



<Press Release>

2018年2月9日

Amazon Fashion、第三回目となる Amazon Fashion “AT TOKYO”プログラムの参加ブランドを発表

Amazon Fashion Week TOKYO 期間中に東京発のブランドのファッションショーなど特別企画を展開する “AT TOKYO”プログラムにて「AMBUSH」、「mame」、「NEIGHBORHOOD」、および、「TTT_MSW」が東京で初めてのショーを実施

各ブランドのスペシャルアイテムは “AT TOKYO” BRAND STORE で3月19日より販売開始

本日2018年2月9日(金)、Amazon Fashionは、3月19日(月)~24日(土)まで開催されるAmazon Fashion Week TOKYO(AFWT)期間中にAmazon Fashionが独自に実施するプログラムAmazon Fashion “AT TOKYO”の全容を発表しました。第三回目となる今回の“AT TOKYO”は、4ブランドのコレクションを披露する機会を設け、「AMBUSH」、「mame」、「NEIGHBORHOOD」、「TTT_MSW」をセレクトしました。参加するいずれのブランドも東京でのファッションショー実施は今回が初めてとなります。また、前回と同様に、将来ファッション業界でグローバルに活躍するという夢を追う次世代の方にもショーをご覧いただくため、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ます。そして、Amazon Fashionは、“AT TOKYO” BRAND STOREにて、参加ブランドのアイテムを3月19日より各ブランドのショー開催日程に合わせて販売を開始します。BRAND STOREでは、“AT TOKYO”限定のスペシャルアイテムも含まれるほか、前回までの参加ブランドの商品も展開しています。商品の詳細についてはAT TOKYOウェブサイト(<http://www.amazon.co.jp/ATTOKYO>)で随時公開する予定です。

Amazon Fashion



2018.3.19-3.23

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。

「第三回目となる Amazon Fashion “AT TOKYO”に、『AMBUSH』、『mame』、『NEIGHBORHOOD』、『TTT_MSW』と才能あふれるデザイナーの皆様が、ご参加いただけることを大変嬉しく思います。ご参加いただくいずれのブランドも東京でファッションショーを行うのが初めてとなり、東京という場所を介して、今後さまざまな形でさらに発展していく彼らの活動の一環を、Amazon Fashion “AT TOKYO”という形でサポートし、皆様に体感していただく機会をご提供できることにとても興奮しています。また、前回のショーには、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ご招待させていただきました。今回も学生の皆様をご招待し、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継続させてまいります。さらに、このたびご参加いただくブランドの、“AT TOKYO” BRAND STORE 限定となる特別なアイテムを3月19日よりAmazonのお客様に向け販売いたします。ファッション業界への継続的な支援に加え、Amazon Fashion は常に幅広いセレ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。」

“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支援を目的とした、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 が独自の観点から東京の「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。

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。各ブランドのショースケジュールの詳細は2月末に発表の予定です。

AMBUSH (アンブッシュ)

Designer / Visual Director の YOON 氏が音楽プロデューサーVERBAL氏と共に、2008年に試験的なジュエリーラインとしてAMBUSHを発表しました。東京カルチャーをキャプチャーした実験的なジュエリーデザインは、POP ART が根幹となり始まりました。代表作ともいえる POW!モチーフは、世界中のメディアやアーティストから注目の的となっています。ブランドのコンセプト



トを更に表現するために、ジュエリーの「キャンバス」としてアパレルを加え、ユニセックスなコレクションのデザインと進化を遂げています。2015年にはパリで初の展示会を開催し、その後世界のファッションビジネスを中心とするオンラインニュースサイト「Business of Fashion (BOF)」が発表する「ファッション界を変える世界の500人」にVERBAL氏とYOON氏の2人が2015年度と2016年度に2年連続で精選されています。2017年にはモエヘネシー・ルイヴィトングループ(以下LVMH)が、若手デザイナーの育成・支援を目的としたファッションコンテスト「LVMH PRIZE」にてAMBUSHはトップ8のファイナリストに選ばれています。AMBUSHのユニークな技術で造られた唯一無二のスタイルは、各界のインフルエンサーにも絶大の指示を受け、Louis Vuitton (Kim Jones)、sacai、UNDERCOVER、Off-White、SHU UEMURAといったクリエイターやブランドの依頼やコラボレーションを実現させています。2016年9月2日にはブランド初となるショップを東京にオープンし、デザインスタジオを含むクリエイティブな環境でブランドの精神を発信するスペースとして大きな注目を集めています。

AMBUSH Designer/Visual DirectorのYOON氏は、下記のように述べています。
「AMBUSHは2年前からパリでコレクションを披露させて頂いておりましたが、今回のAmazon Fashion Week TOKYO期間中にAmazon Fashion “AT TOKYO”の企画として東京でプレゼンテーションを出来ることを心から嬉しく思っております。ファッションショーという枠にとらわれず、超越したAMBUSHの世界観を皆様にも楽しんで頂けると幸いです。」

mame (マメ)

2010年 黒河内デザイン事務所設立、自身のブランド「mame」を立ち上げ、以後、2014年に毎日ファッション大賞新人賞・資生堂奨励賞受賞、2017年にはFashion Prize of Tokyoを受賞しています。

mameデザイナーの黒河内真衣子氏は、次のように述べています。
「大変光栄な事にこの度Amazon Fashion “AT TOKYO”に参加させて頂くことになりました。2010年にブランドをスタートしてから東京では初めてのファッションショーになります。今までmameに携わってくれた方、いつも大切にしてくれているお客様に届くといいなと思っております。」

NEIGHBORHOOD (ネイバーフッド)

1994年にブランドをスタートさせたNEIGHBORHOODは、様々なカウンターカルチャー等に影響を受け、それらのエッセンスをライフスタイルに落とし込んでいます。現在、NEIGHBORHOODメインラインの他に、キッズラインのNH ONETHIRDやUKカルチャーをベースとするLUKER等を展開。ヘッドショップであるNEIGHBORHOOD HARAJUKUをはじめ、日本全国のセレクトショップから世界中の店舗へとマーケットを拡大しています。

NEIGHBORHOODデザイナーの滝沢伸介氏は次のように述べています。
「1994年のブランドスタート以来、東京ストリートファッションという枠の中で表現できることを続けてきました。今回Amazon Fashion “AT TOKYO”のショーイベントに声をかけていただき正直戸惑いもありましたが、ブランドスタート24年目にして初めてショーに参加させていただくことになりました。当日はNEIGHBORHOODにしかできない表現方法の構想を企画していますので、皆様には是非楽しんでいただけたらと思います。」

TTT MSW (ティー)

TTT_MSWは、デザイナーの玉田翔太氏が文化服装学院在学中19歳の時にスタートしたブランドで、独自のコミュニティーを生かしsummer breakやエキシビジョンイベント(YAGI)などファッション以外の分野でも活動しています。ブランドのテーマに「ジャンルレス、ジェンダーレス、ボーダーレス」を掲げています。TTT_MSWはモダンストリートウェアブランドとして、様々な特殊素材を巧みに使用し、リアルクロージングへの新たなアプローチを試みており、上質なファブリックを採用し着心地、機能性を重視したプロダクト提案を行っています。

TTT_MSWデザイナーの玉田翔太氏は、次のように述べています。
「2013年にスウェット型からスタートし、次シーズンから展示会形式でコレクションを発表。洋服を作りながら、独自のコミュニティーの仲間と共にエキシビジョン、ショートムービーの製作など多方面でのブランドアプローチをしています。TTT_MSWとしてAmazon Fashion “AT TOKYO”に参加させていただくことになりとても嬉しく思います。自分のコミュニティー外の様々な方の目に触れる機会を頂けることに感謝しています。今回のショーでは洋服はもちろん、洋服以外の部分にも様々な工夫を凝らしていますのでそちらにも注目してみてください。若者らしく全力で楽しみたいです。」

Amazon Fashion について

Amazonにとって、ファッションは急成長分野の一つです。Amazon Fashionはファッションアイテムをオンラインで購入して頂けるサービスを提供しており、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は迅速な配送と最大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。なお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オープンします。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、カットイング、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、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。