

TOMMY HILFIGER

F1ドライバー ルイス・ハミルトンとジョージ・ラッセルが、マイアミグランプリで着用 Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY コレクション

メルセデス AMG・ペトロナス・フォーミュラワン・チームのドライバー達がマイアミグランプリで披露



アメリカ発のグローバルライフスタイルブランド、トミー ヒルフィガーは、5月6日に開催されたマイアミグランプリで、ルイス・ハミルトンとジョージ・ラッセルが Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY コレクションを着用したことを発表しました。クラシックプレップにニューヨークのストリートスタイルを反映したこのコレクションは、グランプリのレースウィーク初日にあたる5月4日からトラックサイドで販売しました。

■着用アイテムについて

ルイスはTommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NYコレクションのラガーシャツを、ジョージはホワイトのベースボールシャツを着用。



Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY
ラガーシャツ
¥49,500 (税込)



Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY
ベースボールジャージーシャツ
¥42,900 (税込)

■Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NYコレクションについて

当コレクションはマイアミグランプリの開催に合わせて発売。レーシングとファッション、2つの世界の絆をより強固なものにするるとともに、従来チャンスに恵まれず、光が当たらなかったコミュニティに対する機会創出のためのアクティベーションとして展開されています。

トミー ヒルフィガーが取り組むピープルズ プレイス プログラムの価値観を反映した本コラボレーションでは、クリエイティブ業界で未だ光が当たらないコミュニティに機会を提供することを目的とし、Creatives Want Chance (CWC)と連携して、BIPOC（黒人、先住民、有色人種）の参加者が5月7日に行われるレースへ参加することを実現。CWCのダナー・ハリソン、デイン・トンプソン、ドナルド・フォーリーは、レース前のグリッドでアンジェロ・バクと連携し、コンセプト開発からプロダクションまでコラボレーションをより良いものにするための試行錯誤が繰り返されました。

トミー・ヒルフィガーは、“生涯にわたるF1ファン”としてレースを観戦。90年代からトミー ヒルフィガー ブランドとしてもF1チームのスポンサーを務めながら、レジェンド達のカプセルコレクションを通じてパートナーシップを形にすることで慣習を打ち破り、サーキットにインスパイアされた数々のアイテムを世に送り出してきました。

Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NYコレクションは現在トミー ヒルフィガー公式オンラインストア限定で発売中です。

公式オンラインストア特設サイト

<https://japan.tommy.com/lp/2023/ss/tommyxmercedesf1xawake/>

Tommy X Mercedes-AMG F1 X Awake NY キャンペーン特設サイト

<https://japan.tommy.com/tommy-x-mercedes-amg-f1/>

【ブランド表記】

和：トミー X メルセデス-AMG F1 X アウェイク NY

英：Tommy X Mercedes-AMG F1 X Awake NY

(X はアルファベット大文字)

【お問い合わせ先】

トミー ヒルフィガー カスタマーサービス TEL：0120-266-484

〒100-0011東京都千代田区内幸町2-1-6 日比谷パークフロントビル 16F

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