



報道関係各位

2021/2/22

プレスリリース

CNJ_GQPR2020022

コンデナスト・ジャパン

『GQ JAPAN』2021年4月号(2月25日発売)

常田大希が表紙を飾る『GQ JAPAN』4月号！

服は自由だ！「ファッション・ハックス2021」大特集。

『GQ JAPAN』(コンデナスト・ジャパン発行)の最新号(2月25日(木)発売)では、「ファッション・ハックス2021」と題して春夏ファッションを大特集。人気TikTokerから、新鋭デザイナー、チャールズ皇太子まで、10の 카테고리を通して、新しいカルチュアを生み出す時代のトレンドをハックする。表紙には、King Gnuで音楽業界を席卷した常田大希が登場。millennium paradeやPERIMETRONなどアーティストとしてマルチに活動する彼が、創作活動に刺激を与える存在や、いまの心の内を語ったロングインタビューと『GQ JAPAN』だけのスペシャルフォトセッションは必読・必見だ！



■【COVER STORY】現代のルネサンス・マン「龍児、常田大希」

King Gnuで音楽業界を席巻した常田大希は、millennium paradeというアヴァンギャルドな音楽ユニットでもわれわれを挑発する。しかも彼のチャレンジは音楽だけにとどまらない。日本のカルチャーが、常田大希を中心に回りはじめたか——。常田のリクエストによって実現した、写真家の操上和美氏とのスペシャルフォトセッションによる数々の写真は必見だ！

■未来へ向かって新しい芸術をハックする「ファッション・ハックス2021」

パンデミックのうちに生きる僕たちは、どんな新しいカルチャーを生み出すことができるのか。15秒の動画で新しい芸術をハックするZ世代や、多様性を表現する注目モデル、そしてトレンドを知るための最新カタログまで、10のファッション・ハックスを通して、自由なファッションからはじまる新しい生き方について提案する。

■話題のレストランがついにペールを脱ぐ！パリの3ツ星の味、御殿場にあり

フランス版ミシュランガイドの3ツ星に、アジア人シェフとして初めて輝いた小林圭の店が日本にできるって知ってる？ 飲み食い賢者・愚者たちのあいだで長らく話題のマトであったレストランがついにペールを脱ぐ！ 小林シェフの新しい店は、一体どんなところで、どんな料理を出すのだろうか？

■女性たちをエンパワーするラップ・クイーン「ミーガン・ジー・スタリオン」とは誰か？

ビヨンセやカーディ・Bとのコラボ曲でヒットを連発し、米版『GQ』の「ラップ・オブ・ザ・イヤー」も受賞した世界が目にするヒットメーカー、ミーガン・ジー・スタリオンをヒップホップの音楽ライター渡辺志保が米版『GQ』の記事をもとに紹介。2020年の話題をさらった彼女が発信する音楽のメッセージの秘密にせまる。

■2021年春夏コレクション ベスト・ルックス

見るだけでポジティブになる柄や色、心地よさを追求したルックが多く登場し、いつもとは異なる時代性を色濃く反映した2021年春夏コレクション。デザイナーの想いと創造性を詰め込んだ、着る者だけでなく見る者にもパワーを与えてくれる、今季のベスト・ルックスを紹介します。

■その他『GQ JAPAN』2021年4月号の主な内容は以下の通り

- ・【ENTERTAINMENT】松山ケンイチ「殴り合いは会話なのだ」
- ・各ジャンルの洒落者10人がリコメンド 2021年春夏、リアルに「これ欲しい」！
- ・イギリスとアメリカの黒人トランスジェンダーの肖像
- ・食通が選ぶ！「むしろ」テイクアウトしたくなるあの店の一品

【GQ JAPAN】

1957年に米国で創刊し、現在21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Independentな男性の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ライフスタイル誌として、幅広い層から支持を得ている。時代に影響を与える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：25日 / 価格：880円 / 発行：コンデナスト・ジャパン

■ GQ

『GQ JAPAN』2021年4月号 Photographed by Kazumi Kurigami © 2021 GONDÉ NAST JAPAN. All rights reserved.

JAPAN

ウェブ

サイト

<https://gqjapan.jp>

■ Instagram <https://www.instagram.com/gqjapan/>

■ Twitter <https://twitter.com/GQJAPAN>

■ Facebook <https://www.facebook.com/GQJAPAN>

■ YouTube <https://www.youtube.com/user/GQJAPAN>

■ TikTok <https://www.tiktok.com/@gqjapan>

【コンデナストについて】

コンデナストは、Vogue、The New Yorker、GQ、Glamour、AD、Vanity Fair、Wiredなどの象徴的なブランドを擁したグローバルメディア企業です。同社の受賞歴を誇るコンテンツは、印刷物で7,200万人、デジタルで3億4,400万人、ソーシャルプラットフォームで4億5,100万人の消費者に届けられ、毎月10億回以上の動画視聴を得ています。同社はニューヨークとロンドンに本社を置き、世界中の現地ライセンスパートナーとの提携のもとに、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、メキシコ、ラテンアメリカ、ロシア、スペイン、台湾、英国、米国を含む世界32の市場で事業を展開しています。2011年に発足したCondé Nast Entertainment (CNE) は、映画、テレビ、ソーシャルビデオ、デジタルビデオ、バーチャルリアリティにわたるプログラミングを作成する、数々の賞を受賞した制作および配信スタジオです。コンデナスト・ジャパンは、1997年の設立以来、20年以上にわたりハイクオリティーでプレミアムなコンテンツを発信してきました。1999年に創刊した『VOGUE JAPAN』をはじめ、『GQ JAPAN』『WIRED』日本版、『VOGUE Girl』『VOGUE Wedding』を日本で展開しています。雑誌、デジタルマガジン、ウェブサイトでのコンテンツ発信に加え、「VOGUE FASHION'S NIGHT OUT (FNO)」「VOGUE JAPAN Women of the Year」、そして「GQ Men of the Year」では、強力なエクスペリエンス(体験)をオーディエンスの皆様を提供しています。また、日本市場の複雑なニーズと絶え間なく変化するメディア環境に対応するため、2014年にホワイトレーベル・クリエイティブ事業「Condé Nast Creative Studio」をローンチし、2020年1月にはこれをフルサービス・クリエイティブ・エージェンシー「CNX」としてリブランディングしました。2016年にはビデオコンテンツを扱う「Condé Nast Video」事業を立ち上げ、映像事業領域でもプレミアムブレイヤーとしていち早く活動を開始しました。さらに、Gen Zに向けた新たなプロジェクト「Rumor Me」やCondé Nast Social Talent Agencyを2019年に立ち上げ、ソーシャルメディア、次世代のクリエイティブ・インフルエンサーとの事業を開始しています。

■ コンデナスト・ジャパン 公式サイト: www.condenast.jp

■ 公式LinkedIn: www.linkedin.com/company/condenastjapan

■ コンデナスト・グローバル 公式サイト: condenast.com

【本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先】『GQ JAPAN』PR mrk@condenast.jp

インターネットへ掲載の場合、次のURLを掲載の上、リンクしてください。 <https://gqjapan.jp/magazine/latest/>