

■2016年春夏ヨーロッパ見本市レポート■

見本市・冬の時代に問われる、見本市の意味

靴ジャーナリスト 大谷知子

2015年秋冬物商戦は、最終盤に差し掛かろうとしている。新しい年の声を聞くと間もなく2016年春夏物商戦が始まる。その来るべきシーズンは、どんな内容になるのか。ヨーロッパの二大靴見本市であるGDSとミカムの傾向から占ってみたい。

●来場者減、その原因は…

GDSは7月29～31日、ミカムは9月1～4日に開催された。従来は、両見本市共に9月中旬の開催だったが、会期の繰り上げを実施したのは、2015年春夏物展から。ミカムは半月程度早まっただけだが、GDSは1ヵ月半も早くなった。それから1年。新会期による開催は、2年目に入った訳だ。

果たして会期繰り上げは、受け入れられているのだろうか。

来場者数は、GDSが3日間合計1万5324人、ミカムが4日間合計3万801人。前年同期は、GDSが1万5663人、ミカムが3万4176人。GDS、ミカム共に、前年同期より減少した。

原因について、GDSを主催するメッセ・デュッセルドルフのGDS担当ディレクター、クリスティン・ドイテルモーザーさんは「会期の変更他、コンセプトの変更は、情報発信型見本市への転換が狙い。その実現のためにファッショントレンドの展示などに力を入れているが、GDSに來れ



ミカムの会場は地下鉄駅に直結している



GDSの会場

ば、トレンドが把握できることが、まだ十分に浸透していない。来場状況が芳しくないのは、ピーアール不足が要因」と語った。

またミカムを主催するイタリア靴メーカー協会（Assocalzaturifici Italiani）は2015年6月、任期満了に伴い会長が交代したが、新会長のアンナリタ・ピオレッティ女史は、ミカム会期中の記者会見で「現在の会期は、サンプル製作の観点から言っても、靴メーカーにとって都合の良いものではない。またファッションの展示会とのリンクを考慮しても、9月中旬が適切だろう」と会期変更を示唆する発言をした。

しかし来場者の減少は、GDSやミカムに限ったことではない。国内を見ても、かつて賑わった業界団体主催の見本市の多くが、現在は開催されておらず、それに代わって台頭した企業主催の見本市は近年、開催規模の縮小が目立っている。

また海外では、2000年代後半以降、集約化と複合化が顕著だ。例えば米国・ラスベガスで開催の「MAGIC」というメンズ・アパレルの大きな見本市があったが、これをマーケティング企業が買収。コンセプトが明確な合同展レベルの規模の展示会に細分化、かつレディス、靴専門、また調達型見本市などを加え、これらの会期をリンクさせ複合見本市として開催している。これと同じような例は、パリでも見られる。

●背景は、マーケット構造の変化

見本市は、マーケットとリンクしている。最近、福祉・介護機器関連見本市を訪れたが、大手自動車メーカー、食品メーカー、また海外企業、そして靴も展示するなど、介護関連市場の領域の広さと、最終ユーザーを含めた来場者の多さをつぶさに見た。介護用品市場への注目は今に始まったことではないが、新たな市場が登場しそ

うな流れになると、見本市が登場し、見本市が市場を顕在化させ、拡大させる。

靴は必需品だが、日本のように人口減少によるマーケットの縮小が予測されている現状では、見本市の低迷は、当然とも言える。

加えて靴に限らずファッション商品は、マーケット構造が変化している。靴店舗数の減少は今更取り上げるまでもないが、独立型専門店に代わりシェアを伸ばしているのは、大手靴チェーン。そしてその靴チェーンは、自社で企画・製造したPB（プライベートブランド）を軸とした展開にシフトしている。

言い換えると、「仕入れて売る」専門店が減少し、主流の大手チェーンは「作って売る」へと変化している。見本市とは、取引の場、つまりは「仕入れの場」。「仕入れて売る」が減少している今、見本市が弱体化して当然と言える。

またこの構造の変化は、出展状況にも変化を及ぼしている。

ミカムは、前述したようにイタリアの靴組合の見本市。組合員外の出展が増えた今も、1443社中602社（2015年9月展）が、イタリア企業だ。その中にはトレンドに影響力を持つ著名メーカーやブランドが含まれ、それがミカムの大きな魅力だ。しかしそれが過去形になってしまったと言っても過言ではない。

ラグジュアリーブランドへの注目によって、資金力を得たルイ・ヴィトン、グッチ、またプラダといったブランドは、1990年代後半、有力なブランドを傘下に収めた。その結果、登場したのがLVMH（ルイ・ヴィトン・モヘ・ヘネシー）を筆頭とする、いわばファッションコングロマリットであるが、彼らの興味の対象は、アパレルに留まらず、高い技術力を持つ靴メーカーや靴ブ

ランドも買収した。その目的はグループ傘下ブランドの靴を製造するためや、ショップとして成立するブランドについては、ワンブランドショップ展開するためだ。これは、傘下入りした靴メーカーや靴ブランドにとっては、グループ内でビジネスが完結するということであり、外に売り先を求める必要がなくなった。その結果、「ミカムには出展しない」となる。

こうした事態は、見本市にとって傷手だ。「あのブランドが出展していないなら行く意味がない…」、一方で「あのメーカーが出展しないなら当社も…」と、来場、出展の両面でマイナス要因となる。

かくして見本市は弱体化する。

では、見本市は、もはや必要ないのか。答えは、「否」だ。見本市は、取引の場であるだけでなく、情報交流の場。情報は、新しいビジネスや商品の創造にとって不可欠だ。GDSが情報発信型見本市を志向するのは、こうした意味合いから。7月の開催では、ファッショントレンドの他、3Dプリンティングの展示も行った。

話がずれた感もあるが、見本市・冬の時代と言えるような昨今。しかしこれを乗り切り、新しい見本市の形が見えた時、靴の新しいビジネスの形態が顕在化するかもしれない。



GDSの3Dプリンティング展示コーナー

●前年割れが続くイタリア靴輸出

次に商況。まずイタリアの輸出実績から見ていきたい。

近年、イタリアの靴輸出は、アップダウンを繰り返している。2008年のリーマンショックから順調に回復を見せたものの、12年は前年を割り込み、13年は再び盛り返したが、14年にまたダウンした。9月のミカムで公表された15年1～5月実績は、金額はアップとなったが、数量は引き続きダウンとなった。

別表は、輸出国別のランキングだが、これを見るとダウンの要因が一目瞭然だ。

ロシアが金額、数量共に30%台のマイナス。また順位は低いものの、ウクライナは共に50%台のマイナス、続いてカザフスタンが金額20%台、数量10%台のマイナス。下げ幅の大きいこれら3国が、全体を引き下げているのだ。原因は、なかなか終わらないウクライナ問題だ。

一方、伸ばしているのは、米国（金額+16.4%、数量-0.5%）、香港（金額+22.5%、数量+6.8%）、中国（金額+25.2%、数量-1.0%）。また韓国は、金額、数量それぞれ+50.9%、+48.5%。14年も金額、数量共に前年を上回る実績を残している。因みにEUと韓国は、FTA（自由貿易協定）を締結。2011年に発効されている。

では日本は、どうか。金額-8.8%、数量-13.9%と、2014年に引き続き、前年同期を割った。

ミカムは、ミラノ郊外のロー見本市会場で開催されている。ローは、地下鉄駅に直結し、中央通路を挟んで展示ホールが並んでいるが、ミカムは、地下鉄駅寄りの7ホールを使用。ホール毎にラグジュアリー、コンテンポラリーなどとセグメントされているが、駅から離れるほどカジュアル度が高

■イタリア2015年1～5月靴輸出

順位 (金額)	2015年1～5月			前年同期比 (%)		
	金額 (100万ユーロ)	数量 (1000足)	平均単価 (ユーロ)	金額	数量	平均単価
1) フランス	533.08	16,704	31.91	-4.2	-12.2	+9.1
2) 米国	402.36	6,553	61.41	+16.4	-0.5	+17.0
3) ドイツ	382.35	15,160	25.22	+4.1	+4.9	-0.8
4) スイス	343.83	5,368	64.06	+14.9	+3.6	+10.8
5) イギリス	217.59	5,955	36.54	+3.3	-3.5	+7.0
6) ロシア	143.34	2,042	70.21	-35.0	-36.2	+2.0
7) 香港	143.21	1,040	137.68	+22.5	+6.8	+14.6
8) スペイン	116.70	4,666	25.01	+6.5	+1.9	+4.5
9) ベルギー	116.43	3,200	36.38	-0.5	-8.1	+8.3
10) オランダ	96.79	3,209	30.16	-1.0	-3.9	+3.0
11) 中国	93.61	697	134.39	+25.2	-1.0	+26.4
12) 日本	82.44	1,354	60.87	-8.8	-13.9	+5.8
13) オーストリア	68.92	2,286	30.14	+2.9	+5.2	-2.2
14) 韓国	58.51	655	89.37	+50.9	+48.5	+1.7
15) UAE	55.96	857	65.31	+15.2	-11.0	+29.4
16) ギリシャ	36.74	2,185	16.81	+5.0	+2.0	+2.9
17) カナダ	35.66	873	40.85	-4.0	-19.0	+18.5
18) ポーランド	35.03	1,439	24.35	-4.7	-12.5	+8.8
19) チェコ	32.25	1,654	19.50	+0.1	-4.0	+4.4
20) トルコ	31.79	724	43.94	+3.4	-3.5	+7.2
...						
28) ウクライナ	15.86	211	75.09	-50.2	-54.0	+8.1
...						
33) カザフスタン	12.95	212	61.13	-26.4	-19.8	-8.3
...						
合計	3,499.66	93,102	37.59	+3.1	-5.2	+8.7

くなり、駅寄りほど高級という構成になっている。当然のごとく、駅寄りホールにイタリア出展者が集中しているが、最近、ホール毎の来場状況に異変が生じている。駅から離れたホールの賑わい度が高く、この9月は特にラグジュアリーとセグメントされた駅寄りの1と3ホールは閑散としていた。つまり来場者のニーズは、カジュアル物、かつ価格がよりリーズナブルなものへと移っているのだ。

対日輸出の減少が続いているのは、日本のイタリア物へのニーズが弱くなった訳ではなく、よりカジュアル、よりリーズナブルな製品が求められていることの反映ということだ。

T P Pが大筋合意したのは周知の通りだが、これによって加速化が予想されるのが、交渉継続中のEUとのE P A（経済連携協定）だ。つい最近も会合が持たれたと報じられたが、合意は時間の問題と見られる。今後のイタリア物の動向は、E P A交渉の行方に左右されることになるだろう。

そしてよりカジュアル、リーズナブルは、ファッショントレンドに関係している。

●2016年春夏シューズ・トレンド

・スニーカーは後退傾向

スポーツシューズ・ブランドの人気を受けて、昨年あたりからどの靴ブランドも、スニーカーをラインナップするようになっていたが、この傾向にやや陰りが見られる。しかし、「革靴分野では」という括弧付き。スニーカー人気が後退した訳ではない。つまりスニーカー人気に呼応したが、革靴ブランドはこの人気を吸収できず、スポーツブランドのスニーカー人気は継続ということだ。

そもそもなぜスニーカーなのかに触れると、昨年からファッション誌などが取り上げている「ノームコア」や「エフォートレス」というトレンドが関係していそう。

「ノームコア (normcore)」は、「normal」と「core」を組み合わせた造語で「究極の普通」と訳されている。「エフォートレス (effortless)」は、「努力を要しない」という意味だ。つまり頑張っておしゃれするのではなく、肩の力を抜いて普通のものをおしゃれに着こなそうというムードを表現している。その結果、ジーンズにスニーカーなどというダサいとも言えるごくごく普通のコーディネートがクローズアップされているという訳だ。



革靴ブランドのスニーカー

・フットベッドを中心としたベタ・サンダル
健康サンダル、あるいはリゾートサンダルのようなタイプということだが、より広がりを見せている。健康サンダルの代表ブランドが別ブランドで商品化したインジェクション製法のサンダルが10万足単位の受注という話も聞こえており、低価格化を伴って、裾野を広げそう。

この背景にあるのも、ノームコア、エフォートレスだ。言ってみれば、突っかけをファッション・アイテムにしている訳で、超肩の力が抜けている普通のファッションだ。



フットベッド・サンダル



ボヘミアンに通じるベタ・サンダル

・1970年代調

70年代と言えば、厚底だが、あれほど厚くはないが、プラットフォームは継続。主に高寸ブロックヒール（角張ったシルエットのヒール）と組み合わせたサンダルで表現されている。

またこのタイプを新鮮に見せるのが、色使い。2015秋冬は、黒／白を中心としたバイカラー（2色使い）が注目されたが、春夏ということでパステル系に変化しつつ、2色、3色のカラー・コンビネーションが傾向になっている。



1970年代調を意識した
ブロックヒールのサンダル



マルチカラー使いのセパレート・パンプス

・エレガンスは、プレーンパンプス

エレガンスが復活という声はなくはないが、実際には上記の通り、依然、カジュアルがトレンドを牽引している。そんな中でエレガンスは、プレーンパンプスに集中という雰囲気になっている。

その味付けは、アッパー素材の柄と色。2015秋冬は、黒／白のジオメトリック柄が注目されたが、これがマルチカラー使いに変化。またビビッドカラーの単色使いも見られる。

・ボヘミアンも

「ボヘミアン」とは、現在のチェコ西部のボヘミア地方に居住する人のこと。ファッション用語としては、ヨーロッパの民俗衣装を取り入れたファッションを指す。

2000年前後にボヘミアンが注目された時、グラディエーター・サンダルがヒットした。これは古代ローマ兵士が着用していたサンダルにアイデアを求めたものだが、こうしたサンダルが再び登場。また民俗調をイメージさせるディテール・デザインであるフリンジ使いも目立っている。



民俗調のテキスタイルと
フリンジ使いのショートブーツ



トレンドィなブーツと深物感覚のサンダル

以上の他、アイテムに目を向けると、ショートブーツも散見される。夏のブーツということだが、サンダルも、しっかりしたアンクルストラップ付きの深物的タイプ、また甲部分は太いストラップにより線ではなく面デザインが主流だ。甲が露出しているにもかかわらず、甲をカバーするという意識がデザインの根底にあることが、2016年春夏の特徴であることを付け加えておきたい。

次回の2016年秋冬物展は、G D Sが2016年2月10～12日の3日間、ミカムが同14～17日の4日間。つまりG D Sとミカムは、中1日で繋がっている。日本からの出張には、回りやすいスケジュールだ。