

トミー ヒルフィガーが、ランウェイイベント
2017 FALL TOMMYNOW "ROCKCIRCUS"をロンドンで開催

TOMMYNOW の「See Now Buy Now」ランウェイショーが、「ROCKCIRCUS」をテーマにロンドンに登場。グローバルブランドアンバサダーのジジ・ハディドとザ・チェインスマーカーズが出演しました。

この「See Now, Buy Now」とは、ランウェイでモデルが着用したウィメンズとメンズのコレクションが、その発表と同時に、トミー ヒルフィガーの店舗、公式オンラインストアで購入できるものです。さらに、*AR やチャットボットなど画像認識を駆使した最新の販売チャネルでも実現しています。

オランダ、アムステルダム (2017 年 9 月 19 日) - [PVH Corp.\[NYSE:PVH\]](#) のブランド、トミー ヒルフィガーが、ファッション、ミュージック、エンターテインメントにあふれるランウェイショー TOMMYNOW "ROCKCIRCUS"について発表しました。トミー・ヒルフィガーの長年にわたるロックへの愛情にインスパイアされたこのショーは、フレッシュでエッジのきいた新しい感性と、魅力的なノスタルジアが見事に融合されています。ブランドにとって 3 度目のイン・シーズンのランウェイショーである 2017 FALL TOMMYNOW は、2017 年ロンドン時間の 9 月 19 日火曜日の午後 7 時（日本時間の 9 月 20 日水曜日の午前 3 時）に、イギリスのロック史において中心的存在であるコンサート会場 ラウンドハウスで開催され、ロンドンファッションウィークのフィナーレを飾りました。大成功の売上をおさめた、初回と 2 回目の TOMMYNOW に続き、この 2017 FALL イベントも、トミー ヒルフィガー独自の「See Now Buy Now」形式でおこなわれました。3 シーズン目となる TOMMYXGIGI のカプセルコレクションに加え、今回始めてメンズとウィメンズのコレクションの両方が TOMMYNOW に登場。ランウェイでモデルが着用したルックの数々が、発表と同時に世界 70 か国で販売されました。

2017 FALL コレクションについて

トミー ヒルフィガーは、TOMMYNOW の画期的なファッション体験を通じて、TOMMY HILFIGER、TOMMYXGIGI、HILFIGER COLLECTION、HILFIGER EDITION すべてを、一挙に大規模なステージで発表しました。

2017 FALL コレクションは、90 年代のブランドヘリテージのひとつでもある「反骨心」がテーマで、若者によるカルチャーとグランジがプレッピースタイルと融合したモダンアメリカーナを TOMMY 流に仕上げました。トラディショナルなスタイルに、ストリートスタイル、力強く主張するタータン、意外性のあるシルエット、さらにスポーツやスケートへのレスペクトといったスパイスを加えています。

トミー ヒルフィガーは、ランウェイに対する従来の考え方を捨て、AR を駆使した新しい*TOMMYNOW SNAP アプリなど最新のデジタル技術を活かした、最新のコレクションをコンシューマーがすぐに手に入れられるプラットフォームを提供していきます。

コレクション

TOMMYNOW "ROCKCIRCUS"では、2017 Fall の TOMMYXGIGI カプセルコレクションが発表されました。ジジ・ハディドは、TOMMY HILFIGER ウィメンズのグローバルアンバサダーであり、このコレクションは、アパレル以外にも、フットウェア、アクセサリー、サングラス、ウォッチ、フレグランスを展開しています。TOMMYXGIGI コレクションは、反骨精神をフェミニンなツイストを通じて表現し、ジジの個性的でさりげないスタイルとトミーのロックンロールへの愛情が込められています。

今回の TOMMYNOW では、初めてメンズとウィメンズの両方のコレクションが登場し、それぞれのトップラインである HILFIGER COLLECTION と HILFIGER EDITION のルックが披露されました。HILFIGER EDITION は、のストーリー性ある、トミー・ヒルフィガー本人のメンズウェアヘリテージにオマージュを捧げたものです。

ROCKCIRCUS

会場には、一般コンシューマー、プレス、バイヤー、著名人など、2,000人以上のゲストが招かれ、インスピレーション豊かで型破りなファッションの世界を体験しました。ゲストの方々は、ROCKCIRCUS Pop-upショップでのショッピングや、一夜限りのTOMMYNOWのライブグッズの販売や、True Vintage による、TOMMY HILFIGERのヴィンテージ商品の展示などを楽しみました。また、TommyXYouラボでは、選んだ商品をカスタマイズしてみたり、トミーお気に入りのミュージックをROCKCIRCUS Recordで購入したりする方もいました。イベントはザ・チェインスモーカーズの参加者限定ライブで最後を飾り、世界的な人気を誇る米国出身デュオが、TOMMY HILFIGERメンズ・グローバルアンバサダーとしてデビューしたことを祝いました。

デジタルコマース

TOMMYNOWプラットフォームは、これからもイノベーションのインキュベーターとしての役割を担い続け、素晴らしい新技術に挑戦しなら、トミー・ヒルフィガーのビジネスに組み込んでいきます。2017年9月、TOMMY HILFIGERは、ARによるキャットウォークを実現した初のブランドとなりました。これは、クリエイティブなデジタル制作会社MediaMonksとのパートナーシップによって実現しました。コンシューマーは、3D画像認識のデジタルコマースアプリ*「TOMMYNOW SNAP」を用いることで、ランウェイショッピング体験が楽しめます。これは、フォール2017コレクションのルックが登場するランウェイショーをプライベートなARで経験するなど、気に入った服をtommy.com.で直接購入できるものです。このアプリは、No.1のビジュアル検索技術会社Slyceと共同で2017年4月に発表したもので、このたびさらに拡大してTOMMY HILFIGERの全コレクションに対応しました。この統合Eコマースプラットフォームは、米国、英国、ドイツ、スイス、フランス、オランダ、ベルギー、スペイン、イタリア、ロシア、スウェーデン、デンマークにおいて、iTunesストアから提供しています。

2017 FALLのコレクションはすべて、ブランドのグローバルに拡大するリテールビジネスチャネル、Tommy.com、ソーシャルメディアコンテンツ、ショッピング対応ライブストリーム、チャットボットで購入が可能です。2016年秋、TOMMY HILFIGERは人工知能を使った会話コマースを発表した初めてのブランドとなりました。Facebookメッセージ対応のこのTMY.GRLチャットボットは、msg.aiとのパートナーシップによるものです。TMY.GRLは進化を重ね、2017年春、パーソナルスタイリストのノウハウを投入することでコンシューマーに一層パーソナルなショッピングを楽しんでいただけるようになりました。また今シーズン登場したTMY.BOYは、コンシューマーの好みやイベントシーンに応じたHILFIGER EDITIONのお勧めルックを作り上げることができます。

モデル

世界的なスーパーモデル、ジジ・ハディドと、ベラ・ハディド、デボン・ウィンザー、ハーレイ・ポールドウィン、ジョアン・スモールズ、サラ・サンパイオ、ジョーダン・ダン、ジョージア・メイ・ジャガー、アンウォー・ハディド、ラッキー・ブルー・スミス、プレスリー・ガーバーらのトップモデルがショーを飾りました。

フロントローのゲストたち

TOMMY HILFIGER

フロントローにはゲストとして、ルイス・ハミルトン、ネイマール、ジャスミン・サンダース、ララ・ストーン、ポピー・デレヴィーニュ、ロッチェ・モス、ブランドン・トーマス・リー、パイパー・アメリカ・スミス、ガブリエル・ケイン・デイ＝ルイス、ラファエルティ・ロウ、デージー・ロウ、アリゾナ・ミュージズ、アンバー・ル・ボン、ヤスミン・ル・ボン、ルル・ゲンスブール、サム・ロリンソン、ジャスティン・スカイ、レディー・アメリア・ウィンザー、ピクシー・ゲルドフ、セラ・マーリー、ルーク・トレッドウェイをお迎えし、日本からは、女優の伊藤ゆみさん、俳優である大谷亮平さん、モデルの浦浜ありささんがフロントローを飾りました。

#TOMMYNOW

#TommyXGigi

#TommyXTheChainsmokers

Instagram: @tommyhilfiger

Snapchat: @tommyhilfiger

Twitter: @tommyhilfiger

Facebook: Tommy Hilfiger

YouTube: Tommy Hilfiger

日付: 9月20日水曜日午前3時 (日本時間)

ロケーション: ROCKCIRCUS、The Roundhouse、ロンドン

【問い合わせ先】

PVH ジャパン

0120-266-416

<http://japan.tommy.com/>

*は日本未導入