「プルミエール・ヴィジョン20春夏」の日本勢

エコ絡み提案 必須に

ＥＰＡ効果は未知数

【パリ＝泉克典】14日まで開かれた「プルミエール・ヴィジョン（ＰＶ）パリ2020秋冬」の生地セクション「ＰＶファブリック」に出展の日本勢はおおむね、熱気ある商談を繰り広げた。来場者数に大きい変化はないが、エコ素材への引き合いを中心に商談内容の充実を口にする出展者が多い。２日目半ば段階の来場者はおおよそ昨年並み。春節連休の影響で中国の来場者が減り、欧州客が増えたという声も聞かれた。ただ、「1日半で9月展以上の来訪者数」（東レ・ウルトラスエード）、「客が途切れず前回より格段に多い」（クラボウ）、「スワッチ依頼は両日70件以上」（東光商事）と来場者増を指摘する声も目立つ。

東光商事は出展品を一新。国内同様のエコ素材を多数の製品見本とともに提案し、来場者が急増した

背景に共通するのは「ハイブランド中心にエコ意識の加速を感じる」などエコ・サステ・天然志向の定着。綿やウールの各種原料認証に加え、新開発の綿・レーヨン混紡糸「Ｅフォレスタ」（ヤギ）、「テンセル」長繊維「リュクス」使いのトリコット素材（坪由織物）など独自原料の打ち出しも光った。

日ＥＵ経済連携協定（ＥＰＡ）の影響は未知数。継続品番のある固定客では発効直後から要望は多い半面、新規客にはＥＰＡの存在自体を知らない場合も多く「そもそも話題に上らない」「積極的に提案していない」という声が多い。「認知度調査にスワッチ送付にアンケートを同封する」（ニッケテキスタイル）など周知の試みも散見される。