
■2014年秋冬ヨーロッパ見本市レポート■

旧会期での最後の開催、ミカム、GDS共に来場者数を落とす。

靴ジャーナリスト 大谷知子

ヨーロッパの二大靴見本市であるミカムとGDSの会期が、2015年シーズンから変更になることは、前回のレポート（2013年12月発行・166号）に書いた。今回は、2014年秋冬物見本市についてレポートするが、これが、これまでの会期での最後の開催。ミカムは、3月2～5日、GDSは同12～14日に開催された。

会期変更の直接的要因は、来場者数の減少だが、2014年秋冬物展の来場状況は、どうだったのか。

●ミカムの主因は、ウクライナ危機

まず、先に開催されたミカムから。オーガナイザー発信のファイナル・リリースによると、来場者数は、4日間合計3万3372人。そのうち海外（イタリア以外）が1万7606人。リリースは増減には触れていないが、過去のリリースを当たると、前年同期（2013年3月）は、3万5389人、うち海外が1万9181人。やはり減少しており、前年同期比は全体94.3%、海外が91.8%となる。

GDSは、明確な数字は公表していないが、オーガナイザーのメッセ・デュッセルドルフ本社代表取締役社長W. ドーンシャイト氏は、次のようなコメントをファイナル・リリースに寄せている。

「会期中の来場者の数は約1万9000人で、通常の10%程度の減少を見せている。…」

では、減少の要因は何か。ミカムが挙げ



ミカム会期中に行われた新ミカムのプレゼンテーション&パーティ

たのは、ウクライナ危機だ。

ウクライナ情勢は6月上旬現在、不透明な状況が続いているが、ミカムの開催の頃は、親ロシア派の大統領が失脚し、ロシアがクリミア併合に向け具体的な動きを取り始めた頃。これがウクライナだけではなく、ロシア及び周辺諸国にも影響を及ぼし、来場者減を招いたというのだ。

ミカム、言い換えるとイタリアにとって、ウクライナなどの旧ソビエト連邦諸国が、どんな存在かと言うと、表1は、2013年1～11月イタリア靴輸出国上位20カ国を示したものだ。これを見ていただければ分かる通り、旧ソ連の主役であったロシアは、日本より上位の5位、そしてウクライナは、15位。韓国よりも上にランクされている。またランク外だが、ここ数年、伸び率の高さで注目され始めているのが、カザフスタン。2013年1～11月は、4472万ユーロ・58

表1：2013年1～11月イタリア靴輸出国ベスト20

国名	2013年1～11月			対2012年同期比 (%)		
	金額 (100万ユーロ)	足数 (1000足)	平均単価 (ユーロ)	金額	足数	平均単価
1. フランス	1,238.14	39,851	31.07	+9.5	+9.8	-0.3
2. ドイツ	806.63	30,134	26.77	+1.8	+0.8	+1.0
3. 米国	722.28	12,256	58.94	+6.0	+5.4	+0.6
4. スイス	638.62	10,746	59.43	+5.5	+0.9	+4.6
5. ロシア	615.06	7,833	78.52	+9.2	+9.3	-0.1
6. 英国	440.17	12,024	36.61	+5.4	-10.8	+18.2
7. ベルギー	255.03	6,842	37.27	-0.9	+1.7	-2.6
8. オランダ	234.35	7,663	30.58	-5.2	-9.3	+4.6
9. 香港	228.52	1,993	114.65	+11.2	+0.5	+10.6
10. スペイン	225.94	8,923	25.32	-6.1	-6.7	+0.6
11. 日本	205.57	3,175	64.74	-0.7	+1.9	-2.6
12. 中国	166.07	1,541	107.79	+26.8	+15.0	+10.2
13. オーストリア	154.85	4,779	32.40	-0.2	+1.0	-1.2
14. UAE	93.09	1,662	56.02	+17.9	+5.2	+12.1
15. ウクライナ	85.54	1,097	78.00	+7.2	+11.2	-3.6
16. カナダ	82.49	1,986	41.53	+13.3	+4.3	+8.7
17. 韓国	76.99	936	82.23	+9.9	+2.7	+7.0
18. ポーランド	76.12	3,465	21.97	-6.9	+13.0	-17.7
19. ギリシャ	73.29	4,918	14.90	-4.5	+8.3	-11.8
20. チェコ	67.19	3,200	20.99	+6.5	+11.5	-4.5
：						
輸出合計	7,512.75	205,719	36.52	+5.3	+2.4	+2.9

万7000足だったが、なかでも人工皮革物は前年同期比金額89.2%増・足数65.6%増。旧ソビエト連邦諸国は、これから伸びる期待の星であり、それだけに政情不安は痛いということだ。

日本からの来場は、どうだったかと言うと、余り芳しい状況ではなかった。ミカムの常連である靴専門店のバイヤーが出張を取り止めていたり、アパレル系大手についても「展開各ブランドのバイヤー派遣が通常だったが、今回は主要ブランドだけ」という声を聞いた。また、来場していた靴専門店バイヤーは「春物の動き出しが鈍く、消費税増税前の駆け込みも目立った動きが見られない。来秋冬物仕入れの的をどう絞

り込んだらいいのか…」と、商況を背景にした不安の声が聞かれた。さらに有力百貨店のバイヤーは、「ポーランドの靴見本市に行ってきた」と。ポーランドは、東ヨーロッパ諸国の民主化以降、靴生産国として台頭した国の一つだ。中国の製造コストが上昇しアジアの産地事情が変化する一方で、商況が今一つパツとしない中、コスト・パフォーマンスの高い商品へのニーズが高まっている。成果はなかったようだが、新たな産地を求めての訪問だったことは間違いない。

そんな状況も存在する中での来場者減は、靴産地としてのイタリアの今後を示唆しそうだが、2013年イタリア靴産業全体の

データも示しておこう。それが、表2。生産、輸出は、金額、足数ともに前年を上回り、生産足数を2億足台に戻した。また、輸入はほぼ前年並みに留まった。

しかし気になるのが、輸出が生産を上回っていること。つまり再輸出の存在だ。輸出から生産を引いた再輸出の規模は、2012年が1570万足だったのに対し2013年は1770万足と増加している。その一方で、靴企業数及び従業者数は、マイナスとなっている。産業構造の変化の一端が垣間見えると言ってよさそうだ。

●GDS併催グローバルシューズは「tag it！」にリモデル

一方、GDSは来場者減少を、どのように捉えたのだろうか。

メッセ・デュッセルドル本社社長は、前記のコメントに、次のように続けている。

「この現象（来場者の減少）は靴業界の変遷に起因している。これまでの伝統的なスタイルの見本市はそろそろ終焉を告げていることを認識しなければならない。市場は新しい刺激と新鮮なコンセプトを必要としている」。

減少の要因を、これまでの見本市が時代に合わなくなっていることに求め、新しい



GDSメイン・エントランス付近では新コンセプトをピーアール

見本市の必要性に繋げている。会期だけではなくコンセプトそのものを一新するGDSとしては、我田引水のコメントではあるが、事実だ。

市場構造の変化が、変わろうとする見本市の背景にあることは、前回のレポートで明らかにしたが、その要点をまとめると、市場構造の変化とは、

- ・ 中小専門店の減少と大手小売企業のシェア拡大
- ・ 上記の帰結としての品揃え型MDの減少とPB（プライベート・ブランド）による製造小売型の拡大

これによって見本市は、その主たる機能である取引の場としてだけでは成り立ちにくくなってきており、それが来場者減と

表2：2013年イタリア靴産業

		2012年	2013年	前年比
生産	金額（単位：100万ユーロ）	7,122.20	7359.72（※1）	+3.3%
	足数（単位：100万足）	198.5	202.1（※1）	+1.8%
輸出	金額（単位：100万ユーロ）	7,637.70	8063.85（※2）	+5.6%
	足数（単位：100万足）	214.2	219.8（※2）	+2.6%
輸入	金額（単位：100万ユーロ）	3,831.12	3825.08（※2）	-0.2%
	足数（単位：100万足）	301.2	304.9（※2）	+1.2%
企業数（社）		5,356	5,186	-3.2%
従業者数（人）		79,254	78,093	-1.5%

※1=イタリア靴メーカー協会による会員サンプル調査に基づく予測値

※2=イタリア靴メーカー協会によるISTAT（イタリア国立統計研究所）データに基づく推定値

なって表れ、そうした状況の打開策がコンセプトの一新であり、その狙いは、情報型見本市への転換だ。

GDSが、前回レポートで紹介した新コンセプトの下、新しく導入するプレス・デーやデュッセルドルフの街を巻き込んで行うイベントやワークショップは、この情報型への転換施策だ。

ここまでは、前回レポートに詳述したが、新しい情報としては、併催のグローバルシューズも一新される。

グローバルシューズは、中国を筆頭とした低コスト靴生産国が出展するOEM（相手先ブランドによる生産）調達のための見本市として、GDSよりも一日長い4日間の会期で併催されてきた。それが、この7月から名称を「tag it！（タッグ・イット）」に変更し、OEMから一歩踏み込み、PB開発に主眼を置いた見本市に変貌を遂げる。

これを具体化するために新ゾーニングが導入され、次のゾーニングで展開される模様だ。

●Europe

どちらかと言うと伝統的、かつハンドクラフト要素を持った商材が中心で、少量のオーダーにも対応できる企業の集積。

●International

どちらかと言うと量産と価格に狙いを定めたアジアやアメリカからの企業の集積。

●Sourcing

調達先を探すためのゾーン。これまでのグローバルシューズが対応していたゾーンであり、コレクションをつくり出す、あるいは共同で開発する中国企業が中心の集積。

日本でも大手小売チェーンは、PBを主力にした展開にシフトしているが、「tag it！」のターゲットは、こうした小売業だ。

一方ミカムも会期変更だけでなく、新しいホール・セグメントを発表しているが、

出展者の配置に大きな変更はなく、各ホールのテーマ名称を変更というレベルに留まりそうだ。

●両見本市ともバカンスをどうクリアするか

しかしいちばんの問題は、新会期、新コンセプトを出展者、来場者が、どう受け止めるかだ。

新会期開催の初回となる2015年春夏物展は、GDSが7月30日～8月1日、ミカムは8月31日～9月3日、またGDSと併催の「tag it！」は、7月29日～8月1日。問題は、バカンス時期に絡むことだ。バカンスは、早くは7月中旬頃から始まり、7月下旬～8月20日過ぎが本番だ。GDSは、本格的バカンス開始の直前の開催となるが、スピードを早めサンプル製作に取り組みないと出展できない。ミカムは、バカンス明け直後の開催だが、バカンスを取ることを前提にすると、バカンス前にサンプル製作を完了しなければならないのは同様で、完了できなければ、バカンス返上で製作しないと出展できない。

出展者に次回の出展について聞いてみたが、バカンスを意識したコメントがあったのは、ミカムの出展者。「これまで通りのバカンスは取れないと、既にスタッフに言っている」というコメントも聞かれた。

GDSの出展者は、バカンスよりも早い会期、つまりこれまでより1ヵ月早くなる開催にバイヤーは来場するののかという懸念で、次の出展を決めかねている様子が目立った。また「既にバカンスの計画を決めてしまったので出展できない」というデザイナーブランドもあった。その一方で継続出展を決定し、オーガナイザーとブース位置の打ち合わせをしている出展者もあった。

以上から両見本市の次回の出展状況を予

測すると、実質的には会期だけの変更に留まりそうなミカムは、これまで通りの出展状況になりそうだ。GDSは、コンセプトとゾーニングが一新されるため、どんな見本市になるのかイメージしにくいという部分もあり、出展者の大幅な減少があり得そうだ。

この点について、GDSディレクターのクリスティン・ドートルモーザーさんは、次のようにコメントした。

「新しい見本市に生まれ変わるためのコンセプトの一新。これまでと同等の出展規模の開催が初回から実現できるとは考えていない。1年～1年半後に内容、規模共に満足できるものにする計画で取り組んでいる」。

そして来場者は、どう反応するのか。次のこのレポートで、今後の見本市が実際にはどのように動いていくかをレポートできることだろう。

■2014年秋冬注目トレンド

では、2014年秋冬物は、どんな傾向になるのか。

全体的には、まず予想以上にカジュアル・テイストが強いことが挙げられる。

その中心テーマは、アウトドア&カントリーというべきもの。登山靴、もっと軽快なトレッキングやイギリスのカントリーライフを楽しむための靴がモチーフになったデザインが目立った。従ってソールがラギッドソールだったり、底回りにボリュームが求められるが、重すぎないのがポイント。またチロリアンといったテイストへの注目もあり、ヨーロッパの山岳地方のフォークロアのテイストも無視出来ない存在だ。

底回りのボリュームという点では、厚いクレープソールを特徴としたロンドン・ス



GDSの「TRENDS INN」のコーナー

トリートを代表するクリーパーからのインスピレーションと思われる厚底も、注目デザインの一つに挙げられる。しかし、ポップではなく、むしろシック。革を巻いたプラットフォームでのクリーパー的デザインもあり、モードっぽく昇華されているのが特徴だ。

ブーツは引き続きショートが中心になるが、ロング、しかもオーバーニーが散見され、ブーツの最も新しいトレンドは、ソフト素材、あるいはストレッチ素材を使用したオーバーニーと言えそうだ。

その他、色やディテールの傾向については、GDS「TEND INN」がまとめた傾向を紹介しておく。

【FOCUS】 BLACK MATTER



「黒」に注目ということだが、スムーズのシンプルな黒ということではなく、光っていたり、マットだったり、あるいはラフな表面感だったり、さまざまな表面変化を持った「黒」だ。

【FOCUS】 ZIPPED & CHAINED



ジッパーとチェーンをあしらったデザイン。ジッパーは、ショート、あるいはロングブーツの開口部を後ろに持って来て、そのジッパーを目立たせることによってデザイン化。チェーンは、まだ注目が続いているスタッズ的な意識で使用されている傾向もあり、大胆に使うのが特徴。テイストとしては、前者ならミニマルなモダン、後者はモード系にシフトしたストリートに。

【FOCUS】 QUILTED & EMBOSSED



キルティングと型押し。アッパーに変化を与える目的で注目されている。革の値上がりは続いており、苦肉の策として革の質を落としている例も多く、これを雰囲気よく見せる手法という見方もできそうだ。

【FOCUS】 HEAVY GRIP



ラギッドソールに代表される、地面をしっかりとつかむ感覚のソール・デザインへの注目。底回りにボリューム感が求められていることを象徴するトレンドであり、アウトドア調の表現には欠かせない。

【FOCUS】 CHUNKY HEELS



分厚いヒール。ブロックヒールとも重なり、存在感のある大きなヒールがトレンドであることを言っている。オックスフォード（紐締め）やローファーといったトラッド系デザインのパンプス、またブーツにも見られる。

【FOCUS】 FURRY



毛付き素材のこと。中心は、ポニーだ。ヒョウ、ゼブラ、ポインターなどの柄物が中心となるが、単色とのコンビネーションなど、短靴、ショートブーツ、またパンプスにと採用が目立っている。

【FOCUS】 CONTRASTING MATERIALS



コントラストの強い素材を2種、3種と組み合わせたコンビネーションへの注目。柄、色の違うポニーを3種類組み合わせた厚底のローファー、またゼブラプリントのポニーのショートブーツのトップラインに赤のスムースといったコントラストだ。

【FOCUS】 BOOTEE PUMPS



くるぶし丈のパンプス、いわゆる深物のパンプスだが、ショートブーツの言い換えという雰囲気もあり、継続するトレンドに新鮮味を与えるためにつくり出されたトレンドとも言えそうだ。

【FOCUS】 HIGH BOOTLEG



ブーツの筒がハイ、つまり膝上丈のロングブーツへの注目だ。国内のブランドでも秋冬物で商品化しているが、小売店の反応は鈍い様子。しかしブーツのトレンドは、確実にオーバーニーの方向に向いているようだ。

【FOCUS】 COLOUR EFFECTS



アンティーク加工、あるいは箔などの光る加工などによって、色の効果を高める手法への注目。特に光る加工は、ゴールド、シルバー、またパール、ラメなど、春夏物から売れ筋として注目されている。