

「The Japan Observatory」at Milano Unica 2017AW【開催報告】

■ 第23回 Milano Unica 開催報告

- 開催期間：2016年9月6日(火)～8日(木) 9:00～18:30
- 会場：Rho Fieramilano (Hall.8,12,16,20)
- 主催：Milano Unica Secretariat
- 出展内容：テキスタイル・副資材 (伊及び欧州+日本、韓国)



◆ 出展者数：442社(伊以外の海外企業139社)

内訳) 欧州;382社(内79社は伊以外の欧州企業)

オブザーバトリー出展者(日本 38社/韓国 21社)

◆ 来場社数：計 6,074社 (伊:4,222社/海外:1,852社) * Milano Unica は人数ではなく社数でカウント 前年比較) 計 6,513社 (伊:4,645社/海外:1,868社) <-6.5%>

➤ 海外からのビジター(+)主要国:

韓国… +47.3% / ロシア…+35.19% / 日本…+7.04%/ 英国…+15.83% / 米国…+6.19%
前年比較) 海外 (-0.86%) / 伊(-9.11%)

第23回Milano Unica (MU)は、9月6日～8日に初めてRho Fieramilanoにて開催され、6,000社を超えるファッション関係の企業が2017A/Wコレクションを見に訪れた。今回は靴・鞆の世界的見本市ミカム・ミペル展の最終日とMU 初日の会期を重ねて相乗効果を高める狙いだったが、入場者数に関しては前年9月展に対し-6.5%となった。しかし、この点についてはMUが以前にも増してバイヤー基準を高め、厳正に入場者をセレクトした事を考慮する必要がある。これは、新会場に変わった事を契機に展示環境のグレードアップを計り、更に、従来アイデアエラのみを実施していた無料フード・サービス(ミシュラン星付きレストラン「ダ・ブिटリオ」監修)を全来場者と一部を省く出展者に拡げ、来場者・出展者1人当たりのコストが増えても、より質の高い展示会を目指す“MU 改革”によるもので、主催者の想定の範囲内の数字と思われる。

また、今回より導入された施策として、全ての展示会場をバリアフリー(従来は各展示会場間にゲートを設置)にし、アイデアエラの入場制限も撤廃した。その他に、ヴィチエンツァ見本市が主催する OEM 展「オリジン・パッション・アンド・ピリーフス」がMU初参加、伊出展者と19の著名メゾンとのコラボレーション製品の展示「オン・ボード」、学生によるファッションショー等の人材育成プログラム、トークセッション等、広くなった会場で様々なイベントが行われた。恒例の初日夜のPARTYは、イタリア南部 Puglia 地方の伝統文化や食文化をテーマに野外で体験し、MUが伊文化的発信においても重要な役割を担うものを表していた。



【新会場/レイアウトの評価】

ミラノ市中心のFieramilano Cityから、会場を郊外のRhoに変更し、会場面積を従来の1.5倍に拡張した今回展について、主催者が行ったヒアリングでは概ね好評価を得た模様。実際、「The Japan Observatory」(JOB)へ訪れたバイヤーへのヒアリングでも、遠くなった事に関しては「あまり気にならない」、「車での来場では、以前より駐車し易い」等の意見が多かった。会場面積拡張とレイアウトに関しては「PVに比べても良くオーガナイズされている」「広くなり回り易い」と云う意見がある一方、「大き過ぎて周りづらい」「位置表示もはっきりせず、不案内」等の意見もあった。また、2ホール(Hall. 8、12)に跨って出展となったモダン・アクセサリーからは「以前同様に1ホールにまとめて欲しい」との要求が出るほか、我々JOBも同様に改善を求める声(後述)が出ている。新会場故に来場者も慣れていない分もあるが、今後に向けて大きなレイアウト改善が必要となるであろう。

JAPAN
Observatory

■ 「The Japan Observatory」at Milano Unica 2017AW 開催報告

- 開催場所: Rho Fieramilano (Hall. 8内)
- 出展概要: 企業ブース+JAPAN PRブース
- 出展者数: 38社・団体 (総展開面積610㎡)
- 主催: 一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構
独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)
- 後援: 経済産業省 / 日本繊維産業連盟



出展企業: (株)足羽工業所/畑岡(株)、(株)エイガールズ、尾州ウール・コレクション/FDC(長大(株)、遠山産業(株)、中伝毛織(株)、(株)ヒラノ、みづほ興業(株) *、Team GIFU/岩田健毛織(株)、ファインテキスタイル(株)、伊藤忠商事(株)北陸テキスタイル課、宇仁繊維(株)、熊澤商事(株)、小林当織物(株)、斎栄織物(株)、(株)サンウエル、スタイレム(株)、瀧定名古屋(株)、(株)デザインハウス風 *、東光商事(株)、東レ(株)、東レ合繊クラスター(一村産業(株)、ケイター・テクシーノ(株)、小松精練(株)、サカイオーベックス(株)、テックワン(株)、西川産業(株) *、福井経編興業(株)、丸井織物(株)、FUKUI布のえき(中嶋機業場、(株)山崎ピロード)、(有)福田織物、古橋織布(有)、西村レース(株)、前多(株)、八木通商(株)、山梨県絹人織織物工業組合((株)前田源商店、(株)榎田商店、宮下織物(株))、米沢織物工業組合(青文テキスタイル(株)、(株)安部吉) (*新規出展)

5回目の参加となる今回のJOBは、閉鎖的なブース配置を余儀なくされた事も響き、前回(入口至近に配置)の大盛況に比べると全体来場者数は減ったが、その分リピーターが多く訪れ充実した商談に好感触を示す出展者が多かった。「来客数は減ったが、商談内容は逆に濃い」「目的を持ったバイヤーが増えている」との声が多く聞かれた。実際、会期最終日に実施したアンケートでも、スワッチや着分依頼だけでなく成約件数、成約見込金額共に過去最高を示し、ジャパン・テキスタイルのブランディング化と継続出展による効果が明らかになっている。また、今回もJETROによるVIPバイヤーの招致活動とJETRO Milanoによるアテンドが行われた。円高、Prima MUの影響が懸念されたが、差別化された日本素材を纏めて見られるJOBは、今や欧米の著名メゾンにとって無くては成らない存在になっている。



《JOB訪問の著名メゾン・リスト》 *バーコード・スキャン及び名刺にてカウント

【ITALY】 PRADA、GUCCI、GIORGIO ARMANI、FENDI、BOTTEGA VENETA、MAX MARA、JIL SANDER、C.C.P、DIESEL、MISSONI、MARNI、COSTUME NATIONAL、GIANNI VERSACE、GIANFRANCO FERRE、ETRO、MSGM、ERMENEGILDO ZEGNA、JACOB COHEN、LARDINI、TOD’S、HERNO、BRIONI、VERRI、PINKO、NAPAPIJR、PAUL & SHARK、GOLDEN GOOSE、BRUNO MANETTI CASHMERE

【FRANCE】 LOUIS VUITTON、HERMES、CHRISTIAN DIOR COUTURE、BALENCIAGA、GIVENCHY、KENZO、YVES SAINT LAURENT、CHRISTIAN DIOR、LANVIN、CELINE、MAISON MARGIELA、KARL LAGERFELD、ALESSANDRO DELL’ACQUA、MONCLER、PIERRE BALMAIN、ANN DEMEULEMEESTER

【ENGLAND】 MARGARET HOWELL、PAUL SMITH、VIVIENNE WEST WOOD、BURBERRY、J&M DAVIDSON、LIBERTY LONDON /【OTHER EU】 SWAROVOSKI、AKRIS、H&M、COS

【UNITED STATES】 RALPH LAUREN、CALVIN KLEIN、MICHAEL KORS、STELLA Mc CARTNEY、WOOLRICH、RICK OWENS、3.1 PHILLIP LIM、JOHN VARVATOS、TOMMY HILFIGER 他

□ トレンド & インデックスコーナー／ビジネスラウンジ

今回の出展位置は、前回迄の様な独立した環境では無く大きなホールの一角にあり、センターエリアを挟んだ対面には「The Korea Observatory」(KOB)が位置する。今回、JOBのアイコンとしての役割をトレンドコーナーに託すため、日本的且つ、インパクトある空間作りを目指した。特に意識したのは“ジャパン・テキスタイルの力強い新たな可能性の表現”。日本のミニマム空間である「茶室」をイメージし、4つのトレンドテーマ それぞれに大小の部屋を構築。大胆な格子柄と墨グラフィックで来場者を出迎えた。

