

ABOUT Milano Unica

ミラノウニカについて

MILANO
SUPERPOWER

Unica.

PE 2024

About Milano Unica

ミラノウニカとは

シルク、プリントで有名な展示会「アイデア・コモ」、高級紳士・婦人服用ウール生地「アイデア・ビエラ」、婦人服地・服飾資材で知られていた「モーダ・イン」、シャツ地中心の軽衣料用生地を扱う「シャツ・アベニュー」といった4展示会を一堂に開催すべく、2005年9月に「ミラノウニカ」がスタートした。現在では、「アイデア・ビエラ」、「モーダ・イン」、「シャツ・アベニュー」に加え、日本企業を集積した「ジャパン・オブザーバトリー」や「コリア・オブザーバトリー」、OEM展「オリジン」等の特別展で構成している。本展示会は、アパレル向け生地の展示会としては、パリで開催されている「プルミエール・ヴィジョン」と双璧をなす最重要展示会として世界的に知られ、有名ブランドのバイヤーが来場する。年間2回（7月と2月）開催。



Rho fieramilano

展示会場

ミラノ西部にある総面積34万㎡を誇る大規模展示会場。

ファッション、インテリアをはじめとするさまざまな産業の国際見本市が開催されています。

Duomo近辺より地下鉄で約30分とミラノ中心部からもアクセス良好。

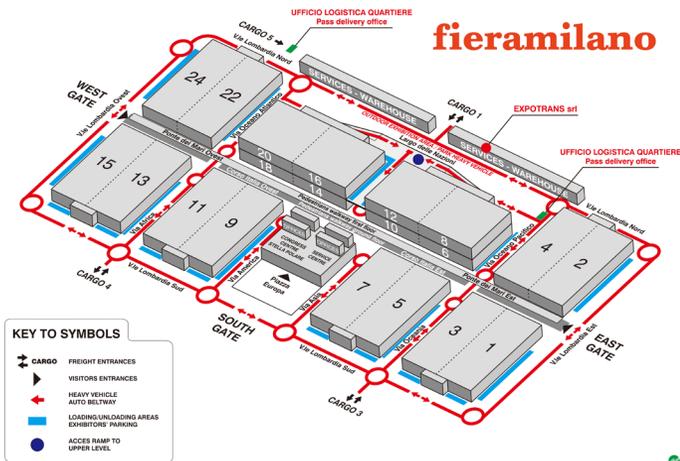


Hall Information Milano Unica

ミラノウニカの会場構成

イデアビエラ、シャツアベニュー、モダンインをはじめとする展示カテゴリーを区画配置し、縦横通路に設計された会場構成。

第37回展は、Hall.1/2/3/4を予定



Distinctive Contents of Milano Unica

ミラノウニカの特徴的コンテンツ

Padiglione
WELCOME



Tendenze Milano Unica

ミラノウニカトレンド

来場者を最初に迎える位置に展開する「ミラノウニカ・トレンドコーナー」。

毎回、ミラノウニカ・トレンドテーマのストーリーを大胆な環境演出で構築し、来場者のインスピレーションを促進させます。

当コーナーの特徴は、ミラノウニカが世界に先駆けて持続的に発信する「サステナブル」。

出展者の最新コレクションと「サステナブル」素材の全貌が把握できるバイヤー必見のエリアです。



e-MilanoUnica Connect

ミラノウニカ・デジタルコンテンツ

展示会の前から会期後のシーズンを通じて利用可能なバーチャル展示会としてのデジタルプラットフォーム。出展者の検索、企業や素材コレクションの情報収集とコミュニケーション機能により、リアル展を補完するビジネスツールの役割を担います。



Report 36th Milano Unica

第36回ミラノウニカ開催報告



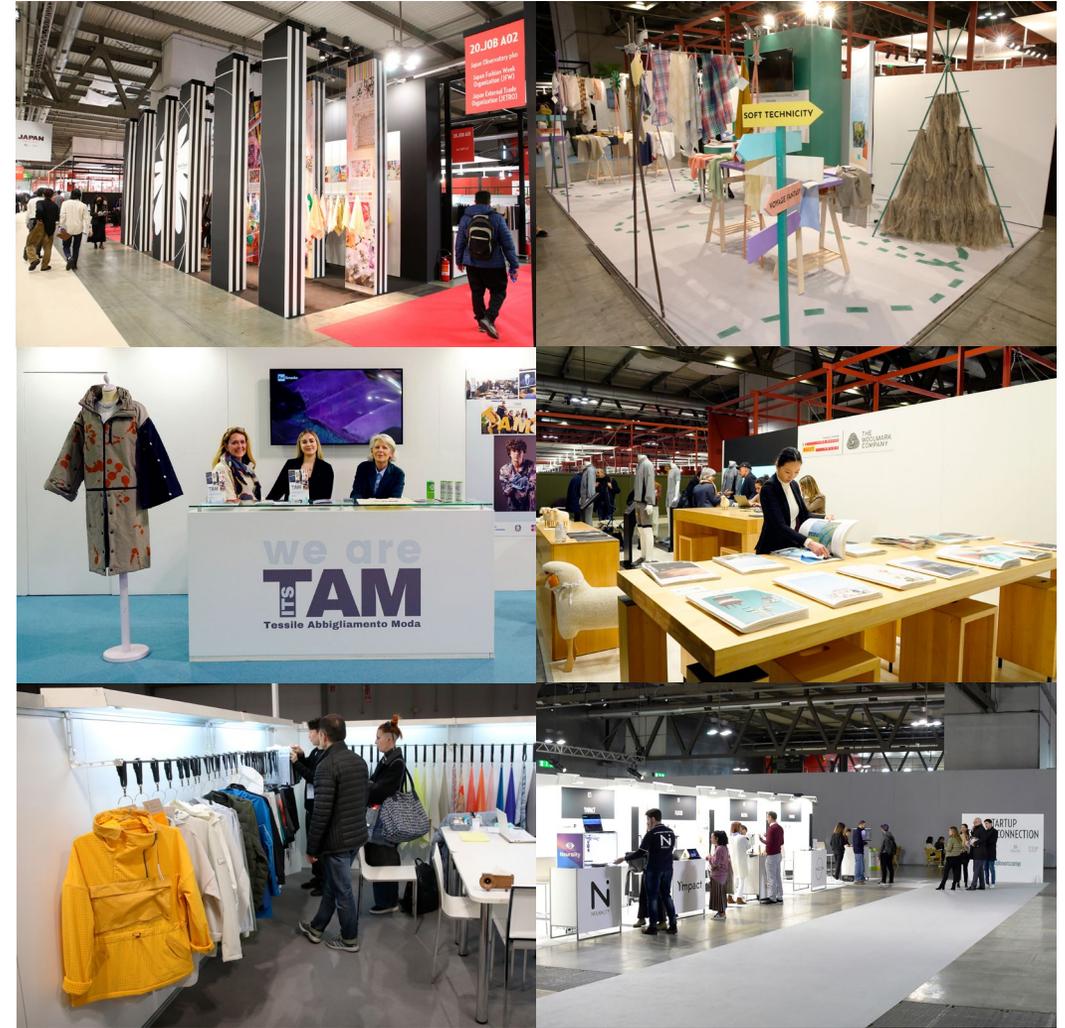
Milano Unica Exhibitors

ミラノウニカ・出展者

第36回Milano Unica（開催：2023.1.31-2.2）

出展者数は伊企業：328社 / EU圏企業：66社に加えEU圏外の企業として、JOB26社 KOB14社 及びイノベーション関連企業による参加で計475社となった。

第36回Milano Unica（MU）は今回は特に海外からの来場者を含めバイヤー数に大幅な増加がみられた。



International Buyers

ミラノウニカ・来場者

第36回Milano Unica

前年比47.5%増となる**5,304社**の来場（内伊企業：**3,804社**（+33%）/海外企業：**1,500社**（+105%））を記録した。公式記録によると特に以下の国からの多くの来場者が訪れており、回復傾向が証明された。

特に来場者増が顕著であった国：韓国/ 日本（+423%）/ USA（+143%）/ イギリス（+77%）/ ドイツ（+67%）/ フランス（+32%）（*伊企業による来場社数も大幅に増加）

MU主催者はPremiere Visionへの影響を考慮し、特にアメリカからのバイヤーを招聘する等の促進策により、非EU圏のバイヤーが多く来場。

過去にロシア、アフリカ、中国、韓国、日本及び他の欧州内の数か国からの招聘活動も行いました。



MU出展者・来場者数推移

- ※① 2020.2 MU実施。
- ※② 2020.9 コロナ禍7月を9月に延期、2日間開催。(JOB実施なし)
- ※③ 2021.2 リアル展なし、デジタル展のみ。2日間開催。
- ※④ 2021.7 MU実施。(JOB実施なし)

