

■2017年春夏ヨーロッパ靴見本市レポート■

明暗分けるGDSとミカム、2017年にはさらなる変化

靴ジャーナリスト 大谷知子

●GDSは集約化で使用ホールが減少

ヨーロッパで開催される靴専門見本市は、デュッセルドルフのGDSとミラノのミカムの二つだが、2017年春夏物は、GDSが7月26～28日、ミカムは9月3～6日に開催された。

間隔が1ヵ月以上空いているが、2年前にGDSが新しいコンセプトを掲げて会期の繰り上げを断行した結果だ。

しかしこの改革は、決して奏功しているとは言えない。改革初回の2014年7月以降の来場者数は、改革前は2万人台だったが、改革1年後の2015年7月は1万5000人。そして今回は、オーガナイザーのメッセ・デュッセルドルフ発行のファイナルリリースに見られる数字は「1万2000の小売店」というものだった。小売店にとって金曜日は最も売上げが期待できることから、来場しやすくするために金曜日を外し、火・水・木曜日開催としたが、その効果もなかったようだ。

また出展者数も、900、800、そして今回は700ブランドと、回を重ねるごとに少なくなっている。特に今回は、ゾーニングに変更はなかったが、使用ホール数が、これまでの6から5ホールになった。

「半分程しか使用していないホールがあったりしたが、決して良い印象を与えないし、また来場者の回遊のしやすさにとってもマイナス。そこで思い切って集約化を

図った」。

メッセ・デュッセルドルフGDS&tag it!プロジェクト開発部門ディレクターのウテ・ヴィントハウゼン=キスさんは、ホール数減少について、このように語った。

出展・来場者の細かい数字は、特に気にして調べない限り、一般来場者が知ることはないと思うが、使用ホール数は、ストレートに開催規模を印象づける。オーガナイザーにとっては実行したくないことだろう。

しかし、ヴィントハウゼンさんは続けて「ホールの集約化はマイナスの印象を与えかねないが、賑わいの演出に繋がっていると、出展者には概して好評」と。ホール当たりの来場者密度は高くなるので、確かに



集約化で賑わい感が出たGDSの展示ホール

賑わっているという印象になる。筆者の目にもそう映った。

では、来場者はどうか。見応えがないという評価も出て来そうなところだが、日本人来場者について言えば、ほぼ10年振りで訪れたというアパレル小売チェーンのバイヤーは「見やすくて、面白い」。また常連の靴専門店は「偶然だろうが、毎回仕入れているメーカーが同じホールになった。効率的に仕事ができる」。マイナスの評価は、聞かれなかった。

もちろん、こういう来場者ばかりではない。会期の繰り上げで特にミカムと1ヵ月余り離れてしまった春夏物展は、来なくなった小売店が目立つ。それが来場者の減少に端的に表れている訳で、GDSの影響力が後退していることは紛れもない事実だ。

しかしそれでもプラス評価が聞かれるのは、前回のこのレポートにも書いたが、見本市・展示会が“大きいことはいいことだ”ではなくなって来ていることを物語っていると言えよう。世界的に顕著な品揃え型専門店の減少を背景に、見本市の存在意義が薄れる中、同じような商品を並べている出展者がたくさんの大型見本市よりも、削ぎ落とされたコンパクトな見本市に可能性がある」と筆者は考えている。

●ミカムは来場者が増加するも輸出は…

一方のミカムはどんな結果だったか。

イタリア靴メーカー協会は、来場者は4日間合計4万4668人、うち海外から2万6543人。それぞれ5.2%、8.4%の増加と発表した。GDSの3.5倍以上。ぶっちぎりの状態であり、ヨーロッパに限らず見本市・展示会が来場者数を落としている中で一人勝ちの状態だ。

同協会のアンナリタ・ピロッティ会長は、リリースの中で「経済は厳しい状況にあり、特に国内市場はシュリンクしているが、来場者増に貢献したのは、ドイツを中心としたEU諸国。また特にアジアの活躍が目立ち、なかでも韓国が37%、中国が30%それぞれ増加した」とコメントしている。

過去のプレスリリースを当たってみると、前回2月、前年同期（2015年9月）の来場者数は、それぞれ3万2703人、3万4176人。これらと比較すると今回の来場者数は1万人以上増えており、2015年9月対比の伸び率は30%増にもなる。それなのに公式発表は5.2%増とは、どういうことか。このマジックの要因は、「今回から新しい来場者認証方法を導入した」（プレスリリース）ことにある。従って実際の増減は、聞



GDSのトレンド提案エリア



ミカムのトレンド提案エリア

の中と言えそうだ。

現実を反映しているのは、生産と輸出のデータだ。生産（表1参照）は、前年同期の増減しか公表されていないが、金額は横這い状態、数量は2%の減少だ。

輸出（表2参照）は、金額は生産を上回る伸びを示したが、数量はやはり減少している。

相手国別で注目したいのは、まずロシアだ。ロシアは、2000年代に入ってから以降、イタリア靴輸出を牽引して来たが、2014年

3月のクリミアのロシア編入によるEUの経済制裁によってマイナスに転じ、2014年対ロシア靴輸出は数量で20.3%減、2015年31.9%減、そして2016年も減少に歯止めが掛かっていない。数量はプラスに転じたものの金額は依然、10.4%減となっている。

経済制裁発動以前の対ロシア靴輸出は、783万3000足（2013年1～11月）だが、2016年1～5月実績を単純に同期換算してみると、2016年1～11月は470万3000足となり、2013年対比は、40%減となる。

表1：2016年上期イタリア靴産業

		前年同期比
生産(2016年1～6月)	金 額	+0.1%
	数 量	-2.0%
輸出(2016年1～5月)	金 額	+4.1%
	数 量	-0.7%
輸入(2016年1～5月)	金 額	+7.3%
	数 量	+5.7%
工場数(件)		4,877社 (2015年12月対比-1.2%)
雇用者数(人)		77,439人 (2015年12月対比+0.5%)

※イタリア靴メーカー協会推定

表2：2016年1～5月イタリア靴輸出相手国別ランキング

順位(金額)	2016年1～5月			前年同期比%		
	金額(100万€)	数量(1000足)	平均単価(€)	金額	数量	平均単価
1)フランス	539.23	15,747	34.24	+1.2	+5.7	+7.3
2)米国	404.30	6,559	61.65	+0.5	+0.1	+0.4
3)ドイツ	400.81	15,532	25.81	+4.8	+2.5	+2.3
4)スイス	389.35	5,611	69.39	+13.2	+4.5	+8.3
5)英国	233.73	5,986	39.05	+7.4	+0.5	+6.9
6)香港	159.20	1,091	145.98	+11.2	+4.8	+6.0
7)スペイン	131.68	4,642	28.37	+12.8	-0.5	+13.4
8)ロシア	128.46	2,138	60.08	-10.4	+4.7	-14.4
9)オランダ	108.71	3,700	29.38	+12.3	+15.3	-2.6
10)ベルギー	103.84	2,791	37.21	-10.8	-12.8	+2.3
11)中国	95.49	723	132.06	+2.0	+3.8	-1.7
12)日本	89.57	1,386	64.62	+8.6	+2.3	+6.2
13)韓国	65.66	644	101.90	+12.2	-1.6	+14.0
14)オーストリア	62.81	1,896	33.12	-8.9	-17.1	+9.9
15)UAE	50.25	668	75.19	-10.2	-22.0	+15.1
...						
26)ウクライナ	19.33	307	62.92	+21.9	+45.4	-16.2
...						
39)カザフスタン	10.16	176	57.69	-21.6	-16.9	-5.6
...						
合計	3,644.13	92,467	39.41	+4.1	-0.7	+4.8

出所:ISTAT(イタリア統計研究所)データに基づきAssocalzaturifici(イタリア靴メーカー協会)が算出

このような状況下、イタリア靴産業は経済制裁の中止を要望しているが、EUは2016年6月、2017年1月末までの延長を決めており、対ロシア靴輸出は簡単には好転しそうもない。

この他、英国はベスト5に常にランキングされている輸出国だが、ブレグジット（Brexit＝英国のEU離脱）も、マイナス要因になるのではと懸念されている。

それで対日輸出はというと、2014年、2015年と続けて、金額、足数共に二ケタ、もしくはそれに近いマイナスだったが、2016年1～5月は、プラスに転じた。円高の影響と思われる。

出展内容に触れておくと、ミカムが近年、力を入れているのは、子ども靴だ。子ども靴出展者の要望があつてのことだと思うが、4号館奥にキッズ・スクエアを設けている。

出展者はイタリアを中心にスペイン、フランス、ポルトガル、それにブラジルなどだが、クロアチアの子ども靴メーカーも見られた。同社は、1946年創業。解剖学に基づき、子どもの足の成長と環境に配慮し靴づくりを実践し、日産5000足。販売ではクロアチア国内に30店舗以上の直営店を持ち、世界300店舗に販売している。GDSにも出展している。



ミカムのキッズスクエア

また日本は、経済産業省がジャパンプースを出展し続けているが、今回初めて日本を代表する百貨店がプライベートブランドを「International Designers」エリアに出展したことを付け加えておく。



経済産業省が出展するジャパンプース

●GDS2017年下期は9月開催に

こうした状況の中、見本市事情がさらに変化する。メッセ・デュッセルドルフが、GDS会期の変更を発表したのだ。

変更されるのは、2017年下期。つまり春夏物展だ。2年前の会期繰り上げによって7月開催となったが、これを2017年9月に戻すというのだ。

会期の繰り上げ以降、7月は、一部の出展者から不満の声が出ていた。要因は、バカンスだ。ヨーロッパのバカンスは、7～8月の2～3週間が通例。メッセ・デュッセルドルフは、会期繰り上げに際し、ヨーロッパよりも早く開催される米国の見本市日程、それにバカンスを睨み、両方とのバランスを考え、7月末に設定したと思われるが、出展者の情報によると、オランダなど北欧寄りの国はバカンスに入るのが早く、GDS開催時はバカンス中。それでそういう国に多くの取引先を持つ出展者からは

不満の声が上がっていた。

メッセ・デュッセルドルフは、こうした声に耳を傾け、アドバイザーメンバーや主要出展者と検討を重ね、「シーズンにより近い開催がベター」と判断した。

具体的な開催日は、「日曜日から火曜日の3日間」というだけで日にちは正式発表されていないが、「2017年9月3日（日）～5日（火）」という情報も出ている。

そしてちょっと衝撃的なのが、会場だ。

ドイツの主要都市には見本市会場があり、その会場は第三セクターのような組織の見本市会社が所有し、その会社が所有する会場でさまざまな見本市をオーガナイズするというシステムになっている。従ってメッセ・デュッセルドルフがオーガナイズする見本市の会場は、デュッセルドルフ見本市会場なのだが、9月の日曜日から火曜日3日間は既に埋まっている模様で、他の会場での開催を検討しているというのだ。開催地の候補としては、デュッセルドルフの隣町ケルンという情報もある。

過去にデュッセルドルフ見本市会場以外での開催になった見本市がないことはないようだが、こうなった例で現在も続いている見本市はないとも聞いた。となるとGDSの今後は…。もし最悪の事態になったならば、ヨーロッパの靴見本市事情、言い換えれば、来たるべきシーズンの情報と商品の仕入れ場所事情が大きく変わることになるだろう。

またミカムは、GDSの会期繰り上げに合わせる形で従来より半月ほど繰り上げ、現在は2月中旬と9月上旬に開催されているが、2017年9月は元の会期に戻し、「17日（日）～20日（水）」と決定し、既に公表している。

もしGDSが9月3～5日に決定したとすると、ミカムとの間は10日以上空くことに

なり、一つの出張で回るのはほぼ不可能。海外から来場する者にとっては、非常に非効率なスケジューリングになる。

■2017年春夏シューズトレンド■

では、トレンドに話題を移そう。

GDS、ミカム共にトレンド情報の発信に力を入れ、それぞれがトレンドテーマを策定している。まず、それを紹介しよう。

【GDSが提案するトレンドテーマ】

- ①Energetic Culture（エネルギーッシュな文化）
- ②Fantastic Realism（空想的な現実主義）
- ③Blooming Pop（咲き誇るポップ）

【ミカムが提案するトレンドテーマ】

- ①Eclectic Wave（折衷主義の波）
- ②Romantic Grit（ロマンチックな砂塵）
- ③Exotic Fringe（エキゾチックなフリンジ）
- ④Luxe Tech（贅沢な技術）

括弧内は直訳だが、解説文からテーマに込められたエッセンスを抽出すると、次のようなテーマに集約できそうだ。

(1)エスニック

GDSのテーマ①には「南半球」、ミカムテーマ③は、テーマそのものがエキゾチック＝異国風であり、解説文には「キューバ」「カリビアン」という言葉が見られる。またミカムのテーマ②は、都市の砂塵とフォーク（folk＝民俗）のミックスと説明している。

また出展ブランドの中には、ヨーロッパの移動型民族の風俗をイメージしているものも見られる。

これらを総合すると、2017年春夏を決定づけるトレンドは、まず異国情緒、異教徒の文化から派生するもの。要するに、エスニックと言えそうだ。

スタイルとしては、例えばフリンジをあ

しらったショートブーツ、あるいは甲をしっかりと被い、足首をきちんとホールドする、いわばハイカット的なサンダル、特に後者が強い。

素材で注目したいのは、メッシュ。

色は、赤茶に近いような茶、ビビッド系ではブルー、グリーン。またゴールド、ブロンズ、及びシルバーといった光物は欠かせない。



ハイカットとも言えるサンダル



メッシュは注目素材の一つ



60年代を感じるスリングバック・サンダル

(2)装飾性を盛り込んだスポーツ

スポーツ、つまりスニーカーは依然、衰えを見せていない。しかし文字通りのスニーカーは、スポーツブランドに奪われている。靴分野では、フォクシングテープを巻いたローテクタイプのスニーカーが中心になっているが、それにさらに変化を与えようとするものだ。

その変化の方向が、GDSのテーマ②に見られるリアリズム＝リアルクローズならぬリアルシューズ＝実用的シューズとファンタスティックの掛け合わせであり、ミカムのテーマ④に見られる技術＝機能性とラグジュアリー（＝Luxe）との融合だ。

具体的には、例えば甲をフリルで装飾、あるいはメタリック素材のスニーカーなどだ。

またシャワーサンダルのようなミュールが、ここ数シーズン、注目アイテムとなっているが、これが前かぶり、つまりスリッパタイプのミュールに変化している。



フリルで可愛く装飾したエスパドリーユ



スリッパタイプのミュール

(3) タッキーな色と柄

タッキー (Tacky) とは、ノームコア (Norm core) = 究極の普通に代わり、昨シーズンあたりから台頭してきたキーワードだ。意味するところは「品の悪い」「悪趣味な」であり、柄と柄、あるいはストロングカラー同士、柄とストロングカラーといった悪趣味に通じるコーディネートの意味している。

GDSのテーマ③は、これに通じる柄物への注目であり、ミカムのテーマ①は、1980年代のアルマーニ・スタイルとパンクやニューロマンチックに通じるカジュアルテイストの掛け合わせと解説している。ジョルジョ・アルマーニのスタイリッシュさをパンクやニューロマンチックの装飾で崩すと解釈され、タッキーなテイストと言える。

以上の通り、どれもカジュアルなテイストであり、ヒールは「(1) エスニック」に多

く登場するが、ウエッジ、もしくはプラットフォームが中心だ。

純粋なヒールは、タッキーのイメージソースとされる70年代テイストのパンプスに登場するが、スタックドヒールの太いヒールが中心。アッパーは大きなタッセルやバックルをあしらったスクエアやラウンドトウで、カジュアルに属する。

エレガンスは、ポインテッドトウを中心としたプレーンパンプスであり、これには「(3) タッキーな色と柄」に属するプリント素材が採用されたりしている。

この他、60年代モダンを思い起こさせる中寸パンプス、サンダルもあるが、例えばアクリルの透明ヒールや水玉プリントのエナメル巻きヒール、アッパーはトリコロールの三色コンビやメタリックシルバーが特徴として挙げられる。

今回の2017年秋冬展は、GDSが2月7～9日、ミカムは同12～15日に開催される。



ヒールに柄を取り入れて



70年代が匂うカジュアルパンプス