

2023年度 中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業
調査レポート

パリのメンズ・アパレル展示会の概要と 今シーズンのトレンド

(2023年7月)

日本貿易振興機構(ジェトロ)
パリ事務所

海外展開支援部

報告書の利用についての注意・免責事項

本報告書は、日本貿易振興機構（ジェトロ）パリ事務所が中小企業海外展開現地支援プラットフォームコーディネーター・ミリアム・モハメッドに作成委託し、2023年7月に入手した情報に基づくものであり、その後の法律改正などによって変わる場合があります。掲載した情報・コメントは作成委託先の判断によるものですが、一般的な情報・解釈がこのとおりであることを保証するものではありません。また、本報告書はあくまでも参考情報の提供を目的としており、法的助言を構成するものではなく、法的助言として依拠すべきものではありません。本報告書にてご提供する情報に基づいて行為をされる場合には、必ず個別の事案に沿った具体的な法的助言を別途お求めください

ジェトロおよびミリアム・モハメッドは、本報告書の記載内容に関して生じた直接的、間接的、派生的、特別の、付随的、あるいは懲罰的損害および利益の喪失については、それが契約、不法行為、無過失責任、あるいはその他の原因に基づき生じたか否かにかかわらず、一切の責任を負いません。これは、たとえジェトロおよびミリアム・モハメッドに係る損害の可能性を知らされていても同様とします。

本報告書に係る問い合わせ先：

ジェトロ・パリ事務所

E-mail : info-prs@jetro.go.jp

日本貿易振興機構（ジェトロ）

海外展開支援部 戦略企画課 個別支援班

E-mail: Platform-bda@jetro.go.jp

The logo for JETRO (Japan External Trade Organization) is displayed in a large, bold, serif font. The letters are black and set against a white background within a rectangular border.

はじめに

新型コロナウイルスは一応収束しましたが、ロシアによるウクライナ侵攻により経済が打撃を受け、世界的な景気回復への道のりはまだ長いのが現況です。この状況下でも海外市場開拓を目指し、海外展示会出展を視野に入れる日本ブランドが多いのも現実です。

[「パリのレディース・アパレル展示会の概要と業界のトレンド」](#)に続く第2弾として、メンズ展示会の現況、および業界のトレンドをレポートにすることにより、欧州市場開拓を目指すメンズ・ブランドの今後の戦略において有益な情報になれば幸いです。

本レポートではパリで開催されるメンズ・アパレル展示会の中でも力を増しているウエルカムエディションに重点を置き、出展者へのヒアリング等により現場の声をお届けします。同展示会は、原則として出展ブランドとのアポイントをバイヤーとして事前に登録しなければ会場に入れなため、他の展示会と比較すると情報を得にくい展示会といえます。

あわせて、別の調査レポート[「ウィズコロナにおける欧州アパレル市場（フランス中心）の現状とブランドの海外販路開拓での課題」](#)と[「ファッション分野の海外販路開拓における年間活動計画」](#)をご覧くださいと、展示会出展前にブランドとして行うべきことが理解いただけて、効果的な展示会出展になるのではないかと考えております。

2023年7月
ジェトロ・パリ事務所

パリのメンズ・アパレル展示会の概要

パリ・メンズ・ファッション・ウィーク中に開催されたメンズのアパレル2024年春夏展示会は意欲に溢れ、パリでコレクションを発表できることに喜びを感じる出展者により明るい雰囲気の中で開催された。展示スペースの広さとブランド数の多さ、特に若いブランドが多く出展していたのは、ウエルカムエディション（WELCOME EDITION）であった。英国の有名エージェントやデザイナーにより2018年にパリにて立ち上げられた同展示会は、ニューヨークでも開催されており、当初はアングロサクソン市場のバイヤー以外には認知度の低い展示会であったが、2020年1月展から出展者数ではトラノイ（Tranoi）を追い越した展示会である。

トラノイとマン/ウーマン（MAN/WOMAN）展示会は新型コロナ危機以前の水準には戻っておらず、マン/ウーマンは、2019年はヴァンドーム広場の2会場で開催していたのが1会場に、トラノイは伝統的に会場となっていたパリ証券取引所会場ではなく、パリ市内の文化センターでの開催であった。

1. マン/ウーマン（MAN/WOMAN）

会 期：	2023年6月23日～25日
場 所：	パビヨン・ヴァンドーム 7, Place Vendôme 75001 Paris
主 催 者：	GENDER
連 絡 先：	antoinefloch@manwomanshows.com
U R L：	https://manwomanshows.com/
出 展 者 数：	74（うち日本ブランド27、ジャンブル・ショウルーム8ブランド含む）
出 展 物：	洋服、ファッション・アクセサリ、バック、靴などの2024年春夏コレクション
開 催 頻 度：	年に4回、1月と6月（パリ）、2月と7月（ニューヨーク）

日本ブランドに人気の同展示会はパビヨン・ヴァンドームの地上階および地下1階のスペースで開催、常連ブランドと若干の新規ブランドが出展した。主催者によるとブランド数をこれ以上多くする予定はなく、現在の70ブランド程度で魅力的な展示会を維持できると考えている。同社の常駐スタッフは4名と小規模で運営されている。常連のナナミカ、HAVERSACK、SAGE DE CRET、FDMTLも含めた計27の日本ブランドが出展していた。また、過去にも出展していた東京の[ジャンブル・ショウルーム](#)が8ブランドを率いての出展となった。

出展ブランドへのヒアリング

- 英国のゴルフウェアブランド

ゴルフウェアに特化した2019年設立の英国のブランド。アジアと米国市場ではすでに販売されている。バイヤーの反応も良く、ギャラリー・ラファイエット、[Beaubien](#)、[END](#)から引き合いがあり、出展に満足していた。

- フランスのジャージー素材製品を扱うブランド



2011年に設立されたジャージー素材を中心とし、刺しゅうを施したクラシックではあるが確かな品質の商品を提供するブランド。同ブランドは6月13日～16日にイタリア・フィレンツェで開催されたピッティ・ウオモ (Pitti Uomo) にも出展していた。マン/ウーマン出展は新規顧客発掘を目的としており、既存顧客はエージェントにより運営されるパリ市内のショールームでオーダーを取っていた。

(執筆者撮影)

- 日本のアパレルブランド

マン/ウーマン常連出展の日本のブランド。時代に流されず、品質へのこだわりや自分らしさを大事にする、洗練された大人向けの商品で、大人の上品なワードローブを取り扱うフランスの[BEIGE Habilleur](#)を始めとして、欧州での取り扱いも多い。欧州ではマン/ウーマンのみの出展であるが、優良バイヤーはパリに来るので問題ないとのこと。点数は少ないものの、レディース・コレクションも発表。

- 日本のデニムブランド

比較的手ごろな価格でフランスでも [Centre Commercial](#)、Beaubien、[Royalcheese](#) などですでに販売されている。既存顧客はフランスのみならず、カナダからもブースに来てオーダーをしてくれた。今回の展示会では大型オーダーもあり、大変満足していた。



マン/ウーマン会場内（執筆者撮影）

2. トラノイ (Tranoi)

会 期：2023年6月22日～25日
 場 所：Gaité Lyrique 3bis, rue Papin 75003 Paris
 主 催 者：TRANOI EVENTS
 連 絡 先：sales@tranoi.com
 日本代理店 津島氏 tad.tsushima@tranoi.com
 U R L：<https://www.tranoi.com>
 出展者数：約56
 出展物：洋服、ファッション・アクセサリ、バック、靴などの2024年春夏コレクション

トラノイ展示会は前回からまた新たな場所に移り、マレ地区のカルチャー・センター「Gaité Lyrique」で開催された。新興ブランドのプロモーションに力を入れる海外の政府、業界団体などが支援するブランドが大部分で、ベルリン・ショールーム、ポルトガル・ファッション、ソウル・ファッション・ウィークなどが団体出展をしていた。主催者によると度重なる場所の変更によるバイヤーへの影響はなかったとのことである。日本ブランドは初出展の**BRIIIDGE**のみであった。9月のレディース展には、常連のPunto d'Oro、shinyasekiを含めすでに12ブランドが申し込んでおり、在東京のエージェント起用の効果もでてきている。出展者にヒアリングした際に話に出た来場バイヤーはボンマルシェ、[H.Lorenzo](#)、[Allan Joseph](#)、ビームスなどであった。

出展ブランドへのヒアリング

- ソウル・ファッション・ウィーク



同展示会はレディース・コレクション時の3月展と10月展にソウル・ファッション・ウィークとのパートナーシップにより韓国ブランド出展、およびショーを開催しているが、今回初めてソウル市はメンズコレクションの支援



を行った。トラノイの世界観に近い6ブランドが黒壁の洗練された空間にマッチするナチュラルテイストの黒系と若干の白を使ったコレクションを発表した。地下のソウル・ファッション・ウィークの共同ブースでは、人気のストリートウェアブランドの [Ajobyajo](#) が牽引する形でブースへのバイヤー誘致を促していた。

ソウル・ファッション・ウィーク（執筆者撮影）

また、Kolon Sportグループの釣りからインスピレーションを得たアウトドアウェアのWeather Monster とライフテックブランドLTEKSは地上階で出展していた。



Weather Monster (執筆者撮影)

スポーツ感覚のコレクションで特にアジアでは広い販路を持つWeather Monsterはバイヤーからの人気も高いブランドである。フランスのブランドAigleに少し似た雰囲気を持つコレクション。

- チャイナ・ファッション・アソシエーション

2ブランドが展示していたが、そのうちの1ブランドはそのオリジナリティによりバイヤーから人気のあったブランドの一つであった。ロサンゼルスH Lorenzo、ビームスがオーダーしたようだが、非常に手頃な価格である。



(執筆者撮影)

- ポルトガル・ファッション

[Showroom Brandin](#)に委託した5ブランドのトラノイ出展はアジアに顧客を持つ1ブランドを除いて成果はあまりなかった模様。主催者に有料の特別ニュースレター送付を依頼したようであるが、その効果は感じられなかった。



成果があったブランドはすでに何度もパリの展示会に出展しており、着実に顧客をつけてきている。今回はデニム・パッチワークのシャツとバーミュダーのオーダーがアジア、欧州と場所を問わず人気があった。

(執筆者撮影)

- ベルリン・ショールーム

同ショールームは長年パリ市内にて単独ショールームを開催していたが、今回は新興7ブランドを率いてトラノイに出展。事前に特別な広報は行っていなかった。

- フランスのアパレルブランド



自身の名を冠したブランドの立ち上げから15年以上経つブランドが、2021年に新しくジェンダーレス、セクシュアリティや社会規範から解放されたファッションの世界を探求し、男性の着こなしのコードを再定義するブランドを立ち上げ、トラノイにて発表。同ブランドはアジア、北欧、北米に販路を求める。マレ地区にある旗艦店にて同ブランド商品のコーナーを設ける予定。

(執筆者撮影)

3. ウェルカムエディション (WELCOME EDITION)

会 期： 2023年6月22日～25日
場 所： 28, rue de Lappe 75011Paris
主 催 者： Welcome Edition
連 絡 先： https://www.welcomeeditionshowroom.com/a/pf_preview?id=39816a62-c530-4489-8d27-a26fae3e764e
U R L： <https://welcomeeditionshowroom.com>
出展者数： 137
出展物： 洋服、ファッション・アクセサリ、バック、靴などの2024年春夏コレクション

同展示会へのアクセスはバイヤー登録が必須。登録をするとアポイントを入れたブランドのニュースレター等が送付される。従って登録時からブランドにはバイヤー情報が転送されるシステムで他の展示会では行っていない。

出展ブランドはストリートウェア、カジュアルラインが多く、マン/ウーマンのメンズの競合展示会である。HOMECOREなどマン/ウーマン展示会の常連ブランドがここ2シーズンはウェルカムエディションに鞍替えして参加している。出展ブランドは往々にして満足しており、ピッティ・ウオモにも出展、もしくは過去のマン/ウーマン展示会出展ブランドもあり、出展者同士の横のつながりにより明るい雰囲気での展示会であった。主催者はロンドンでBrand Progressionというセールス・エージェント、コンサルティング会社を20年以上運営しており、同社の顧客ブランドも多く出展している。

日本ブランドも多く出展しており、その一部は以下のとおり。

- Pure Blue Japan : www.purebluejapan.jp
- Japan Blue Jeans (桃太郎ジーンズ) : <https://momotarojeans-store.com/>
- マル・サンカク・ペケ (ステュディオ・ダ・ルチザン) : <http://www.dartisan.co.jp/>
- SAMURAI JEANS : <https://www.samurai-j.com/>
- ts(s) : <http://notsohardwork.com/tss.html>
- SAUVAS : <https://seuvas.jp/> ※倉敷産帆布を使用したコレクション
- フラワー・マウンテン : <https://flower-mountain.co.jp/>

出展ブランドへのヒアリング

● フランスの中堅ブランド

既存バイヤーとのアポイントはパリ市内のショウルーム、ウエルカムエディションは日本、韓国の新規バイヤー獲得のために出展している。同ブランドは1992年設立と歴史もあり、メルシー、Centre Commercialなどパリのブティック、フランス地方にも多くの顧客を持つ。今シーズンの売れ筋はTシャツ、ポロシャツ、ベーシックなトレーナー、ストレートパンツなど。2024SSではポルトガルの工場とのコラボによる有機リネンの白のジャケットとパンツ、有機コットンのニットを提案。彼らによると、サステナビリティに敏感な消費者の期待に応えるために、自然素材もしくはリサイクル素材の使用はますます重要になり、コレクション責任者とテクニカル責任者はその方向に沿って企業の戦略を考えているとのことである。

単独ショウルームと平行して参加する展示会はウエルカムエディションで十分であり、今回も韓国をはじめとする新規顧客を獲得できた。それよりも、優良卸先のセクションとエージェント発掘が必要である。



有機コットンのニット



フランスのジャガード生地ジャケット
(執筆者撮影)

- 英国のブランド

2016年に設立された英国のブランド。世界中の旅行からインスピレーションを受け、かつ創業者のアパレル業界での10年以上の経験に基づく確かなテーラリング技術を持つブランド。ピッティ・ウオモにも出展していたが、ウエルカムエディションのほうが好調であり、またイタリア人バイヤーもパリに買い付けに来るので次回はパリだけにすることもかもしれない。米国における販売先も多く、同展示会のニューヨークにも出展している。展示会では特に北欧のスカンジナビアの販路開拓、日本ではすでに販路を広げているがアジア全体ではまだ開拓の余地があると考え、ピッティ・ウオモでは会えなかった韓国の新世界グループの[Boon the shop](#)、[ドーバー・ストリート・マーケット・ニューヨーク](#)、バンコクの[ONION](#)の来場を期待していた。

展示会自体は良かったが、期待したほどの新規顧客は取れなかった。会場の換気が悪く暑かったため、多くのバイヤーが長居をしなかったのも原因の一つと考える。



ポルトガルで生産した有機のコットンとリネンのベストセラーシリーズ

小売価格で110~160ユーロ

(執筆者撮影)



豊富な色展開によりターゲットとする市場が広がる
(執筆者撮影)

● カナダのシューズブランド



カナダのブランドであるが、世界的に販売するには欧州において認知度が高い製造拠点が必要であると考え、製造はポルトガルで行っている。ポルトガルでコストパフォーマンスが高く、かつ世界中への確実な納品サービスも行っている工場を発掘。ハンドクラフトによる製造は履き心地の良さに加え、サステナビリティにもつながる。ピッティ・ウオモにも出展しており、ウエルカムエディションと補完的な役割を果たすと考える。今回、多くのフランス顧客を獲得できたとのこと。

(執筆者撮影)

- アイルランドのシューズブランド



アイルランドのファクトリーブランド。クラシックなモカシンやワラビーを中心とするコレクション。

展示会でCentre Commercial、Beige Habilleurs、[Corner Street](#) などに販売した。

(執筆者撮影)

- 日本のスニーカーブランド



2015年の販売時からフランスのコレット(2017年閉店)、イタリアの[アントニオーリ](#)など世界的な有名セレクトショップから注目されたブランドで、ここ数年で販路開拓を大きく伸ばしてきた。欧州のディストリビューターはイタリアの[FALC社](#)が担当しており、バイヤーも安心して買い付けができる。

ターゲットとするバイヤーはプレミアムクラスの洋服のセレクトショップ、店頭価格帯は200~300ユーロ程度。ベルギーのレディースブランド[Bellerose](#)、英国の[Unit17 Store](#) などに販売。

(執筆者撮影)

出展者が言及した主なブティック名

ショップ名	都市	国	URL
H Lorenzo	ロサンゼルス	米国	https://www.hlorenzo.com/
Kafka Mercantil	アバディーン	英国	https://www.kafkamercantile.com/uk/
Rivet & Hide	ロンドン	英国	https://rivetandhide.com/
Unit 17 Store	カーディフ	英国	https://unit17store.com/
Antonia	ミラノ	イタリア	https://www.antoniam.it/
Amicis	ウィーン	オーストリア	https://www.shopamicis.com/
Cris	ユトレヒト	オランダ	https://www.cris.nu/nl/
Sydneys Toronto	トロント	カナダ	https://shopsydneys.com/
Monsieur Alain	ジュネーブ	スイス	https://www.monsieuralain.ch/en
Onion BBK	バンコク	タイ	https://onionbkk.com/
Acte 2	アヴィニヨン	フランス	https://thenextdoor.fr/
Bienvenue Store	アヌシー	フランス	https://bienvenustore.com/
Algorithmme - La Loggia	ストラスブルグ	フランス	https://www.algorithmmelaloggia.com/
Beaubien	パリ	フランス	https://beaubienstore.com/
BEIGE Habilleur	パリ	フランス	https://www.beige-habilleur.com/en/
Centre Commercial	パリ	フランス	https://www.centrecommercial.cc/en/
Royalcheese	パリ	フランス	https://www.royalcheese.com/en/
Edgar Bordeaux	ボルドー	フランス	https://www.edgar-bdx.com/
Allan Joseph	マルセイユ	フランス	https://www.allanjoseph.com/fr/
Corner Street	マルセイユ	フランス	https://www.cornerstreet.fr/
Manifest store	モンペリエ	フランス	https://manifeststore.com/en/
Bellerose	イクル	ベルギー	https://www.bellerose.be/
Cube Menswear	ヘント	ベルギー	http://www.cube-menswear.be/
Haven suf	アントワープ	ベルギー	https://havensurf.com/
Artifacts	台北	台湾	https://www.artifactsstore.com/

展示会における2024SSトレンド

マン/ウーマンとウエルカムエディションは、カジュアルウェアを中心とする展示会のため、ショーを行うクリエイターにおけるトレンドとは若干異なるが、上記の3展示会を視察して展示コレクションから見る2024年春夏のトレンドには以下の3つの大きな傾向が見られた。

- グリーン

レディース・コレクションにおいては、2022年春夏コレクションからグリーンがトレンドカラーであり、日中、夜間問わずグリーンアイテムが女性のワードローブに加えられた。メンズにおいては、淡いトーンから濃い目のトーンまで各種グリーンが、ジャケット、ニット、ジャージー商品に見受けられた。この傾向はカジュアルのみならず、シックなクリエイターのショーにおいてもグリーンが使用されていた。

- ストライプ

多くのコレクションでモチーフのある生地が使用されており、オシュコシュにインスピレーションを得たモチーフのコレクションをどの展示会でも見かけた。ショーではあまり見かけなかったが、新進ブランドのコレクション発表では多く見受けられた。

- 刺しゅう

アルティザン風の刺しゅうが多くブランドで前面に押し出されており、同傾向は展示会だけでなくクリエイターのショーでも見受けられた。すでにパリでは若い男性が刺しゅうの入った洋服を着ているのを見かける。

ファッション・ウィーク・メンズ・コレクション ショーに見る2024SSのトレンド

(出典：業界誌Fashion Network を参考にジェトロ作成)

- スーツ

メンズのワードローブにおいてスーツが必須アイテムになった。多くのクリエイターが3揃いのスーツをシャツ無しで着るスタイルを提案、斬新なスーツのカットと構成を提案するブランドもあった。

(参考) <https://www.vogue.com/fashion-shows/spring-2024-menswear/giorgio-armani/slideshow/collection#22>

- ブートニエール
胸飾りの一種でメンズのエレガンスの象徴であるブートニエールが復活。シルバーのトンボ、布製の花など多くのブランドが装飾されたブートニエールを使用。
- ツイード
Junya Watanabe、Doublet、Amiriなどメンズ春夏コレクションでツイード素材を使用して、永遠のシャネルスーツに新たな解釈を加えたものを発表。
- ブーツ
フィッシャーメンズブーツ、ミリタリーブーツ、乗馬ブーツなど、多くのデザイナーがブーツとのコーディネートを提案。
- ワークウェアとマルチポケット
ストリートウェアがワードローブから無くなりつつある今、実用的なワークウェアに男性は注目。アノラック、パーカー、マルチポケット、カーゴパンツがワードローブのベーシックアイテムになる。
- オーバーオール
ワークウェアの流れを汲むオーバーオールはリネン素材、エレガントな白、デニム、レースなどあらゆる形で提案。
- かぎ針編み
依然としてニットが春夏コレクションで見かけられるが、特筆するのはかぎ針編み。ドイリー編みのようなモチーフを使用したニットのバーミュダーとポロのセットなど。
- ジャングル
自然、特にジャングルをテーマにしたコレクションが多く、サバンナの葉のプリント生地によるクラシックなスーツ、熱帯の花、野生の動物のモチーフが見られた。
- シルバー
行儀のよいワードローブに輝きを添えるかのように、いくつかのコレクションでシルバー使いが見られた。クリエーターによってはほぼすべてのコレクションでメタリックな色調で未来の王子様風であった。

- ピアス

Tシャツの胸の位置にピアスをつけたピアスTシャツ。

ファッション・ウィーク期間中のストリートスタイルに見る2024SSのトレンド

(出典：業界紙Fashion Unitedを参考にジェトロ作成)

- ストリートウェア

ワイドパンツにTシャツやルーズなシャツ、ショート丈のトップスの組み合わせなど、様々なスタイルがあるが、パンキッシュであることが必須。

- XXXLポロシャツ

バギーパンツにXXXLサイズのポロシャツを組み合わせた都会的なスタイル。

- フリンジ付きパンツ

フリンジやパッチワークが付いたパンツ、エキゾチックなモチーフをあしらったカーゴパンツなど、従来のベージュやカーキのクラシックなパンツではなく、パンツが主役となるようなインパクトの強いパンツにシンプルなトップ。

- ブロックコア

最近流行っているブロックコアをスカートと組み合わせるスタイル。厚目のブーツをダークなスカートを合わせるとレイバー・スタイル、クラシックな靴とスコットランド柄のスカートを合わせると英国風。

- ネクタイ

スカーフのように首に巻く、バラの結び目などクラシックなネクタイを再解釈。好みによりシャツなどのクラシックなアイテム、ジーンズ、エレガントなアイテムに合わせることができる。

- カウボーイスタイル

今シーズンのトレンドはカウボーイスタイル。ワイルド・ウエストのようなクラシックなスタイルのみならず、野球帽のようにロゴが入った帽子、馬蹄形のハンドバックなど現代的な新しい解釈も見受けられた。

以上