

“The Japan Observatory” at Milano Unica 2016S/S



Observatory

【開催報告】

欧州最高峰の展示会 Milano Unica (MU) に、2014 年 9 月欧州外から初の出展を果たした「The Japan Observatory」は、日本から 29 社・団体が参加した。その第 2 回目として 2 月に開催された MU 内に、前回同様の形態で「The Japan Observatory」を設置し、日本繊維産業の最重要課題の 1 つである“輸出促進”と、ジャパン・テキスタイルのブランディング化に取り組んだ。



■ Milano Unica 2016 Spring & Summer

展示会名：Milano Unica 2016S/S

会 期：2015 年 2 月 4 日(水)～6 日(金) 9:00～18:30

会 場：Portello Fieramilanocity

出展企業：353 社 (内 海外 64 社)、来場者：18,000 人強



第 20 回目となる Milano Unica (2016S/S) は、他の欧州展示会との会期調整によって例年より 1 週間早い開催となった。今回は、中東情勢や隣国フランスでのテロによる政情不安、ロシアのルーブル下落、EU におけるギリシャ問題、中国の景気減速など外部環境が不透明な中での開催となった。更に、会期中は雪・雨の悪天候に見舞われ、伊中心部からの移動が妨げられた事も響き MU 全体の来場者数は、例年より減り 18,000 人強となった。これは、MU に限らず、翌週に開催された Premiere Vision も 5% 減の結果となり、日本からも大手アパレルを中心に渡航見合わせや、出張者を絞った企業も少なくない。但し、海外からの来場者数は前年 2 月展比 2.5% 増という結果を得た。また、MU 設立 10 周年・20 回目の会期を祝って、初日夜に SPECIAL EVENT が盛大に開催された。

<MU 来場者傾向：外国人ビジター：2.5% 増>

(増) フランス+12%、UK+9%、USA+10%、中国+13%、日本+29%、トルコ+4%

(減) ロシア-29%、ドイツ-12%、スペイン-6%、イタリア-9%



■ 「The Japan Observatory」at MU 2016 Spring & Summer 出展報告

展示会名：「The Japan Observatory」 at Milano Unica 2016S/S

会 期：2015年2月4日(水)～6日(金) 9:00～18:30

出展場所：Milano Unica 会場内の特設エリア (Hall 2)

出展概要：企業ブース+JAPAN TEXTILE PR ブース(計 519 m²)

出展企業：34社・団体

主 催：一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構(JFW)

協 力：日本繊維産業連盟/独立行政法人日本貿易振興機構

後 援：経済産業省



第2回目の出展となる「The Japan Observatory」は、前回の29社・団体を上回る34社・団体が参加して開催された。政情不安や経済環境の不透明さに加え、天候にも恵まれなかった事で MU 全体の来場者数も減る中、「The Japan Observatory」も例外ではなく、3,061名と来場者数は減る結果となった。ただ、AW 展に対し S/S 展は例年 15%前後減る事が常であり、前回より来場者は減っても商談件数自体は前回並みを維持した出展者も多くある事から、一定の成果を得られた今回展であった。

□ 「The Japan Observatory」 at Milano Unica 2016S/S 入場者数

2月4日 1,055名/2月5日 1,294名/2月6日 712名 合計 3,061名

※上記の来場者数は入場バッジをスキャンした人数のカウントになる為、実際にはスキャンされずに入場した方々も多数いるので、ミニマム来場者数と捉えて下さい

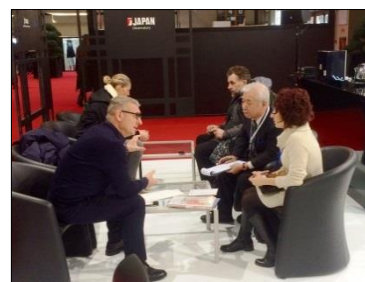
□ JAPAN TREND&INDEX コーナー

前回、「とてもモダンで素晴らしい」と来場者から評価を得た「JAPAN TREND & INDEX コーナー」。今回は春夏シーズンらしく、通る風が感じられる様なオープンな雰囲気大切にしながらも、“障子”からヒントを得た「格子」でエリアを区切る事で和テイストを表現。特に2つのトレンド・テーマの内の『東京・ポップ クルーズ』では、舞子さんや大文字焼きをメインに、所々サーフィンやダイビング等をしている小僧を配置したイラストは、ただ古風だけでなく現代日本の POP Culture を表現していると評判を呼んだ。これは、京都の若手クリエイター集団「だるま商店」のイラストを使用したもの。また、MUのTRENDコーナーが全て展示台に貼り付ける手法に対し、JAPAN TREND & INDEX は、全ての商材を吊るす事で、より日本素材の持つ風合いを表現し、来場者からも大変好評だった。



□ ビジネス・マッチングと著名来場バイヤー

今回もジェットロの協力により著名ブランドとのビジネス・マッチングを実施した。G・アルマーニ、フェンディ、ミッソーニ、ディーゼル等のイタリア著名ブランドを始め、ルイ・ヴィトン、サンローラン、ヒューゴ・ボスなど、欧州のハイブランドが来場し、活発なマッチングが行われた。また、前回訪れた多くの著名ブランドもリピーターとして「The Japan Observatory」を訪れ、各ブースで商談を繰り広げた。



《主な著名来場バイヤー》

プラダ、グッチ、ドルチェ&ガッバーナ、ディー・スクエアード、マルニ、バレンシアガ、フェラガモ、ジル・サンダー、ニール・バレット、ジバンシィ、ジャンニ・ベルサーチ、エルメス(オム)、ポッテガ・ベネッタ、カール・ラガーフェルト、クリスチャン・ディオール、コスチューム・ナチュラル、モンクレール、イトロ、ピエール・バルマン、ロベルト・カヴァーリ、インコテックス、エミリオ・プッチ、バーバリー、マッキントッシュ、バレンティノ、ブルックス・ブラザース、エスカーダ、ラルフ・ローレン、トミー・ヒルフィガー、E・ゼニア(ガーメント)、トッズ、フィラ// ジョルジオ・アルマーニ、フェンディ、ミッソーニ、ディーゼル、ルイ・ヴィトン、サンローラン、ヒューゴ・ボス 等

□ 「The Japan Observatory」関連イベント

「O/MO/TE/NA/SHI」(2月4日 15:30~ BUSINESS LOUNGE)



前回に引き続き「O/MO/TE/NA/SHI」イベントを実施した。MU 主催関係者、海外プレス、招待バイヤー約 50 名に、「日本のおもてなし」の心を伝える趣旨で、日本酒、日本茶、茶菓子が振る舞われた。冒頭、JFW 三宅理事長の「MU 設立 10 周年、第 20 回目となる節目の会に、出展出来る事を光栄に思います」とのメッセージを川島事務局長が代読、その後日本繊維産業連盟の下村会長による乾杯の音頭により暫しの歓談を持った。ゲストの MU アルビニ会長は「MU は世界 No1 のレベルを誇る展示会だと自負している。そこに日本の優秀な企業が参加してくれる事は、大変な喜びである」とスピーチを行った。また、飛び入りで MU 幹部のルイジ・ロロピアーナ氏も登壇し挨拶を行った。



「出展者交流会」(2月3日 20:00~ Hotel Michelangelo Banquet)

「The Japan Observatory」主催関係者と出展者による交流会が会期前日の夜にミケランジェロ・ホテルのバンケットルームで開催された。約 60 名が参加し、翌日からの MU 本番に向けて交流を図った。



□ Milano Unica 2016S/S 関連イベント

「XX EDITION OF MILANO UNICA」 (2015年2月4日 19:00～ Hall 2)

MU 設立 10 周年・第 20 回目を祝って、初日夜、盛大なイベントが開催された。Nicola Savino 氏 (伊プロデューサー/TV・ラジオ プレゼンター)を迎えての第 1 部では、彼の軽快なトークとオペラやピアノ伴奏が披露され、第 2 部は DJ が入り、古き良きディスコを彷彿させる 2 部構成。また、会場入口では MU ロゴの大パネル前でフォト・シューティングが行われ、参加者は気軽に参加し楽しんでた。



《今後の方向性》

昨年 9 月の初出展時と、第 2 回目となる 2 月の今回展は、経済産業省繊維課による『欧州バイヤーニーズ調査』事業の対象となっている事から、JFW では来場したバイヤーや招待バイヤーから、ヒアリングを実施した。その中で日本製テキスタイル及び企業の持つ「強み」・「弱み」を、改めて浮き彫りにした報告書を作成。次回 9 月展出展に向けては 3 月に提出する報告書を有効活用し、事前に出展者へ開示すると同時に、出展における改善点に焦点を絞ったセミナーと個別相談会を開催し、出展者への啓蒙活動を一層強めて行く。



一部、報道の通り、MU in NY の開始や、MU in CHINA (上海)でも靴見本市「ミカム」及び製品の「イタリアン・ファッション」との共催に踏み切る等、従来の閉鎖的な運営から“国際化”と“他団体とのチームプレイ”へ MU は大きく舵を切った。更に、MU 本展では昨年 9 月に日本初出展を認めた後でも、他国受入れには慎重な態度を崩していなかったが、「The Japan Observatory」が成功した事もあり、「オッセル・ヴァートリオ・プロジェクト」に新たな国を迎える事を強く示唆している。今年 9 月に韓国 or トルコが出展する否かは不明ながら、いずれにせよ時間の問題と捉え、JFW では“日本らしさ”や“日本独自”の部分、更に、フォーカスした「The Japan Observatory」の運営を再構築して行く。

