



報道関係各位  
プレスリリース  
CNJ\_GQPR2018004

2018/3/20  
コンデナスト・ジャパン

## 『GQ』と GUCCI 、共同制作のショートフィルムシリーズ “THE PERFORMERS”（成し遂げる者たち）第 2 シリーズ

オープニングを飾る第 6 幕では、ダンサーのマイケル・クラークが、  
独創性と自己表現を求め東京を旅します。

#GucciStories



Photos: David Abrahams

ロンドン - 2018年3月19日 - 『GQ』とグッチは、5作品にわたるショートフィルムシリーズ“The Performers”（成し遂げる者たち）の第2シリーズを発表しました。製作総指揮は、英国版『GQ』編集長のディラン・ジョーンズ。2017年にGQとグッチは、ドキュメンタリーフィルム“The Performers”の第1シリーズを発表しました。その内容は、5名の影響力を持つ男性を主役に、彼らの精神的な聖地ともいえる場所への巡礼の旅を追いながら、そのクリエイティブ・スピリッツやヴィジョンを形づくってきたものを映像で捉えていきました。そして2018年、彼らのクリエイティビティに満ちたコラボレーションを継続し新たに5作品を制作、クリエイティブな分野を舞台に独自

の世界を確立している5人が影響を受けた、インスピレーションの源を探ります。

英国版『GQ』編集長で、本シリーズのエグゼクティブプロデューサーを務めるディラン・ジョーンズは次のようにコメントしています。「グッチとの継続的なコラボレーションにより“The Performers”を紹介する、素晴らしい機会を持つことができました。彼らは、個性と品格を備え、クリエイティビティを体現している才能溢れる人物であり、私たちに豊かなインスピレーションを与えてくれます。第6幕は、マイケル・クラークの尽きることのない表現力にスポットライトを当てることで理想的な幕開けとなりました」

“The Performers”シリーズの再始動を告げる第6幕にはスコットランド出身の異端のダンサーであり振付師のマイケル・クラークが登場。大胆かつ魅力的な一連のパフォーマンスをラブホテルや銭湯といった東京の多種多様な場所で映し出します。4歳でダンスを始めたクラークは、英国ロイヤル・バレエスクールにて本格的にダンスを学びます。その体験を振り返って、彼はこう語ります。「私はそこには馴染めませんでした。規律が厳しいからということではなく。そう、それは70年代後半のまさにパンクが興った時代で、私はそのすべてを巻き込むエネルギーに魅了されてしまったのです」

そしてクラークは自身のダンスを創造するために、ダンスグループ、マイケル・クラーク・カンパニーを創設。そこで彼は、パフォーマンスアーティストのリー・パウリーから「ザ・フォール」のマーク・E・スミスに至るまで、英国きってのポストパンクのアウトサイダーたちとともに独自の作品を発表しました。

今フィルムでは巡礼の旅で日本に帰還し、その様子は監督ジョニー・ハルスタッフにより映像に収められました。クラークと日本との関わりは、クラークが彼の母とパウリーと共にそこでパフォーマンスを行った、1980年代まで遡ります。「日本は私より先に私が表現しようとしていることを理解していました。彼らは私の作品を真剣に受け止めてくれたことは、私にとって大きな意味があったのです。こうして再び日本に戻れることは、非常に感動的です」彼の型破りな美学を反映し、デヴィッド・ボウイの楽曲にのせて大胆かつ華やかな映像で綴られる第6幕。スタイリングは英国版『GQ』ファッションディレクターのルーク・デイが手がけました。

なお、“The Performers”の続編は2018年を通して公開予定です。

GQ & GUCCI present “The Performers” (成し遂げる者たち) 第2シリーズ :

<https://gqjapan.jp/special/gucci-the-performers/2018/>

GQ & GUCCI present “The Performers” 第6幕 マイケル・クラーク :

<https://gqjapan.jp/fashion/news/gucci-performers/michael-clark>

注記 :

“The Performers” (成し遂げる者たち) は、コンデナスト・インターナショナル・コマーシャルが独自に考案・提供しているコンセプトです。デジタルコンテンツは、グローバル・コラボレーション・プロジェクトとして、世界各国のグッチと『GQ』の公式ホームページおよびSNSアカウントにて公開されます。

## 『GQ』について

洗練かつ高級感にあふれ、時には不遜でありつつも常にスタイリッシュ。男性のスタイルの模範であり続ける『GQ』の名は他に比べようがありません。最高水準の文章と写真で知られる『GQ』は、男性のためのライフスタイルを打ち出す、一流かつ上質のマルチメディアブランドです。『GQ』ブランドは世界 20 カ国以上で影響力を持ち、1200 万人以上もの雑誌購読者、650 万人のオンライン購読者を抱えます。『GQ』はオーストラリア、ブラジル、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、韓国、メキシコ・中南米、ポルトガル、ロシア、南アフリカ、スペイン、台湾、タイ、トルコ、イギリスおよびアメリカにて出版されています。

## GUCCI (グッチ) について

1921 年フィレンツェで創設されたグッチは、クリエイティビティとイノベーション、イタリア伝統のクラフツマンシップで高い評価を得ている世界有数のラグジュアリーブランドのひとつであり、ケリンググループの中核をなすブランドです。ケリンググループはアパレルとアクセサリーのカテゴリーにおけるグローバルリーダーで、ラグジュアリー及びスポーツ&ライフスタイルブランドを展開しています。グッチについての詳しい情報は [www.gucci.com](http://www.gucci.com) をご覧ください。

### 【GQ JAPAN】

1957 年に米国で創刊し、現在 19 の国と地域で発行する、クオリティ・ライフスタイル誌『GQ』の日本版。Global な視点で物事を考えることができ、Independent で成熟した男性の 24 時間 365 日の情報源として、2003 年に創刊。知性・品性・感性を備え、本質にこだわる男性のための月刊誌として、幅広い層から支持を得ている。時代に影響を与えた各界の男性たちを毎年年末に表彰する「GQ MEN OF THE YEAR」も好評。編集長：鈴木 正文（すずき まさふみ） / 発売：24 日 / 定価：600 円 / 発行：コンデナスト・ジャパン

- GQ JAPAN ウェブサイト <https://gqjapan.jp> ■ Facebook <https://www.facebook.com/GQJAPAN>
- Instagram <https://www.instagram.com/gqjapan/> ■ Twitter <http://twitter.com/GQJAPAN>

本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先：『GQ JAPAN』マーケティング部 菊井/津江 TEL: 03-5485-9340