

令和 2 年度経済産業省委託事業

令和 2 年度皮革産業振興対策調査等

(皮革用語の JIS 化対応等調査)

報告書

令和 3 年 3 月

株式会社矢野経済研究所

－目次－

第 1 部 本調査事業の概要

- 1. 事業の実施目的..... 7
- 2. 事業内容、及び事業実施方法..... 8

第 2 部 ISO15115（Leather vocabulary）の JIS 化に向けた調査

- 1. 皮革用語における規格（標準）化の世界動向について 11
- 2. 海外における皮革用語規格（標準）のケーススタディについて 14
- 3. 皮革用語規格（標準）策定関与機関へのヒアリングとその内容について 18
- 4. 海外事例の調査からみえてくる皮革用語の規格（標準）化を進める上でのポイント 24

第 3 部 国内皮革関連業界の意識調査

- 1. 国内皮革関連業界の意識調査の目的と実施概要について..... 29
- 2. 国内皮革関連業界へのヒアリングとその内容について 31
- 3. ヒアリング結果からみえてくるポイント 45

第 4 部 消費者の意識調査

- 1. 消費者の意識調査の実施概要について 49
- 2. スクリーニング調査の内容と結果 53
- 3. 本調査の内容と結果 59

第 5 部 より効果的な周知、普及策についての検討

- 1. 海外事例に学ぶ皮革用語の JIS 化対応の方向性とポイント..... 87
- 2. 製品メーカー、消費者等の意識調査からみえてくる JIS 化対応の方向性とポイント 89
- 3. より効果的な周知、普及策についての提言 90

第 1 部

本調査事業の概要



1. 事業の実施目的

本来、動物由来のものを意味する「Leather(レザー、革、皮革)」という用語は現在、合成皮革、人工皮革、フェイクレザーなど非動物由来の皮革風の素材を含め、様々な形で使用されている。これに対して、イタリアなどEU諸国をはじめ皮革関連産業主要国では、「Leather」については、本来の意味である動物由来のものに限定して使用する標準化や法規制の動きがみられる。国際規格であるISO15115（Leather-Vocabulary）においても同様の定義が明示されていることから、国内規格である日本産業規格（JIS）等でも対応について検討を行っていく必要がある。

上記のことを踏まえ、本調査事業では、JIS化に向けて海外動向の調査を行うとともに、用語法や、これに伴う国産の動物由来皮革及び非動物由来の皮革風素材に対するイメージや評価、JIS化に関する意見等について、関連する製品メーカー、消費者等を対象とする必要な意識調査等を行い、JIS化に向けた課題の整理及び国産の動物由来皮革と適切な用語法に係る効果的な周知・普及策について検討することを本事業の目的とする。



2. 事業内容、及び事業実施方法

先述した事業目的を達成するために、本調査事業では以下の調査を実施した。

1) ISO15115 (Leather-Vocabulary) の JIS 化に向けた調査

文献や電子メール・電話・オンラインヒアリング等を基に、JIS 規格化に向けて ISO 15115 (Leather - Vocabulary)、EN 15987 (LEATHER - TERMINOLOGY - KEY DEFINITIONS FOR THE LEATHER TRADE) などの皮革関連用語の国際規格や、国際タンナーズ協会の加盟主要国（3ヶ国程度）の「Leather」という用語使用等に関する法規制や取り組みなどの動向について調査し、整理・分析する。

尚、(1) では「Leather (レザー、革、皮革)」という用語の標準化において海外先進事例で主流となっているやり方・内容を明らかにした上で、皮革関連用語の JIS 化に向けた「素案作り」や「方向性」を検討する。

2) 製品メーカー、消費者等の意識調査

現行の天然皮革、合成皮革、人工皮革などの素材メーカーや素材を使用する製品メーカー、消費者、ファッション業界関係者等を対象に必要な意識調査等（アンケート、インタビュー等）を行い、関連する用語法やこれに伴う天然皮革、合成皮革、人工皮革などの素材、素材使用製品に対するイメージや評価等を把握するとともに、JIS 規格化による変化・影響の可能性や意見等について整理・分析する。

意識調査等は、用語法に関する JIS 化の検討及び (3) に示す効果的な周知、普及策の検討を十分に行うことができる規模で実施する（消費者を対象とするアンケート合計 1,800 サンプル回収、消費者及び関連メーカー等に対するインタビュー合計 25 者程の調査を実施）。

尚 (2) では、皮革素材や使用製品に対する用語のイメージや認識、各社の定義、問題点などの意識調査を行うだけでなく、(1) で作成した、皮革関連用語 JIS 化の「素案」や「方向性」に対する評価・意見・助言などヒアリングし、(1) の仮説を検証する。

3) より効果的な周知、普及策について検討

上記、(1) から (2) の調査結果を基に、皮革用語の JIS 化に向けた課題を整理・分析するとともに、国産の天然皮革と適切な用語法について、効果的に周知・普及する方策について検討し提案を行う。

また、調査及び検討結果について、今後、関連業界や消費者に周知・普及するために参考となる情報素材として活用できるよう分かりやすい概要版の作成を行う。

4) 報告書の作成

上記 (1) から (3) の内容を踏まえ報告書を作成する。

以上

第 2 部

ISO15115 (Leather vocabulary)

の JIS 化に向けた調査

1. 皮革用語における規格（標準）化の世界動向について

1) 世界における皮革用語の規格（標準）化の代表事例

ここでは、皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討するに際し、ヒントや注意点などを探るべく皮革に関する用語規定に取り組む世界各国の先行事例についてケーススタディを行う。世界における皮革用語の規格（標準）化の動きは欧州を中心にいくつか散見される状況だが、影響力が高いとみられる代表的な事例を抽出したのち、地理的な影響範囲（縦軸）と法的強制力の有無（横軸）によるマトリクスによって整理したものが図表 1-1 となっている。

まず、世界共通の国際規格として規定されているものでは、国際標準化機構が定める世界基準『ISO15115（Leather vocabulary）』が代表的であり、皮革に関する業界用語が数多く規定されている。この他にも、民間かつ非営利団体の任意規格ながら世界最大規模の標準化団体 ASTM International（※旧称 American Society for Testing and Materials：米国材料試験協会）が定める皮革用語集『ASTM D1517-18（Standard Terminology Relating to Leather）』などもある。ただし、いずれの規格も法的な強制力を伴うものではない。

図表 1-1. 皮革用語の規格（標準）化の事例と体系

	法的強制力なし						法的強制力あり			
	規格	標準	基準	ガイドライン	指針	行動規範	法令			
							法律	命令		
						政令		省令	条例	
国際規格	① ISO15115 (Leather vocabulary)									
	② ASTM D1517-18 (Standard Terminology Relating to Leather)									
地域規格	③ EN15987 (Leather Terminology Key Definitions for The Leather Trade)									
国家規格	④ BS-EN15987 ※イギリス ⑤ DIN-EN15987 ※ドイツ …など、CEN加盟国は③のEN規格の実装が義務付けられているため、自国の言語に翻訳して運用している。 ⑥ QB/T 2262-1996 (Terms of Leather Industry) ※中国 ⑦ GB/T 33392-2016. (Leather and Fur—Chemical Tests) GB 20400-2006 (leather products) ※中国						⑧ Legislative Decree 9 June 2020, n.68 ※イタリア			

※矢野経済研究所作成

図表 1-2. 皮革用語の規格（標準）化の事例とその概要

規格名	策定機関	概要
① ISO15115	国際標準化機構 (International Organization for Standardization)	「ISO15115」は、世界的な商取引の公正化を目的に、皮革に関する業界用語を規定した国際規格。
② ASTM 規格 D1517-18	ASTM International (※旧称 American Society for Testing and Materials)	民間・非営利団体による任意規格ながら、世界最大規模の標準化団体が規定している皮革製品に関する用語集。用語規定である D1517-18 の他にも、試験や検査に関する D1814-70 などが存在している。
③ EN15987	欧州標準化委員 (Comité Européen de Normalisation[CEN])	日本では一般に「EN 規格」や「欧州規格」と呼ばれるもので、「EN15987」では皮革貿易の公正化を目的に皮革に関する業界用語を規定した欧州統一規格。この EN 規格が、EU 各国の国家規格として出版される。
④ BS-EN15987	英国規格協会 (British Standards Institution) ※イギリス	欧州統一規格である「EN15987」が、英語に翻訳されたもの。
⑤ DIN-EN15987	ドイツ規格協会 (Deutsches Institut für Normung e.V.) ※ドイツ	欧州統一規格である「EN15987」が、ドイツ語に翻訳されたもの。
⑥ QB/T 2262-1996	全国毛皮制革機械标准化中心 ※中国	業界用語の統一を目的に、China Leather Industry Research Institute Fur Tannery National Standardization Center（全国毛皮制革機械标准化中心）が定めた業界規格。
⑦ GB/T 33392-2016. GB 20400-2006	中国国家標準化管理委員会 ※中国	「中国国家標準規格（通称 GB 規格）」の中で定められている、皮革の加工処理（例：アゾ染料など）や皮革を用いた商品に関する国家規格。
⑧ Legislative Decree 9 June 2020, n.68	イタリアタンナーズ協会 (Unione Nazionale Industria Conciaria [UNIC]) ※イタリア	2020 年 5 月にイタリア閣僚会議の中で承認された皮革素材や製品のラベリングに関する新法。皮革に関する用語の使用厳格化を目指したもので、動物由来でない素材に「レザー」という名称を使うと罰金刑の対象となる。

※矢野経済研究所作成

次に、数か国がまとまって制定する地域規格には、欧州標準化委員（Comite Europeen de Normalisation ※通称 CEN）が定める『EN15987（Leather Terminology Key Definitions for The Leather Trade）』がある。これは欧州の統一規格で、人工皮革には、たとえ接頭辞・接尾辞としても「革（レザー）」という用語を使用できないという禁止規定がある。また、本革であっても修飾語と組み合わせて使う際のルールが明記されており、その革の産地（例：イタリアンレザー）や動物革の特徴（例：カーフレザー）、色（例：ブラックレザー）などを示すような場合に限られている。

尚、CEN 加盟 30 か国では、この EN 規格を国家規格として実装することが義務付けられている。そのため、各国はそれぞれ自国の言語に翻訳して運用しており、イギリスの場合は英語原文ままの『BS-EN15987』として、ドイツではドイツ語に翻訳した『DIN-EN15987』として、各国で規定・運用されている。

また、1991 年に ISO（国際標準化機構）との間で締結された「ウィーン協定」により、CEN は国際規格原案の作成が認められている。その結果、この『EN15987』に記載されている内容と先の『ISO15115』の内容は原則統一化されているため、国会規格に対しても影響力の強い規格（標準）となっている。

ただし、この『EN15987』も法的な強制力を伴うものではないことから、国際規格や地域規格のカテゴリーにおいては、皮革用語の使用に関する法的強制力を伴ったルールは世界に存在していない状況とも言える。

最後に、各国が制定する国家規格には、先述したとおり CEN 加盟国がそれぞれ実装している各国の EN 規格（BS-EN15987 や DIN-EN15987 など）が代表的と言えるが、アジア域内でも中国の「全国毛皮制革機械标准化中心（China Leather Industry Research Institute Fur Tannery National Standardization Center）」

が業界用語の統一のために規定している『QB/T 2262-1996 (Terms of Leather Industry)』などの事例が見受けられる。

このような状況下、皮革に関する用語規定で最も先行しているのはイタリアである。同国では2020年5月28日に、皮革素材や製品のラベリングに関する新たな新法の『Legislative Decree 9 June 2020, n.68 (革という用語の規制について)』がイタリア閣僚会議の中で承認された(※同年10月24日より有効)。これにより、イタリア国内では皮革に関する用語の使用がより厳格化され、動物由来でない素材に「レザー」という名称を使った事業者は罰金刑の対象となることが決まった。中でも『cuoio(靴やベルトに用いられる革)』や『pelle (動物由来の革)』、並びに『pelliccia(毛皮)』という3つの皮革用語の使用などについて特に厳しくルール化されていて、これら用語を接頭辞または接尾辞として使用しても罰金刑の対象となる。

このように、皮革に関する用語規定に取り組む世界各国の先行事例の中では、イタリアの『Legislative Decree 9 June 2020, n.68 (革という用語の規制について)』が、唯一法的強制力を備えており、最も厳しいものとなっている。そして、今回のこのイタリアにおける法令化の動きを受けて、タンナーの欧州共同連合「欧州皮革産業連合会(COTANCE)」では、EU域内においても同様の規定と法制化を目指すようEUに対して働きかけていることもあり、このような法令化の動きが今後さらに広がる可能性もある。

2) 特に注目すべきとみられる皮革用語の規格(標準)化の事例

以上のような状況を踏まえると、皮革用語のJIS化対応の検討に際して有用な事例とみられるのは、『ISO15115』や『EN15987』、『ASTM D1517-18』、などと判断できる。強制力という意味においては、最も先行しているのはイタリアの『Legislative Decree 9 June 2020, n.68』ではあるものの、法的拘束力を備えたいわゆる「法令」という位置付けにあり、JIS(日本産業規格)のような規格(標準)ではない。そのため、本調査では先に挙げた3つの先行事例の方が適切であるとみなし、本調査ではこれらの事例の調査・研究を行った。

図表 1-3. ケーススタディの対象とした事例について

	法的強制力なし						法的強制力あり			
	規格	標準	基準	ガイドライン	指針	行動規範	法令			
							法律	命令		
								政令	省令	条例
国際規格	① ISO15115 (Leather vocabulary) ② ASTM D1517-18 (Standard Terminology Relating to Leather) ③ EN15987 (Leather Terminology Key Definitions for The Leather Trade)									
地域規格										
国家規格										

ケーススタディの対象とした世界事例



2. 海外における皮革用語規格（標準）事例のケーススタディについて

1) ISO15115 (Leather vocabulary)

ケーススタディの1つ目として『ISO15115 (Leather vocabulary)』を取り上げる。国際規格の代名詞とも言えるISO規格の中には、現在、皮革に関する業界用語を規定したこの『ISO15115』が盛り込まれている。これは国際標準化機構の技術委員会メンバーによる検討を経て2019年7月29日に制度化されたもので、皮革業界で使用される103用語について定義を定めている。

規定されている用語は、「material（素材）」、「process（製造工程）」、「performance（性能）」、「physical characteristics（物理的特性）」、「chemical characteristics（化学的特性）」、「equipment（設備・備品）」というように大きく6カテゴリーに分かれており、素材について規定した用語が全用語の約半分を占めている（※図表1-4参照）。

図表 1-4. ISO15115 で規定されている皮革用語数

カテゴリー	単語例
規定されている用語総数	103
①material（素材）	50
②process（製造工程）	27
③performance（性能）	13
④physical characteristics（物理的特性）	7
⑤chemical characteristics（化学的特性）	3
⑥equipment（設備・備品）	3

※ISO15515 を基に矢野経済研究所作成

図表 1-5. ISO15115 で規定されている皮革用語例

カテゴリー	用語例（※一例）
①material （素材）	・ Leather（革） ・ split leather（スプリットレザー） ・ aniline leather（アニリンレザー） ・ metal-free leather（メタルフリーレザー） ・ organic-tanned leather（有機なめし革） ・ vegetable-tanned leather（植物性なめし革） ・ wet-blue（ウェットブルー） ・ nappalan（ナツパン） ・ nubuck（ヌバック） ・ suede velour（スエード ベロア） 他
②process （製造工程）	・ tanning（なめし） ・ finishing（仕上げ） ・ glazing（グレージング） 他
③performance （性能）	・ abrasion resistance（耐摩耗性） ・ boil test（沸騰試験） ・ burst strength（破裂強度） 他
④physical characteristics （物理的特性）	・ nappalan finish（ナツパン仕上げ） ・ substance（物質） 他
⑤chemical characteristics （化学的特性）	・ degree of tannage（なめしの程度） ・ T/NT ratio（T/NT 比） 他
⑥equipment （設備・備品）	・ drum（ドラム） ・ barkometer（バルコメーター） 他

また、各用語の規定内容を具体的にみると、必ずしも解釈や認識に相違やズレが生じやすい曖昧な用語だけに限らず、皆の解釈や認識が一致しやすい一般的な皮革用語に対してもその意味や基準などが規定されている。とはいえ、この規格で注目すべきは、類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」や、解釈のズレや誤解を生じやすい「split leather（スプリットレザー）」のような曖昧になりつつある用語について、その意味と使用方法が具体的にルール化されている点にある。例えば、「leather（レザー）」という用語の場合、動物由来の革でないとそもそも使用することができないことが明記されている。加えて、革の銀面（※製革工程で毛及び表皮を除去した真皮の表面）が完全に除去されてしまっている革は、「split leather（スプリットレザー）」や「suede leather（スエードレザー）」などのように別の用語を用いる必要がある。また、任意の表面コーティングを施す場合には、その厚さが 0.15mm 以下というような明確な規定もある。さらには、「床革」と呼ばれる銀面のない「split leather（スプリットレザー）」に対しても、「middle split（ミドルスプリット）」や「flesh split（フレッシュスプリット）」などのように、断層面の部位に応じて呼称が規定されている。

尚、具体的な規定内容もさることながら、海外先行事例には押さえておくべき重要なポイントがある。それは、この『ISO15115』と次の事例で詳述する『EN15987』のどちらにも登場する重複用語は、規定内容がまったく同一となっている点である。例えば、「leather（レザー）」や「split leather（スプリットレザー）」はどちらの規格でも取り上げられている用語だが、規定内容や基準は原則同一である。

先述したとおり、『EN15987』は、CEN（欧州標準化委員）によって策定された欧州統一規格だが、ウィーン協定により CEN は ISO と共同で規格を検討することが定められているため、CEN が定める EN 規格は ISO 規格への影響力が非常に強い。ゆえに、『EN15987』は、『ISO15115』が制度化される約 4 年前（2015 年 2 月）に既に策定されていて、皮革用語規定の先駆けであり実質的な業界標準になっているのは『EN15987』と言っても過言ではない。それゆえ、今後日本が国際ルールとの整合性を図っていくのであれば、必然的に『ISO15115』、ひいては『EN15987』などと統一化していく必要があるとみられる。

2) EN15987 (Leather Terminology Key Definitions for The leather Trade)

ケーススタディの2つ目として『EN15987 (Leather Terminology Key Definitions for The leather Trade)』を取り上げる。加盟30か国に対し国家規格として実装することを義務付けることができるこの『EN15987』は、EU圏内で非常に影響力の強い皮革用語規定となっている。また、先にも述べたとおり、国際規格『ISO15115 (Leather vocabulary)』の規定内容とも統一化が図られているため、世界ルールの“土台”とも言えるような皮革用語規定でもある。

尚、この規定のポイントとしては大きく2つある。1つ目は、規定用語が重要な用語に絞り込まれている点である。

『EN15987』で規定されている皮革用語は、全部で33語しかない。これらの用語は「key terms (重要な用語)」、「qualifying terms (適格要件)」、「specific leather terms (特定の革用語)」、「others (その他)」などのカテゴリーに分けられ、『ISO15115』では取り上げられていない固有の用語規定の存在も散見されるものの、ISOと共通する用語については原則統一化が図られている。

もう1つのポイントは、皮革用語の使用についての禁止規定が明記されている点である。人工皮革についてはたとえ接頭辞・接尾辞としても「革 (レザー)」という用語を使用することはできないものと明記されている。また、本革を修飾する用語として用いる場合にも、その革の産地 (例: イタリアンレザー) や動物革の特徴 (例: カーフレザー)、色 (例: ブラックレザー) などを表現する場合に限るなど、利用ルールが細かく規定されている。

図表 1-6. EN15987 で規定されている皮革用語数

カテゴリー	単語例
規定されている用語総数	33
①key terms (重要な用語)	8
②qualifying terms (適格要件)	13
③specific leather terms (特定の革用語)	10
④others (その他)	2

※BS-EN15987 を基に矢野経済研究所作成

図表 1-7. EN15987 で規定されている皮革用語例

カテゴリー	用語例 (※一例)
①key terms (重要な用語)	- Leather (革) - split leather (スプリットレザー) - wet-blue (ウェットブルー) 他
②qualifying terms (適格要件)	- metal-free leather (メタルフリーレザー) - organic-tanned leather (有機なめし革) - vegetable-tanned leather (植物性なめし革) - aniline leather (アニリンレザー) 他
③specific leather terms (特定の革用語)	- nappalan (ナツパラン) - nubuck (ヌバック) - suede/velours (スエード/ベロア) 他
④others (その他)	laminated and laminated split leather (ラミネートおよびラミネートスプリットレザー) 他

3) ASTM D1517-18 (Standard Terminology Relating to Leather)

ケーススタディの3つ目としては、『ASTM D1517-18 (Standard Terminology Relating to Leather)』を取り上げる。これは、民間かつ非営利団体の任意規格ながら世界最大規模の標準化団体 ASTM International (※旧称 American Society for Testing and Materials : 米国材料試験協会) が定める皮革用語集である。

この ASTM International では、約 130 分野（プラスチック、金属、塗料、繊維、石油、建設、エネルギー、環境、消費財、医療サービス・機器、コンピュータシステム、電子機器など）について、標準試験方法、仕様、作業方法、ガイド、分類、用語集などを作成し出版しており、任意規格ながらも各国で法規制などの基準に用いられたりすることもあるなど影響力の強い規格である。

皮革用語に関係する『ASTM D1517-18』は 2018 年に制定されたもので、規定内容を遵守することで ASTM 規格番号の標記ができる。ポイントとしては、規定されている用語の数が多い点 (※303 用語) と、『ISO15115』や『BS-EN15987』などの他の規格との統一化は特に図られておらず、独自の規定内容となっている点である。

なかでも「leather (レザー)」については、具体的かつ細やかに禁止規定が設けられている ISO や EN と異なり、「人工皮革や再生素材を用いたものはレザーとは言えない」という規定内容にとどまっており、総じて比較的ゆるやかな規定内容になっている。

図表 1-8. ASTM D1517-18 で規定されている皮革用語数

カテゴリー		単語例
規定されている用語総数		303
	①general terms (一般用語)	282
	②terms Applicable to Sample (サンプルに適用される条件)	21

※ASTM D1517-18 を基に矢野経済研究所作成

図表 1-9. ASTM D1517-18 で来てされている皮革用語例

カテゴリー	用語例 (※一例)
①general terms (一般用語)	・ leather (革) ・ boil test (沸騰試験) ・ finish (仕上げ) ・ nubuck (ヌバック) ・ wet blue (ウェットブルー) 他多数
②terms Applicable to Sample (サンプルに適用される条件)	・ delivery (納品) ・ examination (試験) ・ inspection (試験) ・ sample (サンプル) 他



3. 皮革用語規格（標準）の策定関与機関へのヒアリングとその内容について

1) ヒアリング実施目的

規定内容のポイントを抑えるべく海外先行事例のケーススタディを行う一方で、その規格（標準）策定に関与した機関やキーマンへのインタビュー調査も併せて行った。その目的は、制度概要や規定内容といった“ハード的側面”からは把握しにくい、例えば規格（標準）化後の影響や効果、周囲の反対やサポート、取り組みにおける工夫や反省点などのような“ソフト的側面”からの参考情報を得ることにある。

2) ヒアリング実施概要

上述した目的意識のもと、参考意見を聴取すべく、皮革用語の規格（標準）化に関与した主要機関に対してヒアリング調査を実施した。参考までに、今回の主なヒアリング内容を図表 1-10 に整理しておく。

図表 1-10. 主要機関・キーマンへのヒアリング内容

質問内容（大項目）	質問内容（細項目）
① 規格（標準）化を進めようと考えた背景・目的・いきさつについて	● 生じていた課題・問題 (規格化される前にはどのような問題や不都合が生じていたのか?)
	● 期待した効果・作用 (どのような効果や作用、影響などを期待したか?)
	● 反対・障害の発生 (周囲からの反対や抵抗、調整の難航などはあったか?)
	● 参考にした事例 (規格化に際して参考にした事例、参照したものはあるか?)
	● 外部のサポート・協力 (他からの協力やサポート、連携などを行ったか?)
② 規格（標準）化を行ったことによる効果・影響	● メリット (どのような恩恵があったか、想定していなかった利点などはあったか?)
	● デメリット (どのような損害があったか、想定していなかった不利益などはあったか?)
③ 規格（標準）化を普及・促進させるための活動	● 注力した対象・訴求方法 (特に注力したターゲットや手段などはあったか?)
	● 活用した媒体 (特に活用した媒体やメディアなどはあったか?)
	● 工夫・注力ポイント (普及・促進させるために注力・工夫したポイントは何か?)
④ 規格（標準）化に取り組む場合の留意点・ポイント	● 利害関係者への配慮・調整面 (利害が対立する関係者に対する配慮や調整などについて注意すべきポイントはあるか?)
	● 人員・体制面 (人員やメンバー、組織構成などの面で注意すべきポイントはあるか?)
	● 制度設計・運用面 (規定の内容や範囲などについて注意すべきポイントはあるか?)
	● スケジュール・予算面 (スケジュールや予算・費用面などにおいて予め注意しておくべきポイントはあるか?)
	● 普及・促進面 (JIS 規格化した内容を普及・促進していく上でのポイントはあるか?)

尚、今回のヒアリングの協力を得られたのは、皮革用語の国際規格『ISO15115』やその規格のベースとなっている『EN15987』の検討・策定に関わった「欧州皮革産業連合会（COTANCE）」、「国際タンナーズ協会（International Council of Tanners）」、「国際皮革技術者化学者協会連合（IULTCS）」の3機関である。

ただし、新型コロナウイルス感染症が世界的に蔓延している状況を踏まえ対面形式によるインタビューは行わず、ウェブ会議・電話などの非対面形式の手段を用いた直接インタビューとなっている。参考までに、図表 1-11 にヒアリング対象やその実施時期、手法などを整理しておく。

図表 1-11. ヒアリング対象・手法・時期について

ヒアリング対象機関	ヒアリング時期	ヒアリング手法
① 欧州皮革産業連合会 (COTANCE)	2021 年 3 月 1 日	Web 会議による直接インタビュー
② 国際タンナーズ協会 (International Council of Tanners)	2021 年 2 月 26 日	Web 会議による直接インタビュー
③ 国際皮革技術者化学者協会連合 (IULTCS)	2021 年 2 月 29 日	Web 会議による直接インタビュー

3) ヒアリング実施結果

① 欧州皮革産業連合会（COTANCE）の意見・見解

欧州皮革産業連合会（COTANCE）に対しヒアリングを行った結果を整理したものが、次項の図表 1-12 である。同機関は歴史と伝統あるヨーロッパ地域の皮革製造業の振興を図ることを目的として設立された、域内の皮革関連団体を統括する機関である。それゆえ、そもそも皮革業界を保護すべき立場にある組織だという点には留意を要するが、ヒアリングの結果、この欧州皮革産業連合会が主張する皮革用語の規格（標準）化を進めていく上での重要なポイントは大きく3つに整理できる。

一つ目は、規格（標準）化を効果的なものにするために、規定する用語の数を絞り込むべきという指摘である。あまり多くの用語があると全てを読まなくなるため、15～20 程度の重要な用語に絞って規定していくことが望ましい。

二つ目には、規格（標準）化を検討していく際に、検討メンバーの中にタンナー業者を巻き込むことは必須である一方、類似素材を扱う事業者は排除すべきという主張である。これは議論の混乱を避けるためである。

三つ目として、最も重要なポイントとして、動物由来ではない皮革については「革」という用語の使用を明確に禁止すべきという主張である。理由は、このような禁止ルールを明確に設けることで、「合成皮革」、「人工皮革」、「マッシュルーム由来皮革」、「ヴィーガン・レザー」のような用語の氾濫や濫用を防ぐことができるためである。

★欧州皮革産業連合会（COTANCE）の主張のポイント

- 規定する用語の数を絞り込むべき。15～20 用語くらいが適当。
- 検討メンバーの中にタンナー業者を巻き込むことは必須である一方、類似素材を扱う事業者は排除すべき
- 動物由来ではない皮革については「革」という用語の使用を明確に禁止すべき

図表 1-12. 欧州皮革産業連合会（COTANCE）の見解

ヒアリング時期		・ 2021 年 3 月 1 日
ヒアリング方法		・ Web 会議方式による
規格（標準）化を進めようと考えた背景・目的・いきさつについて	生じていた課題・問題	・ 「皮革」という言葉が、皮革ではない製品も含めて濫用されていたため。「ヴィーガン・レザー」、「人工皮革」、「合成皮革」などのような濫用によって消費者の誤解や混乱が生じていた。
	期待した効果・作用	・ 「皮革」という用語の透明性を担保する必要があった。また、訴訟を起こすようなことがあれば、「標準化」された規定内容を参照することもできると考えた。
	反対・障害の発生	・ 反対や障害などは特にない。
	参考にした事例	・ 規定内容の参照元は、国際タンナーズ協会の皮革用語集『The Glossary of leather Terms』となっている。
	外部のサポート・協力	・ 国際タンナーズ協会とは全面的に協力して基準化に取り組んだ。
規格（標準）化を行ったことによる効果・影響	メリット（利点）	・ メリットは、「皮革」という用語の濫用に対し、異議申し立てをしやすくなったこと。基準化された規定内容に則って異議申し立てができ、勝利できる可能性を高められている。
	デメリット（欠点）	・ デメリットは特にないものの、法的拘束力はないため、皮革用語の濫用者に対し効果がないこともあり得る。
規格（標準）化を普及・促進させるための活動	注力した対象・訴求方法	・ 欧州の統一規格『EN 規格』は、CEN（欧州標準化委員会）が調整・策定している。その CEN のメンバーは、配下の諸外国からなる委員会で構成されている。そのため委員会から自国の皮革生産者やその利害関係者に対し、ルール化された規定を順守するように働きかけた。
	活用した媒体	・ 特別な普及・促進策は行っていない。あらゆるマスメディア・ソーシャルメディアは有効なツールであるため、適宜活用すべきである。
	工夫・注力ポイント	
規格（標準）化に取り組む場合の留意点・ポイント	利害関係者への配慮・調整面	・ 「基準化」を進める上で最も重要な点は、なめし革製造業者を巻き込むことである。逆に、類似素材の供給者は除外されるべきである。なぜなら、利害が対立する立場の者が一緒に統一ルールを作ろうとすると矛盾が生じやすいからである。
	人員・体制面	・ 一方、なめし革への化学薬品供給者や皮革用機械製造業者などを関与させることは、規定を作る上では有効と考えられるため提案したいと思う。
	制度設計・運用面	・ 日本が皮革用語の「基準化」に取り組むのであれば、国際標準化機構（ISO）などの国際規格を参照することが望ましい。 ・ 皮革用語の規定は多すぎると誰も遵守しなくなり形骸化しやすい。そのため、15～20 程度の重要用語に絞り基準化するのが妥当だと思われる。
	スケジュール・予算面	・ スケジュールや予算では特別に留意すべきことはない。特別な費用が内在することもない。
	普及・促進面	・ 「基準化」したものを普及・促進させることもさることながら、法的拘束力を持った「法令」へと昇華できるよう立法機関に働きかけることを提案する。そうすれば、規定に則していない類似素材は市場で販売できなくなるからである。

② 国際タンナーズ協会（International Council of Tanners : 通称 ICT）

国際タンナーズ協会は、1930年に設立された皮革製造業の国際的な組織で、皮革産業に関する意見交換、問題解決のための対策、解決策の伝達、関連組織との連絡、情報の交換などを主な活動内容としている。社団法人日本タンナーズ協会が1980年より加盟している他、①の欧州皮革産業連合会（COTANCE）も欧州の地域グループメンバーとしてICTに所属している。そのため、このICTも皮革業界を保護すべき立場にある組織であるという前提には留意が必要となる。

ヒアリング結果をみると、ICTが主張する皮革用語の規格（標準）化を進めていく上での重要なポイントは、基本的に欧州皮革産業連合会（COTANCE）と一致しているが、付け加えるなら「欧州統一規格との整合性を図ること」というポイントを指摘している。国際的な基準との統一化を図り、世界標準とすることによってより効果や影響力が高まるということがその理由である。

★国際タンナーズ協会（ICT）の主張のポイント

- （基本的には欧州皮革産業連合会と見解は一致している）
- 欧州統一規格（EN15987）との整合性を図るべき。

図表 1-13. 国際タンナーズ協会（International Council of Tanners）の見解

ヒアリング時期		・ 2021年2月26日
ヒアリング方法		・ Web会議方式による
規格（標準）化を進めようと考えた背景・目的・いきさつについて	生じていた課題・問題	・ 動物由来の「皮革」でないことが明らかであるにも関わらず、「皮革」と表記された代替素材が多く出回っていたことから、国際タンナーズ協会として動物由来の「皮革」を保護する必要があった。
	期待した効果・作用	・ 評価や認識に対する曖昧さを排除し、混乱を完全に無くすことを狙った。
	反対・障害の発生	・ 規定する行為には困難がつきものだが、特に反対や障害などは起こらなかった。
	参考にした外部事例	・ 外部の事例などは特に参考にしていない。
	外部のサポート・協力	・ BSI（英国規格協会）など、世界中の様々な規格協会からプロセスを円滑化するための協力は受けたものの、「基準化」の規定内容の策定については独自で取り組んだ。
規格（標準）化を行ったことによる効果・影響	メリット（利点）	・ 実質的には、大きな影響を及ぼすまでには至っていない。しかしながら、一部の国において法的な進歩も見られた。例えばイタリア政府は、規定に則していない素材には接頭後に「皮革」という言葉の使用を禁止する法律を制定した。
	デメリット（欠点）	・ デメリットは特にない
規格（標準）化を普及・促進させるための活動	注力した対象・訴求方法	・ 皮革素材の関連業界に対し周知させただけ。
	活用した媒体	・ 周知方法は電子メールのみ。
	工夫・注力ポイント	・ 工夫したり注力したようなポイントは特にない。
規格（標準）化に取り組む場合の留意点・ポイント	利害関係者への配慮・調整面	・ 「皮革」とは何かを認識している人材がメンバーとして参画していることは重要である。一方、皮革の類似素材に関わる人材はメンバーには必要ない。なぜなら、規定内容を希薄化させるようなパワーが作用してしまうからである。
	人員・体制面	
	制度設計・運用面	・ 皮革業界のニーズを代表し、皮革業界にとって実行可能である規定内容になっていることが重要である。
	スケジュール・予算面	・ スケジュールや予算については特に留意すべきポイントはない。
	普及・促進面	・ 特にない。皮革素材の関連業界に対し周知するだけである。

③ 国際皮革技術者化学者協会連合会（International Union of Leather Technologists and Chemists Societies :通称 IULTCS）

国際皮革技術者化学者協会連合会は、1897 年に設立された国際的な皮革関連の技術者と化学者のための組織である。皮革関連の化学技術者間の知識及びメンバーである各国の協会間の協力を促進させ、化学技術者の経験と交流を世界に広げ発展させることが、この機関の目的となっている。世界の皮革技術の中心的な立場であるがゆえに、皮革に関する提言や ISO 規格の審議も行っている組織である。

今回ヒアリングに対応してくれた担当者は、『ISO15115』の策定にあたり、技術的専門家としての立場として直接関わった人物である。このような立場の人物が、皮革用語の規格（標準）化を進めていく上での重要なポイントを整理すると、大きく 4 点に要約できる。

1 点目は、円滑な議論と実際の商取引の場で実用性のある規定とするためにも、規定する用語の数を絞り込むべきという指摘である。2 点目は、国際的な規定内容と足並みをそろえるべきという指摘である。また、3 点目には、国際感覚が豊かで見識が広い人材などであれば、皮革業界の専門家以外の人材も加えることが重要と述べている。4 点目として、皮革の専門用語に言及する機会があれば、常に規格からの引用を意識的に行い、規格（標準）化された文書の内容を訴え続けることが、規格の普及・促進策の最も重要なポイントになるという意見であった。

★国際皮革技術者化学者協会連合会（IULTCS）の主張のポイント

- 重要な用語に絞り込むことが重要。スムーズな議論と商取引の場で使いやすい効果的な規定内容にするため。
- 国際的な規定内容との一貫性を保つことが重要。グローバルな取引を行う業界だからこそ整合化は不可欠。
- 複数の専門家を検討メンバーに加えることが重要。国際感覚が豊かで見識が広い人間などは理想的。
- 普及・促進させるためには、皮革の専門用語に言及する機会があれば、常に規格からの引用を意識的に行い、規格（標準）化された文書の内容を訴え続けること。

図表 1-14. 国際皮革技術者化学者協会連合会（IULTCS）の見解

ヒアリング時期		・ 2021 年 2 月 29 日
ヒアリング方法		・ Web 会議方式による
規格（標準）化を進めようと考えた背景・目的・いきさつについて	生じていた課題・問題	国際間で皮革商取引を円滑に行うために一貫性のある皮革用語が必要だった。当時の問題点は、現在も完全に解消されていないものの、1 つの皮革用語に対し語彙が多数あり、かつ定義もバラバラであったことである。例えば、英国で使われていた「セミ・アニリン」という用語を例にとっても、英国と他国では異なる定義づけがなされていた。
	期待した効果・作用	・ 「皮革」という言葉の使用に際しての矛盾や誤解が無くなり、国際間の皮革商取引が円滑に行われるための非常に明確なガイドラインとなった。この点は重要で、例えば 1 人の顧客がサプライヤーに立強い苦情を申し立てる場合などの時のように、法律上の問題にも応用することができる。基準化することは、法的対処やガイドラインの整備という意味においても非常に重要である。
	反対・障害の発生	・ 異なる解釈を主張する国が現れ、慎重に協議を進める場面も生じた。時には表現を変更したり妥協をするケースもあったが、ISO 及び EN の 2 つの規定文書を策定するという大きな共通目的があったため、最終的にはなんらかの合意に落ち着くことができた。 ・ 商取引で使用される重要な用語に絞る必要が生じた。議論の対象が皮革用語以外の分野にも広がってしまうことが頻発したが、皮革用語以外の定義は自分達のミッションではないため、皮革産業にとって意味のある用語に絞り込むことが急務となった。

	参考にした外部事例	1980年に発行された皮革用語の技術的定義本があったので、それらが参考にされた。
	外部のサポート・協力	・各国からそれぞれの専門家が検討メンバーとして参加し、腰を据えて原案の文書作成に取り組んだ。それらは関係者の間で回覧され、何度か協議を経て最終原案となり、各国がそれを承認するか否か投票によって決めた。
規格（標準）化を行ったことによる効果・影響	メリット（利点）	・基準化される前は、ある1つの用語について定義付けても、10年後には誰かが別の意味で定義付けてしまうので一貫性がなかったが、基準化したことで一貫性を担保できるようになった点が最大のメリット。皮革についての多様な製造プロセスやテスト基準に、当該規格を引用することができ、専門用語が明確になった。
	デメリット（欠点）	・デメリットは特にない。
規格（標準）化を普及・促進させるための活動	注力した対象・訴求方法	・交易関連の業界新聞や雑誌を活用した他、新規格が策定された旨を告知するための一連のプレスリリース活動も行った。
	活用した媒体	・また、皮革の専門用語に言及しなければならない機会があれば、ISO規格とEN規格の内容を引用して、それら専門用語のバックボーンには基準化された文書の存在があることを訴え続けた。
	工夫・注力ポイント	・重要な用語に絞ることである。中には何百何千という巨大な規定文書もあるが、実際の商取引の場で使いやすいものではない。そのため、欧州統一規格（EN）の際には、重要な用語に的を絞った。一部の国の事務局からはもっと長い（多い）規格内容を求められたが、規定用語を減らす努力を行い、長い協議の末に減らすことに成功した。
規格（標準）化に取り組む場合の留意点・ポイント	利害関係者への配慮・調整面	・国際感覚の備えた皮革産業の有識者であれば理想的ではあるが、ポイントは複数の専門家と、専門家以外の見識の広い人材を集めることである。これはISO規格の策定を進めるうえでも特に意識した重要なポイントである。
	人員・体制面	
	制度設計・運用面	・国際的な規定との一貫性を保つことが重要である。日本で皮革用語の基準化を目指すのであれば、規定する用語は国際的な規定と整合性を図ることが不可欠である。ゆえに、「EN15987」や「ISO15115」の規定内容と統一を図ることを勧める。皮革業界はグローバルに捉えてもさほど大きな産業ではない。今後、グローバルな商取引を促進させていくためには、既存の規定との整合を図り、一貫性を保つことが重要になると考えられる。
	スケジュール・予算面	・スケジュールや予算については特に留意すべきポイントはない。
	普及・促進面	・上述したとおり、皮革の専門用語に言及しなければならない機会があれば、ISO規格とEN規格の内容を引用して、それら専門用語のバックボーンには基準化された文書の存在があることを訴え続けた。

4. 海外事例の調査からみえてくる皮革用語の規格（標準化）を進める上でのポイント

これまでの海外皮革用語規格（標準）事例のケーススタディと策定関与機関へのヒアリング結果を踏まえ、皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討していく上での重要とみられるポイントをここで改めて整理する。

海外先行事例の規定内容におけるポイントは、非動物由来の皮革風の類似素材との差別化・区別化を図ることが念頭に置かれているため、ヴィーガン・レザーなどの例のように用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」という用語について、その意味や定義、使用方法、基準などが具体的に明文化されている点が最大のポイントになっている。用語の濫用に対する問題意識は日本国内でも共通しているため、皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討していく上では、このような海外事例に足並みを揃えていくかどうかは 1 つの議論のポイントになるだろう。

また、欧州域内では皮革産業の歴史が古いため、伝統ある欧州の皮革産業を保護する意識が非常に強いことも大きなポイントである。それゆえ、規格（標準）化の背景には高品質な特に日本製の人工皮革が念頭に置かれており、その“本革風類似素材”と本革とを明確に区別できるような規定内容となっている。日本においても、国内皮革産業の保護に焦点を当てる場合には、海外事例と足並みを揃えて同様の規定を設けることは国際取引を円滑化する意味も含めて意義は大きい。

しかしながら、皮革産業が重要な国内産業である点は欧州と共通しているものの、国際的にも高い競争力を維持している人工皮革も自国の産業となっている点において、日本と欧州は決定的に異なる。そのため、国内皮革産業と人工皮革産業のトレードオフの問題を調整しなければならず、繊細な議論と配慮が求められるのが日本固有の問題となっている。

さらに、海外先行事例では、欧州統一規格（EN）と国際規格（ISO）の規定内容が統一化されている。これは、世界的な影響力の側面からみても、また効果的な周知・普及策の側面からもみても効果を高める作用があり、海外皮革用語規格（標準）の事例を捉える上で非常に重要なポイントになっている。

図表 1-15. 海外皮革用語規格（標準）事例を捉える上で重要なポイント

視点	重要なポイント
規格（標準）化の内容	類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」と、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）を取り上げ、その意味定義、使用方法、基準などが具体的に明文化されている点。
規格（基準）化の目的	主に日本製を中心とする高品質な人工皮革との差別化・区別化を図り、欧州の歴史ある伝統産業である皮革産業の保護を図ることが目的となっている。
効果を高める工夫	ウィーン協定のもと、欧州統一規格「EN」と世界共通の国際規格「ISO」の規定内容の統一化を図ることによって、欧州域内だけでなく、国際的にも影響力の高い規格（標準）になるよう工夫を図っている。

このような先行事例から得られた示唆により、日本が皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討していく上で参照すべき重要なポイントは 3 つあると考えられる（※図表 1-16）。

図表 1-16. 皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討していく上で重要なポイント

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">① EN15987、ISO15115 の規定内容との統一化を図る② 規定する用語については重要な用語に絞り込む③ 検討メンバーの構成には十分な留意が必要 |
|---|

ポイントの 1 つ目は、「EN15987」や「ISO15115」の規定内容との統一化を図ることである。人工皮革の高品質化に伴い、天然皮革と合成皮革・人工皮革の区別が難しい状況は欧州だけでなく日本でも同様である。そのため、皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討する上では、海外事例と同じく、類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」という用語を中心に、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）なども対象に含め、その意味定義、使用方法、基準などが具体的に明文化していくべきであろうと考えられる。

また、このような欧州統一規格や国際規格などと足並みを揃えることは、効果や普及を促進させる上でも非常に有効とみられる。欧州統一規格「EN」と、世界共通の国際規格「ISO」の規定内容の統一化を図ることによって、国際的な商取引がさらに円滑に進むことも期待できる。

しかしながら、欧州と異なる日本特有の事情がある点にも十分注意しなければならない。合成皮革・人工皮革は、日本が世界に先駆けて商業化に成功し、現在でも高い競争力を保つ製品カテゴリーである。それゆえ、日本においてはこれらの関連産業との連携や配慮は必要で、これらの業界も踏まえた議論が必要になるだろう。

ポイントの 2 つ目は、規定する用語については重要な用語に絞り込むことである。策定関与機関へのヒアリングでも指摘を受けたとおり、より効果的にするためにも、それを普及・促進させる上でも、用語が多いことはマイナスに作用する可能性が高い。多すぎると誰も遵守しなくなり形骸化しやすいばかりか、実際の商取引の場でも使いにくいものになるのが実情のようである。

ポイントの 3 つ目は、検討メンバーの構成には、日本においては特に十分な留意が必要とみられる点である。策定関与機関へのヒアリング結果でも全員が指摘していたとおり、規格（標準）化の議論の過程では、見解の不一致による調整の難航が必ず表出しているようである。それゆえ、メンバー構成には「人工皮革関連事業者は検討メンバーから除外すべき」という助言もあったが、人工皮革が日本の主要産業の一翼を担っている状況を考えると皮革製造業だけの組織構成は現実的には難しいとみられ、メンバー構成には十分な配慮と注意が必要になるだろう。

第3部

国内皮革関連業界の意識調査

1. 国内皮革関連業界への意識調査の目的と実施概要について

1) ヒアリング実施目的

第2部でみてきたとおり、皮革用語のJIS（日本産業規格）化対応を検討するに際しての重要とみられるポイントは、円滑な国際間取引や周知・普及の促進を図る上でも、「EN15987」や「ISO15115」の規定内容との統一化を図ることが望ましいと考えられる。より具体的に言えば、類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」という用語や、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）などについて、その意味や定義、使用方法、基準などを具体的に明文化しておくという方向性となる。

しかしながら、伝統産業である皮革産業の保護に専念できる欧州と異なり、日本は国際的にも高い競争力を維持している人工皮革も自国の主要産業となっているため、根本的に欧州とは事情が異なっている。皮革用語のJIS化において「EN15987」や「ISO15115」との統一化を図っていくことは、合成皮革や人工皮革という呼称を国内で使えなくすることと同義であることから、国内の皮革産業はもとよりその周辺の関連産業の事業者との協力や連携は不可欠な状況と考えられる。

そこで第2部では、業界関係者に幅広く意見や見解を聴取し、海外事例研究の中で見えてきた皮革用語JIS化対応における方向性について、その妥当性や実現可能性を探っていくことを目的としている。

2) ヒアリング実施概要

業界関係者のヒアリングにおいて重要なポイントは、代表性を担保できるよう関連産業の意識・見解を幅広く聴取することである。そのため、ここでは国内皮革関連産業はもとよりその周辺産業や、人工皮革などを含む関連産業まで幅広くヒアリングを行った。

具体的には、皮革製品の各種業界団体をはじめ、タンナー（天然皮革製造業者）や皮革専門商社、皮革製品メーカー・SPA（製造小売）、そして合成皮革・人工皮革メーカーなどである。また、主なヒアリング内容は、「①皮革用語の規定・使用に関する実状について」、「②皮革用語が規格（標準）化されていない現状に対する見解・問題意識について」、「③皮革用語のJIS化に向けての見解・要望について」という大きく3つの視点から質問を行った（※図表2-1、2-2 参照）。

図表 2-1. 国内皮革関連業界へのヒアリング内容

① 皮革用語の規定・使用に関する実状について →現在、業界内、または業界団体の取り組みの中で、皮革用語について正式に、または暗黙的・慣習的に規格（標準）化しているルールや規定などはあるか？あるとしたらそれはどのようなものか？
② 皮革用語が規格（標準）化されていない現状に対する見解・問題意識について →皮革関連用語が規格（標準）化されていないことによって表面化している不都合や問題、障害などはあるのか？あるとしたらそれは何か？どのようなものがあるか？
③ 皮革用語のJIS化に向けての見解・要望について →仮に皮革関連用語のJIS化を進めるとしたら、どのような点に注意・配慮して欲しいと考えるか？要望などはあるか？

図表 2-2. 本調査で協力を頂いた団体・企業一覧（※順不同）

業種・業態	団体・企業名	ヒアリング数
皮革関連産業主要団体	1. 日本靴小売商連盟 2. 全日本革靴工業協同組合連合会 3. 日本靴工業会 4. 日本ハンドバック協会 5. 日本鞆協会 6. 日本手袋工業組合 7. 日本化学繊維協会 8. 日本革類卸売事業協同組合 9. 全日本爬虫類皮革産業協同組合 10. 全国皮革服装共同組合 11. 日本服装ベルト工業連合会	11 団体
タンナー (皮革製造業)	1. 栃木レザー(株) 2. (株)山陽 3. (有)新喜皮革 4. アークレザー・ジャパン(株)	4 社
皮革専門商社	1. ミツワ産業(株) 2. 吉比産業(株) 3. (株)丸喜 4. (株)片岡商店	4 社
皮革製品メーカー SPA（製造小売）	1. エース(株) 2. (株)クイーボ 3. (株)土屋鞆製作所 4. (株)ヒロカワ製靴 5. (株)ヘルツ	5 社
合成皮革・人工皮革業界	1. 日本化学繊維協会 2. 帝人コードレ(株) 3. 東レ(株)	3 社
合計		27 社

2. 国内皮革関連業界へのヒアリングとその内容について

1) 皮革用語の規定・使用に関する実状について

ここでは、国内皮革関連業界に対し「皮革用語の規定・使用に関する実状について」の意見について聴取した結果をまとめている。

サイズや寸法などは「JIS 規格」、原産国や使用素材の表示については「家庭用品品質表示法」で表示規定が設けられているものの、位置付けや規定が不十分な点是否めず、今回の中心的論点となっている用語の濫用を解消する制度設計には至っていないのが実情とみられる。各業界団体が独自にそれぞれ用語の定義や品質表示規定などを設けているものの、各団体同士の横の連携が十分とは言えないため、周知・普及は限定的な状況である。

以下に、各団体・企業ごと意識・見解を整理する。

① 皮革関連産業主要団体による意見・見解	● 各業界団体それぞれで皮革用語の標準化の取り組みは進めている。日本皮革産業連合会がまとめた「皮革用語辞典アプリ」は標準化の取り組みの最たるもので、各団体で標準化を進めてきた皮革用語を吸い上げて、皮革業界の総意として用語を定義したものである。本組合としては、業界内だけでなく一般消費者にも届けようということで、レザー・ソムリエでも「皮革用語辞典アプリ」を推奨している。 ● 一方で、「〇〇レザー」という用語が乱用されている。私自身が経営している皮革卸商でも「（地域名）レザー」というブランド名を使用しており大きな声ではいえないが用語の整理が必要であると考えている。 ● 皮革用語は、2000 年発行「エキゾチックスキンの基礎知識」が組合内のベースになっている。業界に携わる人材の商品知識向上を目的として刊行したため、皮革用語のみに特化している訳ではないが、改訂を繰り返しながら現在も使用し続けている。 ● 品質では、エキゾチックレザー製品の品質を保証する製品表示「JRA タグ」が業界の共通ルールとなっている。JRA タグは、ワシントン条約に基づき正しく輸入された皮革で、日本で造られた日本製品の証として信頼を提供するものとなっている。 ● 靴の業界においては、天然皮革や本革であることを保証する定義やシンボルマークがない。他の製品では独自規格として取り組んでいる事例があるようだが、あくまで各業界の局所的な取り組みに過ぎず、業界全体として連携するような動きにはなっていない。 ● 靴業界では、家庭用品品質表示法によって使用している皮革素材についての表示義務は存在する。また、JIS 規格によって靴のサイズ周りについても規定されている。ただ、そのようなルールはあるものの、高品質の本革を使用しているメーカーや SPA では独自にそのような使用素材を訴求するタグを作ったり、本革でない場合はその旨を伝えるタグを作ったりしており、消費者の認識は企業独自の取り組みによるところが大きいのが実情である。また、JIS 規格に則した製品作りを行うと、デザイン性に制約が生じるなど作り手からみればモノ作りへの自由度が失われてしまう弊害の方が大きいのが実情であり、公的組織向けの製品（警察や自衛隊など）を作っているメーカーでないと取得する動機が生まれないなどの課題が存在している。 ● 靴では JIS によって足のサイズに関する規定が定められているのだが、製品作りを行うメーカーや SPA（製造小売）では JIS 規格に則したサイズ規定を行っていないケースが多く、形骸化している実状がある。例えばメーカー A が提供する「4 E サイズ」と、メーカー B が提供する「4 E サイズ」ではまったくサイズ感が異なるという実状がある。 ● 一方で、用語についての確固たる規定や定義はない。 ● レザー・ウエアの基礎知識として、最低限これだけは知っておく必要があるだろうと思われる点について「衣料革の主な用語」や「衣料用革の種類」をまとめているが、業界での統一ルールといったものは特に定められていない。 ● 組合の活動で、国産レザー・ウエアには経済産業省の認可を受けた品質表示のタグを取り付けるよう働き掛けを行っている。天然皮革衣料に「皮革衣料品質表示マーク」をタグとして縫い付け、表面に使用している材料の名称、サイズに加え、メーカーの「経済産業省大臣承認番号」を記入。タグの裏面にレザー・ウエアの簡単なお手入れ法を書くことで消費者が誤った使い方をしないようにしている。
-----------------------------	---

	● 皮革用語について、業界全体では明確な規定はない。ただし、東日本、西日本ではそれぞれ使用する皮革用語が異なるなど取引上の問題があったため、日本皮革産業連合会が主導し、日本ハンドバッグ協会も協力して「鞆・ハンドバッグ・小物 標準用語集」を制作した。海外の中国の協力工場などに発注する場合に「鞆・ハンドバッグ・小物 標準用語集」を渡しておけば、取引上の共通言語になるので一定の利用価値がある。消費者にも広く知って欲しい内容のため、一般販売も行っている。 ● 皮革素材の表示では、「家庭用品品質表示法（家表法）」を遵守している。
	● 手袋製品は、家庭用品品質表示法に基づく表示ルールが規定されている一方、ゴルフ用手袋や野球用手袋は家庭用品ではないため、家庭用品品質表示法の適用外になるという側面も持つ。
	● ベルト業界では、製品一つとってみても表は本革で裏は合皮など、パーツによっても素材が混用されているのが実情で、本革製といってもどこまでを本革製と定義するのか難しいという実状がある。このような事態を受けて、業界団体として「牛革」や「馬革」という表示方法やレザーマークの付与条件などを独自に定義付けている。
② タンナーによる 意見・見解	● 天然皮革素材の産業においては、皮革の用語については明確な定義はないのが実情であると認識している。ただし、国内生産の天然皮革とそうでないもの区別するため、タンナーズ協会が独自の審査基準を設け「JAPAN LEATHER PRIDE」という認定を行い、認定タグを発行している。
	● 業界内では皮革用語の明確な規定がない。例えば、一般的に「ヌメ革」と言えば、ピット層に溜めた植物タンニン剤に漬け込んで時間をかけて鞣した革を指すことが多いが、明確な定義はない。そのため、植物タンニン剤は使うもののドラムによって簡易的に鞣した革も「ヌメ革」として扱われたりする。 ● 本革は、動物の真皮表面（銀面）を残した「銀付き革」と、その銀面を取り除いた「床革」に大きく区分できるが、この床革に PU（ポリウレタン）などの塗膜を張ったものも「牛革」として販売されている。塗膜を貼った革を「革製」と表記するためには、塗膜面の厚さが 0.15mm 以下という条件が JIS 規格によって定められているものの、その水準は現実的には相当に厚く、プロの目からみても本革なのかどうか分からない。一方、欧州では「床革」や PU などの塗膜を張ったものは区別して表示するようルール化されているため、日本でも追随する必要があると思われる。
	● レザー、革という言葉が合成皮革、人工皮革でも安易に使われている。タンナーとして具体的な被害があるわけではないが、化学品由来のものと動物由来のものは区別して欲しいと考えている。 ● 合成皮革、人工皮革は天然皮革、本革をまねたものであり、天然皮革、本革が本物ということ。 ● 安かろう悪かろうではないが、天然皮革に似せて大量生産、低価格を意図して作られたのが合成皮革、人工皮革である。
	● 現状は「革」、「レザー」という言葉の定義があいまいである。 ● 天然皮革でなくても、革、レザー、皮革等表記しても罪にならない。 ● このため、一般消費者は天然皮革、合成皮革、人工皮革の区別がまったくつかない状況。アパレル、小売業界にいても違いが判らない人がいる。 ● リサイクルレザー、ヴィーガンレザー、フェイクファー（毛皮）など、様々な造語が生まれているのが実情である。
③ 皮革専門商 社による 意見・見解	● 皮革用語は関東や関西で呼び方が違う点が多少なりともある。正しい皮革用語という明確な基準はない。同社も所属する日本革類卸売事業協同組合の「レザーソムリエ」では最低限の用語の統一化が必要であるとの考えで、皮革用語をまとめた経緯がある。 ● 家庭用品品質表示法によって、とくに、鞆においては、合成皮革・人工皮革の表示が義務化されているので消費者は一定のレベルで守られていると思う。ただし、すべてのアイテムでカバーできている訳ではなく、また、合皮と表示していても「〇〇レザー」と書いてあるなど、知識がない人は混乱するだろう。このように、混乱した人の商品購入の判断基準がどうなるかというと、天然か人工かではなく、機能性やデザイン、価格になってくるため、ますますレザーに対する関心が薄れていってしまう。
	● 現状は素材が天然皮革、人工皮革、合成皮革に拘わらず、レザーを冠した商品名、用語が入り混じっている状態である。 ● 用語の共通化に対し、これまで業界はなにも手を打ってこなかった。卸業界も業界全体の課題に対し関心が低かった。それゆえ、外部からの視点が欠如し、エンドユーザーに対するアピールが足りなかったといえる。 ● 動物由来の天然皮革は食とつながっており、人間生活とは密接な関わりを持つ。食品の副産物であり、

	SDG s に則った素材である。 ● 一方、最近では人工皮革、合成皮革に「ヴィーガンレザー」という呼称を使い、非動物由来であることやジェンダーレスをアピールすることにより、天然皮革のシェアを奪っていく動きがある。 ● 広義の皮革用語の定義としては、全日本爬虫類皮革産業協同組合（以下、全バ協）の実施事業である「JRA タグ」がある。 ● JRA タグは正規輸入された革を“国内で加工・製品化した雑貨類”に付される。 ● JRA タグは爬虫類皮革に詳しくないユーザーに対しては一定の訴求効果があると考えている。 ● このほか、一般社団法人日本皮革産業連合会が認定事業を運営する「エコレザー」がある。 ● エコレザーは素材を問わない。エキソチックレザーでもエコレザーに認定されることができる。ただし、エコレザーは国際標準の認証ではなくあまり役に立たない。 ● 貿易に関してはタリフ（関税表）・HS コード（通関コード）があるので、国際間の用語の違い等に不便を感じたことはない。 ● 皮革に関する HS コードは驚くほど細分化されていて、プロでも知らない区分があるほどである。 ● もともと業界内で用語すら統一されていなかった背景があり、業界団体から色々な取り組みによって用語を統一しようという動きは散見されるようになった。 ● しかしながら現実の商取引においては、「機能」や「品質」、「大きさ」など様々な視点があり、しかも取引先それぞれが独自の要求基準を持っている。つまり、取引先の数だけ基準が存在しており、アイテム（かばんや靴など）やメンズ・レディースのような視点も加えると非常にややこしいのが実情で、はっきりとした規格や標準というものはない。
④ 皮革製品メーカー・SPA による意見・見解	● 現状は革、皮革、レザー等、革に関する用語が、不正確かつ安易に使用されている。 ● 合成皮革、人工皮革という用語も若干なりとも皮革が使われているのならばいざ知らず、ポリウレタンなどでできたものに皮革というネーミングをすること自体がおかしいと感じている。 ● 本来、原料が天然皮革であるものだけが、皮革というネーミングが許されるのではない。ただし、合成皮革でも部分的に天然皮革が使われている場合もあり、その場合、合成皮革というネーミングでもしかたないと思う。 ● 現在の消費者、さらには小売や卸も含めて天然皮革と合成皮革、人工皮革の区別がまったくついておらず、実際、見た目だけでは区別がつかない製品、素材も多い。 ● 特に一般の消費者は合成皮革、人工皮革も本物の革だと思い込んでいるので、どうしても価格の安いほうに流れてしまう。 ● 悪意はないにしても、消費者をだましていると言えなくもない。 ● ランドセルなど一部の業界を覗き、カバン業界の中では標準的な基準や定義など明確な規定はなく、個々のメーカーが独自に基準を決めている状況のようである。サイズ感にしても、その会社の通常サイズよりも小さいものを「S サイズ」と表記したり、「A4 ファイル収納」など言い表したり多様な状況である。しかも、どれくらいの余裕があったら「A4 サイズ収納」と表記できるかなども特に決まっていない。 ● 皮革素材については、家庭用品品質表示法に則って商品に記載している。素材の表示になるので「牛革」や「馬革」といった表記になり、天然皮革や本革といった書き方にはならない。「牛革」の書き方だと、人によっては本革を連想しない場合もあり、あまり良い表記の仕方ではないと感じている。実際に店頭ではお客さんにたびたび「商品に本革、天然皮革と表記して」と指摘されることがある。バッグにもプレゼント需要があり、その場合は、「本物の革」であることの箔づけが欲しいのだと思う。 ● 特に定まった用語の活用はしていないが、商品表示としては、消費者が商品を購入する際に適切な情報提供を受けることができるよう、家庭用品品質表示法に準じている。 ● 床革は、牛革と表示せずに、わざわざ「牛床革」と表示するなど、消費者が不利になる情報ははじめから表に出すことで、常に正直であろうと考えている。一般的に価格が高いとされるカーフやスキンは積極的に表示するのに対し、床革を表示しないのは、おかしいと思っている。 ● 特に皮革用語は統一されておらず、そのため取引先との間で、用語の使い方まで話が通じないケースがある。ただ、コミュニケーションで解決しているので問題とは認識していない。社内では、営業部や製造部など部署

	間でも使う用語が異なるので噛み合わないこともある。例えば、営業部では消費者に近い「俗称」を使うことが多い。「シンセティックレザー」や「ビニールレザー」などであり、「レザー」という名称が乱用されている。これらは天然皮革ではないが、もはやそこには天然か合成・人工か、といったカテゴリー分けは関係ないものとして扱われている。 ● シューズの場合、本革か合成皮革、人工皮革の表記をしている。ただ、近年は軽量や撥水性など機能性で消費者に訴求する傾向が強くなっていることから、店頭では本革か合成ということではなく、機能性で訴求している。消費者もよほどの革好き以外は、機能性やデザインで選んでいるように感じる。 ● 皮革用語も商品の用語についても、特に制約を受けることなく自由である。製品表示は「牛革」、「山羊革」など動物の名前を使うことが多い。店頭でもそのように説明している。「本革」や「天然皮革」という用語はあまり使わずに、社内では「リアルレザー」という呼び方をして、店頭では「牛革」など動物の名前で説明している。 ● 家庭用品品質表示法では、靴は対象外になっていることもあり、皮革用語は特に意識していない。
⑤ 合成皮革・人工皮革業界の意見・見解	● 人工皮革、合成皮革という名称は、すでにひとつの名詞として長い歴史のなかで定着し、世間一般に根付いている単語であり、今更、これらの呼び名を変更することは現実的ではない。 ● JIS においても靴甲用 JISK6601:1995 において靴用人工皮革として用語が定義されている。同様に JISK6505:1995 靴甲用人工皮革試験方法として技術的にも定義されている。 ● また、特許権における権利付与においても国内外で人工皮革、アーティフィシャルレザーという単語が多く用いられている。 ● 開発当初、人工皮革は天然皮革をまね、よりそれに近づくように技術開発がされてきたが、現在では人工皮革は独自の進化を遂げており、人工皮革業界としては天然皮革との比較をすることはないし、用語が紛らわしいと感じることもない。 ● 海外取引においては、合成皮革や人工皮革を「synthetic leather」や「man made leather」などの用語で呼称することが一般的である。しかしながら、取引先によっては「man made」や「leather」という用語を使用しないように指摘されることもある。 ● 業界内では、一般的にニット（編物）や織物がベースになっているものが「合成皮革」で、不織布にウレタン樹脂を塗布したものが「人工皮革」という認識の違いはあるものの、明確な規定はない。海外では、人工由来の革素材は「synthetic leather」という一括りで扱われることが多い。また、日本でも家庭用品品質表示法の中には、人工皮革も「合成皮革」という一括りで扱われている。 ● 合成皮革は、編み物などにポリウレタン樹脂を塗布したもの。一方、人工皮革は極細繊維が不規則に編み込まれたものに PU 樹脂を含浸させたもの。ただし、明確な定義がある訳でないため、一般的には混同されることが多いのが実情である。 ● 天然皮革と人工皮革が混同されることはないが、合成皮革と人工皮革という用語においては、消費者は明確な区別が出来ていないのが実情だと思われる。そのため、もしも用語の規格（標準）化に取り組むのであれば、天然皮革・合成皮革・人工皮革の定義をきちんと明確にするいい機会になるかもしれない。

2) 皮革用語が規格（標準）化されていない現状に対する見解・問題意識について

ここでは、皮革用語が規格（標準）化されていない日本国内の現状に対し、どのような問題意識を持っているか、またどのような問題や不都合などが生じているかについて聴収したものである。

結論的に述べると、業種や立場によって各人各様の意見があるものの、総じて言えばメリットとデメリットの双方があるという見解が多い。特に、消費者に近い“川下”側の業種・業態に近づく、天然皮革と合成皮革のそれぞれの長所・短所を踏まえた製品作りをしていることもあるため、皮革用語濫用の状況に対して問題意識が希薄化していく傾向が強い。

① 皮革関連産業主要団体による意見・見解	● 天然皮革、合成皮革、人工皮革も含めて「レザー」「革」の用語を定義すべきタイミングにきているが、化繊メーカーとの接点はない状況。化繊メーカーらと話し合いもせず皮革用語 JIS を決めたとしたら反発はありそうだ。 ● 人工皮革があって天然皮革が際立つ、という側面もあるので、シェアを奪い合うのではなく、お互いが共存共栄できるルール作りには関心がある。 ● 皮革用語 JIS により、例えば「レザー」は動物由来の皮革のみが使える用語になったとしたら、動物由来であることを証明する必要があるだろう。さらに突き詰めると、それが食肉の余った革でエコなのか、環境に配慮してとられた革なのか等々の証明が必要になる。そうなったとしたら皮革のトレーサビリティが必要で、それに対応するとしたらかなりやっかいなことになってくる。 ● 動物愛護の流れもあるので、仮に、動物由来で「レザー」という用語を定義した場合、将来的にマイナスイメージをもたれる可能性だってある。誤解だとしてもネットでマイナスイメージを拡散され、一度付いたイメージを払拭することは難しいので用語の定義を「いつか踏まれる地雷」と感じ、抵抗がある人もいるだろう。
	● エキゾチックレザーの 1 商社という立場では、消費者はフェイクレザー（爬虫類の型押し製品など）との区別がつかないので、消費者保護の観点からはルール化に賛同する気持ちも持っている。 ● ただし、例えば、ワニ革は、必ずしも食肉として食べた残りとして利用するという訳ではないので、消費者の志向が「ワニ革はエコではない」と判断されてしまった場合、エキゾチックレザー離れが起こる可能性がある。もともと高価でもあるし、ある部分で毛皮に似ていて批判も多い（リアルファーとフェイクファーの問題）。JIS 化により明確化するのには、諸刃の剣でもあり、マーケットをシュリンクさせてしまう可能性もあるのではないか。
	● 皮革関連素材の中で天然皮革が最高品質の素材という認識であり、その天然皮革であることを定義・保証する基準やシンボルマークなどが靴業界には存在しない。そのため、純然たる動物由来の「本革」であることを謳うための取り組みは一考する価値がある。 ● そのような背景には、合成皮革・人工皮革の技術と品質の向上がある。製品作りに従事しているプロの目からみても、本革と合成皮革・人工皮革とを見分けことは年々難しくなっている。そのような合成皮革・人工皮革の技術向上に伴う天然皮革との判別困難性の高さが、このような議論を生み出しているものと考えられる。
	● 動物由来である「本革」と、非動物由来の「合皮」という視点で見れば、大きな混乱は生じてない。ただし、エコレザーやヴィーガンレザーなどのような用語が氾濫してきたことで、これらの革が「本革」なのか「合皮」なのか区別が付きにくい状況を招いている。 ● このような混乱を解消するために用語の意味や定義を明確にすることは良いが、一方の業界が利益を享受し、もう一方の業界が不利益を被るような事態を招いてはならない。
	● 本組合が「皮革衣料品質表示マーク」を取り組んでいるのと同様に、全皮協では JRA タグの取り組みを行っている。こうして業界が独自に進めていることに水を差すことにもなりかねないので多少の反発はあるかもしれない。 ● JIS は工業製品などの生産の合理化が目的のひとつだと思うので、現在の状況は国内皮革服装には当てはまらない。そのため組合メンバーは、皮革用語 JIS は反対派が多いような気がする。
	● デリケートな部分があるのは知っておいたほうが良い。例えば、馬の臀部のコードバンがあるが、日本では、本物は、新喜皮革などが扱う商品などのほんの一握りしかない。コードバン層が存在するのは、農耕馬やシマウ

	マ、サブリット、野生馬などであり、それだけでも希少なものとわかると思う。価格が安いコードバンは、本来の意味するところのコードバンではない。本来の意味でコードバンを定義すれば、多くの商品でその対象から外れてしまうことになる。そうすると、当然、その業界から反発が出てくると考えられる。コードバンを対象にするかわからないが、皮革業界ならではのデリケートな部分もあるので各業界の意見を聞きながらルール化に向かっていく必要があると思う。
	● 例えば「最高級天然皮革」のように曖昧な表示も多く、一定のルールのもとで表示規定を設ける必要性はあると考えている。また、流通上の取引段階の中で本革か合成皮革なのか判別しにくいこともある。 ● 製品メーカーの間では、目的によって天然皮革と合成皮革を使い分けている。どのような商品開発をしたいかによって、合成皮革や人工皮革が向いている場合にはそのような素材を使う一方、本革の特徴を活かす製品作りをしたい場合には本革を使う。本革を使った製品の場合、その皮革素材の特徴を表示する際には、「牛」や「鹿」、「ベッカリー（猪）」などの動物種の視点から表示していることが多い。本革か否かという視点からさらに一段踏み込んで、動物種による違いを表示・訴求している。 ● スポーツ用手袋の場合には、本革よりも人工皮革が採用されるケースが多い。なぜなら、雨や汗に強く、洗濯できるためである。
	● 本革と合皮という線引きによる議論の前に、本革と謳っている製品の中にもリサイクルレザーを使っていたり、革以外の素材を交えて製品作りをしているケースが多いため、本革という用語の使用条件自体も曖昧な状況が強く残っている。本革の使用が60%くらいで残り40%は別の素材を使用しているケースはどう扱うべきかなどの基準が、各業界団体によってそれぞれ異なっている。 ● 牛革や豚革などの表記はわかりやすいか、本革というのはそもそも曖昧な要素が強い。
② タンナーによる 意見・見解	● 「革」や「レザー」という用語は、本来は動物由来の革を指す言葉である。それを、例えば「本革」や「ジェニユインレザー」などのようにわざわざ表現しないと動物由来の革かどうかわからなくなっている実状がある。また、「本革」や「ジェニユインレザー」のような表現の仕方が、かえってイミテーションっぽい怪しい印象を消費者に与えてしまうのではないかと懸念やジレンマを感じている。そのため、「革」や「レザー」といえば「本革」を指すということが一般的な共通認識になって欲しいと感じる。 ● 革、特に牛革などは素材としての表面上の特徴が薄いので、動物由来の革とそうでない革の区別がそもそも難しい。牛革が使用されやすいビジネスバッグやビジネスシューズのようなアイテムは顔料で表面を覆ってしまうことが多いので、それが余計に見分けることを困難にしている。それゆえ、本革を使用している商品は「ジェニユインレザー」や「〇〇レザー」という表記を使うことによって差別化を図ってきたが、そのような言葉の濫用が消費者の混乱に拍車をかけている。 ● 特に若年層の消費者の間で、「天然皮革」と「合成皮革」の区別があいまいになっているように感じる。天然皮革と合成皮革のメリット・デメリットが十分に理解されていないため、価格の安い合成皮革に消費者が流れやすく危惧している。 ● 天然皮革とその他の製品のあいだで、呼び方による区別をしてほしい。その一番の理由は、最終消費者が天然皮革か合成皮革、人工皮革かをすぐわかるようにするべきと考えているため。 ● そもそも、合成皮革、人工皮革は天然皮革、本革に似せて作られたものであり、偽物なのだから大量供給が可能なことや安価なのは当然である。また、現実には動物の皮ではないのだから、天然皮革とは区別されるべきである。 ● 技術の進歩により、見た目や触感が天然皮革に近づけば近づくほど、消費者目線で天然皮革か合成皮革、人工皮革かわかるようにしてあげなければならない。 ● 天然皮革の由来は生き物であり、石油由来の合成皮革、人工皮革とは根本的に違うものであるから、紛らわしい表現はやめるべき。 ● 天然皮革は人が動物を食べたあとの再利用であり、人類は皮を有効利用する義務を負っていると考える。 ● この業界に入って10数年経つが、当初から安易に「革」、「レザー」という言葉が使われている状況に疑問を抱いていた。 ● もしかしたら、以前から活動してくれていたのかもしれないが、協会、行政がやっと動いてくれたという思いがある。 ● 個人的には行政が動いてくれたことは、用語のルール化にとって千載一遇のチャンスと思っている。

	● 現状はルールがないことがルールになっており、合織・合皮 VS 皮革業界で圧倒的に皮革業界が不利である。合織・合皮業界は大企業が多く、皮革業界は中小企業ばかりなので、結果、政策にも影響がでていると感じる。 ● 欧州の状況を見ると、現在の日本の状況は異常だと感じており、最低限でも天然物だけに革、レザー、皮革という言葉を使うことができるというルール化は必要である。
③ 皮革専門商社による意見・見解	● 天然皮革は、出来にバラツキがあり、受け取る人によっても評価が違う。人工皮革の場合は均質に商品を提供できるが、天然の場合は、商品化してみなければわからないことが実は多いからだ。天然皮革の商品を購入する際に、「本革、天然皮革である」という高付加価値が含まれていることを期待している消費者サイドの満足を保証する必要があるだろう。 ● 人工皮革・合成皮革はポリウレタンや塩ビなど石油由来の材料を使っているにも拘わらず、言葉の使い方でエンドユーザーに一方的な認識が広まってしまうことはよくないことだと考えている。 ● 服飾関連の専門学校で講師を務めているが、革は食品の副産物だということについて、ほとんどの若者は認識がなく、革に対してシビアな見方をしている。このようなことを防ぐためにも用語の整理は必要だと思う。 ● ただし、天然皮革 VS 合皮、人工皮革で否定しあうのではなく、異なる性質をアピールしあえるような用語のルールづくりが必要である。 ● 業界全体、あるいは政策的に皮革製品の輸出拡大を目指すのであれば、国内製品を“国際標準”にする取組みに力を入れるべきだと思う。 ● 国内のタンナーが ISO 等を取得し国際標準化していくことは設備等の条件で困難な状況である。それゆえ、日本の皮革業界がガラパゴス化していくことが懸念される。 ● 皮革工場の ISO 取得は困難であるため、政策的に輸出を推し進めるのであれば、他の認証制度を活用して相手国の理解を得ていく必要がある。 ● 日本では JIS を利用して、国際的に説得力のある基準を作っていく方向性もあると考えている。そのなかに皮革用語の定義も含めて進めていくべきではないか。 ● 基準化する意味・最大のメリットは取引先や顧客からのクレームの抑止力になることだと考えている。JIS 規格に則した基準ということで、万が一の事態に備えておけるというメリットは大きい。しかし、現実的には取引先から求められる基準に応じていくことが求められるため、企業としてはそのような努力を爾々と続けていくことになる。
④ 皮革製品メーカー・SPA による意見・見解	● 天然皮革と合成皮革、人工皮革との価格差はピンキリだが、概ね 10 倍程度の差がある。 ● 消費者に素材の知識ない現状で、これだけの価格差があると天然皮革は合成皮革、人工皮革に販売面で太刀打ちできない。 ● それゆえ消費者目線、消費者がわかりやすい形での表示の義務化、用語のルール化は必要だと考えている。 ● 「本革」や「合成皮革」などのように用語が混在している状況において、不都合などはまったくない。むしろ消費者への接客時に、素材の違いを区別したり一言で表現できる重要な用語として役立っている。来店客の頭の中に、素材の違いをマップ（地図）のように示すことのできるツールとして役立っている。 ● 消費者の認識の中でも、革は、「本革（天然皮革）」か「合皮（合成皮革や人工皮革）」かという大きな 2 分されている。 ● 本革と合皮には、それぞれ一長一短がある。合皮には傷がつきにくく退色しにくいなどのメリットがある一方で、本革であれば味わいが出てくる。メーカーは、それぞれのメリットとデメリットを熟知した上で製品作りにその違いを利用している。用語が変わってしまうと、このような違いを伝えたり表現するのに新たな混乱を招くリスクもあるように思う。 ● 今治タオルのようなイメージで、皮革用語に認証制度を設けるとしたら、結局そのコストは誰が負担するようになるのか。今治タオルを購入した消費者が負担するのはやはり違うと思う。 ● ルールを作られると自由がなくなる懸念もある。例えば、過去に豊岡のかばんメーカーと東京のピッグスキンで面白いネーミングを使って商品化を試みた。結局はコストが見合わず断念したが、こうしたオリジナリティある企画商品に対して、何かルールが適用されるとすれば今後のビジネスの障壁になり得る。 ● 「皮革」という用語自体が天然由来を想起させるため、合成皮革・人工皮革などを用いて、さも動物の希少

	性を謳っている感が否めない。また、「皮革」は、耐久性（長持ち）を想起させるので、合皮の商品を購入し、長持ちしないことがあった場合などでは消費者が困ることになる。こうした不都合が生じることから、皮革用語をルール化する必要があると考えている。 ● 日本エコレザー認定などの基準が存在するが、一団体が推し進めるものであり、国が定めたものではないので強制性がない。各団体の努力によって広く認知されてはいるが、罰則もないので所属企業以外には行き渡らない。
⑤ 合成皮革・人工皮革業界の意見・見解	● 現実的にはもう遅いと感じている。俗称が溢れかえり過ぎていて、定着してしまっている。今さら、例えば「シンセティックレザー」から「レザー」という用語の使用を禁止しても、それは違う気がする。メーカーや小売などそれぞれの立場の思惑で名称を付けるのは自由経済の範疇ともいえるので難しい問題だ。ルール化には賛成だが、現実的には難しいという感想である。 ● 我々も、人工皮革メーカーとタンナーが共同開発した人工皮革を採用したシューズを販売している。人工皮革の開発にタンナーなどが携わっているように「天然 VS 人工」といった対立構造はもはやない。実際問題、天然皮革は中国における需要の急増などにより先進国を中心に供給量が減少しており、人工皮革が必要不可欠になってきているという大義名分もある。 ● 店頭でお客様の反応などをみると、若い人たちが紳士靴・革靴の選び方がわからないように映る。その意味では、靴の選び方、買い方を教えてあげる必要があり、そのためには正しい皮革用語、靴用語が重要になってくる。 ● 「レザー」はいろいろな意味を含み、曖昧な用語になってしまったので「意図せずに誤魔化している」ようにもみえる。なので、このタイミングできちんと用語の定義をする必要はあると考える。 ● 合成も扱うメーカーは「本革に限りなく近いのにこの価格帯で買えますよ」という売り方をしているので、皮革用語をルール化しても特に反発などもなく問題はないと思う。
	● 協会会員のなかで問題意識があるのは、人工皮革と合成皮革の違いがわかりづらいというところである。 ● 一般消費者のみならず、加工メーカーなども人工皮革と合成皮革の違いがわかっていない。 ● 人工皮革とは不織布を基地としそこに合成樹脂を含浸、コーティングしたものである。一方、合成樹脂の基地はニット、編み物をベースとしている。 ● 一般的に人工皮革は合成皮革より価格が高く、機能・品質も高レベルにあり、製品として合成皮革とは一線を画している。クラレ、東レ、帝人…など日本メーカーが世界をリードしている。 ● しかし、現状、世間一般には人工皮革と合成皮革の違いが理解されておらず、人工皮革と合成皮革はまったく異なるものだということを社会に認知していきたい。 ● 人工皮革、合成皮革の違いを認知させていく活動のなかに天然皮革も組み入れていけば、より消費者がわかりやすい環境が作れるのではないかな。
	● 「天然皮革」と「合成（人工）皮革」という用語の対比においては、現状で困っている要素は見当たらない。自社製品が「合成（人工）皮革」であることについて、取引先から誤認されたり、また認識の齟齬が生じたというようなケースは一切ない。 ● 「人工皮革」や「合成皮革」は、今日においては一般名詞化されている。例えば「織物」という一般名称と位置付けは同じだと考えている。「織物」が細分化されたものに「絹織物」や「綿織物」があるように、「革」が細分化されたものに「天然皮革」や「合成皮革」があると捉えている。それゆえ、「革」という用語を動物由来の素材に限定してしまうと、一般消費者の混乱を招く可能性もある。 ● 人工皮革メーカーの立場から述べれば、天然皮革と人工皮革はもともとしっかり区別しており、人為的に製造した「人工皮革」としてユーザーに訴求・販売している。そのため、これまで取引先を混乱させたり誤解を招く事態が生じたことは一切ない。また、天然皮革と人工皮革という用語の混用が、消費者を誤認させているという認識もまったくない。 ● 「ヴィーガンレザー」や「エコレザー」など用語が氾濫している側面はある。例えば「エコレザー」の認定対象となっているのは特定の製造プロセスを遵守した天然皮革だけだが、人工皮革でも植物由来やリサイクルの原料を使った環境配慮型の製品ラインナップが増えていて、業界や団体が連携をとらず個別に認定事業などをやっていることも用語の氾濫を招いている一因になっている。 ● 人工皮革のメリットは、まずは「軽さ」にある。次に、工業製品ゆえに「安定性」が高い。均質・均一に作れること

はもちろん、発色の良さや色の耐久性（色あせない）という意味でも安定している。また、設計を変えることで物理特性を自在にコントロールしやすい。引張強度が求められる場合や摩耗性の高さが求められる場合など、目的や用途によって調整・変更できる点なども人工皮革の長所である。一方、天然皮革には天然皮革ならではの長所があるため、製品作りの目的によって人工皮革と天然皮革は棲み分けられている。

3) 皮革用語の JIS 化に向けての見解・要望について

ここでは、今後、皮革関連用語の JIS 化が進むという仮定条件のもと、各社の意識・見解・要望などを聴取した内容について整理している。中心論点となっている、類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」という用語や、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）などについて、その意味や定義、使用方法、基準などを具体的に明文化しておくという方向性について、それぞれの立場からどのように感じるのか、どのような要望があるのかなどを中心にヒアリングを行った。

前節 2) と同じく、ここでも業種や立場によって意見や要望が割れているのが実情であった。合成皮革・人工皮革業界は明確に反対的な立場に立っている。また、その他の業界でも、「合成皮革」や「人工皮革」が一般用語化している日本の現状を踏まえて慎重論も多い。JIS 化推進を容認する各社の中でも、用語規定の対象や範囲、水準などについて各人各様の意見となっており、皮革用語の JIS 化を進めていく上では慎重な議論が求められるとみられる。

① 皮革関連産業主要団体による意見・見解	● 提供者側も消費者側も、なんとなくは天然皮革と合成・人工皮革の違いはわかっている。ただそれは習慣であってルールとは違う。やはり、きちんと皮革用語 JIS としてルール化すべきだろう。シンプルに「動物由来のみ」で線引きしたいと思う。ただし、トレーサビリティや、皮革の厚みが〇ミリなどの制約がある等々面倒なのは無しにして、とにかくシンプルにすべきである。 ● リアルレザーとフェイクレザーの区別は「JRA タグ」で実現できている。フェイクレザーのほうが良いという風潮、トレンドになったら困るので、曖昧さを残しておくのもひとつの手である。 ● エキゾチックレザーは、レザー固有の国産ブランドが育たなかったと感じている。クロコ専門メーカーの池田皮革工芸や、横浜元町のキタムラ、濱野皮革工芸の一部企業のみで、国産ブランドを育ててこなかったことは失策である。こうしたブランドという観点でみると「JIS による国際基準でジャパンブランドを輸出する方向性」があるとしたら歓迎できる。ただ順番としては、まずは日本国内でエキゾチックレザーの国産ブランドを育てるほうが先決であろう。 ● ワコは高額なので養殖事業が成り立っている。ただし、SDG s ではないとの批判も多い。こうしたエキゾチックレザーの特性上、皮革用語より商品がどのような過程を経て消費者に届けられているか、生産から考え方で伝える必要があると思う。 ● 天然皮革を区別する必要性はあるものの、一方で「合成皮革・人工皮革」という用語も一般用語化しているため、区別の仕方はよくよく検討すべき。 ● 靴において表示の必要性が最も求められるのは「全天候型のオールレザー」である。すなわち、雨の日でも使用できる革靴ということを訴求する表示である。製品作りをしているメーカーの間で良く議論される表示上のポイントは、このようないわゆる「機能」的な視点であることが多い。 ● 皮革用語の JIS 化を検討する際に重要なポイントは、徹底的に消費者目線であることだと考える。お客様にとっていかにわかりやすいか、どのように識別できるかを、お客様の知りたい角度から情報提供することだと考える。それゆえ、このような注意点に配慮しながらよくよく議論すべきだと考える。 ● 形骸化している靴の JIS 規格のような例にならないように、業界関係者を交えて議論を尽くす必要があると考える。中でも特に注意・配慮すべきは、国内企業の創意工夫やイノベーションの芽を摘んでしまうことのないような制度設計にすべき点である。例えば、皮革業界でも再生素材やリサイクル素材を有効活用して新しい素材開発に励むベンチャー企業もあり、革という用語を動物由来のものに限定することでこのような企業の開発意欲を削いでしまうことのないようにすべきである。 ● 「皮革衣料品質表示マーク」は国内のみであり、海外製品については指導できない。また、レザー・ウエアの市場規模も年々減少しているので、組合の予算も限りがあるため十分な活動ができていない実状がある。そんななか、国が主導する皮革用語 JIS があれば、天然皮革と区別したい組合にとっては渡りに船ともいえる。 ● 一方で、ルール化すれば当然、取り締まりや罰則規定が必要になるのでそのコストをかけるためにまでやる意味があるのかとも思ってしまう。レザー・ウエア、皮革衣料の立場としては、あまりメリットを見出せない。 ● 輸入商品にも適用されなければ意味がないので、国際的なルールとして、天然皮革にのみ、レザーや革という名称を使用できるようなルール、枠組みがあれば良いと思う。国際間でのルールとしなければ、すでに各団体
----------------------	--

	で取り組んでいるルールより優れたものとは言えないだろう。 ● とくに、皮革の服装、アパレル分野では、環境意識の問題で風当たりが強くなっている。天然皮革かどうかの区別だけではなく、その動物のトレーサビリティも絡めたルール化があれば時代にマッチしたものになると考えられる。 ● 皮革用語ルール化はしたほうが良いと思うが、「鞆・ハンドバッグ・小物 標準用語集」や「鞆・ハンドバッグ・小物 原産国・素材表示テキスト」など、これまでの取り組みもあり、現状では、必要不可欠なものとは考えていない。「あれば良いが絶対に必要」という訳ではないということ。 ● 実際、かばんの種類では「外面積の 60%以上が表皮付きの牛革のものを牛革」といったように面積で規定しており、合成皮革や人工皮革とも区別は出来ている。消費者が判断出来ているかは別にして業界内では明確化していると考えている。 ● どうしてもというなら、経年変化が楽しめるのが「Leather」と定義して、絞ってしまうほうがわかりやすいと思う。つまり「銀付革＝本革」とし、加工皮革（エナメル加工のパテントレザー、スプリットレザー）や再生革は、「Leather」に含まないのはどうだろうか。含めるのであれば加工方法もルール化が必要である。パテントレザーのように、見た目が本革をイメージしないものがあるので、消費者は混乱し、合成も人工も区別が付かなくなったのだと思う。 ● 本革かそうでないものなのかわかりにくいもどかしさが残る側面はあるものの、本革を使用した製品は「動物種」で表示するケースが多いため特に大きな影響を受けるようなことはなさそうだと感じる。 ● 一方で、消費者サイドでは本革と合成皮革・人工皮革の違いは認識できているため、これらに「皮革」という言葉が使用できなくなると消費者には新たな混乱を招く懸念が残る。 ● 本革と合皮の違いで用語を規制するのではなく、取り組むのであれば、何を以て「本革」と認めるのか事細かい基準を作ることが求められると思う。なぜなら、革とそれ以外の素材を組み合わせることが一般的であるため、そのようなところまで深掘りして体系的に決めないと実用レベルの運用にはならないと懸念される。 ● また、「合皮」などの言葉は一般化しているため、販売現場や小売の現場を考えると、合皮などで「皮革」という用語が使えなくなると売りにくくなったり接客面で困るようなケースが増えも懸念される。
② タンナーによる 意見・見解	● 皮革用語を規定する場合、動物由来とそうでないものを区別することは重要である一方で、「銀付き革」と「床革」の違いにも着目して区分しておく必要があると考える。銀付き革は、経年変化が楽しみ耐久性も高い一方で、床革はコストが安く耐久性についても劣るため、この 2 つを同じ「本革」でも明確に区別しておく必要はある。床革を使った製品が破れたりしたことによって、銀付き革のイメージまでも悪化させてしまうような事態は避ける必要がある。また、床革には塗膜を張り付けている製品も多く、フィルムや塗膜の厚さが何ミリまでを本革として認めるのかも議論しておく必要がある。 ● まず重要なポイントとして「天然皮革」とそうでないものを明確に区分しておく必要性を感じる。天然皮革は、経年変化によって風合いが増すといった特性を持つ一方で、天然であるがゆえに品質にバラつきが生じやすく、血筋やシワなどの天然ならではの痕跡も残っている。そのような天然素材から一定の品質基準を満たし、かつ見栄えの良い製品作りを行うためには、マンパワーが必要であり、かつ裁断の工夫や技術が求められる。また、必然的に余る部材も出てくるなど歩留りも悪い。工業製品で自動化されている合成皮革とは製造工程や生産背景そのものが違う。 ● 繊維製品では、素材の使用率を明記している（ウール〇%など）。革製品でも天然皮革と合成皮革を組み合わせた製品作りをしているケースが多いため、素材の使用率を明記することも議論してみてもどうか。 ● 合成皮革、人工皮革については、レザー、革という言葉を使ってはいけないルールとするべき。 ● できれば国際的なルールとして、天然物のみにレザー、革という名称を使うということになってほしい。 ● 詳しくないが、イタリアにおける法制化も本物にしかレザー関連の言葉を使ってはいけないという意味でルールの本質は同じだと思う。 ● 皮革は欧州が本場でハイブランドもあり有名だが、日本の皮革産業も地場産業として品質も優秀であることを消費者に知ってもらいたい。合成皮革、人工皮革との用語差別化もその一環である。 ● 前提として一般消費者に最善となるルールづくりが必要。現在は言葉の使いかたによって、国民を欺いている状況といえる。 ● そのため、最低限でも天然物だけに革、レザー、皮革という名称が使えるというルールにするべき。

	● さらに望むべくは、新語に対するチェック機能を設けるべきと考えている。皮革、レザーという言葉が使えない場合、合成皮革、人工皮革に対しては異なる名称が必要になる。合織・合皮業界も商売であるから、事実誤認しやすい言葉を考えてくたさう。似たような名称で事実誤認の状況が続くことは避けるべき。 ● 具体的なルールづくりの方法としては JIS 規格に用語の定義を入れてもらいたい。タンナー業界は内需中心で、JIS 規格しか見ていない傾向がある。 ● JIS 規格でルール化したうえで、2 年間ほどの施行猶予期間を与えれば合織・合皮業界への被害も少ないと思う ● 皮革業界へのプラス効果としては 5～10 年かかって、効果がでてくるものと考えている。 ● 業界団体がエコレザー、JRA タグ等の認定制度を運用しているが、これらの存在は小売、一般消費者には認知が進んでいない。JIS 用語のルール化と合わせて運用すれば認知が広がっていくと思う。 ● イタリアで施行された法律を参考として、日本式のルールを作っていくべき。 ● 言葉の定義が重要であり、国が関与してルールをつくるのが大事だと考える。
③ 皮革専門商社による意見・見解	● 商売の観点からみると「レザー」という大きな枠があるなか、天然や合成、人工といったものが存在するというスタンスのほうが、レザー産業として盛り上がるのではないかと。「レザー産業のなかの本物が天然皮革」という位置づけができれば良いという考えである。そうすると、どの用語で定義するかが問題であり、「レザー」なのか「天然皮革」「本革」なのか、用語の選び方も慎重に決める必要がある。 ● 「本革、天然皮革である」という高付加価値が含まれていることを期待している消費者サイドの満足を保証する必要が出てくるので、品質も含めて保証するようなルール化でなければ意味がないと思っている。天然皮革であり、かつ〇〇レベルの基準をクリアしたものだけが「レザー」という名称が使えろというようなイメージ。ハードルがかなり上がってしまうが「天然皮革＝高品質」ということが今まで以上に定着すればやる価値はあると思う。 ● ただその「品質の基準は何か」という誰も正解を出せないと思う。工業製品のように規定とおりに同じものを作ることができないからだ。味わいや革の個性をどう評価するのかという問題がある。 ● 業界内でも用語の標準化の動きはなかった。日本皮革産業連合会が皮革用語アプリを提供しているが、まず業界のなかで正しい用語の共通認識、用語の使い方のルール（交通整理）が必要だと考える。 ● 横文字を用いた新語が頻繁に生まれてくるなかで、正しい使われ方かどうかを業界内の審査などで確認してから使えるようにするのが理想と考える。 ● 方向性としては素材の機能性に焦点を当て、第三者機関による世界基準のルール化を目指すべき。 ● JES ラベル、エコレザーも卸業界を含め、認知を広めていくべき商品だと思うが、世界基準とは合っていない。 ● 輸出のためというわけではなく、国内基準だけでやっているような面々で齟齬がでる。実際にエコレザーで国際間のトラブルがあったという話も聞く。 ● また、国内の食用牛自給率が 35%に過ぎないことを考えても皮革貿易は必須であり、国際基準に則した用語のルール化が必要。 ● ワールドワイドではイタリアなど欧州の一部で動物由来の製品を「レザー」と呼び、その他の素材と用語を明確に区分しようという動きがあり、このような動きも参考にしつつ用語のルール化を検討していくべきである。 ● 用語の定義については、川上から川下まで同じ基準、トレーサビリティ可能なルール化が望ましい。 ● 芯材、金具なども対象になる可能性はあるが、材料の 50%以上あるいは 75%以上が革であれば、革のみが対象とするような方法がよいと思う。 ● 一方で、特に小売業者はルールによって言葉の使い方が制限されることを嫌うだろう。 ● 品質面、技術面、設備面からみても用語のルール化が非常に難しくなることが想定される。また、見た目が同じでも中身が違ふ場合もある。 ● 革は生物が原料であり、製造過程の湿度や温度にできが左右されるし、タンナーごとの個性もある。そのため品質面、技術面、設備面を背景とした用語ルール化はやめておいたほうがよく、素材面からの用語ルール化にとどめておいたほうがよいかもしれない。 ● 混乱や誤解を解消するための規格や基準を作る動きはよいことだと思うが、承認と否認という対立構造ではなく、共存を探っていくような基準作りを目指すべきだと考える。

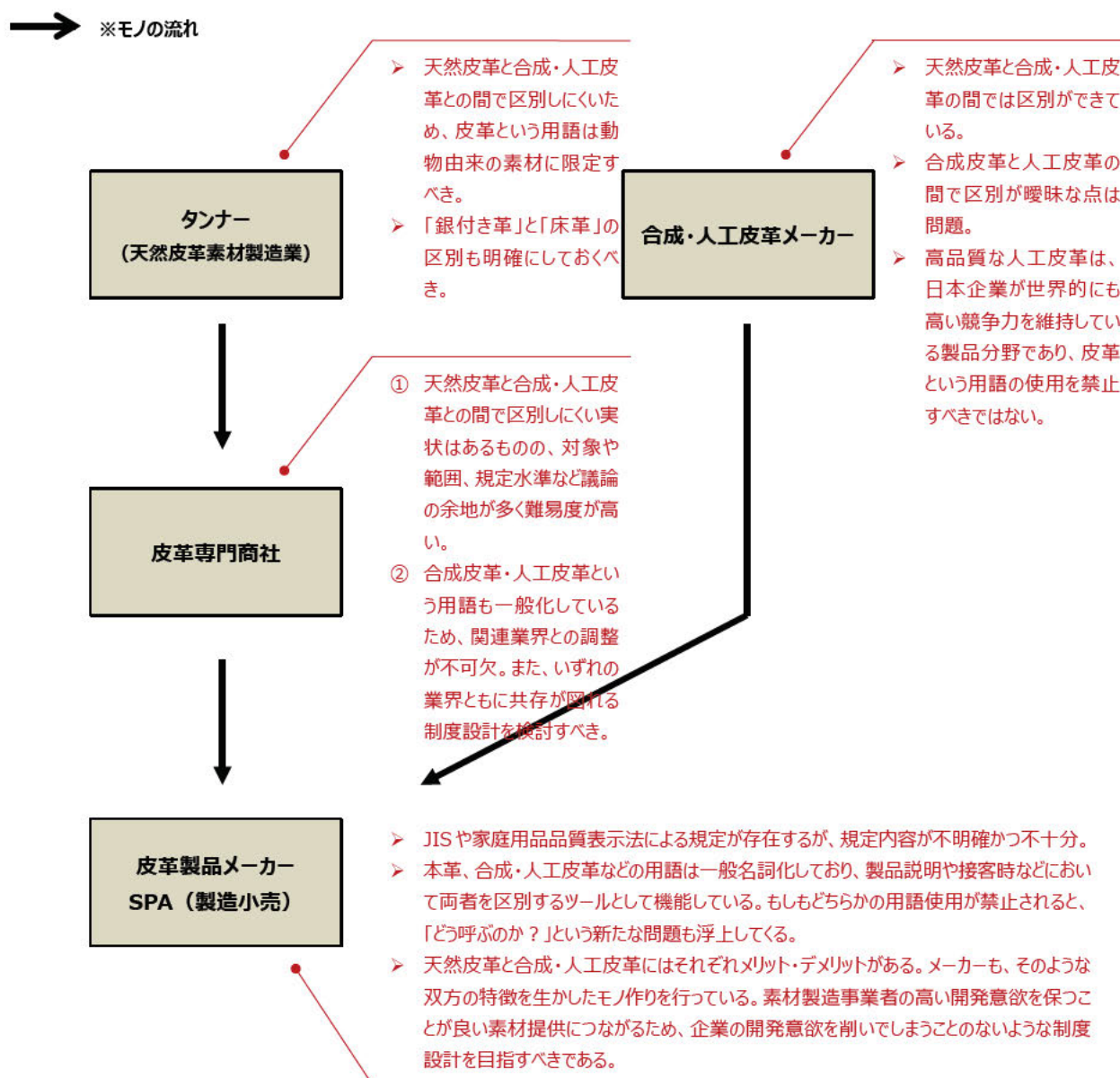
④ 皮革製品メーカー・SPA による意見・ 見解	● 消費者目線に立ち、消費者が天然皮革が合成皮革・人工皮革を迷わない用語のルール化が必要だと考える。 ● 天然でないもの（動物由来でないもの）に皮革という言葉を使わないというのもひとつの方法である。 ● また、食品と同じように成分表示を義務付ける方法もある（人工皮革の場合、不織布 50%、PU30%…等、本革は天然皮革 100%等）。 ● しかし、その場合でも様々な造語が使われるようになってしまうかもしれないので、その対策も必要。 ● もしも非動物由来の素材に「革」という用語が使えなくなってしまうたら、「合成皮革」や「人工皮革」をどう呼ぶのかと言う問題が新たに浮上する。新しい用語をあてがうと今よりもむしろ誤解や混乱を招く可能性もあるかもしれない。用語の定着には一定程度の時間と期間が必要になると予想される。 ● 本革というものは、本来、個性の強い素材である。動物が生きていた時の傷やスジなどがそのまま表面に現れているのが当たり前であり、そのような特徴や風合いが残っているからこそ「本革」だと言える。もしも革に対する基準が規定されるような場合、画一的な等級分け（グレーディング）を進めるよならないか懸念が残る。例えば「A ランク」、「B ランク」などの革のグレードは、使う側であるメーカーによって判断基準や価値観が異なるからである。傷が多いから D ランクのようなグレーディングをされてしまうと、あえてそのような革っぽい素材を用いて製品作りをしているメーカーにとっては不利益になりかねない。 ● 商品会議などで、商品を手に取って「いいフェイクじゃん」というような言葉を交わすことも多い。「いいフェイク＝本革にそっくり」という意味であり、そうした企業努力を無くしてしまうようなルール化には反対である。「○○レザー」というのも同様で、良い商品を作り、良いネーミングにしたもの勝ちというのが市場経済の原理原則ではないか。 ● 家庭用品品質表示法とは別に、素材については消費者にできるだけわかりやすい用語で表記するよう心掛けている。例えば「サンタクロエ®カーフ(牛革)」というように、イタリアサンタクロエ地方の牛革と表記するケースもある。皮革用語 JIS によってこうした表記方法に制限が出るのは困るし、そうなれば反対する立場になる。もう独自の表現を使ってそれで成立しているので、新しいルールは辞めて欲しいというのが正直なところ。 ● 実行性で考えると、商品（バッグ）が何で構成されているか細かい表示を義務化すれば良い。バッグのおもては「合成皮革」、裏面は「ナイロン」、持ち手部分は「本革」、チャームは「本革」というようにすれば、我々としても持ち手は「本革」を使っていることをアピールできる。 ● イタリアと同様に、「Leather」は「本革」にしか使えないようにして欲しい。天然皮革以外は「Leather」という言葉を使用できないようにして、天然皮革以外は「疑革」と定義し、明確な区別が必要。まずはこれを徹底してもらうことが大事であると考えている。 ● 英語では「皮」をスキン（Skin）・ハイド（hied）と言い、「革」はレザー（Leather）と呼ばれ、総括した「皮革」を欧米では genuine leather（ジェニユインレザー）と呼んでいる。様々な言葉があるなかで消費者を惑わさない意味でも、はっきりと日本規格（JIS）を作り、商品品質表示をすることが望ましい。消費者が納得したうえで購入することが皮革を取り巻く環境の好循環を生むのだと思っている。 ● 天然皮革と、合成皮革・フェイクレザーではお手入れ・ケア方法が全く異なる。天然皮革のほうが長持ちするので、用語ルール化によって区別することができれば、消費者に適切なアドバイスが行える。 ● 皮革用語 JIS 化は理想であるが、非現実的と考えている。安全靴に関しては、素材の種類や防護性能といった基準を満たし、JIS 認可工場で生産され、性能試験に合格して初めて安全靴と呼ぶことができるルールになっている。安全靴の着用指示があった場合には必ず JIS 規格に合格した靴を履かなければいけないなど、危険性のある現場で使う靴には JIS が適用されている。こうした安全性を担保できるような、必要性の高い部分でのルール化はできているので問題はないと考える。 ● 皮革用語による定義に加え、一定レベルの品質の担保は必要だと考える。 ● 天然皮革の外せない要件は「動物由来の皮で鞣し工程を経たもの」「化学素材を使用していない」こと。また、品質を担保するものとして、堅牢度（強度）が一定レベルの基準をクリアしていることの 2 つ。 ● 定義するのであれば、用語のみでは不足しており、やはり品質を担保しないと「本物のレザー」とは呼べない。 ● 用語で定義したとしても、わかりにくいのはいけないので目にみえる形がよい。靴であれば裏側に刻印・焼印でマーキングするのがベストだと思う。仮に工場でマーキングするとしても手間が掛からずコストも気にするレベルで
--------------------------------	--

	はない。タグはコストがかかるので採用しない方が良い。 ● 名称も大きな問題。社内では結構「リアルレザー」という言葉を使っている。社内では使っていないが環境意識も高まっているので「ナチュラルレザー」という言い方も良いのではないか。ただ言葉は人によって受け止め方が違うので何とも言えない難しい作業。「レザー」だけだと派生語がたくさん出ているので、ちょっと難しいのではないか。
⑤ 合成皮革・人工皮革業界の意見・見解	● 人工皮革・合成皮革という名称はすでに社会に定着した単語であり、動物由来でないことを理由として人工皮革・合成皮革という名称を使うことができなくなるというルール化は、化繊・人工皮革業界として受け入れられない。 ● 人工皮革と天然皮革には、それぞれの素材特性（メリット）がある。人工皮革は軽量であり装飾性が高く、工業製品のため安定かつ効率的な生産が可能である。一方、天然皮革には、風合いや味わいのような使い込むほどに表情が変化していく数値では表せない良さを備えている。 ● 人工皮革の場合、このような素材特性や環境配慮への取り組みなどが評価され、欧米のスポーツブランドを中心に積極的な導入が進んでいる。過去、人工皮革の技術目標は外観において天然皮革と遜色のないレベルを目指していたが、その努力の結果として現在のような引き合いの増加がある。それゆえ、革という用語の使用は禁止されるべきではないと考えている。 ● 「革」や「皮革」という用語を、非動物由来の素材に対して使用禁止にすることは反対である。規格（標準）化を目指すのであれば、「天然皮革」、「合成皮革」、「人工皮革」というそれぞれの用語をしっかり定義付けるべきと考える。 ● もしも、非動物由来の素材に「革」や「皮革」という用語が使えなくなった場合、人工皮革という言葉の別の言葉に代替しなくてはならない。これまで長年に渡って「人工皮革」という用語で訴求してきた歴史があるため、ウェブサイトや商品カタログなどの修正作業が、人工皮革メーカーはおろか需要サイド（例えば、自動車メーカーの製品カタログなど）まで及び、膨大な手間と労力が発生する。加えて、ただ使用を禁止するのではなくその代替使用に際してのルールやガイダンスも具体的かつ詳細に決めるないと、新たな混乱を生み出す可能性もある。 ● 1965 年に米デュボン社が発売した「コルファム」が世界初の人工皮革と言われているが、加工性が悪いなど欠点も多く 1972 年に生産中止となった。しかし、その後も天然皮革に匹敵する機能を備えた人工皮革を製造しようとする試みは続き、それを世界で初めて実現したのが日本の合繊メーカーであった。銀付き革を模した人工皮革はクラレの「クラリーノ」が最初で、スエード調のものでは東レの「ウルTRASエード（※当時の名称は NX）」が続き、どちらも非常に難しい技術であったものの日本の技術力を生かして世界に人工皮革という独自の製品カテゴリーを創出することに成功した。今では中国などでも人工皮革が作られているが、世界トップ技術・世界トップ品質の人工皮革は日系メーカーの製品である。このように、人工皮革には日本独自の長い歴史があり、日系メーカー同士の切磋琢磨によって新しい市場を切り開いてきた背景があるため、このような企業努力も十分に考慮されなければならない。

3. ヒアリング結果から見えるポイント

これまでの国内皮革関連業界への意識調査を踏まえ、日本特有の背景や事情を踏まえながら、皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応を検討していく上での重要な論点や問題点などについて改めて整理・考察する。

図表 2-3. 意識調査の結果からみえる課題点と JIS 化に向けた方向性の要旨



図表 2-3 に示したのは、今回の業界関係者への様々な意識聴収の結果からみてきた各社の課題意識と JIS 化に向けた方向性について、要点に絞り簡潔に整理したものである。

「天然皮革」や「合成皮革」、「人工皮革」などの用語は一般用語化しているという認識は概ね共通している。一方、「ヴィーガン・レザー」や「ネオ・レザー」など区別しにくい用語の乱発・濫用が日本国内でも認められる点についても業界内

では概ね共通認識となっている。

しかしながら、そのような用語の乱発・濫用の解決策として、「EN15987」や「ISO15115」などと同じく動物由来の素材以外は「革」や「皮革」という用語の使用を禁止するという方法論については、業界内でも各人各様の意見や見解を示しており、意見が割れているのが実情である。特に、合成皮革・人工皮革メーカーにとってはカタログなど製品説明ツール全てにおいて取引先・顧客をも巻き込んだ修正作業が発生するなど負担も多いとみられ、明確に反対している。また、メーカー側の製品開発意欲や企業努力を損なわないためにも、禁止ではなく共存共栄を図れるような制度設計になるよう留意すべきなどの意見も多く聞かれた。

第1部では、用語の乱発・濫用の解決策としてISOなどの世界規格やENなどの欧州統一規格との足並みを揃え、「leather（レザー）」という用語の使用を動物由来の素材に限り、また解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）なども対象に含め、その意味定義、使用方法、基準などが具体的に明文化していくべき方向性を仮説設定したものの、日本国内でそのまま適用することは新たな問題を生じさせる可能性もあり、関連・周辺業界を巻き込んだ慎重な議論を重ねていく必要性を指摘できる。

第4部

消費者の意識調査



1. 消費者の意識調査の実施概要について

1) アンケート実施目的

ここでは、一般消費者の「皮革製品」に関する購買行動や、「皮革」にまつわる用語・表示、海外での動きなどへの認識・知識をリサーチすることを目的とした。

2) アンケート実施概要

① 調査対象（母集団）

全国に在住する満 20 歳以上の男女のうち、過去 1 年以内に皮革製品を 2 点以上購入した経験がある者。

② サンプル（標本）の抽出と割り付け方法

総サンプル数：1802(SS)

男女別、5 歳刻みの年齢人口比率に応じたサンプル数を設定して割り付ける手法を採用

※男性／20-24 歳に関しては、上記条件のサンプル数が 3SS 不足したことから男性／25-29 歳で補填

※年齢を軸とした集計は、10 歳刻み、「年代」として集計

■ サンプル（標本）割り付け表

年齢（歳）	男性	女性	合計
20～24	53	53	106
25～29	58	52	110
30～34	59	57	116
35～39	66	64	130
40～44	76	74	150
45～49	85	83	168
50～54	74	73	147
55～59	66	66	132
60～64	64	65	129
65以上	267	347	614
合計	868	934	1,802

3) 調査結果まとめ（サマリー）

① 「皮革製品」に関する購買行動

皮革製品の購買に関しては、1 年以内に 2 点以上購入した人を抽出対象としている。その購入理由のトップは、必要なアイテムがありそれがたまたま皮革製品であった、という「皮革製品であること」が絶対的な優先理由とはなっていないものの、購入アイテムである鞆・バッグ、財布を必要として購入するにあたり、多くの人が皮革素材品を選んでいるという事実がある。2020 年はコロナ禍によりテレワークが進み、不要不急の外出自粛がもたられたことなどから、ビジネスシーンにおけるスーツなどフォーマルな洋服やビジネスバッグ・シューズなどのアイテムに関しては、平時に比べてニーズが低下した。一方でテレワークやリモート飲みといったシーンで着用する、カジュアルアパレルやリラックスウェアなどは好調が伝えられる。そうした状況を考慮すると、特に天然皮革製品の購買行動は例年に比べて抑制され

た可能性がある。「とにかく皮革製品が好きで、見て欲しくなったから」という積極的に皮革製品を選んだことを理由としている人も3割弱存在する。

皮革製品の普段の年間購入金額に関しては、5万円未満が半数を超えており、想定より低い印象も受けるが、ある年代においては一定割合が10～50万円程度の支出をしていることから、皮革製品の購買行動からは、他の素材以上に嗜好性の差が大きいことが推察される。

② 「皮革」にまつわる用語・表示、動きなどへの認識・知識

皮革にまつわる認識・知識においては、様々な観点から設問しているが、その多くで共通するのは「なんとなく知っている」とする人が半数程度存在という状況であった。皮革への嗜好が特別強い人や関連業務に従事した経験がある人は、今回調査のサンプルとして決して多数とは言えないため、一般的な消費者の意向を色濃く反映しているものと考えられる。ただし、そうした中で「天然皮革が動物の皮を使用した素材であること」への認知は唯一高く、7割近くあった。

天然皮革と合成皮革・人工皮革が異なるものという認識は高く、その特性や価格などを勘案した上で、幅広く使い分けしている様子が見えてくる。特に若い世代では、天然か合成・人工かの違いの表示を今よりはっきりと区別してほしいという希望はそれほど高くない。自分の価値観にあうものであれば、その由来や素材などにこだわらないという意識傾向がみとれる。

デフレの時代を経て、コストパフォーマンスの高さに重きを置く流れもあって、従来はそれほど問われなかった分野でも、機能性を備えるようになってきている傾向がある。合成皮革や人工皮革も、天然素材のデメリットとされる点を解消する機能を備えた素材の一つと言えるだろう。現状の皮革製品の表示においては、機能性の違いがわかりにくいとする回答が多くあった。それは皮革製品においても機能性を重視するあらわれと言える。

「レザー(leather:革)」という用語を、動物由来の天然皮革に限り使用するヨーロッパなどでの動きは、今回調査で8割近くが認知していなかった。本件のこのパートにおける知識や認識については、比較的高い年代層が進んでおり、若い世代ほど低めというデータ傾向があるが、その中で20代や30代の認知の方が高いという唯一と言える項目となった。同世代にとって日常生活において切り離せない、SNSの活用度との相関関係の高さによるものとも推定される。一方、この動きを日本でも導入するべきかどうかという点では、動きを知らない高い年代では積極的な意向もみられるが、今後の消費活動の中心となっていく若年層では、高い世代ほど積極的な意向ではないという結果となった。

尚、調査結果要旨を以下に次項に一覧化した。抽出した回答は、各設問の回答における「全体」の数値である。

	設問	1 位	2 位	3 位
Q1.	1 年以内に購入した皮革製品の購入理由	必要なアイテムがあって、それがたまたま皮革製品だった 46.9%	とにかく皮革製品が好きで、見て欲しかったから 27.6%	単純にデザイン・カラーが気に入ったから（皮革製品でなくてもよかった） 23.3%
Q2.	購入した皮革製品	カバン、バッグ 58.4%	財布 47.6%	靴 43.0%
Q3.	購入製品の革種	牛革 78.4%	合成皮革、人工皮革 23.5%	山羊革・羊革・馬革・鹿革 19.0%
Q4.	革製品の生産国	日本製 60.4%	イタリア製 31.0%	不明 18.8%
Q5-1.	皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【靴】	<u>機能性の違い</u> 「ある程度気になる」 50.8%%	<u>生産国の違い</u> 「ある程度気になる」 44.7%%	<u>素材の違い</u> 「とても気になる」 38.8%
Q5-2.	皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【鞆・バッグ】	<u>機能性の違い</u> 「ある程度気になる」 46.7%	<u>生産国の違い</u> 「ある程度気になる」 43.1%	<u>革種の違い</u> 「ある程度気になる」 42.0%
Q5-3.	皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【革小物】	<u>機能性の違い</u> 「ある程度気になる」 46.1%	<u>革種の違い</u> 「ある程度気になる」 40.8% <u>生産国の違い</u> 「ある程度気になる」 40.8%	—
Q5-4.	皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【衣料品/レザーウェア】	<u>機能性の違い</u> 「ある程度気になる」 43.3%	<u>生産国の違い</u> 「ある程度気になる」 40.1%	<u>革種の違い</u> 「ある程度気になる」 38.4%
Q6.	皮革製品の購入頻度	半年に 1 回程度 39.6%	1 年に 1 回程度 25.7%	2 ～ 3 ヶ月に 1 回程度 14.2%
Q7-1.	皮革製品の年間購入金額	1 ～ 5 万円未満 44.7%	5 ～ 10 万円未満 24.5%	10 万～50 万円未満 14.2%
Q7-2.	年間購入金額 × 皮革製品愛好度	<u>皮革製品がとても好き</u> 1～5 万円未満 34.3%	<u>皮革製品がとても好き</u> 5～10 万円未満 31.1%	<u>皮革製品がとても好き</u> 10～50 万円未満 21.3%
Q7-3.	購入頻度 × 皮革製品愛好度	<u>皮革製品がとても好き</u> 半年に一回程度 43.0%	<u>皮革製品がとても好き</u> 2 ～ 3 ヶ月に一回程度 24.3%	<u>皮革製品がとても好き</u> 1 年に一回程度 17.8%
Q8.	天然皮革・合成皮革・人工皮革の違いに関する認知	なんとなくは知っている 54.8%	はっきり知っている 35.0%	知らない 10.2%
Q9.	合成皮革と人工皮革の違いに関する認知	なんとなくは知っている 49.9%	知らない 28.3%	はっきり知っている 21.8%
Q10.	天然皮革の動物由来に関する認知	はっきり知っている 67.6%	なんとなくは知っている 26.1%	知らない 6.3%
Q11.	合成皮革・人工皮革素材に関する認知	なんとなくは知っている 47.1%	はっきり知っている 31.5%	知らない 21.4%

	設問	1 位	2 位	3 位
Q12.	合成皮革・人工皮革が、非本革であることへの認知	知っている 91.0%	知らない 9.0%	—
Q13.	皮革製品購入時の違いが分かりにくい点	機能性の違い（防水、軽量、透湿、ケアが簡単など） 38.3%	特にない 29.5%	素材の違い（天然皮革、人工皮革、合成皮革など） 27.9%
Q14.	皮革製品購入時の天然皮革識別に関する困難さ	時々ある 53.6%	あまりない 29.2%	よくある 11.3%
Q15.	天然皮革と合成・人工皮革の購入間違い	あまりない 38.8%	ない 37.1%	時々ある 20.8%
Q16.	皮革製品の表示で改善してほしいポイント	素材の違い（天然皮革、人工皮革、合成皮革など） 52.7%	機能性の違い（防水、軽量、透湿、ケアが簡単など） 45.2%	革種の違い（牛革、羊革、馬革、ワニ革など） 39.8%
Q17.	天然皮革と、合成・人工皮革の区別表示	今よりもはっきりと区別して表示してほしい 60.9%	今のままでよい 26.1%	どちらでもよい 13.0%
Q18.	区別表示を必要とする理由	一般的に商品情報は的確にわかりやすく表示することが望ましいから 55.4% 購入を検討する場合、正しい情報をたくさん得たいから 55.4%	—	通販で購入する時、品質が把握できて便利だから 55.1%
Q19.	区別表示の方法	皮革製品共通のタグ（紙）をつける 72.7%	〇〇皮革、〇〇レザーのような紛らわしい名称を使わない 49.1%	製品の目立たない場所に印字する 29.1%
Q20.	「レザー」用語限定使用 海外での動き、への認識	知らなかった 77.9%	知っていた 22.1%	
Q21.	日本での「レザー」用語、限定使用についての見解	どちらかと言えばした方がよい 38.4%	使用を限定すべきだと思う 36.8%	どちらともいえない・わからない 18.2%



2. スクリーニング調査の内容と結果

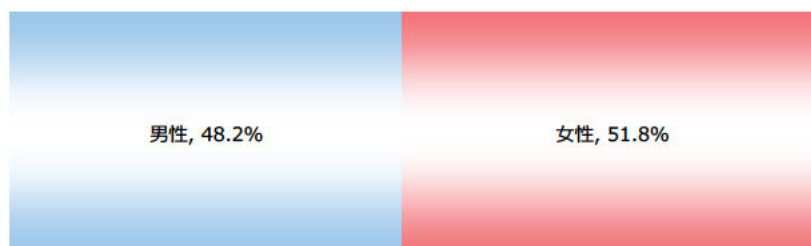
スクリーニング調査結果要旨を以下に一覧した。

	設問			
SC1.	性別	女性 51.8%	男性 48.2%	—
SC2.	年齢	60 代以上 41.2%	40 代 17.6%	50 代 15.5%
SC3.	居住地 (*エリアに区分)	関東地方 43.0%	関西地方 21.6%	中部地方 13.0%
SC4.	婚姻状況	既婚 59.3%	未婚 28.7%	離・死別 12.0%
	設問	1 位	2 位	3 位
SC5.	過去 1 年間の購入商品	皮革製品 100.0%	スマートフォン 37.6%	腕時計 (スマートウォッチ含 む) 26.5%
SC6.	過去 1 年間の皮革製品購 入点数	2 点 65.0%	3 点 23.2%	5 点以上 7.2%
SC7.	皮革製品愛好度	どちらかと言えば 皮革製品が好き 47.2%	皮革製品がとても好き 31.2%	どちらとも言えない 12.5%
SC8.	職業	会社員 34.9%	主婦・主夫 20.4%	無職 13.3%
SC9.	皮革業界との関わり	皮革業界とは 関係のない仕事をしている 70.7%	どちらでもない (無職) 25.7%	皮革業界関係の仕事をし ている、または過去にその仕 事についていたことがある 3.6%
SC10.	世帯年収	300 万円以上～ 500 万円未満 24.6%	900 万円以上 24.0%	500 万円以上～ 700 万円未満 19.8%

◆回答者属性◆

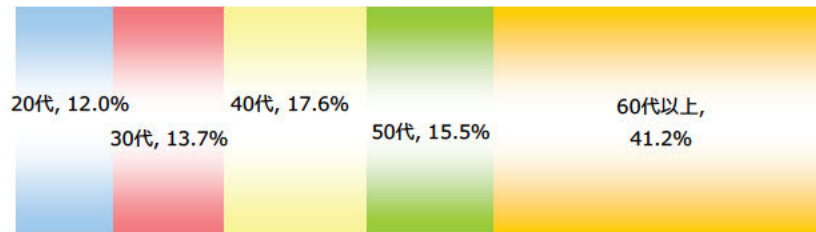
SC1) 回答者性別

図表：回答者性別



SC2) 回答者年齢

図表：回答者年齢



SC3) 回答者の居住地

図表：回答者の居住地



SC4) 回答者の婚姻状況

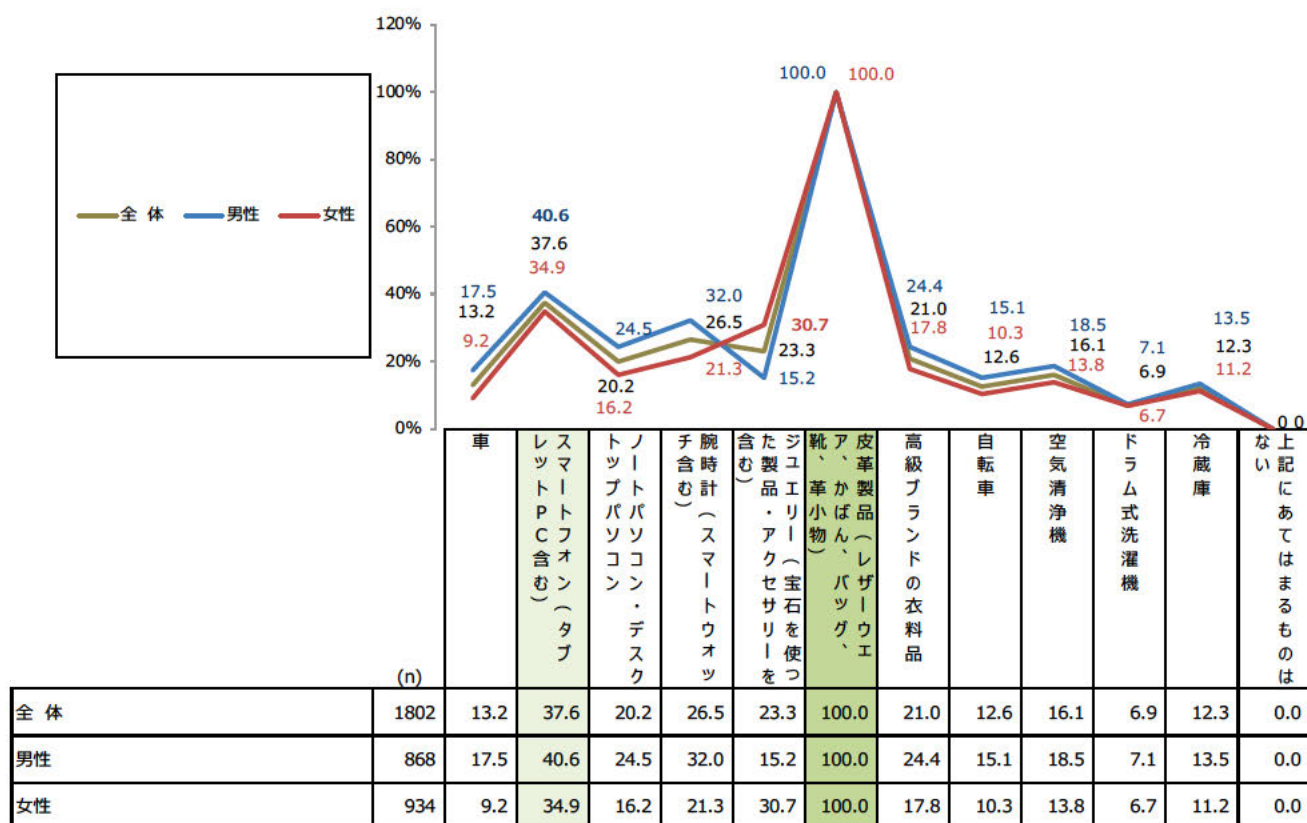
図表：回答者の婚姻状況

		未婚 既婚 離・死別		
	(n)			(%)
全 体	1802	28.7	59.3	12.0
男性X20歳以上30歳未満	111	77.5	22.5	0.0
男性X30歳以上40歳未満	125	55.2	42.4	2.4
男性X40歳以上50歳未満	161	39.8	55.3	5.0
男性X50歳以上60歳未満	140	25.0	65.0	10.0
男性X60歳以上	331	8.2	78.2	13.6
女性X20歳以上30歳未満	105	72.4	25.7	1.9
女性X30歳以上40歳未満	121	43.0	54.5	2.5
女性X40歳以上50歳未満	157	30.6	57.3	12.1
女性X50歳以上60歳未満	139	22.3	66.9	10.8
女性X60歳以上	412	7.0	67.0	26.0

SC5) 過去 1 年間の購入商品

皮革製品以外に 1 年以内に購入したことのあるものでは、男女とも「スマートフォン」が 37.6%でもっとも多い。スマートフォン以外では、男性は「腕時計（スマートウォッチ含む）」32.0%、女性は「ジュエリー（宝石を使った製品・アクセサリーを含む）」30.7%がともに 3 割を超えている。

図表：過去 1 年間の購入商品



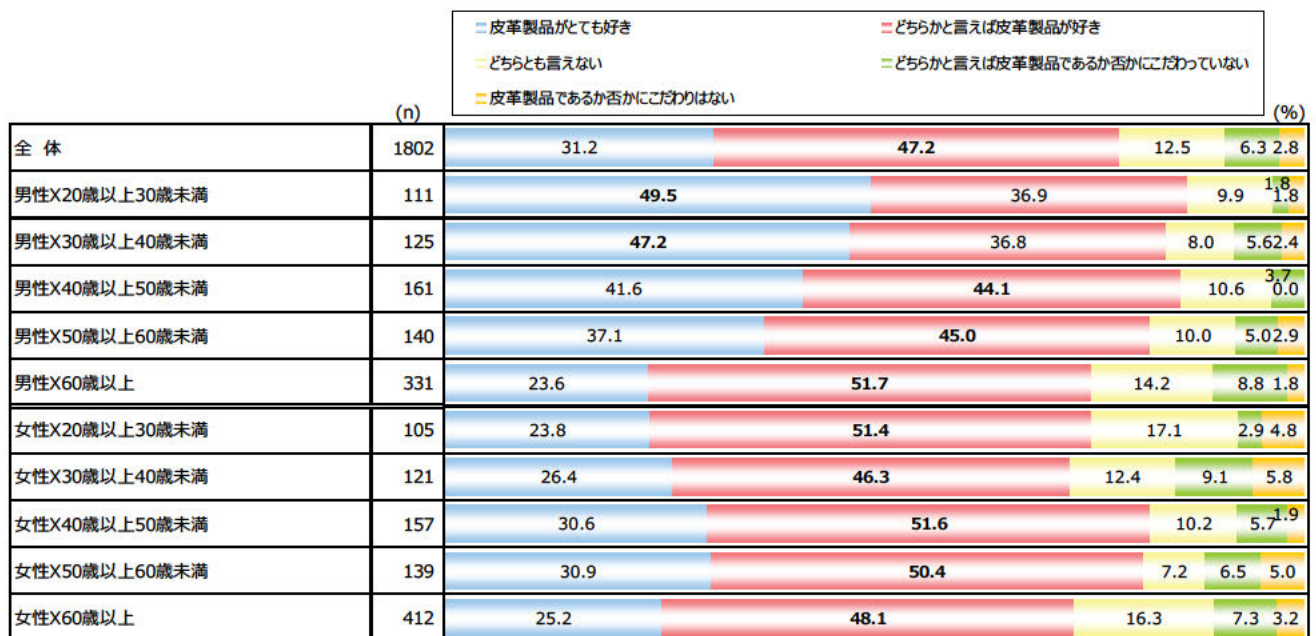
SC6) 過去 1 年間の皮革製品購入点数 (「皮革製品」購入者対象)

図表：過去 1 年間の皮革製品購入点数



SC7) 回答者の皮革製品愛好度

図表：回答者の皮革製品愛好度



SC8) 回答者職業

図表：回答者職業

	該当数	学生	主婦・主夫	自営業	公務員	教職員	医師・医療	会社経営	会社役員	会社員	フリーター	無職	農林・水産	弁護士・税理士	その他
全 体	1802	3.3	20.4	6.5	3.7	0.9	2.2	1.8	2.3	34.9	4.5	13.3	0.2	0.2	5.8
男性X20歳以上30歳未満	111	28.8	0.0	2.7	5.4	0.9	1.8	0.0	0.0	51.4	5.4	2.7	0.0	0.0	0.9
男性X30歳以上40歳未満	125	0.0	0.0	8.0	4.8	2.4	0.8	0.0	0.8	74.4	4.8	1.6	0.0	0.0	2.4
男性X40歳以上50歳未満	161	0.0	0.6	6.8	4.3	1.9	1.9	1.9	6.2	66.5	5.6	3.1	0.0	0.0	1.2
男性X50歳以上60歳未満	140	0.0	0.0	10.0	7.1	0.0	2.9	6.4	5.7	55.7	0.7	5.0	0.0	1.4	5.0
男性X60歳以上	331	0.0	2.1	9.7	4.8	1.8	0.6	4.8	5.1	20.5	2.7	38.1	0.3	0.3	9.1
女性X20歳以上30歳未満	105	26.7	8.6	1.0	5.7	1.0	1.9	0.0	0.0	45.7	6.7	1.9	0.0	0.0	1.0
女性X30歳以上40歳未満	121	0.0	24.0	5.8	4.1	0.0	5.8	0.0	0.0	41.3	10.7	4.1	0.0	0.0	4.1
女性X40歳以上50歳未満	157	0.0	27.4	7.6	2.5	0.6	5.1	0.0	0.6	38.2	7.6	2.5	0.6	0.0	7.0
女性X50歳以上60歳未満	139	0.0	38.8	5.0	2.9	0.7	1.4	1.4	0.7	31.7	5.8	4.3	0.0	0.0	7.2
女性X60歳以上	412	0.0	54.6	4.9	0.7	0.2	1.9	0.5	0.7	5.8	2.4	19.4	0.2	0.0	8.5

SC9) 回答者の皮革業界との関連

図表：回答者の皮革業界との関連

- 皮革業界とは関係のない仕事をしている
■ 皮革業界関係の仕事にしているまたは過去にその仕事についていたことがある
■ どちらでもない

	(n)				(%)
全 体	1802	70.7	3.6	25.7	
男性X20歳以上30歳未満	111	79.3	2.7	18.0	
男性X30歳以上40歳未満	125	76.0	12.0	12.0	
男性X40歳以上50歳未満	161	88.8	5.0	6.2	
男性X50歳以上60歳未満	140	86.4	1.4	12.1	
男性X60歳以上	331	62.5	5.1	32.3	
女性X20歳以上30歳未満	105	73.3	2.9	23.8	
女性X30歳以上40歳未満	121	81.0	6.6	12.4	
女性X40歳以上50歳未満	157	80.9	1.9	17.2	
女性X50歳以上60歳未満	139	71.9	2.2	25.9	
女性X60歳以上	412	52.9	0.7	46.4	

SC10) 回答者の世帯年収

図表：回答者の世帯年収

	(n)	300万円未満	300万円以上～500万円未満	500万円以上～700万円未満	700万円以上～900万円未満	900万円以上	その他	(%)
全 体	1802	16.4	24.6	19.8	13.2	24.0	2.0	
男性X20歳以上30歳未満	111	17.1	26.1	19.8	16.2	18.0	2.7	
男性X30歳以上40歳未満	125	8.0	23.2	25.6	18.4	24.8	0.0	
男性X40歳以上50歳未満	161	12.4	18.0	21.7	18.6	28.0	1.2	
男性X50歳以上60歳未満	140	12.1	12.1	20.7	15.7	39.3	0.0	
男性X60歳以上	331	15.4	29.6	18.1	11.8	23.3	1.8	
女性X20歳以上30歳未満	105	22.9	21.0	20.0	13.3	21.0	1.9	
女性X30歳以上40歳未満	121	11.6	28.1	19.8	13.2	25.6	1.7	
女性X40歳以上50歳未満	157	19.7	17.8	19.1	14.0	26.8	2.5	
女性X50歳以上60歳未満	139	12.9	10.8	17.3	16.5	39.6	2.9	
女性X60歳以上	412	22.3	34.7	19.2	7.3	13.3	3.2	



3. 本調査の内容と結果

Q1.1 年以内に購入した皮革製品の購入理由

1 年以内に購入した皮革製品の購入理由は何ですか（SA）

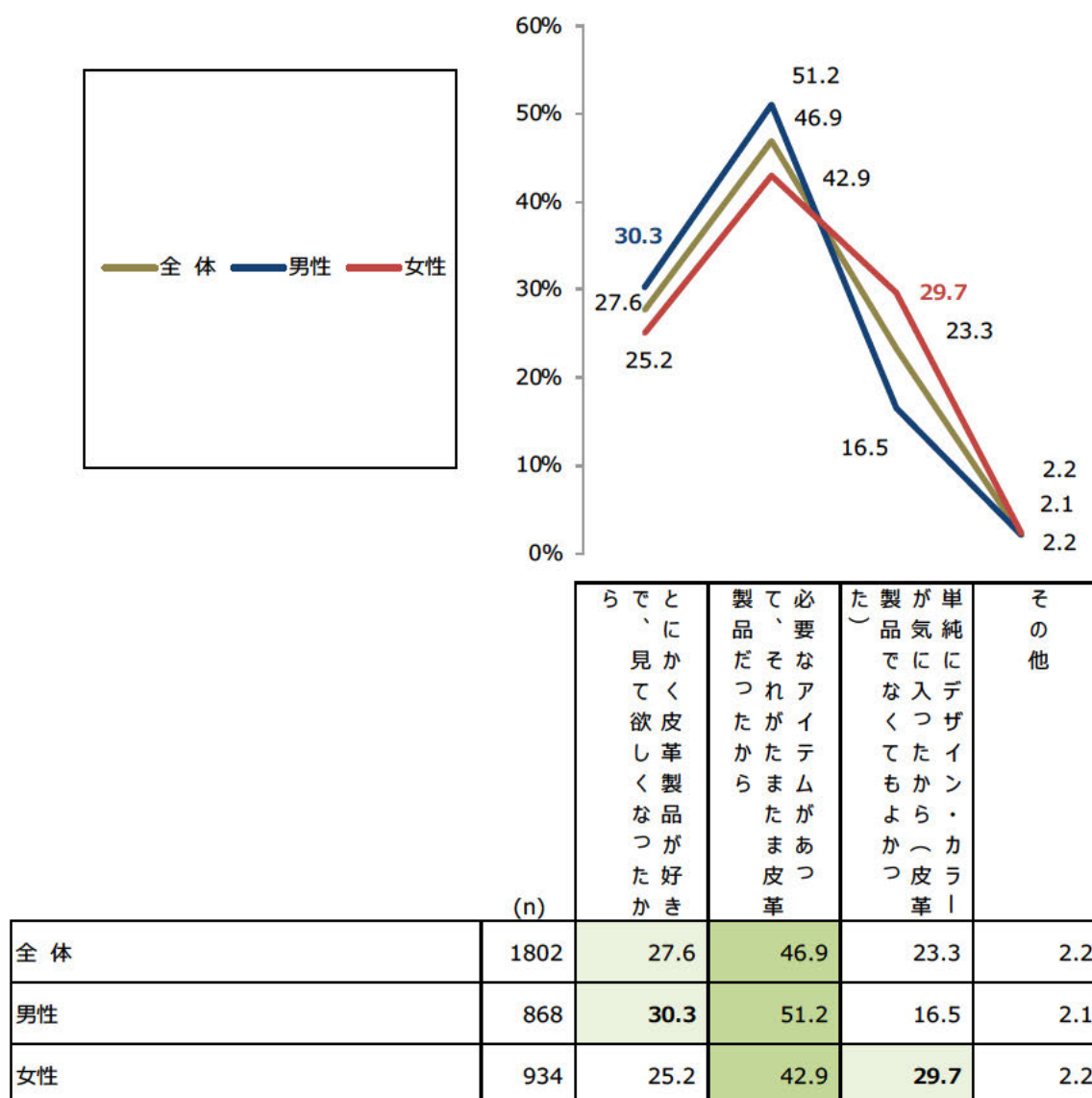
※一番直近に購入したものについて回答(直近で複数購入している場合は、特にお気に入りのもの)

1 年以内に購入した皮革製品を購入した理由で最も多い理由は、男女年代問わず「必要なアイテムがあって、それがたまたま皮革製品だったから」で 46.9%（男性 51.2%、女性 42.9%）となった。

2 番目の理由では男女に差がみられ、男性は「とにかく皮革製品が好きで、見て欲しかったから」で 30.3%、女性は「単純にデザイン・カラーが気に入ったから(皮革製品でなくてもよかった)」で 29.7%となった。

スクリーニング 7 設問でも皮革製品の愛好度は、男性の方がより強い傾向が見受けられ、それにリンクする結果となった。

図表 4-1：1 年以内に購入した皮革製品の購入理由



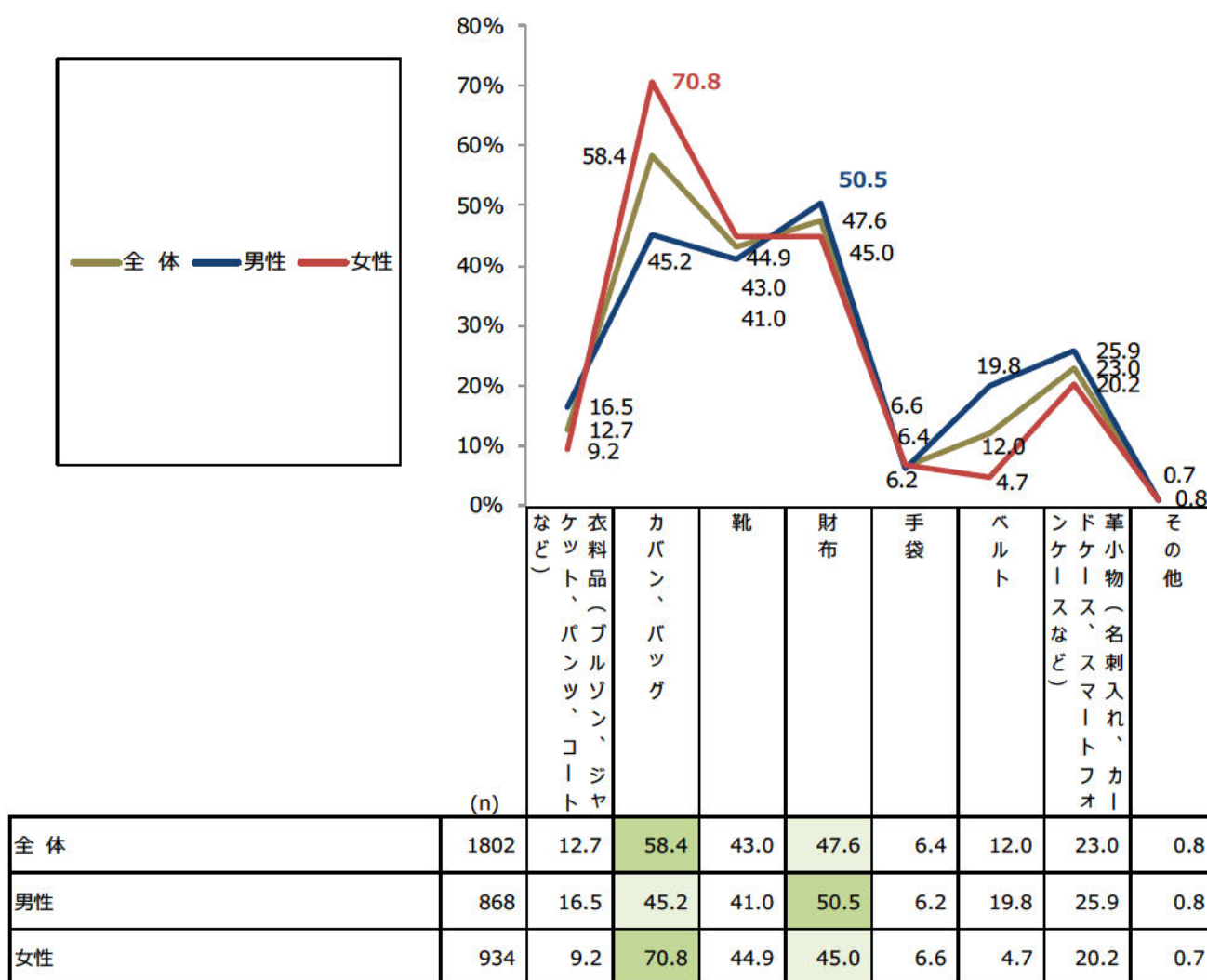
Q2) 購入した皮革製品

具体的には何の皮革製品を購入しましたか(MA)

購入した皮革製品では、「カバン、バッグ」が最も多く全体で 58.4%となった。これは女性が牽引しており、70.8%と7割を超えている。男性では、「財布」が最も多く 50.5%である。

男女それぞれの次点はそのまゝ逆転し、男性 2 位はカバン、バッグで 45.2%、女性 2 位は財布で 45.0%である。カバン、バッグは女性と男性でもっとも差が大きい（25.6 ポイント差）アイテムでもある。

図表 4-2：購入した皮革製品



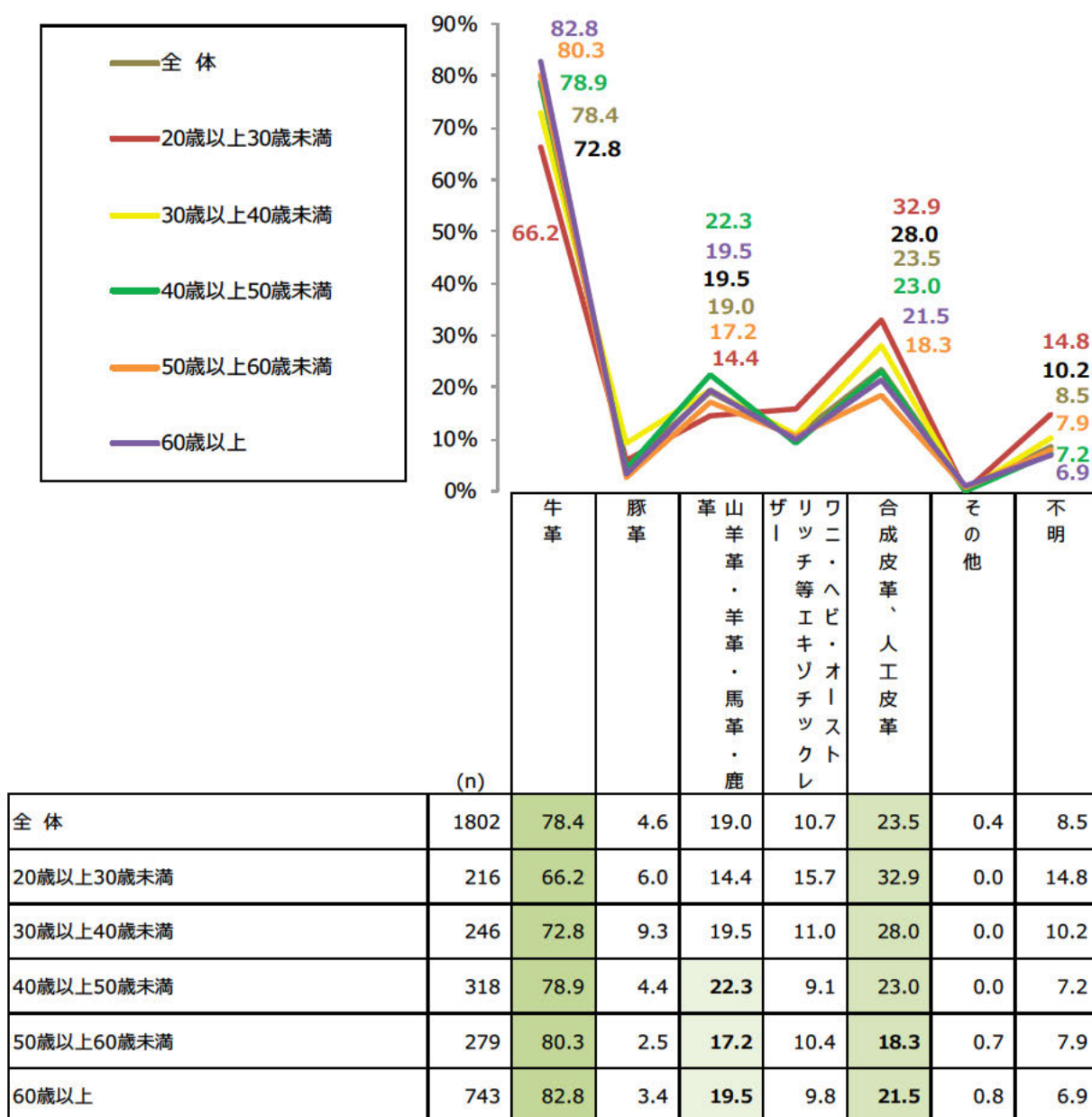
Q3) 購入製品の革種

購入した製品の革種にあてはまるのはどれですか(MA*購入点数分)

購入した製品の革種では、「牛革」が他を圧倒し、全体で 78.4%となった。次いで「合成皮革、人工皮革」が 23.5%である。

各年代とも「牛革」が突出しており、「合成皮革、人工皮革」が 2 位という結果は共通しているものの、40 代は「山羊革・羊革・馬革・鹿革」が「合成皮革、人工皮革」とほぼ同程度ある。50 代・60 代でも「山羊革・羊革・馬革・鹿革」が「合成皮革、人工皮革」と近い値となっており、上位年代層は天然皮革と合成皮革、人工皮革を幅広く選択している様子がうかがえる。

図表 4-3 : 購入製品の革種



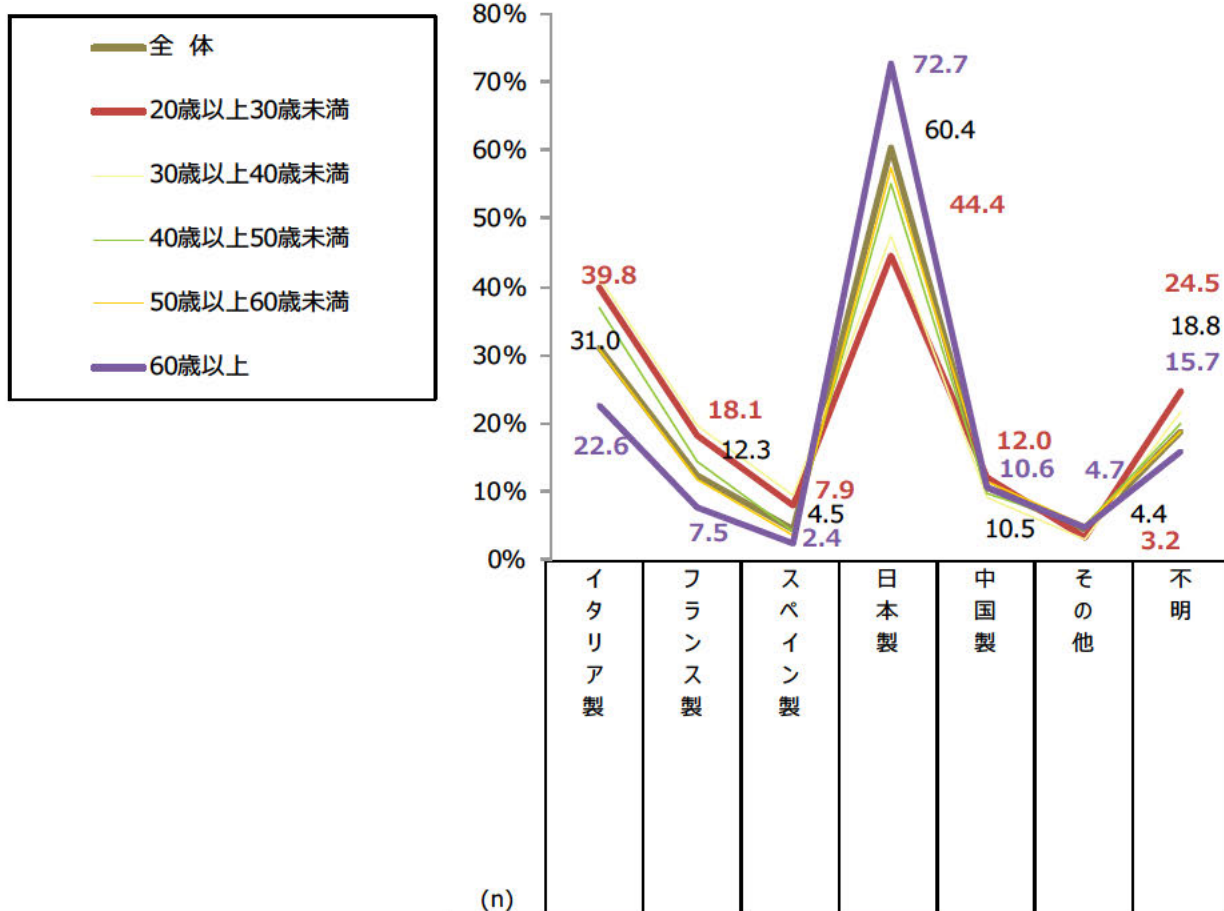
※牛革、山羊革・羊革・馬革・鹿革、合成皮革、不明のデータラベルのみを表示

Q4) 革製品の生産国

購入した製品の生産国はどこですか(MA*購入点数分)

最も多いのは、日本製で 60.4%、次点はイタリア製 31.0%となり、生産国では二強となっている。生産国では男女差よりも年代差が大きく出た。日本製に関して、60 歳以上では 72.7%と 7 割を超えている一方で、20 代では 44.4%と 5 割に満たない。「不明」として把握していないケースも 2 割近くある。

図表 4-4 : 革製品の生産国



	(n)	イタリア製	フランス製	スペイン製	日本製	中国製	その他	不明
全 体	1802	31.0	12.3	4.5	60.4	10.5	4.4	18.8
20歳以上30歳未満	216	39.8	18.1	7.9	44.4	12.0	3.2	24.5
30歳以上40歳未満	246	41.5	19.5	9.3	47.6	8.9	2.8	21.5
40歳以上50歳未満	318	36.8	14.5	4.1	55.0	9.7	5.0	19.8
50歳以上60歳未満	279	30.8	11.8	3.6	57.3	11.5	5.0	18.6
60歳以上	743	22.6	7.5	2.4	72.7	10.6	4.7	15.7

※全体、20代、60代以上のデータラベルのみを表示

Q5-1.) 皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【靴】

普段皮革製品を購入する際、価格やデザイン以外の次のポイントについて気になる度合いを 5 段階から選択
※購入したことがない場合は、購入する場合を想像して選択

【靴】

生産国の違い：「ある程度気になる」44.7%

機能性の違い：「ある程度気になる」50.8%

素材の違い：「とても気になる」38.8%

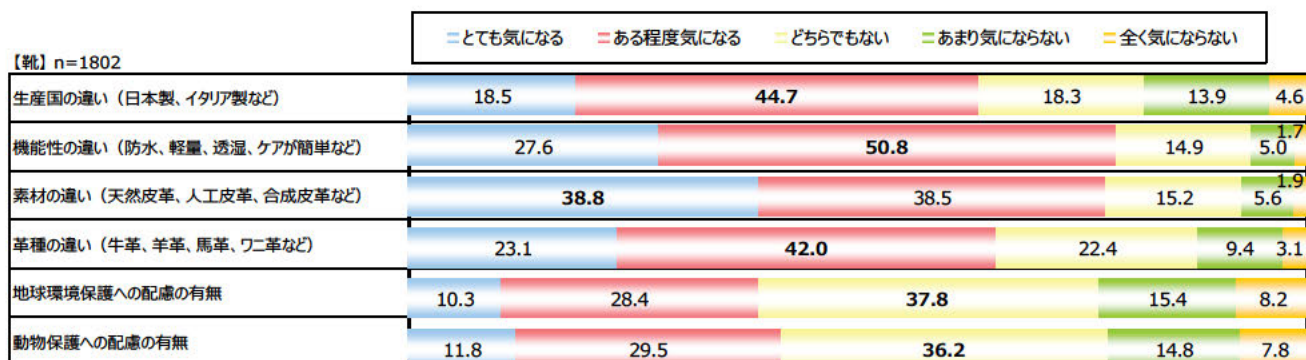
革種の違い：「ある程度気になる」が最も多く 42.0%

地球環境保護への配慮の有無：「どちらでもない」37.8%

動物保護への配慮の有無：「どちらでもない」36.2%

靴に関しては、「素材の違い」について「とても気になる」とした人が多く、38.8%となった。機能性の違いでは「ある程度気になる」が 50.8%でもっとも高い。

図表 4-5：皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【靴】



Q5-2) 皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【鞆・バッグ】

普段皮革製品を購入する際、価格やデザイン以外の次のポイントについて気になる度合いを 5 段階から選択
※購入したことがない場合は、購入する場合を想像して選択

【鞆・バッグ】

生産国の違い：「ある程度気になる」43.1%

機能性の違い：「ある程度気になる」46.7%

素材の違い：「ある程度気になる」40.1%

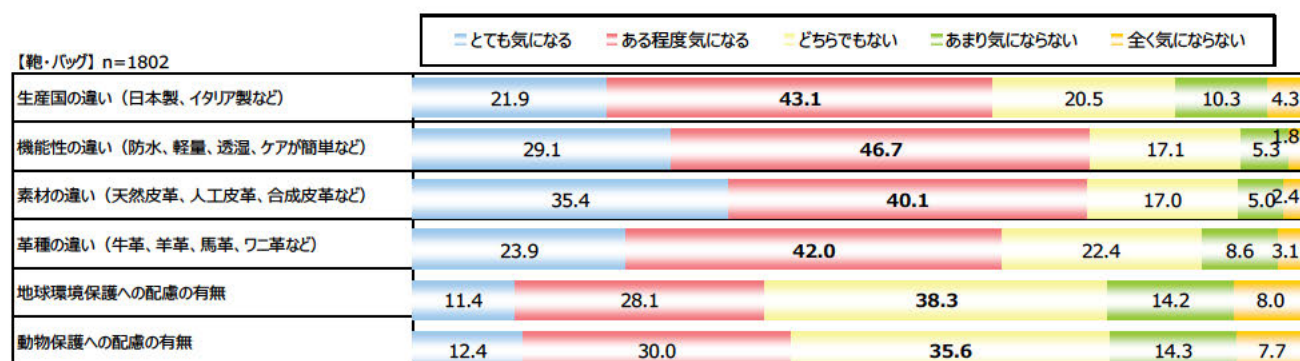
革種の違い：「ある程度気になる」42.0%

地球環境保護への配慮の有無：「どちらでもない」38.3%

動物保護への配慮の有無：「どちらでもない」35.6%

鞆・バッグに関しては、「生産国」「機能性」「素材」「革種」の 4 項目について、「ある程度気になる」とした人が 4 割を超えている。もっとも高いのは「機能性の違い」46.7%である。「素材の違い」に関しては「とても気になる」とした人が他項目に比べて多く 35.4%となっている。

図表 4-6：皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【鞆・バッグ】



Q5-3) 皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【革小物】

普段皮革製品を購入する際、価格やデザイン以外の次のポイントについて気になる度合いを 5 段階から選択
※購入したことがない場合は、購入する場合を想像して選択

【革小物(財布・カードケースなど)】

生産国の違い：「ある程度気になる」40.8%

機能性の違い：「ある程度気になる」46.1%

素材の違い：「ある程度気になる」39.8%

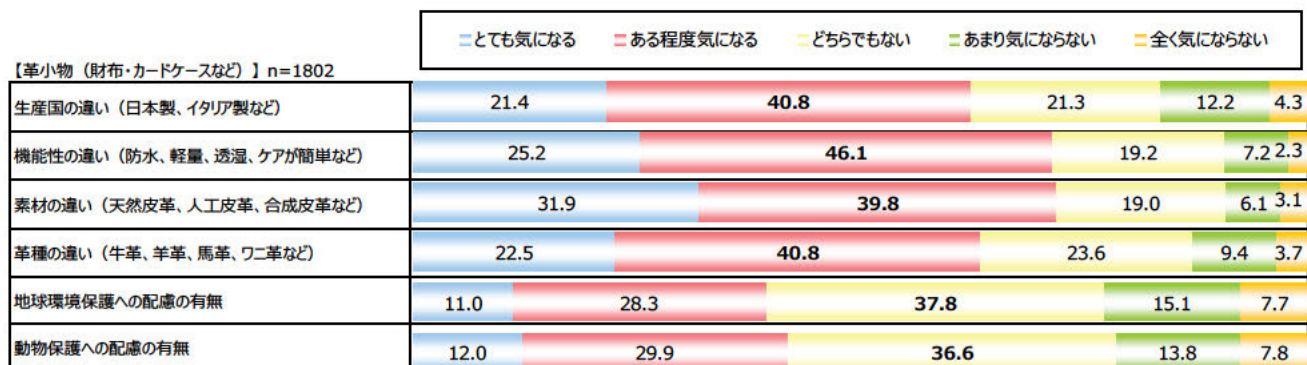
革種の違い：「ある程度気になる」40.8%

地球環境保護への配慮の有無：「どちらでもない」37.8%

動物保護への配慮の有無：「どちらでもない」36.6%

革小物に関しては、4 項目で「ある程度気になる」とした人が 4 割以上となっているが、もっとも高いのは「機能性の違い」46.1%である。

図表 4-7：皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【革小物】



Q5-4) 皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【衣料品/レザーウェア】

普段皮革製品を購入する際、価格やデザイン以外の次のポイントについて気になる度合いを 5 段階から選択
※購入したことがない場合は、購入する場合を想像して選択

【衣料品/レザーウェア】

生産国の違い：「ある程度気になる」40.1%

機能性の違い：「ある程度気になる」43.3%

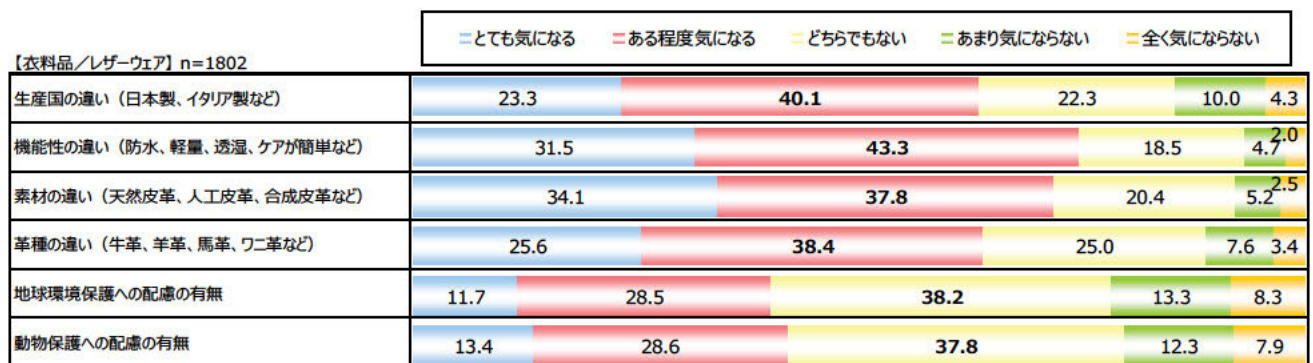
素材の違い：「ある程度気になる」37.8%

革種の違い：「ある程度気になる」38.4%

地球環境保護への配慮の有無：「どちらでもない」38.2%

動物保護への配慮の有無：「どちらでもない」37.8%

図表 4-8：皮革製品購入時における各ポイントへの気になる度合【衣料品/レザーウェア】



Q6) 皮革製品の購入頻度

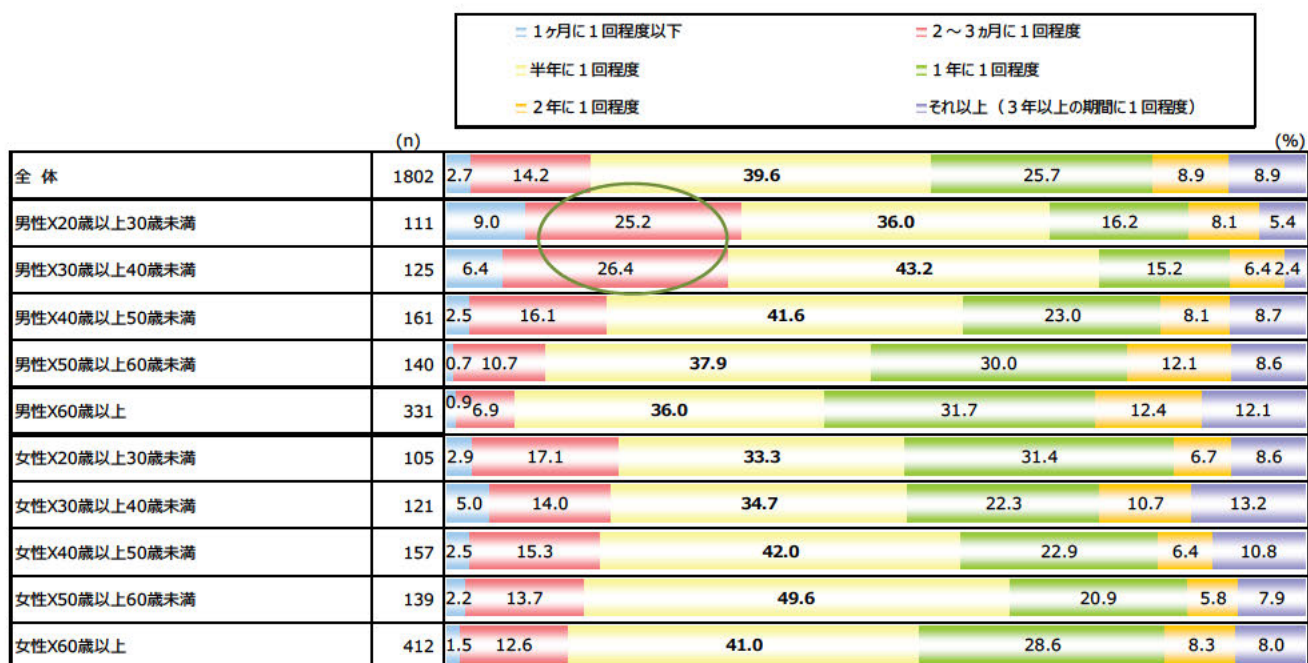
あなたは普段、どれくらいの頻度で皮革製品を購入しますか（SA）

普段、皮革製品を購入する頻度については、男女比、年代比でもややばらつきがある。

皮革製品の購入頻度では、男女別の各世代共通で、「半年に1回程度」が最も多く39.6%と約4割を占めた。次点は「1年に1回程度」で25.7%である。

20代と30代の男性では「2～3ヶ月に1回程度」がそれぞれ25～26%おり、より購入頻度が高い人の存在が認められる。一方、女性においても、若い世代ほど「2～3ヶ月に1回程度」とした回答は高いが、いずれも2割には満たない。

図表 4-9：皮革製品の購入頻度



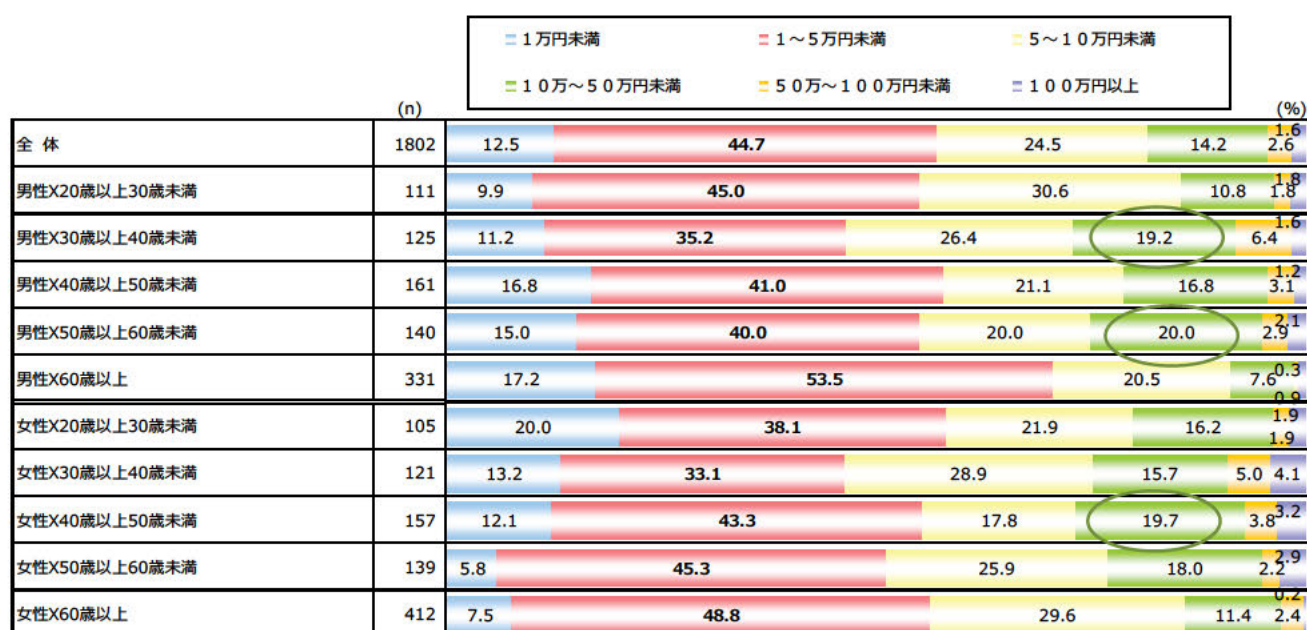
Q7-1) 皮革製品の年間購入金額

あなたは普段、皮革製品の購入に年間いくらつかりますか（SA）

男女の各年代とも「1～5万円未満」が最も多く全体で44.7%を占めている。次点は「5～10万円未満」で24.5%である。

男性30代、50代と女性40代では「10万～50万円未満」もおおよそ2割を占めており、皮革製品に一定金額支出している様子が見えてくる。

図表 4-10 : 皮革製品の年間購入金額

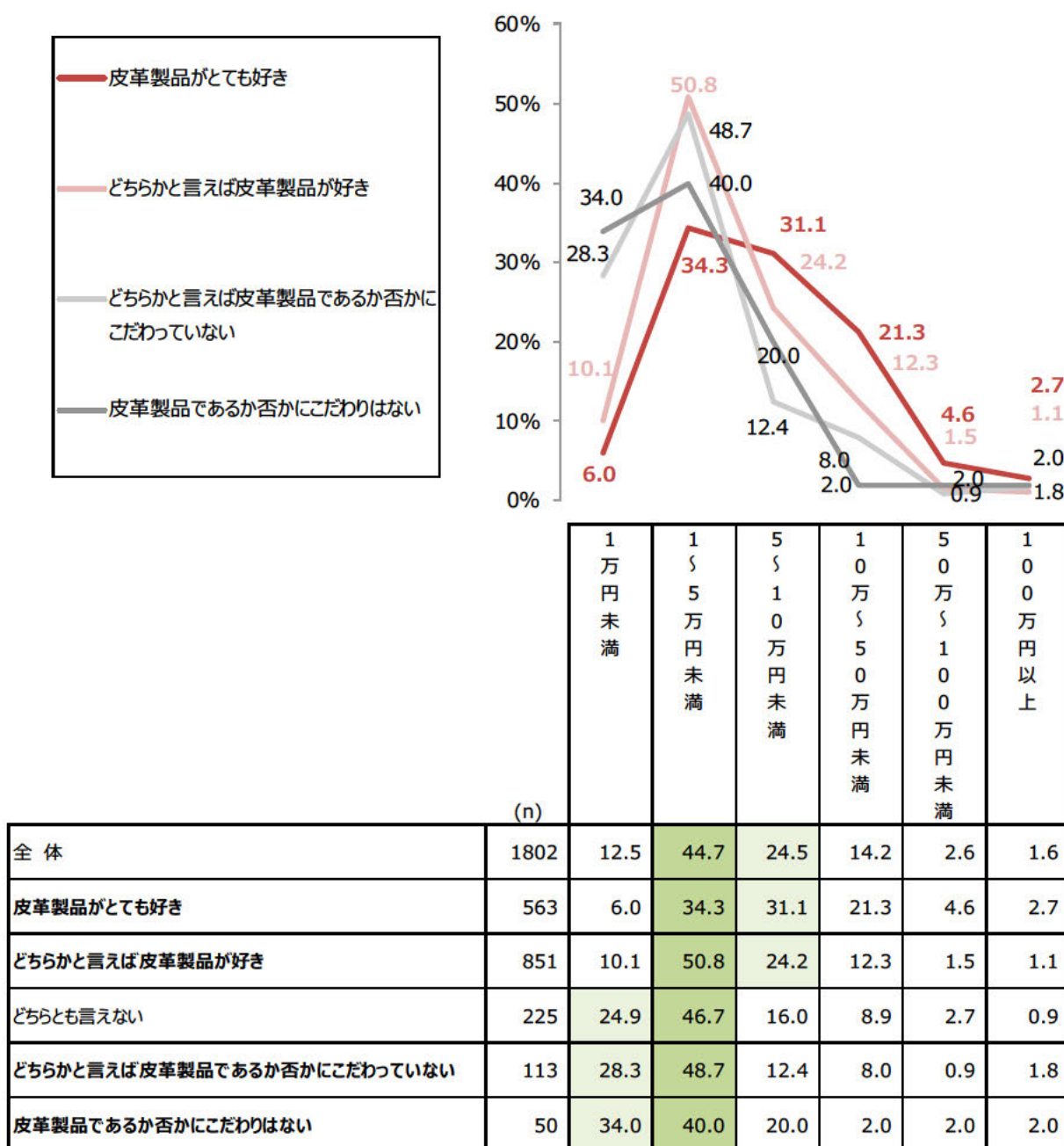


Q7-2) 皮革製品の年間購入金額×皮革製品愛好度

「皮革製品がとても好き」および「どちらかと言えば皮革製品が好き」という回答者と、「皮革製品であるか否かにこだわりのない」および「どちらかと言えば皮革製品であるか否かにこだわっていない」という回答者別に、年間の購入金額を抽出した。

いずれも「1～5 万円未満」の割合が最も高いという結果にはなったものの、「好き」なグループと「こだわらない」グループでは、2 位の金額で違いがみられた。「好き」なグループは「5～10 万円未満」が 2～3 割となり、一方の「こだわらない」グループは「1 万円未満」が 3 割近くとなっている。その他「10～50 万円未満」というレンジにおいても「好き」なグループと「こだわらない」グループでは、大きな開きがある。

図表 4-11：皮革製品の年間購入金額×皮革製品愛好度



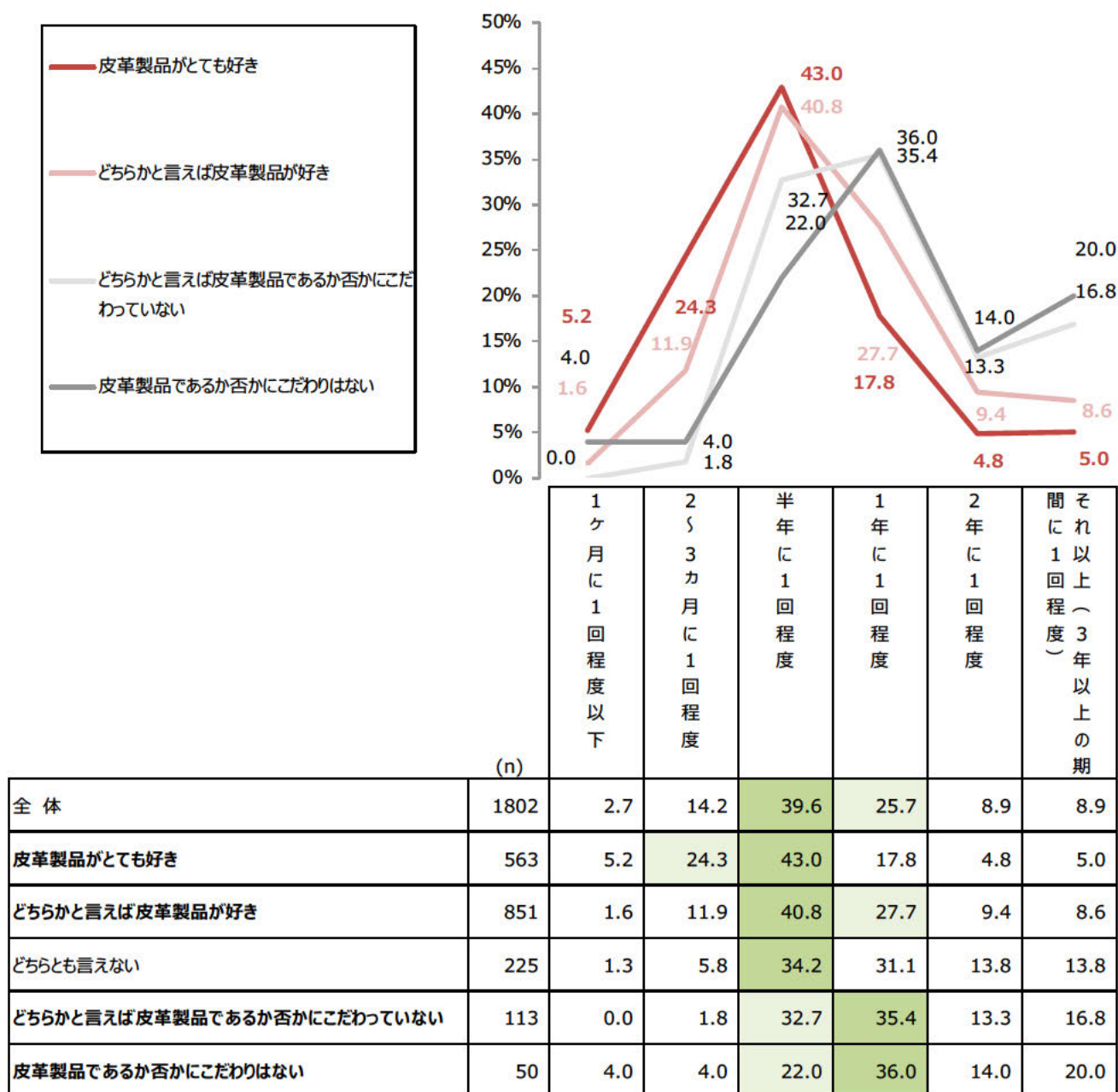
※グラフはデータを一部抽出

Q7-3) 皮革製品の購入頻度×皮革製品愛好度

「皮革製品がとても好き」および「どちらかと言えば皮革製品が好き」という回答者と、「皮革製品であるか否かにこだわりのない」および「どちらかと言えば皮革製品であるか否かにこだわっていない」という回答者別に、購入頻度を抽出した。

「好き」なグループでは「半年に1回程度」がもっとも多く4割を超えている。「こだわらない」グループは、「1年に1回程度」がもっとも多く3割台である。ただし、「どちらかと言えば皮革製品であるか否かにこだわっていない」人では「半年に1回程度」の人も32.7%と、「1年に1回程度」と回答した人（35.4%）をやや下回るレベルの割合で存在する。

図表 4-12：皮革製品の購入頻度×皮革製品愛好度



※グラフはデータを一部抽出

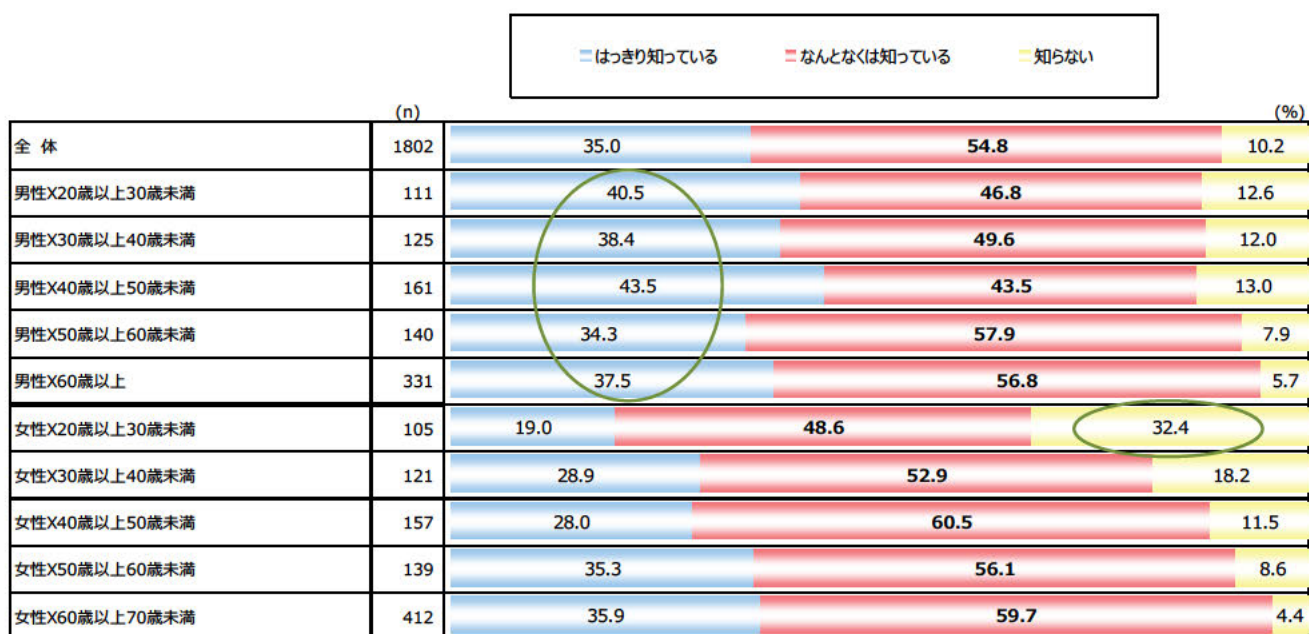
Q8) 天然皮革・合成皮革・人工皮革の違いに関する認知度

天然皮革と合成皮革・人工皮革の違いを知っていますか（SA）

天然皮革と合成皮革・人工皮革の違いに関しては、全体では「なんとなく知っている」が 54.8%で最も多く、半数を占める。

男性は「はっきり知っている」との回答も多く、すべての年代で 3 割を超えており、50 代以外では 4 割前後となっている。一方 20 代女性では、「知らない」と回答した人が 3 割を超えており、全男女別世代別で最も多く、目立つ突出している。他の男女別世代別では「知らない」と回答した人が 2 割を超えているところはない。

図表 4-13：天然皮革・合成皮革・人工皮革の違いに関する認知度



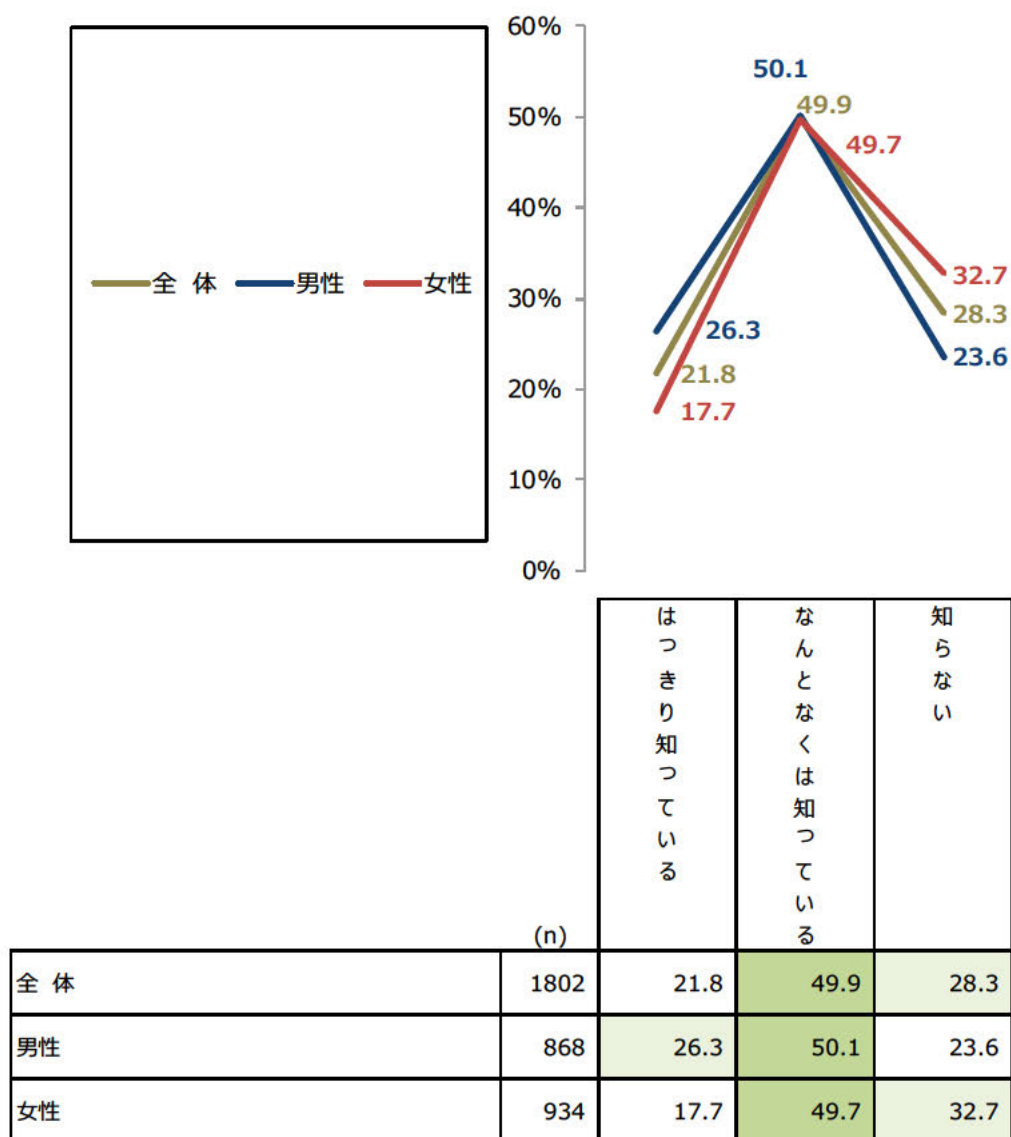
Q9) 合成皮革と人工皮革の違いに関する認知度

合成皮革と人工皮革の違いを知っていますか（SA）

合成皮革と人工皮革の違いについては、「なんとなくは知っている」が 49.9%とほぼ半数を占める。

次点は「知らない」とする回答（28.3%）で、「はっきり知っている」（21.8%）を 6.5 ポイント上回った。「知らない」とする人は男性より女性の方が多く、その差は 9 ポイントある。

図表 4-14：合成皮革と人工皮革の違いに関する認知度

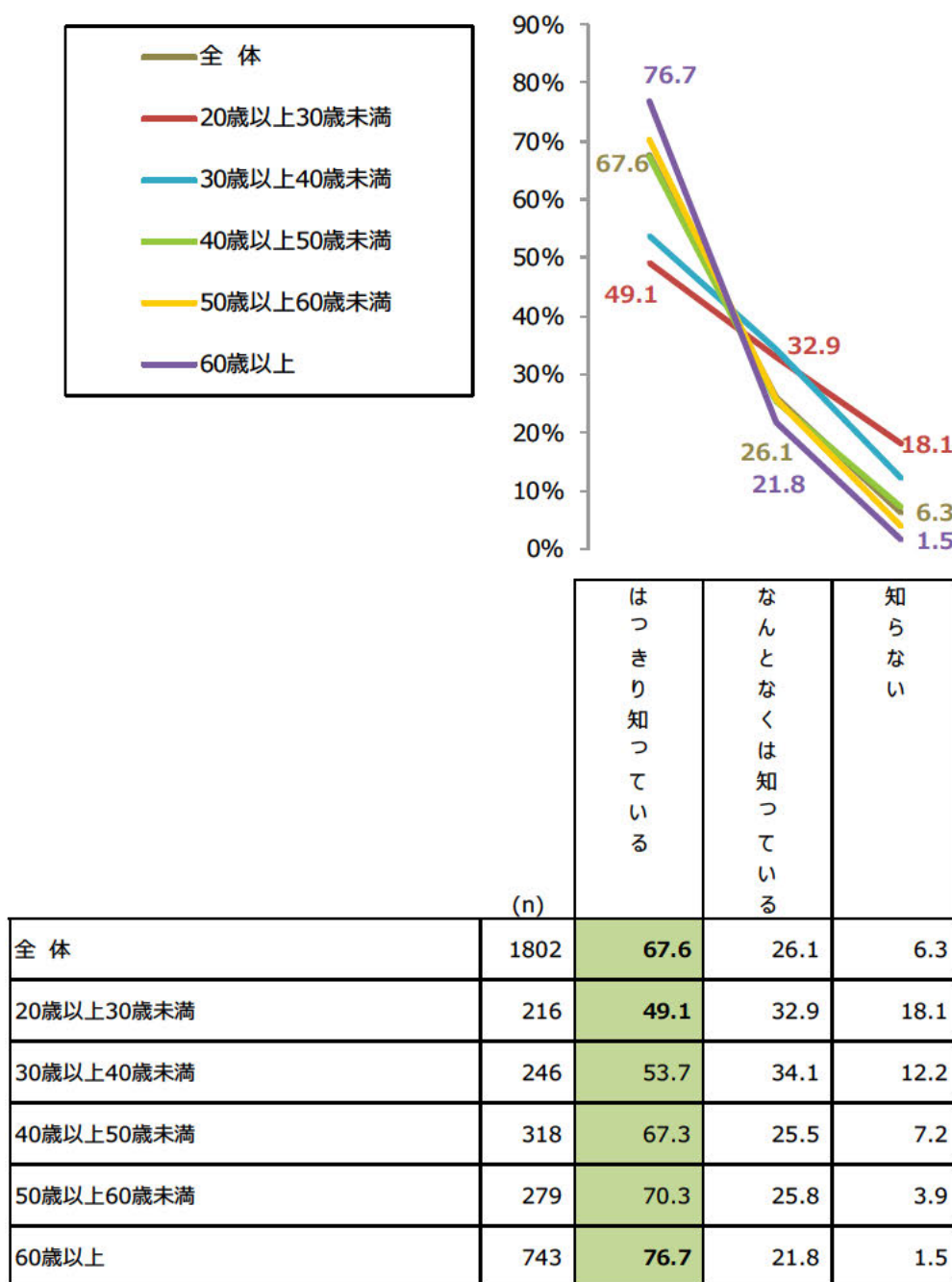


Q10) 天然皮革の動物由来 認知度

天然皮革が、動物の皮を使用した素材であることは知っていますか（SA）

天然皮革が、動物の皮を使用した素材であることについては、「はっきり知っている」が全体で 67.6%を占めた。その認知度には世代で大きな差がみられる。50 代・60 代以上では 7 割を超えている一方で、20 代では 49.1%と半数に届かなかった。

図表 4-15：天然皮革の動物由来 認知度



※全体、20代、60代以上のデータラベルのみを表示

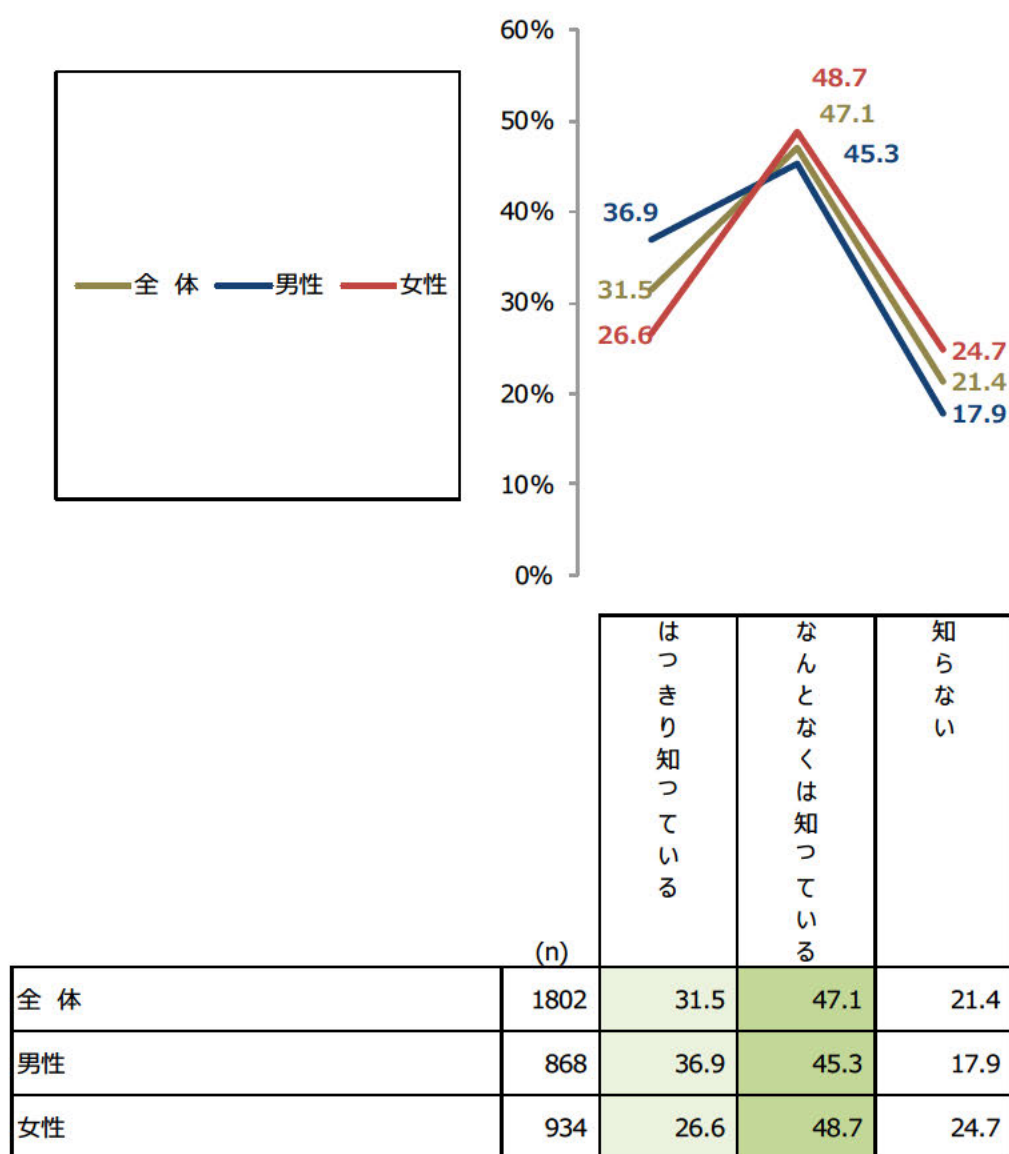
Q11) 合成皮革・人工皮革の素材認知度

合成皮革や人工皮革が、ウレタン等のプラスチック樹脂を使用した素材であることは知っていますか（SA）

合成皮革や人工皮革が、ウレタン等のプラスチック樹脂を使用した素材であることへの認識は「なんとなく知っている」が最も多く47.1%で半数近くを占めた。

男女比では、「はっきり知っている」とする人は男性の方が女性より多く、およそ10ポイント差がついた。

図表 4-16：合成皮革・人工皮革の素材認知度

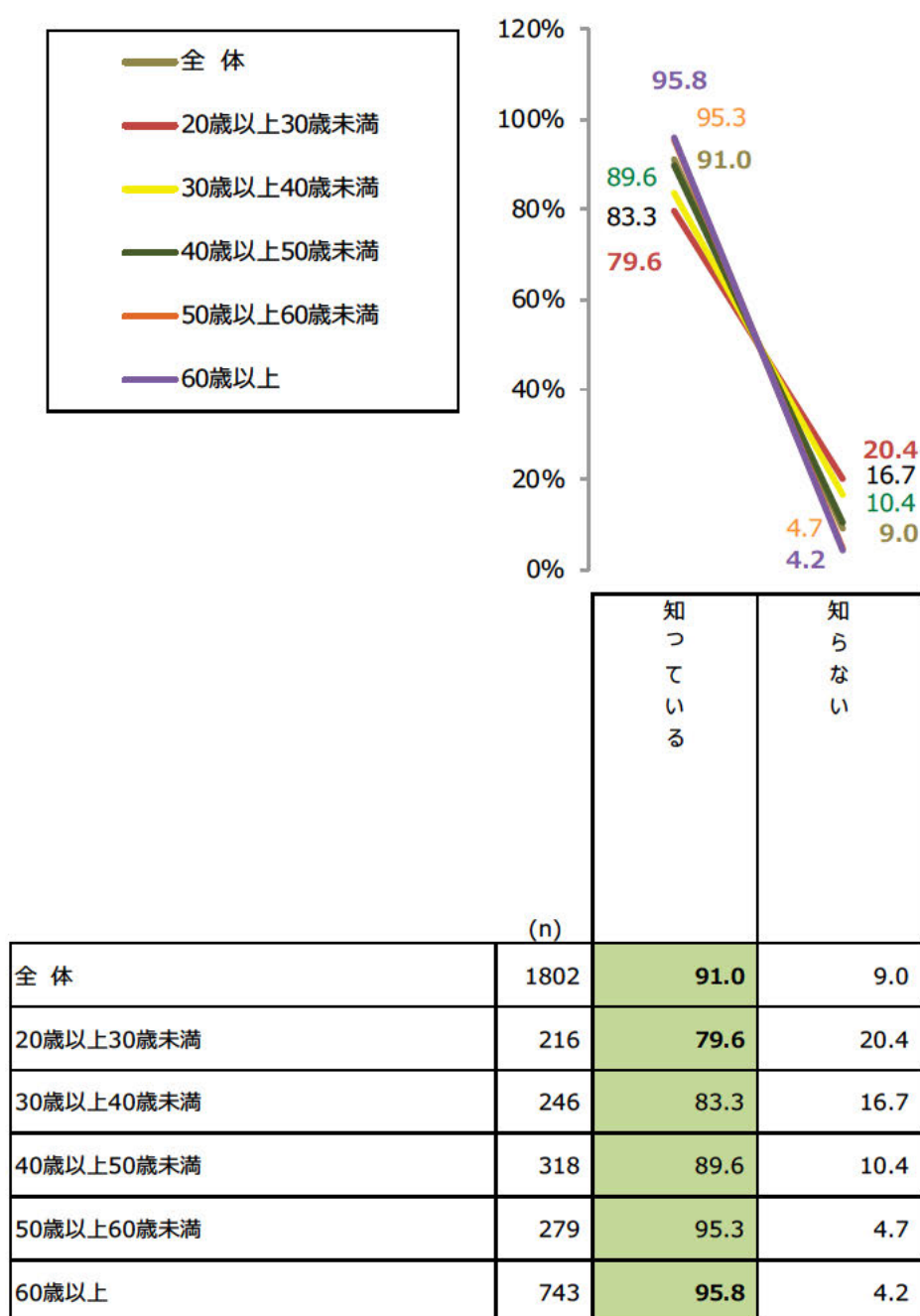


Q12) 合成皮革・人工皮革の非本革 認知度

合成皮革や人工皮革が、天然皮革(=本革)ではないことを知っていますか (SA)

合成皮革や人工皮革が、天然皮革(=本革)ではないことを認識している人は多く、全体で9割を超えた。年代が高いほど、認知も高い。60代以上が95.8%、20代は79.6%でその差は16.2ポイントある。

図表 4-17 : 合成皮革・人工皮革の非本革 認知度



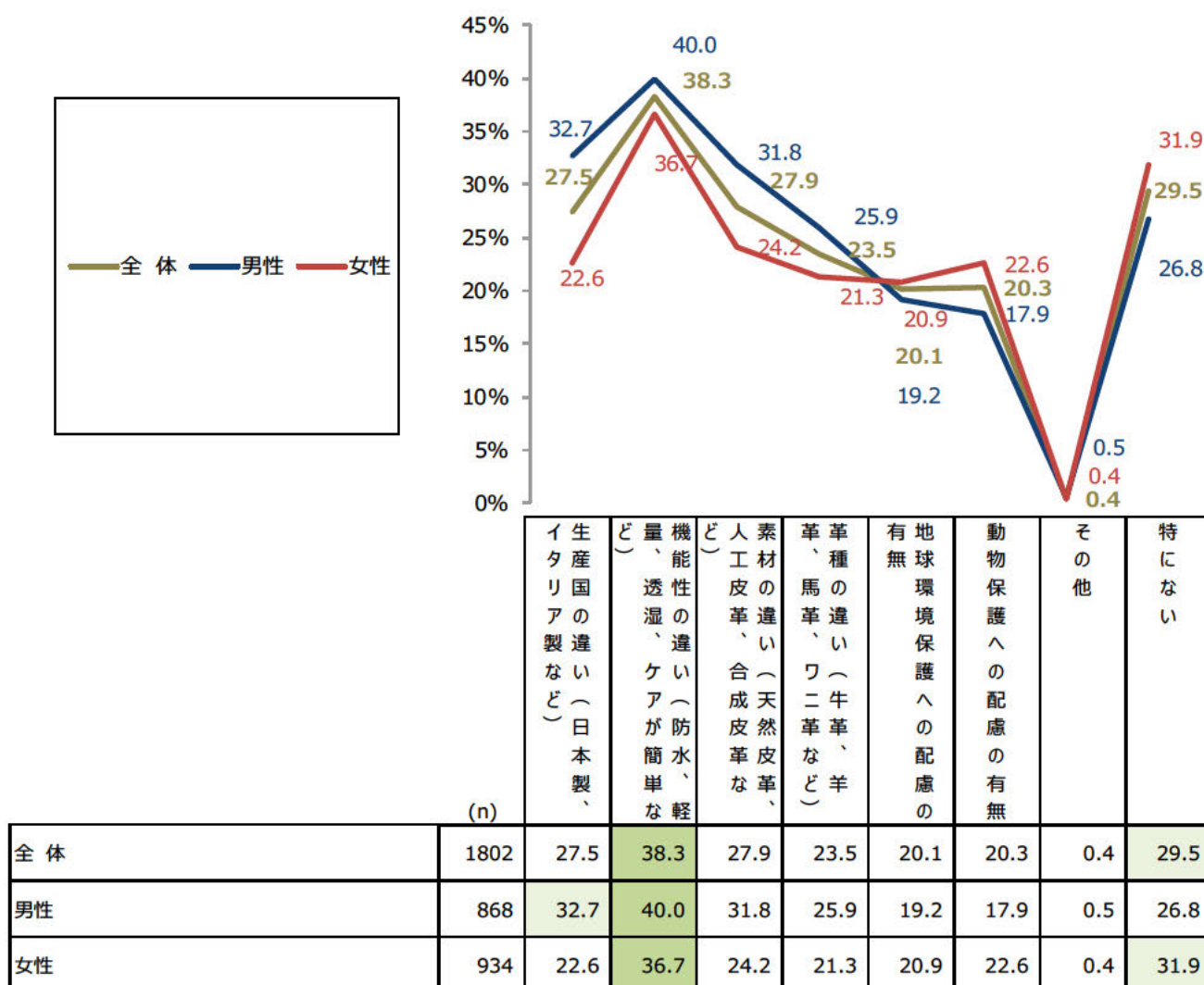
Q13) 皮革製品購入時の違いがわかりにくく不満な点

あなたは普段、皮革製品を購入する際に、違いがわかりにくくて不満を感じているポイントがありますか（MA）

皮革製品を購入する際に、違いがわかりにくくて不満を感じているポイントでは、「機能性の違い(防水、軽量、透湿、ケアが簡単など)」と回答した人が多く、全体で 38.3%となっている。次点は「特にない」で 29.5%となっておりおよそ 3 割を占める。他項目は概ね 20%～30%台となっている。

男性は機能性の違いに次いで、「生産国の違い(日本製、イタリア製など)」とした人が多く、その割合は 32.7%で、女性（22.6%）とは 10 ポイントもの差がある。

図表 4-18：皮革製品購入時の違いがわかりにくい点

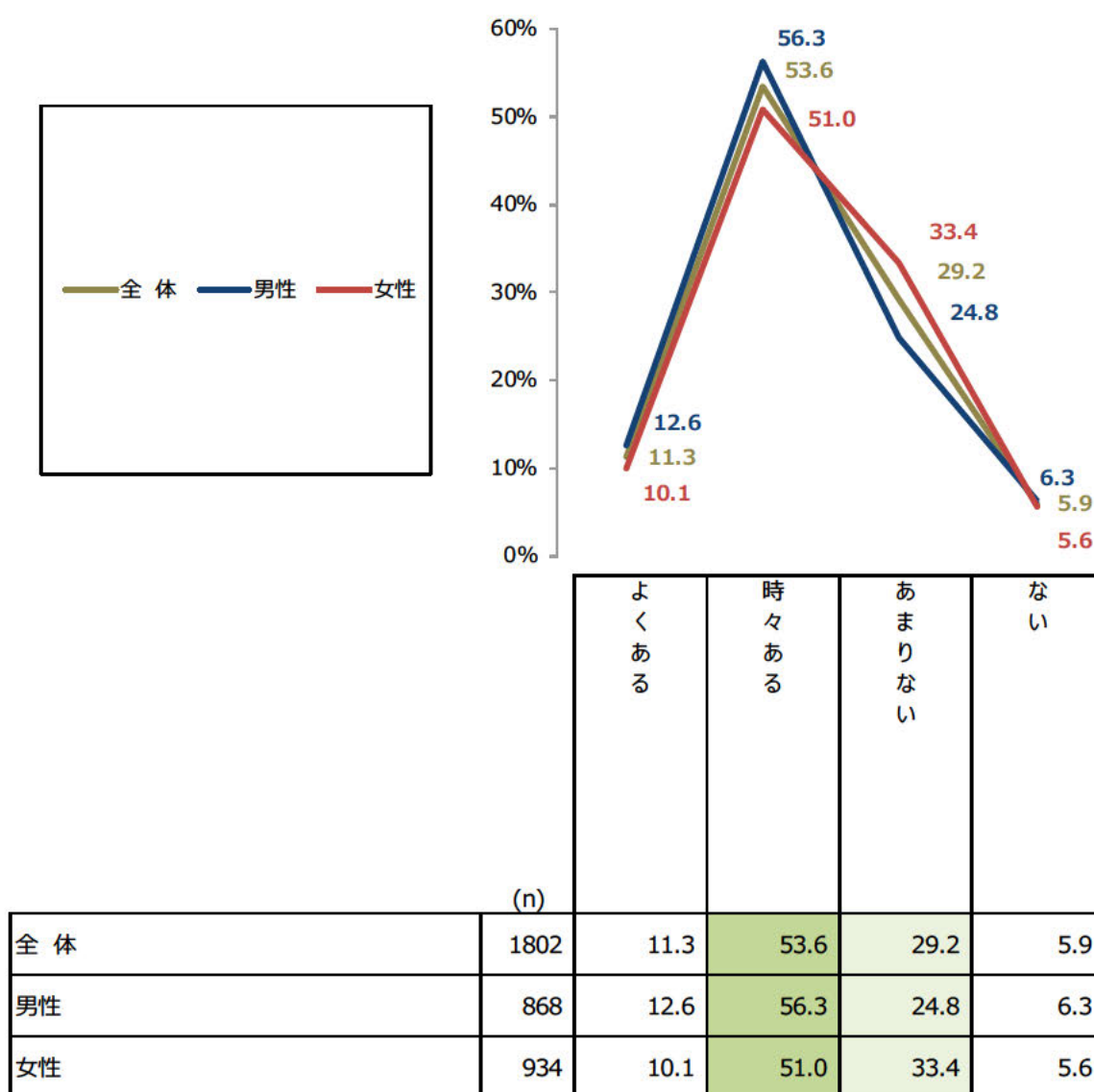


Q14) 皮革製品購入時における天然皮革識別の困難さ

過去、あなたは皮革製品を購入する際に、天然皮革(=本革)なのか否かがわかりにくいと感じたことはありますか (SA)

皮革製品を購入する際に、天然皮革(=本革)なのか否かがわかりにくいと感じた経験については、「時々ある」が53.6%と半数を超えている。次点は「あまりない」でおよそ3割である。男女間(世代間でも)で大きな差はない。

図表 4-19 : 皮革製品購入時における天然皮革識別の困難さ



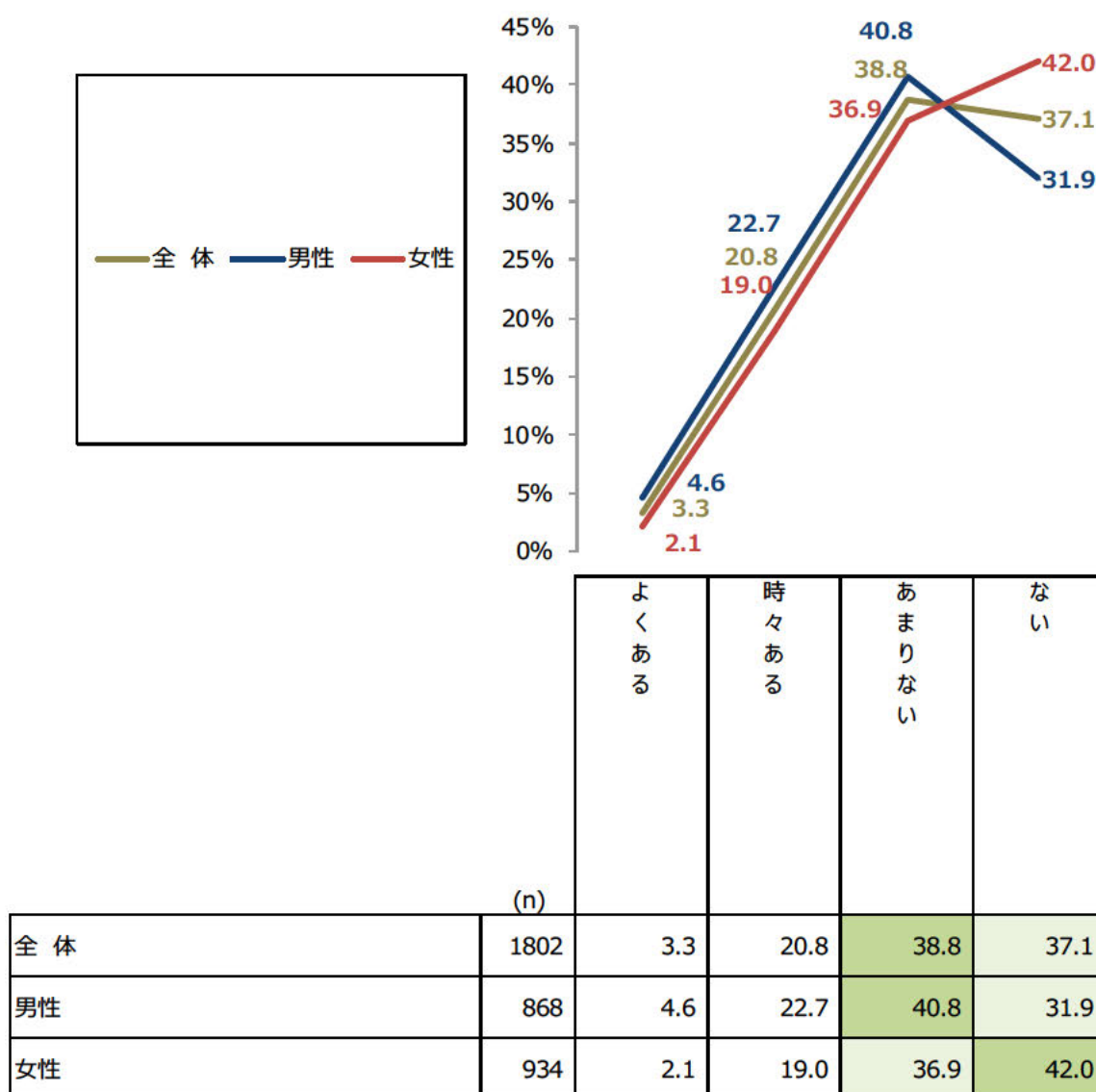
Q15) 天然皮革と合成・人工皮革の購入間違い

過去、あなたは天然皮革(=本革)と合成・人工皮革を間違えて購入したことはありますか (SA)

天然皮革 (= 本革) と合成・人工皮革を間違えて購入した経験に関しては「あまりない」が 38.8%、「ない」が 37.1%と僅かの差となった。

女性では「ない」と回答した人が最も多く 42.0%となった。一方、男性は「あまりない」が 40.8%で最も高いが、「よくある」「時々ある」の回答でも女性を僅かながら上回っている。

図表 4-20 : 天然皮革と合成・人工皮革の購入間違い



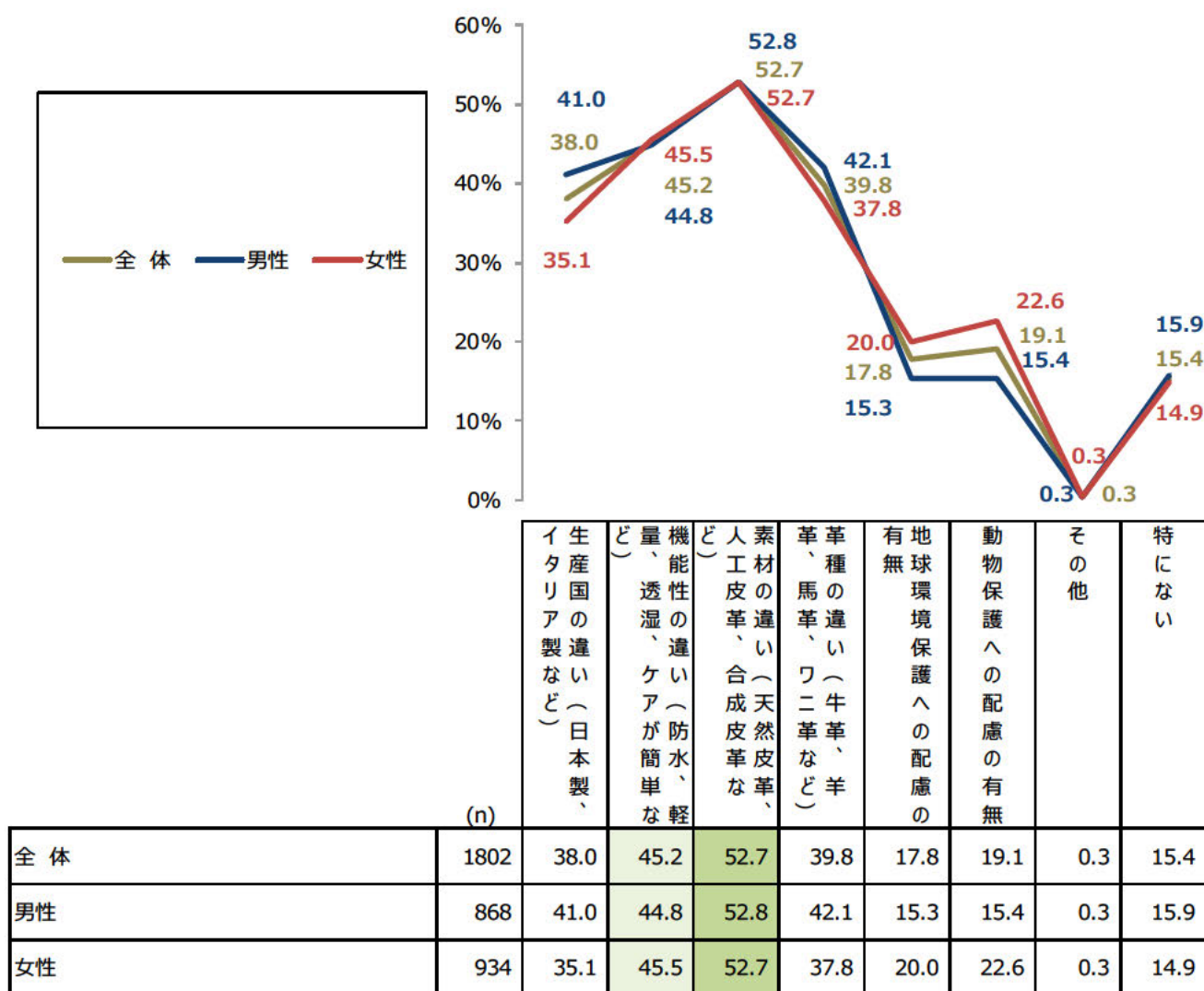
Q16) 皮革製品の表示で改善してほしいポイント

皮革製品を購入する際に、今よりもはっきりと区別して表示して欲しいと思うポイントがありますか（MA）

今よりもはっきりと区別して表示して欲しいと思うポイントで最も高いのは、「素材の違い（天然、人工、合成）」で男女とも半数を超えている。次点は「機能性の違い」であるが、「生産国の違い」と「革種の違い」についても4割近くが望んでいる。

その他、「地球環境保護への配慮の有無」や「動物保護への配慮の有無」については男性より女性の方が高い結果となった。

図表 4-21：皮革製品の表示

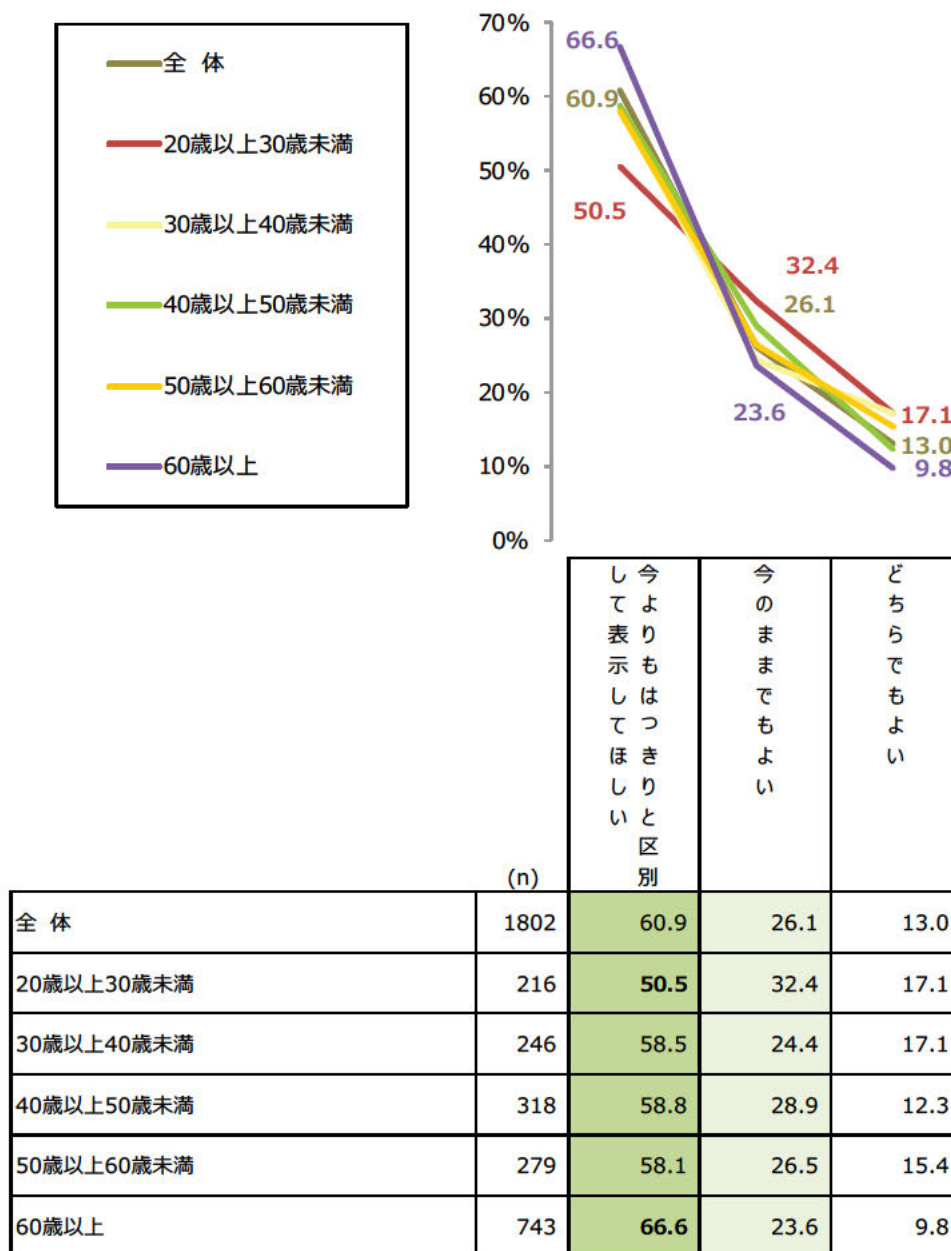


Q17) 天然皮革と合成・人工皮革の区別表示

天然皮革を使った製品と、合成・人工素材を使った製品の違いを、今よりもはっきりと区別して表示してほしいと思いますか（SA）

天然皮革製品と、合成・人工素材製品の違いの表示については、「今よりもはっきりと区別してほしい」が全体で 6 割を超えている。一方「今のままでもよい」は 26%程度となっている。男女比では大きな差はないが、世代比では 60 代以上が 66.6%、20 代は 50.5%と半数を超えたものの、その差は 16.1 ポイントの開きがある。

図表 4-22：天然皮革と合成・人工皮革の区別表示



※全体、20代、60代以上のデータラベルのみを表示

Q18) 区別表示を必要とする理由

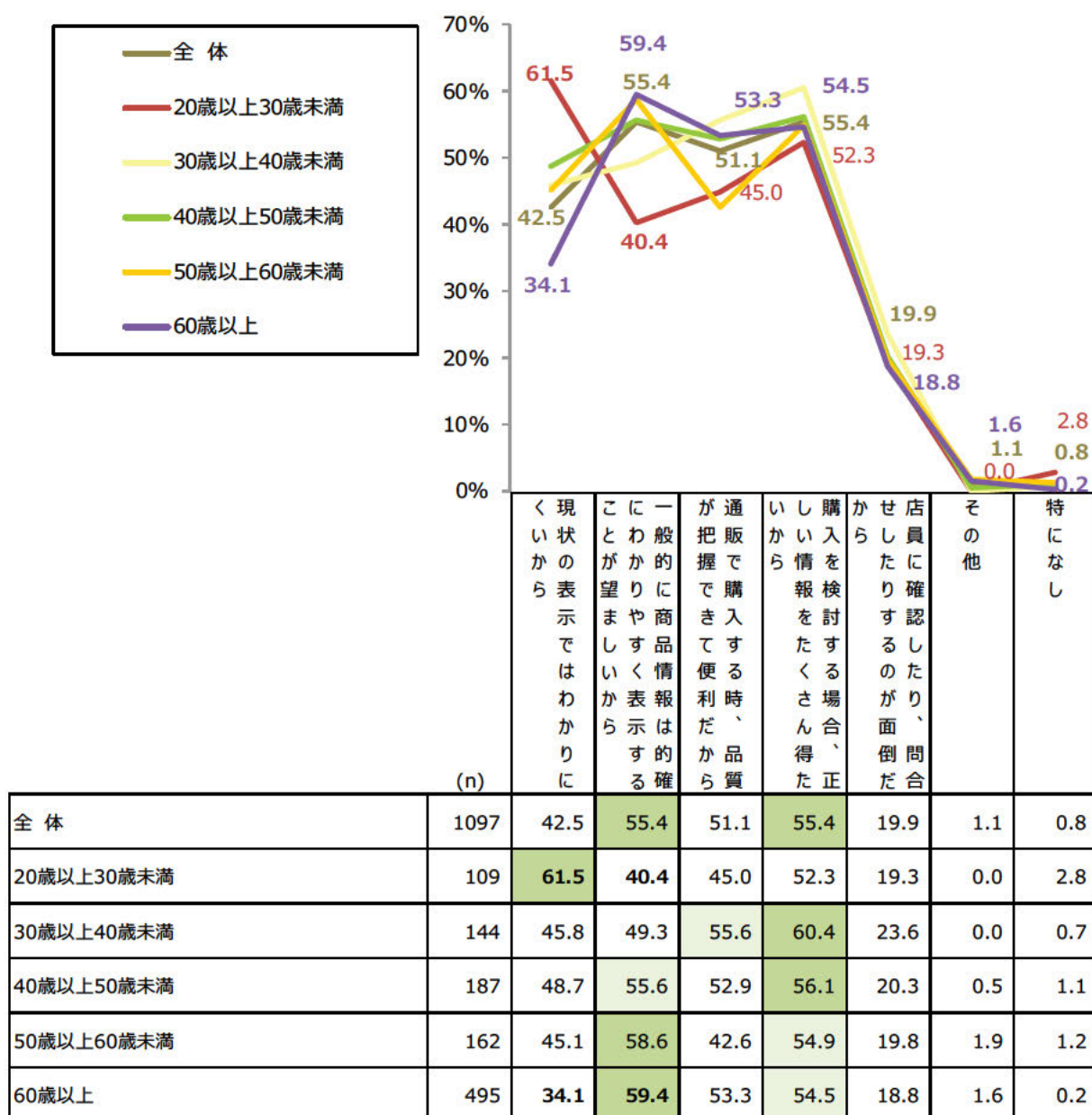
「今よりもはっきりと区別して表示してほしい」のはなぜですか（MA）

※Q17で「今よりもはっきりと区別して表示してほしい」と回答した方のみ対象

区別表示を、現状よりはっきりとしてほしいとする理由に関しては、「一般的に商品情報は的確にわかりやすく表示することが望ましいから」、「購入を検討する場合、正しい情報をたくさん得たいから」が同率でもっとも多く 55.4%となった。また、「通販で購入する時、品質が把握できて便利だから」が 51.1%とこちらも半数を超えており、コロナ禍で利用が加速したEコマースを中心に、通販が皮革製品でも活用されていることがうかがえる。

世代比でわかれたのは「現状の表示ではわかりにくいから」で、60代が 34.1%であるのに対して、20代は 61.5%と高く、27.3ポイントもの差がある。

図表 4-23：区別表示必要性の理由



※全体、20代、60代以上のデータラベルのみを表示

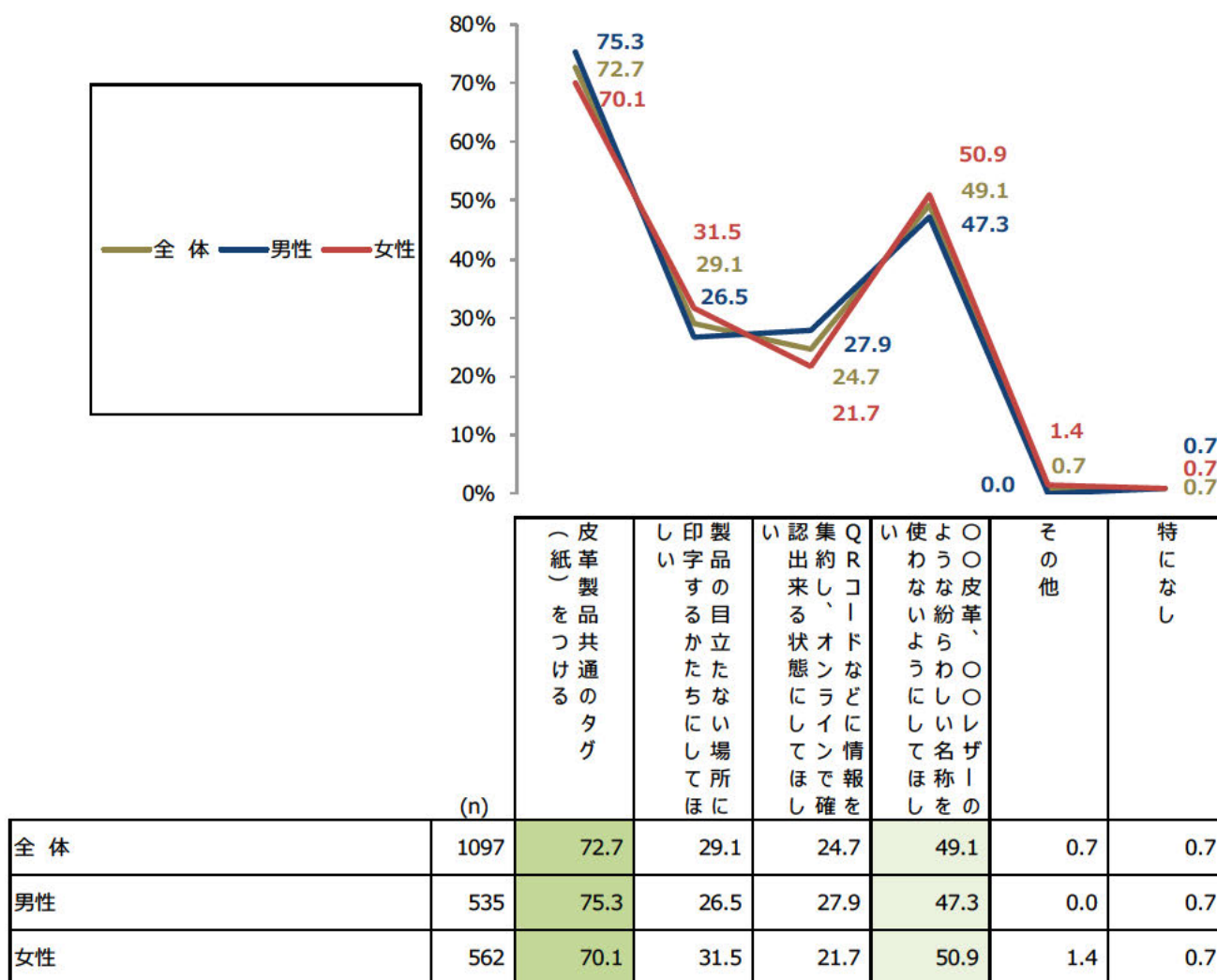
Q19) 区別表示の方法

表示する場合、どう方法がよいですか（SA）

※Q17で「今よりもはっきりと区別して表示してほしい」と回答した方のみ対象

「皮革製品共通のタグ（紙）をつける」方法が7割を超えている。表示方法において、男女差や年代差に大きな差はみられない。

図表 4-24：区別表示の方法



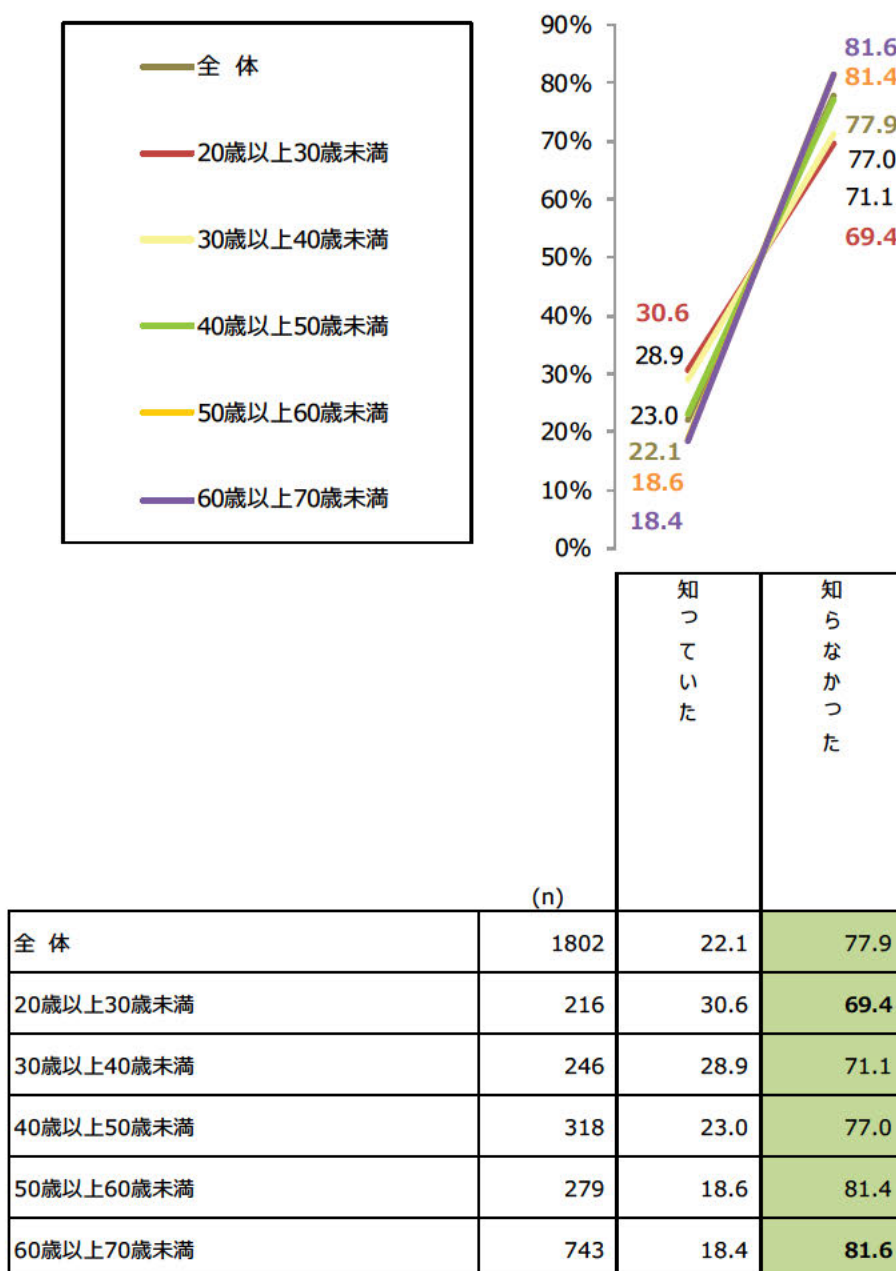
Q20) 海外での「レザー」用語、限定使用の動きへの認識

ヨーロッパをはじめとして「レザー(leather:革)」という用語を動物由来の天然皮革に限り使用する動きも広がりつつありますが、ご存知でしたか (SA)

レザー (leather : 革) という用語を動物由来の天然皮革に限り使用する、欧州などでの動きについては、全体で 77.9%が「知らなかった」と回答した。世代比では、「知らなかった」とする 20 代が 69.4%である一方、50 代・60 代では 81%を超えており、若年層の方が、認知が高いことがわかる。

男女比ではそれほど差 (3.7 ポイント差) は大きくないものの、女性より男性の方が、やや認知が高い (表記外)。

図表 4-25 : 海外での「レザー」用語、限定使用の動きへの認識



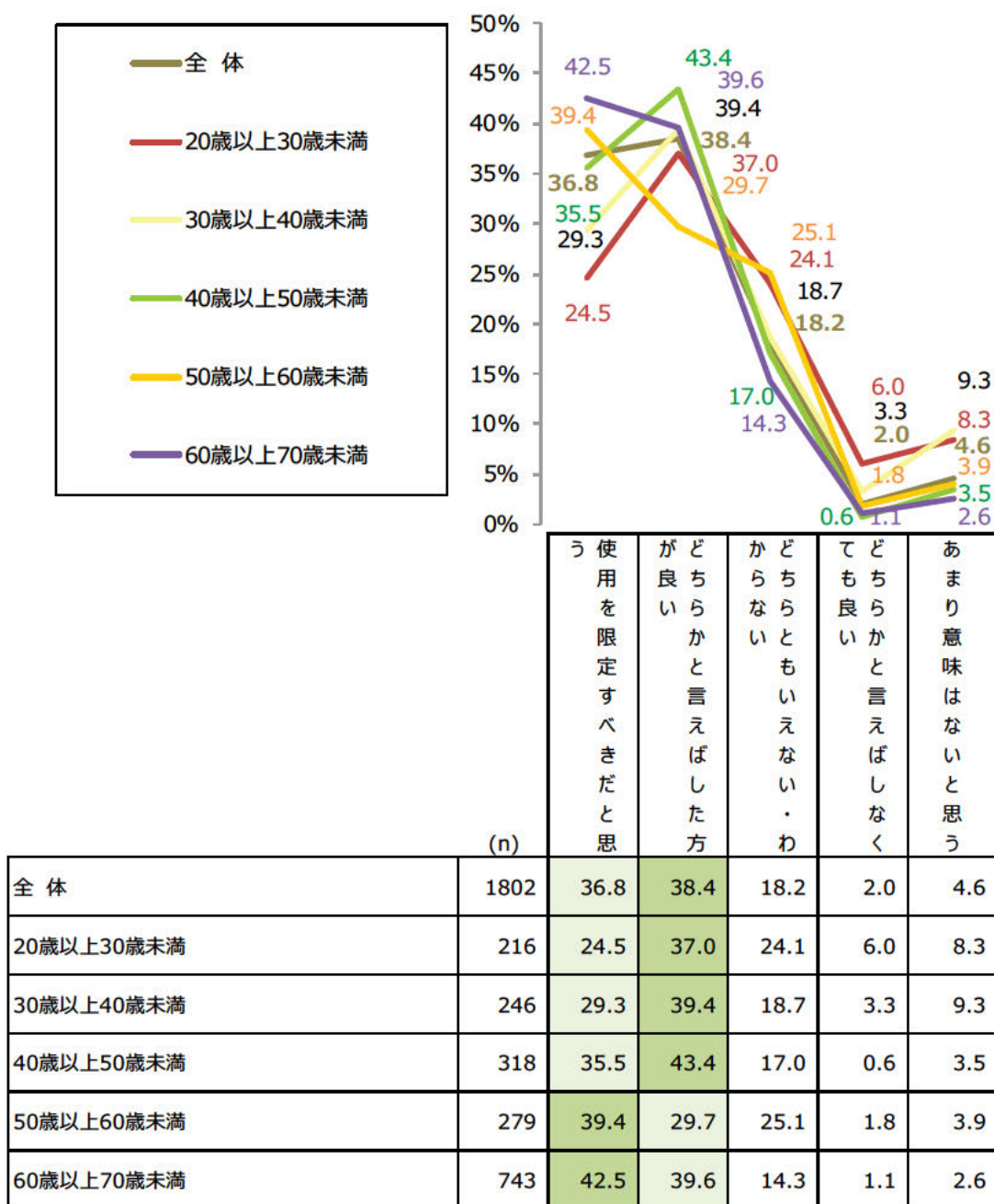
Q21) 日本での「レザー」用語、限定使用についての見解

あなたは、日本でも「レザー(leather:革)」という用語を動物由来の天然皮革に限り使用すべきだと思いますか (SA)

日本でも「レザー(leather:革)」という用語を動物由来の天然皮革に限り使用すべきだと思うかどうかについては、「どちらかと言えばした方が良い」が38.4%、「使用を限定すべきだと思う」が36.8%となり、両方をあわせた「すべき・した方が良い」という方向性が7割を超えた。

世代比ではこれまでの設問同様、差が出ている。若い世代ほど「どちらかと言えばした方が良い」とする人がおよそ4割を占めるが、50代・60代では「使用を限定すべきだと思う」と強い意見が優勢となる。

図表 4-26 : 日本での「レザー」用語、限定使用についての見解



第5部

より効果的な周知、普及策についての検討

1. 海外事例に学ぶ皮革用語における JIS 化対応の方向性とポイント

まず、皮革用語規定に取り組む世界各国の先行事例の中で特に着目すべきものは、『ISO15115 (Leather vocabulary)』と『EN15987 (Leather Terminology Key Definitions for The Leather Trade)』である。その理由は 3 つある。

1 つ目の理由は、これらが JIS (日本産業規格) と同じ規格 (標準) というカテゴリーに属するためである。皮革用語の使用ルールのうち、世界で最も先行しているのはイタリア『Legislative Decree 9 June 2020, n.68』である。理由は、法的拘束力を備えたいいわゆる「法令」という位置付けにあるからだ。しかし、JIS はあくまでも規格 (標準) に過ぎないため、同じ階層に属している ISO や EN を参照することがより適切と考えられる。

2 つ目の理由は、ISO と EN を準拠する対象集団が広範囲に及ぶことである。例えば JIS のようなその国固有の「国家規格」と異なり、ISO は「国際規格 (世界統一規格)」であり、EN は「地域規格 (欧州統一規格)」である。そのため、今後日本が国際取引の円滑化を図っていくことを想定した場合においても、先の 2 つの先行事例を参照することは有用だと考えられる。

3 つ目の理由は、ISO と EN では、近年濫用が目立つ「leather (レザー)」という用語について明確な使用規定が具体的に定まっているばかりでなく、統一化が図られているためである。例えば、「leather (レザー)」という用語の場合、動物由来の革でないとそもそも使用することができないことが明記されている。また、革の銀面が完全に除去されている革は、「split leather (スプリットレザー)」や「suede leather (スエードレザー)」などのように別の用語を用いる必要があるなどのように、その意味や定義、使用方法、基準などが明文化されている。しかも、両者に登場する重複用語は、規定内容がまったく同一となっている。

以上を踏まえ、今後日本が皮革用語の JIS (日本産業規格) 化対応を検討していくための参考事例として、『ISO15115』や『EN15987』の制度概要や規定内容に関する調査を行った。

その一方、規格 (標準) 化後の影響や効果、周囲の反対やサポート、取り組みにおける工夫や反省点などの参考情報を得ることを目的に、先の『ISO15115』や『EN15987』の策定に関与した機関やキーマンへのインタビュー調査も併せて行った。今回、インタビューに協力してくれたのは『欧州皮革産業連合会 (COTANCE)』、『国際タンナーズ協会 (International Council of Tanners : 通称 ICT)』、『国際皮革技術者化学者協会連合会

(International Union of Leather Technologists and Chemists Societies : 通称 IULTCS)』の 3 機関である。尚、欧州皮革産業連合会は、歴史と伝統あるヨーロッパ地域の皮革製造業の振興を図ることを目的として設立された、域内の皮革関連団体を統括する機関である。国際タンナーズ協会は、1930 年に設立された皮革製造業の国際的な組織である。また、国際皮革技術者化学者協会連合会は、1897 年に設立された国際的な皮革関連の技術者と化学者のための組織となっている。

以上のように、『ISO15115』や『EN15987』の制度設計と、それらの策定に関与・主導した機関らの意見を聴収した結果、今後我が国が皮革用語の JIS (日本産業規格) 化対応を検討していく上で重要なポイントは、図表 5-1 のように整理された。

図表 5-1. 海外事例に学ぶ皮革用語における JIS 化対応の方向性とポイント

視点	JIS 化を検討していく上で重要なポイント
規定内容	● 規定する用語は可能な限り絞り込むべき（20 語前後）。なぜなら、より効果的にするためにも、それを普及・促進させる上でも、用語が多いことはマイナスに作用する可能性高いから。多すぎると誰も遵守しなくなり形骸化しやすいばかりか、実際の商取引の場でも使いにくいものになる。 ● 類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」と、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）を取り上げ、その意味定義、使用方法、基準などを具体的に明文化しておく。特に、海外事例に倣うのであれば、動物由来でない革素材の場合、「革」という用語の使用禁止を明示する。そうすることで、類似素材との差別化・区別化が図りやすくなる。 ● 『ISO15115』や『EN15987』の規定内容との統一化を図る。そうすることで、国際的な商取引がさらに円滑に進むことも期待できる。
検討メンバー（組織構成）	● 検討メンバーの構成には十分な配慮が必要。なぜなら、策定に関与した機関の間でも検討メンバーの構成については意見が分かれているため。
普及、促進	● 国際規格（ISO や EN）との一貫性を保つことは、普及、促進の面からみても最も重要。そうすることで、日本国内だけでなく、国際的にも影響力の高い規格（標準）になる。 ● 皮革の専門用語に言及する機会があれば、常に規格からの引用を意識的に行う。規格（標準）化された文書の内容を訴え続けることで周知が広がり、また国際的な規格（標準）であることが権威を与え普及が促進することになる。

上表のとおり、皮革用語における JIS 化対応の検討に際しては、特に「規定内容」、「検討メンバー（組織構成）」、「普及、促進策」という 3 つの視点において重要なポイントであることが確認できた。円滑な国際間取引や周知・普及の促進を図る上でも、「EN15987」や「ISO15115」の規定内容との統一化を図ることは有益だと考えられる。より具体的に言えば、類似素材への用語の濫用が目立つ「leather（レザー）」という用語や、解釈・認識の相違が生まれやすそうな懸念のある曖昧な用語（例えばスプリットレザーなど）などについて、その意味や定義、使用方法、基準などを具体的に明文化しておくという方向性である。

しかしながら、伝統産業である皮革産業の保護に専念できる欧州と異なり、日本は国際的にも高い競争力を維持している人工皮革も自国の主要産業となっているため、根本的に欧州とは事情が異なる。皮革用語の JIS 化において「EN15987」や「ISO15115」との統一化を図っていくことは、合成皮革や人工皮革という呼称を国内で使えなくすることと同義であることから、国内の皮革産業はもとよりその周辺の関連産業の事業者との協力や連携は不可欠な状況である。

2. 製品メーカー、消費者等の意識調査からみえてくる JIS 化対応の方向性とポイント

欧州域内では皮革産業の歴史が古いため、伝統ある欧州の皮革産業を保護する意識が非常に強い。それゆえ、規格（標準）化の背景には高品質な特に日本製の人工皮革が念頭に置かれており、これらとの差別化・差別化を図ることが一義的かつ重要な目的になっている。

そのため、今回は業界関係者や一般消費者を対象に幅広く意見や見解を聴取し、海外事例研究の中で見えてきた皮革用語 JIS 化対応における方向性について、その妥当性や実現可能性を探った。

まず、業界関係者へのヒアリングにおいては、関連産業の“総意”に近づくよう配慮し、皮革製品の各種業界団体をはじめ、タンナー（天然皮革製造業者）や皮革専門商社、皮革製品メーカー・SPA（製造小売）、そして合成皮革・人工皮革メーカーなど様々な業種を対象に面談ヒアリングを実施した（総数 27 社）。

一方、一般消費者へのヒアリングにおいては、ごく一般的な消費者の意向を反映すべく「過去 1 年以内に皮革製品を 2 点以上購入した経験がある全国の成人男女」1,802 人を対象にウェブアンケートを実施している。

まず、業界関係者へのヒアリング結果を総括すると、皮革用語が規格（標準）化されていない現状に対する問題意識、並びに皮革用語の JIS 化に向けての見解・要望も、業種・業態や立場によって各人各様の状況であり、政策へ収束させていくことの困難さが伺えた。

「ヴィーガン・レザー」や「ネオ・レザー」などのように、本革か否かを区別しにくい用語の乱発・濫用が日本国内でも認められる点については、業界内では概ね意見が一致している。その一方、日本では「天然皮革」や「合成皮革」、「人工皮革」などの用語が既に一般用語化している現状も共通認識となっている。そのような環境下、用語の乱発・濫用の解決策として、国際規格と同じく動物由来の素材以外は「革」や「皮革」という用語の使用を禁止するという方法論については、業界内でも意見が割れている。特に、合成皮革・人工皮革メーカーにとっては、カタログなど製品説明ツール全てにおいて取引先・顧客をも巻き込んだ修正作業が発生するなど負担も大きいこともあり、明確に反対している。また、メーカー側の製品開発意欲や企業努力を損なわないためにも、禁止ではなく共存共栄を図れるような制度設計となるよう留意すべきなどの意見も多く聞かれた。

他方、消費者へのアンケート結果を総括すると、一般消費者の間では「天然皮革」と「合成皮革・人工皮革」が異なるものという認識は高く、その特性や価格などを勘案した上で、幅広く使い分けしている様子がうかがえる。特に若い世代では、天然か合成・人工かの違いの表示を今よりはっきりと区別してほしいという希望はそれほど高くはなく、自分の価値観に合うものであれば、その由来や素材などにこだわらないという意識傾向もみてとれる。むしろ、現状の皮革製品の表示においては、機能性の違いがわかりにくいとする回答が多い。つまり、一般消費者目線から言えば皮革製品においても機能性を重視している行動特性が認められる。

このような国内調査の結果も考慮すると、日本国内で皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応の検討を行っていくためには、一定の困難さが付きまとうとみられる。「自国の天然皮革産業 VS 外国の人工皮革産業」という構図を作りやすいヨーロッパと異なり、日本はどちらの産業も国内の重要な産業に位置付けられる。ゆえに、本質的にトレードオフの問題を孕むため、関連・周辺業界を巻き込んだ慎重な議論を重ねていく必要がある。



3. より効果的な周知、普及策についての提言

これまで述べてきたとおり、日本国内で皮革用語の JIS（日本産業規格）化対応の検討に際し、より効果的な周知、普及を目指すためには、重要用語に絞った上で、その規定内容は『ISO15115』や『EN15987』のような国際規格との統一化を図ることが肝要とみられる。そうすることで、影響力はもちろんのこと、普及・促進策の面からみても高い効果が期待できるものと考えられる。

しかし一方で、合成皮革・人工皮革は、日本が世界に先駆けて商業化に成功し、現在でも高い競争力を保つ製品カテゴリーであるがゆえに、日本では（欧州とは異なり）これらの関連産業との配慮と連携が必須となる。日本国内における皮革用語の JIS（日本産業規格）化は、本質的に天然皮革業界と合成・人工皮革業界の便益が相反する性質を備えているため、最終的にはいずれの産業の保護に重きを置くかという政策的な選択が求められる。

二次利用未承諾リスト

報告書の題名
令和 2 年度皮革産業振興対策調査等
(皮革用語の JIS 化対応等調査)

委託事業名
令和 2 年度皮革産業振興対策調査等
(皮革用語の JIS 化対応等調査)

受注事業者名 株式会社矢野経済研究所

[illegible]