

Laforet HARAJUKU 2019 A/W FASHION NEWS

2019 年秋、ラフォーレ原宿のリニューアル

ラフォーレ原宿では、8月下旬を中心に秋のリニューアルを順次実施いたします。今回のリニューアルでは、「原宿らしい個性とクリエイティブの発信」をテーマとし、原宿のファッションの多様性を感じさせるショップを取り揃えます。

大きなORB(オーブ)のロゴが特徴的な外観がラフォーレ原宿の顔ともいえる「Vivienne Westwood Anglomania」は、ブランド内のレーベル統合に伴い、新たに旗艦店「Vivienne Westwood RED LABEL Concept Store」としてリニューアルオープン。また、POP UP SHOP 出店時にご好評をいただいた、時代を反映したガールズカルチャーを応援する「Charles Chaton」はブランド初の常設店をオープンいたします。

このほかにも、注目のショップが続々とオープン。今後のラフォーレ原宿にもぜひご期待ください。



日本初となるレッドレーベルコンセプトストアがオープン！

8.24 RENEWAL OPEN

《1F》Vivienne Westwood RED LABEL Concept Store

(ヴィヴィアン・ウエストウッド レッドレーベル コンセプトストア)

ヴィヴィアン・ウエストウッドが、日本国内で展開するプレタポルテコレクション「レッドレーベル」と「アングロマニア」を1つのコレクションへと統合し、新生「レッドレーベル」を始動いたします。それに伴い、ラフォーレ原宿には日本初となるレッドレーベルコンセプトストアがオープン。日本の旗艦店として、ユニークかつエキサイティングな消費体験を提供すべく、特別なカプセルコレクションも展開いたします。



人気 POP UP SHOP がブランド初の常設店舗出店！

8.23 NEW OPEN

《4F》Charles Chaton (シャルル シヤトン)

2019年3月にブランド初のPOP UP SHOPを出店した際、儚げでガーリーな世界観が人気を博した Charles Chaton が、今回はブランド初となる常設店を出店いたします。Charles Chaton は“girl, forever!”をコンセプトに、ガールズカルチャーに生きる女の子たち、さらに50年後の女の子たちにもキャッチされるようなアイテムとヴィジュアルを発信するガールズブランドです。ラフォーレ原宿店のコンセプトは“My Sweet Home!”。女の子が過ごす何気なくてかわいい日常を表現したショップです。

Charles Chaton



原宿のファッションの多様性を感じさせるショップがニューオープン！

8.23 NEW OPEN

《2F》starblinc (スターブリンク)

“1960年代のポップでキュートな時代”をコンセプトに発色の良いカラーとシルエットにこだわり、懐かしさと未来的な新しさを感じさせるスタイルを発信。本社アトリエ内で縫製するメイドイン東京のワンピースは、独特かつ絶妙なシルエットに仕上がります。starblinc にしかないレトロフューチャーな世界観をぜひお楽しみください。



8月中旬 NEW OPEN

《3F》THICC (チック)

韓国セレクトのレディースアイテムを中心に、スポーティーMIX スタイルやモトーンにこだわらない色づかいのオリジナルスタイルを提案いたします。韓国の最新トレンドをコーディネートで表現。カップルコーデや男女兼用のアイテムも豊富にご用意しております。小物を含め、オールアイテムを販売いたします。

THICC



...and more

報道関係者各位

■ノベルティ

8月23日(金)より、一回のお買上げが10,000円(税込)以上のお客様に、先着で、ラフォーレ原宿オリジナルキーホルダーをプレゼントいたします。

※数量限定につき、なくなり次第終了となります。

※画像はサンプルイメージです。



■ラフォーレ原宿 2019年の広告ビジュアル

ラフォーレ原宿の2019年の年間広告ビジュアルは、アートディレクター・STEVE NAKAMURAが手掛けています。

コンセプト:「NEW CREATURES」ラフォーレ原宿のマルチなカルチャーを表現。さまざまな特徴やキャラクター、ジャンル、スタイル、体型、カラーなど、思うがままに組み合わせ、新種を生み出した。



STEVE NAKAMURA (スティーブ・ナカムラ)

アートディレクター

1973年、ロサンゼルス生まれ。2001年から東京で活動。CENTRAL SAINT MARTINS 卒業。

2015年からラフォーレ原宿の年間広告メインビジュアルのアートディレクターを務める。

きゃりーぱみゅぱみゅのCDジャケットは、2011年のデビューから2016年までの5年間アートディレクションを担当。

2016年に食品サンプルをテーマにした写真集『NEARLY ETERNAL』をCLAIRE DE ROUEN BOOKSで出版。

写真集の展示をロンドンのSELFRIDGESとBOOKMARC(MARC JACOBS)で開催した。

その他、SHISEIDO、NIKEの広告キャンペーンやTIME OUT TOKYOの表紙2号~などのアートディレクションを担当。

T: THE NEW YORK TIMES STYLE MAGAZINE、アイデア、WALLPAPER*、NOWNESSなどにも作品が掲載された。

<http://www.stevenakamura.com/>