

■ミカムから辿るヨーロッパ最新事情■

イタリア靴輸出は、高額品を牽引車に順調に回復。しかし…。

靴ジャーナリスト 大谷 知子

●来場者は、25%増の4万8000人超

5月8日から新型コロナの感染症法の位置づけが5類感染症に移行したが、海外からの入国については、移行に先んじる4月29日、出国前72時間以内の陰性証明書やワクチン接種証明書の提出が不要となっている。ヨーロッパ、例えばミカムが行われるイタリアは、既に2022年6月から陰性やワクチン接種の証明書提示が不要となり、またマスク着用義務も、同10月から医療機関や介護施設を除き解除されている。

当然、こうしたことは、展示会の入場者数に影響を与える。

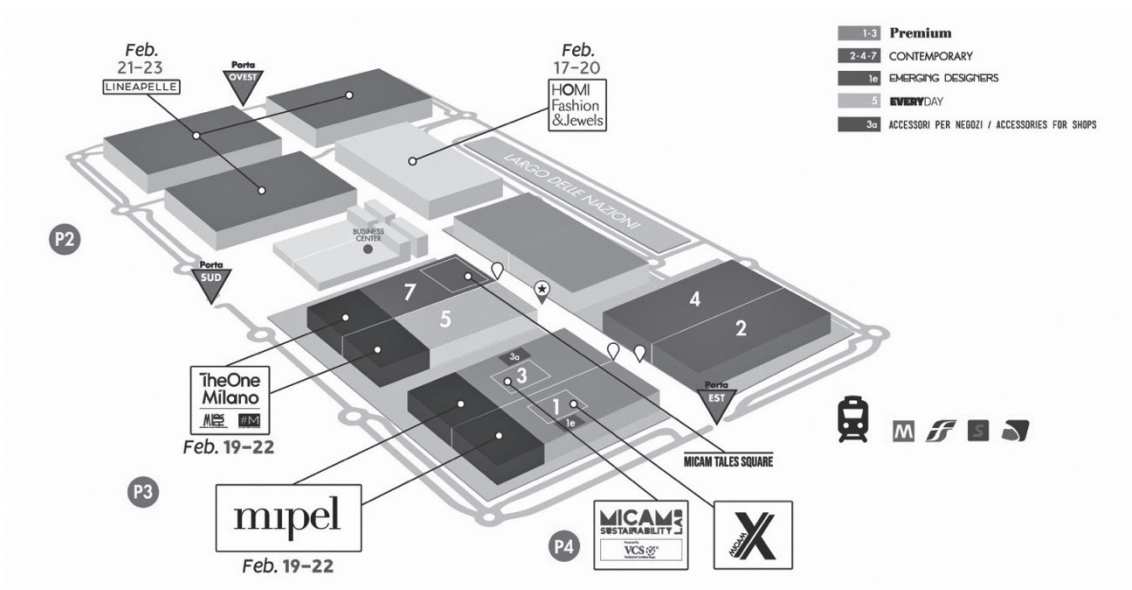
2023年秋冬に向けたミカムは、2月19～22日の4日間行われた。終了翌日にリリー



ミカム会場エントランス付近

スされたファイナルレポートは、次のように伝えている。

出展者は、1800。来場者は、前回（2022年9月）より25%増加し、4万8276人を記録した。



ミカム会場図

但し、これは、ミカム単独の数字ではない。コロナ禍発生以降、バッグのMIPEL、プレタポルテのTheOneMilano、それにアクセサリーのHOMIとのジョイント開催となっていることは、これまでのこのレポートで伝えているが、今回も4展示会ジョイント（2ページの会場図参照）で開催された。ファイナルレポートに明記はされていないが、4展示会名を刷り込んだレターヘッドを使用していることから記載内容は、4展合同のものであると解釈できる。コロナ禍前のミカムは毎回、4万人台の来場者を集めていた。前回比25%増は高い伸び率だが、コロナ禍前のレベルに戻るには、まだ時間を要しそうだ。

来場の内容は、全体の約半数がイタリア国外からであり、上位国としてドイツ、フランス、イギリス、ギリシャ、それにスペインを挙げている。またヨーロッパ以外の国で目立ったのは、韓国、日本、それにカザフスタンとしている。

開催前、ミカムに毎回来場していた知り合い数人に、2月展に来場するか聞いてみた。ある靴小売チェーンのバイヤーは「来場再開は9月展からと考えている」。またインポーターからは「コロナ禍以降、我々の情報とオンラインによる商品チェックで仕入れをしてきた百貨店などの大手小売の中には、その方法でも仕入れに支障がないからと、来場してのチェックは我々に任ずるところも見られる」という声も聞かれた。

出展については、前回2月は1012ブランドと発表している。今回は、800近く増加していることになるが、内訳など詳細についての記述は一切なく、増加要因を読み取ることは不可能だ。

ただ、コロナ禍発生以降、初めて訪れた靴卸は「サステナビリティに対応した商品



「MICAM X」エリア

が、マーケットのトレンドになっており、そのジャンルの新ブランドなどが出展しているものと思って訪れた。しかし、そうした新規出展者は見当たらず期待外れだった」と話してくれた。

展示会は、仕入れの場であると共に新しいブランドや情報との出会いという機能も持っているが、コロナ禍を経て、展示会そのものの意味や役割が問い直されるといったことにもなりそうだ。

●2022年輸出は、10月で前年の年間超え

では、イタリアの2022年輸出実績から商況を見てみたい。但し、ミカムに合わせて公表されたのは、概況のみ。輸出国ごとの金額や数量などの数値データは明かされなかった。

概況から気になる数字を拾いだしてみると、まず2022年売上高は、前年比14%増の144億9000万ユーロとなり、コロナ禍前の水準に戻った。輸出も金額で同23.3%増となり、貿易収支は7.6%増の55.4億ユーロとなり改善された。

好調だった輸出先は、以下の国を挙げている（伸び率はいずれも2022年1～10月の金額による）。

フランス：24.4%増
ドイツ：27.4%増
米国：60%増

カナダ : 68%増

中 東 : 55%増

また、中国も好調で、平均価格が34%増を示し、ロックダウンの影響で年間を通じて変動はあったものの41%増としている。

逆に落ち込んだのは、ロシア (26%減) とウクライナ (59%減)。言うまでもなく、要因は、戦争だ。終息が見えない中、両国ともにコロナ禍前は、輸出を牽引していただけに、イタリアにとっては厳しい状況だ。

一方、旧ソビエト連邦圏では、カザフスタンは40%増と高い伸びを示している。

このような状況の中でもっとも、気になったのは、次の記述だ。

「輸出の新記録が際立っており、2022年1月からの10か月で104億8000万ユーロ (23.5%増)。既に2021年全体実績を上回っており、1足当たりの平均価格は57.26ユーロ (10.7%増) に達した」というのである。

手許にある資料では、2021年1~9月のデータしか確認できないが、「75億5901万ユーロ」となっており、この数字から月平均を求め、年間実績を割り出すと「約95億5000万ユーロ」となる。104億ユーロ超は、これを確かに上回っている。

要因は、平均単価の上昇に触れていることが示すように高級ブランドの活躍だ。周知の通り、イタリアは、高級ブランドの靴生産地として欠かせない存在だ。

イタリア靴メーカー協会 (Assocalzaturifici) のジョヴァンナ・チェオリーニ会長は、上記のような状況を「全体的には明るい兆しが見える」としながらも、「5社中2社が2019年との差を埋められておらず、数社が危機を乗り越えられず廃業している」と懸念を示し、さらに不安材料として原材料費の高止まりと過去最高値に達したエネルギー価格の高騰に言及している。

チェオリーニ会長の懸念は、既に現実の

ものになっているとも言える。靴メーカー数は、2021年12月より216社減少。これは過去10年間でもっとも急激な減少であり、3765社に後退しているのだ。

さて、日本は、どうなのか。

イタリアにとっての日本は、2010年代には輸出先10位以内に常にランクしていたが、2020年に近づくにつれランクを落とし、2021年は14位だった。概況は、日本には言及しておらず、2022年も前年と同レベルだったということだろう。

●2022年輸入、足数はコロナ禍前に戻らず

そこで、財務省の貿易統計で2022年の靴・履物輸入を当たってみた。それをまとめたのが、次ページの表「2022年日本の靴・履物輸入」だ。

靴・履物輸入全体は、6億1209万6000足・6625億7100万円。伸び率は、それぞれ2021年対比112.3%・137.3%。足数、金額ともに2021年を上回った。しかしコロナ禍発生前の2019年対比は、金額は20%増近くを示しコロナ禍前を上回ったが、足数は93.8%。コロナ禍前にまだ戻っていない。

HSコード別では、「6404 (甲がテキスタイル製)」及び「6402 (甲と底がゴムもしくはプラスチック製)」足数の2019年対比はいずれもほぼ90%。シェアの高い2つが、コロナ禍前をまだ10%下回っているのは、気になるころだ。

輸入国別は、イタリア、それに輸入国トップの中国を当たってみた。

イタリアは、2022年の2021年対比は、足数113.5%・金額136.8%。特に金額は、前年を大きく上回り、前項で見たイタリアの好調輸出国のドイツ、フランスの伸び率を上回っている。しかし、イタリアのデータはFOB価格で統計が取られる輸出であるのに対して、輸入は運賃・保険料込みの

【2022年日本の靴・履物輸入】

	HSコード	2022年輸入		伸び率			
		足数(千足)	金額(百万円)	2019年対比		2021年対比	
				足数	金額	足数	金額
靴・履物合計	6401	22,274	20,527	110.7%	145.5%	100.3%	129.1%
	6402	163,503	207,021	90.9%	126.4%	103.6%	141.9%
	6403	38,568	167,965	106.5%	124.5%	130.6%	149.7%
	6404	332,702	250,091	90.3%	106.5%	115.6%	128.2%
	6405	55,049	16,967	114.0%	136.5%	114.7%	128.4%
	合計	612,096	662,571	93.8%	118.3%	112.3%	137.3%
イタリア	6401	6	85	179.6%	918.6%	108.7%	130.7%
	6402	173	2,406	62.1%	110.0%	88.5%	112.8%
	6403	1,278	36,080	77.4%	119.0%	120.4%	141.9%
	6404	269	9,544	67.5%	100.7%	103.7%	126.3%
	6405	14	438	61.7%	105.6%	123.5%	135.1%
	合計	1,740	48,552	73.9%	114.5%	113.5%	136.8%
中国	6401	21,405	19,013	111.5%	145.1%	101.1%	130.2%
	6402	125,755	127,330	90.0%	127.7%	101.2%	138.6%
	6403	6,419	22,937	91.7%	112.6%	105.3%	124.4%
	6404	257,584	121,153	88.4%	100.6%	116.1%	121.5%
	6405	51,495	13,533	118.5%	144.5%	115.8%	127.8%
	合計	462,657	303,966	92.4%	115.6%	110.7%	129.2%

※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/6404=甲がテキスタイル製/6405=その他の履物

CIF価格。当然、CIFの方がFOBより高く、統計の金額数値は、CIFによる輸入の方が高くなる。また運賃の高騰が続いており、単純に比較できない。

2019年対比は、全体で足数73.9%・金額114.5%。HSコード別に見ると、主力の「6403（甲が革製）」は70%台後半だが、「6401」を除くと、60%台と低いレベルに留まっている。一方、「6401（防水性の履物）」は、異様に高い数字を示している。2021年を含め、平均価格を出してみると、次のようになった。

2019年 約 2,630円

2021年 約11,180円

2022年 約13,450円

小売価格は、CIF価格の3～4倍になると思われ、1万円以下だったものが、2021年以降、3～5万円前後に跳ね上がったことになる。ここには、ファッショントレンドの影響を見ざるを得ないだろう。「6401=防水性の履物」には、ここ数年、トレン

ドとして浮上しているアウトドアが含まれ、高級を含むブランドが、そのゾーンに注目した結果という推測が成り立ちそうだ。

一方、輸入国トップの中国は、2019年対比を見ると、足数92.4%・金額115.6%。足数では、コロナ禍発生以前のレベルに戻っていないが、イタリアよりも回復している。

因みに輸入全体の平均価格を出してみると、以下のとおりとなった。

	イタリア	中国
2019年	約1,800円	約530円
2022年	約2,790円	約660円

これからすると、価格の安いゾーンの回復が進んでいると言えそうだ。

中国は、厳しいロックダウン政策の産業への影響が言われており、靴産業への影響を探るため、ポルトガルの靴及び関連業者組合APICCAPSによる「World Footwear Yearbook」を当たってみた。

	生産(百万足)	輸出 (同)
2019年	13,475	9,542
2020年	11,118	7,402
2021年	12,016	7,887

上記の通りであり、2019年対比は、2020年生産82.5%・輸出77.6%、2021年は同じく89.1%・82.7%。産業そのもののコロナ禍以前への回復が進んでいないことが分かる。

イタリアの2022年輸出状況からは、高級品が回復を牽引し、その高級靴を販売するラグジュアリーブランド企業のOEMを手掛けているか否かが、靴メーカーの業績を左右していると言える。

日本の輸入状況は、高額品の動きはHSコード「6401」のイタリアに見られる程度であり、イタリアと中国の回復度を比較すると、価格の安いゾーンの方が回復度が高いと言える。しかし最近、報じられる百貨店売上高は、高い伸びを示し、その牽引車はラグジュアリーブランドを中心とした高級ゾーンのような。こうした傾向は、聞くところによると著名百貨店婦人靴にも見られ、ある百貨店婦人靴の中心価格の設定は3万円前後のラインであり、売上げをつくり出しているのは、インショップで導入しているラグジュアリーブランドという。

こうしたことからすると、高級ゾーンが牽引し格差が広がるマーケット構造が世界的に広がっていると言えそうでもある。

2023年秋冬トレンド

ミカムは開催に当たり、このところ毎回、プロモーション・イメージを設定しているが、今回は“MICAM of OZ”。“OZ”とは、おとぎ話『オズの魔法使い』の“オズ”である。その意味は、「サステナビリティの実現は、重要、かつ困難な道であるが、靴メーカーがこの道を歩むために、冒険と魔法とも言うべき手法で後押しする」といったことのような。つまり、ミカム全体、延いてはイタリア靴産業が、業界を挙げてサステナビリティを重要なテーマとしていることの表明でもある。

具体的には、前回2月のレポートでも触れたように、イタリア靴メーカー協会が靴メーカーとそのサプライチェーンのために策定したサステナビリティ認証「VCS (Verified & Certified Steps)」となるが、MICAM としてのプレゼンテーションエリアである“MICAM X”ゾーンに「VCS」を紹介するコーナーを、前回に引き続き設けた。



新テクノロジーに関する展示



サステナビリティ認証「VCS」の展示



“MICAM X”内の未来の小売店に関する展示



リネアペレと連携した2023年秋冬注目素材展示

また“MICAM X”では、皮革製品素材の展示会リネアペレと連携し、2023年秋冬注目素材の展示も行われた。

さらに2023年秋冬は、どんなスタイルが注目されるか。つまりファッショントレンド情報としては、前回から来場者に“Buyer Guide”を提供している。

これは、ファッショントレンドを分析するプラットフォーム“Livetrend”とのパートナーシップによって作成され、いわゆるビッグデータを独自のアルゴリズムで分析し導き出したテーマ、及びその各テーマに沿った有望なスタイルを紹介するというものだ。また、有望なスタイルは、注目度合いにより3タイプが示され、その度合いをアイコンで示している。

では、“Buyer Guide”が提案する4トレンドテーマと注目スタイルをいくつか紹介する。

◆トレンド1

DOOMSDAY ALLURE (終末の日の魅惑)

キーワードは、SUBVERSIVE (破壊的)、NOCTURNAL (夜行性)、MYTHICAL (神話的)、REBELLIOUS (反抗的)、SHARP & SLEEK (鋭利さと洗練)。

ラグジュアリーでありつつ不吉な感覚を漂わせ、暗闇の美を追究といったイメージ。ビジュアル系バンドのファンは黒一色でまとめたファッションを好むが、そのイメージに通じる反抗的でファンタジックな感覚を併せ持つストリートファッションと言える。

靴は、プラットフォームのサンダルやロングブーツ。カジュアルも、厚底をポイントにしたワーク系ブーツやスニーカー。

◆トレンド2

ARCTIC NOMAD (北極の遊牧民)

キーワードは、PRIMITIVE FUTURE (原始的な未来)、SURVIVALIST (生き残り)、BIO-ENGINEERED (生物学的技術)、NEW WORLDS ARCTIC (新世界の極寒地)。

北極のような極寒地を生き抜くサバイバルファッション。従ってイヌイットなど北極圏に元々住んでいる人々の伝統衣装に見られる素材やディテールがポイント。

靴は、カミック (イヌイットなどが着用しているアザラシの革製のブーツ) のディ

テールを取り入れたロングブーツやアウトドアブーツ。エレガンスでの展開は、スパッツ付きのハイヒール・ロングブーツなど。

◆トレンド3

VIRTUOSO VERSE (名人の詩)

キーワードは、HOBBYCORE (趣味の核心)、PHYGITAL (フィジカル=実世界とデジタルの融合)、ATYPICAL (非定型的)、UPCYCLE (アップサイクル=創造的なりサイクル)、IRONIC (皮肉)。

編み物、組紐など手の技がつくり出す素材やディテールへの注目。但し、それを定型的ではなく、デジタル要素によってアップサイクルするといったこと。

靴は、スタイルはベーシックでありつつ、例えばアッパーや靴紐にマクラメ風の素材を用いるなど。

◆トレンド4

CURATED POETRY (厳選された詩歌)

キーワードは、NEW ROMANTICS (ニューロマンティック)、BUCOLIC (牧歌的)、COZY HERITAGE (心地よい遺産)、POETIC (詩的)、A-GENDER (性差がない)。

ニューロマンティックは、1980年前後に注目されたフリルなどでロマンティックにアレンジしたパンクファッション。これに牧歌的な要素やレトロ感を盛り込み、性差を超えた着こなしに進化させたイメージ。

靴は、クラシックな編み上げボタンブーツやメリージェーン、またウエスタンやオーセンティックなライダーブーツなど。

次のミカムは、9月17~20日に開催の予定だが、引き続き4展示会ジョイントの形で進んでいるという。

【Buyer Guideが提案する4トレンドテーマ】 最下段は商業的成長が見込まれるスタイルの一例

