

	ブランド名	
1	BALMUNG	<p>デザイナー：Hachi</p> <p>ブランドプロフィール：「都市と人間との関係の中から触発され循環する過程である。都市と人間との関係の中から触発され生産された結果である。都市と人間との関係の中から触発され原動力とする探求である。都市と人間との関係の中から触発され積み重なる研究である。」</p>
2	BODYSONG.	<p>デザイナー：非公開</p> <p>ブランドプロフィール： IMPROVISATION HI-TECH CLASSIC WORLD HUMANBEING</p>
3	DISCOVERED	<p>デザイナー：木村 多津也／吉田 早苗</p> <p>ブランドプロフィール： 2001年からミュージシャン・DJ・役者などのアーティストにオーダーメイドの洋服製作を開始しDISCOVEREDをスタートさせる。 2010 SPRING&SUMMER COLLECTIONよりRUNWAY形式のSHOWを発表。リアルクローズを基に、モードからストリートまで幅広い独自の視点で、リアリティかつオリジナリティ溢れるコレクションを展開。 また、[Opposition mix up]のコンセプトをかけた、相反するテイスト・デザインの融合、ジャンルレスのデザインを目指す。</p>
4	DRESSEDUNDRESSED	<p>デザイナー：北澤 武志</p> <p>ブランドプロフィール： 2009年DRESSEDUNDRESSEDを設立。2012年Mercedes-Benz Fashion Week TOKYOにてコレクションデビュー。2013年London Fashion Week 会期中に開催された国際ファッション・ウールマーク・プライズのファイナリスト、世界の6ブランドの1つに選出され、カプセルコレクションを発表。DRESSEDUNDRESSEDはVOGUE Italia 編集長 Franca SOZZANI 推薦によるスペシャルエントリーによるもの。国際ファッション・ウールマーク・プライズは1953年に創設、当時無名だったイヴサンローランとカールラガーフェルドを発掘したコンテストをよみがえらせるもの。2013年第5回 DHLデザインアワードを受賞。Mercedes-Benz Fashion Week TOKYO 14 S/Sに参加する36ブランドの中から選出。</p>
5	HARE	<p>デザイナー：ハレ デザインチーム</p> <p>ブランドプロフィール： 衣食住があるようにHAREではシロ／クロ／グレイジュがある。生活において遊びや刺激が大切なように、HAREでは色や柄、その時代のブームを表現する。生活の一部であることをコンセプトに“ベーシックライン”と“自分達感覚”で提案するブランド。</p>
6	KoH T	<p>デザイナー：糺 泰佑</p> <p>ブランドプロフィール： 「歴史を紡ぎ未来を創るブランド」 ・アーティストとの取り組みでストーリーを共有する ・伝統技術の復活と新技術の開発 ・持続可能なものづくり</p> <p>生地の開発、色の抽出、新たなパターンの開発、上質な仕立て、その全ての組み合わせがKoH Tクリエイティブチームのストーリーによって組み立てられる。一点の洋服へのこだわりとスタイリングが、過去から未来への精神的ストーリーで紡がれたコレクションを発表。</p>

7	MITSURU OKAZAKI	デザイナー：岡崎 満 ブランドプロフィール： 2018 A/W MITSURU OKAZAKI 開始
8	Nobuyuki Matsui	デザイナー：松井 信之 ブランドプロフィール： 好奇心からくる探究心を基にシーズン毎、自由なテーマで洋服を製作している。特に技術や伝統を大切に、そこから生まれる確かな美を意識しながらもコンセプトで安心感を与えてくれる服を提案する。 2016年 アトリエを東京に構え、以後3シーズンBespoke wearとして受注生産主体のコレクションを発表。 2017年 Spring Summer collection2018よりReady to wearの展開をスタート。
9	RequaL≡	デザイナー：土居 哲也 ブランドプロフィール： Re:quaL≡ (リコール) Re:quaL≡ Re:時の単位 / :equal = 常に = 等しく(≡)
10	RPKO	デザイナー：中川 美智子 ブランドプロフィール： ロシア語で明るみや鮮烈という意味を持つルプロ "Bright Steps"をコンセプトにあなたの一歩を光に導き、少しだけ背中を押してくれるスタイルを提案。 女性が持つ強さと木漏れ日の様な暖かさに心地よい違和感を加え表現。
11	SHINYAKOZUKA	デザイナー：小塚 信哉 ブランドプロフィール： ロンドン在住時に出会った古着や風景、生活に影響を受け、クリエイションに反映している。 「全ての物事は明瞭である必要は無い」という思いから"BLUR", "VAGUE", "UNCLEAR", "HIDDEN"をメインキーワードに、新たな価値観をファッションに追い求めている。
12	tiit tokyo	デザイナー：岩田 翔 / 滝澤 裕史 ブランドプロフィール： 「日常に描く夢」をコンセプトに、独特な世界観から描き出された上品かつ叙情的なコレクションを発表。産地とともに作り上げる繊細な色使いの素材をデザインに落とし込み、洗練されたコンテンポラリーウェアを展開。