

# 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。

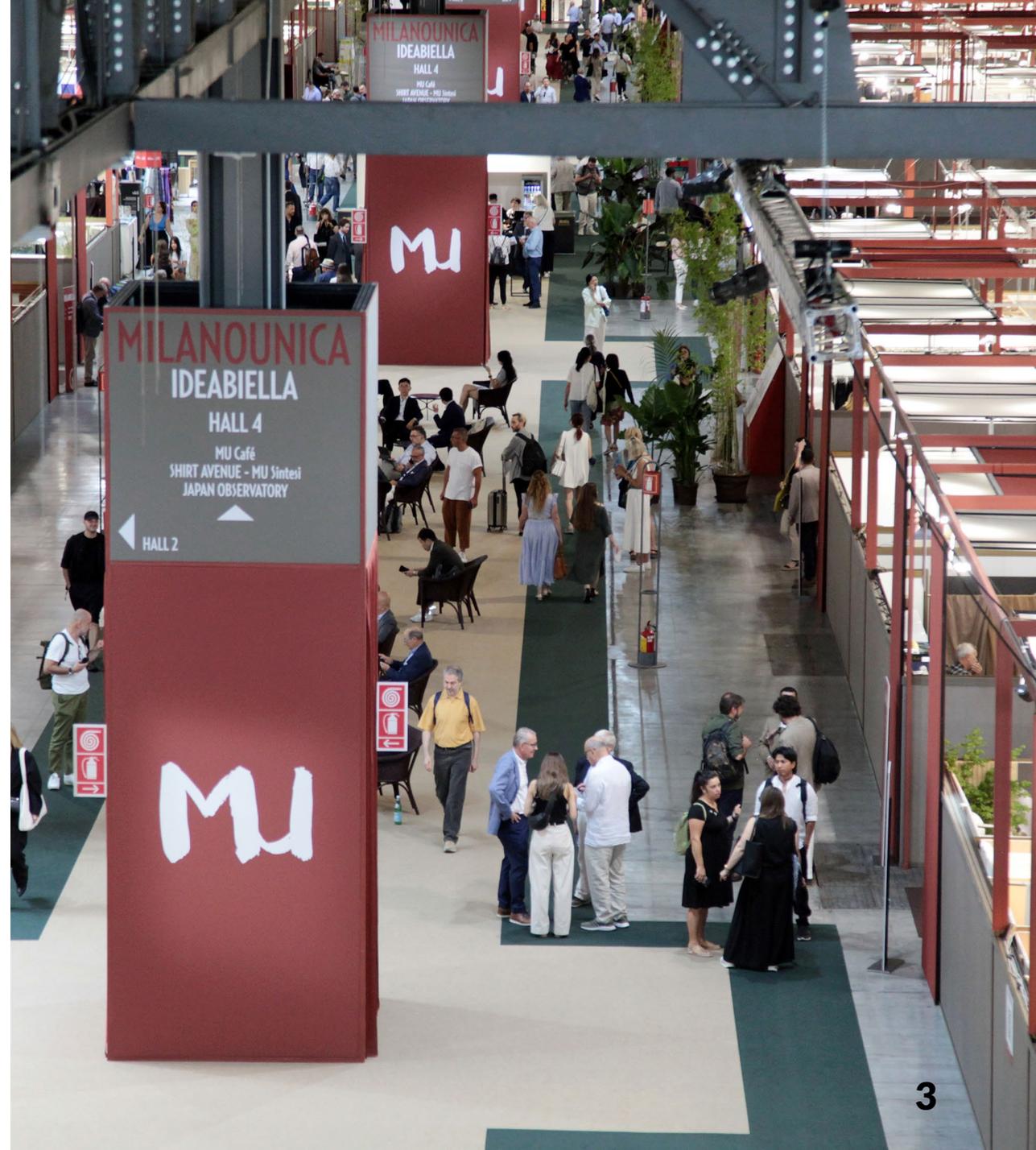
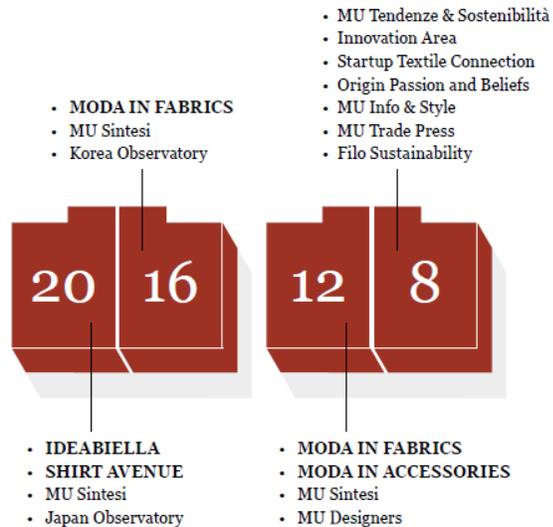
Duomo近辺より地下鉄で約30分とミラノ中心部からもアクセス良好。



# 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

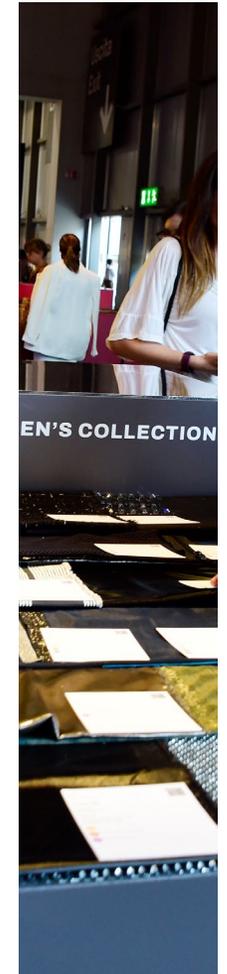
ミラノウニカトレンド

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」。

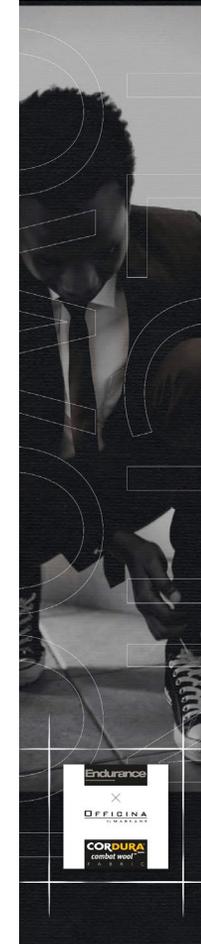
出展者の最新コレクションと「サステナブル」素材の全貌が把握できるバイヤー必見のエリアです。



# e-MilanoUnica Connect

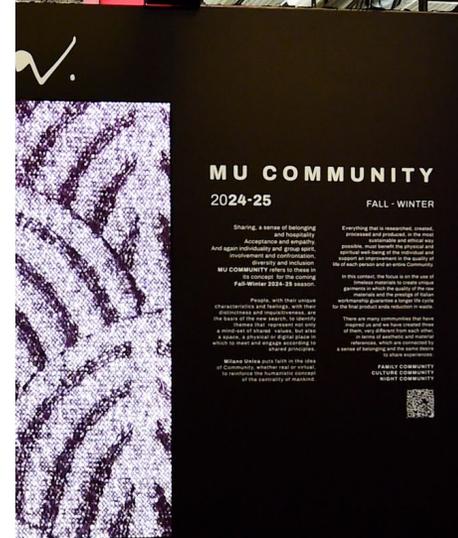
ミラノウニカ・デジタルコンテンツ

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。



# Report 37<sup>th</sup> Milano Unica

第37回ミラノウニカ開催報告



**MU COMMUNITY**  
2024-25  
FALL - WINTER

Sharing a sense of belonging  
and hospitality.  
Acceptance and diversity.  
And again individuality and group work.  
Involvement and cooperation.  
Identity and inclusion.  
MU COMMUNITY that is these in  
its concept for the coming  
Fall-Winter 2024-25 season.

People, with their unique  
characteristics and feelings, with their  
experiences and insights, are  
the heart of the new season. To identify  
a sense of shared values, but also  
a sense of diversity and inclusion  
to meet and engage according to  
shared principles.

Milano Unica puts faith in the idea  
of Community, which has not ceased  
to reaffirm the fundamental concept  
of the security of housing.

Everything that is meaningful, shared,  
processed and produced, in the most  
transparent and efficient way  
possible, must benefit the personal and  
social well-being of the cultural and  
creative communities. The quality of  
life of each person and an entire Community.

In Milan, we have used the use of  
technology to create a sense of  
community and the strength of  
collaboration and the power of  
innovation with the Milanese people.

There are many communities that have  
developed and will continue to develop  
of their own accord from both sides  
in terms of diversity and inclusion  
principles, which are committed to  
shared principles.

**FAMILY COMMUNITY**  
**CULTURE COMMUNITY**  
**WELL COMMUNITY**



# Milano Unica Exhibitors

ミラノウニカ・出展者

第37回Milano Unica（開催：2023.7.11-7.13）

出展者数は 伊企業：403社 /EU圏 企業：78社 に加え EU圏外の企業として、JOB30社 KOB24社 及びイノベーション関連企業による参加で 計 562社 となった。



# International Buyers

ミラノウニカ・来場者

第37回Milano Unica

第37回Milano Unica 展には計 4,701社の企業が訪れ、前年2022年7月 展に比べ16%の増加を記録した。

特に来場が多かった国：USA (165社/+ 2%)、イギリス (122社/+ 28%)、フランス (117社/+52%)、日本 (100社/+94%)、スイス (110社/+16%)、ドイツ (93社)、スペイン (87社/+34%)、韓国 (65社/+100%)、オランダ (48社/+33%)、中国 (97社)、香港 (24社) \* (トップ20/国・地域別)：伊以外の欧州から60%以上、USAから15%、オーストラリア含む極東地域から22%



# 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)

## MU出展者数・来場者数推移

