



報道関係各位
プレスリリース
CNJ_GQPR2020022

2021/9/21

コンデナスト・ジャパン

『GQ JAPAN』2021年11月号（9月24日発売）

表紙はボーイズグループ NCT 127 の日本人メンバー YUTA、
『GQ JAPAN』11月号の特集は、「ヴィンテージが咲き誇る」
未来は過去からやってくるのだ！

9月24日（金）発売の『GQ JAPAN』（コンデナスト・ジャパン発行）の最新号では、韓国発の世界的ボーイズグループ、NCT 127 唯一の日本人メンバーとして大活躍中の YUTA が表紙に登場。インスタフォロワー数が日本人男性タレント1位の YUTA は、整ったルックスと抜群のダンスパフォーマンスを武器に、日本や韓国にとどまらず、世界中にファンをひろげている。そんな彼が『GQ JAPAN』だけに想いを語ったロングインタビューとソウルでのファッションフォトシhootは必読・必見だ！ さらに、特集「ヴィンテージが咲き誇る」では、ファッションから時計、クルマまで、“マニア”なエディターたちがヴィンテージの魅力を紹介！ いま静かに注目を集めているヴィンテージが、じつは未来を切り開いていることに注目する。



■ 【COVER STORY】NCT 127 の YUTA 「やりたいことがいっぱいある」

「日本人であることに誇りを持っていますし、ファッションもパフォーマンスも、常に日本人であるからこそ表現できることを意識しています。それこそが他のメンバーにはない自分の強み」。そう語る YUTA がひとりで韓国にわたった夏から、9年の月日が流れた。無謀な挑戦だったかもしれない。だが彼は信じ続けた。歌うことも踊ることも満足にできなかったひとりの少年が、世界を舞台に活躍するスターになった。それでもまだ彼は走り続ける。その先には、誰も見たことのない景色が待っている。

■ THE FUTURE IS IN THE PAST 「ヴィンテージが咲き誇る」

ヴィンテージデニム、スタイリスト・祐真朋樹の秘蔵コレクション、ハンドポーク・タトゥー、ヴィンテージ時計、そして古いクルマたち——GQのエディターたちが情熱と愛を持って編集した“未来に連れていくべき過去”のものやコト、コミュニティ、カルチャーの大特集！

■ SOMETHING NEW 過去は未来なアイテム 12 選

アーカイブが見直され、リバイバルが繰り返されるファッション。ブランドを象徴するアイコンやモチーフを現代的にアップデートし、新しい魅力が備わったアイテムを紹介する。

■ JONIO & NIGO® ラストオージー2.1 都会を離れて茶を点てる

高橋盾と写真家の水谷太郎、守本勝英、そしてアートディレクターの永戸鉄也の4人で構成される「アンダーカバープロダクション」が、神奈川県横須賀市秋谷にアトリエを借りた。リラックスするためだけの場、ではない新コンセプトのスペースを NIGO®が訪問。

■ TRADITION NEVER DIES 特集支援企画／寿司とフレンチの「旧いと新しい」

東京の寿司屋とフレンチの老舗——。どちらも深く古典に根ざしつつ、しかし、つねに新しい。名店の料理人が語る、変えてはいけないもの、変えたこと。看板メニューとともにご紹介。

■ その他『GQ JAPAN』2021年11月号の主な内容は以下の通り

- ・【ENTERTAINMENT】注目の韓国若手俳優、ソン・ガンってどんな人？
- ・「GQ MEN OF THE YEAR 2021」2021年のヒーローは誰だ!?
- ・「ディオール ソヴァージュに限界はない」ジョニー・デップが語る香りの記憶
- ・世界一笑えるがモットー？ スケートブランド「パレス スケートボード」のなかのやつら
- ・【CARS】カテゴリーの境界線を越えていく！ いろんなクルマ、いろんなカタチ

【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のクリエイティブ・スタジオ事業「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 <https://www.condenast.jp>
- LinkedIn 公式アカウント <https://www.linkedin.com/company/condenastjapan>
- コンデナスト・グローバル 公式サイト <https://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/>