

2022年9月23日 メッツインゲン

SOFT POWER: パワースーツの新解釈

BOSS、スターが勢ぞろいの 2022 年秋冬コレクションのショーをミラノにて開催

2022 年秋冬コレクション、BOSS はブランドのコア・モットーである Be Your Own BOSS の意味をより深く掘り下げ、スポーツにルーツを持つブランドの豊かな伝統をヒントに、パワー・ドレッシングのアイデアを新たに解釈します。

9月22日の夜、スターが一堂に会するファッションショーをミラノの Velodromo Vigorelli (ヴェロドロモ ヴィゴレリ競輪場)にて開催。アイコンックなアイテムを皮切りに、BOSS のアーカイブから新しい世代のために、BOSS であるということの今日の意味を再解釈したコレクションを発表しました。

本コレクションは、ミラノ・ファッション・ウィーク期間中に集まった 1000 人以上のゲストの前でベールを脱ぎました。ファッションショーが終了後、同じ場所でアフターパーティを開催。DJ Honey Dijon(ハニー・ディジョン)と Orazio Rispo (オルツィオ・リスポ)による DJ パフォーマンスが行われました。

モーターサイクルというパワースポーツからインスピレーションを受け、会場に設置された大きなスチールでできたケージ状の球体が、グラフィックなレーザー光線でドラマチックにライトアップされました。BOSS のカスタムメイドのブラックの衣装を身にまとったバイカーたちは、バイクでランウェイを描き、この球体の中に入り、ファッションショーの背景として、重力をもとめないパフォーマンスがスタート。CLAIM 5 成長戦略の一環として、より若く、よりグローバルな層をターゲットとする BOSS にとっても、今回のショーは再びソーシャルメディア上に素晴らしい瞬間を創出する機会となりました。また、ランウェイでの公開と同時にルックを即購入したいデジタル・ファーストのお客様のために、昨年行われた BOSS x Russell Athletic、そしてドバイのショーで大成功のうちに終わった「See Now, Buy Now (今見て、今買う)」のアプローチをとることを選択しました。

BOSS のキャンペーンスターである Naomi Campbell (ナオミ・キャンベル)、Future (フューチャー)、Khaby Lame (カビー・ラメ)、Anthony Joshua (アンソニー・ジョシュア)そして Alica Schmidt (アリカ・シュミット)に加えて Ashley Graham (アシュリー・グラハム)、Jordan Barrett (ジョーダン・バラット)、Big Matthew (ビッグ・マシュー)、Adut Akech (アデュット・アケチ)がランウェイを歩きました。また、フロントローには BOSS のブランドアンバサダーである Lee Minho (イ・ミンホ)、フレグランスのアンバサダーである Laura Harrier (ローラ・ハリヤー)、J Balvin (J・バルヴィン)、Bella Thorne (ベラ・ソーン)、Ross Butler (ロス・バトラー)、Patrick Schwarzenegger (パトリック・シュワルツェネッガー)、Tinashe (ティナーシェ)そして Tenoch Huerta (テノッチ・ウエルタ)などの顔ぶれがありました。クリエイタ

ーを含むソーシャルメディアのスターYounes Zarou（ヨネス・ザロウ）、Blake Gray（ブレイク・グレイ）、Akamz Twenty（アカムズ・トウエンティ）、Bella Poarch（ベラ・ポーチ）、Chase Hudson（チェイス・ハドソン）、Zach King（ザック・キング）そしてOx Zung（オックス・ザン）も来場。日本からはインフルエンサーのAMIAYA、大平修蔵、そしてYAMATOが会場に姿を現しました。

2022年秋冬のショーは、hugoboss.comだけでなく、複数のプラットフォームでライブ配信され、ヨーロッパ13カ国でライブ配信を通じて即時にアイテムを購入することを可能にしました。BOSSはまた、イギリスではTikTokのライブ配信からフォロワーが直接買い物ができる新機能「TikTok Shop」をプレミアムブランドとして初めて導入しました。

HUGO BOSSのクリエイティブ・ディレクションのシニア・ヴァイス・プレジデントのマルコ・ファルチオーニは、「私たちのアーカイブコレクションはBOSSの心臓部であり、ブランドのレガシーでもあります。私たちは、90年代のBOSSの象徴的なキャンペーン画像からインスピレーションを受け、過去数十年のパワースーツを探求し、新しい世代のためにこれらの作品の力強いムードをどのように捉えることができるかと自問しました。今シーズンは、ソフトパワーのアイデアに惹かれました。着る人を守る柔軟性のない盾ではなく、個性や自由、自己表現の表現となるようなスーツです。今回のコレクションは、1人1人思い描くBOSSの着こなしを表現しています」。

2022年秋冬コレクションでは、特定のキールックにフォーカスするのではなく、様々なシルエットを提案し、個人個人が共感できるようなアイテムを選択するよう促しています。ブランドの完璧なテーラリング技術を駆使し、シルエット、生地、プロポーションに遊び心を加え、リラックスしたシルエットから彫刻的なものまで、オリジナルのパワースーツを様々な解釈したコレクションを提供します。

新しい時代には、パワーという概念は多面的であり、強さはやわらかさから生まれます。伝統的なフルキャンバスのスーツジャケットやレザーのバイクパンツなど、かつてエンパワーメントを象徴するアイテムが、流れるようなフォルムと繊細な素材で生まれ変わりました。

チャコール、クリーム、ブラウンのやわらかな色合いが、ブラック、ホワイト、キャメルのBOSSカラーに加わり、アイコンックなパレットの境界線が広がり始めました。また、大胆なBOSSロゴの進化は、決して立ち止まることなく、自分自身のBOSSであることとは何かを問い続ける、というブランドの決意を示しています。

BOSS 2022年秋冬コレクションは、boss.comと世界中のBOSS Storeで発売中です。

一方、HUGO BOSS の CLAIM 5 成長戦略に沿いデジタルマーケティングを強化する一環として、本日のショーの開催に合わせ、BOSS Japan 公式 LINE アカウント(LINE ID: @bossjp) がスタートいたしました。本アカウントでは BOSS の最新情報やアイテムのご紹介、イベントやキャンペーンのお知らせなどの情報を随時お届けします。

BOSS Japan 公式 LINE アカウントの QR コードはこちら：



本件に関するお問い合わせは下記にお願いいたします：

ヒューゴ ボス ジャパン株式会社

TEL: 03-5774-7670

BOSS.COM

INSTAGRAM: [instagram.com/boss](https://www.instagram.com/boss)

FACEBOOK: [facebook.com/hugoboss](https://www.facebook.com/hugoboss)

YOUTUBE: [youtube.com/boss](https://www.youtube.com/boss)

TIKTOK: [tiktok.com/@boss](https://www.tiktok.com/@boss)