

■ミカムから辿るヨーロッパ最新事情■

イタリア靴輸出はEU23%増、極東の中国は突如急落。
コロナ禍からの回復は、西高東低。

靴ジャーナリスト 大谷知子

●ジョイント開催を継続

2023年春夏シーズンに向けた国際靴見本市ミカムは、9月18～20日に開催された。コロナ禍発生以降、開催規模が縮小しているが、マーケットの趨勢やファッショントレンドの行方を探る指針となることに変わりはない。同時期に行われた靴・皮革製品資材の見本市リネアペレも含め状況をレポートしたい。

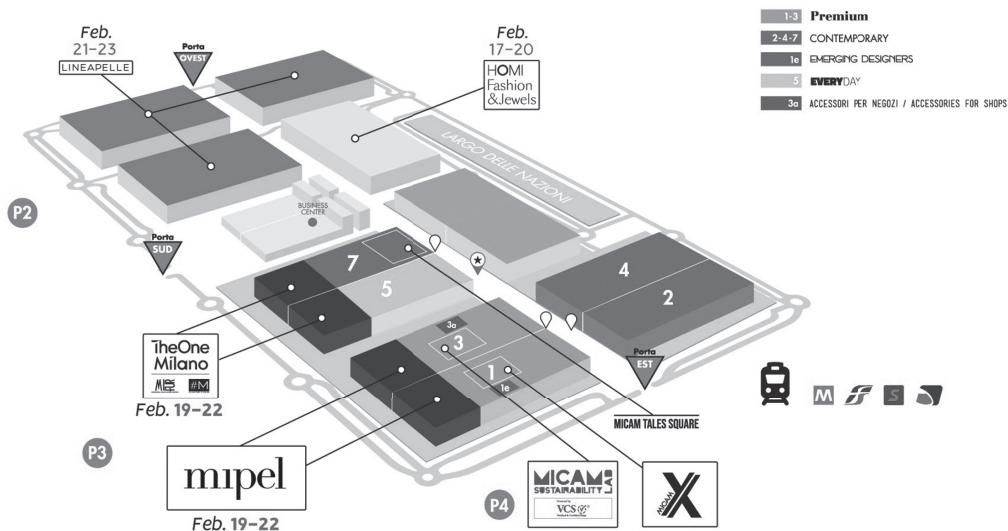
ミカムの会期は通常、4日間だったが、コロナ禍発生以降、1日短くなっている。また、“together”をタイトルに付けて他の見本市とのジョイント開催を続けてきた。

今回、付与されたタイトルは、“FINALLY-together”。“together”したのは、バッグのミペル、プレタポルテのThe One Milano。

会場は、ミラノ郊外のロー見本市会場だ。また同会場で9月16～19日にアクセサリーのHOMI、それにフィレンツェで9月10～12日、アイウエアのDaTEが開催された。さらにミカムの最終日の20日から22日の3日間、リネアペレと製靴機械などのシマックが開催された。

では、開催規模はどのくらいだったのか。出展・来場者は、戻ったのか。

ミカムは、出展数を1012ブランドと発表した。前回の3月は、1400ブランドと発表しており、400ブランド近く減少している。気になり、ビジターズガイドに掲載の小間割り図で小間数を当たったところ、800小間強だった。これが出展企業数と見て間違いないと思われるが、コロナ禍前の2019年



ミカム会場図 ※展示会名の下の日付は次回の会期

9月展の出展数は1303社と発表されており、3分の2程度に縮小している。

また出展国は、イタリア国内54%、国外46%。国外が前回の3月比23%増となっている。これも2019年9月展を見てみると、国内695社、国外608社となっており、国内比率は53%となる。国外が増えたと言うより、イタリア企業の出展が振るわないと言った方が、現状を捉えていそうだ。

来場者は、前回比20%増の3万5470人と発表された。同時開催の3展示会合計の数字だ。内訳は、「特にスペイン、フランス、ドイツの来場者は活気に満ち、また米国、カナダも目立ち、日本のバイヤーも戻ってきた」としている。

しかしコロナ禍発生後、初めてミカムを訪れた日本人に聞いたところ、「日本人は少なかった。ミカムの会場は、オープンスペースが増えた印象で見やすかったが、特にホール1は休憩スペース的なところが目立った。またミカム最終日がリネアペレ初日と重なっていたので、足を伸ばしてみたが、リネアペレの方が賑わっていたようだ」と印象を語ってくれた。

そのリネアペレは、今回で100回目を迎えた。出展は約40カ国から1134社。来場者は109カ国に及び、前回より海外からの来場者が73%増加、イタリアも10%増加と発表された。



ホール1のプレゼンテーションゾーンMICAM X

さらにゼロコロナ政策により出国を厳しく制限している中国のようにやむを得ない理由による不在はあったが、特に米国、インド、メキシコ、トルコ、またヨーロッパではフランス、イギリス、ポルトガル、スペインと主要市場から多数が来場。また、興味深いことに若い来場者が増えており、これは将来にとって明るい材料だと付け加えている。

靴であれ、バッグであれ、製品を作るには、資材が先んじる。その視点に立つと、資材見本市の回復は、製品市場にとっても明るい材料だ。

●ウクライナ侵攻、コスト高騰が落とす影

次にイタリア靴輸出から産業と市場の現状を探ってみよう。

ミカムは、2022年上半期の靴ビジネスやイタリア国内市場の状況を公表した。これは、イタリア靴メーカー協会 (Assocalzaturifici) が行った会員メーカーへのアンケート、ファッション関連団体統合組織コンフィンドゥストリア・モーダ (Confindustria Moda) リサーチセンター、及びイタリア統計局 (ISTAT) による靴輸出データ (但し2022年1~5月) によるものだ。

まず、イタリア靴メーカー協会会員へのアンケートによると、売上高は2021年の18.7%増に続き、2022年上半期も14.5%増を記録。コンフィンドゥストリア・モーダによるレポートでも、輸出とイタリア国内の家庭用品消費は2ケタ成長を示しているという。しかし輸出は、2月のロシアのウクライナ侵攻によって、当事2国への輸出は30%も減少した。

こうした状況に対して、シーロ・バドン会長辞任を受け2022年8月にイタリア靴メーカー協会新会長に就任したジョヴァンナ・チェオリーニ氏は「業界全体は大きく

回復しているが、ロシア、ウクライナ両国への輸出の急落に加えてエネルギーコストと原材料の高騰によって、会員企業の半数はコロナ禍前の売上高に戻っていない」とコメントしている。

イタリア統計局のデータによると、2022年1～5月の靴輸出は、前年同期に比べ、金額18.2%、数量14.0%のそれぞれ増加。またコロナ禍前の2019年同期より売上高で24%増加していると言う。但し、イタリアが最も得意とする革製アッパーについては、2019年同期の金額を10.5%下回っている。

輸出先別では、フランスとドイツの好調に牽引されてEUは金額23%増。北米は、有利な為替レートに支えられて金額ベース約65%増。極東も15%増を示しているが、中国向けは4～5月に25%減と急落した。ロシア、ウクライナ向けは前述した通りの状況だが、マルケなどの産地ではロシア市場に注力するメーカーも少なくなかった。

こうしたことの影響もあるのか、2022年前半に95の靴・履物工場が閉鎖されたと言う。

またリネアペレも皮鞣し産業の現状を伝えるレポートを公表している。

それによると、皮鞣し産業の2022年上半期は、生産量は前年同期比3.7%、売上高同11.2%の増加になる見込み。ロシアによるウクライナ侵攻など国際的・政治的情勢が緊迫しているにもかかわらず、2～5月は順調に推移し、このまま行けばコロナ禍前の水準に回復すると思われたが、6月の生産量が7%減を示し、その後も同様の状況が続いており、このまま行くと2022年中のコロナ禍前への回復が危ぶまれている。

減速の要因は、エネルギーと化学薬品、それに鞣し産業に欠かせない水処理に関わるコストの上昇だ。ガスと電気代は年平均で360%、化学薬品は平均31%高騰。また水処理関連コストは42%上昇したが、さら

なる値上げも予定されていると言う。

靴し革輸出の2022年上半期は、概ねポジティブな傾向を示しているが、輸出先によって大きく異なると言う。フランスへの出荷は2021年同期比36%増、2019年同期比10%増、ポルトガルそれぞれ31%増、15%増、ドイツ20%増、6%増。米国も6%増、9%増となっている。これに対して、過去25年間に渡って出荷先トップにあった中国と香港は、2019年比28%下落。またベトナムも2021年比28%減、2019年比12%減という状況にあると言う。

分野別では、自動車用が若干減速、靴用は継続的に振るわない状態。革の種類別では、羊・山羊が大幅に回復し注目に値するとしている。

また、イタリアン高級レザーの供給先であるラグジュアリーブランド企業についても触れ、2021年よりは減速しているが、2022年もまだ良好な状態にあるとしている。具体的には、ルイ・ヴィトンのLVMH 2022上半期は前年同期比21%増。ケリングは、グッチが減速しているにもかかわらず16%増。靴が中心のトッズグループは、看板のトッズが21%増、ロジェ・ヴィヴィエは前年並みで堅調。プラダグループは、レザーグッズとフットウェア部門が好調で、チャーチは29%増加した。ラグジュアリーがコロナ禍にあっても成長を続けるという図式に変化はないようだ。

●薄れていく日本の存在感…

イタリアの靴と皮革の輸出状況を見てきたが、一つの傾向があることに気づく。

それは、フランス、ドイツなどヨーロッパの主要国への輸出は、靴、皮革ともにコロナ禍前のレベルに回復してきており、コロナ禍前を上回る国も出て来ている。それに対してアジアは芳しくない。靴は、極東

は15%増を示しつつも、コロナ禍以前は極東への輸出を牽引してきた中国が急落。鞣し革もまた輸出国トップを維持し続けていた中国向けが大幅減となっている。コロナ禍からの回復は、まさしく西高東低だ。

そして日本はと言うと、ミカムとリネアペレが発信したリリース中に“Japan”という文字が登場するのは、ミカムのファイナルリリース中の「日本人バイヤーが戻った」という一文のみ。9月のミカムで公表された輸出に関するリリースには、輸出国ごとの詳細データの掲載はなかったため、日本向けの状況を把握することはできない。

そこで財務省の貿易統計で、2022年1～6月の靴輸入を当たってみた。それをまと

めたのが、「靴・履物輸入の上半期推移」だ。

2022年上半期は、靴・履物が分類された5種のHSコード（6401～6405）合計で約2億9200万足・約2859億円。前年同期比は、それぞれ102.2%・115.4%。コロナ禍発生前の2019年上半期との比較では、86.7%・100.3%。金額はコロナ禍前と同レベルに戻しているが、足数は戻っていない。

イタリアからの輸入は、2022年上半期合計約86万足・約221億3800万円。前年同期比は、それぞれ104.5%・132.6%。2019年比は、68.1%・105.2%。金額は、コロナ禍前に戻しているが、足数は30%以上減少したままだ。HSコード別では、足数、金額ともにトップは革靴の〈6403〉だが、足数

■靴・履物輸入の上半期推移

	HSコード	2019年1～6月		2021年1～6月		2022年1～6月	
		足数 (足)	金額 (1000円)	足数 (足)	金額 (1000円)	足数 (足)	金額 (1000円)
靴・履物合計	6401	9,571,856	6,552,680	11,020,139	7,111,665	10,890,865	8,814,200
	6402	105,008,444	86,893,983	90,279,479	76,421,673	87,570,216	91,765,785
	6403	16,991,560	64,440,442	14,509,462	53,118,132	16,754,430	68,556,811
	6404	184,855,099	122,004,862	149,735,495	105,841,070	155,339,869	110,920,278
	6405	20,524,284	5,047,765	20,325,039	5,238,364	21,571,035	5,799,559
	合計	336,951,243	284,939,732	285,869,614	247,730,904	292,126,415	285,856,633
イタリア	6401	895	4,232	1,303	10,440	2,696	50,049
	6402	189,081	1,122,583	133,466	1,062,593	94,330	1,125,381
	6403	860,565	15,005,344	542,256	11,661,405	611,148	15,810,687
	6404	208,121	4,721,430	143,708	3,813,234	149,483	4,966,258
	6405	10,229	186,851	5,670	150,683	6,053	186,118
	合計	1,268,891	21,040,440	826,403	16,698,355	863,710	22,138,493
中国	6401	9,084,489	6,003,503	10,505,403	6,524,520	10,411,809	8,029,032
	6402	82,729,859	53,284,701	69,557,532	45,204,905	68,173,451	57,213,418
	6403	3,431,597	9,898,091	2,809,009	8,236,595	3,021,446	9,516,595
	6404	146,225,407	62,156,368	111,099,244	49,202,225	119,305,925	51,559,624
	6405	17,540,493	3,638,918	18,544,165	4,085,038	20,178,588	4,580,907
	合計	259,011,845	134,981,581	212,515,353	113,253,283	221,091,219	130,899,576

※データ出所：財務省「貿易統計」

【注】HSコード=6401：防水性の履物 6402：甲と底がゴムもしくはプラスチック製 6403：甲が革製

の2019年比は71.0%に留まり、単価アップでコロナ禍前に戻している格好だ。

付け加えると、HSコード〈6401〉の2019年比が足数3倍、金額は約12倍にもなっているが、統計を詳細に見ると、2019年は4種類のHSコードにわたっているのに対して、2022年はスキー靴以外のショート系ブーツを分類する1種類のHSコードに限られ、かつ平均単価は、2019年が約4700円なのに対して2022年は1万8000円を超えている。アウトドアがトレンドになっている昨今、著名なラグジュアリーブランドがアウトドア系のブーツを数千足輸入した結果といったことが想像できそうだ。

シェアの高い中国からの輸入も、参考に

2022年1～6月伸び率			
2019年1～6月対比		2021年1～6月対比	
足数	金額	足数	金額
113.8%	134.5%	98.8%	123.9%
83.4%	105.6%	97.0%	120.1%
98.6%	106.4%	115.5%	129.1%
84.0%	90.9%	103.7%	104.8%
105.1%	114.9%	106.1%	110.7%
86.7%	100.3%	102.2%	115.4%
301.2%	1182.6%	206.9%	479.4%
49.9%	100.2%	70.7%	105.9%
71.0%	105.4%	112.7%	135.6%
71.8%	105.2%	104.0%	130.2%
59.2%	99.6%	106.8%	123.5%
68.1%	105.2%	104.5%	132.6%
114.6%	133.7%	99.1%	123.1%
82.4%	107.4%	98.0%	126.6%
88.0%	96.1%	107.6%	115.5%
81.6%	83.0%	107.4%	104.8%
115.0%	125.9%	108.8%	112.1%
85.4%	97.0%	104.0%	115.6%

6404：甲がテキスタイル製 6405：その他の履物



MICAM Xにもサステナビリティに関する展示



ホール3のMICAM Sustainability Lab



カジュアル物を中心としたオープンなブース

示したが、中国の2019年比は足数、金額ともに100%を下回っており、コロナ禍前のレベルに戻っていない。

イタリアにとって日本は、かつては極東の重要な輸出先だったが、近年は毎年、輸出国ランキングを落とし、既にベストテン外。ミカムのリリースに“Japan”が登場しないのは、さらに存在感が薄れているからと言わざるを得ないかもしれない。

Buyer Guideのページの一部



●“Buyer Guide”でトレンドをアイコン化

最後にトレンドに触れたい。

まず、大きな流れは、SDGsだ。

SDGsとは、言うまでもなく、国連サミットで策定された、2030年までに持続可能でよりよい世界を実現するための開発目標。流行といった意味のトレンドではなく、社会の目標であり、取り組まなければならないテーマだ。

ミカムは、前回に引き続きホール3に“MICAM Sustainability Lab”を設けた。イタ

リア靴メーカー協会が策定したサステナビリティ認証「VCS(Verified & Certified Steps)」を紹介するエリアだ。「VCS」は、国際的に認められた基準に基づき、企業の持続可能性の主要分野におけるパフォーマンスを評価・測定し、改善のプロセスを実施した企業に与える認証だ。

“MICAM STARTUP”も、サステナビリティに関連するエリアだ。環境負荷を低減するリサイクル素材や新素材を開発しているメーカー、また新しい製造システムに向

けたデジタルテクノロジーを開発するスタートアップ企業を紹介した。

もっと身近なファッショントレンドという点では、今回から来場者に“Buyer Guide”なるものの提供を始めた。2023年春のトレンドをビジュアルにまとめたものだが、QRコードでアクセスするとスマートフォンにダウンロードが可能。来場者、すなわちバイヤーは、トレンドガイドをスマホで見ながら商品選定に当たれる。またトレンドの一般性や重要性を量る指針として、Livetrendというファッショントレンドを分析するプラットフォームとのパートナーシップによって、インスタグラム、eコマース、ファッションショーから得られる画像を独自のアルゴリズムで靴用に解析したトレンドレベルがアイコンで示されている。

因みにトレンド度のアイコンは、次の3種類だ。

- ・炎のアイコン=成長が期待できるトレンドだが、規模が小さくリスクが高い
- ・右肩上がり棒グラフのアイコン=着実に成長する中程度のトレンド。商業的可能性がある。
- ・ショッピングカートのアイコン=商業的ポテンシャルが確認できる大きくて安定したトレンド

レディスで取り上げているテーマを、上記のアイコンと共に紹介しよう。

■YEAR2000

Y2K、2000年のこと。1900年代から2000年代に移行するミレニアム期にヒットしたファッション。厚底ブーツ、ルーズソックス、ちびT(ショート丈のTシャツ)などが代表アイテム。

【炎】 スチレットヒールのショートブーツ

【棒グラフ】 高寸ウエッジのミュール

【ショッピングカート】 ポインテッドトゥ&スチレットヒールのパンプスやサンダル

■CRAFT

焦がし加工やオイル仕上げの革や手編み風のメッシュなど手づくりを彷彿させる感覚。色は茶系やラスティック系。ペザントやエスニックにも通じる。

【炎】 高寸プラットフォームのクロッグ

【棒グラフ】 グルカサンダル

【ショッピングカート】 ウエスタンブーツ

■SECOND HAND

中古品、あるいはアンティークに通じる、懐かしさを伴うテイスト。懐かしさの対象は、主に1970年代。

【炎】 厚底メリージェーン

【棒グラフ】 プラットフォーム・パンプス

【ショッピングカート】 スクエアトゥのローファー

■FUTURISTIC

未来志向。それほど無機的ではなく、むしろミニマルに近い感覚。

【炎】 ヒール付きのトング

【棒グラフ】 ラバーやプラスチック製厚底のブーツ

【ショッピングカート】 ミニマルサンダル

このようにテーマごとに注目アイテムが示されている。バイイングのガイドラインになってくれそうだ。

次回ミカムの会期は、2023年2月19～22日。コロナ禍によって3日間に短縮されていたが、4日間開催に戻る。

冒頭に掲載した会場マップの展示会名の下に記載されている日付は、それぞれの次回会期だ。

今回の“FINALLYtogether”というタイトルからすると、ジョイント開催は今回で終了と取れるが、今回の会場図にそれぞれの次回会期を書き込んでいることからすると、ジョイント開催は最終段階に入ったが、まだ続くとも解釈できる。