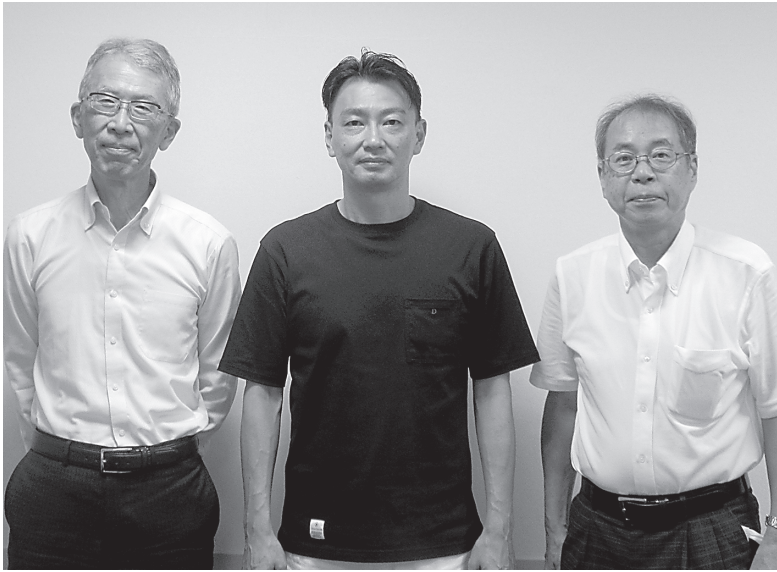


創業130年。独自の革カバン作りで  
メイド・イン・ジャパンの良さをしっかり伝えていく



左から吉村氏、飯塚氏、稲次氏

株式会社青木代表取締役

**飯塚貴志氏**

NPO法人日本皮革技術協会 理事長

**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**

**吉村** 今回の座談会は(株)青木の飯塚貴志社長にご登場いただきました。(株)青木様はバッグ関係の企業が集積する浅草橋で、100年以上の社歴を持つ老舗です。紳士・ユニセックスのカバンなど革製品

を主体に独自の地位を築いておられます。早速、お話を聞いていきましょう。

創業はいつになりますか。

**飯塚** 1894年(明治27年)の創業です。130年近い歴史があるのですが、関東大震災や戦災などがあり、大正3年当時のカタログの現物があるぐらいで、意外に昔の資料とかは残っていないのです。

**吉村** 飯塚社長は何代目になりますか。

**飯塚** 5代目ですね。私が入社したのは30年前になります。高校を卒業後、アメリカに留学しました。勉強もせず、やんちゃなことばかりやっていたので、見かねた父親から「アメリカで勉強してこ



青木の登録商標。アルファベットの商標は珍しい



飯塚氏

い」と言われました。当時は親元を離れられることもあり少し喜んでおりました。

しかし、留学から1年ほどして、父が亡くなったとの連絡が入り、急遽日本に戻ることにになりました。会社は、経理の不正もあり、経営が悪化していたのです。

私は双子なのですが、弟はまだ大学に通っていたこと、自分が長男ということもあり、入社することになりました。

当初は母親が社長になりました。それまで専業主婦だったこともあり、仕事の事は全く分からない状態での再出発になりました。私自身も、出荷業務・営業・企画・生産と多くの部署で学び、今に至ります。

色々と学んでいくうちに、これだけの売上げがあるのになぜ会社にお金がないのかと疑問がわいてきました。単純に利益が薄かったんです。それから少しずつ改善して、2010年に私が社長になった時、全社員の前で、「会社経営にとって一番大切なものは利益だ。」「その利益が、社員や家族、会社を支えるんだ」

と話しました。それ以降、利益の重要性を意識するようになりましたね。

**吉村** 会社の再建は大変だったでしょう。



大正3年当時のカタログ

**飯塚** 大変でした。本当に大変でした。なんとか商品を作っていたために、携わってくださる方々に必死に協力をお願いしました。当時、革カバンだけでなく、生地製や合皮製も取り扱っていて、売上げの大半は革以外の製品のほうでした。ライセンスブランドもかなりありましたが、経営が悪化したことで、多くのライセンス契約がなくなり、離れていった得意先や取引先も少なくありませんでした。

しかし、再建に向けて、多くの得意先や取引先が支えてくださったのも事実です。入社して1年後に、創業100年を迎えました。そして、その10年後の110周年の時に、当時ご迷惑をおかけしたメーカーさん、材料屋さん、革屋さんをお招きし、青木がこの日を迎えられたことは皆様のご支援の賜物という感謝とお礼のご挨拶をさせていただきました。

**革カバンの半分は日本製だが、問題は山積**

**稲次** 青木さんは、いま革製が主力ですね。いつからそのようになったのでしょうか。



吉村氏



稲次氏

**飯塚** ほぼ革製品だけになったのは、2〜3年前になります。革製品だけだとなかなか業績を上げることが難しく、革以外様々な素材で試したこともありました。でも

ある時、展示会で、得意先の方から「青木の生地物を扱うくらいだったら、〇〇カバンを扱った方が間違いなく売れる」と言われました。またある時、一度だけ革製品を出さない展示会をやった時には、「せっかくなが革製品を見に来たのに、なんで新作が無いの？」って言われたことがあります。その時から、『青木は革製品に特化する』と強く心に決めたんです。今は革製品が99%です。

**吉村** 商売的に革カバン中心だけで安定するものですか。

**飯塚** コロナ禍のような状況を除けば、革製品だけでも十分安定させる事は可能だと思います。

**稲次** カバンの産地はどうなっていますか。

**飯塚** 今現在、カバン・バッグ類を日本とバンングラデシユ、財布を

中国に生産委託しております。

**稲次** 日本製はどれくらいの割合でしょうか？

**飯塚** カバンの半分は日本製です。

**吉村** それはすごいですね。

**飯塚** いえ、それでもこの3〜4年で日本製の生産比率は50%になつてしまいました。バンングラデシユ生産に取り組む前まではもつと多かつたのですが、価格の問題や、国内メーカーさんの廃業等により、国内の生産力が落ちてきたことが要因です。

**稲次** 職人さんの高齢化とかもあるのではないのでしょうか？

**飯塚** そこが一番の大きな問題です。縫製する職人さんの多くはもう70、80代です。後継者もいないと言われていきます。

**稲次** 生産は東京近辺ですか。

**飯塚** 豊岡に生産をお願いしている商品もありますが、商品の多くは東京になります。

**吉村** カバンの問屋として特に心がけていることは何でしょうか。

**飯塚** 一番は在庫を切らさないようにすることです。理想から言えば、在庫は予備も含めて必要分の100%を持つておくべきですが、そこまではとてもできません。現状は80%から85%〜90%ラインに持つていこうとしています。

**吉村** 流通段階におけるカバン問屋の立場はどうですか。

**飯塚** 立場はわかりません。が、問屋としての価値（企画力や生産力、価格など）があるかどうかがとても重要だと思います。

**吉村** 社員に対して、どのようなことを日ごろから言っているのですか。

**飯塚** 『挨拶と言葉遣いに心を配ること。そして信用を失うのは一瞬だということ』です。

**PB「ラガード」、「コンプレックスガーデنز」などを展開**

青木のオリジナルブランド



ラゲージアオキ1894



ガザ



ラガード

**稲次** 革の良さ・魅力についてお聞きします。

**飯塚** 革は一枚一枚表情が違うこと。そしてメンテナンスをしながから大切に使用すれば、変化を楽しみながら長く使えることでしょいか。入社して30年経ちますが、私が見たことのない商品の修理品をお預かりすることもあります。

入社当時は、革のことは全く分かりませんでした。企画を担当するようになって初めて、革屋さんからいろいろな革を見せていただき、教えていただきました。最初は、『なぜこんなに色がぶれるの?』という疑問から始まりましたね。

今でもまだまだ私の知識はタンナーさん、革屋さんのレベルに届きません。

いていないと思います。学べば学ばほど革は難しいですね。とても奥が深いです。

**稲次** 革づくりについてタンナーさんに相談したりしますか。

**飯塚** タンナーさんではなく、昔からお付き合いのある革問屋さんとお話しをします。タンナーさんも来られるのですが、直接お取り引きをすることはないので。ただ、革について理解はしているつもりなので、革の血管(血管の跡)がどうのとかは言わないです。あつて当たり前ですから。

防水革の要望もありますが、防水革を使うくらいだったら、合皮でいいのでは? と思うこともあります。革がおもしろいのは、原

反(素材)を広げてみた時にいいなと思ったものが、製品になると意外に見映えが良くなかったり、逆にこの革は何? っていう革が、製品になってみると、あれっ? かなりいいねとなったり、そこに革のおもしろさを感じます。

**稲次** そういうことってよくありますね。形になると違って見えませんね。

ちなみにどんなカバンが好きですか。

**飯塚** 素材では爬虫類が好きです。財布から始めて、今ちょうどトートバッグの生産をしているところなんです。でも、爬虫類は材料が高くて…。トートは50万円くらいの予定です。

**吉村** 青木さんは問屋さんというより、製造卸のような立場ですね。

**飯塚** そうですね。ただご注文いただいた商品を卸せばいいという会社ではないです。

**吉村** メーカー(工場)まで入っていくのですか。



ラ・フェール



ラ・ガレリア



コンプレックスガーデンズ

**飯塚** メーカーさんには行きませんが、職人さんのところには行きません。親方のところに行つて打ち合わせをします。

**吉村** いま展開中のブランドは何ですか。

**飯塚** 自分が企画になつてから始めたブランドは、『コンプレックスガーデンズ』と『ラ・ガレリア』の二つです。会社の屋台骨を支えているのは、従来からの『ラガード』です。

一時、『青木のイメージを変えたい』と思い、『ラガード』をやめようとしたことがありました。しかし当時の幹部から、「こういうのが会社にとつては財産であるし、会社を支えるんだよ！絶対にやめちゃいけない！」と言われました。

## 「安全・安心」の日本エコレザーを国産カバンに

**稲次** インバウンド消費について何か考えていらっしゃいますか。

**飯塚** 特にインバウンド向けの商品企画・開発しようと考えたこ

とはないです。インバウンド需要が高まっていることは承知しておりますが。

私は今年から、日本靴協会のPR委員会のリーダーになりました。靴協会ではこれまで、年に一回、横浜などで消費者イベントをやり、抽選で日本製カバンを差し上げたりしていました。しかし、これからはより多くの方に日本製のカバンを知っていただくために、ウェブでインバウンドも含めた多くの方にPRしていかないとけないと考えております。

日本製のカバンに付けている『日本靴協会マーク（JL Aマーク）』をご存じですか？ これは『信頼の証』というもので、海外の方にも向けたメッセージです。今まで以上に、日本製の価値を高めていかないといいけません。

**稲次** “安全・安心の信頼の証”

として日本エコレザーが使われたらどうでしょう。例えば中国人は、日本に行けば品質のいいもの、安全・安心のものがあると思つています。薬や化粧品は大人気です。皮革製品でも、それを訴えていっただらいいと思えますがいかがでしょうか。

**飯塚** 日本エコレザーの名前は知っていますが、詳しいことは知りません。

**稲次** これは革の健康診断みたいな認定制度です。有害化学物質の検査をして基準をクリアした革とそれを使った革製品を認定するのです。それだけでなく、タンナーが生産現場で排水を垂れ流しているとか、廃棄物を勝手に捨てたり、燃やしたりしているとか、そういう工場の革は認定されません。

日本エコレザーのマークをカバンに付けたら、評価が上がると思えますよ。『ジャパン・クオリティ』って何なの？ 他の製品とどう違うの？ っつて聞かれた時に、「安全・安心で環境に配慮した革です」と言えば、その良さが伝わります。

**吉村** この認定制度は、2009年にスタートして今年で14年目になります。革と革製品を併せて現在1200件ほどが認定されています。私どもは3つ折りのパンフレットを消費者と売場の方に配布しています。これは天然皮革であるという証明にもなります。

## 会社概要

社名：株式会社 青木  
社 社：〒111-0053 東京都台東区浅草橋4-4-1  
BW浅草橋ビル4階  
TEL03-5835-0309 (代表) FAX03-5835-0399  
http://www.aoki1894.co.jp  
e-mail: info@aoki1894.co.jp

設立：1894年  
代表者：代表取締役 飯塚貴志  
事業内容：カーボン製造卸販売  
加盟団体：(一社) 日本靴協会、(一社) 東京靴協会



### 飯塚

市場では素材の重要性がどんどん大きくなっています。今後はサステナブルとかが当たり前になっていくのでしょね、環境配慮のもの作りから言えば、革も安全・安心であるべきだと思います。ただそうなたら、この日本エコレザー以外を認めてもらえなくなるのがこわい。

### 吉村

この認定制度は、日本エコレザー以外の革を排除することはありません。

### 稲次

「より安全・より安心」と言えばいいと思います。表示もさりげなくして。ホームページにちよつと紹介するだけで、企業姿勢が評価される。消費者の中には、そういうことにこだわっている人がたくさんいるのです。

この座談会に以前、登場されたイケテイさんは「フジタカ」などに使ったPRされています。

### 飯塚

どうやって認定を

取るのでしょうか。

### 吉村

必ずしも、自社の革でなくてもいいのです。

### 稲次

タンナーさんが作っている認定革を使えば、日本エコレザーのマークが付られます。もちろん、自社が採用している革で認定をお取りになったら、それはそれで宣伝になります。取得のために、コストが上がるわけでもないのです。逆に使用薬品など処方を見直す機会になって、コストダウンになるという例もあります。

## 日本エコレザーの6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有害化学物質を検査している  
(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ている  
(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

日本エコレザーのロゴが変わります

従来のロゴ

新ロゴ



Japan Eco Leather

(従来のロゴも当然の間、併用してご使用いただけます)

### 吉村

定番の革で認定を取るのが一番やりやすいでしょう。

### 稲次

質問があつたらどんどん言ってください。

### 飯塚

まだ何を聞いていいかが分かってない。うちの企画チームからは、環境対応の革とかやらなくていいのですかって言ってきています。私自身が率先して勉強しないとだめですね。

### 吉村・稲次

一緒にやりましょう。

「日本エコレザー座談会・対談」は  
www.japan-ecoleather.jp の項でご覧いただけます