

令和元年9月27日

ミラノで開催される国際バック・雑貨見本市(MIPEL) JAPAN ブースへの出展事業者募集について

一般社団法人日本皮革産業連合会

日本の革製品の品質の高さやデザイン力を広く海外へPRするために、令和2年2月16日(日)～19日(水)イタリアのミラノで開催される国際バック・雑貨見本市(MIPEL THE BAG SHOW)において、一般社団法人日本皮革産業連合会が前回9月展に引き続きJAPANブースを設置することになりました。18回目の出展となります。

このJAPANブースへの出展を希望する事業者は、**10月25日(金)(必着-メールまたは郵送)**までに別添の「MIPEL・JAPANブース出展応募用紙」に記載、出展ブランドのルックブックをご準備の上、一般社団法人日本皮革産業連合会までご応募下さい。出来るだけメールでご応募ください。募集要項は別添の通りです。

一般社団法人日本皮革産業連合会 会員団体傘下事業者以外も応募いただけます。

本年2月展のジャパンプースの様子は、プレスリリース

(https://www.jlia.or.jp/index.php?pg=news_release.detail&get=1646) をご覧下さい。

尚、出展事業者は、選定委員会及び展示会主催者にて、コンセプトへの合致度、全体のバランス等を勘案した審査を経て、選定されます。審査結果は、11月下旬頃にご連絡いたします。

【MIPELの概要】(添付「一般社団法人日本皮革産業連合会の出展する展示会(製品関係)一覧」参照)

ミラノ/イタリアで毎年春(2月)と秋(9月)の年2回開催される世界最大規模のバッグ・雑貨の国際見本市。イタリアだけでなく、世界中からバイヤーが多数来場することで有名。

■ MIPEL ホームページ

<http://www.mipel.com/>

■ 出展者数

2018年9月展 316(イタリア国内209、イタリア国外107)

■ 来場者数

2018年9月展 13,387(イタリア国内9,196、イタリア国外4,191)

【問合せ・申込書提出先】

JLIA 国際展示会事務局 (平日 10:00～17:00)

担当: 妹尾(せのお)、撫養(むや)、松井

〒105-8639 東京都港区虎ノ門 1-10-5 KDX虎ノ門一丁目ビル 9F

株式会社 ADK クリエイティブ・ワン内

TEL: 03-6361-1584 FAX: 03-5539-3856

E-mail: mipel117@japan-leather.jp

MIPEL・JAPAN ブース出展募集要項

1. **展示会名** : MIPEL THE BAG SHOW
2. **開催日時** : 令和2年2月16日(日)～19日(水) 9:30～19:00
3. **会場** : フィエラ・ミラノ展示会場 (イタリア・ミラノ近郊のローにあります)
4. **出展品目** : 革製のバック、鞆、雑貨 (小物、ベルト、手袋等)、衣料など (靴を除きます。靴は経済産業省主催のMICAMブースへご応募下さい。) 並びに以下①②のいずれかを満たすものとする(革製品とは表面積の6割以上に革を使用した製品を言う。)
 - ①日本製の革製品
 - ②日本製の革を使用した革製品 (製品の原産国を問わない)
5. **補助費目** : 出展料、基本装飾費用、パンフレットへの企業名掲載費用、共通通訳費用及び本件に関わる様々なアレンジに要する費用
※会合出席費用、専属通訳雇費用、渡航費・滞在費、展示品の輸送費・保険費用等の個別にかかる費用及び前項に定める以外の経費については、全額、出展事業者にご負担頂きます。MIPELパンフレット等主催者への提出物や広報資料は英語でご提出いただきます。翻訳が必要な場合には、翻訳料をご負担いただきます。
6. **出展企業数** : 日本の6事業者程度
7. **コンセプト** : 日本製の革製品並びにその素材である日本で鞣された革の品質の高さ、デザイン力の高さをアピールし、海外展開を促進していくための一助とする。
8. **審査基準・選考方法** : 募集要項に沿って別紙の応募用紙の提出を受けた後、外部有識者で構成する選考委員会における審査を経て6事業者程度の出展事業者を選定します。審査は、提出書類(出展ブランドのルックブックを含む)を以下1)～5)の審査基準に基づき、行います。
 - 1) 日本国内で皮革産業を営む企業であり、「4.出展品目」の条件と「7.コンセプト」を満たしているか。
 - 2) MIPELバイヤー (イタリア・ヨーロッパなど) からの受注に繋がる可能性がある商品か。
※日本の皮革製品 (日本で鞣された革を使用した革製品を含む) であり、特色があること。
 - 3) 主な出展製品 (出展品の50%以上) の企業割合 (目安)
 - ・バッグ・かばん 3社以上
 - ・バッグ・かばん以外の小物・ベルト・手袋・衣料など 3社以内
 - 4) 原則として、直近の会計年度の売上高500万円以上の企業を選定する(複数の事業がある場合は革等製品関係の年間売上高が500万円以上とする。)
 - 5) 展示会までに英語のホームページまたはSNSを開設する企業を選定する。
 - 6) 展示会までに海外との商談、アフターフォローが出来る体制 (英語、貿易、メール対応等) を整える企業を選定する。
 - 7) 多数回出展した企業の取り扱い
過去6回以上ジャパンプースに出展した企業については、その後一年間、選考において他の企業がより優先されることとする。
9. **その他留意事項**
 - 1) 海外展開に経営方針として取り組んでいくことを前提とする出展をお願いします。海外展開には時間がかかるので、出来るだけ最低3年間は、同じ担当者で、継続出展をお勧めします。
 - 2) 今回、ジャパンプースとしてのパンフレットは作成しませんので、できるだけ各社で英語のポストカード又はパンフレットを作成し、現地での配布をお願いします。
 - 3) ジャパンプースの運営に支障をきたすと一般社団法人日本皮革産業連合会が判断した場合、その他本連合会が適当でないと認めた場合には、出展を認めないことがあります。

- 4) 2月15日(土)の搬入から、会期中2月16日(日)～19日(水)、2月19日(水)の展示会終了後の搬出まで、必ず1事業者1名以上のアテンドをお願いします。会期中は展示会の効果を高めるために、出来るだけ英語(及びイタリア語)が話せる方がブースについてください。
- 5) 展示会後海外バイヤー等と英語やイタリア語で連絡ができる体制を整えてください。
- 6) 展示会までに英語のホームページまたはSNSを設けてください。
- 7) 展示会場での展示品の販売はご遠慮下さい。
- 8) 応募用紙及び添付いただく出展ブランドのルックブック等は返還いたしません。
- 9) 出展されました際には、事務局が実施する各種調査(回答内容は連合会の会議等で報告させていただきます。)にご協力いただくと共に会議等で受注内容等の報告をしていただきます。
- 10) 応募用紙に記載いただいた内容、情報は、選定委員会および展示会主催者における選定参考資料としてのみ用いることとし、その他には提供しません。
- 11) 本事業は、一般社団法人日本皮革産業連合会の事業として外部委託(株式会社ADKマーケティング・ソリューションズ)にて行います。詳細な打ち合わせ等については、出展事業者が決定した後、委託先と行っていくこととなります。
- 12) 受注を目的とした出展をお願いします。

MIPEL・JAPAN ブース出展応募用紙（必ず全項目にご記入ください。）

一般社団法人日本皮革産業連合会宛

私は、日本ブースへの出展コンセプト、その他の留意事項を含む募集要項記載事項を了解の上、令和2年3月開催の MIPEL・JAPAN ブースへの出展に応募します。

1) 出展者概要 ※出展が決まった場合に広報資料等に掲載する連絡先をご記入下さい。

○企業名：（日本語）_____

（英 語）_____

○所在地：（日本語）_____

（英 語）_____

○法人税番号（TAX ID）_____

（会社の会計士や確定申告書類をご確認の上、必ずご記入ください。主催者へ提出する必要があります。）

○電話：_____ ○FAX：_____

（日中担当者で連絡が付き電話番号が異なる場合はこちらも記入。 電話：_____）

○代表者名：（日本語）_____ ○担当者名(日本語)_____

印

（英 語）_____ （英 語）_____

○担当者 e-mail：_____

（展示会準備連絡用アドレスが異なる場合はこちらも記入。 e-mail: _____）

○直近の会計年度の企業の売上高（複数事業がある場合は革等製品関係）：_____ 万円

（原則 500 万円以上が条件となります。）

○企業（ブランド）英語 URL：_____

英語Facebook：_____

英語Instagram：_____

※MIPEL 展までに英語のホームページまたは英語の SNS の作成が必要となりますので、ご了承ください。

※まだ英語のホームページまたは英語の SNS をお持ちでない企業様のみ以下に公開日をご記入ください。

（英語ホームページ公開予定日： 年 月 日）

（英語 SNS 公開予定日： 年 月 日）

- 2) 業種等：メーカー 卸 小売 その他（ ）
組合等の業界団体に加入している（具体名(例：日本ハンドバッグ協会)：_____）
組合等の業界団体に加入していない

（注：一般社団法人日本皮革産業連合会 会員団体傘下事業者以外も応募いただけます。）

3) 出展品目とその割合

(性別) 紳士 _____% 婦人 _____%
(商品) ■バッグ _____% ■カバン _____% ■小物 _____% ■ベルト _____%
■手袋 _____% ■衣料 _____% ■その他（ ） _____%

4) 出展ブランド名

① _____ ② _____ ③ _____

※ 複数ブランドの出展も認めるが、スペースの都合上3ブランドまで。出展ブランドの詳細を次ページに記入のこと。

5) MIPEL・JAPAN ブース応募理由

6) 今後の海外展開の方針（経営上の重要度、重点を置く国や市場など、可能な範囲でお書き下さい。）

7) 本出展を通じての目標（継続出展の場合、過去の成果及び今回の目標を記入して下さい。）

8) 「上記7)」のうち、受注目標金額

9) 海外見本市出展経験

有 出展見本市・展示会名 _____

出展時期 _____ 出展回数 _____ 回

無

10) 海外取引先の有無（海外販売先についてご記入ください。）

有 国名 _____ 件数 _____ 件

無

11) 事業者のアピール ※ 自社ビジネス展開の特徴などアピールしたい点を記入して下さい。

--

12) 出展希望ブランド概要

下記ブランド概要を記入に加えて、出展ブランドのルックブックのご提出をお願いいたします。また、これに加えてラインシート（オーダーシート）をご提出頂くこともできます。

・出展ブランドのルックブック（商品カタログ/ない場合には製品写真（5～10点）。ブランドのコンセプトが表現されている資料が好ましいです。）。商品カタログを提出される場合は、原本5冊をご郵送願います（そのまま審査資料とするため。）。商品カタログは 1 ブランドについて、1 種類のみとします。写真等の（商品カタログ以外）資料は、メールでの提出可です。

・出展ブランドのラインシート（オーダーシート）とは、商品画像、品番、商品カテゴリ（バッグ、小物等）、素材、生産地、色、サイズ、卸売価格が分かる表です。価格にはトレードターム：FOB Japan、DDP Italy 等もご記入ください。

ブランド名	
発売年	
コンセプト (ファッション的狙い、 商品特徴、対象客層等)	
海外市場に対するアピール点 (どんな優位性を持っていると 考えるか等)	

展開型数 (シーズン)	
製品の原産国	
使用皮革の産地 (最終仕上げをした国)	
1 点あたりの輸出予定価格 (FOB)(ユーロ又は米ドル建) できるだけ、出展品目毎に分 かりやすく御記入下さい。	
年間売上高	
販売チャンネル	専売店 % 百貨店 % アパレル % その他 %
主要取引先名 (販売店舗名でも可)	

※出展希望ブランドが複数の場合は、出展ブランド毎に上記と同じ書式でご記入下さい。

13) 展示会までに海外との商談、アフターフォローができる体制 (英語、貿易、メール対応等) を

整えます。

14) 部分使いを含むワシントン条約関係商品・オーストリッチ関係商品を

出展する 出展しない

15) 展示品の輸送業者の紹介を

希望する 希望しない

(部分使いを含むワシントン条約関係商品を出展される場合は、出展が決定する前に輸出手続きを始めなければいけない可能性がありますので、予めご了承下さい。)

★提出書類等チェックリスト (確認のためチェックをしてお使い下さい。)

MIPEL・JAPAN ブース出展応募用紙 (本用紙)

出展ブランドのルックブック (商品カタログ 5 冊/ない場合には製品写真 (5~10 点))
(商品カタログ (1 ブランドについて、1 種類のみ) を提出する場合は、原本 5 冊を郵送。)

提出する場合には、出展ブランドのラインシート (オーダーシート) (商品画像、品番、商品カテゴリ (バッグ、小物等)、素材、生産地、色、サイズ、卸売価格が分かる表。価格にはトレードターム: FOB Japan、DDP Italy 等もご記入ください。)

一般社団法人日本皮革産業連合会の出展する展示会(製品関係)一覧

	COTETRIE(ニューヨーク)	MIPEL(ミラノ)	PROJECT(ラスベガス)	APLF製品展(香港)
出展者数、来場者数	来場者数 約 17,400人 出展者数 約 1,300社	来場者数 約 13,000人(18年9月展) 出展者数 約 460社(18年9月展)	来場者数 23,237人(18年8月展,Mandalay Bay会場) 出展者数 291ブランド(18年8月展)	来場者数 約 7,500人(18年3月展) 出展者数 227社(18年3月展)
主な来場者の国	殆どアメリカ(東海岸中心)	欧州中心に国際的(半分がイタリア)	アメリカ(西海岸等)中心、アジア	中国、香港等アジア中心に国際的
主な来場者の業種	小売店(専門店、セレクトショップ、ブティック、ネットショップ等)	小売店(専門店、セレクトショップ、ブティック、ネットショップ等)、メーカー	小売店(専門店、セレクトショップ、ブティック、ネットショップ等)	小売店(専門店、セレクトショップ、ブティック、ネットショップ等)、 商社、メーカー、卸売(展示会全体はOEM目的が多い(注:OEMは低価格、大量注文が多い為、日本ブースはOEM以外の受注が多い。))
展示会の主な出展商品、シーズン	レディスアパレル(コンテンポラリー)(春夏)	バッグ、小物(9月展は春夏、2月展は秋冬)	メンズアパレル(コンテンポラリー)(秋冬)	革製品
皮産連ブースに出展できる商品と性別	革製品全般 婦人	靴を除く革製品全般 婦人・紳士(レディスのファッションウィークに近いレディスの方が反応が良い。)	革製品全般 紳士(紳士アパレルの展示会。併せてレディスの出展もある。)	革製品全般 婦人・紳士
展示会の特徴とバイヤーの傾向	・全米最大のファッション展示会。出展企業/ブランドの審査を厳しく行っている。展示品はスクリーニングに合格したグレードの高いものばかり。 ・カナダやヨーロッパのバイヤーの参加も多い。近年、アジア圏からのバイヤーの来場が増えている。 ・圧倒的にアメリカ商圏(アメリカ、カナダ)のリテラー関係者の来場が多く、ハイエンドゾーンからコンテンポラリーゾーンまで幅広いリテラー関係者の来場がある。 ・日本を含むアジア圏のリテラー関係者の来場も近年増えている。全来場者に占める割合は大きくないが、日本を含むアジアの高感度セレクトショップや百貨店のバイヤー来場もある。	・主催者は少しでも展示会の前倒し(早い買い付け時期)での開催によって、既存の出展者に加え新規の出展者を収集し、新たな価値を作り始めている。 ・バイヤーニーズは、安価でクイックデリバリーを求める傾向。ヨーロッパ(イタリア、ドイツ等のファッション国中心)、アジアのバイヤー中心。ヨーロッパバイヤーは、靴・靴に特化したバイヤーが多数。 ・百貨店服飾雑貨の靴バイヤーや靴専門店のバイヤーが多く、ファッション系のバイヤーは少数。 ・アジア圏バイヤーは、Made in Italyに憧れを持つ中間層の一般的な小売りバイヤーが目立つ。 ・テレビショッピングやインターネットショップ、SHOWROOMバイヤー、大型チェーン展開ショップなど、専門店ではないバイヤーも来場。 ・Eコマース関連のバイヤーが増加。	・メンズ中心のラスベガスの展示会。カジュアルが中心の構成であり、バイヤーは安価な製品を求める傾向。 ・来場者層が幅広いため、ビジネスの可能性は高い。 ・8月、2月での展示会ウィークを続けているラスベガス。基本的に2月の展示会はメンズ中心。 ・これまで、8月は11月納期、2月は6月納期とクイックデリバリーを中心としたメンズ、レディースのカジュアルな展示会。 ・アメリカ大陸、各都市のバイヤーがまんべんなく来場。アジア、南米系のバイヤーも多数来場している。 ・専門店バイヤーが中心。モード専門店等の来場は少ない傾向。ファッション、雑貨の様々なバイヤーが来場。(デニム売り場、百貨店の安価なアイテムを買付するバイヤー等) ・メンズバイヤーの層は、かなり幅広く、絶対数も多いため、ビジネスマッチングの可能性が高い。	・mipel、COTERIE、PROJECTなどのグローバルファッションマーケットとは特性が異なる展示会。 ・アジアのファッション展示会は日本、韓国を除きシーズンが不明瞭で、立ち位置が確立されていない。特に、例年3月～5月にかけてはアジアでの展示会が乱立。また、目的が不明確な商社や業界関係者が多く来場。 ・BtoBビジネスが進んでいない国では直接の買い付けより、代理商を挟んでのビジネスが盛ん(SHOWROOMビジネスとは少し異なる)。 ・香港、中国本土を中心としたアジア圏のバイヤー中心。 ・小売店バイヤーのみならず、商社、OEM契約のデザイナーなど、来場者の業種が多岐にわたる。>>商社28%、メーカー17%、専門店14%、デザイナー12%他 ・製品展に関して、バイヤーより価格が高いとの指摘が多数あり。
皮産連ブースの出展者数	6社	6社	6社	10社
受注に繋がりやすい商品	他に無い商品で、COTERIE展とアメリカ東海岸市場に合うレディース	他に無い商品で、MIPEL展とイタリア等欧州市場に合うもの	他に無い商品で、PROJECT Las Vegas展とアメリカ西海岸市場に合うメンズ	他に無い商品で、APLF製品展と香港、中国等アジア市場に合うもの
受注に繋がりやすい価格帯(注)	靴 DDP US\$100以内(COTERIEの場合、主催者の方針はUS\$100以上等の高めの靴、受注に繋がりやすいのはUS\$100以内。) バッグ・靴 DDP US\$100～200代 (4展示会中価格帯が一番高め)	バッグ・靴 DDP EU€100～200代 (4展示会中価格帯が2番目に高め)	靴 DDP US\$100以内 バッグ・靴 DDP US\$100～200代 (4展示会中価格帯が3番目の傾向)	靴 FOB JAPAN US\$100以内 バッグ・靴 FOB JAPAN US\$100～200代 (4展示会中価格帯が一番高め)
受注に繋がりやすい色	パステルよりも原色の方が反応が強い傾向にある。モノトーン(白・黒等)も反応が良い傾向がある。	パステルよりも原色の方が反応が強い傾向にある。	パステルよりも原色の方が反応が強い傾向にある。	パステルよりも原色の方が反応が強い傾向にある。
受注に繋がりやすいミニマムオーダー、納期	・1商品1点(又は数点)からで合計DDPUS\$500程度が注文に繋がりがり易い。 ・納期:1回目12月、2回目1月	・1商品1点(又は数点)からで合計DDP EU€500程度が注文に繋がりがり易い。 ・9月展納期:1回目12月、2回目1月。 ・2月展納期:1回目6月、2回目7月	・1商品1点(又は数点)からで合計DDPUS\$500程度が注文に繋がりがり易い。 ・納期:1回目6月、2回目7月	・1商品1点(又は数点)からで合計FOB JAPAN US\$500程度が注文に繋がりがり易い。 ・秋冬納期:1回目6月、2回目7月
開催時期、出展者募集時期(直近)	2019年9月15日(日)～17日(火) 募集2019年3月18日～4月10日	(9月展)2019年9月15～18日、募集2019年3月18日～4月10日 (2月展)2020年2月16日～19日、募集9月から10月頃	2020年2月上旬から中旬の3日間 募集6月から7月頃	2020年3月31日(火)～4月2日(木) 募集7月から8月頃
参加のし易さ・受注の取り易さ・難し	選定・受注共に4展示会中1番高いファッション性が求められる。			アジア向けが一番参加し易い。
主な出展ブランド			LEVIS、Polo、Ralph Lauren、Lacoste、Timberland	
主催者HPと皮産連ブースの様子	www.ubmfashion.com/shows/coterie/ www.jlia.or.jp/index.php?pg=news_release.detail&get=1606	www.mipel.com/ www.jlia.or.jp/index.php?pg=news_release.detail&get=1603	www.ubmfashion.com/shows/project www.jlia.or.jp/index.php?pg=news_release.detail&get=1549	www.fashionaccess.aplf.com/ www.jlia.or.jp/index.php?pg=news_release.detail&get=1559
その他	クレジットカード対応が必要。		靴は大きいサイズの準備が必要(少なくとも10)	

注1:DDP価格はFOB JAPAN×約1.3～1.35倍が目安(但し、日本の革靴のアメリカでの関税率は50%ですので、別途計算して下さい。関税については、<https://dataweb.usitc.gov/tariff/database/details/64051000>及び<https://dataweb.usitc.gov/tariff/database/details/99034110>参照。)
注2:受注後、早く、できれば会期中に、バイヤーへオーダー確認と支払い条件をメールし、頭金の決済を行ってください。会期後では予算一杯になったとの理由でキャンセルになることが多いです。
注3:自社に合う展示会を相談したい場合は、問合せ先までご連絡ください。