

■2020年秋冬MICAMとシューズトレンド■

新型コロナ感染爆発。イタリア靴産業は、推定17億ユーロの損失。

靴ジャーナリスト 大 谷 知 子

●COVID-19とミカム

2020年秋冬シーズンに向けたミカムは、2月16～19日に開催された。

来場者は…、普通ならそう書くところだが、今回はそうはいかない。

理由は、言うまでもない。COVID-19、新型コロナウイルス感染症だ。周知通り、イタリアは感染爆発。しかもその発端は、ミカムの開催地ミラノが州都のロンバルディア州とあっては、新型コロナに触れず、レポートを始めることはできない。

新型コロナウイルスは、中国で発生し世界に拡散した。昨年末に新型肺炎による死者が出ていたが、中国政府が新型コロナウイルスのヒトからヒトへの感染が湖北省武

漢で発生したことを公式に認めたのは、1月20日のこと。その数日後に武漢は封鎖され、春節が始まった同25日には、海外旅行禁止が決定された。

中国からの旅行者が急増し、インバウンドによって活況を呈していた日本は、中国の公式発表と軌を一にするように感染者が発覚。最初は中国籍や中国人旅行者だったが、1月28日に日本人感染者を確認。2月に入ると、横浜港に寄港したクルーズ客船、ダイヤモンド・プリンセス号で集団感染が確認される事態に至った。

この時点のイタリアは、中国に渡航歴のある数人の感染が確認されたのみ。2月4～6日、東京・渋谷でイタリア靴メーカー



ミカムのファッションスクエア



ミカム、新人を取り上げたエマージングデザイナー

による展示会「シューズ・フロム・イタリー」が開催されたが、日本での感染を怖れ、出展を取り止めた企業が出ていた。会場では、ミラノ他で中国人が差別的扱いを受けるという事態が起こっており、中国人と同じに見える日本人も気を付けた方がいい。ヨーロッパではマスクは病人と見られるので着けない方がいい、といったことが取り沙汰された。

つまり感染を広めるのは、日本人を含むアジア人。イタリアでの感染は危ぶまれていなかった。

筆者も海外に出ることで感染リスクが高まることへの不安は抱いていたが、ミカム取材を取り止めることは微塵も想えていなかった。

ミラノの空港に降り立った時、アジア人である自分はどんなふうに扱われるのか。多少は緊張したが、額にかざす体温計でチェックされただけ。ミカム会場への入場は、通常のセキュリティチェックはあったが、検温などの健康面のチェックは無し。会場内では、マスクを着けた人は、日本人、あるいはアジア系と見られる人がポツリ、ポツリ。ほとんど見かけられなかった。この状況は、今回はミカムに続けて開催された、皮革を中心とした靴・皮革製品の材料展リネアペレでも、同様だった。

●出展者約100社減、来場者は5%減

しかし、新型コロナの影響無しということにはならなかった。

中国は、前記の通り、海外旅行が禁止された。日本の大手百貨店のほとんどが海外出張を取り止めた。会場で出会った百貨店バイヤーは、2社各1名だけだった。仕入れは、インポーターに託され、「仕事が増えてしまい大変」という声も聞いた。

結果、ミカム全体の来場者は、減少した。

終了翌日の2月20日に配信されたファイナルレポートには、「1205社（イタリア628社・海外577社）の展示を吟味した来場者は、わずかに5%減少した」と記されていた。

前回9月の出展者は、イタリア695社、海外608社、合計1303社と公表されている。従ってイタリア67社、海外31社のそれぞれ減。全体で98社の減少となる。

イタリア企業の中には、新型コロナの感染を怖れて急きょ、出展を取り止めたところもあると聞いた。会場には空きスペースが目立ったが、全体でほぼ100社減ったのだから、さもありなんである。

来場者の5%減は何に対してなのかは記されていなかったが、通常は前年同期だ。2019年2月は約4万3000人と発表している。この5%減は4万850人となるが、実数を明かさなかったところを見ると、4万人を割っている可能性も大いにありそうだ。

この程度で済んだなら、万々歳だったろう。しかしリリースが配信されたその日、20日に、深刻な事態への幕は上がった。

イタリアの感染拡大の様子は、新聞、テレビを始めとする一般の報道機関が伝えた通りだが、20日にロンバルディア州コドニョで中国への渡航歴のない感染者を確認。翌21日にはヴェネト州で2人。日を追うごとに倍々ゲームさながらに拡大していった。

イタリア政府の対応は迅速であり、1月31日の時点で非常事態を宣言。2月22日には、ロンバルディア州とヴェネト州の感染者の多い自治体を封鎖。3月7日には、封鎖はミラノ、ヴェネチアという大都市にも及び、またエミリア・ロマーニャ州、マルケ州、ピエモンテ州の複数の自治体が移動制限の対象となった。

この他、トスカーナ州でも多くの感染者が確認され、5月25日現在、感染者は約23万人、死者は3万人を超えていた。

●あのミラノサローネも、今年の開催無し

この非常事態が、靴、またファッショングループに何を及ぼしたか。

ロンバルディア州とヴェネト州の一部が封鎖された2月22日直後に動きがあったのは、見本市だ。

アイウエアの見本市ミド（MIDO）は、ミカムと同じミラノ郊外のロー見本市会場で2月29日～3月2日の開催が決まっていたが、7月5～7日への延期が発表された。

また通称ミラノサローネは、毎年4月に開催される国際家具見本市を中心としたミラノ市内の随所でデザイン関連の展示が行われ“デザインの祭典”とも言われる一大イベント。2020年は4月21～26日を予定していたが、6月16～21日へと延期になった。

しかし、両見本市ともに3月末にさらなる延期を決定した。2020年内の開催は断念。ミドが2021年2月6～7日、ミラノサローネは同4月13～18日に延期された。

靴も多く出展する見本市では、通常6月に開催されるメンズファッショングループ見本市ピッティ・ウォモがあるが、通常4日間の会期を3日間に短縮し、9月2～4日に延期することを決定。しかし6月に入り中止となり、今年の開催はなくなった。

靴に絞ると、ファッショングループの耳目

を集めたのは、ラグジュアリー婦人靴ブランド「セルジオ・ロッシ」の創業者セルジオ・ロッシ氏（84歳）が新型コロナウイルス感染症で亡くなつたことではないだろうか。

セルジオ・ロッシ社は、2000年前後にグッチ・グループに株式を売却。グッチがラグジュアリーグループ、ケリング傘下になったことにより同じく傘下ブランドになったが、2015年に英国の投資会社インベストインダストリアルに売却された。

このような経緯を辿つたが、1970～80年代、革新的なデザインで靴をモードのステージに引き上げることに大きく貢献。そのデザイン、製造を担つたのが、創業者セルジオ・ロッシ氏だった。

●靴生産の中心地は、感染者多数

そして気になるのが、靴メーカーの状況だ。感染者数を州別に見ると、感染が始まったロンバルディア州を筆頭に次の順位となっている。

- 1 ロンバルディア州 87,258人
- 2 ピエモンテ州 30,228人
- 3 エミリア・ロマーニャ州 27,587人
- 4 ヴェネト州 19,097人
- 5 トスカーナ州 10,067人

※2020年5月25日現在。イタリア市民保護局によるデータ

また、3月7日に移動制限が拡大された際、その中にはマルケ州が入っている。

ロンバルディア州のビジェバノは、靴産業の中心都市として栄え、社数は減少したものの、現在も有力メーカーが存在する。

エミリア・ロマーニャの州都は、ボローニヤ。かつてはミカムも、材料見本市のリネアペレも、ボローニヤで行われており、靴・皮革産業が盛んだ。因みに前記のセルジオ・ロッシの創業の地は、同州のサン・

マウロ・パスコリだ。

ヴェネト州の州都はヴェネチアだが、その近郊のストラは、高級婦人靴の産地。ラグジュアリーブランドの靴のほとんどが、ここで製造されている。

トスカーナと言えば、フィレンツェ。その1時間圏内にタンナー地区があり、当然、靴製造も盛んだ。

そしてマルケ州は、イタリア最大の靴産地だ。

つまり、靴生産が盛んなところで、多くの感染者が出ている。産業への影響は必至だ。

ミカムを主催するイタリア靴メーカー協会（Assocalzaturifici Italiani）からリリースが届くことを期待したが、届かなかった。

マルケで靴に携わる日本人の知人に聞いてみた。

すべての靴工場が操業を停止している。春夏分のオーダーは、ほとんどが生産を終えているが、納品キャンセルが目立っている。また秋冬のオーダーについても同様の状況。キャンセルで1年分の売上げが飛んでしまったところもあり、ロックダウンが解除されても操業再開できない工場が出そうだ。

各工場の状況は、どの国が主要取引先かで違うようだ。フランス、スペイン、それにイタリア国内に顧客が多いところは概して厳しく、ドイツは悪くない。売場の動きもあるようで、新しいオーダーを出している顧客もある。

このような話だった。ドイツの感染者数は10万人を超えた。ロックダウンした。WHOがネットで公開しているデータによると、5月25日現在、感染者数約18万人、死亡は8000人強。感染者に対する死亡率は4.6%。同じようにイタリアの死亡率を出してみると14.2%になった。ドイツの医療

体制が充実していることは、日本でも報道されているが、感染しても治療が受けられるという安心感が市況を悪化させないことに繋がっているのだろうか。

●5月4日、靴工場も操業再開

ミカム閉幕と同時に起こった感染爆発を追ったが、収束の方向に向かい、イタリア政府は、5月4日からロックダウンを徐々に緩和することを表明。スペイン、フランス、ドイツも、5月に入ってから緩和や解除に踏み切っている。

前出のマルケの知人によると、マルケの靴工場は、体温の検温、マスクと手袋着用などの感染予防対策を講じるという条件付きで、操業が再開された。但し、再開できない工場も少なからずある模様とのこと。

「再開できない工場」云々は、イタリア靴メーカー協会から5月12日に届いたリリースによって数字で具体化された。

2020年第一四半期のイタリア靴産業の業績を伝えるものだが、その見出しへ「販売-38.4%、オーダー-46.2%で共にダウ」。これによる損失総額は17億ユーロと推定している。

これは、ファッション関連事業者団体の統合組織であるコンフィンダストリア・モーダ（Confindustria Moda）が実施したCOVID-19の影響に関する調査へのイタリア靴メーカー協会会員88社の回答によって明らかになったものだ。

回答企業が直面している具体的な困難は、顧客との関係の喪失、現金不足、それに見本市のキャンセル。そしてこの苦境を乗り切るために80%が政府の支援や社会保障制度に既に頼り、あるいは計画している。

同協会は、これに先んじる4月下旬、ドロップシッピングの大手企業と提携したことを発表した。

「ドロップシップ」は「産地直送」を意味し、「ドロップシッピング」とは、インターネット上のショッピング形態の一つ。ショッピングは商品在庫や仕入れなしに消費者から注文を受け、注文品はその商品のメーカー、あるいはドロップシッピング専門業者から消費者に直送するというシステムだ。

提携したドロップシッピング企業は、その分野で12年のキャリアを持ち、世界50カ国・45万の小売業者と繋がっている。提携の狙いは、オンライン販売のリソースを持たない会員メーカーにデジタルプラットフォームを提供し、ロックダウンによって膨らんだ在庫を販売することにある。

そして5月に入ると、9月20~23日の次回ミカムの開催を強く印象づけるリリースが届いた。

その冒頭には「ミカムの調査によると、靴メーカーの80%が緊急事態による影響に苦しんでいるが、イタリア靴産業は再開を強く決意しており、イタリア企業と国際企業の75%が見本市が、産業再開の鍵であると考えている」と記され、イタリア靴メーカー協会のシーロ・バドン会長は、要約すると、次のようにコメントしている。

ミカムは、イタリア経済の重要なセクター（靴産業）をサポートするために必要不可欠だ。見本市での会合は、市場で成長するための最も重要な機会であり、注文を交渉する特権的な方法だ。完璧なセキュリティ対策の下、市場との絆を再確立する、



イタリア靴メーカー協会 シーロ・バドン会長

(出典：MICAM PRESS)

9月への準備は始まっている。

ただ筆者が聞き及ぶところでは、ミカムに出展しないことを決めているメーカーもある。

理由は、以下だ。

感染を怖れて来場者の減少が想定され、高額の出展料を支払い出展する意味がない。そのコストをネットでの発信に回すのが得策。既存の顧客のオーダーは、ショールームでも取れる。

●アフター・コロナに何が起こるか…

そもそも見本市とは、たくさんの来場者で賑わってこそ、価値がある。感染予防が「密」を作り出さないことであるなら、賑わいのない見本市が機能を十分に果たせるのかという疑問も残る。

最終的に中止となったピッティ・ウォモは、「Pitti Connect」というデジタルプラットフォームの構築を表明している。これ

■World Footwearの調査によるCOVID-19のサプライチェーンへの影響■

	アジア	ヨーロッパ	北米	全体
サプライチェーンに変化無し	23%	19%	10%	19%
サプライチェーンは短縮	37%	43%	52%	39%
サプライチェーンは多様化	40%	38%	38%	42%

※World Footwear(APICCAPS)による「Business Condition Survey」2020 1st Semester issue2より

が、オンライン展示会の機能を持ったものであることは間違いない。

つまりは、話題に上る機会が増えている、アフターコロナだ。見本市は変質し、オンラインへの移行が進むことが予想できる。

また、アフターコロナに関して、興味深い調査がある。

ポルトガル靴・部品・皮革製品業者組合APICCAPS主導の下、「World Footwear Yearbook」の発行とニュースサイトの運営を行うWorld Footwearによるビジネスコンディション調査だ。その2020年前期第2号で、COVID-19の影響について聞いているが、その中にサプライチェーンに関するものがある。

調査は、有効回答129。その構成は、ヨーロッパ40%、アジア31%、北アメリカ16%、その他13%。業種別では、製造業40%、流通業17%、残り43%は業界団体、コンサルタント、ジャーナリストなど。

質問は、新型コロナのパンデミックによって、サプライチェーンが分断され、商品供給がストップした。この経験が、今後の生産地の選択、つまりサプライチェーンの構築に影響を与えるか。

回答は、次の通りとなった（前ページ表参照）。

- ①生産地に影響を与えない＝サプライチェーンに変化無し 19%
- ②混乱のリスクを最小限に抑えるために生産地を分散させる＝サプライチェーンは多様化する 42%
- ③生産地を消費市場の近くに配置することを好むようになる＝サプライチェーンの短縮 39%

地域別に見ると、アジアは変化無し、ヨーロッパと北米は短縮が最も多かった。

これは、サプライチェーンを構築する主

体者と、それを受けける側という立場の違いにも思える。

グローバリゼーションによってサプライチェーンを世界に張り巡らし、低成本の生産と高効率の流通を実現させ成長して来たが、コロナ以後、サプライチェーンのあり方が大きく変わることを予感させる。

■2020秋冬シューズ・トレンド■

さて、COVID-19に多くのページを割いてしまったが、ミカムで提示された2020秋冬シューズの傾向に触れておきたい。

●ロングブーツ復活か?!

來るべきシーズン最大のハイライト



ルーズフィットのロング



ライダーズ系のカジュアル・ロング

は、これに違いない。

日本の事情を言えば、ロングブーツは長らくファッショントレンドから遠のいているが、昨年から買い替え需要が出て来ており、仕入れ量の少なさ故に品不足の傾向も見られた。ここで仕掛ければ、活性化の引き金になる。

ただし高額になるため、扱いたい気持ちはあるても尻込みする傾向もあり、どれだけリスクを張れるかがキーポイントになりそうだ。

デザイン傾向は、ルーズフィットが最も新しく、膝上丈も見られる。1970年代後半のビッグ・ファッショントレンドにコーディネートした感覚。キャメル系のスエード素材は、その時代を彷彿とさせる。

また、ライダース系も傾向モデルだ。ゆったりしたシルエットで、厚めのラギッドソールが特徴だ。

●ロングなショート

ショートブーツは依然として健在だ。

ただし、筒丈が長くなる傾向にある。長いものは、16センチくらいあるだろうか。ハーフに近い感覚だ。

スタイルは、サイドゴア、内ファスナー、また編み上げもと多様。

なぜ、長くなったのか。コーディネート



筒丈が長いショートブーツ

を考えると二つありそう。

一つは、1970年代のベルボトムのようなラップ型のシルエットのパンツに合わせる。短めに履くと、ロングな丈が生きる。

もう一つは、スリム・ジーンズをブーツのトップラインギリギリの丈で履く。パンク・ティストを取り入れたストリートスタイルになる。

●1980年代のプレッピー

マニッシュな外羽根や内羽根がひたひたと市民権を得ているが、マニッシュ系は、ローファーが増えている。

この背景には、1980年代のプレッピー、つまりトラッド系への注目がありそうだ。また、同じローファーでもカッターシューズ的なタイプになると1960年代～1970年代



マニッシュ系はローファーがトレンド



1960年代を思わせるショートブーツ



リサイクルソールのカジュアル

のニュートラ的な雰囲気が漂う。

いずれもトラッドであり、1960年代、80年代は、もはやレトロ。その懐かしさをいかにリフレッシュするか。それが、テーマと言えよう。

●サステイナビリティ

すなわち持続可能性は、素材展のリネアペレでは、数シーズン前から大きなテーマになっている。それが、靴にも確実に波及してきている。

リサイクルソールを装着したアウトドア、100%植物タンニン鞣しの革を使用したシティスポーツのようなカジュアルなどが挙げられる。

但し、サステイナビリティに適う材料は、概して高額。厳しい市況が続く状況にあってはリスクを伴うが、これから社会を考えると、継続して取り組まなければならないテーマだ。

以上が、ミカムで捉えた極私的とも言えるテーマだ。

但し、これはコロナ以前のことだ。今の時点でアフター・コロナはスタートしており、秋冬は、完全にアフター・コロナだ。

例えば緊急事態宣言によって在宅のリモートワークが実施されたが、宣言解除後



サステイナビリティをテーマにした
新人デザイナーの作品



リラックス感覚のシティスポーツ

も、リモートを継続して取り入れる企業も出て来ている。

在宅リモート勤務が恒常化すると、オフィシャルでも、プライベートでもない、中間オケージョンが新たに生まれる。

すると、服装が変わる、靴が変わる。スニーカーは既にワードローブに欠かせない定番アイテムになっているが、スニーカーよりもリラックス感があり、コンフォータブルな新しいフットウェアが求められてくるだろう。

コロナを契機に、製造、流通、生活スタイルが変わる…。感染第二波が起こらず、9月のミカムが開催されると、そこでアフター・コロナの一つの試金石が発見できるかもしれない。