

第四回目となる Amazon Fashion “AT TOKYO”参加ブランドを発表

最先端を行く東京の「今」を発信するプログラムに
「ANREALAGE」、「Lautashi」、「N.HOOLYWOOD」、「SKOLOCT」、
合同ショーを開催する「BED j.w. FORD」と「CHRISTIAN DADA」の6ブランドが参加
ミュージック、アート、テクノロジーを取り入れるなどファッション表現の新たな可能性を披露

参加ブランドのスペシャルアイテムは“AT TOKYO” BRAND STOREにて10月15日より順次販売開始

Amazon Fashionは、9月5日(水)、Amazon Fashion Week TOKYO(AFWT)期間中(10月15日~20日)に、独自に実施するプログラムAmazon Fashion “AT TOKYO”(以下、“AT TOKYO”)の全容を発表しました。4回目となる“AT TOKYO”では、「EVENT」、「BRAND STORE」、「MY AMAZON」の3つの軸をもとに、「ANREALAGE」、「Lautashi」、「N.HOOLYWOOD」、「SKOLOCT」、および「RE:ACTION」と題して合同ショーを開催する「BED j.w. FORD」と「CHRISTIAN DADA」の6ブランドのコレクション、作品を披露する機会を設けます。今回はEVENTを通じ、ファッションの表現にける新たな可能性を披露します。アーティストとして活躍するSKOLOCTを迎えるほか、ANREALAGEがサカナクションの山口一郎が率いる音楽とカルチャーの複合プロジェクト「NF」とライゾマティクスリサーチと、Lautashiがメディアアーティストの落合陽一氏、サウンドアーティストのKAITO SAKUMA a.k.a BATIC氏とコラボレーションを実施、また、東京で8年ぶりに発表するN.HOOLYWOODは、未発表のスペシャルピースを含む新たなコレクションでプレゼンテーションを開催します。

Amazon Fashion



10.15-10.20

www.amazon.co.jp/ATTOKYO

“AT TOKYO” BRAND STORE(以下 BRAND STORE)では、参加ブランドによる“AT TOKYO”限定のスペシャルアイテムを10月15日より販売します。お客様には、今回のEVENTに参加するブランドのアイテムだけではなく、前回までの参加ブランドの新規アイテムもご購入いただけます。商品の詳細、販売スケジュールについては、“AT TOKYO”ウェブサイト(<http://www.amazon.co.jp/ATTOKYO>)で随時公開します。

MY AMAZONは、デザイナーやインフルエンサーなど、東京で活躍する人たちが、自身のライフスタイルに欠かせないアイテムをファッション、本、映画、家電など、Amazon.co.jpの豊富な品揃えからセレクトし、紹介する企画です。今回はAmazonが提供する定額制音楽配信サービスAmazon Music Unlimited(アマゾン・ミュージック・アンリミテッド)から、各ブランド、デザイナーが選曲した特別なプレイリストの公開も予定しています。

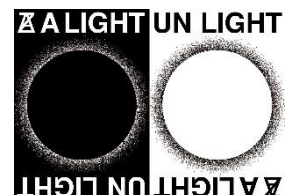
アマゾンジャパン合同会社 バイスプレジデント ファッション事業部門 統括事業本部長 ジェームズ・ピーターズは次のように述べています。

「今季で4回目となるAmazon Fashion “AT TOKYO”に、『ANREALAGE』、『Lautashi』、『N.HOOLYWOOD』、『SKOLOCT』、そして、合同ショーを開催する『BED j.w. FORD』、『CHRISTIAN DADA』と才能あふれるデザイナーの皆様にご参加いただけることを大変嬉しく思います。私たちは、EVENT、BRAND STORE、MY AMAZONという3つの軸を起点に、“AT TOKYO”プログラムを展開しています。今回の“AT TOKYO”では、ミュージック、アート、テクノロジーを取り入れたショー、インスタレーションを通して、ファッション表現の新しい可能性をご紹介したいと考えています。今後もファッション業界への継続的な支援に加え、Amazon Fashionは常に幅広いセクションをお客様にご提供していくために、引き続き尽力して参ります。」

ブランドのプロフィール及びデザイナーからのコメントは以下の通りです。ブランドはアルファベット順。

ANREALAGE(アンリアルエイジ)

2003年に設立されたANREALAGEとは、A REAL-日常、UN REAL-非日常、AGE-時代、を意味します。日常の中にあって非現実的な日常のふとした振れに眼を向け、見逃してしまいそうな些事からデザインの起点を抄いとる。「神は細部に宿る」という信念のもと作られた色鮮やかで細かいパッチワークや、人間の身体にとらわれない独創的なかたちの洋服、テクノロジーや新技術を積極的に用いた洋服が特徴です。現在、パリコレクションで発表を行い、国内外50店舗で販売されています。





ANREALAGE デザイナーの森永邦彦氏は次のように述べています。
 「2003年にANREALAGEをはじめて15年。変わらず、日常と非日常を跨ぐ信念をもって、服づくりを続けてきました。15周年のブランドの節目となる年に、Amazon Fashion “AT TOKYO”でコレクションを発表できる機会を頂いたこと、とても嬉しく思います。この一日のために、パリで発表する2019年春夏コレクションではなく、東京のための特別なコレクションを発表したいと思います。パリ進出以降の闘いを共にした、サカナクションの山口一郎さんが音楽を、ライゾマティクスリサーチが演出を、手掛けてくださいます。コレクションタイトルは、“A LIGHT UN LIGHT COLLECTION”。光の中に潜む闇、そして、闇の中に射す光。4年ぶりに、再び東京で。どうぞよろしくおねがいします。」

Lautashi(ラウタシー)

Lautashi はファッションモデルとしても活躍するデザイナーの鈴木えみ氏が、2017年に立ち上げたブランドです。「求めるものは奥行きのある佇まいと存在感、そして内面から湧き出るしなやかさ。存分に力を発揮できるように、鎧となろう。」をメッセージとして掲げています。モデルという仕事は「人物像」を着替える職業でもあります。服に袖を通し、「どんなライフスタイルを送っていて、どんな表現をする人なのか」。そんなことをイメージしながらカメラの前に立ちます。鈴木氏自身が培ってきた経験を生かして、身にまとうものによって生まれる気持ちの変化、“ファッションとココロの関係性”をスタイルに投影し、Lautashi をスタートさせました。



Lautashi デザイナーの鈴木えみ氏は次のように述べています。
 「Lautashi は2018-19FWで3シーズン目ですが、早くもAmazon Fashion “AT TOKYO”に参加できる、このような素晴らしい機会をいただけることをとても光栄に思っています。全力を注ぎます。ブランド初のインスタレーションなので、Lautashi の世界観を表現し、ファッションの力を改めて伝えたいのと同時に、来場される1人1人にとって思い出に残る体験にできたらと思っています。学生の皆さんには、私たちのインスタレーションを通して、小さなロマンを常に持ち続け、そして恐れず行動に移すことの大切さをぜひ感じ取っていただきたいと思います。Lautashi は日常着をテーマとしていますので、生活の中にある光や音を取り入れ、消耗品でもなく飾りでもない、実用品としてのファッションの可能性を表現したいと考えています。当日の演出はメディアアーティストであり、筑波大学准教授・学長補佐の落合陽一さんや、認知科学をバックボーンに持つサウンドアーティストのKAITO SAKUMA a.k.a BATIC さんなどが手がけてくださいます。」



N.HOOLYWOOD(N.ハリウッド)

N. HOOLYWOOD は、デザイナーの尾花大輔氏が2001年に立ち上げたブランドです。尾花氏は、古着屋でバイヤーとショップマネジャーを兼任した後、古着のセレクトショップ、「go-getter」の立上げに携わりました。数々のムーブメントを作っていく中、コンディションが良いもの、より古い物が良いという古着への価値観に疑問を抱くようになり、ショップ内のコーナーにてリメイクやオリジナルの展開を始めました。2000年、本格的に展開する為にショップ「Mister hollywood」を原宿にオープン。翌2001年には、ブランド「N.HOOLYWOOD」を設立。2002年に初のコレクションを発表した後、東京コレクションでショーを続け、2011S/Sコレクションより、NYへ発表の場を移しています。



N.HOOLYWOOD デザイナーの尾花大輔氏は次のように述べています。

「恐らく今回のAmazon Fashion “AT TOKYO”プログラム参加者の中で一番キャリアのあるブランドだと思われます。日本で10年、NYで8年。ショー形式でコレクションを長く続けているブランドならではの、奥行きのあるコレクションを目指したいと思っています。久々の日本でのお披露目なので、正直楽しみなのと、日本での見せる側と見る側の環境が8年前とは、かなり変わっているので、発表することで生まれる新たなケミストリーにも期待しています。また、次世代を担う若い方には、会場、音響、照明、美術、メイク、スタイリング、導線、時間など、ショーというものが三位一体となり、全てが美しく交わる事で、人に強くメッセージとして伝わるという事を感じてもらえたら本望だと思います。なので、五感をギンギンに研ぎ澄まして来場してもらいたい。とにかく何かを感じて、将来の自分の目標を見つける良いきっかけになればとも思います。」



SKOLOCT(スコロクト)



SKOLOCT は、日本のストリートシーンを牽引してきた A BATHING APE や UNDERCOVER と共に90年代の「裏原カルチャー」を牽引したブランドの1つでもあるNGAPデザイナーのTSUYOSHI NAKANOにより2007年新たに立上げられたストリートブランドです。裏原ストリートカルチャーにインスパイアされたSKOLOCTのグラフィックは他にはない存在感を放ち、アートからカジュアルウェアまで幅広い商品ラインナップを展開しています。過去にはHYSTERIC GLAMOUR や STUSSY とコラボレーションしたアート展示会や UNDERCOVER、TAKAHIROMIYASHITA The Soloist.とのコラボレーションアイテムを発売するなど精力的に活動中。アメリカ系中国人のアクター/モデル/インフルエンサーである EDISON CHEN が主催する JUICE LA にて個展を開催。同時に同者主催の音楽兼ファッションイベント innersect(インナーセクト)上海で sacai や AMBUSH など名だたるブランドと共に出店した他、香港の JUICE 香港でも SKOLOCT POPUP STORE が開催されるなど、国内のみならず海外でも精力的に活動しています。

SKOLOCT デザイナーの中野毅氏は次のように述べています。
「今回 Amazon Fashion “AT TOKYO”に Fashion と Art という形で参加させていただきます。Fashion Show とは違う角度で東京を盛り上げていきたいと思えます。ヨロスコです！」



BED j.w. FORD(ベッドフォード)



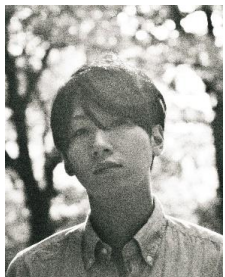
2010年に立ち上がったブランド BED j.w. FORD は、2011 Spring / Summer よりコレクションをスタートしました。「着飾る」をコンセプトに生活の中にある美しさ、儚さを感じられる空間や、もの、音や映像をブランド独自の解釈で服に落とし込み、コレクションを発表しています。

BED j.w. FORD デザイナーの山岸慎平氏は次のように述べています。
「今回の Amazon Fashion “AT TOKYO”への参加を大変嬉しく光栄に思っています。約8年前に狭い自宅が好き勝手言いながら始まったことが、今も当時と変わらずに好き勝手言いながらやっていることを、同じ時間に別々の場所で同じことに憧れてきたはずの森川くんと同じ場所で僕達なりの今を表現できることを僕自身すごく楽しみです。」



CHRISTIAN DADA(クリスチャンダダ)

森川マサノリによって2010年秋冬コレクションよりスタートした CHRISTIAN DADA。2015 春夏コレクションよりパリに発表の場を移し、2016年秋冬では写真家/現代美術家の荒木経惟氏とのコラボレーション・コレクションで公式スケジュールに参加しています。以来、2015年秋冬から展開したウィメンズコレクションと共にパリ・メンズファッションウィーク中にコレクションを発表しています。芸術思想ダダイズムの哲学を軸に日本の伝統織物技術、現代アートや音楽の要素を独自の解釈でふんだんに取り入れ創り出す独特なスタイルは海外のセレブリティやジャーナリストなど世界でも注目されています。



CHRISTIAN DADA デザイナーの森川マサノリ氏は次のように述べています。
「このたびは、Amazon Fashion “AT TOKYO” に『CHRISTIAN DADA』も参加する機会をいただき大変嬉しく思います。日本での発表は3年ぶりとなります。山岸くんとは同世代に生まれ、共に同じ熱量・時間をファッションに注いできた友であり、ライバルのような存在です。僕たちのファッションを、今ここで、この生まれ育った日本でまた表現したいと考えています。」



Amazon Fashion “AT TOKYO”について

“AT TOKYO”プログラムは日本のファッションやデザインのコミュニティーへの継続的な支援を目的とし、Amazon Fashion が展開しているプログラムの一つです。このプログラムでは、Amazon Fashion が東京の「今」を象徴するブランドをセレクトし、紹介しています。“AT TOKYO”プログラムは厳選されたブランドが、ショーやインスタレーションなどを自由に披露する「EVENT」(イベント)、各ブランドのプロダクトや、“AT TOKYO”だけの特別なアイテムが購入できる「BRAND STORE」(ブランドストア)、デザイナーやインフルエンサーなど、東京で活躍する人たちが、自身のライフスタイルに欠かせないアイテムをファッション、本、映画、家電など、Amazon.co.jp の豊富な品揃えからセレクトし、紹介する企画「MY

AMAZON」(マイ アマゾン)の主に3つのプロジェクトで構成されています。また、「EVENT」には、ファッションやデザインの専門学校から数百人の学生を招待し、将来日本のファッション業界をリードし、活躍するという夢を追う次世代の皆様への支援も行っています。

Amazon Fashion について

Amazon は、日本でもトップクラスのオンラインファッションサイトに成長しており、お客様の満足度を最大限に向上させるとともに、ファッション業界に貢献することを重視しています。Amazon Fashion は迅速な配送と最長 30 日間無料(一部除く)の簡単な返品サービスを提供しています。2018 年春には、品川シーサイドにファッション専用の撮影スタジオを開設しました。このスタジオでさらに精度の高い写真やビデオをより大規模なスケールで撮影、制作することにより、お客様にサイト上でカラー、カッティング、サイズやテクスチャーなどをこれまで以上に細かくご確認いただけるようになります。幅広い品揃えと快適なお買い物体験を提供するというお約束を実現すべく、Amazon のグローバルな市場規模を活用する機会を提供するなど、継続的にファッション業界への貢献と新しいデザイナーの育成に尽力してまいります。

Amazon について

Amazon は 4 つの理念を指針としています。競合他社ではなくお客様を起点にすること、創造への情熱、優れた運営へのこだわり、そして長期的な発想です。カスタマーレビュー、1-Click 注文、パーソナライズされたおすすめ商品機能、Amazon プライム、フルフィルメント by Amazon(FBA)、アマゾン ウェブ サービス(AWS)、Kindle ダイレクト・パブリッシング、Kindle、Fire タブレット、Fire TV、Amazon Echo、Alexa などは、Amazon が先駆けて提供している商品やサービスです。Amazon について詳しくは Amazon Newsroom (<http://amazon-press.jp>) および Amazon ブログ (<http://blog.aboutamazon.jp>) から。