

トミー ヒルフィガー が、カリフォルニアのベニスビーチに
一日限定の“TOMMYLAND”をオープン
コンシューマー体験型ファッションショー“TOMMYNOW”を開催

カリフォルニアにインスパイアされた音楽とアートをフィーチャーした、ウエストコースト最大級のファッションイベント、“TOMMYLAND”にてトミー ヒルフィガー氏は、2017 スプリングコレクションのうち、“*Hilfiger Collection*”と“*TommyXGigi*”を発表しました。

*Gigi Hadid*とのコラボデザインによる“*TommyXGigi*”をはじめとする、“*See Now, Buy Now*”のランウェイショーに登場したすべてのルックが、ランウェイのスタートと同時に購入が可能になりました。

オランダ、アムステルダム（2017年2月） - [PVH Corp.](#) [NYSE:PVH] のブランド、トミー ヒルフィガー が、イベント“TOMMYNOW”にて2017 スプリングコレクションを発表しました。ブランドにとって2回目の“インシーズンファッションショー”は、2017年2月8日にロサンゼルスベニスビーチに一日限定で出現した“TOMMYLAND”で開催されました。カリフォルニアにインスパイアされた音楽とアートがファッションと融合することで、アイコン的なベニスビーチを背景に繰り広げられた“TOMMYNOW”は、ウエストコースト最大級のファッションイベントとして成功を収めました。トミー ヒルフィガーが新しいランウェイのスタイルとして今後もリードし続ける、“*See Now, Buy Now*”スタイルのランウェイに登場した、スーパーモデルの *Gigi Hadid* とのコラボデザインによる“*TommyXGigi*”を含む、2017 スプリングコレクションのルックが、世界70以上の国の販売チャンネルにて購入が可能です。

2017 スプリングコレクション概要

“*See Now, Buy Now*”のムーブメントは今回ベニスビーチで旋風を巻き起こしました。2017 スプリングの“*Hilfiger Collection*”と“*TommyXGigi*”のカプセルコレクションが、ランウェイショーのスタートと同時に購入が可能になったのです。

トミー ヒルフィガー氏は、若さあふれるスピリット、おおらかなライフスタイルや、フェスティバルを愛する心といった、カリフォルニアならではのインスピレーションの影響を受けています。カリフォルニアの音楽とライフスタイルが、ポップカルチャーに象徴されるブランドの個性と融合したのです。今回のコレクションでは、デニムを多用し、そしてウエスタンカルチャーや個性的な生地あての手法を取り入れることで、イーストコースト、ウエストコーストの枠を超えた全アメリカ的なものをテーマにしています。

日没の時間がやってくると、最大級のファッションイベントの幕が開き、ふたつのものの融合を実現させる自由の精神を最大限に感じさせてくれます。この場所こそが、“TOMMYLAND”なのです。

コレクションについて

“TOMMYNOW”では、2017 スプリングの“TommyXGigi”が世界に先駆けて発表されました。このコレクションは、スーパーモデルGigi Hadidとのセカンドシーズンのコラボレーションで、彼女は、そのカプセルコレクションのひとつを身に着けてショーのオープニングを飾りました。Gigiは、Tommy Hilfiger ウィメンズのグローバルアンバサダーであり、“TommyXGigi”は、アパレルから、フットウェア、アクセサリ、サングラス、ウォッチ、そしてフレグランスにまでひろがっています。“TommyXGigi”は、リラックスした西海岸ならではの彼女の感覚と、トミー ヒルフィガー が特長とする東海岸のヘリテージテイストとの融合によって誕生しました。また“TOMMYNOW”のランウェイには、ウィメンズカテゴリーのハイライトである“Hilfiger Collection”の2017 スプリングのルックも登場しました。

TOMMLAND について

ウエストコーストの音楽とアートのフェスティバルに、一般のゲスト 2,000 人と、プレス、バイヤー、VIP、ファッション業界のインフルエンサー1,000 人、合計 3,000 人のゲストが招待され、刺激的で型破りなファッションショーを楽しみました。ゲストは、Frankie Collective 提供の“Tommy ヴィンテージ”でショッピングや、フードトラックで地元 L.A. のバイキング料理を味わいました。また、カミカゼやランドスライドなどのアトラクションに乗って“TOMMYLAND”の息を呑むようなパノラマビューを堪能し、最後はサプライズによるライブミュージックでこのイベントの幕が閉じられました。

ランウェイショーの直後に、グラミー賞受賞 8 回のミュージシャン Fergie がトミー ヒルフィガー 氏と Gigi に紹介され、たくさんのモデルやセレブ、プレス、一般のゲストに向けて、ニューシングル「M. I. L. F. \$」や Black Eyed Peas 時代のヒットチャートはじめとするビッグヒット曲を披露しました。アメリカンソウルのデュオ、Lion Babe もまた、“TOMMYLAND”のステージで人気上昇中のヒット曲を披露しました。

デジタルコマースについて

“TOMMYNOW”のアイデアは、ファッションをより一般の人々へ届けたいという、トミー ヒルフィガー氏のビジョンに根ざしています。即座に商品を購入することを可能にするデジタルツールを通してコンシューマーにいち早く満足を届けたいと考えています。今シーズン、ブランドは新しいアクセスチャネルと次世代機能を導入したデジタル革命を活用して、世界中のコンシューマーと、今日の生活とショッピングスタイルを反映したパーソナルな方法でつながります。

“TOMMYNOW” 2017 スプリングのランウェイショーでは、トミー ヒルフィガー は“TOMMYNOW”ランウェイをシームレスで即座にショッピングできる仕組みを導入し、3D 画像を導入した販売をランウェイの際におこなった初めてのブランドとなりました。コンシューマーは、“TOMMYLAND” SNAPSHOT のアプリを使用することができます。これは、一流のビジュアル検索技術ディベロッパーSlyce とのパートナーシップにより設計したアプリで、ランウェイを歩く

モデルやストアの商品の 3D 画像や、広告などの 2D 画像からのショッピングを可能にするものです。

急激に増加する画像検索数や、日々モバイルアプリでシェアされる 30 億枚を超える写真などを背景として、今画像認識コマースには、コンシューマーが欲しいと思う商品を検索しショッピングするという方法を、さらに進化させる非常に大きな可能性を秘められています。

2017スプリングのランウェイルックは、すべてブランド自社のリテールチャネル、各国にひろがるホールセールチャネル、*tommy.com*、ソーシャルメディアコンテンツ、ショッピング向けライブストリームにて購入が可能です。ライブストリームのオンデマンドバージョンでは、世界的に有名なファッションインフルエンサーたちのコメントも紹介しています。ユニークなターゲットグループに非常に人気のあるルックをキュレーションする彼らは、ショーを見ながらショッピングを行う、コンシューマーの趣味趣向にあわせたスタイリングのアイディアを提供します。

モデルについて

ショーのオープニングは、スーパーモデルの **Gigi Hadid** が飾り、続いてトップモデルの Bella Hadid、Joan Smalls、Sara Sampaio、Hailey Baldwin、Stella Maxwell、Tammy Williams、Romee Strijd、Devon Windsor、Lineisy Montero、Maartje Verhoef、Julie Hoomans、Luping Wang らが登場しました。

フロントロウのゲストについて

フロントロウにはゲストとして、トミー ヒルフィガー氏夫人の **Dee Hilfiger**、**Lady Gaga**、**Lewis Hamilton**、**Sofia Richie**、**Kaia & Presley Gerber**、**Lucky Blue Smith**、**Nash Grier**、Gigi の両親である **Yolanda Hadid** と **Mohammed Hadid**、兄弟の **Anwar Hadid** と **Alana Hadid** をお迎えしました。

日本からのゲストにモデルの森 星、ファッションブロガーのルイーズ エベル、モデルの浦浜 アリサ、タレントのGENKINGなどがフロントロウを飾りました。