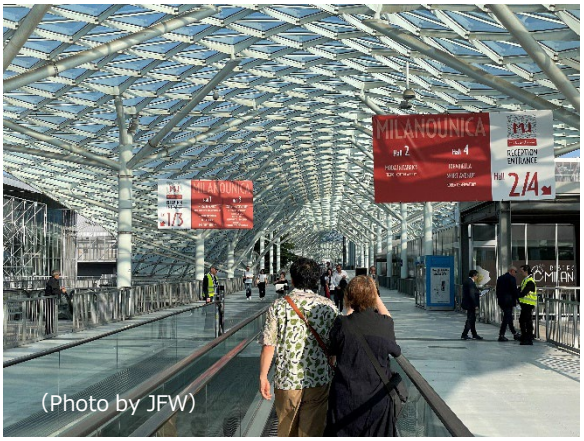
2024.08.6

«The Japan Observatory at MILANO UNICA 2025AW ファイナルレポート»

メイド・イン・イタリー、サプライチェーンの未来、創造性で世界をリードするミラノウニカ。改めてバイヤーの関心の高さが伺える非常に重要な展示会となった。

テキスタイルの世界的な見本市「第39回ミラノウニカ」が2024年7月9日（火）～7月11日（木）、イタリア・ミラノ「Fiera Milano Rho」Hall1、2、3、4の4ホールで開催された。
569社の出展者のうち、454社はイタリア（前年7月展比+18%）、115社はヨーロッパ（前年7月展比+47%）から出展し、2025-2026年秋冬向けのレディース、メンズ、キッズ向け高級テキスタイルおよびアクセサリー製品を展示しました。リサーチ分野、特別エリア、イノベーションエリアも含めると出展者総数は700社となり、前年7月展比で+18%の増加となった。

来場者は、3日間で5541社の企業が来訪しました。前年7月展比で19%の増加となりました。そのうち、3403社がイタリアからで11%増、海外からは2138社（前年比で36%増）の来場があった。
特に以下の国からの来場者数が増加しました：フランス（+65%）、スペイン（+60%）、中国（+55%）、ドイツ（+47%）、イギリス（+30%）、韓国（+20%）、日本（+16%）、アメリカ（+14%）。注目すべきはUAE（アラブ首長国連邦）から22社が初めて参加した。



(Photo by JFW)

(Photo by MU- Photogallery)

(Photo by MU- Photogallery)

(Photo by MU- Photogallery)

(Photo by MU- Photogallery)

ミラノウニカ会長（ シモーネ・カンクリーニ氏）は、「第 39 回 ミラノウニカ」を以下のように総括した。
「今回の展示会の大成功は本展の包括的で高品質な提供内容が国際的なレベルにおいてますます魅力を増していることを示している。また、2024年初頭の困難な状況にもかかわらず、メイド・イン・イタリーのテキスタイルおよびアクセサリー製品が高く評価されていることからも、出展者の信頼が高まっていることが確認できました。業界に成長が戻り、サステナビリティとイノベーションを追求するミラノウニカ展は、世界中のバイヤーにとって非常に重要な展示会となった。」

«2025-26AW のクリエイティブテーマは「MU FAMILY」»

2025-26 年秋冬コレクションに向け「MU FAMILY」をテーマとし、環境への尊重、趣向・性別・年齢層の受容を促し、時代の現代性を具現化し、伝統的な技術で製造されながらも現代性を象徴する新しい素材表現を取り上げた。
選定されたトレンド素材展示は、邸宅をイメージした空間で、リビングルーム、ダイニングルーム、庭園の中に、多文化的且つ多民族的でコスモポリタン的な要素も迎合しつつ、数限りない家族の生活や歴史を表現。来場するすべての方を魅了する感性豊かな独創的な空間であった。

（Photo by MU- Photogallery）

（Photo by MU- Photogallery）

引き続き、サステナビリティへの取り組みに力を入れたミラノウニカ。サステナビリティを定義する 5 つの柱は、「気候危機へのアクション」「化学薬品の安全性」「生物多様性保全」「循環型経済」「社会正義」のラベルを各素材に貼付し紹介した。

開催 1 か月前に MU ホームページ上で公開される「E-Milano Unica Connect」は、ログイン ID の入力が不要になり誰でも簡単にアクセスできるようになり、ビュー数が伸びている。JOB 出展者の参加も増え、利便性の高い PR ツールで企業インデックスの役割も担うため、次回以降もMUサイトへの登録者数が増えるよう JFWとしても後押ししていきたい。

（Photo by JFW）

（Photo by JFW）

The Japan Observatory（JOB）

2014年9月の開始以来、過去最大規模の41社728㎡の展開スペース。JOBに新規に出展する企業が13社となり、輸出ビジネスとMUへの期待の高さが伺える展示会となった。

日本ファッション・ウィーク推進機構（JFW）は、日本貿易振興機構（ジェトロ）と共催で、ジャパンパビリオン「The Japan Observatory」（JOB）を運営した。同ブースには 36 社（2 組合）の出展に加え、出展履歴3回以下の中小企業を対象にしたジェトロ支援の「JOB Next by JETRO」に 5 社、合計で 41 社が出展した。

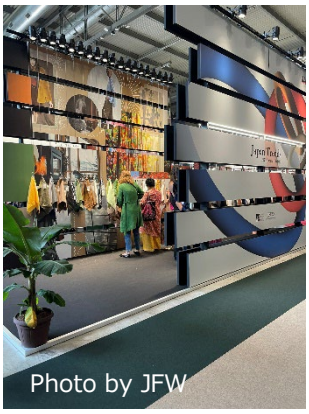
ミラノウニカが欧米バイヤーにとって非常に重要な展示会となるにつれ、JOB への出展、視察に訪れる企業が増えている。JOB主催者の積極的な呼びかけに加え、企業間連携によるブース出展も促進され、2025AW 展では 13 社が初出展となった。今後も、共催のジェトロと共に、欧米市場に関心のある企業を誘致し、バイヤーの期待に応えていきたい。

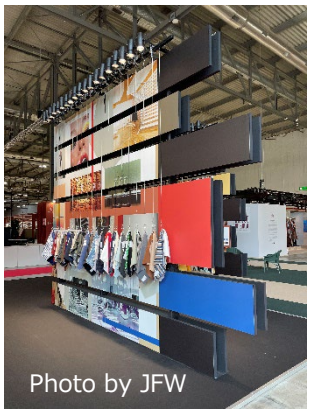
JOBエリア入り口に設けたJOBラウンジでは、前回 2025SS 展に引き続き、集客のインセティブ「JOB 流のおもてなし」企画を実施し、KOTOSHINA の京都宇治の有機緑茶の提供や、「JOB ハッピーアワー」で旭酒造の獺祭と、イタリアのスパークリングワイン「プロセッコ」を振る舞い、多くのバイヤーで賑わい、交流を深め、出展者ブースへの誘導の契機とした。その他、ジェトロのバイヤーアンケートの謝礼品として、日本の伝統文化を感じてもらえる「扇子」や旭酒造の獺祭 45 の 300ℓ小瓶、宇仁繊維の和柄小物などを提供した。

Photo by JFW

Photo by JFW

ホール入り口からすぐに目に留まる場所に配置されたJapan Trend & Indexは、出展者ブースへのゲートウエイとしてJOB出展者素材が一堂に把握できるとして、来場者からも支持される好評のコーナー。個性的で斬新な色の組み合わせとグラフィックが、ボーダー壁面に構成された開放感ある空間演出で、多くのバイヤーを引き付けた。手に取ったときの素材感を確かめ、原料の組み合わせや織り・編み・加工の工夫に関心を示していた。イタリアにはない、日本ならではのラグジュアリーで洗練された生地としての評価が高く、トレンドコーナーで素材を見てブースを訪問するバイヤーの、素材発見の場として機能している。





ジェトロでは、海外事務所（ミラノ・パリ・ロンドン・ニューヨーク）のネットワークにより、会期前に2000件を超える有力ブランドバイヤーへ来場誘致を実施し、会期中は、ジェトロのアテンダントスタッフが JOB 内で来場バイヤーのニーズを聞き出し、出展各社ブースへアテンド。引き続き、バイヤーにはテキスタイルビジネスに関するヒアリング（「基本情報」「ブランドカテゴリー」「素材リサーチ時期」「サステナブル認証の重要性」など）を実施した。

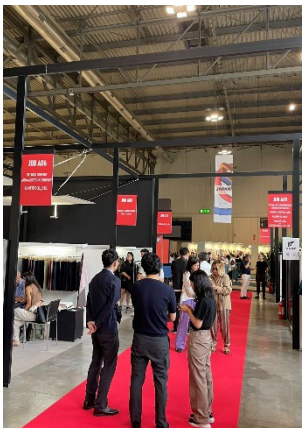
今回は出展企業数の増加と、JOB自体が好立地だったこともあり、JOB全体のサンプルピックアップ数は前回７月展の1.7倍と著しい増加がみられた。特に初日の来場バイヤー数が多く、最終的なアンケート回答バイヤー数も194件と、コロナ禍後では最多回答数となった。

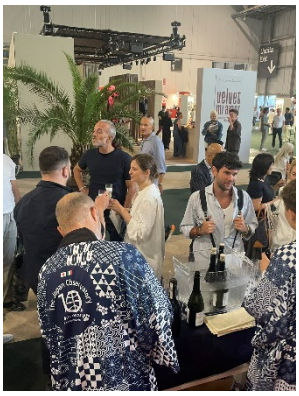
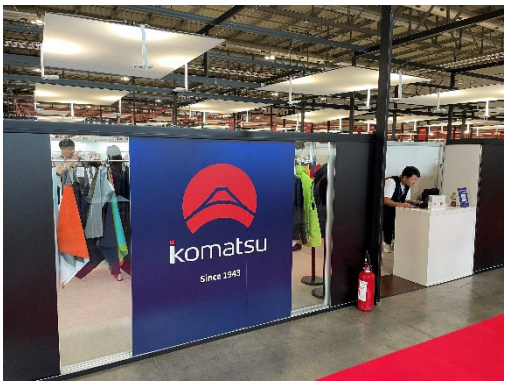
JOB全体では、依然としてイタリアバイヤーの来場が半数以上である。一方で前回７月展と比較すると、フランスをはじめとする他の欧州国やアメリカ、トルコ、アジア等からのバイヤーの来場割合が、大きくはないものの増加傾向にある。

JOB 全体で 3 日間、計 2,036 件の商談が行われた。自社の特徴を前面に打ち出した展示で積極的に営業活動を行いながらバイヤーとコミュニケーションを取っていたのが印象的だった。

JOBブースに出展した企業からは、「新たな客先との出会いの場となった」、「開拓機会が増えた」といった新規顧客開拓に繋がったという回答が多かった。商材については、「サステナブル素材が好評」、「引き続きサステナブル素材への要求が高まっている」といったサステナビリティへの取り組みを求められた一方で、「そういった素材に関心がない企業が一定数いた」との回答もあった。また今回は、「ストックサービスが好評だった」との回答が特に多く、ストックサービスへのニーズの高まりがより一層鮮明となった。

会場風景（Photo by JFW）



«JOB に来場した主な著名バイヤー»

AKRIS / Alexander McQueen / Alexander Wang / Alexandre Vauthier / BALENCIAGA / BALLY / Banana Republic / BOTTEGA VENETA / Brooks Brothers / BRUNELLO CUCINELLI / Burberry / CAMIEL FORTGENS / CAROL CHRISTIAN POELL / CECILIE BAHNSEN / CELINE / CERRUTI 1881 / Coach / CRAIG GREEN / Dior / DOLCE & GABBANA / Ermenegildo Zegna / ETRO / FIORUCCI / Giorgio Armani / GUCCI / GUESS / HERMES / Herno / HUGO BOSS / IL GUFO s.p.a. / INDITEX / JIL SANDER / JW ANDERSON / Kering / KRIZIA / LANVIN / LARDINI / M.J.BALE / Maison Martin Margiela / Margaret Howell / Martine rose / MAX MARA S.r.l / MISSONI / MONCLER / Paul Smith / PLAN C / PRADA / Ralph Lauren / REISS / SLAM JAM / SLOWEAR / STONE ISLAND / Studio Nicholson / SUNSPEL / supreme / Theory / Timberland / Tom Ford / TOMMY HILFIGER / Tory Burch / Universal Works. / VALENTINO / VERSACE / VF Corporation (NAPAPIJRI) / Y/PROJECT / YAMAMY / Zara

開催概要 ＞＞ https://www.japancreation.com/job/2025aw/outline.html

出展者情報 ＞＞https://www.japancreation.com/job/2025aw/exhibitor/list.html

MU Photo Gallery ＞＞ https://www.milanounica.it/mosaic/en/photogallery

MU Video Gallery ＞＞ https://www.milanounica.it/mosaic/en/videogallery

«The Japan Observatory at MILANO UNICA 2026SS展 開催スケジュール»

会期：2025 年 2 月 4 日（火）～2 月 6 日（木）

会場：イタリア・ミラノFieramilano Rho

主催：日本ファッション・ウィーク推進機構（JFW）、日本貿易振興機構（JETRO）

後援（予定）：経済産業省、日本繊維産業連盟

出展募集開始：2024 年 8 月中旬

問い合わせ先：一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構（JFW） テキスタイル事業事務局
Tel: 03-6805-0791 E-mail: mu@japancreation.com