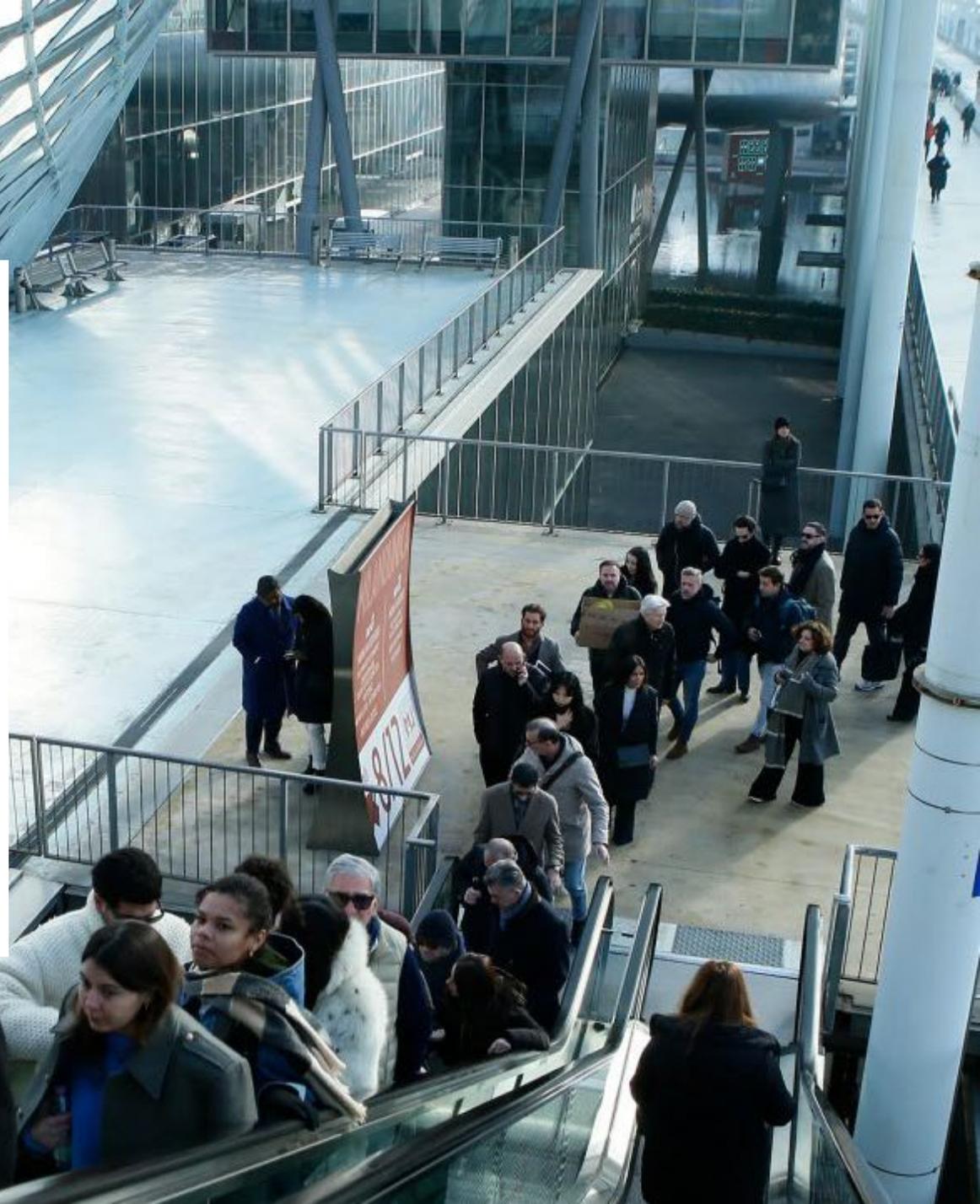
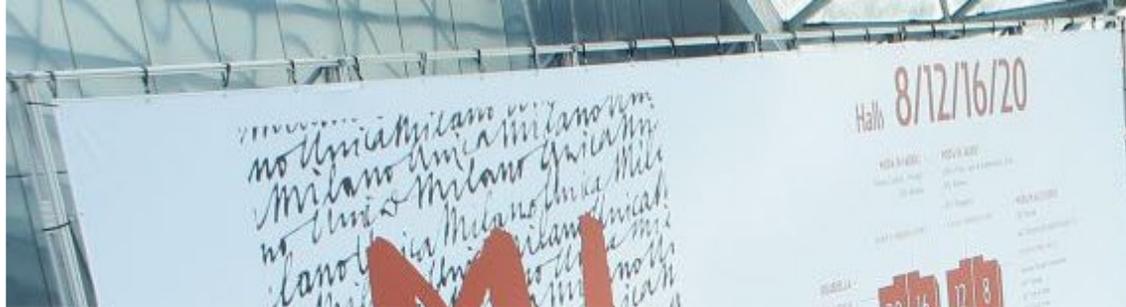


ABOUT Milano Unica

ミラノウニカについて



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。



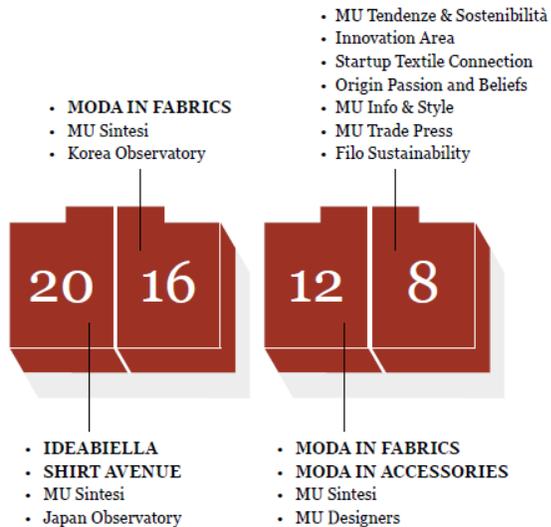
FIERA MILANO



Hall Information Milano Unica

ミラノウニカの会場構成

アイデアビエラ、シャツアベニュー、モーダー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。





Distinctive Contents of Milano Unica

ミラノウニカの特徴的コンテンツ



Tendenze Milano Unica

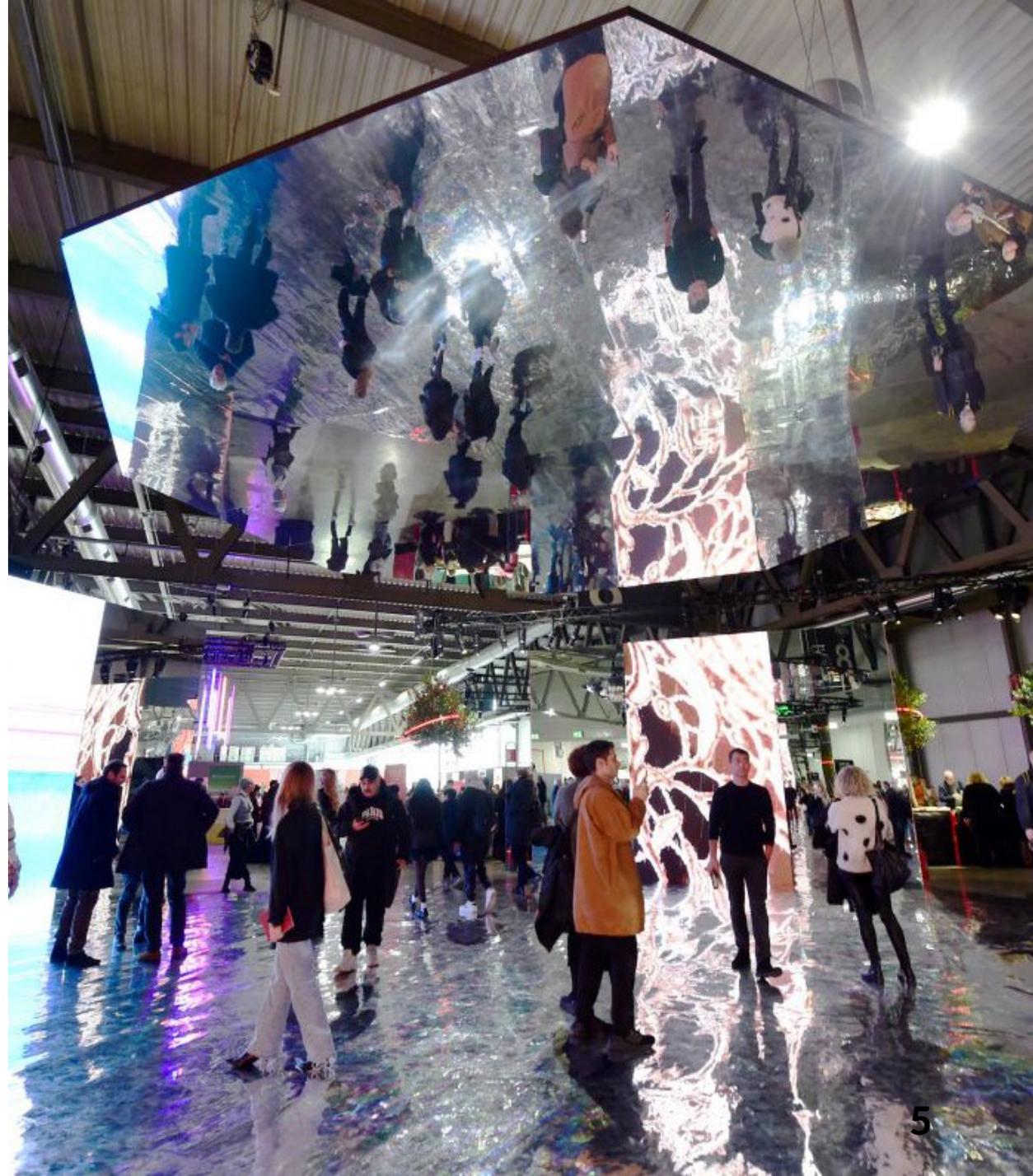
ミラノウニカトレンド

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。



A652 COL.19/52

Report 38th Milano Unica

第38回ミラノウニカ開催報告

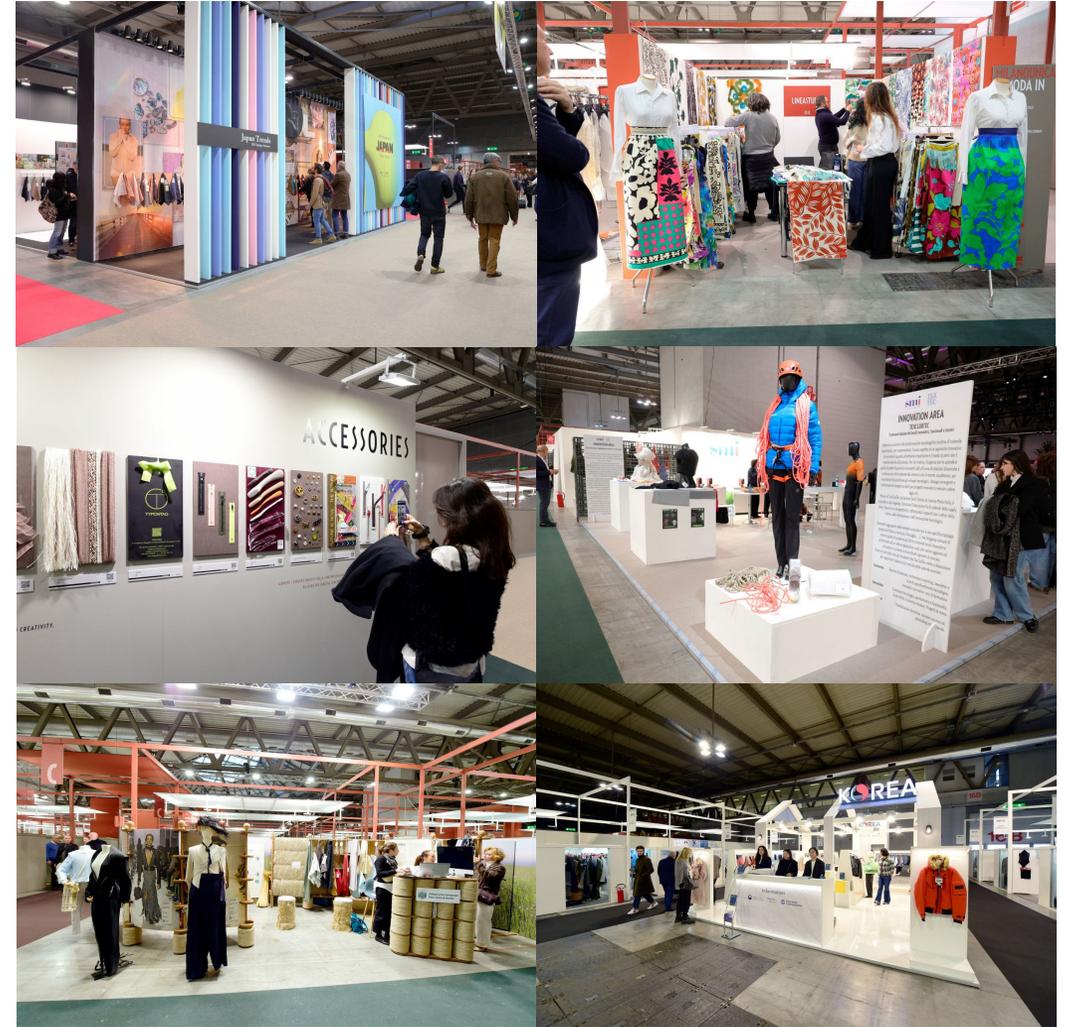


Milano Unica Exhibitors

ミラノウニカ・出展者

第38回Milano Unica（開催：2024.1.30-2.1）

出展者数は 101社の特別エリアを含めると総計609社の参加となった。（内、JOB37社 KOB26社 が参加）



International Buyers

ミラノウニカ・来場者

第38回Milano Unica

第38回Milano Unica 展には 1,903社 (+26%) の海外企業がミラノウニカを訪れ、全体では5,886社 (+11%) が来場した。(* 2023年2月:5,304社) この内イタリア企業は3,983社 (+4%) を記録した。特に中国が著しい増加を記録し、それに続いて日本 (+57%) と韓国 (+15%) が続きました。ヨーロッパではフランスが75%、ポーランドが+30%、イギリスが+26%、ドイツが+15%を記録しました。北アメリカからの参加も好調でカナダは48%増え、アメリカは合計151社の参加企業で安定した結果となりました。」



MU出展者・来場者数推移

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

