

TOMMY HILFIGER

トミー ヒルフィガーがメルセデス-AMG ペトロナス フォーミュラワン チーム、
AWAKE NY とのコラボレーションをマイアミグランプリで発表

未だ光が当たらないコミュニティに新しい可能性もたらす
レーシングとファッションのパートナーシップ



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、メルセデス-AMG ペトロナス フォーミュラワン（以下 F1）チームと、ニューヨークのストリートウェアブランド Awake NY とともに、Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY のコレクションとキャンペーンを発表しました。

マイアミグランプリの開催に先駆けて5月4日に発売されたこのコラボレーションは、モータースポーツをインスピレーションに Awake NY の創業者、アンジェロ・バクのスリートウェアへの造詣と、トミー ヒルフィガーが標榜するプレップの感性を組み合わせることで、従来とは全く異なるコレクションが完成しました。



■コラボレーションについて

「私は子供のころから F1 が大好きだったこともあり、このパートナーシップを通じていつも慣習を打ち破ってきた。」と語るトミー・ヒルフィガー。「今回のコラボレーションでもデザイン、そしてより多くの人を受け入れるスピリットを持ち合わせつつ、次世代のレースファンに向けてボードで新しい視点を提案することを目指した。」

F1 のファンで、ルイス・ハミルトンに畏敬の念を抱くアンジェロ・バクは、「トミー・ヒルフィガーのデザインに対する価値観やコミュニティ、カルチャー、マイアミの街に対する想いを息吹として商品にもたらすことで、グランプリ開催を祝うことができた。」と言います。F1 への新しいビジョンを象徴すると同時に、インスピレーション溢れる今回のコレクションが皆さんの手にわたり、想いを共有できることを楽しみにしています。

「トミーのアーカイブへ訪れたことで若いころの記憶がよみがえり、そこで感じたノスタルジアをこのコレクションで表現することができた。」とコメントするアンジェロ・バク。「私の願いは、ストリートウェアとアメリカナをオーセンティックに解釈することだった。ニューヨーク・クイーンズから出てきたエクアドル人の男がルイス・ハミルトンやジョージ・ラッセル、メルセデス-AMG F1 のための服をデザインするなんて夢にも思わなかった。トミーとルイスと一緒にこのプロジェクトを実現できたことは、きっと若いころの自分たちにとって表現することの大切さを気づかせてくれると思う。」



■キャンペーンについて

キャンペーンでは、過去 7 度チャンピオンに輝いた実績を持つ F1 のレジェンドであるルイス・ハミルトン、グランプリのウィナー ジョージ・ラッセル、AWAKE のアンジェロ・バク、そしてトミー・ヒルフィガー本人がそれぞれ持つ「度胸」や「覚悟」、「精神」を紡いだストーリーを描写。写真をエイドリアン・ラケルが、映像をアンソニー・プリンス・レスリーが担当し、トミー・ヒルフィガーとメルセデス-AMG F1 チームのパートナーにはミック・シューマッハが参加しました。

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・ハリスン、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。

「変化はスポーツにとっても人生にとっても避けられないもの。チームとして、サーキットにいるときもいないときも進化し、刺激し合い、挑戦し続けることの大切さを噛みしめています。」とメルセデス-AMG ペトロナス フォーミュラワンの CEO 兼チームプリンシパルのトド・ヴォルフは語りま
す。「私たちはこのコラボレーションがただコレクションアイテムをつくり出すだけにとどまらず、これまで光が当たらなかったコミュニティ出身のクリエイター達をサポートする、このような価値ある取り組みであることを皆で共有できることを誇りに思います。」

※ピープルズ プレイス プログラム：トミー ヒルフィガーの、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た取り組み。

<https://japan.tommy.com/sustainability/diversity-equity-inclusion-initiatives/>

■コレクションについて

ommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY コレクションは、レーシングとニューヨークのストリートカルチャーが持つ美学から着想を得て、アーカイブにある定番アイテムを再構築した7つのジェンダーレスなスタイルから構成されています。



TOMMY x MERCEDES-AMG F1 x AWAKE NY ベースボールジャージシャツ 42,900 円 (税込)



TOMMY x MERCEDES-AMG F1xAWAKE NY T シャツ 29,700 円 (税込)

F1 にクラシックなベースボール ジャージを用いることでアメリカナのエッセンスを取り入れ、マイアミグランプリのためにつくられた T シャツはディーパピンク、エレクトリックブルーレモネードとブラックの3色を展開。ロングスリーブ、ポロシャツ、ベースボール ジャージ、ラグビーシャツには Tommy、Awake NY、メルセデス-AMG ペトロナス F1 チームのロゴが配されています。T シャツ

ツとベースボール ジャージには、ルイス・ハミルトンの「44」とジョージ・ラッセルの「63」のいずれもレーシングナンバーが記され、トミー ヒルフィガーの創業した年があしらわれた「85」は Awake NY によるトリビュートです。

トミー ヒルフィガーのシグネチャーカラーであるレッド・ホワイト・ブルーの組み合わせと、ブラックとホワイトにボルトグリーンを加えた Mercedes-AMG F1 のチームカラーがラインナップします。

「2018年にパートナーシップを開始して以来、私たちはいつもクリエイティビティへの挑戦を続け、互いを尊重し合い、素晴らしいストーリーを共有してきました。この革新的なキャンペーンは多くの注目を集めるコレクションであると同時に、ピープルズ プレイス プログラムや Accelerate 25 につながるステップである。」と、メルセデス-AMG ペトロナス フォーミュラワン チーフ・コマーマーシャル・オフィサー、リチャード・サンダース氏は話します。

Tommy x Mercedes-AMG F1 x Awake NY は、5月4日から Tommy.com にて先行発売中。今後はグランプリが開催される週末より一部のトミー ヒルフィガーストアにて販売予定です（詳細は後日発表予定）。

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/>

【発売日】

-Tommy.com にて 2023 年 5 月 4 日(木)より発売

公式オンラインストア特設サイト:

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

【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/>