

VOGUE

HOMMES JAPAN

報道関係各位
プレスリリース

2012年9月10日
コンデナスト・パブリケーションズ・ジャパン

【9月10日発売】VOGUE HOMMES JAPAN 2012-2013 A/W 号

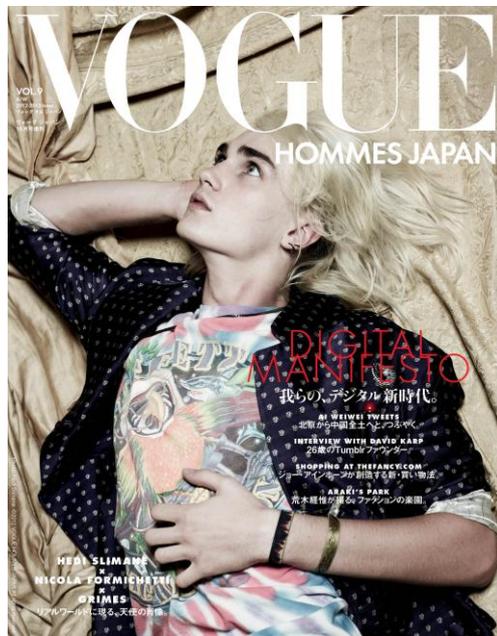
ファッション界が対峙する、デジタル新時代。

- 【独占取材】アイ・ウェイウェイ、北京から中国全土へと、つぶやく。
- 26歳のTumblr ファウンダー、デビッド・カーブの素顔。
- 新 SNS コマース、Fancy が創造する新・買い物法。
- エディ・スリマン×ニコラ・フォルミケッティによるスペシャルストーリー。
- 2PM・チャンソンが語る、アイドルとしてデジタル社会を生き抜くコツ。

世界一ファッション・コンシャスな日本人男子のためのハイエンド・モード・マガジン『VOGUE HOMMES JAPAN(ヴォーグ オム ジャパン)』VOL. 9 (9月10日発売)では、ファッション業界が直面する「デジタル」に着目し、同時に現実社会とのリンク点を探ります。

アメリカ・ニューヨークから地球全体へと拡大し続けるTumblr(タンブラー)、そしてFancyのファウンダーたちへインタビューを行ったほか、今も中国・北京にとどまることを強いられているアーティスト、アイ・ウェイウェイのツイッター活動を現地にて独占取材。今をときめく2PMのチャンソンも、アイドル独自の目線でデジタル社会を考察してくれています。

ファッションページでは、エディ・スリマンがニコラ・フォルミケッティとコラボレートしたカバーストーリーのほか、荒木経惟による摩訶不思議なアクセサリストーリー、パリを拠点に活動するフォトグラファー兼コラージュ・アーティストのダミアン・ブロッティエールによるアートワークなど、デジタルとアナログの両側面を表現したヴィジュアルの数々が誌面を彩ります。



VOGUE HOMMES JAPAN 2012-2013 A/W 号 (VOL. 9)
Photo: Hedi Slimane
© 2012 CONDÉ NAST PUBLICATIONS JAPAN.
All rights reserved.

■ 【独占取材】アイ・ウェイウェイ、北京から中国全土へと、つぶやく。

いまだ北京に軟禁状態にあるアーティスト兼活動家、アイ・ウェイウェイ。1日8時間にも及ぶというツイッター活動を中心に、デジタル社会が彼にもたらしたもの、中国における変化などについて話を聞くべく、北京・草場地(チャオ・チャン・ディ)にあるスタジオ兼自宅にて本誌が彼の独占取材に成功しました。

■ 26歳のTumblrファウンダー、デビッド・カープの素顔。

6,000万以上のブログを抱えるマイクロブログ・サービス、Tumblr(タンブラー)。現在26歳の創設者、デビッド・カープをニューヨークのオフィスにて直撃。Tumblrのファッション担当、バレンタイン・ウボウスキーも交え、Tumblrとファッションの結びつきや、その無限の可能性を秘めたプラットフォームの魅力に迫ります。

■ 新SNSコマース、Fancyが創造する新・買い物法。

「ネクスト・アマゾン」と形容されることも多い、SNSとオンラインストアが融合したFancyのファウンダー、ジョー・アインホーンをインタビュー。デジタル・ワールドを牛耳る世界のトップたちだけでなく、ファッション界とも強いパイプを持つジョーの考える、次世代のショッピングのあり方について話を聞きました。

■ エディ・スリマン×ニコラ・フォルミケッティ×グライムスが生み出すスペシャルストーリー。

サンローラン パリでファッション界へと正式にカムバックしたエディ・スリマンをフォトグラファーに迎え、さらに大注目の女性ミュージシャン、グライムスがアートワークを提供したスペシャルなファッションストーリー。サイバーとグランジが交錯する天使のようなニューアイコンが、本号のメッセージをヴィジュアルライズします。

■ 2PM・チャンソンが語る、アイドルとしてデジタル社会を生き抜くコツ。

圧倒的な身体能力を生かしたパフォーマンスでグローバルに活躍するK-POPグループ、2PM。メンバー最年少のチャンソンが本誌に初登場し、モードな装いでファッションシュートに挑戦。さらに、デジタル社会を生き抜くコツから、現代的アイドルのあるべき姿まで、現役アイドル独自の目線で語ります。

■ その他の『VOGUE HOMMES JAPAN』VOL. 9の特集内容は次の通りです。

- ・MR PORTER、ZOZOTOWN、LN-CC……。ファッション EC のトップ3へのスペシャルインタビュー。
- ・Instagramで表現する、2012-13年秋冬、ファッションニスタの欲しいモノ。
- ・荒木経惟が撮る、ファッションの楽園。
- ・ニコラ・フォルミケッティが撮る、最速の春夏スタイリング。
- ・カルヴェンからミーダム・カーチョフまで。メンズウェアを創り出す、次なる才能。

VOGUE HOMMES JAPAN(ヴォーグ オム ジャパン)

仏コンテナスト社が発行する『VOGUE HOMMES INTERNATIONAL』の日本版として、2008年9月に創刊。

世界一ファッション・コンシャスな日本人男子のためのハイエンド・モード・マガジン。機能よりデザイン、迎合より個性、平均より輝きを求める、時代の最先端を行く男たちに向けて、メンズ・モードの今を、世界のトップ・クリエイターたちによるヴィジュアル表現と、独自の視点で追求する。

編集長: 渡辺 三津子(わたなべ みつこ) ファッション・ディレクター: Nicola Formichetti(ニコラ・フォルミケッティ)

発売: 年2回(3月/9月) 定価: 980円 発行: コンテナスト・パブリケーションズ・ジャパン

本件に関する報道関係の方からのお問い合わせ先は、次の通りです。

VOGUE HOMMES JAPAN マーケティング部 担当: 滝口 / 平大路 TEL: 03-5485-9340 FAX: 03-5766-3010

インターネットへの掲載の場合、次のURLを掲載の上リンクしてください。 <http://www.voguehommes.jp/>