



【MCM】創立50周年、新たなラグジュアリーへ

「SMART Luxury」を掲げ、ブランドアイコンを再解釈する「Icons Reinvented」



ドイツ・ミュンヘン発のラグジュアリーブランド MCM は、2026年にブランド創立50周年を迎えます。この節目の年に、新たなラグジュアリーの価値観「SMART Luxury(スマートラグジュアリー)」を掲げ、次世代のライフスタイルに向けたブランドビジョンを提示します。モビリティの進化、デジタル環境の拡大、そして世代の価値観の変化により、ラグジュアリーのあり方は大きく変化しています。こうした時代背景の中で、MCMはこれまで築いてきたヘリテージを基盤に、現代のライフスタイルに応える新しいラグジュアリーの形を提案します。

ミュンヘンで誕生したブランドの歩み

1976年、ドイツ・ミュンヘンで誕生したMCM。1970年代のミュンヘンは、ディスコカルチャーやジェットセットのナイトライフ、アヴァンギャルドなデザイン、そして自由な自己表現が交差する都市でした。その時代背景の中で生まれたMCMは、バウハウスの理念である「Form follows function(形態は機能に従う)」をカルチャーの視点から再解釈し、ブランドのアイデンティティを築いてきました。以来MCMは、1970年代のミュンヘンのクリエイティブシーンから、1980~90年代のニューヨークのヒップホップカルチャー、そして2000年代のK-POPをはじめとするアジアのポップカルチャーまで、時代のカルチャーと共鳴しながらブランドを進化させてきました。

ブランドアイコンを再解釈する「Icons Reinvented」

ブランド創立50周年の取り組みとして、MCMは「Icons Reinvented」を展開します。ブランドを象徴するアイコンバッグを再解釈し、現代のライフスタイルに合わせたデザインへとアップデートします。対象となるモデルには、Stark Backpack、Liz Shopper、Ella Boston、Ottomar Weekender など、MCMを代表するシルエットが含まれます。軽量構造、ハンズフリー機能、モジュール型収納など、現代のライフスタイルに対応する機能性を備えたデザインとして提案します。

新しいラグジュアリーの価値観「SMART Luxury」

MCMが提唱する SMART Luxury は、次の5つの要素を軸にした新しいラグジュアリーの概念です。

Seasonless(シーズンレス)

Mobile(モビリティ)

Ageless(世代を超えるデザイン)

Responsible(責任あるものづくり)

Transformative(変化に適応する機能)



都市、時差、デジタル空間を横断しながら生きる現代のグローバル世代に向けて、機能性と柔軟性を兼ね備えたプロダクトを提案します。また、長く使い続けられることやサステナビリティも、マーケティングの概念ではなく、デザインの重要な要素として位置づけています。

50周年を記念した取り組み

この節目を記念し、MCMは新たな50周年ロゴを発表します。ブランドのレガシーと未来への進化を象徴するデザインです。周年プロジェクトはヨーロッパ、アメリカ、アジアを舞台に展開され、ファッション、音楽、デザイン、スポーツなど多様なカルチャーと交差しながら進行します。その中心には、クリエイターや起業家など、個性と自由な発想でカルチャーを形づくるMCMのグローバルコミュニティ「Mavericks」が存在します。周年のハイライトは、ブランド誕生の地ミュンヘン。オクトーバーフェストの時期に合わせたセレブレーションを予定しており、ブランドのルーツを象徴するイベントとなります。

使用可能なデータにつきましては下記よりダウンロードいただけます。

[Heritage Campaign](#)

ABOUT MCM (Modern Creation München)

1976年にドイツで創業されたMCMは、従来のラグジュアリーに対するオルタナティブとして誕生し、1970年代のミュンヘンで人気を集めた革新的で華やかなライフスタイルに合わせて、個性的で高品質なアクセサリーやアイテムを作り出しました。現在もその独自のスタイルを受け継ぎながら、新しい世代の自立した感性を持つ人々に向けて、次世代のラグジュアリーを提案しています。MCMは現在、ミュンヘン、ベルリン、ロンドン、パリ、ニューヨーク、ロサンゼルス、東京、ソウルなど、世界43カ国にある584店舗で展開されています。

商品お問合せ先

MCM GINZA HAUS 1 〈エムシーエム ギンザ ハウス アイソ〉

TEL 03-4520-7030