
■2019年春夏ヨーロッパ靴見本市レポート■

イタリア靴輸出は堅調も、産地には暗い影。
シューズトレンドには、大きな変化なし。

靴ジャーナリスト 大谷知子

このレポートのタイトルには“ヨーロッパ靴見本市”を掲げている。かつては単一の見本市のレポートでは終われなかったもので、そうしたのだが、かなり事情が変わっている。

今回は、靴見本市そのものの事情から始めてみたい。

21世紀に入る前、ヨーロッパ主要国各国に靴専門見本市が存在した。フランスにはミデック (MIDEC)、スペインにはモーダ・カルサード (MODA CALZADO)、ポルトガルにはモカップ (MOCCAP)、そしてドイツにはGDS、イタリアにミカム (MICAM) といった具合だ。

ミデックがなくなったのは、いつかは記憶していないが、インターネットで検索すると、2008年2月までは出て来るので、これが最後と思われる。その後、メス・アラウンド (MESS AROUND) という靴専門見本市が立ち上がり、2012年、現在も続いているフーズ・ネクスト (WHO'S NEXT) がアパレル見本市を吸収し複合化された時点では、その靴部門として開催されたが、フーズ・ネクストの靴は現在、雑貨合同展のプルミエール・クラス (PREMIERE CLASS) として存在するのみだ。

ポルトガルのモカップは、靴産地を後背に擁するポルトガル第二の都市ポルトで

1月、6月の年2回開催され、日本人も訪れていたが、筆者の記憶では、2004年6月の開催を最後に幕を閉じた。その後、ポルトガルでは靴専門見本市は開催されていない。

スペインのモーダ・カルサードは、靴産地エルダで開催されていた靴専門見本市を引き継いだもので、マドリードで開催されていた。しかしやはり2000年代半ばに終了し、ファッション総合見本市モマド (MOMAD) と併催のモマド・シューズに引き継がれ、現在も開催されている。また来春、ショールーム形式の「シューズルーム・バイ・モマド」が新たに立ち上がる。

そしてドイツのGDSは、これまでのこの記事で書いて来た通り、2017年2月の開催をもって60年以上に渡る歴史に終止符を打った。その後は、ギャラリーシューズに引き継がれ、デュッセルドルフで開催されている。

という訳で、ミカムでさえバッグの出展者を受け入れている現状では、靴専門というわけには行かず、靴主力ということで見ると、現在、開催されているのは、マドリードのモマド・シューズ、デュッセルドルフのギャラリーシューズ、それにミラノのミカムとなる。またイタリアには、北部のガルダ湖畔で開催のエキスポ・リヴァ・シュー (EXPO RIVA SCHUH) もあるので、ヨーロッパには4つとなる。

●来春、マドリードで新展示会

「SHOES ROOM」

開催されている靴主力見本市の概略をプレスリリースの情報を基に紹介しておこう。

マドリードのモマド・シューズの2019年春夏物展は9月7～9日、マドリード見本市会場で開催された。出展者は、82社。来場者は、同時開催のアパレルを中心とするファッション見本市のモマド・メトロポリスと合わせて1万5120人。2月に開催された2018年秋冬展は、モマド・シューズ単体でプレスリリースが発行されたが、それによると来場者は4000人となっている。またスペイン貿易庁とのコラボレーションで海外バイヤー招待プログラムが生まれ、メキシコ、ペルー、チリ、エクアドルなどのスペイン語を公用語とする中南米諸国、米国、またサウジアラビア、UAE、イスラエルなどのアラブ諸国、それにアイルランドから49人のバイヤーが来場した。

また新たに立ち上がるシューズルーム・バイ・モマドは、マドリード見本市協会とスペイン靴工業会による開発。会期は、2019年3月1～3日。会場は、マドリード市内のラ・ナブ（LA NAVE）。1940年代に建設された工場をリモデルした複合施設だ。ショールーム形式とは、統一ブースによるシンプルな展示ということだが、プ

レスリリースは、出展者の出展コストを抑え、商品が主役になれる展示形式であり、またモマドは2019年2月8～10日の開催であることから、出展者は二つのイベントから選べるとしている。

次にデュッセルドルフのギャラリーシューズ2019年春夏展は9月2～4日、デュッセルドルフ市内のイベント施設、アレアルブラーで開催された。出展は500ブランド、来場者は9800人だった。この数字は、3月の2018年秋冬展と出展、来場共に変わっていない。但し、2019年春夏展は、詳細を明らかにしている。それによると出展は、社数では350社。出展国は20カ国。内訳は国内が35%。来場は、国内75%に対してインターナショナル25%。オーガナイザーのイゲドは、ギャラリーシューズはヨーロッパ向けと位置付けているが、インターナショナル性が出て来ているようだ。

イタリア・ガルダのエキスポ・リヴァ・シューも紹介しておく。2019年春夏展は、6月16～19日に開催された。出展は37カ国から1474社。来場は1万2000人だが、この回からスタートしたバッグ見本市も含まれている。出展の面での注目はベトナム、それと初出展した南アフリカの5社としている。会期、それと注目の出展者から分かる通り、リヴァ・シューは、中価格を中心と



モマド・シューズ（マドリード）のエントランス



ギャラリーシューズ（デュッセルドルフ）のプレミアム・ゾーン

した量販向けの見本市。先の6月展が90回目と歴史も古く、出展社数はミカムに匹敵する規模にも関わらず、知名度はミカムに及ばなかったのは、ここに要因がある。但し、2008年のリーマンショック後、こなれた価格の商品が求められた時期は、PB(プライベートブランド)を展開するセレクト系企業が来場し話題になったが、現在は落ち着いているようだ。

●輸出は数%増。しかし産地では倒産事例も

ヨーロッパ靴見本市ということで捉えると、このような状況であり、だからこそ、主役は、ミカムということになる。

そのミカム2019年春夏展は9月16～19日に開催された。出展者は1396社。内訳は、イタリア778社、海外618社。前年同期は、イタリア797社、海外644社で1441社と発表されており、イタリア19社、海外26社、合計45社減少している。

来場者は4万5424人。内訳は、イタリア1万8152人、海外2万7272人であり、国内が4.3%、海外が1.6%それぞれ増加としている。前年同期、それとも前回比なのかは明記されていない。前年同期の発表を当たってみると、イタリア1万9307人、海外2万7880人で4万7187人となっており、前年同期比なら減少しているが、増加の発表が何を根拠にしているかは不明だ。

では、輸出の状況はどうなっているのか。

【表1】は、2018年1～5月の輸出実績だ

が、数量は1.7%減となったものの、金額は3.2%増となっている。堅調と言えよう。

輸出相手国別(【表2】)を見ると、最も伸びたのは、中国。金額、数量共に20%以上の伸びとなっている。しかし中国市場への窓口という性格を持つ香港は、金額、数量共に10%強の減少となっており、中国市場への流通の変化、もしくは本土の成長を感じさせる。

中国に次いで伸び率が高いのは、スイスだ。しかしスイスはロジスティクス基地という性格を持っており、スイスでの消費が伸びている訳ではなさそうだ。来場者でもスイスからの来場が7.8%増と高い伸びを示しているが、プレスリリースは、「スイスはロジスティクス・プラットフォームだ」と明言しており、スイス経由の輸出が増加していると見て間違いなさそうだ。オランダも同様の性格を持つが、オランダ向け輸出は減少しており、事情は不明だが、輸出基地としてのスイスの重要性が高まっているようだ。

但し、ミカムとイタリア靴業界に不安材料がない訳ではない。日本でも知られる靴メーカーが、倒産や民事再生という事例が見られたのだ。

倒産したのは、マルケ地方を代表する紳士靴メーカー。6月頃からその情報はあったが、ミカムの会場マップに名前があったので、倒産は免れたのかと思った。しかし足を運んでみると、そこにあったのは、全く違っ

【表1】 イタリア2018年1～5月素材別輸出実績

	2018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
革	2,783.10	48,629	57.23	+0.1	-2.7	+2.9
人工皮革	365.15	23,947	15.25	+8.8	+0.8	+8.0
スリッパ	24.18	2,537	9.53	-19.1	-5.8	-14.2
ゴム	35.36	1,813	19.51	+6.9	-8.1	+16.3
ファブリック/混合	681.89	15,246	44.73	+15.6	-0.9	+16.6
合計	3,889.68	92,171	42.20	+3.2	-1.7	+5.0

【表2】 イタリア2018年1～5月相手国別輸出実績

	2018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	591.17	14,712	40.18	+8.1	-8.9	+18.6
2) スイス	580.03	7,056	82.21	+17.3	+15.5	+1.6
3) ドイツ	420.29	15,134	27.77	+2.8	+0.3	+2.5
4) 米国	353.30	7,320	48.27	-6.2	+6.3	-11.8
5) 英国	257.38	5,833	44.13	+6.4	+0.6	+5.8
6) スペイン	144.79	5,022	28.83	+2.0	-8.3	+11.3
7) ロシア	136.87	2,498	54.80	-9.1	-12.5	+3.9
8) 香港	129.70	873	148.55	-13.3	-11.6	-1.9
9) 中国	113.44	945	120.07	+23.1	+21.3	+1.5
10) オランダ	96.50	3,009	32.07	+4.2	-6.7	+11.7
11) ベルギー	94.24	2,476	38.06	-11.2	-12.9	+2.0
12) 韓国	87.23	830	105.14	+11.3	+15.2	-3.4
13) 日本	79.84	1,169	68.28	-9.8	-3.0	-6.9
14) オーストリア	68.77	2,106	32.65	+1.4	-0.5	+1.9
15) UAE	53.35	659	81.01	+2.0	+1.8	+0.2
：						
：						
合 計	3,889.68	92,171	42.20	+3.2	-1.7	+5.0

たメーカーだった。日本にも取引先があり、買い付けていた百貨店は、代替えブランドの買い付けに奔走したと聞いた。

民事再生となったのも、マルケのメーカーだ。中価格帯の紳士・婦人靴を製造しており、日本の百貨店、靴専門店との取引が目立った時期もあるメーカーだが、タンナーが再生に名乗りを上げ、会社は維持された。しかし秋冬物を買っていた日本の業者への納品は果たされず、ミカムに出展していたものの、ブースはかなり小さくなっていった。

倒産などに至る事情を、マルケの出展者に聞いてみたところ、「我々のように小規模なところは、受注の変動に臨機応変に対応できるが、倒産に至ったところのように100人以上の従業員を抱える大きな工場は、そうは行かず、人件費を中心とした経費負担が財務を圧迫する」という答えが返って来た。

マルケは、生産量ではトップの靴産地だが、ウクライナ問題が発生した当時、ロシア向け輸出の落ち込みで厳しい状況にある

と聞いた。その後、ロシア向けは回復を示したが、2018年1～5月輸出実績（【表2】参照）は、金額、数量共に再び10%前後の落ち込みとなっており、完全回復には至っていない模様だ。ロシア向けを中心とした受注減がキャッシュフローを悪くしていることは想像に難くない。

● ジャパンブースが1号館に移転&刷新

では、日本向け輸出はというと、【表2】が示すように対日は、金額9.8%減、数量3.0%減、平均単価6.9%減。単価ダウンが依然として続いており、対日輸出状況から日本市場好転の材料は見つけれない。

ミカムの会場に目を向けると、日本についての話題はあった。経済産業省が設置するジャパンブースのリニューアルだ。ジャパンブースの設置は、2008年にスタートし、5号館から始まり、7号館に長く設置されていたが、今回、1号館に移動。ブースデザインも一新された。

1号館のセグメントは“ラグジュアリー”と



ミカム1号館に移転&刷新されたジャパンブース

なっており、紳士靴を中心にイタリアのトップクラスのメーカーが配置されているが、ジャパンブースも、ラグジュアリーに相応しい打ち出しと出展者構成に変更された。

出展したのは、オリエンタルシューズ、ニチマン、ビナセーコー、宮城興業、荒井弘史靴研究所、それに婦人靴のベルパツソの6社だ。

ジャパンブースを管轄する経済産業省生活製品課によると、リニューアルの狙いは、次の通りだ。

「ジャパンブースを10年間続けて来たが、大きな成果は上げられなかった。そこで日本の革靴の強味を改めて分析してみた結果、日本にはグッドイヤーウェルト製法のメーカーが意外に多く存在し、グッドイヤーを中心とした紳士靴に強味があるのではという結論に至った。そこでそれを打ち出せる出展者構成としたが、価格は高級ゾーンとなるため、1号館への移動を働きかけた結果、実現し、今回のジャパンブースとなった。但し、日本の高級紳士靴は知名度がないので、リニューアル初年度の平成30年度は、受注よりもPRが主眼と考えている」。

結果は、ビナセーコーが受注したが、2019年2月は、9月の6社が継続出展する他、合計10社を上限に新たな出展者を追加する意向だ。

また日欧EPA（経済連携協定）は、これ

までの報道の通り進むと、2019年2月にも発効となるが、そうするとEU側の革靴についての輸入関税は発効と同時に撤廃となり、日本にとっては高級靴であっても価格ダウンが期待できる。

日本側は、TQ（関税割当）対象革靴の輸入関税は段階的に引き下げ11年目に撤廃としているが、TQ一次関税割当枠は、実質的に必要なくなる。EU諸国がこれによる革靴輸出増を期待するのは当然であり、特にイタリアは、現状においてはTQ一次関税輸入では金額トップの輸入国だ。

2018年11月2日、ミカムをオーガナイズするイタリア靴メーカー協会が駐日イタリア大使館（東京・三田）においてミカムのプレゼンテーションを行ったが、プレゼンテーション内で日欧EPAには触れなかったものの、質問に答えて、同協会専務理事兼ミカムCEOのトンマーゾ・カンチェラーラ氏は、次のように語った。

「他国との自由貿易に関わる協定締結後の状況を例に引くと、カナダへのイタリア靴輸出は30～35%アップ、南米コロンビアは調印後3年間で40～45%アップした。日欧EPAも同等の効果があるものと期待している」。

冒頭に記した通り、見本市は存在価値を失いつつあるが、日欧EPA発効後は、輸出入のプラットフォームとしてその役割を増しそうだ。

■2019年春夏シューズトレンド■

ミカム取材から2019年春夏シューズ・ファッションの傾向を婦人靴を中心に整理するが、明確な変化はなく、2018年春夏からの流れが継続。また、キーアイテムとなるような靴種も見当たらなかった。

そんな中から軸を構成してくれそうな要素を拾い出してみた。

●垣間見えるボヘミアン

点数は少ないものの、トレンドに影響力を持つブランドが取り上げていたことで気になったのが、ラフィアだ。そこから引き出せるのは、ボヘミアン、あるいはノマド（遊牧民）、ラスティックといったイメージ・ワード。乾いた大地を背景にして立つ、民族調を取り入れたナチュラル・ファッションのイメージだ。

ここに繋がる素材では、最も一般的にはメッシュが挙げられる。典型的なものからデザインして粗く編まれたもの、あるいは型押しでメッシュ風に見せたものなど数々の表現が見られ、使用されている靴種には、ウエスタンスタイルのブーツもある。

ウエスタンブーツは、これからのトレンド・アイテムとしてマークされ、その素材としてクローズアップされているのが、パイソンだ。

イタリア業界では“パイソンが来る！”という情報が流れ、急きょ、商品化したという話を聞いたが、バレリーナ、あるいはサンダルの一部にパイソンを使ったものが目立った。しかし受注面では、情報通りには

行かなかったようだ。

また荷づくり紐そのもののようなポリプロピレン製の紐をフリンジとして使ったデザインも見られたが、このベースには、ボヘミアン的なものへの注目があると見て良さそうだ。

さらにこのトレンドからイージーなベタ・サンダルやエスパドリーユの可能性も見えてきそうだ。

●継続する起毛素材とパステルカラー

昨春夏で目立ったのが、スエードを中心とした起毛素材だったが、その傾向は続いている。

そしてこの流れは、色の傾向とリンクしているようだ。色の一つの流れは、グレイッシュな感覚のパステルカラー。中でも注目色は、ライラック、ブルー味のあるグレー、からし系のイエロー、また暗い感覚のキャメル、オークといった茶系もある。

これらの色合いには、起毛素材がマッチする。

靴種では、バレリーナやローヒールの



ラフィアを使用したマニッシュ



パイソンを使用したバレリーナ



オーソドックスなメッシュによるサンダル



変わりメッシュによるショート・ウエスタン



グレイッシュなスエードによるバレリーナ



ボリュームのあるフォルムが特徴の
スエードを使用したサンダル

ミュールなどに多く見られた。

但し、日本では起毛素材が春夏物の定番的素材になっており、むしろ吟付きに注目する傾向があるようだ。

●エレガンス系は80年代的フォルムを ストロングカラーで

エレガンス系のヒール物では、昨春夏は1960年代的モダンデザインを取り入れたスタイルが気になったが、2019年春夏は、この系統は消え、1980年代的ボリュームを持ったフォルムに集約された感がある。

素材は、スエードを中心とした起毛物がメインだが、色が異なる。バレリーナに見られるようなパステルも見られるものの、青紫のような強い色が気になった。

またチューブを繋げたように凹凸を持たせた加工が、数は少ないが出て来ており、これも80年代的ボリュームに繋がり、秋冬には広がるように感じられた。

●花柄の継続とスニーカー

花柄は、長く続くトレンドだが、2019年春夏も継続する。但し、柄表現が異なり、エッジをぼかしたような感覚に変化している。

スニーカーも依然として無視できない存在であり、ラグジュアリーブランドが手掛けたスニーカーに端を発した、ダッド・スニーカー（Dad Sneaker = おじさんスニーカーの意）と呼ばれる、厚くぼったりしたソールのタイプが注目されているが、革靴分野の提案としては、ゴムやストレッチ素材を用いたハイテクデザイン系が適切と思われる。イタリアメーカーからソールや中底に機能を持たせてデザインしたハイテク系の新ブランドの提案も見られた。



チューブを並べたような量感のある
ベルト・デザインが新しい



ぼかしたような花柄が新しい



ストレッチ素材を用いたモダンデザインのスニーカー