



GQ

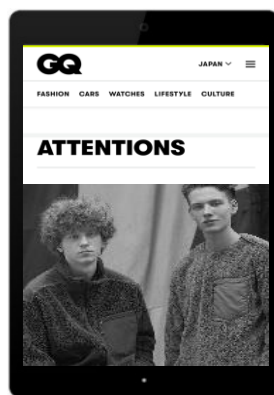
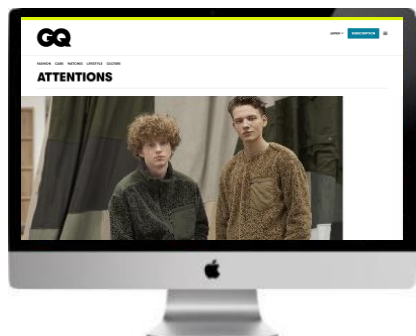
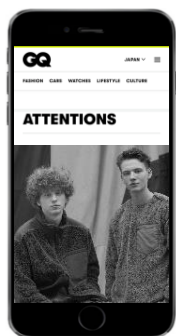
JAPAN

GQ JAPAN MEDIA KIT 2023

CONDÉ NAST
JAPAN

THE LEADING FASHION & LIFESTYLE BRAND FOR MEN

ビジネスとプライベートの両方で、“本質”にこだわる男の
24時間365日の情報源、『GQ JAPAN』



GQ JAPAN.jp
SOCIAL

Total Reach **4,160,000**

GQ JAPAN.jp
Unique User (月間)



173,000



158,000



154,000



173,000



417,000



83,200



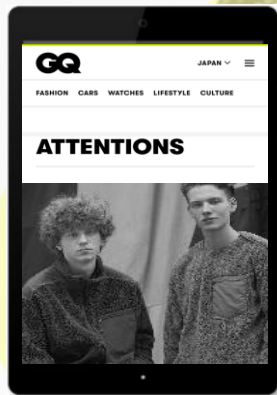
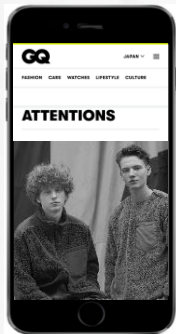
6,700

(2023年5月時点)

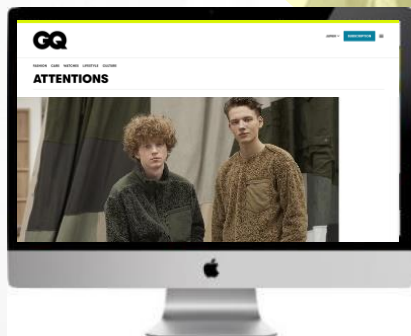
GQ JAPANはプレミアムなコンテンツと体験をプレミアムなオーディエンスに
あらゆるプラットフォームで提供するマルチメディアブランドである

『GQ JAPAN』は、世界で最初のメンズ・ファッション&ライフスタイル誌『GQ』の日本版として、2003年4月に創刊。知性・品性・感性を備え、ビジネスとプライベートの両方で“本質”にこだわる男性に最新の情報を届ける総合メディアとして、多くの読者から支持を得ています。

MOBILE/TABLET SITE



PC SITE



VIDEO



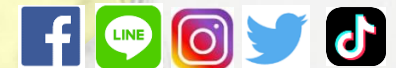
EVENTS



MAGAZINE



SNS





オーディエンスの特性
OUR AUDIENCE

Who are GQ MEN?

Gender 【性別】

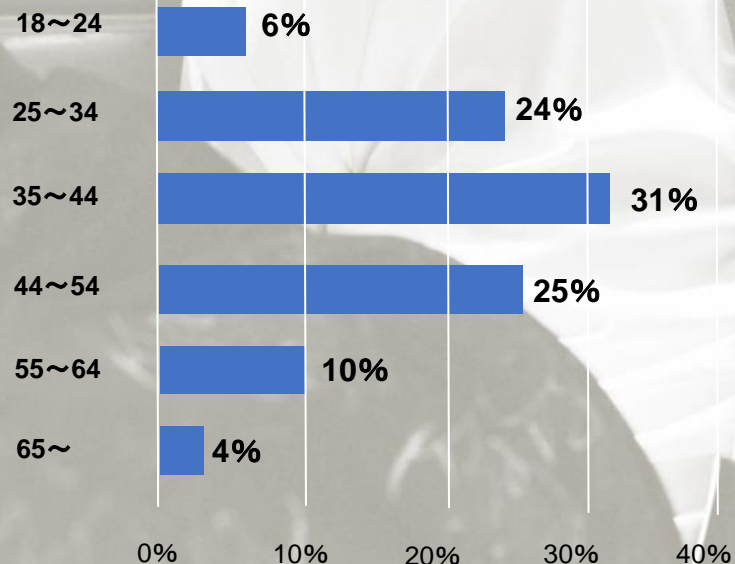


Region 【地域】

Tokyo	47%
Chiba	
Kanagawa	
Saitama	
Osaka	15%
Aichi	6%

Age 【年齢】

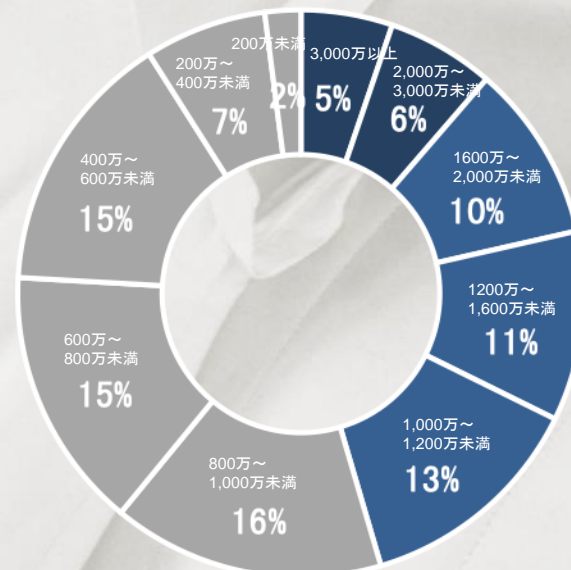
25歳～44歳が 55%



Finances 【世帯年収】

1,000万円以上が 45%

Average Household annual income



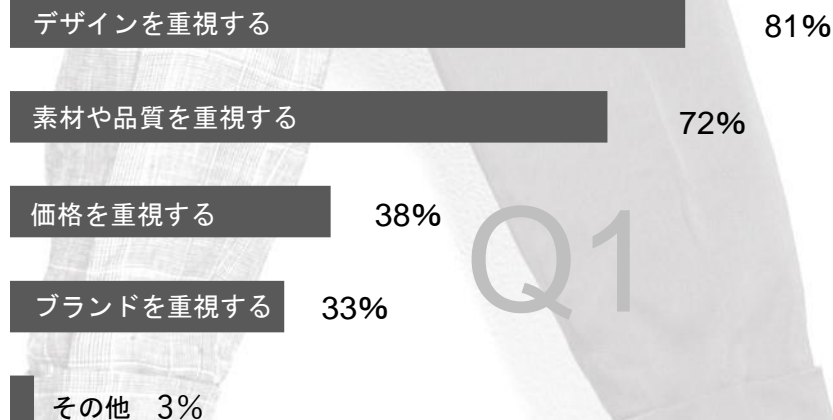
※性別、年齢はGoogle Analytics直近3ヶ月のデータより。
 ※世帯年収、役職はGQID会員データより N=7,957

LIFESTYLE

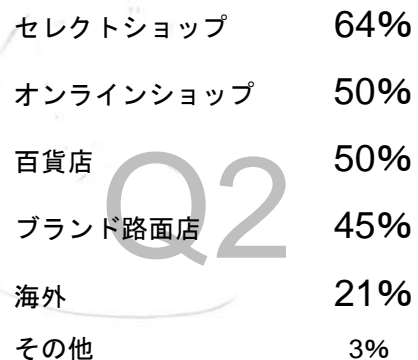
キーワードはデザインや品質。購入時は路面店もしっかりチェックします。

Fashion Item

□ファッションアイテムを購入する際に大切にしている事は？

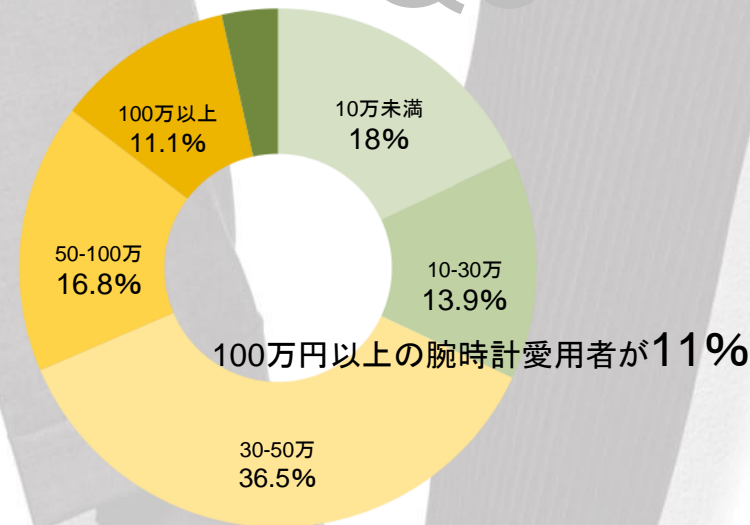


□ファッションアイテムを購入する場所は？



Watch

□愛用している腕時計の価格帯を教えてください。



Grooming

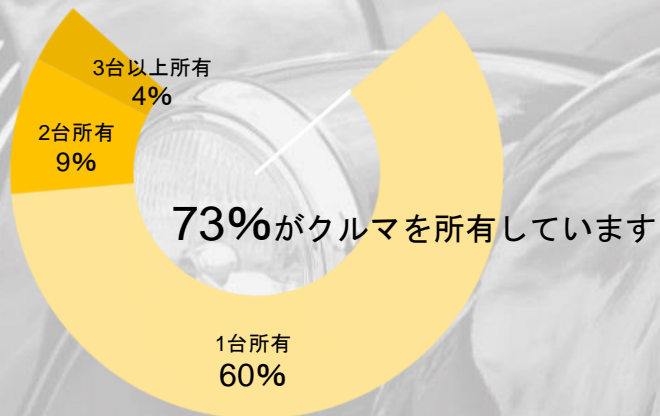
□美容（ケア）・グルーミングに興味のあることは？

- 1位 ヘアケア
- 2位 スキンケア
- 3位 スポーツジム・トレーニング
- 4位 脱毛

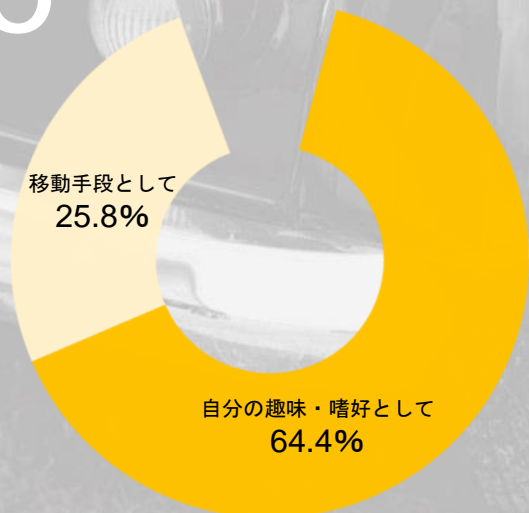
Who are GQ MEN?

Car

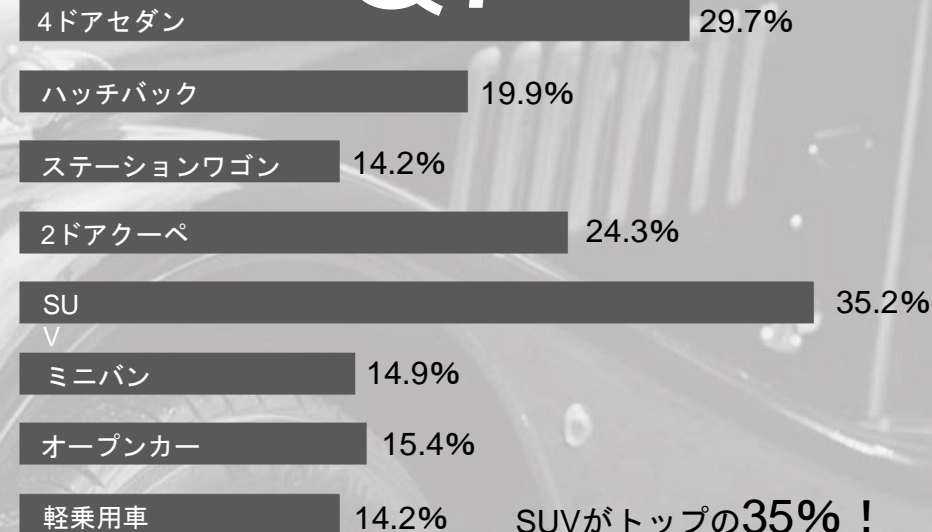
Q5 □あなたはクルマを所有していますか？



Q6 □クルマに関する興味関心はどこにありますか？



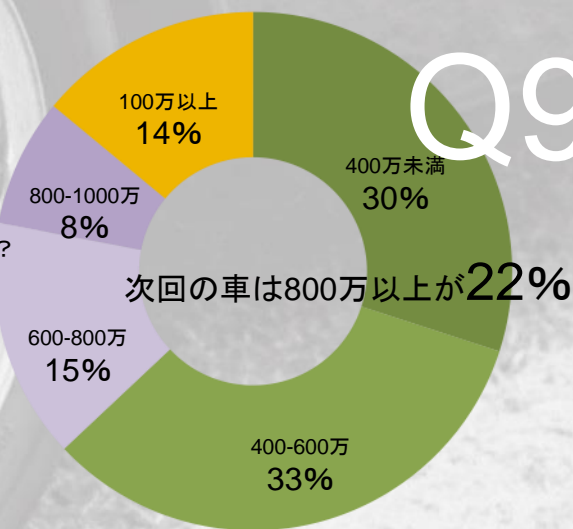
Q7 □欲しいクルマのタイプは何ですか？



Q8 □今後クルマを買いかえる予定はありますか？

YES :87%

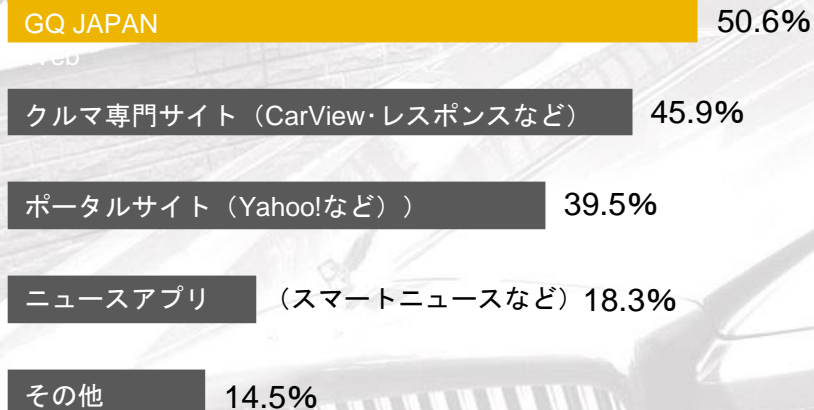
Q9 □購入予算はどのくらいですか？



Who are GQ MEN?

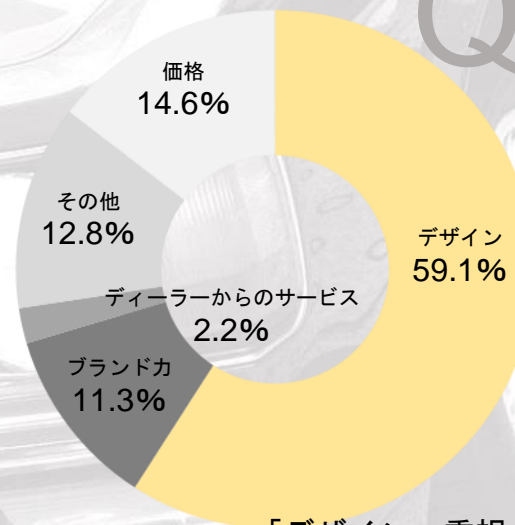
□クルマ情報をどこで得ますか？ (web・アプリ)

Q10



□クルマの購入を決める主な要因はなんですか？

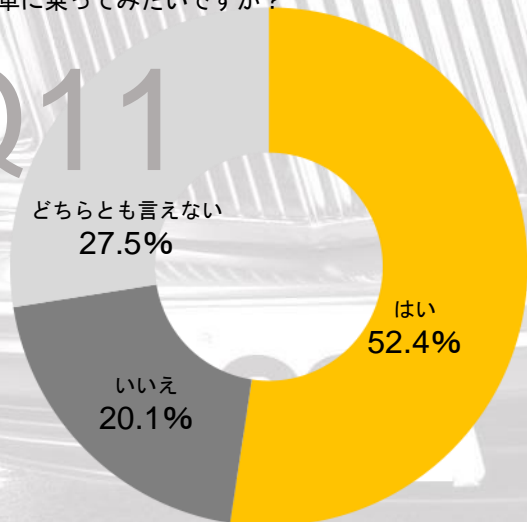
Q12



「デザイン」重視が約6割

□電気自動車に乗ってみたいですか？

Q11





MEDIA TOPICS

メディアトピックス：YOUTUBE

✓ チャンネル登録者数 417,000人

(As of May 2023)



・人気コンテンツ

SNEAKER HOLICS

スニーカー好き芸人・アントニーがスニーカーを愛する人たちを訪ね、そのマスターピースを披露してもらうシリーズ。

10 Essentials in Japan

ストリートこそがニュー・カルチャーの揺籠。アートも音楽もスポーツも、ストリート・キッズが前線を切り開いて来た。アイテムを紹介してもらうシリーズ。

かまいたち・山内健司の最新コレクション！スニーカー...
GQ JAPAN
32人が待機中・2020/12/02 22:15にプレミア公開
リマインダーを設定

ラッパー・JP THE WAVYのスニーカーコレクション！4...
GQ JAPAN
18万回視聴・1週間前

DOBERMAN INFINITY・SWAYのスニーカーコレク...
GQ JAPAN
12万回視聴・3週間前

那須川天心のスニーカーコレクション！天才キックボク...
GQ JAPAN
51万回視聴・7か月前

山下健二郎（三代目 J SOUL BROTHERS）のスニーカー...
GQ JAPAN
44万回視聴・8か月前

【LA編】アントニーが自腹でスニーカーショッピング！...
GQ JAPAN
70万回視聴・11か月前

STREET STORIES | ストリート・ストーリー ▶ すべて再生

ストリートこそがニュー・カルチャーの揺籠。アートも音楽もスポーツも、ストリート・キッズが前線を切り開いて来た。このドキュメンタリー・ビデオ・シリーズは、この国のそんなカル...

3人の写真家が語った「彼らがストリートをさまよう理...」
GQ JAPAN
5995回視聴・5日前

元KPOPアイドルや教師志望者が熱む、音楽の夢とその...
GQ JAPAN
6816回視聴・2週間前

タワー・カルチャーの現在と、そのアウトサイダーな...
GQ JAPAN
123万回視聴・1年前

美術の教科書に載っていない美術館にもない本物のアー...
GQ JAPAN
27万回視聴・1年前

Evisen Skateboardsの南勝己と古岡賢人が語る——スケー...
GQ JAPAN
9.1万回視聴・1年前

音楽の力で世界を揺さぶる！彼らはなぜDJという「職業」...
GQ JAPAN
6.4万回視聴・1年前

メディアトピックス : TikTok

✓ 公式TikTokアカウント 83,000フォロワー

2020年6月にGQ公式のTikTokアカウントをローンチし、フォロワー数が増加中。
さらなる若年読者層の獲得とブランド認知の拡大を図ります。



動画



#gqjapan JP THE WAVYのポケットの中身は?GQ JA...
GQ JAPAN 21.3K



パク・ソジュンらが、東京で開催された「CHANEL...
GQ JAPAN 4892



え19日本の皆様 高橋宮でございませう え今からあ...
GQ JAPAN 14.0K



GQ JAPAN コムドットやまとのスニーカーコレクシ...
GQ JAPAN 5013



Yellow Bucksのポケットの...
GQ JAPAN



IO、今日のファッションの...
GQ JAPAN



award speech translation
GQ JAPAN



Sexy Zoneさんの受賞コメ
GQ JAPAN



GQ Men of the Year 2022

1994年にアメリカでスタートし、現在は世界20の国と地域で行われているGQ Men of the Yearは、ジャンルを問わず、この1年間にそれぞれの分野で圧倒的な活躍を見せ、生き方、仕事、スタイルにおいてわれわれをインスパイアした時代の先駆者表彰する祭典。2022年で17回目を迎えた今回は、ライブ配信に加えて3年ぶりに有観客で授賞式を実施し、大成功を収めました。



supported by



The “ O.SHIRO ” Collection Vol.1

世界の舞台で活躍する日本の「ものづくり」の実力を世界に向けてアピールするべく、『GQ JAPAN』プロデュースのもと、中国経済産業局などと共催。

第一弾は岡山城・天守閣前にてランウェイ&トークショーを開催し、N.ハリウッド、ファセッタズム、ベッドフォードなど、海外のコレクションで活躍するブランドと有望な若手デザイナーのブランドの、計10ブランドがランウェイを彩りました。

繊維産業、ブランド、モデルと一丸となり、デニムの産地として世界に名を馳せる岡山で城の敷地内のランウェイをモデルが歩くという初めての試みで、市民やアパレル関係者ら約1,300人が来場。主要メディアにも大きく取り上げられました。



The “ O.SHIRO ” Collection Vol.2

世界の舞台で活躍する日本の「ものづくり」の実力を世界に向けてアピールするべく、『GQ JAPAN』プロデュースのもと、中国経済産業局などと共催。

第二弾は新たに「SDGs」「エシカル消費」をテーマに掲げ、尾州（毛織物産地）、三備（デニム産地）、関西（和歌山・ニット産地）の国内繊維産地で生まれたファブリックを使い、ANREALAGE、beautiful people、sulvamの3ブランドがエシカルなコラボレーション・コレクションを制作。

桜田通、長谷川ミラ、中山咲月、そしてTaiki&Noahらが産地工場取材までを行い、名古屋城を舞台にコレクション着こなしました。





『GQ JAPAN』が新たにスタートした「GQ VOICE」プロジェクト。われわれがいま直面している社会的な問題について、読者にイベントや交流コミュニティに参加してもらいながら、メディアとしてその問題意識を共有していこう—そうした思いから生まれた「GQ VOICE」は、さまざまなトピックに関して、自由に話し合うことで皆の声が響き合ったり混ざり合ったりするフィジカルな場です。

第1回目は、渋谷ストリームホールに読者200名を招き、Netflixオリジナル作品『クィア・アイ in Japan!』を世界に先駆けて上映。

そして、タレントのMattとラブリを招き「自己愛」をテーマにしたトークショーを開催しました。

2019年10月25日(金)／渋谷ストリーム

ゲスト：Matt、ラブリ



GQ VOICE #2



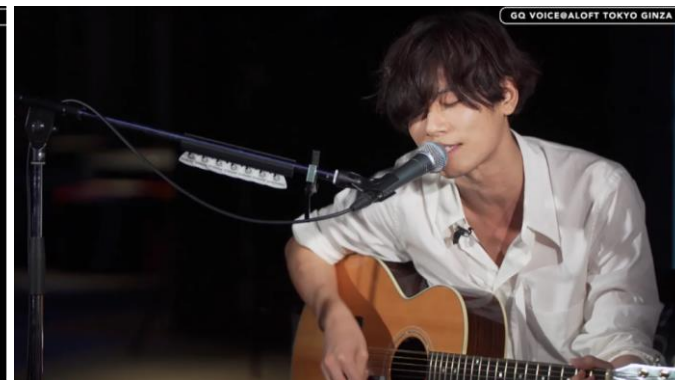
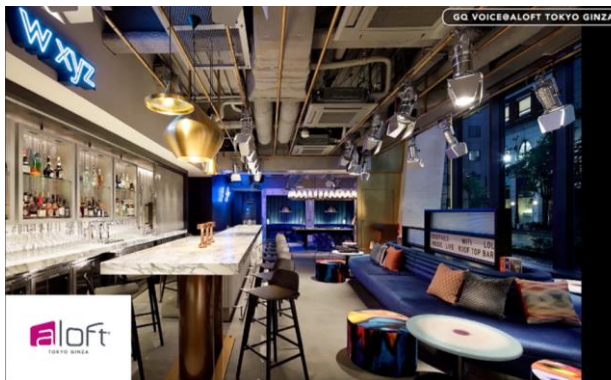
第2回目は、ALOFT TOKYO GINZAを会場に実施。「CHANGE IS GOOD（変わることはいいことだ）」をテーマに、視聴者はYouTubeでライブ配信を見ながらコメントを残すという、新しい形式のイベントとして行いました。

出演者は客室やロビーなどに散らばり、ソーシャルディスタンスを保ちながらリモートミーティングツールを使ってオンラインで会話をしました。

2020年8月8日(土)／ALOFT TOKYO GINZA（アロフト東京銀座）

ゲスト：川上洋平 (Alexandros)
相澤陽介 (ホワイトマウンテニアリング デザイナー)
YOSHI (俳優、ミュージシャン)

司会：藤森慎吾





SHOWCASES



Print Tie-Up

Ferrari

✓ “FERRARI APPROVED” PERFECT GUIDE

8ページのGQ別冊「GQ CARS special」を制作。3,000部の増し刷りも実施しました。



✓ GQ CARS SPECIAL “IDEAS START THE FUTURE”

8ページのGQ別冊「GQ CARS special」を制作。3,000部の増し刷りも実施しました。



Grand Seiko

✓ The Global Identity with Grand Seiko

著名人4名を起用した人物連載、物にフォーカスした物連載の合計10回連載タイアップを実施。タブロイドへ二次使用し、東名阪の主要紙で折込タブロイドを実施しました。

GQ
2016
The Global Identity with Grand Seiko

「世界を知る男たちが語る」
Shun Oguri

Yuta Tabase

GQ
JAPAN
The Global Identity with Grand Seiko

世界を知る男たちが語る

「人生という神懸か
「射」でくれる感覚は、
スポーツマンにはない
豊川愼司
俳優

インターネットがもたらした
感覚とか、
普遍的な身体性とか、
物事に集中するとき、
驚くところには驚く
—— 豊川愼司

人生という神懸か
「射」でくれる感覚は、
スポーツマンにはない
豊川愼司
俳優

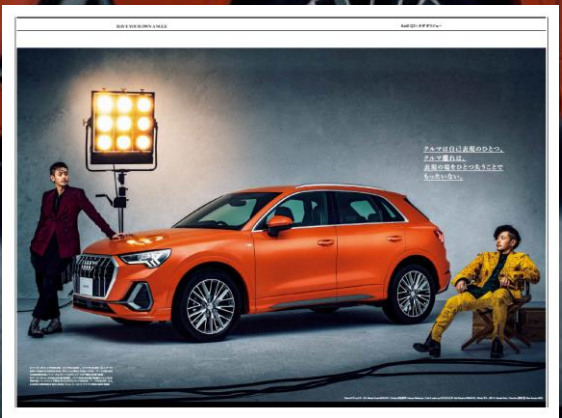
人生という神懸か
「射」でくれる感覚は、
スポーツマンにはない
豊川愼司
俳優

この神懸か
射は、
ボールに触れるときの
感覚に似ています

AUDI

✓ Audi Q3 × オダギリジョー：万能であることと独創的であること

GQ、VOGUEそれぞれ著名人を起用したタイアップを実施。タブロイドへ二次使用し、東名阪の主要紙で折込タブロイドを実施しました。



ホームページ: www.audi.jp | 0120-800-000 | 03-3442-1000 | 03-3442-1000 (東京) | 03-3442-1000 (大阪) | 03-3442-1000 (名古屋) | 03-3442-1000 (福岡) | 03-3442-1000 (札幌) | 03-3442-1000 (仙台) | 03-3442-1000 (広島) | 03-3442-1000 (岡山) | 03-3442-1000 (香川) | 03-3442-1000 (愛媛) | 03-3442-1000 (高松) | 03-3442-1000 (徳島) | 03-3442-1000 (高知) | 03-3442-1000 (鹿児島) | 03-3442-1000 (沖縄)

✓ TOYO TIRES × 騎手・福永祐一：“走る”とはなにか？

騎手・福永祐一さんを起用したWEBタイアップを実施。
 ビハインド・ザ・シーン動画制作のほか、冊子制作も実施し全国の販売店やイベントにて配布しました。





Digital Tie-Up

Paul Smith

✓ Paul Smith x Yosuke Kubozuka : 窪塚洋介が着る、旅する男のポール・スミス

俳優・窪塚洋介さんを起用したWEBのタイアップ及びVideo制作を実施。
ポール・スミスの最新コレクションを身にまとい、その魅力を語っていただきました。



JO MALONE LONDON #2

✓ Jo Malone London : A Fragrance Journey

ジョー マローン ロンドンで人気の3つの香りの世界観を表現するプロモーションVideoを、俳優の町田啓太さんを起用して制作。Vogue・GQそれぞれのタイアップ記事にて配信しました。

・ GQ



男性だって、男性だからこそ、さまざまな方法で香りを

「人それぞれに似合う香りを楽しむのがベストだと思います」という町田さん。フレグランスの世界では従来、重なづけはタブーとされる傾向にあったと聞いて「ジョー マローン ロンドンの製品はあえて香りの定説をくずすところが、多様性を認める今の時代に合っていると感じました」と話す。「多様性」といえば、それぞれ性別に関係なく、気分を変えたいときやムードを演出するのに使えるのが香りだと思います。これから生活に取り入れていくとしたら、ぜひ重なづけに挑戦してみたいですね」

ムービー内では町田さんが3つの香りの中を彷徨し、すべてが凝縮された空間にたどり着いたのち、香りのエッセンスを携えてまた日常へと戻っていく。暮らしを心地よくより上質なものにするために、好みの香りや自分なりの新たな組み合わせを探ってみてはいかがでしょうか。



■2021年8月27日(金)公式オンライン先行発売 2021年9月3日(金)全国発売

イングリッシュペアー & フリージア ボディ & ハンドウォッシュ (限定品)
500ml 10,230円
イングリッシュペアー & フリージアの香りに包まれながら、メドウフォーム油を

・ VOGUE



今回フィーチャーしたのは、ジョー マローン ロンドンでも特設された人気の3つの香り、まずは幼い頃夢中でペリー探検したときのような、空気の隙間と香のぼやを駆動する白い立っグッドペアー & スイッチ、その香で包まらせたカッド セージ & シーソルトは、その香にあふれる朝露が光輝くハーブをまとってすがすがしく、そしてなんと人形なのが、決してでの洋装のみならずともカントリーのロマンティックで美しい。そんなカントリーのペアー & フリージア、ムービー内では、町田さんがそれぞれの香りの世界観の中でも、いながらも、登場していく。

ジョー マローン ロンドンの香りは身体でも肌力も刺激しているけれど、当てる香りもそれぞれベストポジションで、より自分らしく楽しむことも可能だ。「重ねづけ、とても興味深いと思いました！ もともと好みのフューティ系であるイングリッシュペアー & フリージアにカッドセージ & シーソルトを重ねると、はたつがまく開花してグッと深みが増える。いっばり、カッドセージ & シーソルトとブロッカーペアー & ベイを重ねたら、熟成した中に自然を感じさせる要素が加わり、大人の旅を思わせる趣に、どれも組み合わせるおもしろさ。重ねる順番によっても香りが変わりそう、ぜひ自分でもってこなしてみたいです」

3つの香りを今すぐチェック!

ドラマチックに世界を彩る、とりどりの芳香たち。



香りは気分の上手は切り替えたり、気持ちの切り替えも、ムードに合わせてアレンジできる。楽しみながら、町田さんならではの視点で、香りの世界観を表現しています。

「香りで自分を表現して伝える、というのは、新たな時代のコミュニケーション方法のひとつになっていこうな気がします。さまざまな世界や組み合わせを体験してその奥深さに驚き、感動しました。いつか香りをつくる副音節の役を演じてみたいですね」と町田さん。



STARBUCKS

✓ The Guide to Starbucks Reserve® Roastery Tokyo

世界で5番目の店舗オープンに際し、プロモーションVideoを制作。
Vogueと相互リンクを設定し、コンテナストならではの企画に昇格しました。

中目黒にスターバックス リザーブ® ロースタリ ー東京がついにオープン!

スターバックス リザーブ® ロースタリ(以下、ロースタリ)は世界で5番目の店舗が、3月21日(水)、
横浜・中目黒にオープン! 陣野真が外観デザイン、スターバックスデザインスタジオの建築デザイン
責任者のリベ・スチューアー率いるチームが内装から家具に至るまでデザインを手がけた地下1階、地上1階
とはるこの場所は、スターバックスの真実が詰まったコーヒー・エンターテインメント施設化、日本初上級
と称するプレミアム体験を目的の店舗!

Words: Megumi Konosu Photo: Tsy Tokiwa Video Director: Yuuki Rajingo Videographer: Masaki
Sakurai and Videographer: Tomiaki Matsuhara

給餌機を併設した新コンセプトストア



✓ VOGUE との連動企画



スターバックスが2014年にシアトルでローンチしたロースタリは、まるで工場のような建築のスタイルに
ロースター(焙煎機)を併設したコンセプトストア。



LONGINES

✓ TORI MATSUZAKA MEETS LONGINES SPIRIT

俳優・松坂桃李さんを起用し、ロンジンの新作パイロット・ウォッチ「ロンジンスピリット」のタイアップを実施。
Behind The Scene Videoも制作しました。



Mercedes-Benz

✓ “名手”がさらに上達した感じとは？ ——俳優・仲村トオルがメルセデス・ベンツ新型Eクラスを語る

Mercedes-Benzとのタイアップで、俳優・仲村トオルさんを起用しBehind The Scene Videoを制作しました。



✓ YUYA YAGIRA MEETS TISSOT SEASTAR 1000

俳優・柳楽優弥さんを起用しTISSOTの新作ダイバーズウォッチのVideo2種を制作。
Videoはトレインチャンネルへ二次使用しました。



Yuya Yagira Meets TISSOT Seastar 1000

俳優・柳楽優弥さんが選んだのはバリューな万能ダイバーズ時計 — TISSOT「SEASTAR」

「価値ある時計は必ずしも高価な時計とは限らない。TISSOTの新作ダイバーズウォッチ「Seastar 1000 Automatic」は、その価値を証明する。この時計は、高品質な材料と優れた技術で、1000メートル防水性能を誇る。また、そのデザインも、洗練されたスタイルと、最新のテクノロジーを融合させた、まさに完璧な時計だ。

00:00 / 00:02 (Shortened) | 00:00 / 00:02 (Full)

Yuya Yagira Meets TISSOT Seastar 1000 Automatic | GQ JAPAN

待望の新作が登場

価値ある時計は必ずしも高価な時計とは限らない。TISSOTの新作ダイバーズウォッチ「Seastar 1000 Automatic」は、その価値を証明する。この時計は、高品質な材料と優れた技術で、1000メートル防水性能を誇る。また、そのデザインも、洗練されたスタイルと、最新のテクノロジーを融合させた、まさに完璧な時計だ。

00:00 / 00:02 (Shortened) | 00:00 / 00:02 (Full)

Yuya Yagira Meets TISSOT Seastar 1000 Automatic | GQ JAPAN

GQ JAPAN

俳優・柳楽優弥さんが、TISSOTの新作ダイバーズウォッチ「Seastar 1000 Automatic」と出会った一瞬。動画、そしてインタビュー。

GQ JAPAN JP

俳優・柳楽優弥さんが選んだのはバリューな万能ダイバーズ時計 — TISSOT「SEASTAR」 | GQ JAPAN

GQ JAPAN

俳優・柳楽優弥さんが、TISSOTの新作ダイバーズウォッチ「Seastar 1000 Automatic」と出会った一瞬。動画、そしてインタビュー。動画、そしてインタビュー：buff/jy/31g281C

11月28日 2023

1284 views

13 likes

1 comment

Tiffany & Co.

✓ Hiroyuki Ikeuchi and Hana Matsushima meet TIFFANY T1

Tiffanyとのタイアップで俳優・池内博之さん×モデル・松島花さんをモデルに起用し、スチールとクリップビデオを撮り下ろしました。



GQ JAPAN 2020年11月27日

新たに登場した「ティファニーT1ワン」は、今を生きる大人の男女に相応しいジュエリーコレクションだ。大切なパートナーへのプレゼントに、今年はティファニーの「カップルジュエリー」という選択はどうか？ #TiffanyAndCo #TiffanyT1

GQJAPAN.JP
カップルジュエリーに最適な「ティファニーT1ワン」 — ティファニーでクリスマスを | GQ JAPAN

16 シェア1件

GQ JAPAN 2020年11月27日

新たに登場した「ティファニーT1ワン」は、今を生きる大人の男女に相応しいジュエリーコレクションだ。大切なパートナーへのプレゼントに、今年はティファニーの「カップルジュエリー」という選択はどうか？
記事はこちら・buff.ly/2JbBxZc
@TiffanyAndCo
#TiffanyAndCo #TiffanyT1

11月11日 - 2020年11月27日 - buffer

1件のリツイート 1件の引用ツイート 11件のいいね

アイコンニックな「T」モチーフにより
ひと目でふたりの関係性が伝わる

ティファニーT1ワンは、ブランドを象徴する「ティファニーT」が新たに登場するジュエリーコレクション。ブランドを象徴する「ティファニーT」が新たに登場するジュエリーコレクションだ。大切なパートナーへのプレゼントに、今年はティファニーの「カップルジュエリー」という選択はどうか？

この写真は、ブランドを象徴する「ティファニーT」が新たに登場するジュエリーコレクションだ。大切なパートナーへのプレゼントに、今年はティファニーの「カップルジュエリー」という選択はどうか？

1:

Onitsuka Tiger

✓ Sho Kiyohara in Onitsuka Tiger Spring Summer Collection 2020

俳優・清原翔を起用したタイアップ記事、Behind The Scene VideoをGQ US ヘリフト。

コンテナスト・グループのネットワークを活用するショーケースも増えています。

JAPAN



United · United



つ立ちした存在感と、モデルならではの優美たる容姿を披露してくれた。特に目を引いたのが、その
グレイブドなカラーリングと独特な素材。スノーボーディング向けのジャケットを思わせるネオン
イエローのジャケットは、リフレクターやエアラインのラゲージタグを連ねるディテールがポイント
だ。

ワークなアレンジが効いたデニムセットアップ



▲「Onitsuka Tigerらしいスポーティーな雰囲気もありつつ、デニムウェアも展開しているというは知りませんでしたが、前
置のイメージで、このルックは気に入りました。」(ジャケット ¥20,000、シャツ ¥18,000、パンツ ¥15,900、リュック ¥9,000、ソックス
 ¥1,000、スニーカー ¥14,000)すべてOnitsuka Tiger/オニツカタイガー製

オニツカタイガーといえば、日本を代表するファッションブランド。そんな老舗にモダンでエッジな
アイデアやデザイン性を注入したのが、現在クリエイティブディレクターを務める亮佑のデザイナー。

4 Things to Know About Japanese Heritage Brand Onitsuka Tiger

Onitsuka Tiger celebrates its 70th anniversary this year, but it's still a bit of an insider secret in the U.S.

BY JUNYA HASEGAWA
PHOTOGRAPHY BY EPUSUKI MAEZAWA
November 22, 2019



The Japanese heritage brand Onitsuka Tiger was founded in 1949 as an athletic shoe company, first making basketball sneakers and then shoes for everything from running to martial arts. Now, thanks to a new designer with a global vision, Andrea Pompili, the label is set to make its mark in American fashion with clothing and accessories as well. Here are four things you need to know about *Onitsuka Tiger*, along with our favorite looks from the Spring-Summer 2020 collection.



- Most Popular**
- Uh, Virginia Just Declared a State of Emergency as Armed MERSes Threaten...
BY LUNE DAREY
- The Best Street Style from Paris Fashion Week
BY THE EDITORS OF GQ
- 94 Menwear Essentials to Buy On Sale Before They Sell Out
BY YANG-YI GON

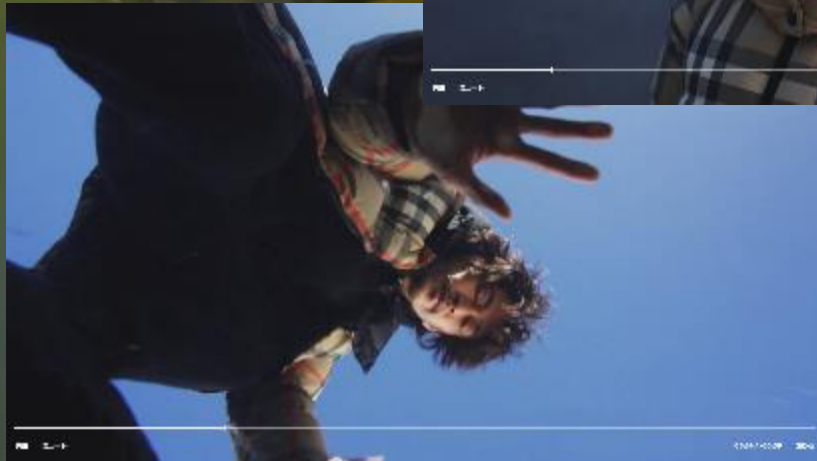


Others

BURBERRY

✓ VOGUE AND GQ X BURBERRY

新しいアウターウェアキャンペーンを記念し、VOGUE JAPANとGQ JAPANにて、ブランドアンバサダーの池田エライザさんと俳優の窪塚洋介さんを起用し、ショートフィルムを制作しました。



FERRARI

✓ Premium Experience with Ferrari : Esperienza Ferrari GT Edition

GQ JAPAN読者限定のサービスである「プレミアムエクスペリエンス」にて、全身で最新のフェラーリを体験できるイベントを開催しました。

▽試乗イベントリポート記事



AC(Assio Spa)でも、スパ体験イベント(Ferrari Special Treatment)

今回の試乗イベントのみならず、開催地の観光やフェラーリによるアートイベントも提供される。①予約スタート日時: 10/06(11:30)/10/15(17:00 - 19:00)



30アマン 高級のレストラン「アルヴァ」にて、ランチまたはディナー (Ferrari Fine Dining by NARISAWA)

2019年のFerrari 100th Anniversaryに際し、人生初の試乗や特別なレストラン「NARISAWA」の開催は、このイベントにより特別メニューも提供される。

3:スペシャルトークイベント

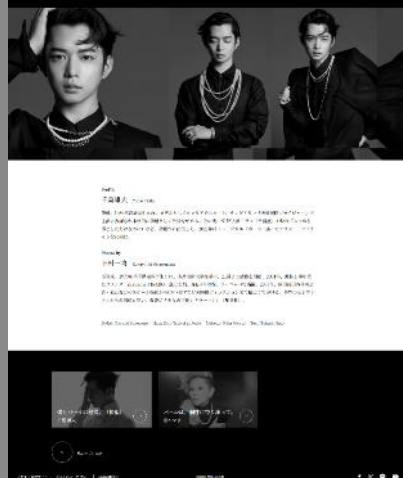
フェラーリワールドの常駐講師、フェラーリコレクター、フェラーリファンクラブメンバー、自動車評論家、GQ JAPAN編集長 鈴木正史が、最新のフェラーリの魅力を中心に語り合う。

※新型コロナウイルス感染拡大防止のため、今後の状況によっては開催の予定がなくなる場合がございます。



✓ Gender-fluid Pearls 僕とパール。の秘密。

MIKIMOTOスペシャルサイトのコンテンツ制作、撮影ディレクションを行いました。



千葉さんは2021年、初めてミュージカルにチャレンジされます。初めてのことにチャレンジするプレッシャーに打ち勝つ秘訣はなんでしょう？

楽しむことを大事にしています。緊張しないようにするのではなく、緊張したら緊張とどう付き合うかを考えるのが僕のスタイルです。ステージに上がったから、「ミュージカルは初めてです」なんていうのは関係ないし、言い訳にもなりません。だれにだって初めてのことはあるので、そこで怖がっていたら小さな人間になってしまう。だから失敗してもいい、その時の100%の力で取り組めば後悔はないと思っています。ミキモトも、100年以上前に世界で初めて真珠の養殖に取り組んだと聞いていますが、おそらく試行錯誤の連続だったのではないのでしょうか。

千葉さんは、変わらない伝統と、変えていく革新についてどう考えますか？

自分の中で変わらないのは、ひとつひとつを楽しむということですね。一方で、自信を持つのはいいけれど自信になってはいけないとも感じています。だから現状に甘んじているな、ぬるま湯に浸かっているなと感じた時には、振り切って変化を求めます。変わらないことと、変化を求めること、両方のバランスが大事だと思っています。

ミキモトは、日本のみならず世界でも存在感を示しています。千葉さんは「世界」をどう意識していますか？

Mercedes-Benz

✓ 今井翼、新型Mercedes-AMG GLA 35 4MATICを語る

メルセデス公式YouTube、HPに掲載する動画を制作。WEBタイアップも合わせて実施し、記事内にも動画を掲載しました。

YouTube player interface showing a video titled "今井翼 #メルセデスAMG #GLA35 #メルセデスAMG GLA 35 4MATICと走る。今井翼の一日に密着 |メルセデス・ベンツ". The video has 19,588 views and is from the Mercedes-Benz Japan channel. The video player shows a man standing next to a white Mercedes-AMG GLA 35 4MATIC. The video title is "今井翼 #メルセデスAMG #GLA35 #メルセデスAMG GLA 35 4MATICと走る。今井翼の一日に密着 |メルセデス・ベンツ".

Mercedes-Benz Japan
チャンネル登録者数 3.97万人

今井翼さんにとってクルマとは？
プライベートでも仕事でも、シーンに合わせて使い分けができるMercedes-AMG GLA 35 4MATIC。
今井さんがクルマと楽しむ日常に迫ります。

※車両情報は、2021年1月14日現在の仕様です。仕様は予告なく変更となる可能性があります。
※新型コロナウイルス感染症予防対策を講じた上で撮影しております。

▼Mercedes-AMG GLA 35 4MATICの詳細はこちら
<https://www.mercedes-benz.co.jp/passe...>

▼Mercedes-AMGの詳細はこちら
<https://www.mercedes-benz.co.jp/passe...>

#今井翼 #メルセデスAMG #GLA35
一部を表示

25件のコメント



コンデナスト・ジャパン

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-11-8 大菅ビル2階
ビジネスソリューション部 電話：03-5485-8720



各種お問い合わせはこちらまでお願いします。

E-mail: gq-adv@condenast.jp