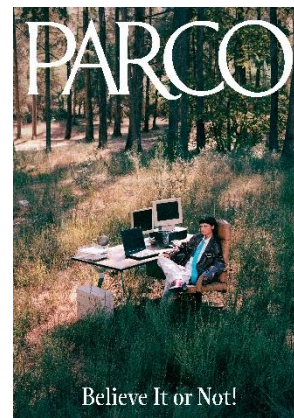
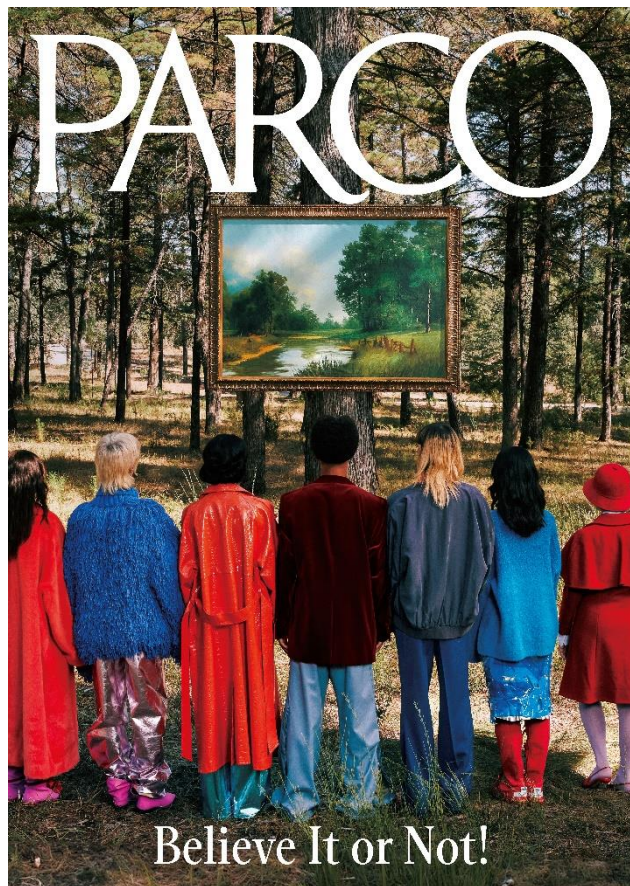


【日本初】エミー賞受賞アーティスト Max Siedentopf (マックス・ジードントップ) をクリエイティブディレクターに起用。 「拡張するアウトドア」をテーマにしたパルコ 2024年AUTUMN広告が公開！

株式会社パルコ（本部：東京都渋谷区）は、2024年AUTUMNシーズン広告を公開しました。

クリエイティブディレクターには、春夏に続き、GUCCIクリエイティブコラボレーターであり、2023年エミー賞受賞のコンセプトアートアーティスト Max Siedentopf(マックス・ジードントップ)を日本企業として初起用しています。



2024年、AIや拡張現実が発達したこの時代、私たちはちょうどデジタルの世界と物理的な世界が交わる真ただ中にいます。本キャンペーンで掲げるコンセプトは「**Believe It or Not!**」。

フィクションとノンフィクション、真実と虚偽の境界がますます曖昧になっていく時代の中、拡張された現実がフィクションと交差し、想像しうる全てのことが実現可能である新しい世界が、4つの季節ごとのテーマで描かれます。

第三弾となるAUTUMNでは、「**ENHANCED OUTDOOR(拡張するアウトドア体験)**」をテーマに、**拡張現実**にフォーカスしました。現実世界と拡張現実がシームレスに融合し、スリリングで没入感のあるアウトドア探索を体験するというユニークなストーリーを通して、フィジカルの世界の美しさを表現しています。

さらに広告内の衣裳では、「アレクサンドラ・ムーラ (Alexandra Moura) 」や「Dino Alves (ディーノ・アウヴェス)」など、ポルトガルリスボンを拠点に世界的に注目を集めるアップカミングなブランドを使用。2024年AWのファッショントレンドでもある、フラフイーなファーアイテムやヴィンテージライクなレザーアウター、トレンドカラーのレッド、イエローを含むカラフルなファッションで物語を鮮やかに彩ります。

【PARCO 2024 シーズン サイト】

<https://parco.jp/style/>



【本件に関するお問合せ】

株式会社パルコ 宣伝部 草刈(kusa-you@parco.jp)、本橋 (moto-noi@parco.jp)

【トータルコンセプト】

Believe It or Not!

テクノロジーの進化とともに、
想像することが、なんでも創造できる、
とても奇妙で、とても楽しい時代。

目の前に見えるのは、現実？空想？

自分ならではの、すばらしい“リアリティ”を創造してみよう。
それは、あなたの想像力次第です。

Chapter 3.

“ENHANCED OUTDOOR”

拡張するアウトドア体験。

ここは、現実と拡張現実がシームレスに融合する大自然。

自然の美しさに身をゆだね、
今までに体験したことのない、
驚きに満ちた、スリリングな没入体験を。

ふれられるものは、今もこれからも美しく、
テクノロジーはさらにそれを引き出してくれる。

【2024AUTUMN広告：ムービー-FULL（30秒）・SHORT（15秒）】



シーズン広告特設サイトのほか、以下Youtubeリンクからもご覧いただけます。

Youtube : <https://youtu.be/ywzWZPvwwXk>

【クリエイティブディレクター Max Siedentopfメッセージ】

「事実とフィクション、現実と想像が融合していく世の中で、このキャンペーンを機に、あなたならではのすばらしい“リアリティ”を創造してみてください。それは、あなたの想像力次第です。

現実とフィクションがシームレスに融合すると、境界線が溶けて差異がなくなり、何が本物であるかを見分けることが難しくなります。

このキャンペーンを通じて、私たちは思索に満ちた旅に乗り出し、この時代における真実の本質的なあり方について疑問を投げかけられます。日常と非日常が絡み合い、現実と非現実の区別が謎めき、そして魅力的で楽しい新境地を、パルコとともに探索してみましよう。

『Believe it or not!』は、私たちが新しい世界の驚異に気づかずにいます。その世界には、私たちの限られた創造力を超えた、無限の想像力が広がっているのです。

結局のところ、どこが現実の始まりでどこが現実の終わりなのかは誰にもわからない。どちらの世界も楽しみましよう！」



プロフィール

1991年生まれ、ポルトガル在住。

映像、写真、彫刻、クリエイティブディレクションなど、あらゆる分野で活動するコンセプチュアルアーティスト。2019年よりGUCCIクリエイティブコラボレーターを務め、オンラインスペース「GUCCI VAULT」のネーミングから全体ディレクションまでを担当。2021年、GUCCIの2020年春夏キャンペーン「#ACCIDENTALINFLUENCER」が、ファッションメディア『THE IMPRESSION』のベストデジタルファッションキャンペーンに選ばれる。ミュージックビデオの監督も手がけ、Gommiの「Psychosis」はベルリン・ミュージック・ビデオアワードで「Most Bizarre Video」を受賞。2023年には、キッズチャンネル「Nickelodeon」のブランドキャンペーンの監督を手がけエミー賞を受賞。自身が創設した季刊のアート誌『ORDINARY』が、世界中のインディペンデントな出版社を称える「The Stack Awards」にて最優秀アートディレクション賞を受賞。欧州の非営利シンクタンク「Friends Of Europe」の欧州委員会により、40歳以下のヨーロッパの若き才能46人のひとりとしてノミネートされる。

【PARCO 2024 シーズン サイト】

<https://parco.jp/style/>



【本件に関するお問合せ】

株式会社パルコ 宣伝部 草刈(kusa-you@parco.jp)、本橋 (moto-noi@parco.jp)