



報道関係各位
プレスリリース
CNJ_GQPR2020022

2021/4/21

コンデナスト・ジャパン

『GQ JAPAN』2021年6月号（4月24日発売）

星野 源が表紙を飾る『GQ JAPAN』6月号！

「愛で勝つ、サバイバル術」大特集。

『GQ JAPAN』（コンデナスト・ジャパン発行）の最新号（4月24日（土）発売）では、「愛で勝つ、サバイバル術」と題して、パンデミック時代を自分らしくポジティブにサバイブしている人たちを大特集。多様なカルチャーを発信し人々をコネクトする2つのコミュニティーや、板垣李光人、三原勇希、あっこゴリラなど「セルフラブ」を体現する7人が、「愛で勝つサバイバル術」を伝授。表紙には、星野源が登場。音楽家・俳優・文筆家として多忙な毎日を送る彼が、心の内を『GQ JAPAN』だけに語ったロングインタビューとフォトシhootは必読・必見だ！



『GQ JAPAN』2021年6月号 Photographed by Junji Hata © 2021 CONDÉ NAST JAPAN. All rights reserved.

■ 【COVER STORY】星野 源「変わり続けるために」

音楽家・俳優・文筆家として、日本のポップ・カルチャーのマイルストーンとなる仕事＝作品を数多く手掛けてきた星野源。多忙な毎

日を送りながらも、彼は一体どうやって時間を作り、そして、なぜ貧欲なまでに自らを更新し続けるのだろうか。時代と響き合う希代の表現者が、生活と仕事、そして、創造の裏側を語る。

■ 2021年春夏最新ルック「明日に向かってワーク・イット！」

「今着たいリアルクローズ」をキーワードに、今季の最新ルックをピックアップ。旬なワークテイストから華やかなフォーマルウェアまで、今一番クールなメンズウェアをシュート！

■ “アジア飯”で妄想アジア旅行

最後にパスポートを手に、空港へ向かったのはいつの日か。まだ長丁場となりそうな現状、ここは頭を切り替えて「近場にありながら、アジアの味や雰囲気を楽しめる店」を巡ってみるのはどうだろうか。幸せは案外近くにもある、と体感できる、チャーミングな店揃いだ。海外旅行が難しいいま、食で本場を味わおう！

■ 「JO1」のJAMに参加しませんか？

コロナ禍の逆風などなんのその。デビューシングルとセカンドシングルが続けてオリコンで第1位を獲得するなど、JO1の人気はいま爆発的。サードシングル発売を控え、11人のメンバーひとりひとりに語ってもらった。

■ その他『GQ JAPAN』2021年6月号の主な内容は以下の通り

- ・【ENTERTAINMENT】2021年ブレイク必至の俳優、奥平大兼は17歳
- ・春夏スニーカー大調査
- ・宮沢氷魚、1年後の『ピサロ』へ
- ・コピー・ブライアントの最後を追う

【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 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 (CNÉ) 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プレー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/>