



©Disney

**UT GRAPHIC-T
UNIVERSE**

UT magazine

ISSUE 13 SPRING / SUMMER 2026

UT
55th Anniversary
SHISEISHA

UT magazine

ISSUE 13 SPRING / SUMMER 2026

2026SS GRAPHIC-T LINE UP

浮世絵ブルー
浮世絵アニマル
トヨタ
マンガ UT
集英社創業 100 周年
ミュージカルアイコンズ
ルーヴル美術館
エリオット・アーウィット
ジェイソン・ポラン
マジック フォー オール
アイコンズ



©GagaAkumy/SHISEISHA

ユニ
クロ
UNI
QLO

LifeWear

世界中の ポップカルチャーが、 ここに集まる。

アート、マンガ、音楽、
ゲーム、映画、キャラクター。
世界中のあらゆるカルチャーが
押し寄せて生み出す、
唯一無二のエネルギー。
無限にひろがるコレクションから、
お気に入りの1枚を見つけて、
自分らしさを思い切り表現しよう。

Contents

UT2026
クリエイターたちのUTスタイル 1
浮世絵ブルー&浮世絵アニマル
浮世絵を求めてボストン美術館へ 14
トヨタ
名車で紐解く、トヨタのモノづくり 22
マンガUT 集英社創業100周年
『週刊少年ジャンプ』『週刊ヤングジャンプ』傑作マンガ選 26
対談
河村康輔が大友克洋から受け継ぐデザインの魔力 36
ミュージカルアイコンズ
名作ミュージカルの世界 42
ルーヴル美術館
マーティン・パーと歩くルーヴル美術館 46
エリオット・アーウィット
写真家エリオット・アーウィットが捉えた日常の中のユーモア 52
ジェイソン・ポラン
ジェイソン・ポランが私たちに残してくれたもの 56
マジック フォー オール アイコンズ
愉快なキャラクターたちがUTに大集合! 58



UT2026

Your culture, Your way

クリエイターたちのUTスタイル

世代も国境も飛び越えて
世界中のカルチャーが集結した
UTの最新コレクションで
日常をもっとクリエイティブに。

異色のダークファンタジー
『呪術廻戦』の最強コンビ

創業 100 周年を迎える集英社のマンガと UT のコラボレーション。『週刊少年ジャンプ』で連載された、芥見下々（あくたみ・げげ）作『呪術廻戦』（2018～2024）より、マンガの扉絵として描かれた五条悟（ごじょう・さとる）と夏油傑（げとう・すぐる）の 2 ショットをプリント。マンガ UT 集英社創業 100 周年 Men ¥1,990



タイ・アメネチ
フィルムメーカー／俳優

多彩な仲間と繰り広げる冒險物語『HUNTER×HUNTER』

『週刊少年ジャンプ』にて1998年より連載を開始した、富樫義博（とがし・よしひろ）作の『HUNTER×HUNTER』。主人公ゴンとともにハンターを目指す仲間のひとり、ゾルディック家のキルアと末っ子アルカ、彼女の内に宿る別人格ナニカをモチーフにしたデザイン。マンガUT集英社創業100周年 Men ¥1,990

02

ダイサク・ヒダカ アーティスト



ボーダーに映える
スヌーピーのワンポイント

チャールズ・シュルツ原作のコミック『ピーナッツ』。主人公チャーリー・ブラウンと飼い犬スヌーピーたちが送る、哲學的で心温まる日常の物語は普遍的な人気を誇る。フレッピー風のボーダーボディに、胸元にはさりげなくスヌーピーのワッペンをあしらって。ピーナッツ Men ¥1,990

©2026 Peanuts Worldwide LLC

03



パステルトーンに包まれた
ミッフィーで春を先取り

オランダの絵本作家・グラフィックデザイナー、ディック・ブルーナが生み出した絵本の主人公、ミッフィー。世界中で愛され続ける小さなうさぎの女の子を、春の訪れを感じさせるパステルカラーで表現した。ボディからワンポイントのミッフィーまで、やさしく彩られた色使いが魅力。ミッフィー イン ブルーム Women ¥1,990



アンディ・ウォーホルの代表作
『ブリロ・ボックス』

20世紀ポップ・アートのパイオニア、アメリカのアーティスト、アンディ・ウォーホル。「ファクトリー」と呼ばれるスタジオで、大量生産の均一性と連続性を再現できるシステムを構築し、多くのシルクスクリーン作品を制作した。日用品のパッケージを精巧に模した、1964年発表の木製立体作品『ブリロ・ボックス』のグラフィックをフロントポケットに。ニューヨーク・ポップ・アート Men ¥1,990

 Andy Warhol
© 1994 The Andy Warhol Foundation for the Visual Arts, Inc.
Brillo™ is a registered trademark of the Armaly Sponge Company. All rights reserved.

カーライル・エイケンズ
プロスケーター／モデル



ライナス&スヌーピーの
微笑ましい場面をフィーチャー

世代を超えて世界中で親しまれているコミック『ピーナッツ』の仲間たち、ピーナッツギャングをフィーチャーしたコレクション。主人公チャーリー・ブラウンの親友ライナスと、頭の上で寝転ぶスヌーピーをヴィンテージ風のプリントで表現。ピーナッツ Men ¥1,990

スタンレー・バーナ
モデル

写真家マーティン・パーが捉えた
ルーヴル美術館の名作

世界最大級のコレクションを誇るパリのルーヴル美術館とUTのプロジェクト。マーティン・パーが、混雑した日常では見過ごされがちな、美術館を楽しむアートを愛する人々の様子と、作品と空間が織りなす特別な空気感をユーモラスな視点で撮り下ろした。ルーヴル美術館 Men ¥1,990

ルル・ヤオ・ジョイエッロ
FAR-NEAR創設者／クリエイティブ・ディレクター

どこか懐かしいカラフルで
キュートなケアベア™ワールド

1982年にアメリカのカード会社のカードの挿絵として誕生した「ケアベア™」は、可愛い表情や鮮やかなカラーパレット、チャーミングなお腹のシンボルマークで多くのファンを魅了している。チアフルキャラクターズ Women ¥1,990

サブリナ・ファンテス
ミュージシャン/Pretty Sick

'80年代ストリートアートの先駆者
キース・ヘリングの遊び心

1980年代のニューヨーク・ストリートアートシーンを席巻したキース・ヘリング。1984年に舞台美術を手がけた、Bill T. Jones / Arnie Zane Dance Companyによるダンス公演『SECRET PASTURES』のために制作されたポストカードのアートワークをTシャツに。ニューヨーク・ポップ・アート Men ¥1,990

アダム・イースターリング
アーティスト/デザイナー



愛称「BAEMON」のロゴが際立つ
モノトーンのデザイン

韓国、タイ、日本出身の多国籍メンバーから成る
K-POP ガールズグループ「BABYMONSTER」。ボーカル・ダンス・ラップ・ビジュアルのすべてにおいて
圧倒的な実力と存在感で、世界中のファンを虜にし
ている。オーバーサイズのショート丈ボディに、彼女
たちの通称「BAEMON」のロゴを大胆にあしらった。
K-POP グループ BABYMONSTER Women ¥1,990

ヘイズ・キム
振付師/ダンサー



写真家エリオット・アーウィットによる
パリのモノクロスナップ

ウィットに富んだユーモラスな作風で、なにげない日常の風景や被写体を捉えた、マグナム・フォトの写真家
エリオット・アーウィット。エッフェル塔 100 周年の年に刊行された写真集『Paris』より、通称「アンブレラ・
ジャンプ」として知られる『FRANCE, Paris, 1989.』をプリント。エリオット・アーウィット Men ¥1,990

© Elliott Erwitt / Magnum Photos



ナタリー・ゲン
HAPPY99 オーナー

アメリカの人気アニメ
『パワーパフ ガールズ』の
3人娘が登場

1998年にアメリカで放映されて以来、世界中で
親しまれているカードゥーンネットワークの大
人気アニメ『パワーパフ ガールズ』をピックアップ。
スーパーヒロインの幼稚園児ブロッサム、バブル
ス、バターカップのキュートなリンガーティシャツ
で、自由なスタイリングを楽しんで。 チアフル
キャラクターズ Women ¥1,990

THE POWERPUFF GIRLS and
all related characters and elements
© & ™ Cartoon Network. (S26)

歌川広重『富士三十六景・
するがさったのかいじょう
駿河薩タ之海上』の青の世界

世界屈指の日本美術コレクションを誇るボ
ストン美術館とのコラボレーションTシャツ。
江戸時代に輸入され、浮世絵に革新をもたらした人工顔料「ペロ藍」で描かれた、
葛飾北斎と歌川広重の「青」に着目。バック
には歌川広重の『富士三十六景・駿河薩タ
之海上』をダイナミックに表現した。 浮世
絵ブルー Men ¥1,990

MFBoston

ノーラン・ザンガス
フォトグラファー



POP MARTから
MOLLYの限定シリーズを
フォトプリントで復刻

アーティスト兼トイデザイナー、ケニー・ウォンが生
み出した大きな目とツンと尖らせた唇が特徴のキャラ
クター「MOLLY（モリー）」。誕生20周年を記念し、
2016年の10周年のときにリリースされたクラシカル・
レトロシリーズ「Twinkle Twinkle Little Moon」の
フィギュアをフォトプリント。 POP MART Women
¥1,990

©POP MART

イザベラ・バー
クリエイティブ・コンサルタント



アダム・イースターリング
アーティスト/デザイナー



レイチェル・ウェイン
フラワーデザイナー/BLXXMオーナー

トラッドスタイルのスヌーピーを主役に

主人公チャーリー・ブラウンとスヌーピー、その仲間たちの日常
を綴った人気コミック『ピーナッツ』より。ジャケットに蝶ネク
タイを締めておめかししたスヌーピーがユニーク。刺繡を施した
Peanuts ロゴや、袖口と襟ぐりのボーダーリブなどディテールに
もこだわりが光る一枚。 ピーナッツ Women ¥1,990

©2026 Peanuts Worldwide LLC

アイアンマンとMARVELロゴを
アメコミ風にアレンジ

ディズニー、マーベル、ピクサー、スター・ウォーズの魅力的なキャラクター
の世界を伝えるユニクロの「マジック フォー オール」プロジェクト。アメリカ
ンコミックから始まったマーベルは、約85年にわたり、ポップカルチャーの最
前線で、アイアンマンやスパイダーマンなど、最強のヒーローたちの物語を世
に送り出してきた。 マジック フォー オール アイコンズ Men ¥1,990

©2026 MARVEL



バスキアのトレードマーク、
王冠をかぶった恐竜を
バックプリント

1980年代ニューヨークのアイコン的アーティスト、ジャン=ミシェル・バスキアは、短い活動期間ながら、10
代の頃からストリートアートに着想を得た作品、美術史の名作を引用した独自な図像で注目を集めた。そんなバ
スキアを象徴する作品のひとつ、1984年のドローイン
グ『Pez Dispenser』が目を引く。 ニューヨーク・ポップ・
アート Men ¥1,990

© Estate of Jean-Michel Basquiat.
Licensed by Artestar, New York.

タイ・アメネチ
フィルムメーカー/俳優



スタンレー・バーナ モデル

ミュージカル『キャッツ』の
アイコニックな“光る猫の目”

人気ミュージカル4作品『レ・ミゼラブル』『キャッツ』『オペラ
座の怪人』『ウィキッド』のポスター アートをもとにデザインした
コレクション。『キャッツ』のアートワークは、“光る猫の目”が
印象的。よく見ると、瞳の中には満月を背に歌い踊る猫の姿が。
ミュージカルアイコンズ Men ¥1,990

© LW Entertainment Limited. All rights reserved. (S26)



ロブスターと電話!
サルバドール・ダリの傑作

世界中から集められた注目の近現代美術作品を展示するロンドンのテート・モダンとのコラボレーション。シュルレアリズムを代表するアーティスト、サルバドール・ダリによる、結び付かない物体を組み合わせた彫刻作品『ロブスター テレフォン』(1938) のグラフィック。テート美術館コレクション Men ¥1,990

グスタフ・クリムト『接吻』が
存在感を放つアートワーク

1929年の創設以来、3,000に及ぶさまざまな展覧会を行ってきたニューヨーク近代美術館(MoMA)の、ダイナミックなプログラムを反映したポスター・デザインをTシャツに。グスタフ・クリムトの『接吻』をデザインした1986年開催の「Vienna 1900 : Art, Architecture and Design」展のポスターをフィーチャー。MoMA ポスター・アート・コレクション Men ¥1,990

The Museum of Modern Art, MoMA,
and related elements are trademarks of
The Museum of Modern Art.

ヴィクター・モンタルヴォ
ブレイクダンサー／パリオリンピック銅メダリスト





富嶽三十六景 神奈川沖浪裏
ふく岳さんじゅうろつけい かながわおきなみうら

1870年創立のボストン美術館は、1909年に現在の地へ移転。建築家ガイ・ローウェルが設計したボザール様式のファサードの建物には、先史時代から現代までの50万点以上の作品が収蔵されている。こちらは葛飾北斎を代表する「富嶽三十六景」シリーズの中でも《The Great Wave》として世界に知られる名作のひとつ。

犬の張り子に乗った鼠の大将が軍勢を率いて登場。「進め！」の合図で進軍するも、形勢不利となった猫たちは、あわてて退散する。その一場面を浮世絵版画で表現した、月岡芳年（つきおか・よしとし）の作品。正面玄関の裏手から臨むネオクラシカル様式の壯麗な建築も圧巻だ。

浮世絵アニマル



てんじくわた　だいぞう　の　ず
天竺渡り 大象之図

動物を描いた浮世絵師として名高い一龍斎芳豊（歌川芳豊）（いちりゅうさい・よしとよ／うたがわ・よしとよ）による作品。当時の日本では珍しかった象を、荒々しさと愛嬌を併せ持つ姿で生き生きと描き出している。現代建築の巨匠ノーマン・フォスター設計の新館の光溢れるモダンな空間に、時代を超えた視点が交差する。





ボストン美術館 浮世絵コレクションの舞台裏

1

江戸時代、庶民の文化として親しまれた浮世絵。19世紀に海を越えて世界へと広まり、多くの美術愛好家によって収集された。

ボストン美術館の浮世絵コレクションは、質・量ともに世界トップクラス。学芸員、保存修復家、研究者など、浮世絵に携わるプロフェッショナルの案内のもと、館内の舞台裏へ。貴重な作品群とともに、知られざる「色」の物語を読み解く。

浮世絵ブルーの秘密

「そもそも『富嶽三十六景』はすべて青だったことを、ご存じでしょうか?」。ベティーナ・バー記念保存修復師名誉職のジョーン・ライトさんは、そう説明しながら葛飾北斎の版画作品を保管箱から出してくれた。「のちに時間をかけて多彩な



『富嶽三十六景』シリーズが生まれてくるわけですが、北斎にとっても、同時代のほかの作家たちにとっても、ブルーという色は作風にとても重要な転機となりました。同じ絵図でも並べてみると、青と多色刷りではまったく違ったムードを醸し出していると思いませんか。例えば、北斎の『甲州石班澤』。青い風景は早朝を連想させ、大気に霧が満ちた静けさを感じさせます。一方で多色刷りの作品はどうやらかというと午後の雰囲気。見る人次第ですが、色のもたらす効果がいかに大きいかがうかがえます」

藍摺絵として知られている、幾重もの青を駆使したいわばモノトーン・ブルーの作品は、どこかモダンなデザイン性を持ち合わせる。この青の世界を团扇絵で最初に取り入れたのは、北斎と同時に

活躍した漢斎英泉であるとジョーンさんは言及する。「艶やかな模様の着物を着た遊女を描寫した英泉の『美人画』シリーズが、青の旋風を引き起こしたのです。北斎も感銘を受けたのでしょうか。青のパレットを風景に展開した藍摺絵の『富嶽三十六景』が間もなく世に登場します」

葛飾北斎が表現した壮大な青

今回のUTコレクションの主役はこの「浮世絵ブルー」。ボストン美術館にも収蔵されている、世界一の浮世絵傑作として愛される北斎の『神奈川沖浪裏』(The Great Wave)にとっても、青は最も重要な表現となる色。白波の影、波の質感、背景の富士の山肌に、船乗りたちの着物の青。観察すると実に巧みに多彩な青のトーンが起用されているのがわかる。

「当美術館には7点の『神奈川沖浪裏』が収蔵されています。なかでも一番状態の良い作品を今日は特別に出してきました」。熱のこもった語勢で説明してくれたのは、日本版画に特化した学芸員のサラ・トンプソンさん。「日本国外では世界一の浮世絵コレクションを持つことで知られる、当館の収蔵点数は5万点を超えていました。その膨大な作品をカタログ化し、そこから企画展をキュレーションしていく中で、保存修復師との密な連携は欠かせません。さらにジョーンは修復仕事の傍ら、個人的な興味から1999年に、浮世絵に使われる色素を研究する〈浮世絵色素研究 (Colorant Research)〉を立ち上げました。それだけ色にこだわる彼女の視点から、浮世絵におけるブルーを検証していきましょう」

浮世絵を変えた青の変遷

「1805年頃の刷物を見ると、露草の花びらから採取した青花と藍による2種類の青が使われていたことがわかります。水溶性のある青花のブルーは儂く、不意に湿気や水分にさらされると緑っぽい黄色に褪せてしまいます。友禅染めではその性質を利用して、下絵を描くのに使われていたとか。一方、藍のブルーには渋みが含まれ、時間の経過とともにグレーがかかったグリーンのような色になることもあります。それでも摺師の技量で薄付し、明るいトーンに仕上げることも可能でした。青花の青は紫がかった青ですが(青花と紅花を調合してしかできない特殊な紫は、長く職人に好まれ続けたという)、よく見ると版の端の方に黄色がかった青味を特定できることもあります」

やがて1820年頃になると、高価なブルシアンブルー(発祥の地ベルリンにちなんでベルリン藍、ペロ藍とも呼ばれる)がアジアでも生産されるようになります。これまで手の届かなかったこの青が、庶民の美術であった版画に見合う廉価な素材となったのでしょうか。もともと18世紀にドイツで開発された化学的に調合された鮮やかなこの顔料は、先に油絵に影響を及ぼしましたが、浮世絵にもブルーの大流行をもたらすことになりました」

安定した透明感を可能にしたブルシアンブルーの導入で、水面や空のトーンによる表現が一気に花開いていったのだろう。北斎の大波も、このブルーなしには存在していないといったとしても過言ではないかもしれない。「優れた藍摺絵は粒子の細かい白黒写真をも彷彿とさせま

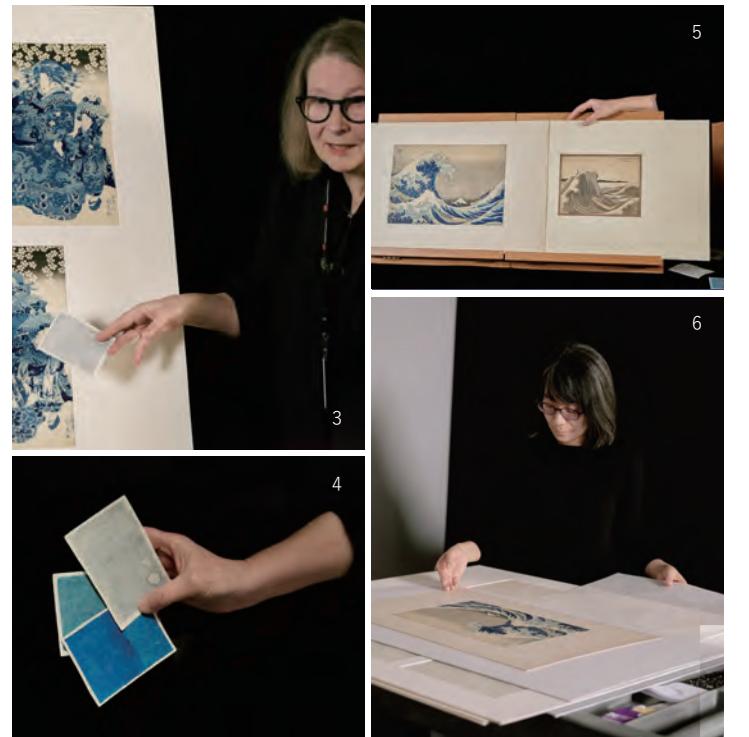
す。陰影が本当に見事で、とても叙情的なブルーだと思いますか」

色のオリジンをたどる

色素研究をライフワーク的に立ち上げたジョーンさんにとって、青はとても深い意味を持つ色であることが伝わってくる。「保存修復師の仕事は担当コレクションの管理にまつわることすべて。保管環境を常に向上させ、企画展や巡回展ごとに特定の作品の修復に取り組みます。でも私個人の関心は色にありました。大学院ではイタリアのキアロスクーロ(明暗の意)やフランスのメゾチント(版画の凹版技法のひとつ)など、陰影にまつわる分野を勉強しましたが、日本版画のエレガントな技法にも興味がありました。ボストン美術館ではアジア美術全般を担当するようになり、浮世絵作品に触れるうちに、その華麗な色はどのようにして何から作られているのだろう?と自然と思い巡らすようになったのです」。それからジョーンさんは、日本に行く機会があるたびに、版画染料を持ち帰り、化学

専攻の大学生インターンたちと一緒に分析とサンプル再生に取り組んだりもした。しかし、さまざまな文献を手に取っても、膨大なコレクションを前に、探究心は深まるばかりだったという。「浮世絵の色素に関する化学的な分析は、ほぼ皆無だと言っていいでしょう。だから自分で説明していくしか知る方法がなかったのです」。残業も週末勤もいとわず、情熱を注ぎ込んだジョーンさんは最近、定年退職を迎えた。もともと大学院研修生として肩を並べたミチコ・アダチさんが現在はベティーナ・バー記念准保存修復師としてジョーンさんの志を継ぎ、色素研究にも日々邁進している。

早朝に咲く青花を採取し、花びらの鮮やかな青が酸化して変色する前に水で揉み、それを和紙に幾重にも塗り閉じ込める。なんとも詩的な作法で採取される青花の栽培は、細々ながら今日も続いている。「色をより深く理解するために、そういった生産者や職人さんを訪ねるのも、色素研究の大切な一環なのです」とミチコさん。



1. ボストン美術館に収蔵される7枚の『富嶽三十六景 神奈川沖浪裏』(葛飾北斎)の中で一番状態の良い一枚を特別に閲覧。2. 学芸員のサラ・トンプソンさん。日本版画の展示カタログを何冊も執筆しているスペシャリスト。3. 歌川国貞『藍摺遊女(あいぢりゆうじょ)』シリーズを前に、修復師のジョーン・ライトさん。4.(上から)青花、藍、ブルシアンブルーの青色サンプル。5. 北斎の波の構図を並べると、大波の鮮やかなブルシアンブルーと青花のグレーがかったブルーの違いは歴然。6. 現在、保存修復と色素研究を率いるミチコ・アダチさん。



浮世絵を継承するという使命

浮世絵を支える守り人

今回、案内してくれた浮世絵のプロフェッショナルは、(写真左から) 研究科学者のミシェル・デリックさん、保存修復師のミチコ・アダチさん、学芸員のサラ・トンプソンさん、浮世絵色素研究の創設者ジョーン・ライトさん。ミシェルさんとジョーンさんは美術館を定年退職された現在も研究に携わっている。こうした個人の熱意によって世界に誇る浮世絵コレクションは守られているのだ。近年ではアムステルダム国立美術館(Rijksmuseum)の色素研究の設立も指南した。また、ミシェルさんが創設したボストン美術館のオンラインデータベース「CAMEO」は1999年より一般の人々とリサーチャーに向け無料公開され、〈Ukiyo-e Print Colorant Database〉のほか、〈Materials Database〉などもここに共有されている。



1. 1999年に始まった浮世絵の色素研究の一環に、草木や鉱物を使っての素材再生がある。2. 最初に多色刷りを導入したとされる鈴木春信の『絵本青楼美人合』。3. 館内併設の科学リサーチラボの分析技術のひとつ、ファイバーオプティックス反射分光法。

色の研究から表現の奥深さを発見

ボストン美術館では、作品を囲みながら修復師と分析科学者の間で交わされる会話を大切にしている。そのため、館内に科学リサーチラボが併設されている。共同で色の研究分析を進めていく中で、いくつもの新しい発見があったという。

一例として、ジョーンさんは、「鈴木春信の『絵本青楼美人合』を見せてくれた。「この絵本は初期の色を研究するのにもっていいの作品で、色の遊び場であると私たちは考えます。限られた鉱物や植物を原料とした色素は、季節の移り変わりに合わせたさまざまな調合により、色を変えることで四季の躍動感を生き生きと表現しています。春には緑やピンクが使われ、冬になれば青やより暗い色が主となります。目視で藍と仮定した青には煤のようなグレーの色素

があわさっていることが判明し、驚きました。さらに、研究を進めていく中でわかったのは、同じ赤やピンクの表現でも、一冊目には、高価な素材であったにもかかわらず紅花だけが使われていました。それに続く絵本では、主に茜を原料とし、最後の一冊になると、また紅花だけが使われています。春に始まり春に終わる。桜の特別なピンクは紅花でしか表現できないものだったのでしょうか」とジョーンさんは思いを馳せる。

続いてミチコさんがこう語る。「藍と茜は古くから世界的に使われてきた染料ですが、ジョーンと私が研究を始めた当初、明治時代の文献にはピンクと赤はすべて紅花だと記されていたそうです。でも研究によって、実際には茜を使っていたことがわかりました」。文献と言っても江戸時代の摺師が記した色素のレシピが残されているわけではない。ボストン美術館の裏舞台では、こんな地道な研究が今日も続いているのだ。

ボストン美術館の浮世絵の見どころ

浮世絵の中の動物たち

浮世絵には、その時代の風情や街風景ともに人々の暮らしやその心を捉えた非日常の出来事などが各々の絵師の流儀で描き出されている。そこには動物の姿もある。身近な動物から、当時は珍しかった象のような異国の動物まで、擬人化されたり、愛嬌たっぷりに描かれたり、絵師の想像力を描き立てていたようだ。例えば、猫。UTコレクションにも登場する月岡芳年の『猫鼠合戦』は生来のライバルである猫と鼠の立場が逆転して、鼠が優勢となった戦図である。このユーモア溢れる描写の中で鼠たちは凛々しく躍動し、知恵と数で猫をやり込めて下剋上を成し遂げる。その鼠が犬の張り子に乗って猫を脅しているクライマックスのシーンがTシャツに表現された。

また、歌川国芳の『猫飼好五十三疋』は、題に、〈其まま地口〉と前置きがあるように(地口は洒落のこと)、東海道の53の宿場の名前を猫の仕草で語呂合わせした、実に微笑ましい作品。学芸員のサラさんによると、国芳の斬新なスタイルはアニメとも比較され、今とても注目されているのだという。「これは近年コレクションに加わったばかりで、まだ美術館に展示もされていない作品です。猫好きとされている国芳は、生涯を通してたくさんの猫を作品の中に描きましたが、ボス

トン美術館のコレクションにはそれ程数がなかったという事実があります。当美術館の浮世絵コレクションの6割はウィリアム・スタージス・ビグローからの寄贈品なのですが、彼は犬派だったのかもしれませんね」

コレクションの立役者、ビグロー

ボストン美術館の浮世絵コレクションには200以上のコレクターからの寄贈品が収蔵されている。ハーバード大学やマサチューセッツ工科大学(MIT)といった世界屈指の大学施設が隣接するボストンの土地柄もあるのだろうが、この美術館には独自の磁場が感じられる。

ハーバード大学卒の医師で日本美術の研究家であったウィリアム・スタージス・ビグローは、明治時代に日本で暮らし、帰国後はボストン美術館の理事を35年間務めた。浮世絵もさることながら、ビグローが寄贈した日本美術品は7万5千点にも及び、このコレクションの存在がボストン美術館を世界でも随一の日本美術の守り手として有名にした。またビグローは、以前から交流のあった美術史家の岡倉天心をボストン美術館の日本美術品の監修に迎えたという逸話もある。今年はビグロー没後100年。それにちなんでビグロー・コレクションの企画展示に取り組んでいるところだという。

世界に類を見ないボストン美術館の浮

世絵コレクション。その豊かな作品群には、約6ヶ月ごとに開催される企画展を通して触れることができる。最も多く所蔵する江戸時代の作品には、主に植物ベースの色が使われているため、とりわけ環境からの影響に繊細だ。美術館にはコレクションの保存を念頭に設置された、特別照明の浮世絵専門の展示室があるが、会期が終わると、それらの作品は最低5年は収蔵庫に大切に保管されるのだという。通常の展示企画よりも早い頻度だが、その分多様な観点からキュレーションに取り組めるとサラさんは語る。「テーマを起点に選り分けた作品を検討していくプロセスを通して、毎回新たな発見をしています」



ボストン美術館

住所: 465 Huntington Avenue, Boston, MA 02115, U.S.A.
時間: 10~17時(土~月・水)、10~22時(木・金)
休館日: 火曜、1/1、バトリオット・デー(毎年4月第3木曜)、7/4、感謝祭(毎年11月第4木曜)、12/25
HP: <https://www.mfa.org/>



4. 月岡芳年の『猫鼠合戦』より。5. 歌川国芳の『猫飼好五十三疋』



LAND CRUISER(20系)

ランドクルーザー 1957年

6気筒 3878cc 105馬力エンジン 四輪駆動
警察予備隊（現陸上自衛隊）の要請による不整地走行用クロスカントリー仕様車の入札用として開発された初代（BJ型）のあと、民間向けの外観を備えた2代目の通称「20系」。強力な機動力から、陸の巡洋艦をイメージし、水中渡河、山登りでも条件問わず走破を可能にする、どんな用途にも使える万能車として進化した四輪駆動車のパイオニア。シンクロメッシュ機構、ステアリングダンパー、乗用車並のサスペンションを用いているため運転しやすく、快適な乗り心地を実現。貨客兼用からトラック、ライトバン、消防車、診療車など幅広い用途に応用された。海外への本格的な輸出をスタートしたモデルである。

TOYOTA COROLLA

トヨタカローラ 1966年



1077cc 強力60馬力エンジン 6000回転 0発進 400m 19.7秒 最高速度140km/h
1500ccクラスの実力を誇り、ヨーロッパ水準を超える高速設計。大衆車市場に向けて提供した5人乗り乗用車。豹の目を思わせるダイナミックなヘッドランプ、中央部に優美な膨らみをみせるボンネット、シャープな流れをみせるリア、全面的に曲面を多用した革新なスタイル。さらにゆったり余裕のある室内空間、雑音遮断した静肃設計、家計にやさしい低燃費の経済設計などの特長をもち、ハイコンパクトカーとして、マイカーを持ちたいという幅広い層の憧れを満たした。

TOYOTA

名車で紐解く、トヨタのモノづくり

UTとトヨタのコラボレーションでは、トヨタの多様なクルマづくりの歴史において重要なコンセプトを持つ4車種「ランドクルーザー」「トヨタカローラ」「トヨタ2000GT」「ハイエース・デリバリー・バン」の初代モデルをフィーチャーする。アイコニックな名車を振り返りながら、トヨタのモノづくりのDNA、クルマの未来について、

ビジョンデザイン部 中嶋孝之部長に話を聞いた。

撮影協力:トヨタ博物館

トヨタのモノづくりの精神「誰かのために」

発明家 豊田佐吉から受け継がれ、会長の豊田章男もよく使う言葉ですが、「モノづくり」の根底には「誰かのために」という大きな柱があります。常に人が第一優先であり、まずは「誰のために、何ができるか」を考え、そのための機能やデザイン、あらゆる手法やソリューションはあとからついてくる。これがトヨタのモノづくりのベースとなる精神であり、デザインの基本です。その上でデザインのプロセスとしては、まず使い手である人を研究します。人がいて、そこから生まれてくるコンセプトはどうアプローチするか。クルマの歴史よりも、暮らしの歴史に寄りそい、ライフスタイルや環境問題などを考慮しながらその都度最善を探していくきます。

The Brands

デザインの本質とは「思いを見える化すること

トヨタにとってデザインとは、社内外の皆さんの思いを見える化、ビジョンを形にすることです。それは絵や立体から、文章、コンセプトだったりいろいろですが、私たちビジョンデザイン部ではそういった思いを国内外のデザイン拠点と連携しながら具現化していきます。これはとても大事なことで、いくらデスクを囲んで議論ばかりしても結局決まらない。現地現物主義で、やっぱりモノを作って、実際に試してはじめてわかることが多いので、どう表すのが最適かを見える化することが、デザインの大好きな役割です。その先にあるクルマ、カーデザインがどのように生まれていくかは、コンセプトの構築が出発点となります。人が移動するときの体験価値を具現化することも、結局は

人の思いをつなげていく、見える化することに集約されます。

コンセプトの構築から始まるカーデザイン

カーデザインのプロセスは、まずコンセプトを立てます。ただ移動できればいいのではなく、誰かの暮らしや仕事を楽にすることを前提に、レジャーのためなのか、働くためなのか、目的によって大きく道が分かれていきます。100人いれば100人違う価値観の中でも共通項を土台として押さえながら、プラスαを加えていく。家族構成、世代によっても異なるので、大きな道が分かれた先もたくさんの小道に分かれていきます。それらをどこまでカバーしながらコンセプトを立てるかが重要です。

そして、外見のシルエットやデザインに入る前に、もうひとつやらなければならないのは、パッケージデザインと呼ばれるもので、車両の設計・レイアウト全体、つまり乗員空間、部品配置など多岐にわたります。これもコンセプトのひとつで「何人乗りなのか」「どういうポジションで乗せるのか」目的に合わせて、人の座る位置、エンジンと4つのタイヤの位置を決めていきます。

トヨタらしいプラスαの付加価値

コンセプトを押さえた上で、私たちはプラスαの付加価値を常に考えます。例えば、初代カローラは、同時期のライバル車や欧米車の排気量が1000ccだったのに対して、1077ccにすることで、同じ機能性を持たせつつ、スペックでのプラスαを工夫しました。デザインでも同じで、大衆車は人が乗る空間を求める、四角くなってしまいますが、初代カローラでは、デザイン用語でいう質感にもプラスαの仕掛けを施しました。他メーカーのクル

マの外形デザインが少し硬くて痩せた表面の質感だったのでに対し、カローラは少しラウンドさせながら張りを持たせ、表面や線の質感を上げていくことで、ちょっと手が込んだリッチな印象に仕上げました。それによってワンクラス上の車のような価値をもたらし、お客様に響くのではないかと考えたのです。

最後まで諦めないクリエイティビティ

トヨタのクリエイティビティの特徴は、デザインと設計が一体化していること。人間工学に基づいた安全性や耐久性を考慮した上で、性能を落としたくない設計者と、もっと美しくしたいデザイナーが、いいソリューションはないかと、膝を突き合わせながら納得いくまでやり取りを続ける。例えば、小さいミラーのほうが格好いいけど、小柄な人は見づらい。機能を損なわず造形的にも美しく見せられる手法はないか、誰かが我慢するのではなく、みんなが使いやすいものをを目指します。全員を100%満足させるのは難しいですが、できる限りそこに近づけられるよう最後の最後まで諦めません。いろんな角度から検証を重ねた上で決定する。しかも、こういった改善は発売後も続き、部品を取り替えたり常にアップデートしていく。ミニアックなどころまで突き詰める姿勢は、トヨタのクリエイティビティの表れだと思います。

トヨタの歴史を築いた4台のクルマ

UTのアートワークに選んだ「カローラ」「ランドクルーザー」「ハイエース」「2000GT」の4台は、それぞれの用途、目的におけるトヨタにとっての元祖です。

カローラは、乗用車の中で国民的ファミリーカーの代表格としての位置付けを確立しました。世界中で最も売れたクルマのひとつであり、トヨタの歴史を語る上で欠かせないアイコンです。

ランドクルーザーは、4WD、SUVの元祖。「どこへでも行ける、必ず帰って来られる車」をコンセプトに、どんな過酷な環境下でも発揮する最大限の耐久性、走破性、信頼性という価値が詰まっています。デザインのアプローチも、崖から落ちないための視界の確保、車体の四隅がわかるようにボンネットフードの端を上げるなど、安全に走行するための機能が骨格です。

ハイエースは、働く車の代表。これまでのトラック型から乗用、商用の両方をカバーできるようにパンという形をとったことで、働く現場で活躍すると同時に、週末には家族を連れてレジャーにも行ける。1台のクルマで2つも3つも使い手のニーズを満たすことができました。

2000GTは、国産最高級スポーツカーの地位を確立した元祖。当時の技術を結集した日本の自動車史においてもレジデンドであり、トヨタの情熱と技術力、デザイン力を世界にアピールした象徴的な1台です。

これら4車種でトヨタの多様なモノづくりの歴史を表現できると考えました。

ビリーバブルな未来を提供する

これからカーデザインをどのように考えていくか。チーフ・プランディング・オフィサーのサイモン・ハンフリーズがよく言うのが「ビリーバブルな（信じられる）ものを提供しよう」ということ。宇宙船みたいなドリームカーを作つて、20年後のクルマと

いわれても全然想像がつきません。20年先の未来を思い描き、それを実現するために今何をすべきかを逆算して計画、考えることをバックキャストと言いますが、コンセプトはぶっ飛んだ空想や妄想でも、そこからどこまで戻すかは、ピンとくる5年ぐらい先、実現可能かもしれないと思えるギリギリのところを提供します。そのためには、人口比率や市場動向といったベーシックなリサーチだけでなく、「いけそう」というデザイナーの直感も必要です。衣食住すべてにまつわる、まだトレンドにはなっていない兆しを集めて、どれに賭けてみるかとアイデアを出し合います。アフリカの新興国向けに発表したコンセプトカー「IMV オリジン」を開発する際も、アフリカのマサイ族の村に赴き、実地調査をしました。現地現物をすることで、ビリーバブルな未来のヒントを見つけることができます。

これからモビリティのあり方

タイヤが4つ付いているクルマという乗り物としてのかっこよさや美しさ、ファンダメンタルな価値は変わらない要素だと感じていますが、一方で、変わっていくべき部分もあります。ひとつはコスト。初代カローラが目指したような、道具としてもっとロー・コストにできないか。クルマが高価なものになっている今、もう一度、あの身近な感覚を再現できないかと考えています。もうひとつは多様性への対応力。世界中の多様化しているニーズに応えるためには、さらにラインナップを細分化し、誰もが必ずフィットするものを見つけられるように、誰も取り残さないようにどう取り組んでいかが大事になってきます。

また、グローバルでの展開をしていく上で、カーボンニュート

ラル（CN）達成に向けて、私たちは「マルチパスウェイ（Multi-Pathway）」という選択をしています。つまり、電気自動車（EV）一方向を見るのではなく、ガソリン、ハイブリッド車、燃料電池車（FCV）、水素など、すべてあります。私たちの敵はあくまでCO₂です。例えば、EVが有利な地域もあれば、電池製造に大量の電力を使っていたり、大元のエネルギーをその国がどう供給しているか、またガソリンが安価な地域ではハイブリッド車の方が航続距離が伸び、結果的にCO₂排出量が少なくなる場合もあります。それぞれの国と地域によって求められる要素、環境、状況に合わせて、ベストな脱炭素の方法を考えます。多様なパワートレインを提供していくことが使命だと考えています。私たちの仕事は、クルマから始まり、より快適に豊かに生活するためのモビリティを提供していくこと。これからも、この哲学をもって、ビリーバブルな未来を形にしていきたいと考えています。

PROFILE 中嶋 孝之

なかじま・たかゆき | 1991年、愛知工業高校デザイン科卒業後、入社。初代ヴィッツ、初代オーリス、初代AYGO、IQ、JAPAN TAXIショーカー、グランエースなど多くの内装デザインを手がける。2008～11年、欧州赴任。2015年、現YARISのプロジェクトチーフデザイナー、2017年にインテリアデザイン室室長を経て2021年より、ビジョンデザイン部部長に就任。

（左から）ランドクルーザーのグラフィック。初代カローラの手描きのデザイン画がモチーフ。2000GTの手描きの設計図とデザイン画をプリント。ハイエースのフレーム、エンジンなど構造パーツのアートワーク。



最高速度220km/h 最高巡航速度205km/h 0発進 400m 15.9秒

2000ccクラスの世界トップレベルの高性能GT（グランツーリスモ）でありながら、市街地の走行も可能な豪華な実用性も併せ持つ、ヤマハ発動機（株）の協力を得て開発した先進技術の結晶。速く走るためにパッケージとして、エンジン、車台、室内寸法などの位置、大きさを決め、空気抵抗を極端に減らしたためらかな曲線の理想のボディで包んだ優雅なスタイルを持つ。オープントップに改造されたプロトタイプが映画『007は二度死ぬ』で使用されるなど、世界にその名を知らしめた。性能と美しさの両方を最高レベルで融合した1台。

TOYOTA 2000GT

トヨタ2000GT 1967年



1345cc 65馬力エンジン 積載量500～850kg

全天候型の本格的貨客兼用車として設計、開発されたハイエース・デリバリーバン。モノコック構造のボディを採用することで、床面を低くし広い積載スペースの確保を可能にした。乗降、荷物の積み降ろしがしやすい、商用車としての機能は充分に持ちながら人間尊重の精神に基づき設計された乗用車ムードの新しい商用車。世界的に流行していたトラックのバン型化をいち早く採用したトヨタ技術陣の先見性を示した。



HIACE DELIVERY VAN

ハイエース デリバリーバン 1967年(10月発売)

MANGA UT



『週刊少年ジャンプ』『週刊ヤングジャンプ』傑作マンガ選

Manga & Anime

SHUEISHA



2026年より、創業100周年を迎える集英社のマンガとUTの約2年間にわたるコラボレーションが幕を開ける。
第一弾は、『週刊少年ジャンプ』『週刊ヤングジャンプ』の歴代ヒットマンガの中から、圧巻のアートワークが登場。
そこで、『週刊少年ジャンプ』編集長・齊藤優氏と『週刊ヤングジャンプ』編集長・増澤吉和氏に、
両誌の編集の流儀やマンガ原作ならではの魅力をたずねた。
Tシャツに再現された厳選シーンの数々を通してダイナミックな原画の世界に没入しよう。

日本から世界へ。
MANGAカルチャーを
牽引する集英社

小学館の娯楽雑誌出版部門として1926年に設立された集英社は、今年100周年を迎える。100年という歩みの中でマンガの歴史を振り返ると、1955年に『少女ブック』の妹雑誌として幼女向け総合誌『りぼん』、1963年『少女ブック』を継承・発展させた『週刊マーガレット』創刊。続く1968年に『少年ジャンプ』が創刊され、翌年、週刊化に伴い『週刊少年ジャンプ』に。以来、約半世紀にわたり、多くのマンガ作品と才能豊かなマンガ家を輩出してきた。今ではコミックは世界各国の言語で翻訳され、また近年はアニメ化・実写化の海外配信によって注目度は急激に高まり、日本を代表するエンターテインメントのひとつとして世界中で親しまれている。

EDITORS TALK:

BEHIND THE MANGA

『週刊少年ジャンプ』『週刊ヤングジャンプ』編集長に聞く、ヒット作が生まれる現場

新人発掘とアンケート至上主義が“新しさ”的鍵

Q.『週刊少年ジャンプ(以下、ジャンプ)』『週刊ヤングジャンプ(以下、ヤンジャン)』の違いと独自性とは?

齊藤優(以下、齊藤): 少年誌と青年誌で読者層が違うのはもちろんありますが、新しいものを見せたいという大元は一緒だと思います。例えば、『GANTZ』が『ヤンジャン』で連載されていた当時、自分は読者でしたが、とんでもないマンガが始まった…!と衝撃を受けた記憶がありますし、今見てもやっぱり新しいなと感じます。結局、マンガは新しさが常に求められている世界だと思うので、新しさを追求する姿勢は両雑誌とも共通していますね。

増澤吉和(以下、増澤): 補足すると、これは有名な話ですが、『ジャンプ』は、『週刊少年マガジン』(講談社刊)『週刊少年サンデー』(小学館刊)の10年くらいあとの創刊でしたし、週刊少年誌の中では後発の雑誌でした。そのため既に他で連載している作家はなかなか描いてくれず、新人を発掘するしかなかった。だから新人主義を最初から掲げていたわけではなく、やむを得ない状況から始まつたことが、成功につながったともいえます。それに対して『ヤンジャン』は、『ヤンマガ』(『週刊ヤングマガジン』/講談社刊)『ヤンサン』(『週刊ヤングサンデー』/小学館刊)よりも先に創刊されています。他の青年マンガ誌の誕生にも触発されたのだと思いますが、少年だったマンガ読者が成長してだんだん大人になり、少年マンガだけでは満足できなくなってきた。もう少し背伸びがしたい、愛や性、バイオレンスといった刺激的なものを求める世代に合わせて、読者の期待に応え続け

るために新しさを追求した結果、誕生したんだと思います。

Q.時代とともに『ジャンプ』『ヤンジャン』はどう変化してきましたか?

齊藤: 確かに創刊時から時代は変わってますが、どんな作家さんに描いていただく場合でも、人気を獲る、読者の期待に応えるという目的は今も変わらないです。もちろん色々なモチベーションを持って描いている作家さんがいますが、読者に読まれることに対しての一生懸命さは人気作家の皆さんには共通している印象です。だから、新しい作家さんと新しい作品を作ることを重視する姿勢は創刊時からあまり変わっていないし、これからも変えるつもりはありません。

Q. 常に新しい作品を発表し続けられる秘訣は?

増澤: “新人発掘”ともうひとつセットで語られるのが“アンケート至上主義”だと思うのですが、僕が入社前にOB訪問をしていたときも先輩から、どんなヒット作家が描いているが、読者アンケートの結果が悪かったら即終了、というような話を聞いたことがあります。ただ僕はマンガ志望で入社したわけじゃなかったので、そこまで自分事だと思っていなかつたのですが、実際にマンガの編集部に配属されてから、その先輩の言葉の意味を実感しました。例えば、準備に何年も掛かってようやくスタートし、自分のには「ここからだ」と思っていても、読者アンケートや1巻の売り上げが悪いとすぐに終了候補になってしまいます。つまり読者に楽しんでもらえているかがすべてなんです。そして、それだからこそまたすぐに代わりの新しい作品が始まり、新陳代謝が行われるんですよね。

作家と編集者、
現場2人の個性の結晶

Q. 新人发掘にあたって、選定時の決め手や指針は?

齊藤: 例えば、セリフを重視するタイプもいれば、絵を重視するタイプもいるので、担当編集者に委ねています。現場で実際に作家さんと接する編集者が、才能があると判断したら、じゃあその感覚に賭けてみようとなる。特別な選定基準のようなものではなく、編集部ルールは、現場に任せることです。

増澤: 連載会議では3話分のネームを見て検討します。連載するかどうか、その最終ジャッジはもちろん編集長がしますが、会議を通ったその先はもう担当者しか内容はわからないんです。齊藤の言うように現場への信頼もありますが、毎週掲載前のネームに対して、いちいち編集長チェックなんてしていたら〆切に間に合わないので、物理的に絶対に無理。原稿があがってからの表現や誤字についてのチェックはあるものの、ストーリーや絵についてはすべて担当編集1人の「OK」が出れば描かれていきます。もちろん逆に担当が「NG」であればリティクということになります。極端な話、10代のデビュー新人作家と新卒の新人編集者のたった2人でアイデアをぶつけ合ったものが、『ジャンプ』や『ヤンジャン』に掲載されるんです。作品が面白くなるか、つまらなくなるのか、継続できるか、打ち切りになるかは、その2人きりの“現場”にかかっている。責任も重いけれど、他の誰にも介入されない自由さと面白さがありますし、2人の熱がそのまま原稿になり誌面に載る。他になかなかそんなエンタメはないんじゃないかなと思います。

齊藤: 直接作家さんと話している担当編集者が一番内容を理解しているのだから、任せるというスタンスなんです。例えば、映画やアニメなどは、規模にもよりますが、数百人千人もの大勢と一緒に作り上げるケースが大半です。でもマンガは、究極その作家さんと担当編集の2人だけで作ったものを世に出せる。だから角が丸くなっていないというか、削り出したままの個性を極力残した形で読者に届けられるという点が、マンガの強みだと思います。創作物は、生まれる過程で多くの人が関われば関わるほど普通になっていくケースも見かけるので、偏つていようなんだろうと作家さんと担当編集が面白いと思ったなら、世に出せる

のが僕たちの一番の強みです。時代が変わっても個の力を前面に出すことが、オリジナリティのある作品が生まれる基本であり、マンガが他のエンターテインメントと戦うためにも、その仕組みを守っていきたいと思っています。

同じ雑誌とは思えない
多彩な執筆陣

Q. UTとのコラボレーション第一弾では、1970年代から現代までさまざまなジャンルの作品が登場します。これらを振り返って思うことは?

増澤: 例えば、『こち亀』『キン肉マン』『キャプテン翼』『聖闘士星矢』は当時の『ジャンプ』と一緒に掲載されていて、まさに毎週の読者アンケートでしのぎを削ったわけです。『ヤンジャン』でも、『GANTZ』と『キングダム』、そして『GANTZ』に入れ替わるように『ゴールデンカムイ』が始まっています。これらの作品が人気を競いながら『ヤンジャン』という雑誌の歴史を作ってきた。完成したTシャツたちを見てそういう視点でもアツイ気持ちになりますね。

齊藤: 絵柄のバリエーションが多彩すぎて、本当にこれが一冊の同じ雑誌なのかという。『ジャンプ』は2028年に創刊60周年を迎えますが、編集者になって、例えば、改めて『こち亀』を読み直すと、秋本治先生の絵の上手さ、線の力強さにビビります。読者のときはあまり意識していないなかかんなエンタメはないんじゃないかなと思います。

時間との闘い、
白黒の制約の中で生まれる線の力

Q. アニメとは違う、原作マンガならではの醍醐味とは?

齊藤: アニメはカラーが多いですが、マンガは白と黒のコントラストで作るものであり、モノクロの世界でカラーに勝ちにかなきやいけないメディアです。一昔前は、日本のマンガは白黒だから世界に広まらないなどといわれていましたが、そんなことはないと思います。例えば、『聖闘士星矢』のグラフィックを見ると、車田正美さんのトーンワーク*の技術は凄いです。黄金の鎧をトーンで表現してますが、この時代は全部アナログの手作業で、トーンを貼ったり削ったり、ホワイトを飛ばしたりしているわけです。デジタルは間違えたらボタン1つで戻れるけど、アナロ

グは一発勝負なので、作家さんの緊張感が伝わってくるというか。'70、「80年代のマンガは全部そうだと思うので、Tシャツからもその当時の空気が感じ取れます。

増澤: マンガはもちろん商品ですが、大勢の人の手が加わって描かれたアニメとは違い、たった1人のマンガ家というアーティストによって描かれた、その1枚はまさに芸術作品だとも思います。

Q. 原作マンガのアートワークの見るべきポイントは?

齊藤: 基本的に紙に印刷すると、どんな高性能な印刷機でも、線やトーンが滲んでしまいます。なので、普段みなさんが雑誌や単行本で見ているよりも、実際の原画はもっとずっときれいでびっくりします。それと週刊誌の場合、毎週20ページ描くのは相当大変なのですが、限られた時間の中でこそ宿る魅力もあるのかなと。時間との闘いという制約の中で描かれる、一発勝負の勢いやスピード感、生々しさが伝わってきて、週刊マンガ誌特有の画のパワーがあると思います。そんな原画の素晴らしさを、Tシャツがきっかけで多くの方々にも伝えられる機会になればうれしいですね。



PROFILE
齊藤優

イラスト/葦原大介

さいとう・ゆう | 1982年生まれ。2005年入社。『週刊少年ジャンプ』編集部、キャラクタービジネス室を経て、2024年6月より『週刊少年ジャンプ』編集長。主な担当作品『アイシールド21』『銀魂』『黒子のバスケ』『HUNTER×HUNTER』『ニセコイ』『ワールドトリガー』など。



PROFILE
増澤吉和

イラスト/山下和美

ますざわ・よしかず | 1997年入社。以来、青年マンガの編集部一筋。『週刊ヤングジャンプ』副編集長、『グランドジャンプ』副編集長を経て、2017年『グランドジャンプ』編集長に就任。2021年より『週刊ヤングジャンプ』編集長。現在は第4編集部(青年漫画グループ)部次長を兼ねる。主な担当作家は、本宮ひろ志、三田紀房、二ノ宮知子、東村アキコ、山下和美、コージイ城倉、高橋のばる、筒井哲也など。

NOW AND THEN- MANGA T-SHIRTS CHRONICLE

UTで振り返る、年代別マンガ・セレクション



『呪術廻戦』

(週刊少年ジャンプ 2018~2024)

芥見下々 (あくたみ・げげ)

呪い。辛酸・後悔・恥辱.... 人間の負の感情から生まれる禍々しきその力は、人を死へと導く。ある強力な「呪物」の封印が解かれたことで、高校生の虎杖悠仁（いたどり・ゆうじ）は、呪靈を祓う呪術師を育成する東京都立呪術高等専門学校に編入し、同級生たちとともに呪いを廻る戦いに身を投じていく。異才・芥見下々が放つダークファンタジー・バトルの新境地。疾走感溢れる、絶望と希望が揺れ動く巧みなストーリー構成が話題を集め、2020年にテレビアニメ化、2021年劇場版も大ヒットを記録。一大ムーブメントを巻き起こす。2026年1月よりテレビアニメ『呪術廻戦』第3期「死滅回游 前編」放送。

©Gege Akutami/SHUEISHA



『ゴールデンカムイ』

(週刊ヤングジャンプ 2014~2022)

野田サトル (のだ・さとる)

日露戦争での鬼神の如き武功から、「不死身の杉元」と謳われた元兵士・杉元佐一（すぎもと・さいち）はある目的のために大金を欲し、かつてゴールドラッシュに沸いた北海道へ足を踏み入れる。そこにはアイヌが隠した莫大な埋蔵金への手掛かりが!? 立ち塞がる圧倒的な大自然と凶悪な死刑囚、最強の軍隊。そして、アイヌの少女・アシリバとの出会い。冒険・歴史・文化・狩猟グルメありの、明治末期の北海道・樺太を舞台とした、黄金を巡るサバイバル・バトル。テレビアニメ、実写ドラマ化、アニメの先行劇場版に続き、2026年1月よりテレビアニメ最終章放送。3月に実写映画第2弾公開。

©Satoru Noda/SHUEISHA

『キングダム』

(週刊ヤングジャンプ 2006~)

原泰久 (はら・やすひさ)

時は紀元前、中国・春秋戦国時代。500年以上の長きにわたり戦乱が続く大戦争時代に、中華統一を目指す若き王と天下の大将軍を志す1人の下僕がいた。2人の少年たちが見た夢は、7つの国の運命と300を超えるキャラクターの人生を巻き込んで、まだ誰も知らない壮大な未来へと続いてゆく。中華統一という歴史上、最も果てしない戦いを描く大ヒット本格歴史大河コミック。2006年1月より『週刊ヤングジャンプ』で連載を開始、2026年1月に連載20周年を迎えた。2013年、第17回手塚治虫文化賞マンガ大賞受賞。テレビアニメは第6シリーズまで放送、また実写映画第5弾が2026年夏に公開予定。

©Yasuhisa Hara/SHUEISHA

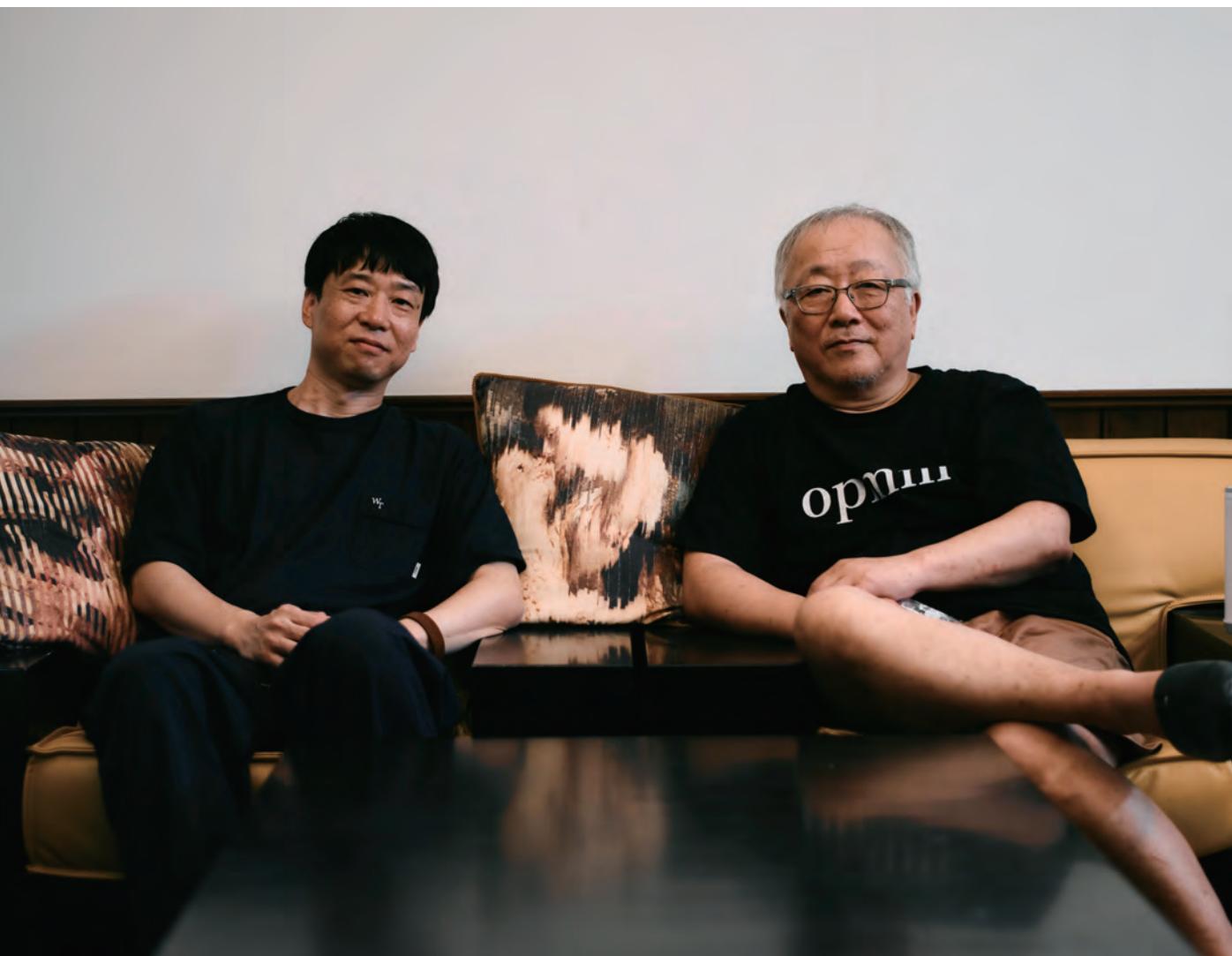
2000S-2010S-



1990S-2000S







撮影は秘密基地のような大友さんの自宅兼アトリエにて。

Kosuke Kawamura Presents Talk on the Wild Side: Katsuhiro Otomo

河村康輔が大友克洋から受け継ぐデザインの魔力

2012年に開催された「大友克洋GENGA展」のキービジュアルを手掛けて以来、UTのクリエイティブ・ディレクター 河村康輔はマンガ家・大友克洋さんと公私ともに親交を深めてきた。出会った当初は無名の若者だった河村が、今や世界的に活躍するアーティストに成長したのは、数多くのクリエイターに影響を与えた大友さんからその創造力を受け継いだからかもしれない。河村にとっての“精神的な師”である大友さんと、これまでともに生み出した作品の数々を振り返った。

新しいものはすぐに理解されない

河村康輔（以下、河村）：大友さんとはGENGA展のキービジュアルを担当させていただいてから、これまで多くの仕事をご一緒してきました。当時まだ無名で、大きな仕事なんて未経験だった自分が好きなティストで作ったコラージュ作品をそのまま採用してもらつたんです。これで大丈夫かなど不安だったんですが、そのときに「お前が新しいものを作ったから、一般の人はすぐに理解できないんだ。半年くらい待ってみろ、世界でめちゃくちゃ広がるから」といつてくださったことが、今でも印象に残っています。

大友克洋（以下、大友）：結果的に君の作品でよかつたってことになつたからね。

河村：2017年の『INSIDE BABEL』（ブリューゲル「バベルの塔」展で展示）は歴代一番大変でしたけど、ご一緒できて楽しかったです。大友さんが塔の内部の構造から螺旋階段の角度、入口の位置なんかを全部計算で割り出して（笑）。

大友：それで塔の真ん中をカットして内部を見せるようにしたんだよね。自分の描いたスケッチとブリューゲルの絵の写真を細かく切り刻んで、そのパーツを河村に全部貼り込んでもらった。だから、実はあれコラージュなんだよな。

河村：全部1、2ピクセルでカットして、ドット絵みたいにしてブリューゲルの筆のタッチをデジタルで再現しました。結果25,000レイヤー（笑）。コラージュというよりも、初めて絵を描いたという感覚でしたね。驚いたのは、僕がデジタルで影を付ける際に、グラデーションの数値まで%で細かく指定されたこと。大友さんは普段デジタルで絵を描いているわけではないのに、指示通りにしたらもう完璧すぎて。頭の中どうなっているのって（笑）。あと、大友さんの描いた線は1本も残ってなくて、全部消していますよね。その思い切りの良さも凄いなと。

大友克洋のデザインの根底にあるもの

河村：大友さんといえば、ご自身がデザインしたTシャツもかっこいいですよね。少し前に出た『MEMORIES』とか、全集の購入者特典Tシャツとか。『INSIDE BABEL』のTシャツと一緒に作ったときも感じましたけど、特にレイアウトセンスがズバ抜けていて。ボディのセレクトやサイズ感にもこだわっていますよね。モノとしてのバランスをとても計算されている気がします。本の装丁も手掛けられていますし、並のデザイナーじゃ太刀打ちできませんよ。この機会にお聞きしたいのですが、絵を描いているときとTシャツのデザインを考えるときでは、使っている脳が違つたりするんでしょうか？



大友克洋『INSIDE BABEL』デジタルコラージュ：河村康輔（2017年）デジタルプリント、紙 © Katsuhiro Otomo / MASH・ROOM



2012年に開催された「大友克洋GENGA展」のキービジュアル。コラージュ：河村康輔

大友：そうだね。デザインに関しては、やっぱり昔のロックのアルバムから影響を受けているんだと思う。

河村：ああ、なるほど、納得です。

大友：

まず、レコードのジャケットがかっこよかった。若い頃からロックのレコードをずっと見てきたし、買ったりしてきたからね。

河村：確かに。じゃあTシャツも、ロックTのデザインや雰囲気がベースにあると。

大友：そんな感じだよね。だから、今の時代は音楽も配信が主流になって、ジャケットを自分の手に取つて見ることができないじゃない。それがちょっと残念だよね。いわゆる「ジャケ買い」みたいに、レコードをジャケットだけで判断して買って、そこから音楽にのめり込むような機会が減っている。若い人が自分から主体的にデザインに触れることが少なくなってきたいるよね。みんな結局、街を歩いて誰かが作ったものを目にするんだけど、それは見てそのまま通り過ぎるだけだから。自分の意志で買って、実物に直接手で触れたり、眺めたり、そういう感覚がないと、デザインもなかなか進化しないと思うよ。

PROFILE 大友克洋

おおとも・かつひろ | 1954年宮城県生まれ。マンガ家・映画監督。1973年『漫画アクション増刊号』（双葉社）にて『銃声』でデビュー。代表作に『童夢』『AKIRA』など多数。1988年に自ら監督したアニメーション映画『AKIRA』が劇場公開。'80年代以降のマンガ・アニメ界に大きな影響を与える。2022年より『大友克洋全集』（全42巻予定）が講談社より刊行中。





『レ・ミゼラブル』 人間性の真髄を浮き彫りにする壮大な音楽劇

ヴィクトル・ユーゴーの小説『ああ无情』を原作とする、19世紀フランスの動乱期を舞台にした壮大な人間ドラマ。主人公ジャン・バルジャンの波乱に満ちた人生を軸に、彼を追いかける警官、貧困に苦しむ人々、革命を夢見る若者など、多彩な人物たちの生き様を描き出す。全編が歌唱で構成される“オペラのようなミュージカル”とも称され、1985年ウェストエンド初演以降、現在も上演が続く、ロンドンで最長のロングラン記録を誇る作品だ。



『キャッツ』 歌って踊って個性豊かな猫たちの祝祭

T.S.エリオットの詩集『キャッツ・ポッサムおじさんの猫とつき合う法』を原作に、音楽、ダンス、詩がきらめくように融合した『キャッツ』は、ミュージカル史に名を刻む記録的ヒットとなった。年に一度だけの特別な夜、すべてのジェリクル・キャッツ（『キャッツ』に登場する猫たち）は「ジェリクル・ボール」に集う。そこで慈愛に満ちた賢明な長老オールド・デュートロノミーが“ジェリクル・チョイス”を行い、〈ヘヴィサイド・レイヤー〉へ昇り、新たなジェリクルとして生まれ変わる、選ばれし一匹を告げる。『キャッツ』は、ウェストエンドとブロードウェイの歴史において最長上演記録を誇る作品のひとつ。1981年にニュー・ロンドン・シアターで世界初上演され、21年間にわたり約9,000回もの公演を重ねるロングランを達成。壯麗なスコアの中でも、とりわけ名高い「メモリー」は、これまで150組以上のアーティストに歌われ、ミュージカル史に残る名曲として愛され続けている。

Music & Movie

Musical Icons

名作ミュージカルの世界

歌と芝居とダンスで、物語へと引き込む総合舞台芸術として人気のミュージカル。

なかでも『レ・ミゼラブル』『キャッツ』『オペラ座の怪人』『ウィキッド』は、

世界中でロングラン上演され、時代や世代を超えて観客を魅了してきた。

劇場で繰り広げられるアイコニックな4作品のきらめくステージの世界を、あなたのワードローブへとお届けする。



『オペラ座の怪人』 仮面の男の愛と孤独を描くロマンス

1910年に発表されたガストン・ルルーの同名小説に着想を得て生まれた、アンドリュー・ロイド=ウェバーによるミュージカル『オペラ座の怪人』。パリ・オペラ座を舞台に、その地下に潜む謎の仮面の男が、劇場に関わる人々を恐怖で支配する。一方で、彼は若きソプラノ歌手クリスティーヌ・ダーエに激しく恋をし、あらゆる巧妙な策略を駆使しながら、彼女の類まれな才能を育てることに身を捧げていく。1986年の初演以来、205都市、58の地域、23の言語で上演され、40年にわたり1億6000万人以上の観客を魅了してきた。また、ロマンティックで幻想的、そして大きな高揚感をもたらすアンドリュー・ロイド=ウェバーの音楽も魅力のひとつで、「The Music of the Night」「All I Ask of You」「Wishing You Were Somehow Here Again」「Masquerade」、そして象徴的なタイトルナンバーなど、数々の名曲が物語を彩る。そして、今年2026年に『オペラ座の怪人』は上演40周年を迎え、さらに注目を集めている。

His Majesty's Theatre ヒズ・マジェスティーズ・シアター ロンドンのハイマークットに位置する「ヒズ・マジェスティーズ・シアター」は、1705年に誕生し、ロンドンで最も古い劇場のひとつとして知られる。建築家ジョン・ヴァンブルによって設計され、この地に最初に建てられた劇場は、アン女王の許可を得てクイーンズ・シアターと名付けられた。その後、三度の建て替えを経て、英國君主の交代に合わせて名称も変更してきた。現在の建物は、1897年にチャールズ・J・フィリップスが設計したもので、当時の君主であったヴィクトリア女王にちなんで「ヘ・マジェスティーズ・シアター」と命名。その後、エドワード7世の即位に伴い、国王の許可のもと、「ヒズ・マジェスティーズ・シアター」に名称を変更し、さらに、エリザベス二世女王陛下の治世が始まる際にも同様の許可を得て、再び改名された。そして、2023年には、チャールズ三世国王陛下の戴冠を受け、現在の名称となった。館内には、赤いベルベットのカーペットと客席が、天井や壁を彩る華麗な装飾と美しく調和し、息をのむほど豪奢な空間が広がる。アンドリュー・ロイド=ウェバー作『オペラ座の怪人』は、1986年から現在にいたるまで、ここで継続して上演されている。

住所: 57 Haymarket, London SW1Y 4QL, United Kingdom HP:<https://lwtheatres.co.uk/>



協力:LWシアター



『ウィキッド』 パワフルな歌声から届く、自分を貫く勇気

ドロシーがオズの国にやってくる、ずっと前——そこにはもうひとつの物語があった。『ウィキッド』は、『オズの魔法使い』を2人の魔女の思いがけない友情を通して描き直したミュージカルだ。主人公は、やがて西の「悪い魔女」と呼ばれる、緑色の肌を持つ孤独なエルファバと、のちに「良い魔女」として知られることになる、きらきらした優等生グリンダ。圧倒的なスペクタクルと深い感情に満ちたこの作品は「善」と「悪」という単純な2つの側面に疑問を投げかけ、偏見や抑圧に抗うエルファバの勇敢な姿は観るものに大きな力をもたらす。彼女が歌う代表曲「Defying Gravity」は、劇場空間を震わせる圧倒的なエネルギーを放ち、観客を引き込む。世界的な大ヒットを記録し、映画化された『ウィキッド ふたりの魔女』(2025年公開)と『ウィキッド 永遠の約束』(2026年3月公開)も高い評価を受けている。

百花繚乱なミュージカルの楽しみ方

ミュージカルは音楽、芝居、ダンスが三位一体となった舞台芸術。時にはアクロバットやアクション、イリュージョンなど独自の表現を含み、思いもよらないマジカルな世界が立ち上がる。重厚で壯麗な歴史劇から、最新技術を駆使したスペクタクル、シンプルでアート性の高い作品まで実にさまざま。劇場の客席に座っただけで、時空を超える旅ができるのだ。

柱となるのは歌と音楽。歌を通して登場人物の心情がダイレクトに伝わり、何度も新たな発見があり、またすぐに観たくなる——ロングランを続ける名作にはそんな中毒性がある。また、実際の事件や人物、社会課題、世の中の倫理観に鋭く斬り込んだ作品も多く、シェイクスピアが唱えた“演劇は社会を映す鏡”という一面も併せ持つ。心を高揚させるファンタジーやロマンス、泣ける悲劇、ヒーリングする社会派まで、ぜひ一度ミュージカルの奥深さを体験してほしい。



The Louvre

Museum

Martin Parr

マーティン・パーと歩く
ルーヴル美術館

ルーヴル美術館とのコラボレーションによる唯一無二のUTが完成したのち、伝説的写真家マーティン・パーは、
昨年12月、惜しまれながらこの世を去了。その功績を偲び、ここに深い敬意を表したい。
マーティンは生前、本プロジェクトのために撮り下ろしたルーヴル美術館での体験や、自身の作品についてUTに語ってくれた。
ウィットと鋭い洞察力に満ちた彼のアイコニックな写真は、これからも世代を超えて、
世界中の人々にインスピレーションと喜びを与え続けていくだろう。

Q. 今日はお時間をいただきありがとうございます。まず、UT × ルーヴル美術館の撮影についての感想を聞かせてください。とても良い体験でした。何よりも、美術館内に観光客がまったくいなかったことが大きかったです。以前ルーヴルで撮影したときは人でぎゅうぎゅうでしたが、今回は貸し切り状態だったので雰囲気がまったく違いました。モデルたちと一緒に館内を歩き回って、自分たちのペースで撮影だったので、全体的にとてもスムーズで楽しい撮影でした。

Q. 誰もいない美術館での撮影は、普段のドキュメンタリー写真のアプローチとはだいぶ異なりますよね。
はい、まったく違います。もし自分の作品として撮るなら、むしろ観光客で賑わっているほうが好都合です。私は人に興味があるので、写り込んでもらいたい。でも今回は「誰もいないルーヴル」という特別な状況でした。こういう場合は、モデルと空間、服とアート作品との関係を見て全体のバランスを取りながら撮影します。50年以上写真を撮っているので、それを見極めるのは自分にとっては自然なことです。

Q. 『モナ・リザ』の前で撮影された写真は、以前も同じような構図で作品を撮られていますが、意図的だったのでしょうか。
あの部屋に入ったら、そうするしかないですよね。みんな『モナ・リザ』を撮っていて、私はその人たちを撮る。ほとんど必然みたいなものです。

Q. ご自身の作品がTシャツのデザインになることについてどう思いますか。
とても満足しています。自分の写真がTシャツになるというアイ

デアも好きです。いいと思いませんか？ 私は以前から、「とても節操のない写真家」だと言ってきました。ポストカードでもジグソーパズルでも、美術館の壁でも、自分のイメージが使われるならどこでもうれしい。街で誰かがUTを着ていたら、声を掛けて「それ、私が撮ったんですよ」と言うかもしれません。

Q. スマートフォンの普及で、人々の振る舞いも変わりました。
それは撮影への興味にも影響していると思いますか。
スマートフォンの登場によってすべてが変わりましたよね。スマホを使う人々、セルфиーを撮る人たちだけをテーマにした写真集を作ったこともあります。私は常に、目の前で起きている現象を作品に取り入れてきましたから。

携帯で写真を撮る人も増えましたが、写真がうまいかどうかにプロかアマチュアかは関係ありません。大事なのは「良い写真かどうか」です。例えばインスタグラムは、新しい才能を見つける場所としてとてもいいですね。

Q. 「良い写真」とはどんな写真でしょうか。
それが説明できたら、とっくに写真家をやめていますよ。でも私の創作プロセスはとてもシンプルです。撮影して、編集して、撮ったなかから1割くらいを20×30センチに印刷して、そこからまた吟味する。1年に10枚くらい本当に良い写真が撮れたら、それで十分です。

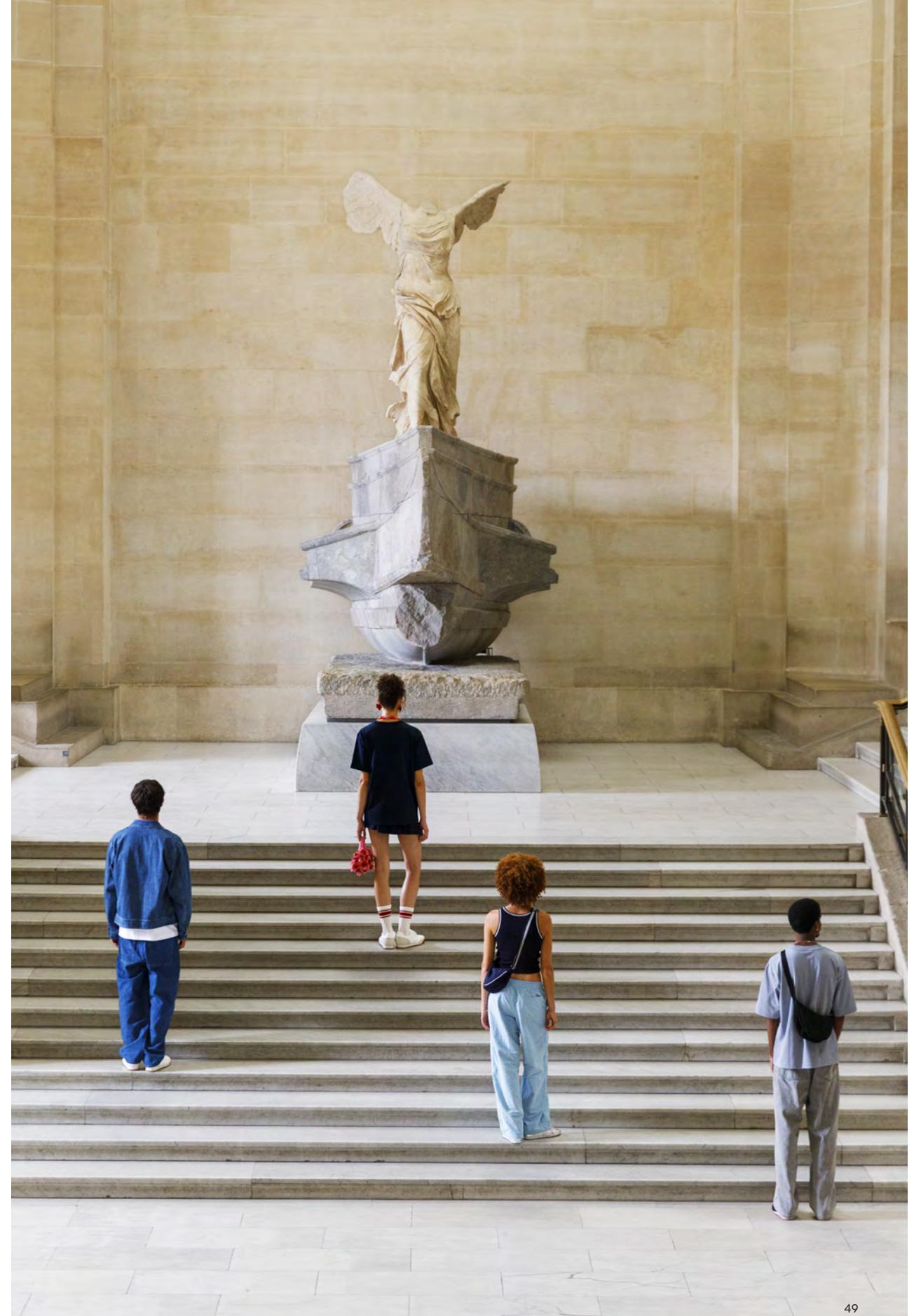
Q. 写真是あなたにとって「セラピー」のようなものだとおっしゃっていますね。
私は自分の故郷であるイギリスに対して複雑な想いがあります。大好きでもあり、嫌いでもある。その矛盾を写真で検証してい

“1年に10枚くらい本当に良い写真が撮れたら十分”



1. ルーヴル美術館の中でも常に人だかりが絶えない、ルーム711『モナ・リザ』。その前でスマホを手に撮影する観光客の姿を再現した一枚をメインに、館内マップを模したデザイン。2.『首飾りをつけたミネルヴァ』として知られる、古代ギリシャ・ローマ彫刻『アテナ・パルテノス』の前を行き交う人々を捉えた連続写真。3. ジャン=オーギュスト＝ドミニク・アンゲル『カロリーヌ・リヴィエール嬢の肖像』を少女が指差す微笑ましい光景。4. ドゥ・ノン翼ルーム703『サモトラケのニケ』の展示空間の写真を、自身のドキュメンタリー映画のポスター風にアレンジ。フロントの胸元にはステッカーのようなワンポイントを配した。

1. © Martin Parr C/O DMB Louvre Pyramid © I.M. Pei
2.-4. © Martin Parr C/O DMB



るのです。政治の状況など、うんざりする部分もありますが、紅茶を飲むとか、農業ショーに行くとか、海辺を散歩するとか、好きなところもたくさんある。その相反する気持ちは言葉ではうまく説明できません。写真のほうがずっとうまく表現できます。私は写真家であって、ライターではありませんから。

Q. 世界を記録し、アーカイブとして残すことについて、写真家としての責任を感じていますか。

責任は感じています。世界にはまだ私が撮れていないものが無数にあって、全部を撮りることはもちろんできませんが、可能な限り記録したいと思っています。それが撮り続ける理由にもなっています。これまでに撮影した約5万6千点の写真はアーカイブ化していて、すべてキーワードを付けて整理しています。未来の人がアクセスできる形で残すことが大事だと思うのです。のためにイギリスのブリストルにマーティン・パー財団を設立しました。

Q. 財団では若い写真家の育成も行っていますね。どのようなアドバイスをするのでしょうか。

写真は難しいです。簡単だと思われがちですが、自分の声を見つけるには相当な努力が必要です。多くの人は根気が足りない。とにかく夢中になって、やり続けることが大事です。指導するときは、その人が「自分の作品の中で最も面白いと思う写真はどれか」を聞きます。それがどうして面白いのか。そこにその人の考え方を表れます。そして、どれだけ時間を掛けて撮ってきたのかは、写真を見ればすぐにわかります。

Q. 2025年の春、桜の季節には「KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭 2025」のために京都で撮影されました。いかがでしたか。とても楽しかったです。日本の桜に対する熱狂ぶりはずっと興

味深いと思ってきました。今年は天気も完璧で、人もすごく多かったです。本当に身動きが取れないほどでした。そのように混沌とした場は、写真を撮るには最高です。展示空間にも観光客とKYOTOGRAPHIEの来場者が入り混じっていて、それも良かったですね。

Q. UTのTシャツ、ご自身でも着ますか。

きっと着ますよ！XLを送ってくれるとうれしいです。



2025年、UTはマーティン・パーとコラボレーションし、撮り下ろしの写真を使用した特別なTシャツと一緒に制作できることを光榮に思います。ありがとうございます、マーティン。ご冥福をお祈りいたします。

Martin Parr, Martin Parr Foundation, Bristol, England, 2025
© Martin Parr Foundation

“どれだけ時間を掛けて撮ってきたのかは、写真を見ればすぐにわかる”



Notes on Martin Parr マーティン・パーの活動を紹介

(上)Martin Parr, Martin Parr Foundation, Bristol, England, 2025
© Martin Parr Foundation
(下)Install shots of the Martin Parr exhibition 'Chew Stoke', Martin Parr Foundation, Bristol, England, 2023
© Martin Parr Foundation

Martin Parr Foundation

マーティン・パー財団

マーティン・パー財団は、若手から、既に評価を確立した写真家、さらにはこれまで十分に注目されてこなかった写真家まで、とりわけプリテンおよびアイルランドに焦点を当てて作品を制作する写真家を支援する慈善団体。重要な写真作品を保管すると同時に、写真という文化的な活動に、より多くの人々が関われる場をつくることを使命としている。2017年、イギリス・ブリストルに開館した施設には、写真プリント、試作本、ポートフォリオはじめ、デイヴィッド・ハーン、ヴァル・ウィリアムズ、クリス・キリップといった主要な写真家のアーカイブを含む、幅広い写真関連資料を収蔵。現在もコレクションの拡充が続いている。後世にわたって閲覧や研究が可能となるよう、長期的な視点で保管している。定期的に無料の展覧会を開催するほか、トークショーやワークショップなども実施し、プリテンおよびアイルランド文化の多様性を反映した活動を目指す。また、財団の支援メンバーになると、併設された専門的な写真集ライブラリーなどの施設やプログラムに優先的にアクセスできる。ギャラリーの一般開館時間は、木曜から日曜の10時から17時まで来館可能（それ以外の時間帯は予約制）。

住所: 316 Paintworks, Bristol BS4 3AR, United Kingdom
HP:<https://martinparrfoundation.org/>



KYOTOGRAPHIE 2025

京都国際写真祭 2025

KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭は、毎年春に京都で開催される都市型の写真フェスティバル。市内各所の歴史ある町屋、寺院、近現代建築など文化的な施設を舞台に、国内外の写真家の作品を紹介する。13回目となった2025年のテーマは「Humanity」。世界各地から14組のアーティストが参加し、人間の多様な営みについて写真を通して表現した。マーティン・パーの展示会場は、京都でも特に観光客の多い木屋町の入り口に位置する、建築家・安藤忠雄が設計した「TIME'S」。長年にわたって展開してきた『Small World』シリーズからの大判プリントに加え、桜のシーズンに京都で撮り下ろされた新作写真によるスライドショーを発表し、マスクアートを駆使して、かつユーモラスな視点で捉え、観客を魅了した。インタビューの中で、マーティンは、撮影のために京都に滞在したこと、多くのファンと直接交流できたことを非常にうれしい時間だったと振り返っている。



PROFILE Martin Parr

マーティン・パー | 1952年、イギリス・サーイー州に生まれ、鮮やかな色彩と鋭いアイロニーによって社会生活を捉える写真を制作。現代の視覚文化において最も際立った存在の写真家のひとり。1994年にマグナム・フォトの正会員となり、2013年から2017年まで同組織の会長を務めた。余暇、消費、人々の振る舞いといったテーマを掘り下げ、その作品は世界各地の主要な芸術機関で発表されてきた。多作な写真家として知られ、140冊以上の写真集を刊行し、30冊以上を編集しているほか、2021年の大英帝国勲章コマンダー（CBE）授与を含む数多くの賞を受賞。2017年にはブリストルにマーティン・パー財団を設立。2025年12月、ブリストルにて急逝、世界中の多くの人に悼められた。



Elliott Erwitt

Art & Design

写真家エリオット・アーウィットが捉えた日常の中のユーモア

マグナム・フォトの写真家として活躍したエリオット・アーウィットは、その機知に富んだユーモラスな作風から“Erwitt the Wit(ウィットのアーウィット)”の愛称で親しまれた。なにげない日常の風景や被写体を捉えたモノクロのスナップ写真の数々は、いまも多くの人々の記憶に残り、愛され続けている。

UTコレクションを通して、アーウィットのウィットを感じてほしい。

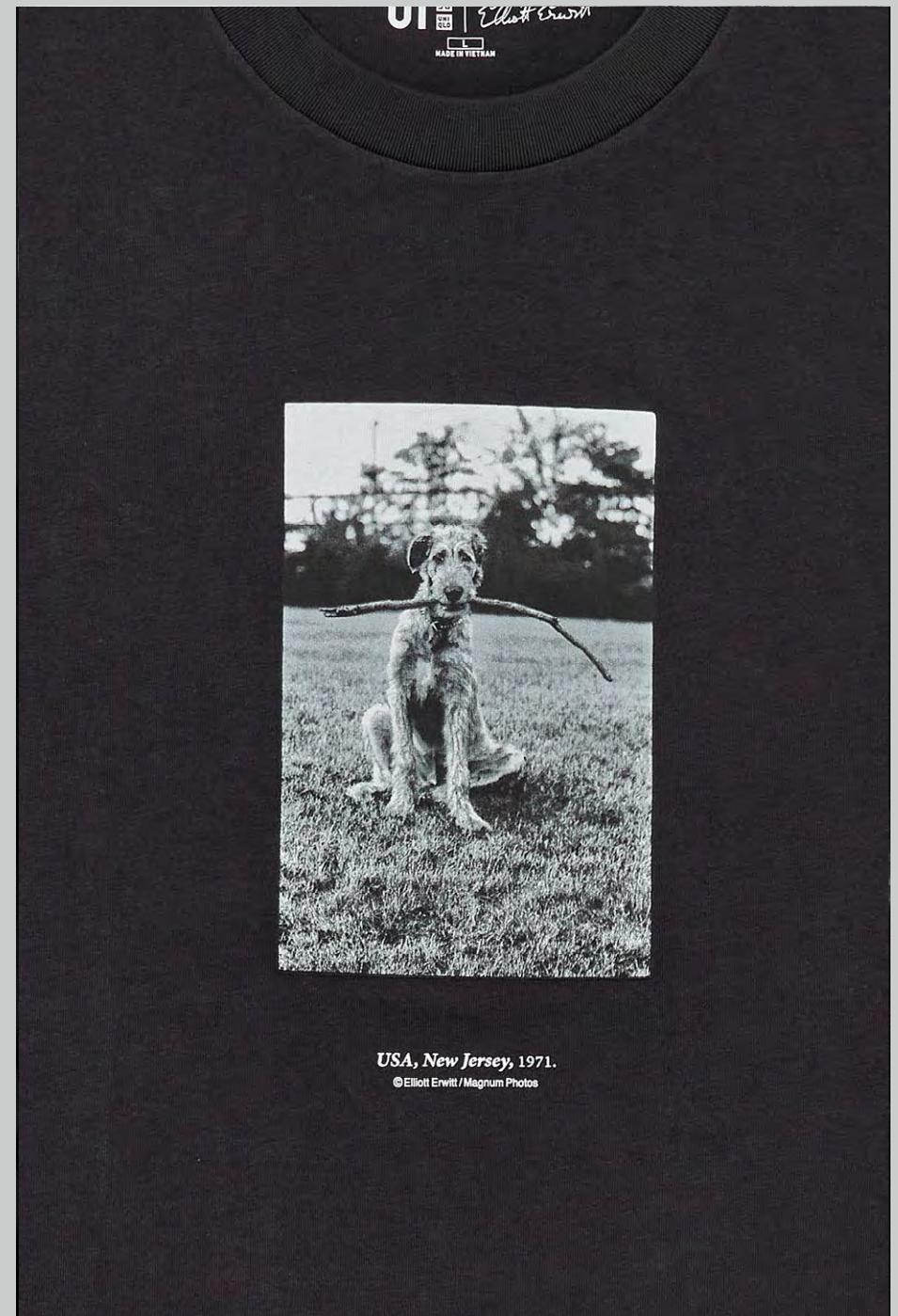
20世紀を代表する写真家のひとり、エリオット・アーウィットは1928年、パリでロシア系移民の子として生まれた。大戦前夜の激動に翻弄された一家がアメリカのロサンゼルスに移住したのは、アーウィットが11歳になった頃。ハリウッドのハイスクールに通っていたときに写真に興味を持ちはじめた彼は、生活費を稼ぐためプロマイドなどを扱う現像屋で働いたという。その後、ニューヨークで本格的に写真家としての活動を開始したアーウィットの才能を、エドワード・スタイケンといった写真界の大物たちが認めたが、中でもマグナム・フォトの創設メンバーであるロバート・キャバとの出会いは、彼の人生に決定的な影響を及ぼしたと言えるだろう。

1947年に設立された写真家集団、マグナム・フォトは、表現の自由や写真家自身による著作権の保有を初めて実現した革新的な組織だ。アーウィットがキャバの推薦により正会員となったのは1953年、25歳のときだった。以来、フォト・ジャーナリズムや広告のほか、幅広い分野で活躍した彼は、時代を象徴する

ような傑作をいくつも手掛けた。

そんなアーウィットの作風を言い表すならば、それは“ウィットとユーモア”だ。違和感たっぷりの状況に囲まれながら深刻な表情をみせる人物や、似た風貌をしている人間と動物など、アーウィットの作品世界は写真ならではの洒落っ気に満ちている。また、ここで注目すべきは、彼が日常のなにげない風景や被写体にも独自の視線を注ぎ続けたこと。その最も代表的な例が、生涯にわたって撮り続けた犬たちだろう。ときに哲学者のような思慮深さを湛え、またときにとぼけた無邪気さで写る彼らは、人間と同じように個性豊かだ。

代表作を集めた写真集『幸福の素顔(原題: Personal Exposures)』(1988)に寄せた文章の冒頭で、彼は「人を笑わせることは、人間が達成しうる素晴らしい業績のひとつだ」と述べている。そうした可笑しみが真実や普遍性に通底していくところに、アーウィット作品の真の魅力があるといえるだろう。

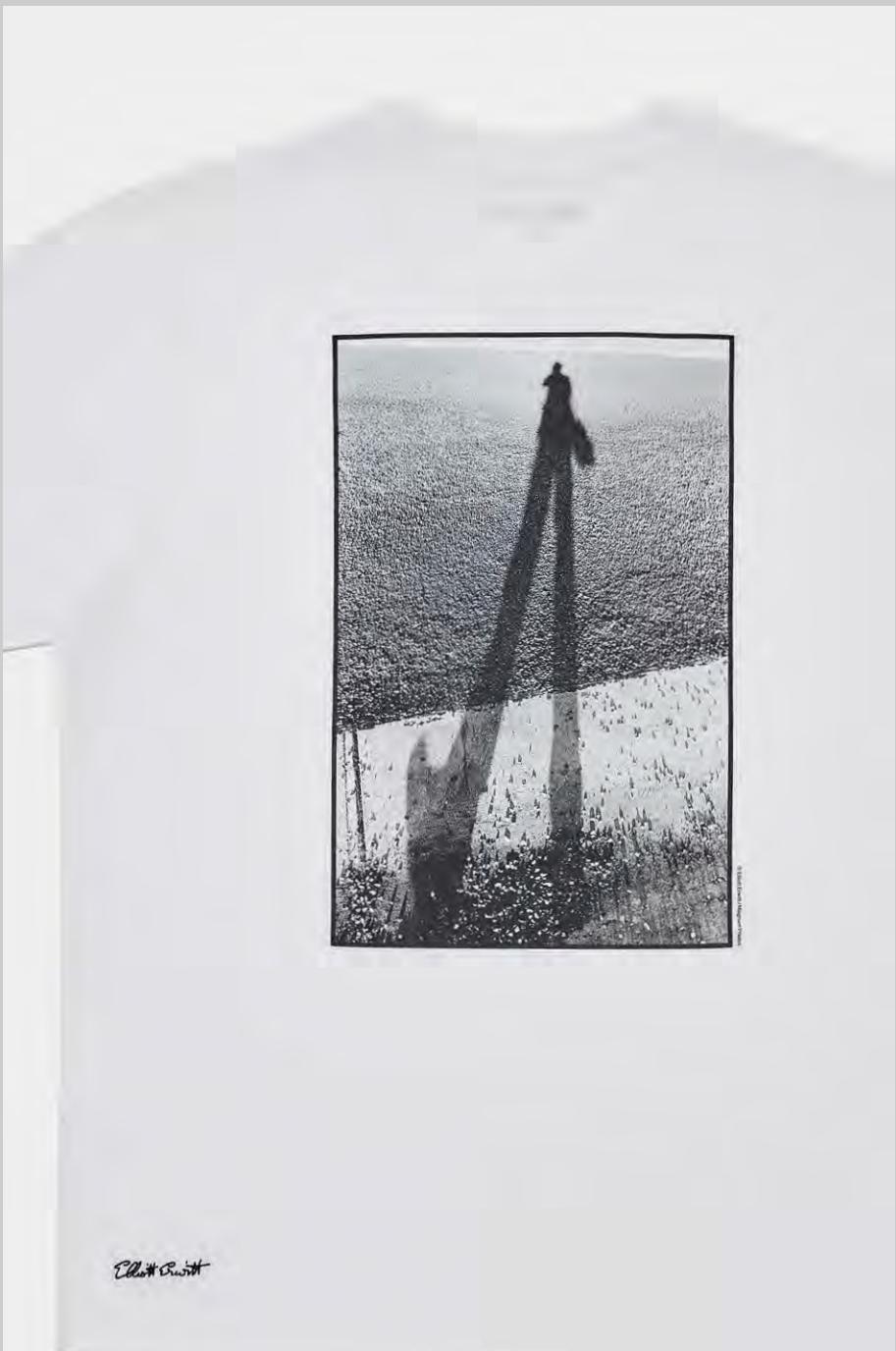


USA, New York, 1974.

アーウィット撮影による犬の写真の中でも特に象徴的な一枚となったこの写真は、もとは靴の広告として撮影された。人間が履くブーツの両脇をチワワとグレートデン(前足だけ登場)が挟む。その目線の高さから、犬は人間のモデルよりもずっと効果的に視線を足下へと導いてくれる。(左ページ)

USA, New Jersey, 1971.

全犬種のなかで最大の体高を誇り、平均で90センチメートルほどにもなるアイリッシュ・ウルフハウンドは、忠誠心に厚い性質なだけにおさら、その短い寿命のために飼い主を悲しませるとアーウィットは指摘する。写真は投げられた枝をくわえて戻ってきたところを撮った一枚。



Elliott Erwitt, 1982.

自身の影を被写体として撮影し匿名性と存在感を両立させたセルフ・ポートレイト。写真家なら誰もが一度は試みる定番の手法だが、50代半ばのアーウィットがよりパーソナルで実験的な表現を模索した時期であったことを考えると、より内省的な側面が見えてくるのではないだろうか。

FRANCE, Paris, 1989.

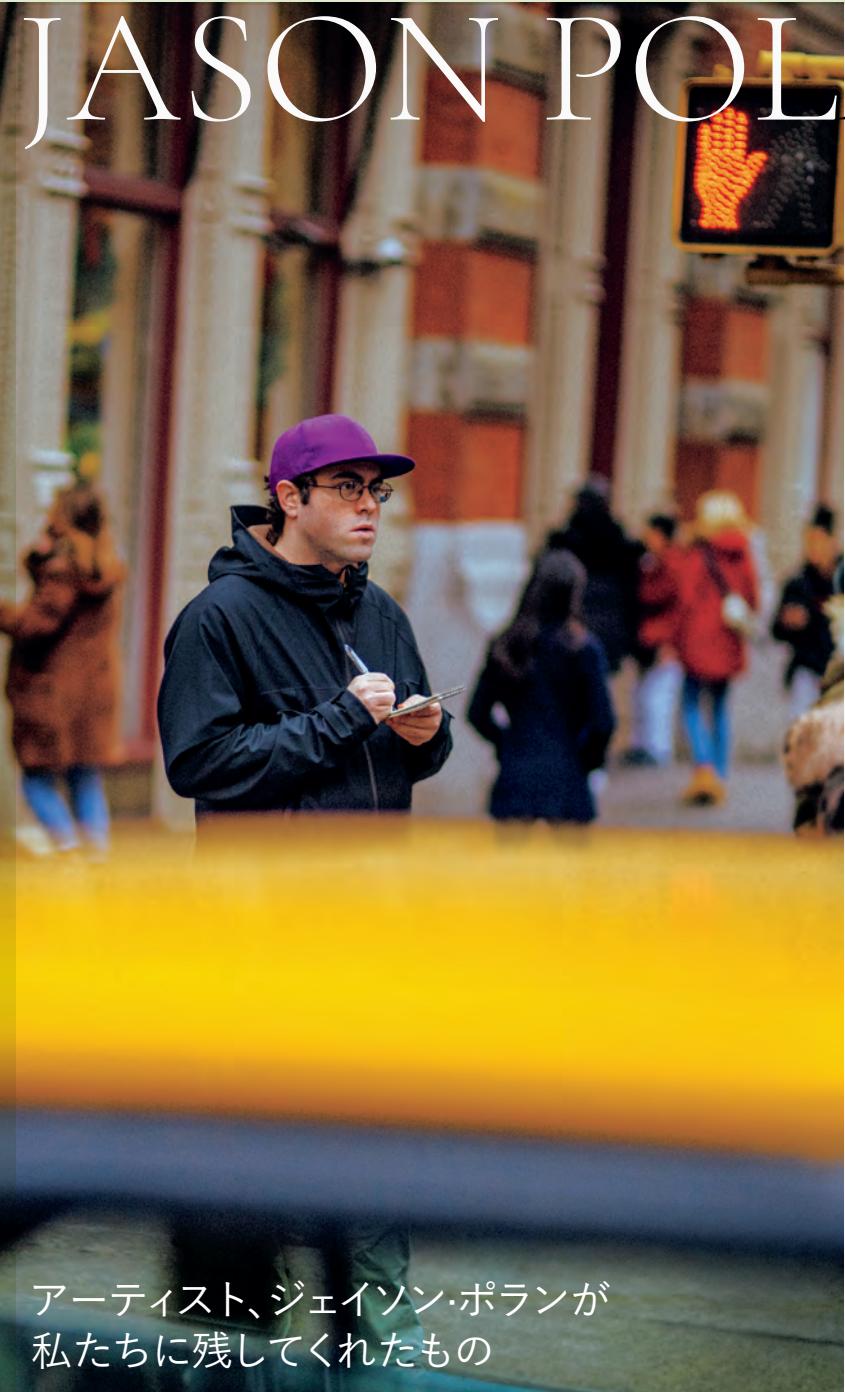
エッフェル塔の開塔100周年の年に発刊された写真集『Paris』の中で通称「アンブレラ・ジャンプ」として広く知られる本作。フレーム内の各要素が呼応する巧みな構図は、アーウィットが最も影響を受けた写真家アンリ・カルティエ＝ブレッソンへのオマージュであることは周知の事実だ。



PROFILE
Elliott Erwitt

エリオット・アーウィット | 1928年パリ生まれ。11歳でアメリカに移住し、ロサンゼルスのシティ・カレッジで写真と映像を学んだ。1953年ロバート・キャップの推挙により25歳の若さでマグナム・フォト正会員となり、1966年から3期にわたって会長を務めた。70年以上にわたるキャリアの中でユーモアと人間味溢れる写真を数多く世に送り出してきた。2023年11月マンハッタンの自宅にて95歳で死去。主な写真集に『我われは犬である』などがある。

JASON POLAN



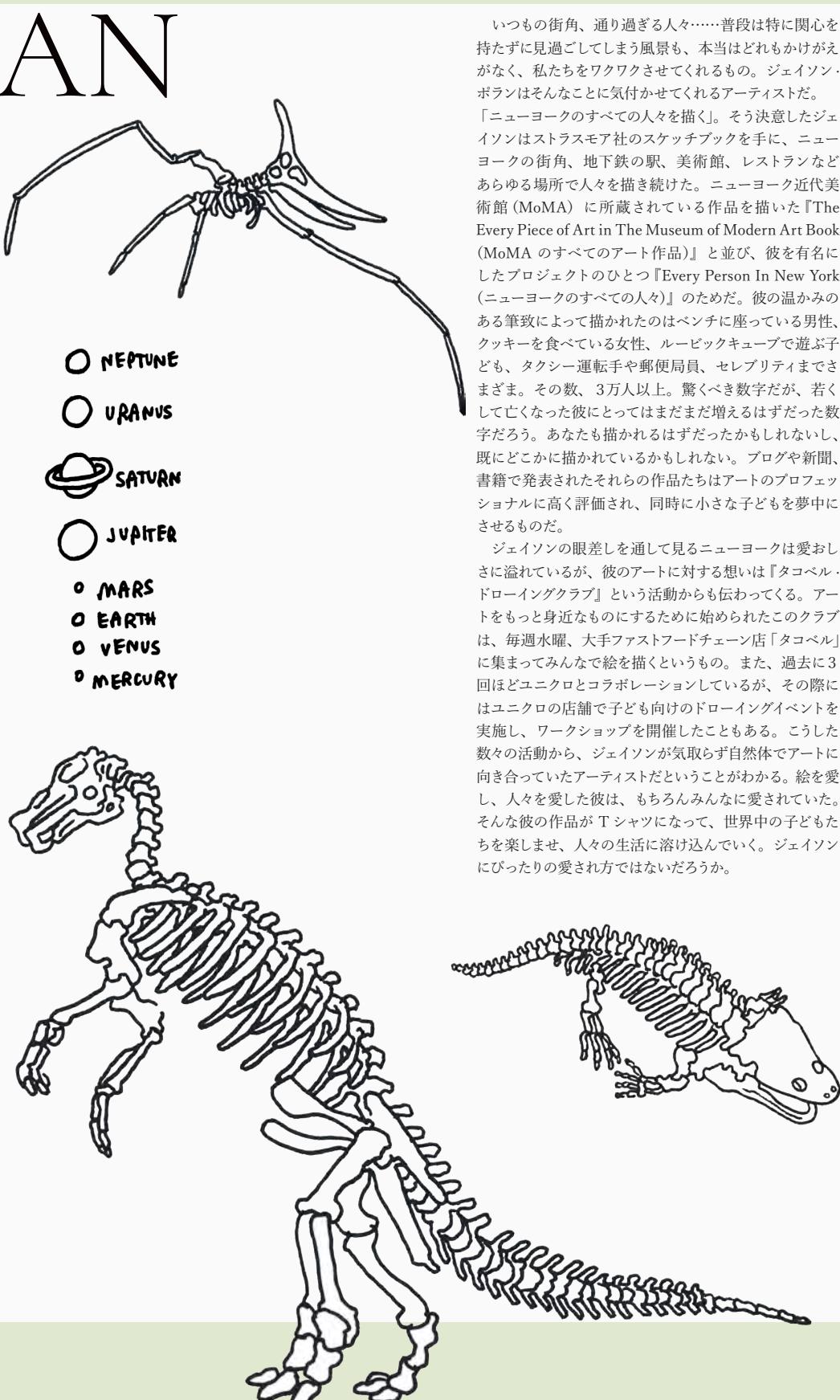
アーティスト、ジェイソン・ポランが
私たちに残してくれたもの

ニューヨークの街角で、通り行く人々を10年以上も描き続けた
アーティスト、ジェイソン・ポラン。

彼は遊び心と好奇心に満ちた子どものような感性と、
やさしい眼差しに溢れた作品をたくさん残してくれた。

彼が私たちに教えてくれたのは、日常はアートになり、
私たちはアーティストにだってなれるということ。

心が弾むようなジェイソンのイラストを身に着けて、今日も新しい世界へ出かけよう！



- NEPTUNE
- URANUS
- SATURN
- JUPITER
- MARS
- EARTH
- VENUS
- MERCURY

いつもの街角、通り過ぎる人々……普段は特に関心を持たず見過ごしてしまう風景も、本当はどれもかけがえがない、私たちをワクワクさせてくれるもの。ジェイソン・ポランはそんなことに気付かせてくれるアーティストだ。

「ニューヨークのすべての人々を描く」。そう決意したジェイソンはストラスモア社のスケッチブックを手に、ニューヨークの街角、地下鉄の駅、美術館、レストランなどあらゆる場所で人々を描き続けた。ニューヨーク近代美術館(MoMA)に所蔵されている作品を描いた『The Every Piece of Art in The Museum of Modern Art Book (MoMA のすべてのアート作品)』と並び、彼を有名にしたプロジェクトのひとつ『Every Person In New York (ニューヨークのすべての人々)』のためだ。彼の温かみのある筆致によって描かれたのはベンチに座っている男性、クッキーを食べている女性、ルーピックキューブで遊ぶ子ども、タクシー運転手や郵便局員、セレブリティまでさまざま。その数、3万人以上。驚くべき数字だが、若くして亡くなった彼にとってはまだ増えるはずだった数字だろう。あなたも描かれるはずだったかもしれないし、既にどこかに描かれているかもしれない。ブログや新聞、書籍で発表されたそれらの作品たちはアートのプロフェッショナルに高く評価され、同時に小さな子どもを夢中にさせるものだ。

ジェイソンの眼差しを通して見るニューヨークは愛しさに溢れているが、彼のアートに対する想いは『タコベル・ドローイングクラブ』という活動からも伝わってくる。アートをもっと身近なものにするために始められたこのクラブは、毎週水曜、大手ファストフードチェーン店「タコベル」に集まってみんなで絵を描くというもの。また、過去に3回ほどユニクロの店舗で子ども向けのドローイングイベントを実施し、ワークショップを開催したこともある。こうした数々の活動から、ジェイソンが気取らず自然体でアートに向き合っていたアーティストだということがわかる。絵を愛し、人々を愛した彼は、もちろんみんなに愛されていた。そんな彼の作品がTシャツになって、世界中の子どもたちを楽しませ、人々の生活に溶け込んでいく。ジェイソンにぴったりの愛され方ではないだろうか。



恐竜

「恐竜」とひとことで言ってもその種類はさまざま。骨格ひとつを取ってみてもこんなに違いがあるんだから、たくさん発見しなくちゃもったいない！見れば見るほど楽しくなってくるから不思議。

宇宙

いつまでも子どもの心を忘れなかつたジェイソン。彼の描くイラストレーションにもその心が宿っている。いくつになっても「宇宙飛行士になりたい！」と言える自分でいたい—そんな気持ちを呼び起こしてくれる一枚。



PROFILE

Jason Polan

ジェイソン・ポラン | 1982年、アメリカ・ミシガン州生まれ。ミシガン大学芸術デザイン学部で学んだのち、拠点をニューヨークに移す。ニューヨークの人々を描いたプロジェクト『Every Person In New York』などで知られる。『ニューヨーク・タイムズ』『ザ・ニューヨーカー』『エスクァイア』などで作品を発表。2020年、37歳で逝去。

MAGIC FOR ALL ICONS

愉快なキャラクターたちがUTに大集合！

2015年から、ウォルト・ディズニー・カンパニーの協力のもと、世界中の人々に多彩なコレクションを届けてきたユニクロの「MAGIC FOR ALL」プロジェクト。UTをまとって「ディズニー」「ピクサー」「マーベル」「スター・ウォーズ」のお気に入りキャラクターとつながろう。



Disney

MAGIC FOR ALLとは

服を通じて世界中の人々に夢と驚きをお届けするプロジェクト

MAGIC FOR ALL とは、Disney の「夢と魔法の世界」、MARVEL の「アクション」、STAR WARS の「冒險」、PIXAR の「創造性」、そして、UNIQLO の「LifeWear」が融合した、夢のプロジェクト。2015 年の開始以来、世界各地で独自のイベントやワクワクする体験を提供しています。

 
MAGIC FOR ALL

みんなをハッピーに！ディズニーの夢と魔法の世界

©Disney

オリジナリティ溢れる愛らしい姿と、類まれなるストーリー性を持つディズニーキャラクターたちは、時代を超えて世界中の人々を魅了し続けてきた。どんなスタイルにもよく合う、クラシックな王道ポーズをしたディズニーのミッキーマウスのタイムレスなデザインと、負けず嫌いな性格を象徴するようなディズニーのドナルドダックのユニークなアートワークが目を引くコレクション。親子ペアで楽しめるのがうれしい。もうひとつ、2002年の映画『リロ&スティッチ』から、あはれん坊のキュートなエイリアン、ディズニーのスティッチが仲間入り。愛嬌たっぷりのキャラクターたちが生き生きと輝く、ディズニーらしいさまざまな表現の中に、愛しさやワクワクが溢れ、そして何よりハッピーな気分を、着る人だけでなく周りの人たちにも届けてくれる。ディズニーの魔法で毎日がもっともっと楽しくなりそうだ。



PIXAR

創造性豊かな毎日を

長年にわたり数々の名作アニメーション映画を生み出してきた、ピクサー・アニメーション・スタジオ。その特長は、革新的な映像表現だけではない。個性的なキャラクターとイメージ溢れるストーリーこそが、世代を超えて心をつかんでいる理由だ。UTでは『トイ・ストーリー』シリーズの伝説の名コンビ、ウッディとバズ・ライトイヤーはじめ、愛らしい見た目とは裏腹な悪のリーダーであるロッソ、そして『カーズ』の主人公、天才的なレーシングカーでサーキットのスーパースター、ライトニング・マックィーンがラインナップ。ピクサーの世界観とキャラクターの魅力を鮮やかに映し出したグラフィックだ。

©Disney/Pixar



MARVEL

最強のスーパーヒーローのアクションに釘付け

©2026 MARVEL

マーベルの歴史は、1939年に創刊された『マーベル・コミックス』から始まった。以来、85年以上もの間、世界最大のコミック出版社として、映画製作のマーベル・スタジオを擁するマーベル・シネマティック・ユニバースとして、時代を反映したアイコニックなスーパーヒーローを大勢生み出し、アメリカのポップカルチャーの第一線を走り続けている。ルーツでもあるコミックアートを生かした、マーベルのアイアンマンとロゴのワンポイントを胸ポケットにあしらった。また、メンズ、キッズともに、クモのような脅威的パワーを与えた高校生ヒーロー、スパイダーマンの格好いいアクションポーズをバックプリント。



STAR WARS™

銀河を巡る冒険の壮大なサーガ

© & ™ Lucasfilm Ltd.

スター・ウォーズは、1977年に『スター・ウォーズ エピソード4／新たなる希望』が公開されて以来、はるか彼方の銀河系を舞台にした壮大な物語で、世界中のファンを夢中にさせてきた。本コレクションには、シリーズを代表する象徴的キャラクターたちが登場。ブラックのボディには、孤高のシス卿、ダース・ベイダーを大胆にフィーチャー。ホワイトのTシャツは、胸ポケットにR2-D2とC-3POをあしらった。キッズは、背面にドロイドたちを配し、その背後にダース・ベイダーが潜むデザインとなっている。

2026 Spring & Summer Collection

UT Price list

P14 浮世絵ブルー&浮世絵アニマル
Men¥1,990

P22 トヨタ
Men¥1,990

P26 マンガUT 集英社創業100周年
Men¥1,990

P42 ミュージカルアイコンズ
Men¥1,990

P46 ルーヴル美術館
Men¥1,990

P52 エリオット・アーウィット
Men¥1,990

P56 ジェイソン・ボラン
Kids¥990

P58 マジック フォー オール アイコンズ
Men¥1,990
Kids¥990

Cover

マンガUT 集英社創業100周年
Men¥1,990

Back Cover

マジック フォー オール アイコンズ Men
¥1,990



UT magazine,
Now Digital

Proofreading: Shuchinsha

掲載商品に関する情報は UT magazine のウェブサイトからご確認いただけます。本書に記載の価格は、2026年3月時点での税込み価格です。価格は変更になる可能性があります。印刷の都合上、商品の色味が実際と異なる場合があります。商品により、取り扱い店舗や展開国が限定されることや完売することがございます。本書のコピー、スキャン、デジタル化などの無断複製は著作権法上での例外を除き、禁じられています。2026年3月発行 発行：株式会社ユニクロ