
ヨーロッパ靴産業の現在①イタリア

靴の国の維持の裏に厳しい生き残り策

靴ジャーナリスト 大谷知子

靴は、労働集約型産業。人の労働力への依存度が高いということだが、それはすなわち、製造コストに占める人件費率が高いということだ。従って経済発展を遂げた先進国では成り立ちにくい。日本も、まさにそういう国である訳だが、日本よりも早く経済発展を遂げ、しかも有史以来、靴を履き続けているヨーロッパの靴産業は、今現在、どのようなになっているのだろうか。

今回からシリーズで、それを探ってみよう。

第1回は、イタリアだ。

●履き口からヒールまで靴産地が分布

イタリアの国の形は、ブーツ。神から靴を作ることを運命付けられたかのようなのだが、他のヨーロッパ先進国が靴生産国から脱落する中で、今も年間2億足近い靴を製造しているのであるから、やはり靴製造は、神の意志なのかもしれない。

産地は、たいていの国では北のあの地区と南のあそこなどと幾つかの地区に集中しているのが通例だが、イタリアは、ブーツの履き口からヒールまで広く分布している。履き口付近から挙げてみると、ヴェネチアを中心都市とするヴェネト、ミラノ近郊のパラビアーゴやヴィジェヴァノ、ボローニャに代表されるエミリアロマーニャ、フィレンツェを中心とするトスカーナ、中部にはアドリア海沿岸のマルケ、南

に下るとナポリ、さらにヒール辺りのパヴェリ等々といった具合だ。

そして北が高級品で、南に行くほど価格が下がるとされているが、その懐は、かなり深い。

2008年のリーマンショック以降、価格志向が高まり、より価格の安い製品が求められるようになった。ミラノで開催される世界的靴見本市ミカムを訪れる日本人バイヤーが求める靴は、それまで婦人靴でFOB80ユーロが平均的なところだったが、60ユーロ、50ユーロ、さらに40ユーロと下がって行った。40ユーロ台は、イタリア物では無理だろうと思ったが、違った。キャリアの長いインポーターは「ナポリに行けばある」と自信を持って言った。

イタリアが、イタリア王国として統一されたのは、1861年のこと。それまでは都市国家が分立していた。今でも「自分はイタリア人ではない。ナポリ人だ」と言う人は、決して珍しくない。つまり都市国家ごとに異なった文化性、社会性を持っている訳で、それが懐の深さに繋がっているのではないだろうか。

●ヴェネトの靴産業の発祥は15世紀

では靴産業は、いつ頃、発祥したのか。その地域、地域で年代、背景は異なるが、例えば、ヴェネト州のストラ。高級婦人靴の産地であり、世界のラグジュアリーブ

ランドの靴生産を一手に引き受けていると言っても過言ではないが、ストラ帯をリヴィエラ・デル・ブレンタと言う。ブレンタとは、ヴェネチアに繋がるブレンタ運河のことだ。

15世紀、ヴェネチアの大商人や貴族が、ブレンタ運河を伝って、その沿岸の街であるストラに保養にやって来た。豪華なヴィラを建て、ヴェネチアと同じように暮らせるようにとコックはもちろんのこと、仕立て職人、また靴職人も伴った。そして靴職人の中には、ヴェネチアに戻らず、そのまま住み着く者もいた。それが、靴産業の礎となった。

しかし近代的靴産業への発展は、遅れた。靴から始まったイタリアのラグジュアリーブランド「サルヴァトーレ・フェラガモ」の創業者サルヴァトーレ・フェラガモは、『夢の靴職人』（1996年文藝春秋刊）という自伝を著しているが、その中に次のような記述がある。

フェラガモは、ナポリ近郊のボニートという貧しい村に生まれたが、幼い頃から靴づくりの才能を発揮する。家の向かいが靴

修理屋だったが、見よう見まねで靴づくりを覚え、9歳で妹の洗礼式のための靴を作り、12歳で製靴店の主となった。兄たちは、家計を助けるためにアメリカに渡り靴工場で働いていたが、帰省した兄から聞いた機械による靴づくりに心を奪われ、野望を抱く。

「イタリアでは、だれも機械を使った靴作りをしていない、と私は考えた。アメリカに行って機械化の勉強をし、資金がたまるまで働く。それから帰国して素晴らしい大工場を、たぶんナポリに作る」。

もし機械化工場があったなら、靴に相当にアンテナを張っていたはずのフェラガモが知らないはずはなく、機械化された大工場によって当時の靴産業をリードしていたアメリカに反して、イタリアでは機械化による近代化は未だだったのだ。1910年代のことだ。

それが1950年代になると、スチール芯の入ったセクシーなピンヒールのハイヒールやマッケイ製法のエレガントな紳士靴で、靴ならイタリアと世界に知れ渡りようになる。

それ以降の歩みは、表①のデータが示す

表① イタリア靴産業の歩み

年	生産			輸出		輸入		雇用者数(人)
	足数(100万足)	金額(100万€)	平均単価(€)	足数(100万足)	金額(100万€)	足数(100万足)	金額(100万€)	
1970年	345.8	409.55	1.18	217.6	214.95	3.3	1.55	132,608
1975年	366.3	869.46	2.37	232.4	502.87	6.9	6.06	130,791
1979年	515.3	2,364.24	4.59	374.3	1,813.87	27.3	43.06	142,891
1980年	451.7	2,530.48	5.60	314.6	1,606.49	36.7	63.48	132,475
1982年	531.2	3,620.26	6.81	387.3	2,446.54	38.3	93.59	142,288
1985年	524.5	4,953.19	9.44	434.7	3,669.68	56.0	214.88	133,914
1990年	424.9	5,653.62	13.30	360.0	4,104.54	73.6	357.89	113,980
1995年	476.2	7,856.40	16.50	426.7	6,144.03	139.9	934.51	124,228
2000年	389.8	8,269.31	21.21	362.3	6,605.65	195.9	1,796.27	113,100
2005年	250.2	6,974.48	27.87	249.0	6,093.17	331.7	2,877.58	97,005
2010年	202.5	6,755.86	33.36	221.4	6,611.57	355.0	3,703.26	80,153
2011年	207.6	7,209.58	34.72	228.9	7,453.99	357.6	4,067.40	80,925
2012年	198.5	7,122.20	35.88	214.2	7,637.70	301.2	3,831.20	79,254
2013年	202.1	7,471.96	36.97	219.8	8,073.02	303.5	3,834.38	78,093
2014年	197.0	7,531.19	38.22	215.0	8,389.11	329.7	4,144.01	76,610
2015年	191.2	7,481.53	39.10	204.6	8,559.14	325.5	4,477.99	77,042

データ出所：Assocalzaturifici Italiani(2013年に名称変更。それ以前はA.N.C.I.)

※生産、輸入、輸出共に、人工皮革、テキスタイル製他を含むすべての靴・履物。通貨ユーロ導入(2002年)以前のデータは、リラをユーロに換算

※2015年輸出及び輸入は速報値

※但し2010年以降の生産平均単価は、筆者が算出

通りだ。

●高級靴の輸出で世界市場を席卷

イタリアの靴メーカー組織は、2013年に名称変更し、イタリア靴工業会(A.N.C.I)から、イタリア靴メーカー協会(Assocalzaturifici Italiani)となったが、毎年、生産及び輸出入統計データ(革製以外を含むすべての靴・履物)を公表している。最も古いデータは、1970年だが、表①は、それを5年ごとに拾い、かつエポックメイキングな年を加え、一覧化したものだ。

1970年の生産足数は、3億4580万足(革製以外を含む。以下同様)。ポルトガルの靴・皮革製品組合アピカップス(APICCAPS)発行の「World Footwear Yearbook」2016年版(掲載データは2015年)を参照すると、年間3億5000万足台は、7~8位にランクされる数字だ。それを1970年に上げているのだから、相当なパワーだ。

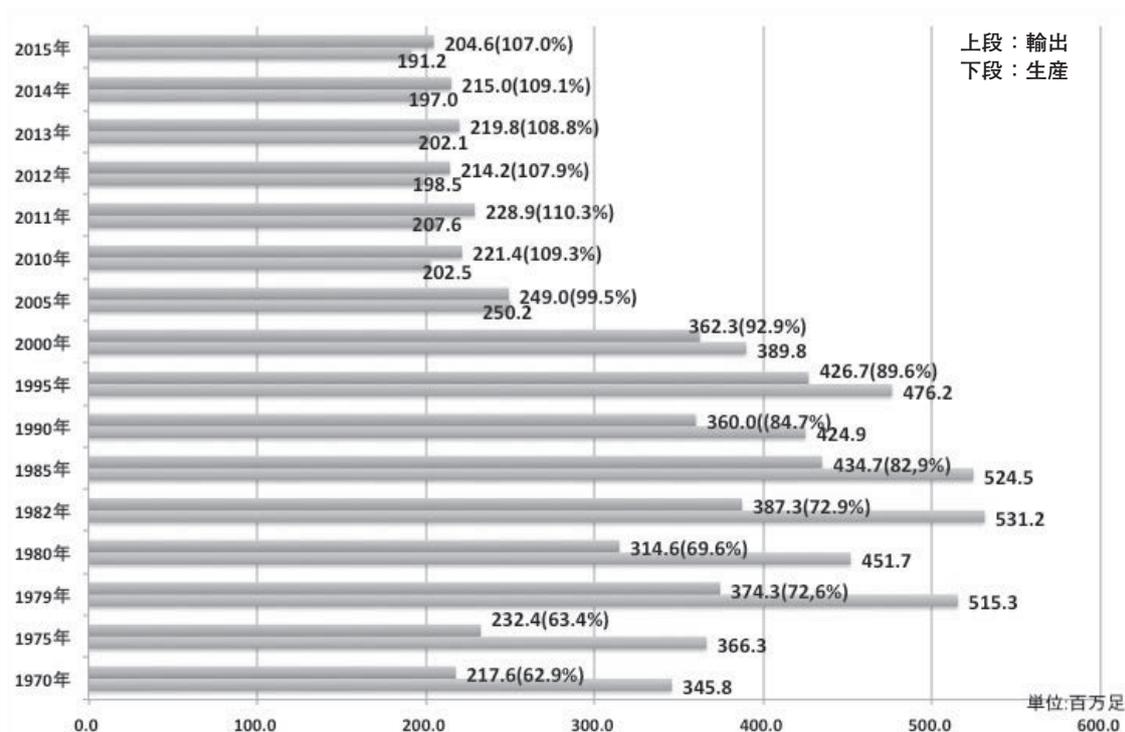


1950~60年代にヴィジェヴァノで製造された婦人靴(ヴィジェヴァノ靴博物館で取材)

そして、1979年に5億足超えをマークした後、1982年に5億3120万足でピークを迎える。1982年の1970年対比の伸び率は、153.6%となる。

グラフ①は、生産と輸出をグラフで表現したものだが、生産に占める輸出のシェアは、生産足数と正比例する形で増加している。1982年の1970年対比輸出伸び率は、177.9%で倍増近い伸びを示し、生産の伸

グラフ① 生産と輸出の推移



び率を上回っている。

つまり生産の伸びを支えたのは、輸出ということだ。

これは、日本とは正反対だ。日本は、昭和40（1965）年頃までは、輸出がそこそこにあったが、特に1971年に円が変動相場制に変わった以降は、国際市場での競争力を失い、ちょうど伸びつつあった国内市場に注力した。前出の「World Footwear Yearbook」によれば、2015年の輸出は200万足。生産に対する輸出比率は、わずか2.6%に過ぎない。

また、グラフ②は、生産の平均単価をグラフに示したもののだが、1970年の1.18ユーロから39.1ユーロへ。なんと33倍だ。

もちろん物価が違う。世界経済のネタ帳というインターネットサイトで、イタリアの消費者物価指数の推移を当たったところ、1980年から現在までが出て来た。

それによると、1980年の消費者物価指数は、20.30。これに対し2015年は、99.99。

約5倍だが、平均単価は、2015年は1980年の約7倍と、消費者物価指数の伸びを上回っている。靴産業の特徴は、高単価にあると言えそうだ。

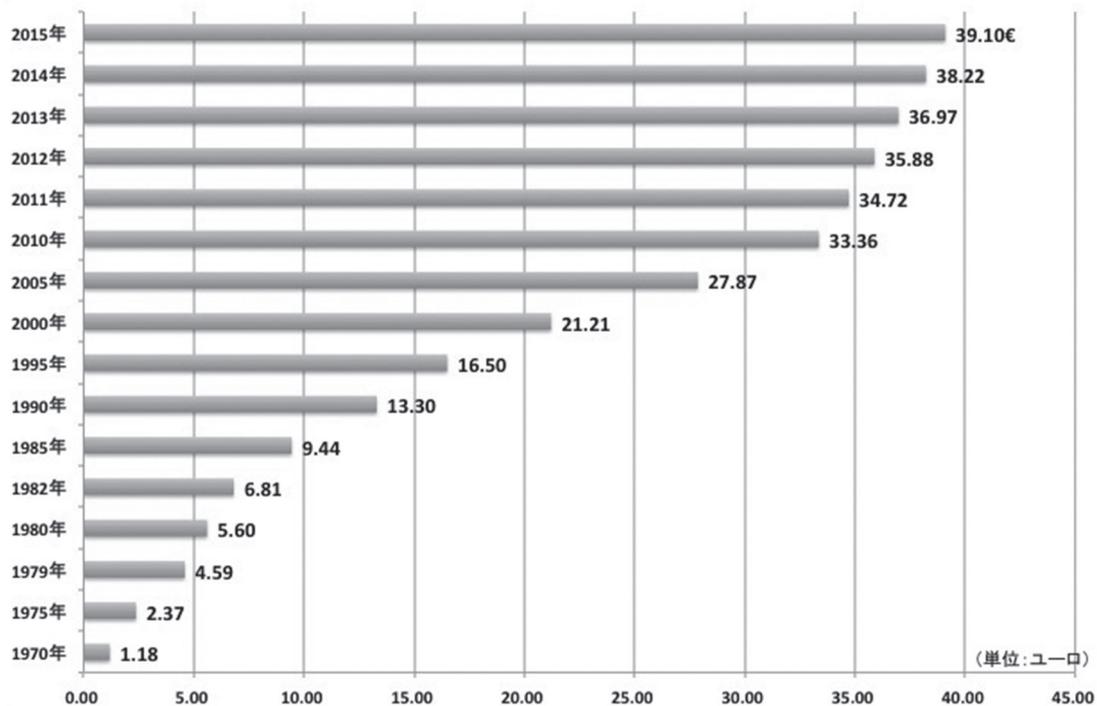
つまりイタリアの靴産業は、高単価化と輸出、有り体に言えば、高級品の輸出によって、発展、かつ生産の維持を図って来たということだ。

ここで輸出国に触れておくと、筆者の手許にある最も古いデータは、1994年だが、そのベスト10と2015年のそれを比較してみた（図①参照）。

フランス、米国、ドイツは、不動のベスト3と言えそう。ロシアも重要な市場。アラブ諸国の経済発展は周知の通りだが、ベスト10入りはしていない。そして気になるのは、2015年6位の香港。その先には、中国がある。

ちなみに日本は、1994年は15位、2015年は12位だ。

グラフ② 生産平均単価の推移



●中国台頭で2005年生産は2000年の3割減

しかし生産がピークを示した1982年以降、表①に取り上げなかった年を含め、5億足台をマークしたのは、1985年のみ。生産は減少を続け、特に減少幅が大きいのは、2000年から2005年の5年間。2005年の2000年対比は、64.1%。ほぼ35%減になっている。

2000年代初頭は、イタリアだけでなく、ヨーロッパ第3位の靴生産国ポルトガルも低迷したが、この背景には、世界の工場・中国の影響力の増大があると思われる。中国の名目GDPは、98年に1兆USドル、2005年に2兆USドルを超え、それ以降は右肩上がりの急カーブを描いている。

そしてさらに気になるのが、2010年以降だ。生産は、2012年に2億足を割り込み、2013年は2億足台に戻したものの、2014年、2015年は、再び1億足台に。さらに輸出比率は、100%を超えている。つまり再輸出が行われているということで、それが恒常化している。

では、輸入がどんな状態にあるのかと言うと、自国で生産した製品は100%以上輸

出しているのだから、国内の靴需要は輸入で賄っている。当然のごとく、その量は、増加の一途を辿っている（表①参照）。

どんな国から輸入しているかと言うと、世界の工場・中国は当然、最重要国だが、ベスト10を挙げてみると、面白い変化に気付く。

図②を見て欲しい。1994年と2006年は、低コストの靴生産国が中心だが、再輸出が見られる2011年は靴生産国ではないベルギーとオランダが3位と4位を占めている。この状況は、同年以降、2015年も変わらない。ベルギーとオランダは、貿易の中継点の役割を果たしていると聞いた。

ミカムに出展するイタリア企業の中には、イタリア以外で生産しているところが少なからずありそうだ。デュッセルドルフで開かれたGDSでのことだが、手の込んだデザインのウエスタン風ショートブーツが目にとまり、ブースに入り、価格を聞いてみた。答えは、FOB40ユーロ台。リーズナブルだと返すと、「ボスニアの工場で作っているから」と。

この出展者は、イタリア企業。もちろん

図① 輸出国ベスト10比較



ミカムにも出展している。本社は、「ロミオとジュリエット」で知られるベローナ。オランダに管理部門を置いている。ボスニアヘルツェゴビナの工場設立は、1980年代。紛争を乗り越え、工場はボスニアを代表する靴工場に成長していると言う。

こういう企業は、細かく聞いていけば、他にいくつも出てきそうだし、イタリア企業の産地開拓意欲は旺盛に見える。北アフリカのチュニジアは、輸入国ベスト10の常連であるし、一時はエチオピアの名前も聞いた。

●ファッションコングロマリットの傘下入り

ヨーロッパの周辺国、また中国に工場という例もあり、産地移転は、靴の国イタリアを維持するための方策だ。

他にも、維持の方策は打たれている。

1990年代後半に顕著だったのが、ルイヴィトンとモエヘネシーのLVMHやグッチグループなど、多くのファッションブランドを傘下に持つファッションコングロマリットへのグループ入りだ。

これは靴メーカーが望んでというより、

コングロマリットが技術力やブランド力を評価し傘下に入れたという方が事実に近いと思う。

いくつか例を挙げると、まず日本の百貨店でもインショップを多数展開する婦人靴のセルジオ・ロッシだ。

1950年代初めにエミリアロマーニャで創業。1960年代にオパンケ製法を用いた斬新な靴で頭角を現し、1970年代はジャンニ・ヴェルサーチを代表とするファッションデザイナーの靴で脚光を浴びる。その後は、イタリア国内はもとよりパリ、ロンドンなど世界の主要都市にブティックを出店。1999年、グッチグループが買収。世界各地にブティックが続々オープン。紛れもない靴の世界ブランドになった。

もう一つは、ヴェネト州ストラのロッシ・モーダ。1947年に創業。技術力とファッション表現の巧みさで婦人靴メーカーとしての地位を確立し、1960年代にファッションデザイナーとのライセンス契約に基づくブランドづくりを開始。その後、ライセンスの手法で数々のファッションデザイナーの靴を送り出す。そのブランドのほとんどが、LVMH傘下のファッションデザイナー

図② 輸入国ベスト10比較

1994年輸入国ベスト10	2006年輸入国ベスト10	2011年輸入国ベスト10
1 中国	1 中国	1 中国
2 インドネシア	2 ルーマニア	2 ルーマニア
3 スペイン	3 ベトナム	3 ベルギー
4 ルーマニア	4 チュニジア	4 オランダ
5 ドイツ	5 ベルギー	5 ベトナム
6 タイ	6 インドネシア	6 フランス
7 韓国	7 インド	7 スペイン
8 クロアチア	8 ボスニアヘルツェゴビナ	8 チュニジア
9 ベルギー	9 スペイン	9 インド
10 フランス	10 フランス	10 インドネシア

※2011年1～11月

であり、2003年にロッシ・モーダもLVMHの傘下に。その後もミカム出展を続け、百貨店などにも販売していたが、ファッションデザイナーの靴は、そのブランドのブティックのみでの販売とするLVMHの営業政策により、ロッシ・モーダは、完全にLVMHの傘の中に入った。今、我々がロッシ・モーダの靴づくりに触れられるのは、ロッシ・モーダがストラのヴィラに開いたミュージアムにおいてだけだ。

このようにファッションコングロマリットの傘下入りは、メーカーにとっては、生き残りの手段であるが、コングロマリットにとっては、優秀なメーカーを囲い込む方策に他ならない。

●グループ化で組合員数は変わらず800

もう一つは、グループ化だ。ミカムの会場を歩いていると、以前は別々のブースだったブランドが一つのブースの中という例を見掛けるが、これはグループ化によるものだ。印象的だったのが、2011年3月のミカム。EUと韓国の自由貿易協定発効直後だったが、婦人靴メーカーのラリオのブースと想定していたら、紳士靴メーカーのストール・マンテラッシの表示もあり、他にもまだ2ブランドの名が。聞いてみる



ストラのロッシモーダ靴博物館の展示室
(1997年取材)

と、「ラリオを中心に4社がグループになった。工場は一つにし、ラインを分けて製造すれば、効率的な経営ができる」と。そしてこのグループ化を主導したのは、韓国の大手小売業だった。

今年2月、東京で開催のシューズ・フロム・イタリー展の際、イタリア靴メーカー協会の事務局長が来日したが、記者会見で同協会の会員数は約800との発表があった。1990年代に聞いた数字と変わらなかったもので、理由を聞いてみると「グループ化する例が多く、以前と変わらない会員数になっている」とのことだった。

靴の国イタリアは、製造の海外移転、グループ化、そしてファッションコングロマリットの傘下入りと、生き残りの努力によって保たれているのだ。



ストラの婦人靴メーカーの靴づくり
(1997年取材)