い赤色は優雅で深みのある空間をもたらします。

Pomegranate

Sensual and rich in flavour, just like the fruit, this shade provides a hint of exoticism to a winter palette.

ICONIC ROOM DIFFUSER MELOGRANO

ザクロ: まるで果実のように艶っぽく濃厚な赤色は、冬の色彩にエキゾチックな雰囲気を与えます。

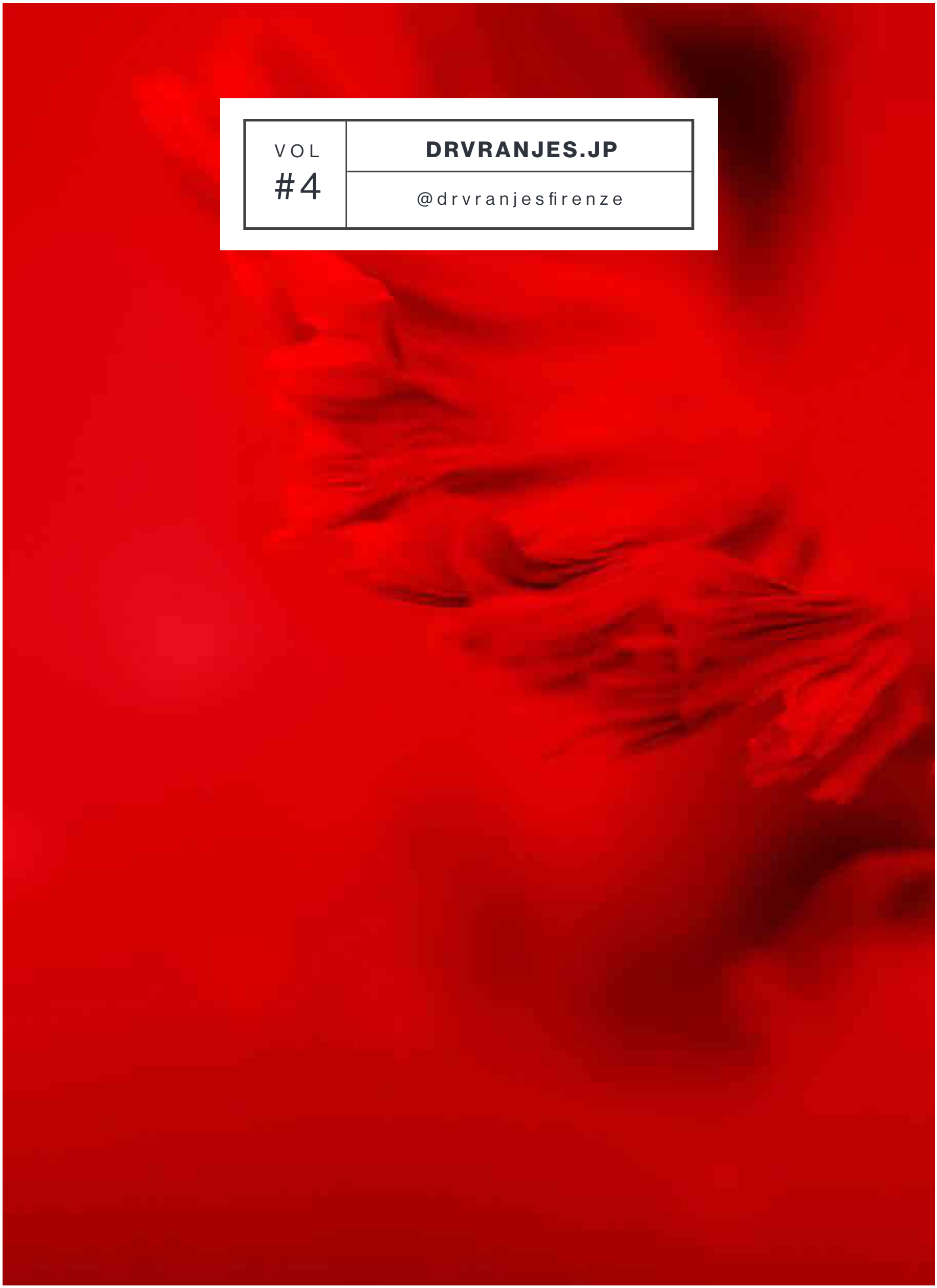
IMAGES CONTRIBUTORS

SINESTESIA - RED NOTES

http://www.jbrosefarm.it; https://omantourism.gov.om; http://iraneconomist.com; https://www.tgcom24.mediaset.it; https://saffrongirls.typepad.com; http://tnews.ir; https://www.goodhousekeeping.com; https://herbalmateriamedica.wordpress.com; https://www.telegraph.co.uk; https://mossbotanicals.com; https://www.organicauthority.com;

LIFESTYLE

https://www.wallanddeco.com; https://www.boconcept.com; https://www.lifegate.it/; https://www.blogarredamento.com/; https://studio-ro.net



VOL #4	**DRVRANJES.JP**
	@drvranjesfirenze