



左から峠原、稲次、藤田、吉村、山本の各氏

チーム丸喜
藤田 晃成氏 (㈱丸喜 社長)
山本 晋平氏 (㈱丸喜 専務)
峠原 直実氏 (㈱丸喜 企画)
吉村 圭司氏
 (NPO法人日本皮革技術協会 副理事長)
稲次 俊敬氏
 (NPO法人日本皮革技術協会 副理事長)

サステナブルで個性的な革を前面に打ち出し、 価値創造にも取り組む

吉村 いつもこの座談会をご愛読いただきありがとうございます。

今回は浅草の革問屋・㈱丸喜の社長・藤田晃成様をはじめチーム丸喜の皆様にご登場いただきました。まず、社歴からお聞かせください。

エレガント&イタリアン テイストが主戦場

藤田 当社の前身はマルキ商店で、現代表取締役会長の北澤保が義兄と共に創業しました。平成元年に㈱丸喜として法人化し、まもなく創業50年を迎えます。

婦人靴のエレガンス・パンパス向きのイタリアンテイストの革を、

東京のお客さまに販売してきました。

私は2年前に、縁があつて経営を継承することになりました。同じ革問屋で26年間、企画広報を担当していて、北澤とは知り合いました。会社を手伝ってくれないかと声を掛けていただき引き受けることになったのです。

専務の山本晋平は北澤の背中を見て育ってきた一人であり、私がそこに入ってやっていけるんだろうかという葛藤がありましたけど、一緒に汗をかいて事業を継承するのはやり甲斐がある、と判断して今に至っています。

入社して力を入れてきたことは得意先の開拓です。山本は大阪に

も数軒ほど得意先を抱えており、それを基盤に広がっていくと二緒に関西を回りました。いま関西の得意先は20軒ほどになりました。

お陰さまで順調に業績を伸ばしていたのですが、ご存知のようにこの3月からコロナ禍になってしまい、4月ごろから売上げにもかなりの影響が出てしまいました。

でも下を向いていても始まらないということで、6〜7月は3密を避けて、完全予約制の展示会を開催してきました。

LWGと日本エコレザ ーの革を推奨

吉村 いま商品企画で主に取り組



吉村氏



藤田氏

んでおられるのはどんなことですか？

藤田 やはりエコロジーとか、いま話題のサステナブル(持続可能性)が中心になります。

そこで、LWG(レザーワーキンググループ)やJES(日本エコレザー基準)の革に力を入れていきます。

9月のリネア・ペッレでは、ラグジュアリーブランドが率先してSDGs(エス・ディー・ジーズ、持続可能な開発目標)を推奨しています。

これまでは企業は消費者ニーズに合わせてものを作ってきた。しかし、今後は人が環境に合わせて生きていく時代ではないか。

海外の展示会では、SDGsやサステナブルを念頭に置いていない企業とは取引しないという方向がはつきり感じられます。この辺は弊社の企画担当の峠原(たおはら)直実が詳しいので、彼女と相談しながら進めています。

吉村 サステナブルやSDGsは、日本人はまだあまり認識していないように感じます。

藤田 日本は遅れています。その結果、海外からそっぽを向かれる状況になっていて、現在、皆さん相当慌てています。

稲次 ユーザーさんの理解がポイントになりますね。

藤田 革に対する認識はユーザーさんの間でもバラつきがあります。そもそも革がエコロジー素材であることすら、あまりに認識されていません。

私は丸喜の仕事のほかに専門学校の講師もやらせてもらっていますが、まず革は食肉の副産物として出てくる皮を利用していること



ショールーム

すら分かっていない。

可愛い動物を殺して革にしている。なんてひどい仕事をしているんだって言われますから。いや我々はい皮を取るために動物の命を奪っているんじゃないですよ。皆さんが日頃食している肉の副産物を廃棄せずに有効に活用しているのですよって説明すると、「革に対するイメージが180度変わりました」というふうに認識が改まるのです。

その結果、その命を無駄にせず、いい作品を作りたいとか、アンケートに書いてくる。よくよく説明すればわかってくれるのです。この努力を忘れないようにしたいものです。

稲次 ショールームを拝見すると、LWGや日本エコレザー(JES)に力を入れておられますね。

山本 JESは当初ビッグスキンの認証を取得し、いまは牛革も数点あります。LWGの認定革にも力を入れています。ご存知のように姫路の繁栄皮革工業所さんがLWGの認定を取られ、取引させてもらっています。



LWGの革を使ったサンプル見本



日本エコレザーの牛革のライン

稲次 QRコードで情報発信しているんですね。

峠原 紙の資料を配るよりも、この方が早いし、情報がスマホやタブレットに画像で残ります。今回の展示会から始めました。

今日、こういう機会をいただけたのでお聞きしたいのですが、「JESはグローバルスタンダードとして通用するのでしょうか」と最近お客さまから質問を受けるんですが、実際にはどうなんでしょうか？

取得の経費が1/5で 済み、有効期間は5年

稲次 日本エコレザーはヨーロッパのエコテックススタンダード100とかドイツのSGラベルを参考にして、(一社)日本皮革産業連合会(皮産連)が2009年に制定したもので、世界的に認められた安全基準です。

JESはグローバルスタンダードとして十分通用しますよ。実際に、海外の展示会に出展した時に、革にJESの認定書を添付したところ、契約が成立した姫

路のタンナーさん、東京の革問屋さんもあります。

また、エコテックススタンダード100ですと認定取得に約50万円掛かります。しかも有効期限は1年しかない。

日本エコレザーなら取得費用はその1/5で済み、有効期限も5年ですから、エコテックススタンダード100と比べると25倍お得なのです。

藤田 分かりました。これからはそのように伝えましょう。ところで、いま新しく日本エコレザー基準の策定を準備されていると聞きましたが、本当ですか？

吉村 去年から皮産連では今の日本エコレザー基準を残しつつ、より高度な新しいバージョンのシステムを構築する準備を進めています。

最近、LWGに注目が集まっています。LWGはサステナブルについても取り入れているので、日本エコレザーでも、そのあたりを参考にしたいと思っています。LWGは日本のタンナーさんにはコスト的には少々厳しいですから。

世界にどんどん出ていくという企業は、LWGは取ったほうがいいでしょう。

一方、国内で小回りを利かせていくという企業は、日本エコレザーの新基準を取ってもらうといいかも知れません。

日本エコレザーの検査では、既に1000件ほど検査しています。PCP(ポリクロロフェノール、防カビ剤)はここ20年以上検出されることがないし、水銀も同様です。だから、新基準では、そういうものの分析はしなくてもいいのではないかと考えています。

新基準ではタンナーはどういう環境で作業をしているかと、SDGsに絡めたことも宣言していないといけない。それと監査も必要と考えています。

藤田 当社はインド、バングラデシュ、パキスタン、トルコ、イタリア、ポルトガルなど12・13カ国と取引があります。

インドではLWGゴールドランクを取得しているタンナーとも取引があります。

最近、LWGについて5、6社から相次いで問い合わせがあり、手



稲次氏

ごたえを感じています。

ただ、環境に配慮した革とか、世界基準の革とかいった、まだ、表面的なことしか知られていません。ですから、当社はもつとわかりやすく段階を踏んで説明して行く必要があると考えています。初めから専門的なことを羅列してしまうと伝わりにくい。これは一過性のトレンドではなく、基本姿勢として取り組んで行かないといけません。

話は変わりますが、アパレル業界では大規模な店舗閉鎖が進行していますが、聞いたところでは、リアル店舗の販売員さんたちはそれほどリストラされていないのです。

では、彼らは何をやっているかというSNSなどでエンドユーザーさんつながり、情報を提供したり、来店を促したりしている。これは販促のニュースタンダードになっていくのではないのでしょうか。

吉村 若い人たちはSNSでのコミュニケーションに抵抗がないですから。

藤田 日本には革問屋が物流の拠

点となっております、我々革問屋が進んで発信していかなければ存在価値がなくなってしまう。

日本エコレザーの鞆しの太鼓をイメージしたロゴマーク、レザーソムリエのバッジもどう知らせていくか考えないといけない。漫画のパンフレットはすでに日英中の3カ国語がある。これはいいですね。

実はお二人はたぶんジレンマも抱えつつ、普及に向けて苦労されているのではないのでしょうか。お手伝いできればと思っています。僕は喜んでJESの伝道師になりますよ。



革企画プロジェクト・レザー・ブルー

稲次 発信力がある方にやっていただけると大変助かります。ありがたいですね。

人とつながり、前進する 2つのプロジェクト

吉村 いま御社がリードして進めておられる「ブルー・レザー・プロジェクト」と「エッグ・レザー・プロジェクト」についてお聞かせください。

藤田 ブルー・レザー・プロジェクト(BLP)はこのコロナ禍にあつて、感染者の対応に奔走する医療従事者の方々に、売上げの一部を医療団体に寄付しようというものです。

各地の建物やランドマークがブルーライトをライトアップして医療従事者へ敬意と感謝の気持ちを表しています。

私たちの業界でも何かできないのかと考え、ブルーの革をアイコンにして立ち上げたのがBLPなのです。

これは知人に作っていただいたポスターですが(46ページ上段)、このデザイン使用权を3万3000円で買っていたとき、それを寄付の

#革が大好きだ！
#自分のブランドを作ってみよう！
#モノ作りを肌で感じてみたい！
#自分で考えた革製品を販売したい！
そんなことをふと思いついた学生のみなさん必見！！
今しができないことを一緒に#カクチにしてみませんか？

Egg Leather Project

モノ作りを1から取り組みたい学生を応援するプロジェクト

★最初のステップ
①今の時代に売れそうなものや必要なものを考え、「デザイン書」や「企画書」を提出してください！
チームでの応募も歓迎致します！
②提出書類を審査後、弊社社員が企画への思いをヒアリングさせていただきます！
③ヒアリング終了後、審査にて選考させていただきます。
※選考の締め切りは、8月末を予定しています。
※月にプロジェクトを進めていきたい学生には弊社からご連絡致します！！

★プロジェクトの流れ（予定）
最終の打ち合わせ→9月上旬
プロジェクトの開始→10月中旬
プロジェクトの完了→11月末
最終ワンポイント→2021年1月中旬
最終販売スタート→2021年1月末
販売終了→2021年2月末
※打ち合わせは複数回予定しています。
※必要なのはみなさんのやる気のみ！たくさん応募お待ちしております！

★事務局の窓口
メール→maruki@marukileather.jp
住所→東京都台東区今戸2-33-5
代表電話→03-3879-0619

※ご不明点の点検したいことがございましたら、大目「オオクマ」までお問い合わせください。

エッグ・レザー・プロジェクト

Blue Leather Project.

ブルー・レザー・プロジェクト

原資にしたらどうだろうかというものです。この金額ならハードルも低く賛同を得やすいかなと考えました。

銀座かねまつ様、ダイアナ様、マドラス様など小売店を持たれているところからお声掛けしたところ、賛同していただけた企業が増えてきて、お陰さまで今では20社になりました。賛同企業様からはそれぞれ趣向を凝らしたカタチで医療従事者の方々へ寄り添って頂けることになりましたし、金銭的な協力はできないが、革のレザーグッズを作り無償で商品と一緒に提供したい、など様々なお申し出を頂いています。

12月末に集まった寄付金とそれにプラスアルファして、社会福祉法人恩賜財団済生会様へ寄付をさせて頂きます。この団体は、秋篠宮皇嗣殿下が総裁を務めておられる団体です。もうすでに、先様からお礼のお言葉をいただいています。

稲次 大変いいアイデアで、いい試みですね。

藤田 ありがとうございます。エツ

「グ・レザー・プロジェクト」は当社の若手社員の発案で、学生支援が目的です。コロナで学費が払えず、学びの場を失われるとか、そういう人を一人でも助けたいわけです。

当社はこれまでしばしば本社下のガレッジで革の小売イベントを学割価格とかでやってきました。また、完全予約制で革に触れてもらう機会を提供しています。

さらに、私は文化服装学院で12クラス教えていますが、今回はリモートで授業をさせていただいたこともございました。

それに加えて、B to BやB to Cに向けたブランディングをテーマにした宿題を出しました。優れた作品は製品化します。これがエツグ・レザー・プロジェクトです。

若い世代なので、SNSでの発信もいいと思います。発表の場が与えられたということで、すごく喜んでくれた学生もいました。

こういう経験は彼らが社会人になった時に役に立つことがあるんじゃないかなと思います。

稲次 きつと、彼らにとっていい経験になりますよ。

藤田 このプロジェクトは遊びじゃない、真剣勝負です。会社でもそうですが、年下の人は先輩に甘えたり、僕らもつい許してしまいうことが多い。でも、それでは成長がない。

彼らはサステナビリティには非常に敏感ですね。そういった人たちと私たちが一緒になって日本エコレザーなどを発信、訴求できたらいいなと思っています。

日本エコレザー、6つの条件

- ①天然皮革である
- ②発がん性染料を使用していない
- ③有害化学物質の検査をしている
(ホルムアルデヒド、重金属、PCP、禁止アゾ染料)
- ④臭気が基準値を満たしている
- ⑤適切に管理された工場で作られた革
(排水、廃棄物が適正に管理された工場で製造)
- ⑥染色摩擦堅ろう度が基準値以上



※これまでの「日本エコレザー対談」は、www.japan-ecoleather.jpのトップページの「業界情報」の項でご覧いただけます。