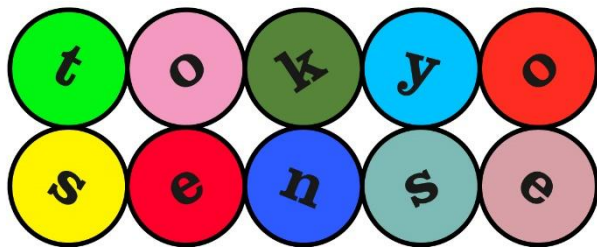


パリ・ファッションウィーク期間中、ATON、suzusanなど
こだわりの約30の日本ブランドが集結
ルミネがパリに初進出！「tokyo sense」POP-UP開催
POP-UP開催期間：2026年6月14日（日）～7月7日（火）

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、日本ブランドの魅力を世界に発信する「tokyo sense」プロジェクトの一環として、パリ・ファッションウィーク期間中、フランス・パリにてPOP-UPを開催します。

本イベントでは、日本の伝統やものづくりの精神を現代的に表現する、約30の日本ブランドが集結。日本と世界をつなぐ場として、日本の伝統文化やものづくりの魅力を発信します。

ルミネは「日本のルミネから、世界のLUMINEへ」を掲げ、世界と日本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の構築を進めています。今回、ファッションの成熟したマーケットであるパリでPOP-UPを開催し、文化やライフスタイルの違いを踏まえながら、日本の価値を世界に向けて発信していきます。



POINT

- ・日本ブランドの魅力を世界に発信するプロジェクト「tokyo sense」がフランス・パリで始動！
- ・ルミネ初！パリ・ファッションウィーク期間中に、約30の日本ブランドが集結するPOP-UPを開催
- ・世界的なクリエイティブディレクターアンドレアス氏らパートナーとの連携

プロジェクト背景

ルミネは世界と日本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の構築を進めています。本プロジェクトはその一環として、日本のブランドやものづくりの魅力を世界へ継続的に発信していく取り組みとして企画されました。本プロジェクトのコンセプトは「Japan Sustain —Timeless and Evolving—」。日本が古くから培ってきた精神性や、細部にまで宿る職人のこだわりといった流行に左右されない本質的な価値（Timeless）と、現代のライフスタイルやニーズに合わせて柔軟に進化し続ける日本のものづくりの強さ（Evolving）を融合し、日本文化の奥深さと現代に息づく魅力を世界に発信します。

その取り組みの一つとして、ものづくりや美意識への理解が深いファッションの都・パリでPOP-UPを開催します。文化的背景やライフスタイルの違いを感じ取りながら、日本ならではの価値を世界へ紹介し、今回の取り組みを起点に今後の展開へとつなげていきます。

POP-UP概要

本POP-UPでは、日本の伝統やものづくりの精神を現代的に表現する、こだわりの約30の日本ブランドが集結。パリ・ファッションウィーク期間中にあわせて開催し、ファッションやクラフト、ビューティーなど多彩なカテゴリーを横断し、日本ならではの美意識や価値観を体感できる場を創出します。

【開催概要】

店舗名：tokyo sense

期間：2026年6月14日（日）～7月7日（火）

場所：パリ・マレ地区

16 Rue des Minimes, 75003 Paris, France



セレクトブランド一例

日本の伝統やものづくりの精神を現代的に表現する、こだわりの約30の日本ブランドが、ルミネのパートナーであるアンドレアス・ムルクディス氏とともに選定し、パリPOP-UPイベント「tokyo sense」にて集結します。ファッションやクラフト、ビューティー、ジュエリー、アートブックなど多彩なカテゴリーを横断して日本ならではの価値を発信します。

■取り扱いブランド

AKIO NAGASAWA Gallery | Publishing / amachi. / AOIRO / ATON / AUTTAA / Chinoko Sakamoto / DRESSEDUNDRESSED / ÉCHAPPER / Edo-ya / FETICO / IKIJI / KAPTAIN SUNSHINE / KIMURA GLASS / maison koichiro kimura / MARUHIRO Inc. / Nomàt / seya. / SHIHARA / shinkai jewelry / SHOYEIDO INCENSE CO. / ssstein / suzusan / UJOH / uka / yahae and more... ※アルファベット順

ATON / エイトン

ATON（エイトン）は2016年、久嶋康晴がスタートしたブランド。原材料から仕上げまで生産者と密に連携し、見える生産背景のもとで服づくりを行う。「あ」から「ん」までを意味するブランド名の通り、素材の魅力とシンプルで美しくストレスフリーな着心地を追求したコレクションを展開。



suzusan / スズサン

400年の歴史をもつ有松鳴海絞りを背景に、伝統技術と現代の感性を融合させたブランド。職人の手仕事を生かしながら、世界に向けて新しいテキスタイルと衣服の可能性を提案しています。



uka / ウカ

うれしくて、うつくしいほうへ。うれしいを、ひとつでも多く。ウカがずっと大切にしてきたことです。香り、色、使いごち、原料への安心感、地球への思いやり。この積み重ねが、うつくしさへと羽化していく。一人でも多くの人が自分らしく輝けるように。人と地球に「うれしい」を巡らせつづけます。



maison koichiro kimura / メゾンコウイチロウキムラ

400年にわたる家業による伝統技術と最先端ハイテクノロジーとの融合でアート、プロダクト、インテリア、空間等、メゾンや美術館、世界的レストランと多くのアヴァンギャルドなプロジェクトを行っている。



SHIHARA / シハラ

デザイナー石原勇太によって2010年に設立されたファインジュエリーブランド。不可欠とされてきた構造そのものをデザインに取り込み、ジュエリーの意義や目的を再構築することで、身につける人と身体的・心理的に結びつく本質的な視座を提示します。



MARUHIRO Inc. / マルヒロ

土から始まり、一つの商品になるまでたくさんの人達が関わる波佐見焼は、400年以上に渡り受け継がれてきました。昭和32年、露天商に始まったマルヒロは、長崎県の工芸品「波佐見焼(はさみやり)」の食器やインテリア雑貨を企画している、工場を持たない陶磁器メーカーです。



「tokyo sense」プロジェクトでは、日本ブランドの世界発信を実現するため、国内外で高い評価を受けるアンドレアス・ムルクディス氏をはじめとするグローバルなパートナーたちと連携。アーティストやファッション、デザイン、工芸の知見を活かした多角的な視点で、日本のものづくりと独自の美意識を世界のマーケットに向けて紹介します。ルミネは、この協業を通じて、国境を越える新たな価値創出に挑みます。

Global Strategy Vision for International Expansion

パートナーと共に 日本のルミネから世界のルミネへ

グローバルネットワークをいかしたルミネならではの協業により、
新たなライフバリューを創造し、世界に向けて発信する

Globality

世界と日本をつなぐハブへ

LUMINEがハブとなり、日本の価値（固有の精神性や文化）の再発見・世界への発信と世界の価値（未知の文化やトレンド）の新発見・日本への紹介

Locality

ローカライズの推進

ローカリティの追求が「そこにしかない独自価値」を磨き上げ
グローバルにおける確固たる独自価値へ

Expanding Beyond Borders



フランス・ヨーロッパの
ブランド、クリエイター、バイヤー

クリエイティブパートナー



Andreas Murkudis

社内アドバイザー



株式会社ルミネ
顧問
齋藤 峰明



日本が世界に誇る
ブランドやものづくり



「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）

2002年にベルリンで設立されたセレクトショップを運営する、世界的なバイヤー兼リテラー。2011年にベルリン・ティアガルテン地区の旧印刷工場にオープンした現店舗では、落ち着きのある広々とした空間で、ファッション、デザイン、インテリアをミックスして提案。シンプルで洗練された世界観で知られ、上質で長く使えることを大切に、厳選のセクションを展開している。



株式会社ルミネ 顧問 齋藤 峰明

株式会社ルミネ顧問、元エルメスパリ本社副社長、1998年よりエルメスジャパン代表取締役社長として日本でのエルメスの発展に貢献。現在パリと東京をベースに、企業のブランド戦略のコンサルティングほか、伝統産業や地方再生の支援活動を行う。

【株式会社ルミネ 代表取締役社長 表 輝幸コメント】

ルミネはこれまで、シンガポールにグローバル旗艦店を構え、東南アジアから世界に向けてライフバリューを提案してまいりました。そしてこのたび、世界のファッション文化の中心地であるパリへ進出いたします。日本には、世界に誇るべき価値があります。長い歴史の中で培われてきた、四季の移ろいとともにある美意識や感性、細部にまで宿る緻密さと高い技術力、そして現代のライフスタイルに合わせて進化し続ける自由なファッションカルチャー。これらは、単なる文化ではなく、これからの時代においてこそ求められる“生き方の価値”であると考えています。私たちは、こうした日本の価値を、100年先、さらには1000年先へとつないでいく責任があります。その実現に向けた新たな挑戦の場が、今回のパリでの取り組みです。欧州ファッション業界において確かな影響力を持つアンドレアス氏とのパートナーシップのもと、ルミネならではの視点で編集したファッション、クラフト、カルチャーを、パリから世界へ発信してまいります。この挑戦を通じて、日本の価値が世界とつながり、新たな可能性が広がっていくことを確信しています。

【Andreas Murkudis氏コメント】

このプロジェクトは、日本のブランドやモノづくりのすばらしさを、世界のお客さま、バイヤー、メディア、業界関係者へ紹介できる機会です。tokyo senseというプラットフォームを通じて、ヨーロッパではまだ広く知られていない日本ブランドに対する認知を広げ、手に取りやすい環境をつくりたいと考えています。ファッションだけでなく、インテリアや書籍など、異なるカテゴリーを組み合わせることで、豊かで奥行きのある体験を提供します。私は日頃からさまざまな都市を移動し、多くのプロジェクトを見ていますが、スピードや話題性が重視される一方で、本質的な何かが欠けていると感じることも少なくありません。今回私が参画を決めたのは、ルミネとならば、単なる販売の場ではなく、ものづくりの背景や価値が伝わる本質的な提案ができると考えたからです。明快なセクション、そして日本のブランドや作り手がきちんと理解されるための“余白”をつくること。その先にこそ、本当の価値があると思っています。



関連サイトリンク

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

＜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