

市場は好転、ファッションは「色」と「素材」でオーソドックスを刷新

靴ジャーナリスト 大谷知子

2012年春夏ファッションは、国内でもコレクションや展示会が終了し、既にスタートを切っているが、ヨーロッパはどんな傾向にあるのか。主要見本市をベースに、商況を含め、2012春夏シューズの傾向をレポートする。

●無視できないパリのプルミエール・クラス

ヨーロッパの靴見本市と言えば、伊・ミラノのミカムと独・デュッセルドルフのGDS、この二つが代表であるが、他の見本市・合同展の台頭も見られる。



チュイルリー公園のプルミエール・クラス(2011年秋)

その代表が、パリのプルミエール・クラスだ。靴を中心にバッグ、アクセサリーなど、いわゆる雑貨を集積した展示会だ。

ルーブルに近いチュイルリー公園に真っ白なテントを張り3月と10月、それに1月、9月にパリ市内のポルト・ド・ベルサイユ見本市会場で、という二つのバージョンがあるが、チュイルリーのバージョンが初めて開催されたのは、1989年。つまり既に20

年以上の歴史を持っている訳だが、1990年代後半から注目度が高まって来た。

背景は、靴他雑貨を扱う売場の変化だ。日本でも1990年代後半にセレクトショップ・ブームがあったが、世界も同じような傾向にある。つまり、靴専門の売場以外、つまりウエアのブティックでもトータル・アイテムとして靴などの雑貨を扱うようになり、これを消費者も歓迎。専門店以外での靴・雑貨販売比率がアップした。

プルミエール・クラスは、靴だけでなく、ウエア以外の雑貨が仕入可能である上に、会期をパリ・コレクションにリンクさせている。つまり、セレクトショップ化するウエアのブティックは来場しやすい。また、パリ・コレクションに来るようなブティックが来場するとなると、出展するブランドの質と量が上がり、出展ブランドが充実して来ると、靴専門店も来場するようになる。

こうした構造で、プルミエール・クラスの注目度が上がったのだ。

また、この変化は、他の展示会の立ち上げも促進した。

1990年代後半には、プルミエール・クラスのような展示会は、一つか、二つあった程度だったが、現在ではトラノイ、ランデブー、ザ・ボックス、ワークショップ、また最近ではカプセルと、プルミエールと同時期に多くの合同展示会が開催されている。

セレクトショップ・ブームは既に去った

が、ウェア店が靴や雑貨を扱うのは当然のようになっているし、靴を扱う売場、すなわち販売チャンネルが多様化していることに変わりなく、そんな中で特にファッション商品については、靴専門店のシェアが落ちていることは、否めない事実としてある。

見本市も、こうしたマーケットの変化の中にある訳で、それを念頭に置き、ミカムとGDSの状況を見て行きたい。

●GDS——来場者減少するも、出展者は満足

2012年春夏展は、GDSが9月7～9日、ミカムが同18～21日に行われた。先に開催されたGDSから見て行こう。



2011年9月のGDS

GDSは、プルミエール・クラスの注目度がアップする頃まで、ヨーロッパで最大の靴見本市だった。ピークは1990年代後半だが、出展者1,800社、来場者6万人以上

を数え、〈Top Style〉というゾーンには、すべての靴デザイナーが揃っていると言っても過言ではなかった。それが前項に記したマーケットの変化によって、1位の座を譲り渡すことになったが、数年前から復調して来ている。

9月の開催規模は、出展者数850社。併催のグローバルシューズを含めると1,290社。グローバルシューズは、途上国のOEM生産主力の出展者に絞った見本市。以前は、GDSに含めていたが、2000年以降、ゾーニングなどを見直す中で別見本市として切り離された。

一方来場者は、77カ国から約24,000人だった。

前年との比較では、出展者は9%増加。来場者は、前回3月対比で約4%減少した。

この数字からすると、成果を期待したが現実とは違ったという評価が想像できるが、出展者の声は、そうでもなかった。

数年ブランクがあり再び戻って来たイタリアの老舗メーカーは、「より広範な層に当社の靴を見てもらおうと、あえてオープン・ブースで出展したが、期待通り。新しい顧客とコンタクトできて満足している」と。

また日本からの出展はグローバルシューズと合わせ2社と極めて少ないが、その内〈White Cubes〉というトレンド的なブランドを集めたエリアに出展した1社は、「ブース位置に不満はあるが、ドイツ市場にアクセスできるGDSは重要だ」とコメントした。

来場者数が減少したにもかかわらず、不満の声が聞かれなかったのは、GDS出展の理由が、ドイツ市場へのアクセスにあるからのようだ。

表1：ドイツの靴産業

	1～6月		前年比 伸び率
	2010	2011	
企業数(社)	45	45	0.0%
従業者数(人)	10,692	11,150	4.3%
売上高(単位：1000 €)	1,094,750	1,262,163	15.3%
国内	800,740	926,349	15.7%
海外	294,010	335,814	14.2%

※調査対象は従業員数50人以上

表2：ドイツの靴輸出

アップー素材	2010/1-6	2011/1-6	前年 同期比	2010/1-6	2011/1-6	前年 同期比	2010/1-6		前年 同期比
	単位：1000足			単位：1000 €	単価				
革	30,246	33,998	12.4%	774,412	882,969	14.0%	25.60 €	25.97 €	1.4%
プラスチック	34,433	38,094	10.6%	276,372	329,486	19.2%	8.03 €	8.65 €	7.8%
ゴム	2,728	4,118	51.0%	25,510	44,893	76.0%	9.35 €	10.90 €	16.6%
テキスタイル	22,613	27,051	19.6%	181,986	245,101	34.7%	8.05 €	9.06 €	12.6%
その他	221	157	-29.0%	1,816	2,292	26.2%	8.22 €	14.60 €	77.7%
合計	90,241	103,419	14.6%	1,260,095	1,504,740	19.4%	13.96 €	14.55 €	4.2%

●ドイツ靴産業は生産、輸出共に15%増

では、ドイツ市場は、どんな状況にあるのか。HDS（ドイツ靴工業会）が記者会見で明らかにしたデータから探ってみよう。

表1は、2011年上期のドイツ靴産業の状況だ。売上高は12億ユーロ強。その内国内が9億ユーロ。共に前年同期比15%台の伸び。また輸出（表2参照）も、足数で14.6%、金額は20%近い伸び。ドイツ靴産業は好調だ。

小売市場については、ドイツ靴小売店連盟が景況を明らかにした。

2011年1～7月は、前年同期比1%ダウン。これは、夏場の気温が低かったため、サンダルが不調だったことによるもので、4月、5月は10%近い増加を示した。

ドイツの市況は決して悪くはなく、出展者の肯定的なコメントは、こうした市況を背景とした、ドイツ市場への期待感に根差していることが予想される。

しかし、来場者の減少が全く問題視されていない訳ではない。ドイツを代表するコンフォートシューズ・メーカーの取締役のコメントは興味深い。

「各地方都市に小さなメッセのような施設があり、展示会が行われている。小売店は、

そこで仕入れるケースが増えており、GDSまで足を運ばなくなっている。要するにインフォメーション・メッセになって来ている」。

見本市は、仕入れのためのものだが、その対象が商品ではなく、情報になって来ているというのだ。

商品自体が情報だが、そういう意味合いではない情報発信性がないと、見本市に足を運ばないということで、これからの見本市のあり方を考察する上で、興味深いコメントだ。

それとデータについて付け加えると、表1に見られる靴企業数は「45社」。データそのものが従業員数50人以上を対象としているが、それにしても少ない。因みに1社当たりの従業員数を計算してみると、約248人となる。

また、生産量は不明とする項目が多いため紹介しなかったが、2011年1～3月で640万足弱。95%が革製だ。これを単純に4倍し年間にしてみると、2,560万足になる。

これに対して輸出は、半年で1億足強。革製だけでも約3,400万足。完全に輸出が生産を上回っており、再輸出が多いことを物語っている。つまりドイツ以外で生産されたものを輸入し、それを再び輸出している。靴企業の海外生産依存度が非常に高い

と言わざるを得ない。

また、これに企業数データを重ねると、海外生産依存度の高い環境下では、従業員数が200人以上＝企業規模の大きな企業しか存在できないということが言えそうだ。

日本の革靴生産量は、2,479万足（2010年、全履協）。ほぼドイツと同じ規模だが、輸出は1%台であり、当然、再輸出もない。また靴メーカー数は、東都製靴工業協同組合の会員数だけで134社だ。この数字の比較は、日本の靴産業の今後に対して示唆に富んでいると言えまいか。

●ミカムーイタリア靴産業の復調に支えられ来場者4万人超



2011年9月のミカム

さてミカムは現在、GDSよりも大きい。9月の出展者数は1,595社。この内、イタリア以外からが582社。因みに日本も、経済産業省が2008年からジャパン・ブースを設けている。

これに対し来場者は、4日間合計で4万2,385人、うち海外が2万1,418人。前年同期よりも、出展者、来場者共にわずかに増加した。

イタリア靴産業の状況は、2008年のリーマンショック以降、生産、輸出共に前年を割り込む状況が続いていたが、2010年から回復傾向が見え始め、2011年もそれが続いている。

A N C I（イタリア製靴工業会）によると、2011年1～5月の輸出の状況（表4参照）は、金額、足数共に前年同期を上回り、伸び率は、金額が17.2%増、足数が9.7%増。高い伸びを示し、リーマンショックからの回復を語っている。（表3、表4）

輸出国別に見ると、フランス金額16.0%増、足数10.1%増、ドイツ同15.6%増、同8.4%増、米国同20.2%増、同5.4%増。中でもロシアは、金額29.2%、足数32.9%と

表3：イタリア靴産業

		2009年	2010年	前年比 (%)
生産	金額 (単位:100万ユーロ)	6,468.48	6,730.15	4.00%
	数量 (単位:100万足)	198	201.8	1.90%
輸出 (再輸出含む)	金額 (単位:100万ユーロ)	5,815.35	6,707.42	15.30%
	数量 (単位:100万足)	192.3	223.6	16.30%
輸入 (再輸入含む)	金額 (単位:100万ユーロ)	3,184.09	3,706.60	16.40%
	数量 (単位:100万足)	309.9	356.5	15.00%

※2010年1～11月の実績データを基にA N C Iが推計

表4：イタリアの靴輸出

アッパー素材	2011/1-5月					
	金額 単位:100万€	前年 同期比 (%)	足数 単位:1000足	前年 同期比 (%)	単価 単位:€	前年 同期比 (%)
革	2,383.1	15.5	62,589.0	5.4	38.1	9.6
人工皮革	263.1	34.0	25,768.0	21.2	10.2	10.5
スリッパ	21.0	-3.8	3,357.0	1.3	6.2	-5.0
ゴム	17.4	48.7	2,169.0	22.4	8.0	21.5
その他	309.2	17.8	14,087.0	11.0	22.0	6.1
合計	2,993.7	17.2	107,969.0	9.7	27.7	6.8

いう高い伸びを示した。また日本も金額25.7%増、足数20.9%増と、EU諸国よりも高い数値を示している。

これらからすると、各国の市況は好転しており、それを背景にイタリア靴産業は復調している。

しかし、気になる点もある。表3は、2010年のイタリアのデータだが、注目したいのは、生産と輸出の足数。生産2億180万足に対して輸出2億2,360万足。つまり生産が輸出を上回っている。

ヨーロッパのナンバーワン靴生産国であるイタリアでも再輸出、つまりイタリア以外で生産された靴が輸出される事例が出て来ているということだ。

イタリアで働く知人によれば、最近、オーガナイザーと呼ばれる職種の人が増えているという。オーガナイザーとは、中国やインドなどでの靴生産をオーガナイズする人のこと。そして彼らがオーガナイズする産地は、アジアだけでなく最近では北アフリカのエチオピアにも及んでいる。

イタリア・メーカーの低コスト産地での生産は驚く話ではないが、それが数字に表れるようになり、その産地はアジアに限らない、つまり産地探しを貪欲に行っている。この事実は、日本の業界として記憶に留めなければならないだろう。



Farrutx



Megumi Ochi



Fratelli Rossetti



Charles Jourdan



Mana



Fratelli Rossetti

●2012春夏シューズ・ファッションの傾向

では、2012春夏シューズ・ファッションの傾向を、婦人靴を中心に見て行こう。

数シーズン前から1980年代のプレッピーが注目されるなど、トラディショナル、つまりはコンサバティブ、あるいはクラシックといったオーソドックスなファッションが主流になっている。

2012春夏も、この流れは継続する。従ってオーセンティックなスタイルである紐付きのオックスフォード、ローファー、また春夏ということで素足でも履けるモカシンやポートシューズといったスタイルが、婦人でも重要だ。

また靴種では、ここ数年続くサンダルのスタイルにグラディエーターと呼ばれる、ストラップで甲を広く被うものがあるが、このバリエーション、それに底回りではプラットフォームも続いている。

このようにテイストやスタイルには変化がないのが2012春夏なのだが、それに新しいニュアンスを与えるものとして重要なものが、色と素材だ。

【イメージを刷新するきれいな色】

ナチュラルやオーセンティックが主流という中で茶系のアースカラーは続いて来たが、2012春夏は、きれいな色が登場している。

注目色は、イエロー、オレンジ、パープル、ピンク、レッド、それにグリーン。これがビッド、パステル系共に取り上げられている。

使い方も、ゾッキ、つまり単色、それにコンビネーション共にある。ただしゾッキは、パンプスやモカシンなど、足全体を被うシューズに限られる傾向。サンダルやオープン物はほとんどがコンビ使い。中でもカラーブロック、つまり色を塊（ブロック）に分けて組み合わせる手法が目立っている。

またコンビネーションの場合、ベースになる色は、ベージュを中心とした薄めのアースカラーだ。

メンズでは、色を底回りで展開。アウトソールを2層にして、1層に色を使うという手法が目立っている。

【素材はエキゾチック&ナチュラル】

素材では、最も新しいのがパイソンなどのハ虫類系、いわゆるエキゾチック素材。例えばパイソンをカラーブロックの手法で組み合わせるといった使い方だ。

また麻やキャンバスなど、テキスタイルのナチュラル系素材も、ポイント素材として挙げられる。

これは底回りにも見られ、ジュートは重要。従ってエスパドリーユは、2012春夏も期待されるアイテムだ。

また、メッシュも広がりを見せている。

この他、レーザーカットでレースのような模様を施した革、またトロピカル風のプリントも一部に見られる。

天板がベージュのナチュラルカラーのサンダルのストラップがパープル、イエロー、グレー、それにメタリックのハ虫類風の組み合わせ。こんなデザインが2012春夏らしいと言えるが、そこから香るのは、リゾートやエスニック風のテイスト。スタイルとしては、クラシックやオーソドックスを崩さず、色と素材でエスニックやリゾート風のニュアンスを持ち込み、イメージを刷新する。それが、2012春夏ファッションと言えそうだ。