

## 今日という日を“特別”に。TGCが提案する21AWシーズンのトレンドは『アタラシイ日常着 ～ニューリアリティ～』

### 定番アイテムをアプデ！「マルチウェイ」

コロナ禍で変わるオンラインコミュニケーション「セルフイーファッション」  
girlswalker 読者に聞く！変化した若者のファッション意識を大調査！  
サステナステージのテーマは“脱炭素”。ブランドラインアップ発表！  
世界初！ファッション界のDXを推進するアバター×リアルショー実施！  
『第33回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2021 AUTUMN/WINTER』

～2021年9月4日（土）オンラインにて開催～

東京ガールズコレクション実行委員会（企画/制作：株式会社 W TOKYO）は、政府・自治体ならびに業界団体の大規模イベント開催におけるガイドラインに則り、2021年9月4日（土）に開催を予定している『第33回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2021 AUTUMN/WINTER』（以下、マイナビ TGC 2021 A/W）をオンライン配信で実施いたします。この度、TGCが発信する今季のトレンドキーワードが決定しましたのでお知らせします。

## 『アタラシイ日常着 ～ニューリアリティ～』

コロナ禍でファッションの在り方が多様化している今、トレンドは「自分らしく」を軸にしたニューリアリティへと変化。今日という日常を“イベントごと”化して、自分らしく演出していくことが今季流です。日常と私らしさ。アフターコロナを見据えた新しい心地良さを手に入れましょう。

今季のTGCが提案するトレンドキーワードは「新しい日常着」をメインテーマに  
手持ちアイテムのアップデートを推奨する「マルチウェイ」と

コロナ禍で変わるオンラインコミュニケーションにフォーカスした「セルフイーファッション」の2軸で決定しました。

### 定番アイテムをアプデ！「マルチウェイ」

ファッショントレンドは、ファッションナブルというより、心地良さや実用性を重視する時代に。手持ちのアイテムにプラスオンしてアップデートする傾向にあります。例えば、着回しの効くロングシャツに、今季マストアイテムのニットベストやクロップドトップスを取り入れることで一気に今年っぽく仕上がります。さらに、秋冬に使いたくなるフェイクアニマル素材でエンカルを意識するのもGOOD！ポイントは、“窮屈じゃない”こと。自分流の心地良さをファッションでも見つけて！



ニット＆シャツワンピース：Ungrid  
バッグ：CALNAMUR  
ブーツ：Re:EDIT



シャツワンピース：Ungrid  
トップス：EMODA  
パンツ：EMODA



#### <MAKE UP TREND>

メイクが苦手な人ほどオススメなのが、イエローメイク！実は肌馴染みがとっても良く、パパッと塗ってもそれなりに見える万能カラーなんです。口元はグロッキーに、ニットのテクスチャーとのコントラストを楽しんで！



#### <MAKE UP TREND>

難しいと思われがちなパープルは、アイラインなど、ポイント使いすることで大人っぽく高級感が出ます。全体に使うとバブル感が出てしまうので要注意！リップもダーク系で青味が強いものをセレクトし、統一感を出しましょう。

## コロナ禍で変わるオンラインコミュニケーション「セルフィーファッション」

コロナ禍で外出の機会が減っている今、社会と繋がるツールの一つとして台頭しているのが SNS です。今季は上半身に思いっきりフォーカスした、セルフィーファッションが大本命！アシンメトリー、クロップド丈、ボリューム感と、今年の流行りが全て詰まったマイクロ短丈ニットや、顔まわりをドラマティックに演出してくれる大ぶりのカラー（襟）アイテムを思い切って取り入れて。秋冬に敢えてカラーアイテムをプラスすることもオススメ！この時代だからこそ、新しい自分を発信してみてください！



トップス：MURUA  
スカート：moment+  
バッグ：MURUA  
ブーツ：MURUA



ニット：ROSE BUD  
シャツ：Ungrid  
スカート：SOLLON.  
バッグ：ROSE BUD  
ブーツ：ROYAL PARTY



### <MAKE UP TREND>

ちょっと人と違う要素を取り入れたい時は、グリッターを使ってみて！自分の二重幅に沿ってアイラインを入れて、目尻にポイントで使うことで派手すぎず、普通の洋服にも合います。日常をちょっとアップデートしたいときにオススメ！



### <MAKE UP TREND>

マスク生活の中、目元を強調するならマスカラを思いっきり乗せるのが今季流！マスカラを濃くする分、アイシャドウは薄めにする事でより目元が引き立ちます。黒目の上下に丸く乗せると女性らしい印象がアップ！

モデル：羽音 / スタイリスト：深海 / メイク：Hirota Iizuka (juice)  
ヘア：SIN / フォトグラファー：SUGINO TERUKAZU (TONPETTY Inc.)

## 積極的に取り入れたい「トレンドカラー」はこちら！



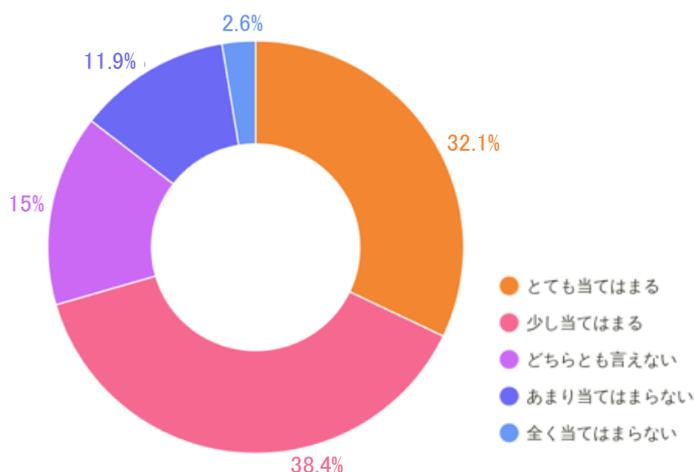
ニューリアリティな日々に取り入れたいのは、ニュートラルカラー！心地の良い、自分らしいカラーを見つけましょう。ニュートラルカラーに加えて、ビビッドなカラーを差し込むのもオススメ！明るいカラーでマインドから変えていきましょう！

## girlswalker 読者に聞く！コロナ禍で変化した若者のファッション意識大調査！

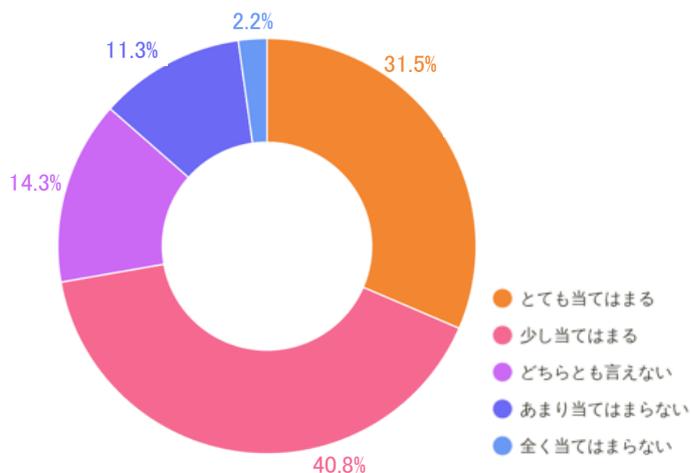
自粛期間による“おうち時間”が増えたことで、コロナ禍前後で若者のファッションに対する意識が変化しているのではないかと考え、今回、東京ガールズコレクションの公式メディアである「girlswalker」読者を対象に、10代後半から20代の女性505名にファッションに対する考え方、購入アイテムや購入方法などの変化を調査しました。自分と向き合う時間が増えたことで、よりパーソナルにフォーカスされている新時代に、流行に敏感な女性たちが今、ファッションに対してのどのように考えているのかに迫りました。

◆洋服を買う際に意識していることや、購入方法はどう変化した？

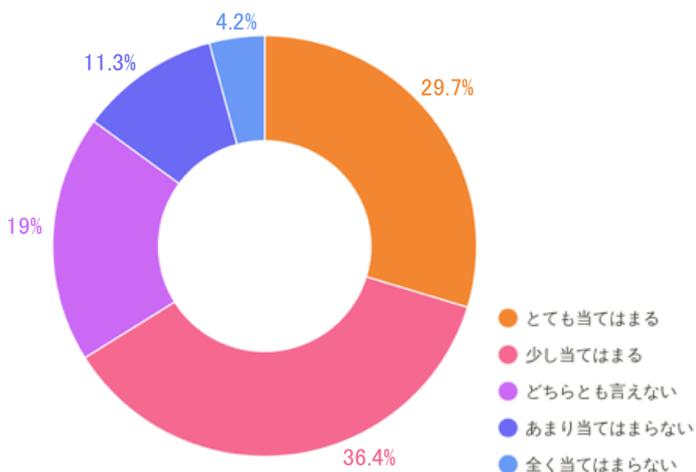
<快適に着られる服を買うようになった>



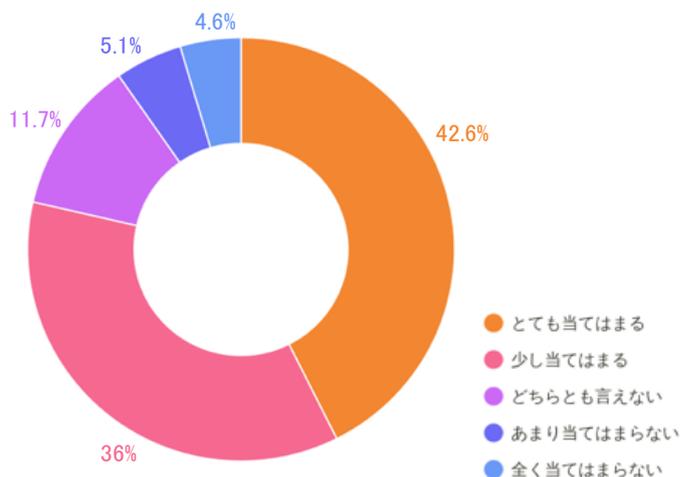
<実用性を重視するようになった>



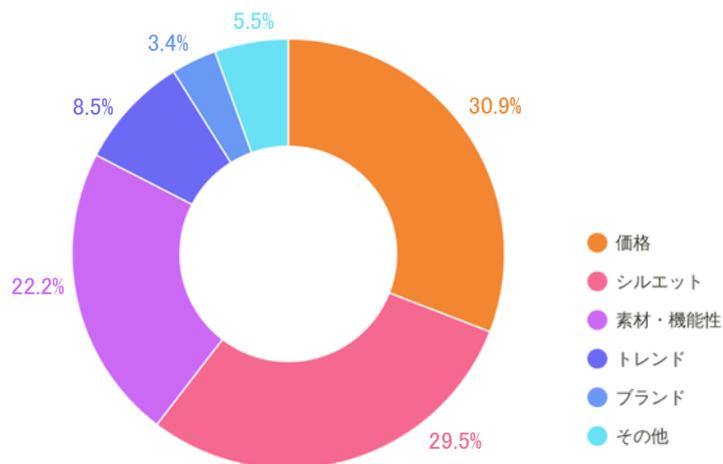
<長く愛用できる服を選ぶようになった>



<オンラインでのお買い物が増えた>



<現在、服を買う際に最も重要視していることは？>



おうち時間が増えたことにより、快適さや実用性を重視するようになったと回答した女性が7割以上を占める結果に。また、長く着られるアイテムを選ぶと答えた女性も7割を超え、トレンドを追うというより、自分が好きかどうか、そして“自分流の心地よさ”を見つけてアイテムを選ぶ傾向が見られました。そしてオンラインで買い物をするようになったと回答した女性は約8割に及び、トレンドやブランドではなく、価格・シルエット・素材や機能性で服を選ぶ傾向があることが分かりました。

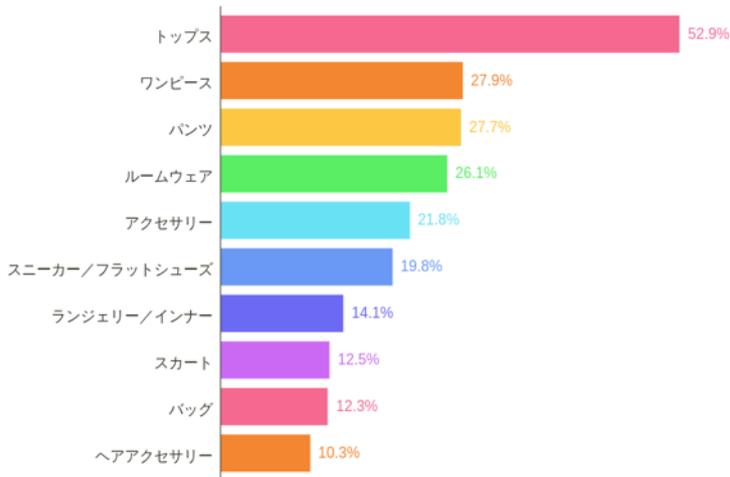
## ◆コロナ禍前後で、購入が増えたアイテムと減ったアイテムは？

コロナ禍前後での生活スタイルの変化により、購入アイテムに変化があったかどうかを調査しました。

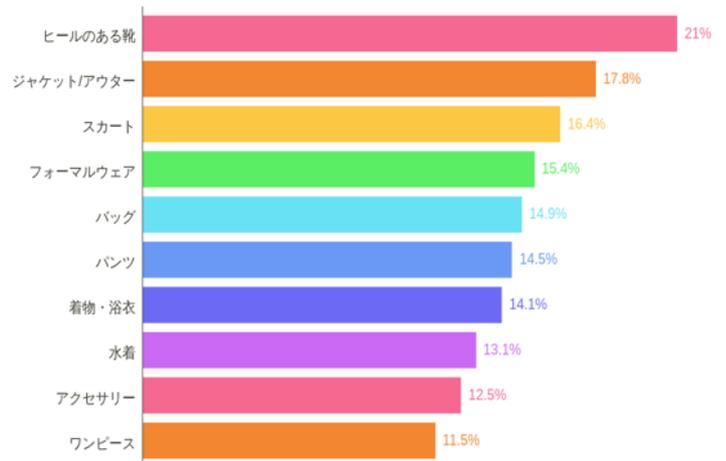
増えたアイテムについては、リモートワークでオンライン会議の機会が増えたことによりトップスがダントツの1位に！理由としては、「オンライン会議で上半身が映るから」「トップスを変えるだけで印象が変わる」「上半身映え」という意見が多数あがりました。また、「楽ちんだから」「家でのおしゃれを楽しむため」「楽なのに可愛い」という理由でワンピースの購入や、おうち時間が増えたことでルームウェアの購入が増える傾向に。さらに外出が減ったため、スカートを履く機会がなくなったのでパンツを買うことが増えたという意見や、「上半身映え」のためにアクセサリーの購入が増えたという女性も多く見られました。

逆に購入が減ったアイテムについては、ヒールのある靴や、ジャケットやアウター、そしてスカートやバッグ、さらにイベントが無くなったことでフォーマルウェアを購入する機会が減ったという意見が多数見られました。やはり、全ては外出の機会がなくなり、「おうち時間」が増えたことによる傾向と言えます。

<購入が増えたアイテム> ※複数回答可



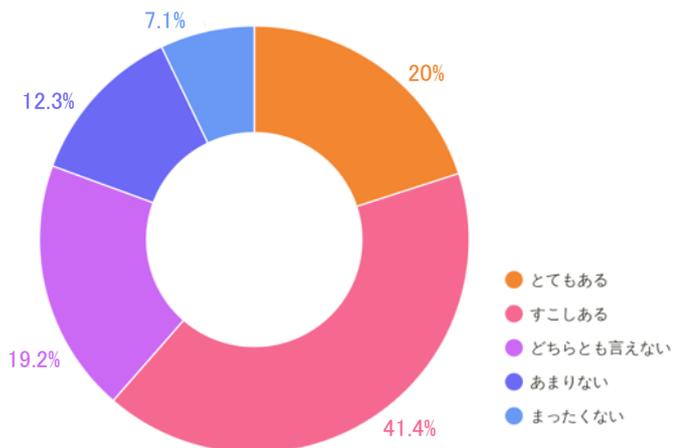
<購入が減ったアイテム> ※複数回答可



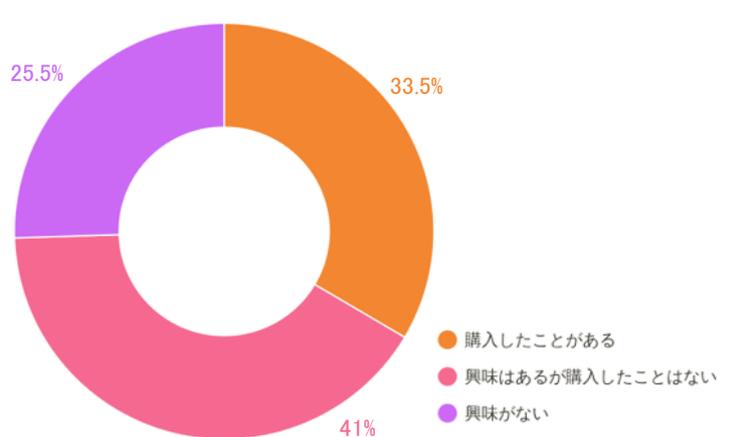
## ◆サステナブルに対する意識は上昇傾向に！実際のアクションまであと少し！

ここ数年、目にする機会が増えた“サステナブル”という言葉。ファッションとは切っても切れないワードです。流行に敏感な女性に対して、サステナブルなファッションへの意識も調査しました。

<サステナブルなファッションに興味がある？>



<サステナブルなファッションアイテムを購入したことがある？>



サステナブルなファッションに興味があると答えた女性は全体の6割以上を占め、“サステナブル”という意識が徐々に広がっていることが感じられます。また、サステナブルなファッションアイテムの購入率については、実際に購入したことがある方が約3割、“興味はあるが購入したことがない”という方が約4割となり実際のアクションまであと少し、ということろまで進んでいることが分かりました。TGCでは引き続き、青年層へ社会課題を伝える架け橋となるべく、日常で取り入れやすい“サステナブル”や“エシカル”の発信を続けていきます。

### <調査概要>

サンプル数：505名 / 調査対象：全国の10代後半～20代女性 / 調査期間：2021年7月16日（金）～7月19日（月）

■ファッション&メイクのプロフェッショナルが、今季のファッション&メイクトレンドをレクチャーします！

ファッション・クリエイティブ・ディレクター 軍地彩弓氏



2021年秋冬は世界的にも「グレートリカバリー」の始まりです。コロナ禍を超えて、私たちが気づいたのは「新しい日常」。日々気持ちよく暮らせること。友人とモニター越しや対面で繋がれることの嬉しさ。ファッションのトレンドもそのような日々をアップデートしてくれるアイテムが目立っています。上半身が可愛くなる大きなつけ襟や、着こなしで自在に変化するニットトップスだったり、女の子らしさが詰まったマイクロミニやマーメイドのスカートだったり。新しいディテールやニュアンスカラーで自分をもっともっと好きになれる。そして、その心地よさは自分だけではなく、環境に優しいものを選ぶサステイナビリティへの想いにもつながっていきます。私たちにとってリアルなアップデート。さあ、アタラシイ時代の幕開けです！

Profile

『VIVI』『GLAMOROUS』を経て、クリエイティブ・ディレクターとして『VOGUE GIRL』の創刊と運営に携わる。2014年(株)gumi-gumi設立。ドラマ「ファーストクラス」(フジテレビ系)や映画のファッション監修、Netflixドラマ「Followers」のファッションスーパーバイザー、コンサルティング等幅広く活動。

東京ガールズコレクション実行委員会 ブランドプロデューサー 金子紗織



今季はサステナブルを背景とした実用性のあるアイテムやニーズの変化によって求められる日常性と理想世界のコントラストが多様に表現されたファッションが特徴的です。1つのアイテムでバリエーション豊富に着ることができるマルチウェイはニットアップやニット+シャツの組み合わせに注目。実用性を兼ね備えたアイテムだからこそ、手持ちのアイテムにプラスしながら新しいコーディネートを作ります。アタラシイ日常を彩るアイテムとして、SNSで活躍する上半身にフォーカスしたアイテムも豊富に。開放的で動きやすさも兼ね備えたマイクロ短丈ニットやボリュームスリーブ、カラー(襟)アイテムは上半身を華やかにするアイテムとして欠かせません。カラーはビビッドをチョイスしてコントラストをつけて！自分らしくいられるファッションをTGCで見つけて秋冬シーズンも楽しみましょう！

Profile

2012年に株式会社W TOKYOへ入社。TGCではブランドプロデューサーとして、出展ブランドの選定からショー演出プランまで全てを管理。現在では、TVなどメディアにも多数出演。

スタイリスト / 東京ガールズコレクション実行委員会 ファッションディレクター FUKAMI



さまざまな制限の続く世の中で、「いかに自分らしさ」を表現できるかを模索するのが今季のファッションかと思います。機能的でアクティブに楽しめるマルチウェイのコーデやおうち時間プラスαなコーデにアップデートしてみるのもアリ。また、出かけられなくてもスマホに向かってオシャレをして、SNSのためのコーディネートで、一人でもファッションを楽しんだりするのが今っぽさかと思います。個人的にはカラー(襟)のデザインの強さがさらに今っぽさをプラスしてくれるかと思います。

Profile

2012年スタイリスト野崎美穂氏に師事、2015年よりスタイリストとしてキャリアをスタートし国内外のファッションショー、ファッション誌、テレビ番組、広告、ライブなどのスタイリングなどを始めアパレルブランドのクリエイティブディレクション、企業アドバイザーやコンサルタント、専門学校教師、など幅広いフィールドで活動する。

東京ガールズコレクション メイクアップディレクター Hirotaka Iizuka (juice)



今季に提案したいメイクトレンドカラーは黄色と紫。今まで注目される事が少ない黄色や紫にチャレンジしましょう。実は、黄色という色は誰にでも馴染み、色彩イメージは、元気、ハッピー、ポジティブ！紫は、扱いが難しい印象(強くなりすぎなど)がありますが、ポイントでまとめると凄く上品でおしゃれなカラーなんです。目元のコントラストにも凄く映える2色を是非使用してみてください。そして、まつ毛とポイントラメにも注目です。AWはアーストーン系の洋服が多くなるので、目元にラメなどのアクセントを少しだけ入れてあげると、ガーリースタイルやパーティースタイルなど、やり過ぎずかつ簡単に他の人より差を出せます。自己流にアレンジしても素敵に仕上がります。全ての日常に、少しだけファンタジーを。そして日常を華やかに。是非チャレンジしてみてください。

Profile

雑誌、広告、ファッションショーそしてアイドルと、高いパフォーマンスでトレンドを提案するメイクアップアーティスト。2018年より東京ガールズコレクションメイクアップディレクターを務める。

■TGC サステナステージのテーマは“脱炭素”。トレンドを提案するブランドラインアップを発表！

人気ブランドからTGC初登場ブランドまで「アタラシイ」ブランドラインアップを発表！TGCの新たなトレンドとして発信を続けている「TGC サステナステージ for the UN SDGs ACTION」では、大人のサステナブル・エシカルファッションを提案するRe:EDITと、人や環境に配慮した洋服だけを集めたセレクトショップEnter the Eが参画。現在のアパレルブランドが、サステナブルファッションに取り組む際に切り離すことができない“脱炭素”をテーマに、スタイリスト・沢田結衣によるスタイリングショーでサステナブルファッションを提案。それぞれのブランドの脱炭素に向けた取り組みを紹介します。そして、TGC初の試みとなる“D2C”ブランドにフォーカスしたステージを多数展開！「D2C SPECIAL ステージ」では、手軽にトレンドかつベーシックな着回せるアイテムを提供するmoment+と、初出展となる人気インフルエンサーが集結したオンラインセレクトショップSOLLONが登場します。「D2C it BRAND ステージ」ではBibiy.、lanan、M.deux、nugu、そしてTGCサステナステージでも登場したRe:EDITが参加し最新トレンドを発信！さらに、TGCにて初のファッションショーとなる藤田ニコルがディレクションするCALNAMURや、2021年秋冬にデビューしたCITEN、時代の変化に合わせながら“リアルな女の子のストリートスタイル”を提案するX-girlが登場するほか、大人気のEVRIS、LAGUA GEM、MOUSSY、REDYAZEL、rienda、オリジナルアイテムとインポートアイテムを多数取り揃えるROSE BUDが最新コレクションを披露します。アタラシイTGCならではの、バラエティに富んだファッションショーには是非ご注目ください！

## ■ファッション界のDXを推進！世界初アバター×リアルファッションショーを実施！

コロナ禍において、新たなファッションビジネスとして注目が集まるアバターファッション。TGCでは、オンライン開催となる「アタラシイTGC」ならではの取り組みとして、世界初となる“アバター×リアル”のファッションショーを、累計2,000万のお客さまが選んだ国内No.1のアバター着せ替えアプリ「ポケコロ」とのコラボレーションにより実施することが決定しました。

アバターファッション元年を象徴づけるような、メタバースとリアルのコラボレーションによる世界初のファッションショーにご注目ください。

### 【第33回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2021 AUTUMN/WINTER 開催概要】

全て2021年7月29日(木)現在の情報となります。

今後の状況を踏まえ、都度イベントの仕様の見直しおよび内容を変更する場合がございますので、予めご了承ください。

イベント名称：第33回 マイナビ 東京ガールズコレクション 2021 AUTUMN/WINTER (略称：マイナビ TGC 2021 A/W)

配信日時：2021年9月4日(土) 13:00~19:30(予定)

配信先：TGC公式LINEアカウント

TGC公式YouTubeチャンネル ※再ライブ配信

公式サイト：<https://tgc.st/>

ブランド：Bibiy.、CALNAMUR、CITEN、Enter the E、EVRIS、LAGUA GEM、lanan、M.deux、moment+、MOUSSY、nugu、Re:EDIT、REDYAZEL、rienda、ROSE BUD、SOLLON.、X-girl 他 ※アルファベット順  
メインモデル：嵐莉菜、アリアナさくら、池田エライザ、池田美優、石川恋、江井櫻子、江野沢愛美、emma、愛花、岡崎紗絵、岡本夏美、楓、香川沙耶、加藤ナナ、香音、久間田琳加、小室安未、紺野彩夏、雑賀サクラ、新川優愛、鈴木愛理、鈴木ゆうか、田鍋梨々花、鶴嶋乃愛、トラウデン直美、中条あやみ、永瀬莉子、菜波、Niki、生見愛瑠、羽音、福士マリ、福士リナ、藤井夏恋、藤井サチ、藤田ニコル、ブリッジマン遊七、マギー、宮野陽名 他 ※50音順  
ステージ内容：ファッションショー、アーティストライブ、パートナーステージ 他  
主催：東京ガールズコレクション実行委員会  
特別協賛：株式会社マイナビ  
パートナー：DJ用レコードカートリッジ(株式会社ナガオカ)、ルルルン(株式会社グライド・エンタープライズ)、DUO(プレミアムアンチエイジング株式会社)、ポケコロ(ココネ株式会社)、ミクチャ(株式会社Donuts)、paygood(株式会社TAS Port)、スマルナ(株式会社ネクイノ)、MISTIS SANITIZER(株式会社大雅) 他 ※ランク別、50音順  
ビューティパートナー：BELLE SERIES(2FLAG株式会社)  
オフィシャルウォーター：のむシリカ(株式会社Qvou)  
助成：文化庁「日本博公募助成型(イノベーション型プロジェクト)」  
協力：株式会社IMAGICA EEX  
公式メディア：girlswalker  
演出：DRUMCAN  
企画/制作：株式会社W TOKYO

#### ■東京ガールズコレクションとは・・・

「日本のガールズカルチャーを世界へ」をテーマに2005年8月から年2回開催している史上最大級のファッションフェスタ。総勢約100名の日本を代表する人気モデルが出演し、日本のリアルクローズを披露するファッションショーをはじめ、豪華アーティストによる音楽ライブや、旬なゲストが多数登場するスペシャルステージ、話題のアイテムがタッチアンドトライできるブースなど、TGCならではのバラエティに富んだ多彩なコンテンツを展開し国内外から話題となっている。

TOKYO GIRLS COLLECTION 公式サイト：<https://tgc.st/>

LINE：@TGC\_LINE / Twitter：@TGCnews / Instagram：@tgc\_staff / 公式ハッシュタグ：#TGC #マイナビTGC

公式YouTube：<https://www.youtube.com/user/girlsTV>