

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・ユニカ」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。

ミラノ・コルティナ2026冬季オリンピックの影響を避けるため、2026年2月展は前倒しとなり、1月20日からの開催となります。



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。

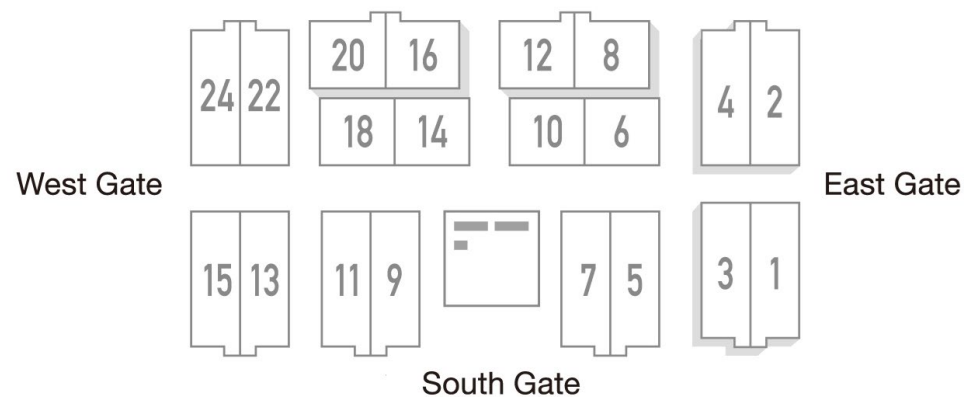


Hall Information Milano Unica

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」。

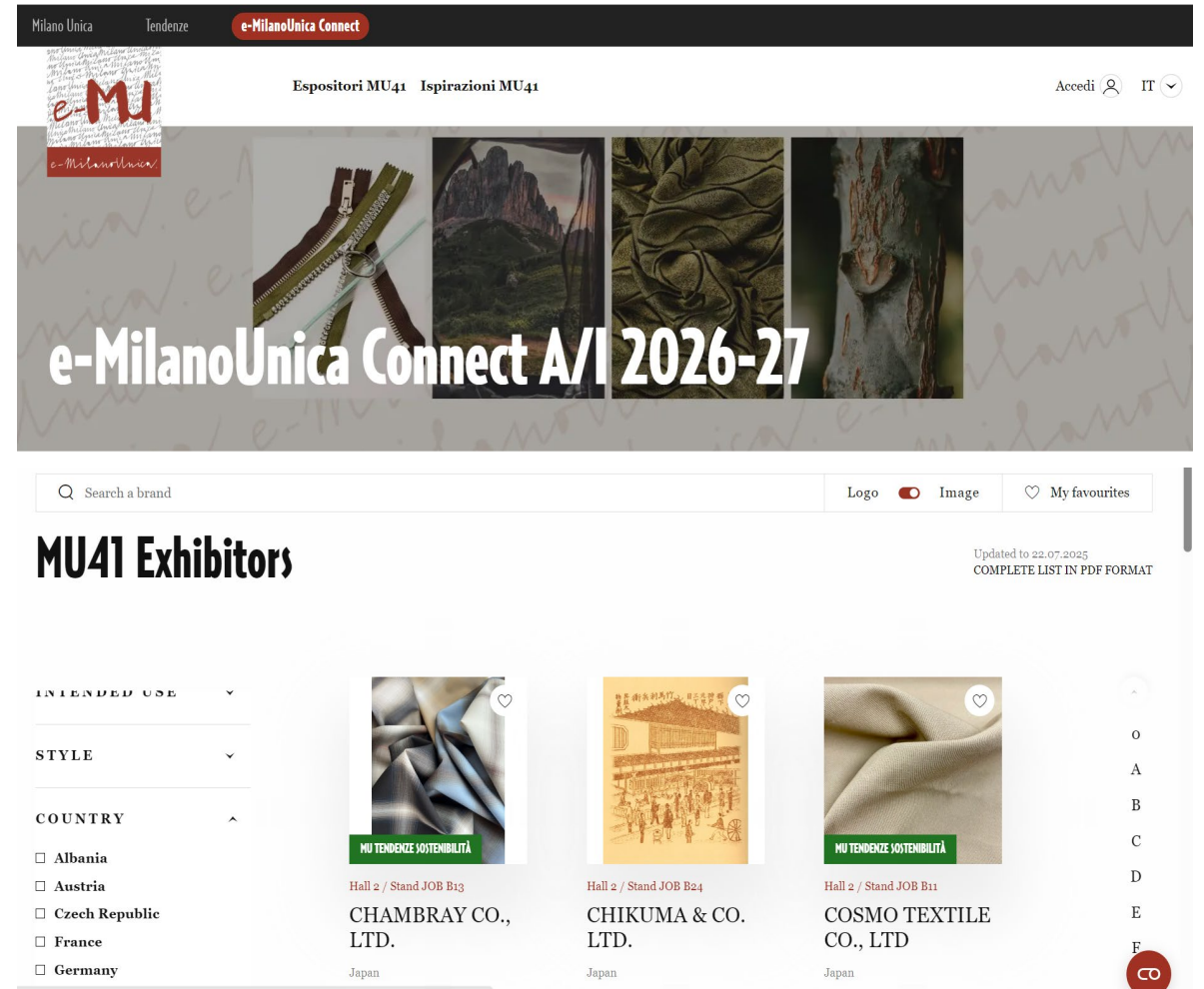
出展者の最新コレクションと「サステナブル」素材の全貌が把握できるバイヤー必見のエリアです。



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 41st Milano Unica

第41回ミラノウニカ開催報告



Milano Unica Exhibitors

ミラノウニカ・出展者

第41回Milano Unica（開催：2025.7.8-7.10）

今回の総出展者数は735社に達し、そのうち、「海外出展者が全体の45%」を占め、グローバル市場における存在感が高まっています。

内訳は以下の通りです：そのうち584社が「アイデアビエツラ」「モーダ・イン」「シャツ・アベニュー」の展示会に参加しました（+2.6%の増加）。この中には、イタリアからの出展者459社が確認されており、ヨーロッパの出展者数も顕著に増加し、+8.7%の伸びとなりました。



International Buyers

ミラノウニカ・来場者

第41回ミラノ・ウニカ、海外来場者数10%増で盛況裡に閉幕

今回の展示会では、海外からの来場者数が前年比（2024年比）で+10%と大幅に増加し、同展の国際的なプレゼンスと集客力の高さが改めて証明された。国・地域別の来場者増加率は、オランダ（+46%）、ドイツ（+33%）、イギリス（+23%）、アメリカ（+16%）、フランス（+14%）、日本（+9.5%）となっており、西欧・北米を中心に幅広い注目を集めた。

一方、中国（-3.5%）および韓国（-14%）では前年を下回る結果となったが、全体としては盛況裡に終了し、ミラノ・ウニカが高級素材市場を牽引する国際見本市としての確固たる地位を築いていることが示された。

