

日本エコレザー対談⑤1



吉村氏(左)と藤原氏

藤原 仁氏

(一社)日本皮革産業連合会会長
パイロットシューズ(株)代表取締役

吉村 圭司氏

NPO法人日本皮革技術協会 副理事長

足の計測を進め、 個々の足にフィットした革靴を提供したい

日本エコレザー認定が
1000点を超えた

吉村 今月号の座談会は一般社団法人日本皮革産業連合会会長の藤原仁様にご登場いただきました。

この座談会がテーマとして取り上げている「日本エコレザー」の認定事業も、日本皮革産業連合会(以下、皮産連)が行っています。

まず現状からお聞きしていききたいのですが。

藤原 日本エコレザー認定事業は、皮産連の中でも非常に重要な事業の一つで、安全・安心な革を作り、その革と革製品を国内外に広めていくのが目的です。この事業

は2009年にスタートして今年で12年になります。

そのもととなる日本エコレザー基準(JES)は、吉村副理事長が所属しておられる日本皮革技術協会が作られたもので、こうした対談などを通して啓発活動を行なっていたというわけです。

逆にお聞きしたいのですが、最近、認定数が増えてきていませんか？

吉村 増えていきます。日本エコレザーがスタートした当初は、多くのタンナーさんが認定を取られて、その後、更新数が減って、この2年ほどはまた増えてきました。

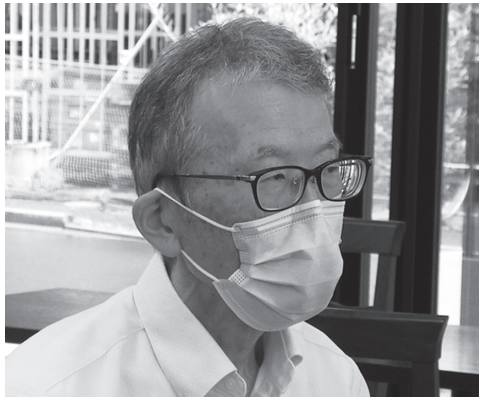
8月20日現在の認定数は革が733点、革製品が319点で、合

計1052点と大台を超えました。エコが世界的なテーマになってきて、日本エコレザーにも関心を持つ方が多くなりました。

藤原 一つの成果ですね。日本の皮革産業もこれからは積極的に世界に出て行かなくてはなりません。

いま世界基準のLWG(レザーワーキンググループ。皮革産業のサプライチェーンを通して環境対応を求められることに対し、タンナーの環境改善を促進することを目的とした国際団体。厳しい審査をクリアしたタンナーに認証を与えている)が存在を増しています。

革を認証する日本エコレザーを現在の世界基準に引き上げると



吉村氏



藤原氏

もに、日本でもLWGに準ずるような制度も求められています。現在、当連合会で検討を行っているところで、本年度中には発表できると思います。

オリジナル「i/288」のリピーター率は高い

藤原 世界市場への進出も、これまでとは様相が変わってきているように感じます。日本で成功してから、世界に向かうのではなく、越境ECなどを活用しはじめから海外市場を視野に入れて準備することもできる環境が整ってきています。

今年度はコロナ禍にあるため、皮産連の海外促進委員会ではアジアのみに絞って事業を展開していきますが、来年度以降、欧米への進出も視野に入れていきます。

After/Withコロナで世界は大きく変わっていきます。これまでの延長線上でないことは確かです。

コロナによって、これまで放置され続けてきた弱点があまり出され、その弱点を克服する絶好の機会と捉えることができるのではな

いか。

また、コロナは長年にわたって当然のこととしてきた当たり前の前提(先入観)の吟味・点検を促してはいないだろうか。そして、いつかは着手したいと願いつつ、長年にわたり先送りされてきたテーマや新たな挑戦に向けて、私たちを後押ししてはいないだろうか。

吉村 ところで、「メイド・イン・ジャパン」ですが、メーカーもパーツサプライヤーも合わせ、産地そのものが脆弱化しているのが気になります。

藤原 これは本当に大変な問題です。特に、靴は使用するパーツが多い。その上、自社内ではできないものが多い。だからサプライチェーン(部品の供給網)が非常に重要です。すぐにも手を付けたいのがパーツの標準化です。そうしないとパーツメーカーももたない。

吉村 パーツの標準化とは？

藤原 例えば、靴づくりではヒールの高さによって中底の形状を標準化するといったことです。それ

が出来たら省力化、省コスト化になります。

参考になるのは車。シャーシは同じにして、ボディには好きなデザインを施すということです。

全日本革靴工業協同組合連合会(以下、全靴協連)で展開している「i/288」にはちはちぶんの あい288通りのサイズでは、婦人パンプスの靴型や中底などの主要パーツを複数のメーカーが共有する活動を通じて標準化を実践しています。

JIS規格に合わせた足長・足幅(足囲)に加えて、足型(フォルム)をマトリックスで準備することで、現在、約60%の消費者をカバーする製品の提供を可能にすることができています。

そして、今後は「i/288」において培った知見を活用し、より生産性の高い靴型をベースにヒールの高さを例えば1cm単位で作製することで、靴型と中底を標準化してゆくことができな

いきたいと思います。

吉村 「i/288」はそれなりの評価は得られているのでは？



「i/288」のサイズレンジをベースにオリジナル展開する(上・下)



パイロットシューズ本社横のショップ「ウイステリア・フジワラ」(上・下)



藤原 リピーター率が高いので、一定の評価が下されていると考えています。しかし、まだまだ認知度が低いために、支持者の絶対数が少ない状況です。これから、なお一層周知させていきます。

高島屋と「MY SIZE studio」

吉村 いま一部の百貨店が「MY SIZE」の切り口でやっていますね？

藤原 ほとんどの消費者は、自分にとって適切な靴のサイズが何なのかを知りません。

「MY SIZE」は、感覚を含めた自分に最も合う靴の「長さ・幅」を示す「サイズ表記」のことで、「MY SIZE studio」というコーナーで基準靴を履き試すことで知ることができます。

大阪の高島屋さんが「i/288」のインショップを展開し、「MY SIZE studio」というコーナーも作って頑張ってくれています。

そして、横浜でごうさんも積極的に「MY SIZE studio」を

活用してくださっています。特に、Leg & Shoes Station というコーナーに、「MY SIZE studio」を設置し、「MY SIZE」を計測されたお客さまに合った靴を販売員さんが一緒に選んでくださっているところが上手に使われていると思います。

靴売場に展開されている多くの靴の中から、その方に合った靴を提供できることで、販売員さんは最終の微調整のやり方を習得し、経験を積み上げていくことで、よりお客さまに喜んでいただき、自信につなげていけると聞いています。

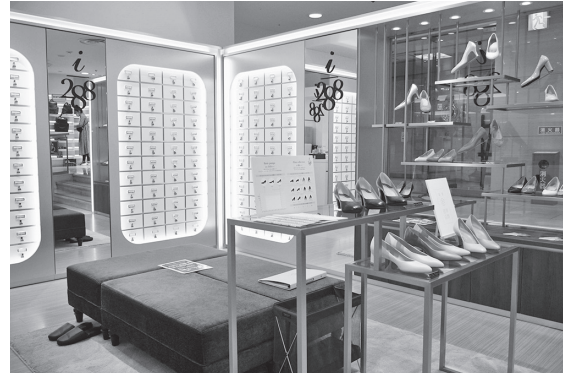
現在、百貨店の靴売場は厳しい環境に置かれ、どんどん縮小されているために、こうした動きを、より発展的に多くの靴売場に広げていけたらと考えています。

吉村 商品供給はウェブサイトです？

藤原 「ECサイトでもっとも買いたくない商品はパンプス！」。私が「フットウェア・プレス」で見たこの記事は2017年頃だったんですよ。



タカシマヤ大阪店の「パンプス ファインド ミー」売場。「マイサイズスタジオ」と「i/288」をコーナー展開する



「i/288」のコーナー。引き出しにはフィッティング用のパンプスを収納

しかし、現在はウェブで買う人は確実に増えています。

そこで、靴を購入する独自のECモールを作る必要を感じていて、現在「MY SIZE.net」というサイトを開発中です。

「i/288」のところでお話ししましたが、靴は足長だけでサイズを判断するのではなく、足幅・足囲もサイズに組み込まないと、ぴったりフィットしない。そのために、まず消費者の方に「MY SIZE」を知りましょう！というキャンペーンを進めていきます。

靴選びのスタートは足の計測からです。

独自のECモールで 自分にピッタリの靴を

吉村 最近、売場で計測している場面をよく見かけるようになりましたが。

藤原 まだまだ、微々たるものです。足を計測していただき「MY SIZE」を知ってもらおう。

全靴協連では、その「MY SIZE」を基盤にして、靴のコレ

クションをウェブ上に構築していきます。通常、靴選びの入口はデザインやブランドですが、合わない靴を選んでも履けないことを考えると、自分の「MY SIZE」をECサイトで入力すると、その方の足に合った靴は「これですよ」と出てくる。もちろんデザインもブランドも多数そろっている。

これからは、通勤帰りの電車の中で「靴を買うのに、あなた『MY SIZE』も知らないの？」と、お友達どうしで話し合われるような光景を作っていかなきゃいけない。

吉村 サイトの靴は浅草だけでなく、全国レベルということですね？

藤原 全靴協連(加盟120社。令和2年現在、以下同じ)のメーカーだけで展開しても魅力のあるサイトはできません。

NPO法人日本靴工業会(大手・中堅革靴メーカーの団体、加盟10社)をはじめ、革靴もたくさん作られている神戸の日本ケミカルシューズ組合(加盟80社)の皆さんとも一緒に展開できたらと思います。そして、日本靴卸団体連合会(加

盟46社)や日本小売商連盟(加盟131店)も含め、日本の靴産業が一体となったオールジャパンで物流倉庫も確保し、日・EU/EPAやR・CEPを見据えた戦略を練っていく必要を感じます。

そして、将来的には、かばん、ハンドバックなども含めたすべての皮革製品を網羅したECサイトができれば、世界に向けて魅力ある展開につながるように思います。

吉村 人材育成も重要な事業の一つのテーマになっていますね？

藤原 これも重要なテーマです。

一つは、これまで実施してきた技術者認定を国家資格化しようという挑戦が始まっています。靴では難しいと思いますが、かばん、ハンドバッグでは技術者認定が国家資格レベルまで引き上げることが、張り合いが出ると考えています。

また、人材育成という点では、技術者に止まらず、世界に打って出ていけるデザイナーを育てる必要があります。

既にヨーロッパを拠点にして世

【一般社団法人日本皮革産業連合会の加盟団体】

原材料

一般社団法人 日本畜産副産物協会

鞣製

一般社団法人 日本タンナーズ協会
兵庫県皮革産業協同組合連合会

皮革販売

日本革類卸売事業協同組合
全日本爬虫類皮革産業協同組合

靴製造・販売

日本靴小売商連盟
日本靴卸団体連合会
全日本革靴工業協同組合連合会
特定非営利活動法人日本靴工業会
日本ケミカルシューズ工業組合

衣料製造

全国皮革服装協同組合

ベルト製造

日本服装ベルト工業連合会
東京洋装雑貨工業協同組合

バッグ製造・販売

日本ハンドバッグ卸連合会
日本ハンドバッグ工業連合会
一般社団法人 日本ハンドバッグ協会

かばん製造・販売

一般社団法人 日本鞆協会
一般社団法人 東京鞆協会
全国鞆工業連合会

鞆ハンドバッグ製造・販売

日本鞆ハンドバッグ協会

手袋製造

日本手袋工業組合

その他

日本ゼラチン・コラーゲン工業組合
一般社団法人 足と靴と健康協議会
全国皮革振興会
協同組合資材連



パイロットシューズ内のカフェで対談

界で活躍している日本人クリエイターは存在すると聞いています。ご自身のブランドを世界ブランドにしていく夢と同時に、日本の皮革製品を世界に通用するブランドと一緒に育てていくことに一役買っ出て出るといふ逸材に対して、皮革連が投資することも検討していきたいと考えています。

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。