■2018年春夏ヨーロッパ靴見本市レポート■

GDSのない初めてのミカムは、出展・来場ともに増。靴ファッションは、全体にエレガンスにシフト。

靴ジャーナリスト　大　谷　知　子

2018年春夏シーズンに向けたミカムは、９月17～20日に開催された。一方、GDSは…。これまでならそう続けるのだが、GDSは今年２月の開催で、60年余りの歴史に幕を下ろした。従ってミカムにとって今回は、GDSがない初めての開催。一般的に考えれば、来場者、出展者ともに増えていいはずだ。

現実は、どうだったのか。まず来場面の結果から見てみよう。

主催者のイタリア靴メーカー協会の発表によると来場者は、４日間合計４万7187人。内訳は、海外２万7880人、イタリア１万9307人だった。前年同期比は、全体が5.6％増。内訳では、海外が５％、イタリアが6.5％のいずれも増加。そして国別は、次の順だった。

ミカムのメイン・エントランス

・ロシア　32％増
・米国　15％増
・中国＆香港　7％増
・フランス　6.7％増
・ドイツ　４％増

このようにどれを取っても、前年同期よりも増加している。GDSのお膝元ドイツからの来場は、４％増に留まっており、GDSがなくなったことが、来場者全体の増加を牽引したとは言い難い。

むしろ気になるのは、ロシアの増加であり、ファイナルリリースは、旧ソビエト連邦のカザフスタン、ウクライナなどのCIS諸国も同様の増加率としている。だが、これをロシアやCIS諸国の市場が好調と見るのは正しくない。

このレポートで何回か書いているが、2014年に発生したウクライナ危機によるEUの経済制裁とこれに対するロシアの報復措置によって、対ロシア靴輸出は大きく後退した。表２は、最新データと比較するために上期データで輸出主要国の推移を示したものだが、対ロシアは、ウクライナ危機が起こった2014年から落ち込みが始まり、2015年は金額、数量共に30％以上のダウン。2016年に回復の兆しを示し、今年やっと回復が明確になったところだ。それでもまだウクライナ危機以前のレベルに戻っていないが、今回の来場者大幅増は、回復が

順調に継続していることを示していると見るのが妥当だ。

●出展者は前回比30社余増加したが…

一方、出展者は、1441社。内訳は、イタリア797社、海外644社。主催者は増減には触れていないが、過去の発表を当たると、前年同期の2016年９月は1478社、前回の今年２月は1405社となっており、前年同期比37社減、前回比36社増となっている。前回比増の要因としては、GDSが開催されなくなったことの影響が考えられなくはない。以前から主要なドイツメーカーは出展しており、出展ホールは、イタリア以外の出展者を集めた６、及び７号館がほとんどだったが、前回２月からイタリアメーカーが集まる３号館に目立ったスペースを占めるようになっている。

しかし会場のスペース取りという面では、ここ数回で目立つようになっているのが、出展以外のイベント的スペースの拡大だ。特に１号館に設置されているファッションスクエアは、今回さらに拡大した。

fashionsquarefashionsquarefashionsquaref

は、金額、数量ともに微増となっている。ただ、アッパー素材別動向が、気になる。

伸び率の高い順（金額）に挙げると、「ラバー」「ファブリック及び同ミックス」「人工皮革」「スリッパ」、そして「革」となる。そして「革」だけが0.1％とは言えマイナスであり、数量の伸び率は金額より低く2.7％減となっている。また数量でシェアを見ると、革は53.2％と半数を割り込む日も近い数字になっており、気になるところだ。ポルトガルの靴及び関連業者組合アピカップス（APICCAPS）がまとめている「World Footwear Yearbook」によると、この10年間で世界全輸出に占める革物のシェアは金額、数量共に20％ダウンしているのに対し、テキスタイル（ファブリック）は、金額倍増、数量４倍になっているというデータもある。さらに言うと、10月初旬に開催された靴及び皮革製品素材の見本市リネアペレを訪れたが、タンナーの出品には新しさを感じさせるものがほとんど見受けられず、革離れが進みそうな印象を持った。

では、対日本輸出は、どうか。

残念ながら芳しくない。2017年１～５月は、金額はわずかだが、数量は13.0％も減少（表２参照）した。国内個展でも持ち帰っての発注が増えていると聞く現状では、海外展での発注が鈍っていることは十分に予想できる。また求める価格の下落にも歯止めは掛かっておらず、FOB40ユーロ、もしくはそれ以下を探しているという声も決して珍しくない。これらの理由は、市場の低迷であることは言うまでもない。

そしてミカムが終了してすぐ、国内では大手婦人靴問屋が事業譲渡というニュースが業界を席巻したが、ミラノでも驚かされたことがあった。ヴィットリオ・エマニュエーレのヴェルジェリオ、それにモンテナポレーネのヴィエッレが閉店したのだ。両

完全にクローズドしているヴィットリオ・エマニュエーレのヴェルジェリオ

表２：イタリア靴輸出主要国の推移（単位：金額100万€/数量1000足）

	2014年1～4月				2015年1～5月				2016年1～5月				2017年1～5月			
	金額	前年同期比	数量	前年同期比	金額	前年同期比	数量	前年同期比	金額	前年同期比	数量	前年同期比	金額	前年同期比	数量	前年同期比
フランス	465.87	+4.1%	15,707	+0.3%	533.08	−4.2%	16,704	−12.2%	539.23	+1.2%	15,747	−5.7%	546.75	+1.4%	16,143	+2.5%
ドイツ	309.65	+3.8%	12,255	+1.8%	382.35	+4.1%	15,160	+4.9%	400.81	+4.8%	15,532	+2.5%	408.72	+2.0%	15,091	−2.8%
米　国	263.17	+18.1%	5,543	+15.7%	402.36	+16.4%	6,553	−0.5%	404.30	+0.5%	6,559	+0.1%	375.65	−6.8%	6,886	+5.0%
英　国	171.39	+16.2%	5,143	+4.8%	217.59	+3.3%	5,955	−3.5%	233.73	+7.4%	5,986	+0.5%	241.79	+3.4%	5,796	−3.2%
ロシア	203.08	−17.8%	2,970	−15.5%	143.34	−35.0%	2,042	−36.2%	128.46	−10.4%	2,138	+4.7%	150.54	+17.2%	2,855	+33.5%
香　港	94.75	+21.6%	814	+7.9%	143.21	+22.5%	1,040	+6.8%	159.20	+11.2%	1,091	+4.8%	149.54	−6.1%	987	−9.5%
日　本	76.93	−0.9%	1,401	−3.5%	82.44	−8.8%	1,354	−13.9%	89.57	+8.6%	1,386	+2.3%	88.48	−1.2%	1,206	−13.0%
中　国	60.26	+8.7%	580	−0.6%	93.61	+25.2%	697	−1.0%	95.49	+2.0%	723	+3.8%	92.18	−3.5%	779	+7.7%
合　計	2,839.51	+3.9%	82,973	−0.7%	3,499.66	+3.1%	93,102	−5.2%	3,644.13	+4.1%	92,467	−0.7%	3,770.10	+3.5%	93,811	+1.5%

※データ出所：イタリア靴メーカー協会

【注】イタリア靴メーカー協会が各年のミカム後期開催時に公表したデータを使用しているため、 2014年のデータのみ1～4月。

店とも市場調査には欠かせない靴ブティックだったが、経営はヴェルジェリオ社。同社は1920年代創業の老舗靴小売業だが、2015年に起業家のアンドレ・ベルカッシという人物に買収された。同氏は、サッカーチーム、アタランタに所属していた元サッカー選手であり、引退後、化粧品ブランドを創設し、そのオンリーショップを950店舗も展開。ファッション関係ではグッチのフランチャイズ店を手掛けるなどしている。ヴェルジェリオの後は、化粧品ブランドを集積したショップになると言う。いずこも同じ秋の…という印象がする。

●GDS後継展示会は、9200人が来場

ミカム以外の展示会の動向にも触れておこう。

まず、 GDSの後継展示会として立ち上がったギャラリーシューズ。GDSの主催者だったメッセ・デュッセルドルフの子会社イゲドーのオーガナイズによって、８月27～29日、デュッセルドルフ市内のアレアル・ブーラー(Areal Böhler)で開催された。

会場のアレアル・ブーラーは、元鉄工所を外観はそのままにイベント会場にリモデルした施設。ここを〈プレミアム〉〈コンテンポラリー〉〈アーバン〉〈キッズ〉〈コンフォート〉〈アクセサリー〉の６ゾーンにセグメントし、出展者を配置した。

出展したのは、一部アクセサリー（バッグなど）を含む約500ブランド。10㎡程度のパッケージブースを主体にしていることから、GDSの顔であったドイツのビッグブランドは独自ブースが作りにくいため、出展しないことが予測されたが、蓋を開けてみると、ビルケンシュトックも、ガボールも出展。逆にGDSを離れたファッションコンフォート系有力ブランドやGDSには出展していなかったイタリアのモード系靴ブランドも、出展ブランドリストに名を連ねた。

ギャラリーシューズ（デュッセルドルフ）

来場者は、オーガナイザーによるファイナルリリースによると9200人。内訳は発表されていないが、ドイツ国内とヨーロッパ諸国が主体。日本からの来場は、数人だった模様だ。

また、新しい靴展示会が立ち上がるという情報もあった。会場はフランクフルト見本市会場、出展社は200社と広報され、プロモーションのために担当者が来日もしたようだが、その後、中止が発表された。出展社を集めきれなかったようだ。

さてこのように見本市・展示会事情が変動する中、どの展示会に行けばいいのかは、多くの人が悩むところだろう。それはどんな製品を仕入れたいのかによるだろうが、トレンドを把握したいということなら、筆者は、やはりミカムだと思う。

なぜなら小型ブースの連なりでは、各ブースの展示に奥行きがないので、何が提案製品で、何が定番なのかが判断しにくい。そこを判断するにはフルラインに近い内容で展示する大型ブースが必須だし、また出展者全体の構成も、あるゾーンに絞り込まれているのではなく、少なくとも中の上からバジェットゾーンに近いところまでが揃っていないと、何が新しく、何がボリュームと認識されているのかが判断でき

ない。トップメーカー、トップブランドの出展がなくなって来ているとは言え、その判断ができるのは、ミカムしかないと思うからだ。

では、そのトレンドは、2018年春夏は、どう動くのだろうか。

2018年春夏
シューズファッションの傾向

●'60年代調カッター、スクエアトウが新しい

まず目立ったアイテムは、ワンヒールのカッターと言うべきスタイル。サブリナシューズとも言えるが、かつてのバレリーナのような柔らかさではなく、ローヒールのパンプスという作り。ポインテッド型のトウでトップラインにスタッズをあしらったタイプも見られ、まだこの感覚か…とも思うのだが、この流れは、新しいトレンドも含まれていそうだ。

それは、1960年代。特にアンドレ・クレージュだ。

細部の特徴を挙げると

・トウは、スクエアの方が新しい。早いブランドは、スクエアが主流になっている。
・ヒールは、ワンヒール程度のローヒールだけでなく、アゴの短いスクエア型中寸も登場している。
・素材は、最も目立ったのが、春夏にもかかわらずスエードなどの起毛物。またエナメルと透明ビニールの組み合わせも見られ、より60年代を感じさせる。
・トップラインのカットは、トウ・スタイルにもよるが、まだポインテッド・トウが目立つ中では、緩やかなラウンド、あるいはスクエア。またスカラップにカットしたものもある。60年代にはスカートなどのヘムをスカラップにしたものが見られ、これも、そこからのインスピレーションと思われる。さらにスカラップとアッパーのカットワークを組み合わせたものも。

大きなリボンのアクセサリーがポイントのカッタータイプ

スクエアトウが新しい。トップラインは透明フィルム

トップラインのスカラップ・カットも傾向だ

・アッパー・デザインは、大きなリボン、リボンと金具を組み合わせアクセサリーを、フロントにつけたものが目立つ。
・スタイルは、スリングバックが新しく出て来ている。

●1980年代的フォルムの深物スリングバック＆ミュール

パンプス系でもう一つ傾向と言えるのが、トップラインを深くとったデザインだ。深さを活かすために、やや肉を持った構築性に通じるラストが特徴。この構築性に着目すると、1980年代を意識していると言える。

・トウは、ポインテッド。
・トップラインは、深いトップラインと構築性を持たせたフォルムとのマッチングを考慮し、Vカットが中心。また、幅の狭いU型もある。
・ヒールは､細めのルイ型の中寸が主流だ。
・アッパー素材は、起毛物とメタリックが傾向的。メタリックは、このタイプだけでなく継続しているが、シルバー系のガンメタル、あるいはグレイメタルといった色調が主流に変化して来ている。
・スタイルは、パンプスもないことはないが、スリングバック、さらにミュールも出て来ている。またミュールの注目に合わせて、カウンター部を倒してミュール風に履くタイプも見受けられる。

フットベッド・サンダルから始まったミュール・タイプへの注目は、フットベッドへの注目は弱まり、前かぶりを中心とした純粋なミュールへと変化している。

そしてミュールの変化を含め、1960年代、1980年代という見出しで括った靴種の傾向を見ると、トレンドは全体にエレガンスにシフトしていると言えそうだ。

ポインテッド・トウとVカットのトップラインの組み合わせ

1980 年代をイメージさせるトップラインの深いスリングバック

前かぶりのミュールが傾向スタイルになりつつある

●インカのような模様etcで、トライバル

ここ数シーズン、民族的なテイストが常にトレンドに顔を出しているが、2018年春夏は、トライバルとして括った。

「トライバル（tribal)」は、「種族の、部族の」といった意味。敢えてこの言葉を使ったのは、トライバル模様に通じるようなインカ模様的な幾何学模様が散見されるからだ。カジュアルなフラット系のシューズ、またミュールのフロントの意匠に使用されている。また、ワラチのようなスタイルも、一部で出ている。

このトレンドテーマで括れる素材としては、ラフィア、それにアニマル柄を施した毛付き物などがある。その他、フリンジもミュール系などのアクセントとして使用されている。

直接的にトライバルとは結び付かないが、目立っているのが、素足で履けるローファー、タッセルを中心としたモカ・デザイン。これは、メンズにも見られ、トライバルを広くナチュラル・リラックスへの注目と捉えれば、トライバルの延長線上で捉えられよう。

意匠デザインについて言えば、花柄への注目があるが、これはなぜかハイヒール。またローヒールであってもエレガンス・ブランドが積極的に採用という傾向がある。

この他、民族テイストを含むナチュラルなイメージで気になるものに、トカゲと鱗模様の型押し、それにパンチングといった異なる３種の加工のコンビネーションがある。抑えた感覚の装飾性がポイントだが、ウエスタンブーツ台頭の可能性が匂う。

インカ模様をイメージさせるプリントを施したカジュアル

ラフィアも傾向素材の一つ。メンズでも素足で履くタイプが目立つ

フロントのカットワークがトライバルを感じさせる

花柄プリントはエレガンスに多く見られた

●スニーカーは、ジョギングとカップソール仕様で継続

長らく靴市場をリードしたスニーカーは、スポーツ市場においても落ち着きを見せていると聞くが、靴分野では、展示会レベルにおいては、弱まりを感じさせない。どのブランドも、スニーカーをラインナップに加えているからだ。

しかし売れている、あるいは多くの受注が見込めるからではなく、靴分野においても、スニーカーがラインナップに欠かせない靴種になったということに思える。

そしてスタイルは、二つに絞り込まれる。一つは、ベーシックなジョギング、そしてもう一方は、カップソールのタイプだ。

後者は、スリッポンが中心で、アッパー・デザインは、革靴の傾向を取り入れている。例えば大きなリボン付き、ファー使い、また刺しゅうなどだ。

この他では、一部にモダン感覚の機能デザインがある。アッパーにゴムテープをクロスさせたり、ネオプレンのような素材を採用するなどしたものだ。レディスでは、コンフォート性を重視したブランドに見られる。

スポーツは、革靴的デザインのカップソールのタイプが主流だ

●ビビッドはグリーン、オレンジ、パステル系はグレイッシュ

最後に色の傾向に触れると、ビビッド系とパステル系の二つがある。

ビビッド系の代表色は、グリーン、イエロー、それにオレンジ。オレンジは、赤味の強い色調が特徴だ。

パステル系は、グレイッシュなトーンのグレイ、パープル、ピンクが挙げられる。

メタリックについては、前述した通りだ。

この他、トライバルや民族調テイストの表現として、濃茶系と紫系にもう１色、例えばイエロー系、オレンジ系、あるいはネイビー系を組み合わせたものもある。

以上で取り上げられなかったものを挙げておくと、ストーム使いのサンダルが後退する中で、厚底のサンダル系デザインは、トレンド力を失っていないようだ。おそらくフルレングスのロングドレスとのコーディネーションが想定されるためではないだろうか。

また素材では、 2017年春夏にも見られた、フロッキープリントで水玉模様を施したチュール素材は、2018年春夏に向けても見られる。

2018年秋冬に向けた次回ミカムは、2018年２月11～14日に開催される。