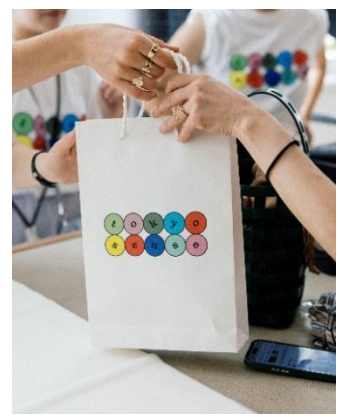


世界に広がる日本のものづくりの魅力 ファッションウィーク中のイベントに世界のファッション関係者約500人が来店！ ルミネ「tokyo sense」パリPOP-UP盛況のうちに閉幕 POP-UP開催期間：2026年6月14日（日）～7月7日（火）

株式会社ルミネ（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：表輝幸）は、6月14日（日）～7月7日（火）までパリでオープンした「tokyo sense」POP-UPを終了しました。厳しい猛暑と外出制限下にもかかわらず、パリ・メンズファッションウィーク中の6月26日（金）に開催した関係者イベントには想定の2倍を超える約500名のファッション関係者が来店。韓国、アメリカ、イギリスなど海外の有力バイヤーが連日訪問し、ブランドを横断して3,000€超（約55万円※2026年6月26日時点）を購入するケースも複数見受けられました。「インテリア・コスメ・ファッションまで日本ブランドを一度に買える場は前例がない」「知らなかった日本ブランドに出会えた」とメディア・バイヤー双方からも高く評価いただき、日本のものづくりとファッションカルチャーへの関心の高さを裏付ける確かな成果を得ることができました。



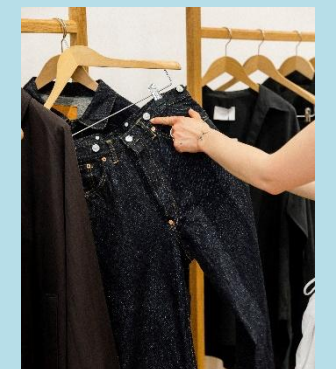
■ 現地でファッション関係者の反応・手ごたえ

パリ・ファッションウィーク期間中、「tokyo sense」の情報はSNSや口コミでまもなく間に広がり、世界各国から訪れたバイヤーやプレスが連日来店しました。短期間のPOP-UPにもかかわらず、リピート来店する方も。とりわけ、日本ならではの編み技術を生かしたニットや丁寧な仕立ての長袖シャツ、シンプルながら素材と縫製の良さが伝わるカットソーなどが好評でした。

実際に商品を購入したバイヤーは、「ショールームではなく、“その場で購入できる”形で日本ブランドを一度に体験できるのは新鮮。ずっと待っていた、これまでにない店。」とコメント。既に知られている日本ブランドを目当てに来店したデザイナーからも、「いまの日本のものづくりを象徴する新しいブランドに出会えた！」と喜びの声も。「着心地や縫製の美しさなど、細部への配慮が素晴らしい。」「シンプルでありながら存在感があり、長く愛用できるデザイン」といった声が寄せられ、日本のものづくりの質の高さが改めて評価されました。「このクオリティでこの価格とは、信じられない」と感激され、複数ブランドをまとめて購入される方も多くいらっしゃいました。

来場者からは「商品だけでなく、店舗空間にも日本の精神性が息づいている」との声が寄せられ、障子をモチーフにしたハンガーラックをはじめとするシンプルで洗練されたインテリアにも注目が集まりました。

ルミネがハブとなり、複数ブランドをキュレーションすることで、まだ世界に知られていない新しい日本のファッション・ものづくりの魅力が発信され、評価されています。初の海外展開となるブランドでも、完売アイテムが生まれ、海外バイヤーから新規取引のオファーが届くなど、ブランドの販路拡大にもつながっています。



■ 取り扱いブランドの声

「Instagramへの海外からのDMが急に増えて驚いた。実際にイギリスのセレクトショップとの取引が決まった」
「欧州では初めての展開だったが、現地で高い評価を受けて嬉しい。海外ビジネスへも自信がついた。」
「現地ショールームはあるが、単独の小売り展開はハードルが高い。POP-UPがあることで、今シーズンの展開も次のシーズンの展開もどちらも見せられることがメリットだった。」



株式会社ルミネ 代表取締役社長 表輝幸 コメント



パリで開催した「tokyo sense」では、日本のものづくりに込められた精神性や、つくり手の細部へのこだわり、相手を思いやる姿勢が、多くのお客さまの共感呼びました。この反響は、日本の価値観や美意識が国境を越えて受け入れられることを改めて実感する機会となりました。

一方で、日本の伝統産地では後継者不足という大きな課題に直面しています。今回の取り組みは、その価値を世界に届け、新たな可能性を切り拓く第一歩になったと考えています。

「Global & Sustainable」のビジョンのもと、日本の歴史が育んできた美意識を現代のライフスタイルへとつなぎ、世界との共創をさらに広げていきます。そして、つくり手の技と文化を未来へ継承していくため、これからも挑戦を続けてまいります。今回このプロジェクトに関わってくださったすべての皆さまに、心より感謝申し上げます。

「tokyo sense」クリエイティブパートナー Andreas Murkudis (アンドレアス・ムルクディス) 氏 コメント

2025年7月に表社長と初めて出会い、プロジェクトの提案を受けたとき、私たちは瞬時にお互いのものづくり理念に共感しました——これは本当に特別なことです。その最初の瞬間から、私たちのビジョンと情熱は一致し、チームとして心から一丸となり、共に歩んできました。パリで過ごした数週間を思い返し、わずか1年足らずの協働で「tokyo sense」が形になったことを思うと、今でも喜びで胸がいっぱいになります。「tokyo sense」が、ブランドの背景にいる人々と世界中のファッション関係者、そしてお客さまをつなぎ、まだ知られていない日本ブランドが大きな驚きを生み出す様子を目の前で見ることができたことはこの上ない喜びです。ヨーロッパ側、日本側の双方から寄せられたフィードバックは圧倒的にポジティブでした。このようなプロジェクトを任せ、あらゆる面で発展させることができるのは計り知れない励みになります。ルミネとのパートナーシップの継続により、次回、東京で、このすばらしいプロジェクトを日本の皆様にご紹介できることを心から楽しみにしています。



「tokyo sense」プロジェクト 今後の展望

ルミネは今回のパリ開催で得たグローバルネットワークと知見をもとに、2027年春、東京で日本初の「tokyo sense」を開催します。「tokyo sense」は単発のPOP-UPではなく、場所を変え、形を変えて続いていく、世界と日本をつなぐプラットフォームです。日本のみなさまへ、新たな価値をお届けできることを、楽しみにしています。今後もルミネは、日本と世界をつなぐハブとして国内外の拠点を連携させたグローバルネットワークを強化し、日本ならではの価値を継続的に世界へ発信してまいります。

■ 関連サイトリンク

ルミネ ホームページ : <https://www.lumine.co.jp/>

tokyo sense Instagram : https://www.instagram.com/tokyo_sense/

＜一般のお客さまからの問い合わせ先＞
ルミネ・ニューマン代表電話：03-5334-0550