

## ■MICAMに見る2020年春夏シューズトレンド■

ビジネスは、ハイブランドにシフト。  
ファッショニは、リラックス&リゾート。

靴ジャーナリスト 大 谷 知 子

### ●来場者は、0.94%増の4万4076人

2020年春夏シーズンに向けたミカムは、9月15~18日に行われた。ミカムは、この開催で50周年を迎えた。

この記念すべき回の開催規模は、出展者1303社。内訳は、イタリア695、海外608だった。前年同期の2018年9月は、1396社（イタリア778・海外618）と発表されている。全体で93社減。そのうち、イタリアが83社と国内企業の減少が際立っており、イタリア靴産業が厳しい状況にあることを窺わせる。

事実、2019年上半年輸出データに関するリリースは、2018年12月と比較すると、靴製造業者（手製業者含む）119事業所、従業者492人が、それぞれ減少したと伝えている。

一方、来場者は、前回比0.94%増の4万4076人と発表された。

内訳は、海外が約60%を占め、約2%増加。国内は、0.55%減少した。来場国で見ると、中国、香港は、2月のように春節の影響を受けることなく順調に来場。ヨーロッパは、スイスが10%増。フランス、ドイツなどのEU主要国は堅調。しかしロシアは12.85%減、ウクライナも8.68%減。会場のあちこちからロシア語が聞こえて来た10年ほど前のことを思うと、今昔の感だ。また、前回2月のファイナルリリースは、米国とカナダの大幅な増加を伝えていたが、今回は全く触れられていないのも気になる

ところだ。

ミカムを主催するイタリア靴メーカー協会（Assocalzaturifici）会長に就任したばかりのシロ・バドン氏は、「予想していたことではあるが、ロシアとウクライナの市場はシュリンクしているようだ。しかし他の市場と同様に品質の高い製品とそれを評価できるバイヤーの来場を促進することによって、我々の産業を盛り立てて行きたい」というコメントを寄せている。

同協会会長の任期は4年。アンナリタ・ピロッティ前会長の任期満了に伴い、2019年6月、シロ・バドン氏が就任した。同氏は、高級婦人靴産地として知られるヴェネト州の婦人靴メーカー、ディ・ロベルト社代表。会長が交代すると、新機軸が打ち出されるのが通例であり、ファッショニショーとトレンドセミナーの1号館のファッショニスクエア内への移動、スポーツ&アウトドア・ブランドを集めた「PLAYERS DISTRICT」を新設するなどした。ミカム後、上海で新しいプロモーション・イベントを行うことが公表されたが、今後、さらに新しい企画が打ち出されるものと思われる。

### ●2019年上半年輸出先トップは、スイス

来場状況を見る限り、好調は予想しにくいが、イタリア靴輸出データで、その実態を具体的にしてみたい。

## ■イタリア2019年上半期靴輸出

順位	国	2019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	スイス	728.22	7,592	95.92	+ 25.5	+ 7.6	+ 16.7
2	フランス	665.02	16,537	40.21	+ 12.5	+ 12.5	+ 0.1
3	ドイツ	420.36	14,209	29.58	+ 0.0	- 6.1	+ 6.5
4	米国	403.96	7,106	56.85	+ 14.3	- 2.9	+ 17.8
5	英国	269.99	6,119	44.12	+ 4.9	+ 4.9	+ 0.0
6	スペイン	151.29	5,266	28.73	+ 4.5	+ 4.9	- 0.4
7	香港	147.24	947	155.52	+ 13.5	+ 8.4	+ 4.7
8	中国	128.17	941	136.22	+ 13.0	- 0.4	+ 13.5
9	ロシア	115.44	2,027	56.95	- 15.7	- 18.8	+ 3.9
10	韓国	98.42	867	113.56	+ 12.8	+ 4.4	+ 8.0
11	オランダ	89.59	2,094	42.78	- 7.2	- 30.4	+ 33.4
12	ベルギー	87.37	2,330	37.50	- 7.3	- 5.9	- 1.5
13	日本	85.06	1,054	80.69	+ 6.5	- 9.8	+ 18.2
14	オーストリア	74.19	2,203	33.68	+ 7.9	+ 4.6	+ 3.1
15	ポーランド	57.14	2,006	28.49	+ 32.2	+ 27.2	+ 3.9
16	UAE	51.56	598	86.19	- 3.4	- 9.2	+ 6.4
17	カナダ	45.35	953	47.57	+ 6.9	- 2.8	+ 10.0
18	ギリシャ	38.12	1,587	24.02	+ 2.9	+ 2.9	+ 0.1
19	チェコ	32.78	1,563	20.97	+ 3.5	+ 3.0	+ 0.5
20	ルーマニア	29.28	1,428	20.50	+ 34.1	+ 26.2	+ 6.2
21	メキシコ	27.56	292	94.38	+ 27.5	- 9.5	+ 41.0
	輸出合計	4217.29	91,828	45.93	+ 8.4	- 0.4	+ 8.8

イタリア靴産業2019年上半期統計データは、ミカム時に公表されたが、1～5月の集計だった。その後、11月に上半期フル(1～6月)の概要が発表された。

別表は、1～5月の輸出データだが、前年同期比は金額8.4%増、数量0.4%減。これが1～6月は、金額7.1%増と、伸び率を落としている。リリースは、数量の伸び率には触れていないが、平均価格は47.55ユーロと、1～5月より高く、前年同期比は8.2%増としている。これからすると当然、数量の前年同期比は1～5月よりマイナス幅が大きいことになる。

これは、輸出が価格のより高い製品にシフトしていることを示しているが、その要因は、輸出先にある。

輸出先のトップは、スイス。2018年1～10月の統計では、2位だったが、順位を上げた。「World Footwear Yearbook 2019」(APICCAPS)によると、スイスの靴消

費量は6200万足。日本は、7億2400万足だ。日本の10分の1以下のスイスが、なぜイタリア靴輸出トップなのか。その理由は、2月ミカムのレポートに書いたが、再掲する。

「スイスは主要なハイブランドの物流基地としての機能を果たしている」。

これは、2018年統計の分析からの引用だが、今回の分析では、「(2位の)フランスは世界的ファッショングランドの下請け生産の伝統的仕向地であり、スイス、フランスを合わせると、輸出の3分の1(金額)となる」としている。

ハイブランドとは、言うまでもなく、例えばルイ・ヴィトン、プラダなど。日本の百貨店婦人靴売場高級ゾーンは、サンローラン、クロエ、フェンディ、ミュウミュウ、セリーヌ等々、ハイブランドの靴が占有している。

この状況は日本に限ったことではなく、ハイブランド勢力は靴においても、高級靴産地であるイタリア靴輸出の3分の1

を占めるまでに拡大しているということだ。リリースは、さらに続ける。

「両国向け輸出の好調は、全く異なる状況の裏返しでもある。小規模から大規模まで自社ブランドを持つ靴企業が数多く存在するが、その80%は従業員20人以下であり、50人以上は5%しかない。それらは依然として苦戦しており、利益を上げていない」。

つまり、ハイブランドのOEM（相手先ブランドによる製造）で潤う靴メーカーがある一方で、自社ブランドによっている中小靴メーカーは苦戦してる、ということだ。

冒頭に記した靴企業数と従事者数の減少は、こうした中小企業苦戦の結果と言えよう。そしてミカム後に発信されたリリースは、産地別の状況も明らかにしている。それによると、最も深刻なのはマルケ。部品製造業を含めると、製造業者は95事業所、従事者は1164人減少したと言う。

### ●日欧EPAは原産地証明が障壁との声も

EU以外の輸出国では、来場者が大幅に減少したロシアは、輸出も大きく落としている。金額15.7%、数量18.8%、それぞれ減少した。

また来場者の項で「気になる」と記した米国は、金額は14.3%増だが、数量は29%の減。米国市場の状況については「中国との間で関税戦争を繰り広げている。これまでのところ、EUにはこの影響は及んでいないが、靴と関係するアクセサリーに影響が出始めている」としている。またカナダは、金額6.9%増、数量2.8%減。2018年は、数量が20%以上の伸びを見せたが、2017年に結んだEUとの自由貿易に関する経済協定の一時的なインパクトだったのかもしれない。

そして、日本だ。日欧EPA（経済連携協定）は、2018年2月に発効した。但し、周知の通り、締結と同時に関税が撤廃され

た訳ではない。10年掛けて徐々に引き下げ、11年目、つまり2029年にゼロとなる。4月～翌3月を1年としているため、2019年4月に2年目となり、TQ（関税割当）対象品目の革靴輸入関税率は現在、17.7%だ。

但し、この関税率で輸入するためには、原産地証明の提出が必須だ。前回ミカムのレポートに詳しく書いたが、イタリア原産の材料を使用し、イタリアで製造された製品なら問題ないが、例えばEU以外の国で製造したアッパーを使用しているとなると、かなり面倒。EXW（工場出し価格）の場合は、非原産材料が占める割合が50%以下、FOB（本船渡し価格）なら原産材料の割合が55%以上でなくてはならない。

この洗い出しが面倒と受け取られており、現在は、TQによる関税率と余り差がないため、EPAによる特恵関税ではなく、TQの関税率で輸入するという動きもある。

つまりEPAは活用されていない訳で、この状況を改善するため、EU委員会は、EUが設けている登録輸出者システム（REX）や原産地規則のセミナーを開催。また日本は、原産地証明に関わる提出書類を簡素化するといった動きもあるようだ。

こんな状況だから日欧EPAは輸出促進にはなっておらず、イタリア対日輸出は、別表の通り、芳しくない状況が続いている。

一方、EUは、EPA発効と同時に輸入関税を撤廃している。これは、日本の靴輸出にどう作用しているか。



経済産業省がミカム1号館に設置したジャパンブース

経済産業省がミカムにジャパンベースの出展を始めたのは、2008年9月。今回で12年目に入ったが、11社が出展した。

結果は、4社が受注。受注数量は、2社が3桁、残りは2桁。これまでのジャパンベースの受注量と大差があるわけではなさそう。日欧EPAの日本革靴輸出への効果も、まだ顕在化していない。

### ●リネアペレは、サスティナビリティー色

ここで今回は、ミカムではない話題に触れたい。リネアペレだ。

リネアペレは、革を中心とした皮革製品材料の見本市。2月と10月、ミカムのほぼ1週間後にミカムと同じロー見本市会場で開催されている。

2020年秋冬向け展は10月2～4日に行われたが、タンナー、テキスタイルメーカー、またソールメーカーと、リネアペレを代表する出展者が打ち出したのは、サスティナビリティだった。

この状況に、日本からの来場者が「消費者は、そんなにサスティナビリティやエコを求めているだろうか」と言うのを聞いた。

だが、素材製造業者が、サスティナビリティに動いているのは、消費者の志向を考えているからではない。サスティナビリティの実現が、ファッショニ界、広く言う



リネアペレのテキスタイルを代表する出展者もサスティナビリティを打ち出した

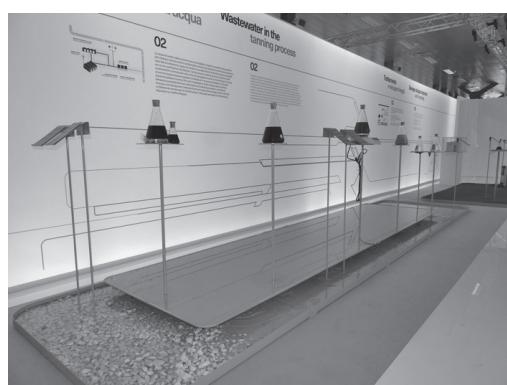
と社会的な流れになりつつあるからだ。それは、ハイブランドの多くが毛皮の使用を中止、また再生ナイロンを使用した製品を発売といったことに表れている。

アムステルダムに本拠を置く「ZDHC」という財団がある。「ZDHC」とは、「Zero Discharge Hazardous Chemicals」の略。意味は「有害化学物質ゼロ排出」。まさにこの通りの活動を行っている。

設立は、2011年。環境NGOグリーンピースなどの活動に鑑み、大手ブランドメーカーが、自助的に設立したものだ。そして、「MRSList (Manufacturing Restricted Substances List)」という製造時使用制限物質リストを策定・公開。具体的には「2020年までに有害化学物質ゼロ排出を達成しなかった企業は、ZDHCに加盟するブランドメーカーのサプライチェーンから外す」としている。加盟ブランドは、ルイ・ヴィトンのLVMHを始め、アディダス、ナイキなど名だたるブランドが名を連ねている。

こうした動きを受けて、革のサスティナビリティ実現は、「LWG (Leather Working Group)」が担っている。

LWGは、ZDHCのMRSListに基づいた独自のプロトコルを策定し、これによって革をゴールド、シルバー、ブロンズの3ランクに格付けする機関。格付けを受けたタン



リネアペレ・イノベーションスクエアで紹介された排水浄化システム

ナーは、LWGのホームページで公開されているが、イタリアのみならず、中国のタンナーも名を連ねている。

「サプライチェーンから外す」というのであるから、大手ブランドと取引のあるタンナーや靴メーカーにとって、LWGの格付けを取ること、靴メーカーはZDHCの基準に従った有害物質ゼロ排出の実現は、死活問題とも言える。だから、サステナビリティ一色なのだ。

日本でも、「ユニクロ」のファーストリテイリングが、ZDHCのMRSLをすべて取り入れた製造時使用制限リストを策定している。

このような形で、サステナビリティの実現は、アパレルや靴に関わる者にとってエッセンシャルになりつつある。そのことを伝える必要があると考え、ミカムのことではないが、敢えて記すことにした。

## ■2020年春夏靴ファッショントレンド■

では、本題に戻し、2020年春夏の靴は、どんな方向に向いているのか。婦人靴を中心まとめてみたい。

### ●ウエスタンは継続か…

ミカムでは毎回、ファッションショーが行われているが、その会場が、1号館のファッションスクエア内のオープンスペースに移動になった。そこで見た一つのコーディネーションが印象に残った。

それは、花柄のワンピースにウエスタンブーツというものだった。

ウエスタンは、2019秋冬のトレンド・アイテム。しかし展示会レベルでは、多くのブランドがサンプルを出したものの、オーダー面では芳しい結果は得られず、売場での動きも不安視する声が圧倒的だった。

それが、2020春夏のショーに登場した。



ミカム。ファッションショーのウエスタンのコーディネーション

ということは、トレンドとして継続しているということだ。

ウエスタンで実績のあるブランドのブースを訪ねてみた。ブースは賑わっていたものの、それがトレンドに後押しされたものなのか否かは確認できなかった。

一方、中堅ブランドのコレクションには、ウエスタンへの意識が見て取れた。ドイツを中心とした北ヨーロッパに顧客を持つブランドは、春夏であってもショートブーツをラインナップしているが、その中にトップラインのスカラップ・カット、シャフトとアッパーの繋ぎのクラウン型のカットなど、ウエスタンのディテールを取り入れたデザインが散見された。

ウエスタン注目の背景は、2019秋冬のレポートで触れたが、1990年前後に注目されたサンタフェ・ファッションのようなテストだと思われる。具体的には、ラテンア



ウエスタンのディテールを取り入れたショートブーツ

メリカに見られる民族的な要素ということになろう。

### ●ベタ底を中心にミュール

だがその要素がストレートに表れている訳ではない。もっと緩く、緩く。言葉になると、リラックス＆リゾート。そんなことになると思われる。

そのムードを象徴するのは、ミュールだ。昨年春夏もミュールが目立ったが、昨年は、前かぶりの中寸が多くを占めていた。それが、底周りはベタか、高さがある場合はプラットフォームなどの厚底、アッパーは広めの一本ベルトが目立っていた。またベタ物の中には、ミュールとしては括れないが、細いストラップをくるくると巻いたり、太めのベルトで足首をマークするデザインも見られ、リゾート感という点で繋がる。

昨年と比較すると、より開放的になり、カジュアル化している。

同じような傾向は、他の靴種にも見られた。例えば、マニッシュ。外羽根を中心とした羽根物からスリッポンへの傾向にあるが、仕立てがソフトになり、素足で履く感覚へ



光り物によるリゾート感覚のミュール＆サンダル



タッセルは素足で履けるソフトなつくりに

と移行している。さらにスリッポンでもコインローファーではなくタッセルへと変化し、そのタッセルがアンバランスになるのとぎりぎりくらいに長いものも見受けられた。

ローファーへの注目は、ビット・モカで知られる某有名ブランドが、この伝統のモデルに再注目し、打ち出したことがあるようだ。それがビットから離れタッセルへという事実の背景には、タッセルはフリンジに通じることを思うと、民族調への意識を包含した“リラックス＆リゾート”というトレンドがあると言わざるを得ない。

また、タッセルはキルト・タッセルを含み、バレリーナにも見られた。そしてあるブランドは、緩やかなドレープが寄せたアッパーをまとったものをラインナップしていた。バレリーナ・タイプに、こういうデザインが登場するところが、2020春夏のムードを表しているのではないだろうか。

### ●高寸系サンダルは1970年代と80年代

高寸を中心としたヒール物は、ピンヒール系と太いブロックヒールの二つに分かれそうだ。

前者は、ポインテッドトウのスリングバック、もしくはそのアレンジ・デザインが中心。1980年代的と言えるかもしれない。

後者は、広い甲ベルトや甲を大きく覆うデザインのサンダル。ヒールは、スタック、巻きの両方があるが、どちらかというと、ナチュラルさが生きるスタックが雰囲気であり、アッパー素材は、革らしい味を生かし、切りっぱなしもある。1970年代に見られたサンダルのイメージだ。

高いということで言えば、プラットフォーム、成型物他、厚底も健在。今夏、スポーツサンダルが注目されたが、この流れは、継続しそうだ。

## ●白はトレンドとして継続

色と素材について触れると、まず挙げられるのが、光り物。シルバー、ガンメタル、ブロンズ、また黄色味のあるゴールドなどと多彩だ。

彩度の高いものでは、グリーンもありそうだったが、むしろ水色的なブルー。辛子系のイエロー。メタリック加工のビビッドもトレンドとしてはマークされていたが、実際には弱かった。

モノトーンでは、白。もちろん定番色としての黒はあるが、白は依然、トレンドカラーに位置づけられる。



ピンヒール系高寸はポインテッド・トウで



甲をしっかりカバーする太いヒールのサンダル



スポーツサンダルは継続する

また、黒／白の柄物もある。と言うと、1960年代や80年代のオプ・アートや幾何学柄を思い浮かべるが、今回、登場しているのは、柄が異なる。植物や自然界のものがモチーフだ。

その他、柄物では、ボタニカルをモチーフにした大柄。ここではグリーンがピックアップされており、ブルー系、ピンク系、それに焦げ茶系などを合わせて柄が構成されている。

それにタイダイも登場している。

革では、スエードを中心とした起毛物は後退の傾向。ソフトな仕上げのスムース、それにオイル系などの革らしい革が取り上げられている。また、パイソンも健在だ。

なお、次回のミカム会期は、2020年2月16～19日と決定しているが、リネアペレ会期が通常より早まり、同19～21日となった。つまり、ミカムとリネアペレが繋がる。日本から来場する場合、2020年2月は、1回の出張で製品と素材の両方が見られる。



黄色味の強いゴールドによるベタ底サンダル



ボタニカル・プリントのフットベッド系サンダル