

令和3年度 皮革産業振興対策調査等  
(我が国皮革関連産業の持続的発展及び  
競争力強化に向けた調査)  
調査報告書

令和4年3月31日

# 目次

---

|                                    |    |                                |     |
|------------------------------------|----|--------------------------------|-----|
| ■ 事業概要                             | 3  | Ⅲ. 今後の皮革関連産業振興に向けた検討・整理        | 91  |
| 1. 事業目的・内容                         | 4  | Ⅲ-1. アジア各国の皮革関連産業の概況と販路開拓のポイント |     |
| 2. 実施体制・事業期間                       | 5  | (中国、タイ、ベトナム、インドネシア)            | 92  |
|                                    |    | Ⅲ-2. 皮革産業におけるサステナビリティ対応        | 99  |
|                                    |    | ～対応の方向性と実践例～                   |     |
| <u>I. 皮革関連の海外動向調査</u>              |    | <u>Ⅳ. 調査結果報告及び周知・普及のための対応</u>  | 116 |
| ～アジア各国の皮革関連産業の動向～                  | 6  |                                |     |
| 1. 調査概要                            | 7  |                                |     |
| 2. 中国                              | 12 |                                |     |
| 3. タイ                              | 33 |                                |     |
| 4. インドネシア                          | 46 |                                |     |
| 5. ベトナム                            | 61 |                                |     |
| <u>Ⅱ. 我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する動向調査</u> | 72 |                                |     |
| Ⅱ-1. サステナビリティ対応(LWG認証取得、アニマルウェア等)  | 73 |                                |     |
| Ⅱ-2. その他、皮革産業の持続的発展に資する参考事例        | 85 |                                |     |

---

## ■事業概要

# 1. 事業目的・内容

## (1) 事業目的

- 我が国皮革関連産業は、低成長・人口減少に向かう国内市場状況や、欧州やアジアからの輸入品との競争や原材料等の調達難など大変厳しい状況にある。また、新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴う皮革関連製品の需要減少、エコ・サステナビリティへの意識の高まり、デジタル・オンラインビジネスの拡大など、皮革関連産業を取り巻く環境は大きく変化している。
- この状況の下、今後 我が国皮革関連産業の持続的な発展や競争力を強化するためには、積極的に自社製品の輸出を目指す意欲的な事業者の取組を支援しつつ、国内外の皮革関連産業における先進的取組 や参考事例を収集・整理し、広く認知・浸透させることは重要であると考えられる。
- 上記を踏まえ、本事業では、新たな販路開拓に向けた皮革関連の海外動向調査(主にアジア地域)、我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する動向調査、今後の皮革関連産業振興に向けた検討・整理を行い、これら調査結果を主に国内皮革関連事業者向けに広く周知・普及させることを目的とする。

## (2) 事業内容

### ①皮革関連の海外動向調査

- 我が国皮革関連産業の新たな販路開拓に向けた進出可能性の検証・分析のため、アジア地域(中国、ASEAN3カ国(タイ、ベトナム、インドネシア)における皮革関連産業の概況調査、当該国の皮革製品(なめし革等を調達するメーカー、関連事業者等各国2~3社)を対象とした動向調査を行う(文献、電子メール、オンラインヒアリング等による)。

### ②我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する動向調査

- 我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する取組を促進するため、国内外における皮革関連に関する先進的取組や参考事例の収集、当該取組を実施している関係事業者等を対象とした実態把握、世界的な潮流を踏まえ我が国皮革関連産業に参考となり得る最新情報等に関する動向調査を行う(文献、電子メール、オンラインヒアリング等による)。

### ③今後の皮革関連産業振興に向けた検討・整理

- 上記①②の動向調査を踏まえ、今後の皮革関連産業振興に向けた検討・分析を行うとともに、今後、国内皮革関連事業者が取り組む際に留意する点や成功へのポイントなど、活用ができるよう 分かりやすく整理する。

### ④調査結果 報告及び周知・普及のための対応

- 上記①~③の調査結果を踏まえ、主に国内皮革関連事業者向けに広く周知・普及することを目的とした調査報告会を開催する。WEB会議システム等を利用しての参加も可能としたものとする。

## 2. 実施体制・事業期間

---

### (1) 実施体制

- 委託者： 経済産業省(製造産業局 生活製品課)
- 受託者： 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 (政策研究事業本部 持続可能社会部)
  - ・ 業務責任者： 藺 巳晴(自然資源経済・政策室長 主任研究員)
  - ・ 業務担当者： 渡邊 恵子(国際研究グループ長 主任研究員)
    - 秋山 卓哉(副主任研究員)
    - 橋本 和子(副主任研究員)
    - 森口 洋充(主任研究員)

### (2) 事業期間

- 令和3年12月8日～令和4年3月31日

---

# I . 皮革関連の海外動向調査

## ～アジア各国の皮革関連産業の動向～

※本章の海外動向調査結果と販路開拓等に向けた示唆・ポイントについては、Ⅲ章(Ⅲ-1.アジア各国の皮革関連産業の概況と販路開拓のポイント(中国、タイ、ベトナム、インドネシア))を参照。

---

# 1. 調査概要

## 調査目的・対象

---

### 調査目的

- 我が国皮革関連産業の新たな販路開拓に向けた進出可能性の検証・分析のため、アジア地域における皮革関連産業の概況調査、当該国の消費者特性、日本製を含む外国製皮革の印象等を調査

### 調査対象国

- 中国、タイ、インドネシア、ベトナム

### 調査方法

- デスクリサーチ
- 現地皮革製品業界団体や皮革製品メーカーへのオンラインヒアリング（ヒアリングは2022年2月～3月に実施）

# 調査対象国概況

日本を含む各国の概況は以下のとおりである。

各国概況(2020年)

| 項目           | 日本            | 中国                    | タイ                  | インドネシア                  | ベトナム                  |
|--------------|---------------|-----------------------|---------------------|-------------------------|-----------------------|
| 人口           | 125,836,021人  | 1,410,929,362人        | 69,799,978人         | 273,523,621人            | 97,338,583人           |
| うち15歳～64歳の人口 | 74,437,254人   | 992,164,306人          | 49,201,842人         | 185,453,064人            | 67,105,172人           |
| 人口成長率(対前年比)  | -0.3%         | 0.2%                  | 0.3%                | 1.1%                    | 0.9%                  |
| 首都           | 東京            | 北京                    | バンコク                | ジャカルタ                   | ハノイ                   |
| 民族           | 日本人など         | 漢民族(総人口の約92%)、55の少数民族 | タイ族、その他華人、マレー系など    | 大半がマレー系                 | キン族(越人、86%)、他に53の少数民族 |
| 言語           | 日本語           | 中国語                   | タイ語                 | インドネシア語                 | ベトナム語                 |
| 宗教           | 神道、仏教、キリスト教など | 仏教、イスラム教、キリスト教など      | 仏教(94%)、イスラム教(5%)など | イスラム教(87%)、キリスト教(11%)など | 仏教、カトリック、カオダイ教など      |
| 通貨           | 円             | 人民元<br>(1元=約18円)      | バーツ<br>(1バーツ=約3.5円) | ルピア<br>(1ルピア=約0.9円)     | ドン<br>(1ドン=約0.005円)   |
| 1人当たりGDP     | 40,193.3ドル    | 10,434.8ドル            | 7,186.9ドル           | 3,869.6ドル               | 2,785.7ドル             |

(出所) 外務省ウェブサイト、World Development Indicators等をもとにMURC作成。

# 調査目的・対象

オンラインヒアリング対象企業・団体

■ オンラインヒアリングの対象企業・団体は以下の通り。

| 社名・団体名 | 国  | 属性       | 概要  |
|--------|----|----------|---|
| A社     | 中国 | 業界団体     | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 1000以上の会員企業。</li><li>■ 毛皮、なめし革、靴、革製衣服、カバン、その他皮革製品、化学薬品等が対象。</li></ul>                     |
| B社     | 中国 | 皮革製品メーカー | <ul style="list-style-type: none"><li>■ ミドル～ハイエンドの製品。</li><li>■ 革靴を主とし、アパレルなどの他分野にも拡大。</li></ul>                                  |
| C社     | タイ | 業界団体     | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 工業部門の民間企業による経済団体。</li><li>■ なめし革と革製品を扱うグループと革靴を扱うグループを含む。</li></ul>                       |
| D社     | タイ | 皮革製品メーカー | <ul style="list-style-type: none"><li>■ イタリアの皮革製品にインスパイアされたブランド。</li><li>■ 革カバンや革靴等を生産。女性用カバンが約13,000パーツ(46,000円)～。</li></ul>     |
| E社     | タイ | 皮革製品メーカー | <ul style="list-style-type: none"><li>■ エキゾチックレザーを用いた皮革製品ブランド。女性用カバンは60,000パーツ(215,000円)～。</li></ul>                              |
| F社     | タイ | 皮革製品メーカー | <ul style="list-style-type: none"><li>■ タイのアップパーミドルブランド。革靴やカバン、革小物などの製造販売。</li><li>■ 女性用カバンは200ドル(24,000円)～。</li></ul>            |
| G社     | タイ | 皮革製品メーカー | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 植物タンニンなめしを用いた皮革製品を製造(日本からも植物タンニンなめしの皮革を輸入)。</li><li>■ 皮革製品のOEMのほか、皮革の卸売りも行っている。</li></ul> |

# 調査目的・対象

オンラインヒアリング対象企業・団体(続き)

| 社名・団体名 | 国      | 属性       | 概要   |
|--------|--------|----------|--|
| H社     | インドネシア | 業界団体     | ■ 履物の団体。会員総数は約300社。靴メーカーの他、原材料のサプライヤー、ブランドやライセンスの保有者なども加盟。   |
| I社     | インドネシア | 業界団体     | ■ なめし革企業は、120社ほど加盟。75%が中小企業、25%が大企業。<br>■ 会員は、原料、部品(皮革製造機械)、最終品(バッグや衣料など)までの企業を含む。   |
| J社     | インドネシア | 皮革製品メーカー | ■ アッパーミドル~富裕層向け革靴(輸出用・国内市場用)・サンダル(国内用)の製造・販売   |
| K社     | インドネシア | 皮革製品メーカー | ■ 革靴(輸出用)及びミドルクラス向け革靴(国内市場用)の製造  |
| L社     | ベトナム   | 業界団体     | ■ 皮革、靴、バック産業の業界団体。<br>■ 2020年時点で220社がメンバーとなっている。   |
| M社     | ベトナム   | 皮革製品メーカー | ■ 40歳以上のアッパーミドル層から富裕層の男性が主たるターゲット層。<br>■ イタリア皮革を使った男性ものの革靴、カバン、ベルト類が主流。<br>■ 靴:900~1200百万ドン(4~5万円)。<br>■ 90%国内向け、10%輸出向け   |
| N社     | ベトナム   | 皮革製品メーカー | ■ 男性用の靴、カバン、ベルトを生産。<br>■ イタリア、フランス、英国、米国、日本、インド、バングラデシュから革を調達。<br>■ 主たるターゲット層:20代後半~40代のアッパーミドル層の男性<br>■ 靴:2~3万円、カバン:3~4万円<br>■ 30%国内向け、70%輸出(日本、米国、豪州、シンガポール、カナダ) |

---

## 2. 中国

# 中国

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 中国皮革産業の概況

- 中国皮革協会の統計によると、2020年には中国の皮革産業に年間売上高が2000万元以上（1元=約18円）の企業が7,968社（「規上企業」と呼ばれる）存在する。サブセクターの規上企業の数、製皮企業604社、皮革衣類企業275社、バッグ・ケース企業1,587社、毛皮および製品企業557社、靴製造企業4,456社（靴アッパー及び皮革靴企業2,324社）となっており、製靴業界の企業数が最も多い。
- 2020年、中国皮革主体産業の規上企業の売上高は9,593億元、前年比14.0%減、総利益は538億元、前年比19.8%減。売上高の利益率は5.61%で、前年比0.4%増となった。2020年、中国の皮革産業全体の輸出額は前年比22%減の681億ドル、輸入総額は前年比2.0%減少152億ドルであった。

### 中国皮産業クラスター概観のイメージ図



# 中国

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 中国皮革産業の概況

- 中国には高級革製品や高級より少し下のアッパーミドル革製品を製造している中小企業もあるが、規模は小さい。皮革産業協会の会員は主に国内の大手メーカーや人気ブランド取扱い企業が中心で、中小企業は少ない。個人経営のものもあり、協会会員ではないので情報は把握できてない。中小企業の特徴は柔軟性があり、デザイン設計の特色が強い、ファッション流行に敏感に反応し、迅速に反応できる優位性を持つ。
- 国内の有名なブランドは、康奈(KANGNAI)、BeLLE、奥康(AOKANG)、金猿(Jinhou)、RED DRAGONFLYなどの靴製造メーカーとXuebao、SHOUWANGなど(主な皮革関連企業は後述)。

(出所)中国皮革関連業界団体へのヒアリングより。

# 中国

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向

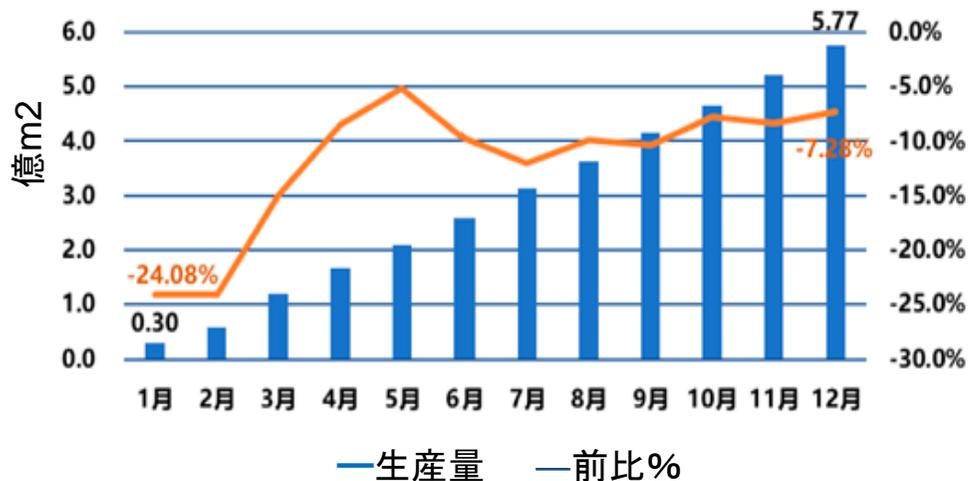


## 生産動向

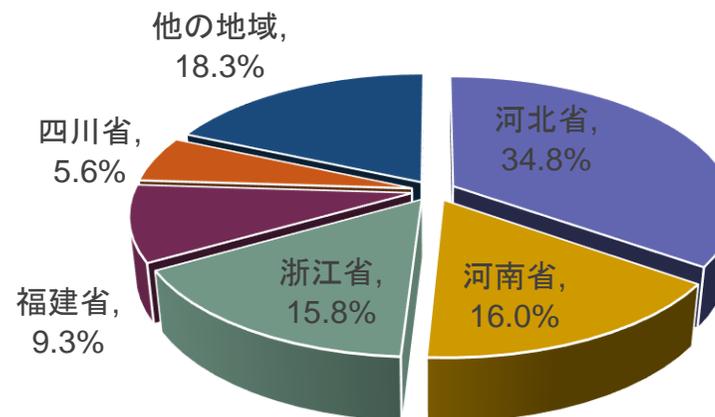
### 軽革生産

- 軽革: 靴アップパー、衣類、手袋などに一般的に使用される革。
- 2020年の規上企業の軽革生産量は5.77万m<sup>2</sup>、前年比7.28%減少。軽革生産量は河北のシェアが最も大きく、河南省と浙江省はそれぞれ2位と3位に位置している。

2020年の規上企業の軽革月別累計生産量と前年比



中国軽革の生産量地域別割合



(出所) 中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向

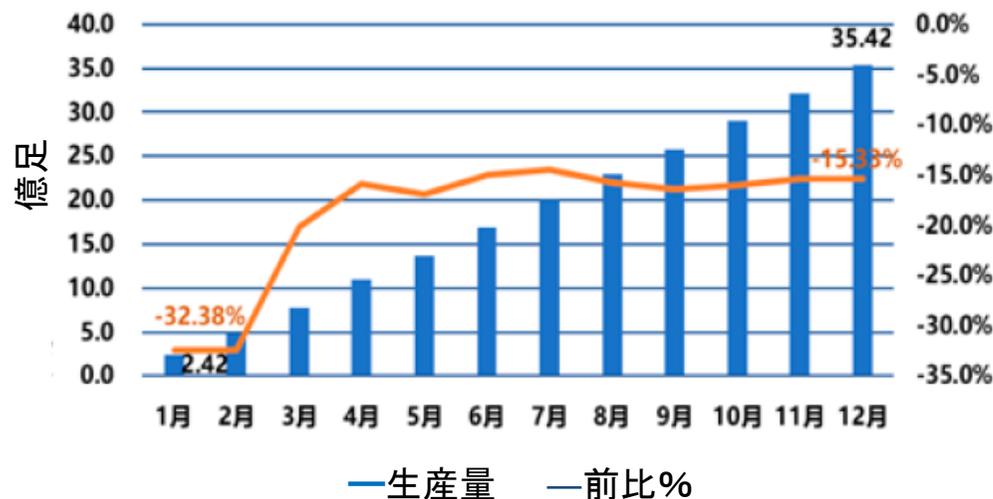


## 生産動向

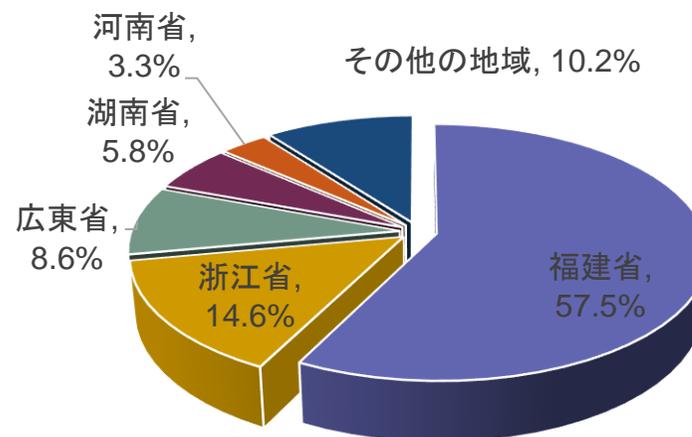
### ■ 革靴の生産

- 2020年には、中国全国規上企業の革靴生産量は35.4億足、前年比15.3%減少。通年の生産量は、第1四半期は低調で、4月以降は回復し、比較的安定した生産量を維持しているものの、前年に比べると減少傾向にある。福建省、浙江省、広東省が生産量上位3位となる。

2020年の規上企業の革靴月別累計生産量と前年比



中国革靴の生産量地域別割合



(出所)中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向

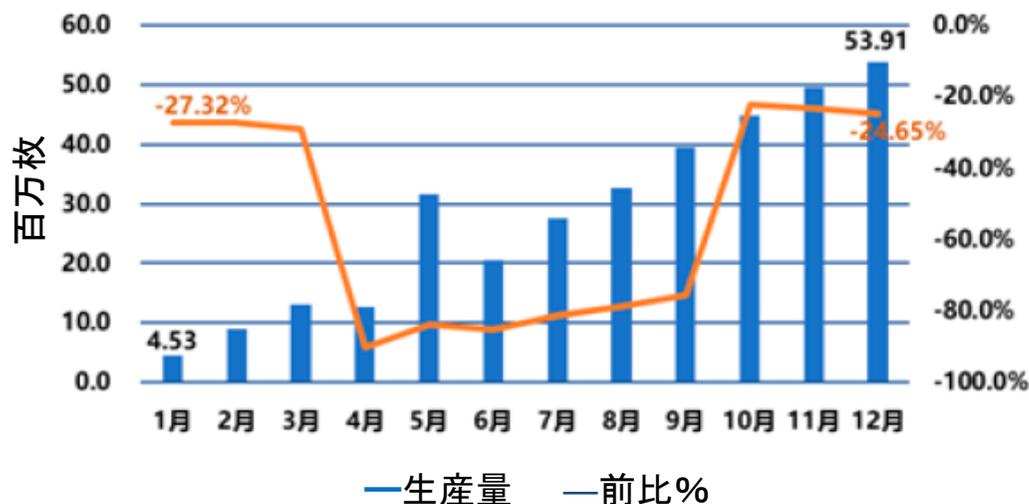


## 生産動向

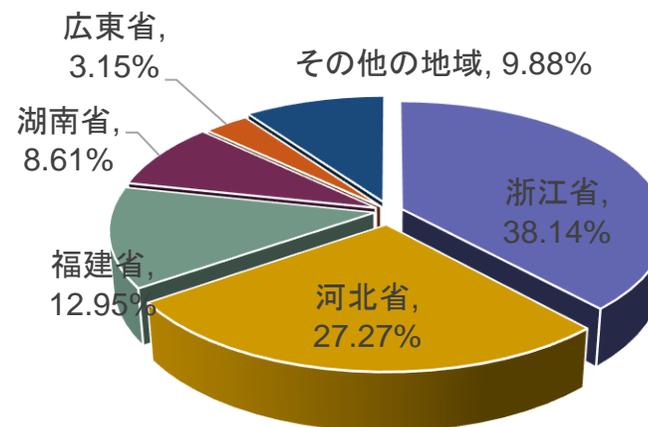
### ■ 革衣料生産

- 2020年、全国規上企業の皮衣料革製品の累計生産量は5,391万枚、前年比24.65%減となった。皮革衣料生産の上位3地域である浙江省、河北省、福建省が全体の78.36%を占めた。

2020年の規上企業の革衣料月別累計生産量と前年比



中国衣料生産量の地域別割合



(出所) 中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

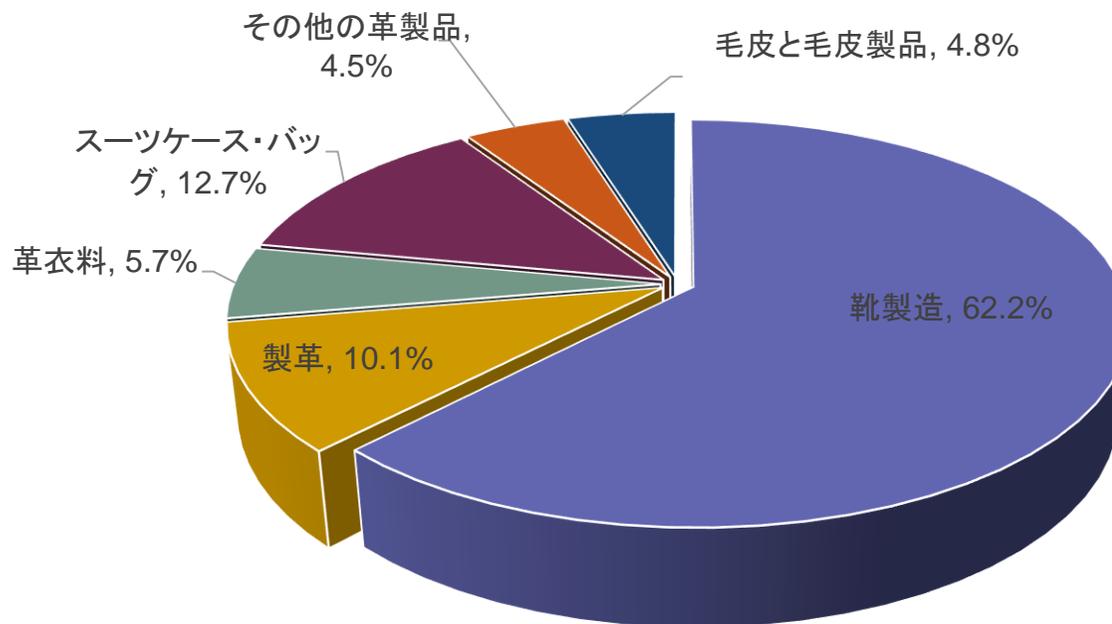
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 消費動向

- 2020年、中国皮革主体産業における規上企業の売上高は9,593億元、前年比14.0%減。
- 靴製造業の売上高は業界全体の売上高の60%以上を占め、前年比0.1%増。
- 製革、バッグ、毛皮と毛皮製品のシェアはいずれも0.7%、0.2%、0.1%下落した。

### サブセクター別の規上企業の売上高の割合



(出所) 中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

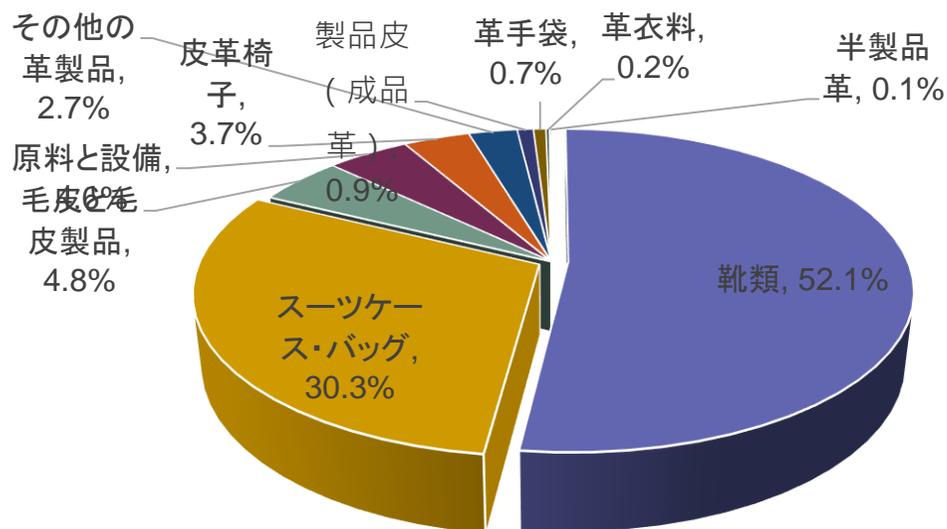
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



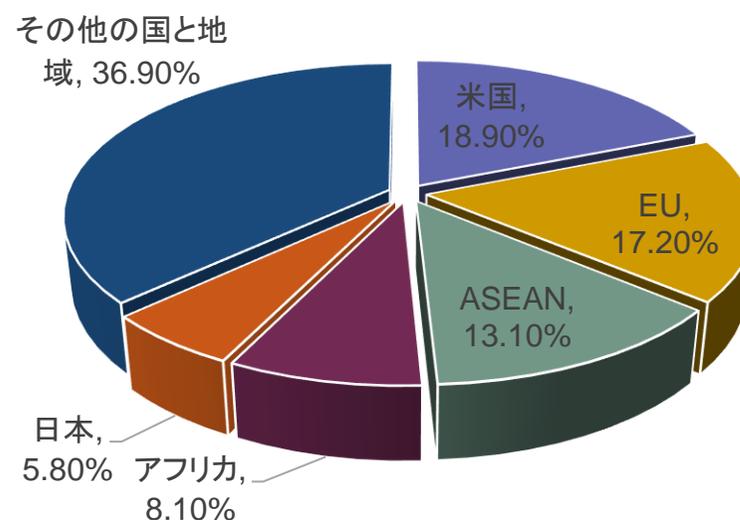
## 輸出動向

- 2020年、皮革産業の輸出額は680.7億ドルで、前年同期比21.6%減少した。中国皮革産業は新型コロナウイルス感染症（以下、コロナ）が国際市場に与えた影響で大きな打撃を受けた。皮革業界の輸出額が2桁下落したのは30年ぶり。
- 輸出の主なカテゴリーからみると、靴とバッグの総輸出額は82.4%を占めた。靴の輸出額も減少し、輸出額は354.4億ドル、全体の52.1%、バッグ輸出額は206.4億ドル、全体の30.3%を占める。
- 輸出市場に関しては、米国、欧州連合（EU）、ASEAN、アフリカおよび日本が業界の上位5つの輸出市場であり、それぞれ18.9%、17.2%、13.1%、8.1%、5.8%、合計で63.1%となる。

### サブセクター別の規上企業の輸出額の割合



### 皮革産業の輸出先国別の割合



（出所）中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告（2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告）」に基づき作成。

# 中国

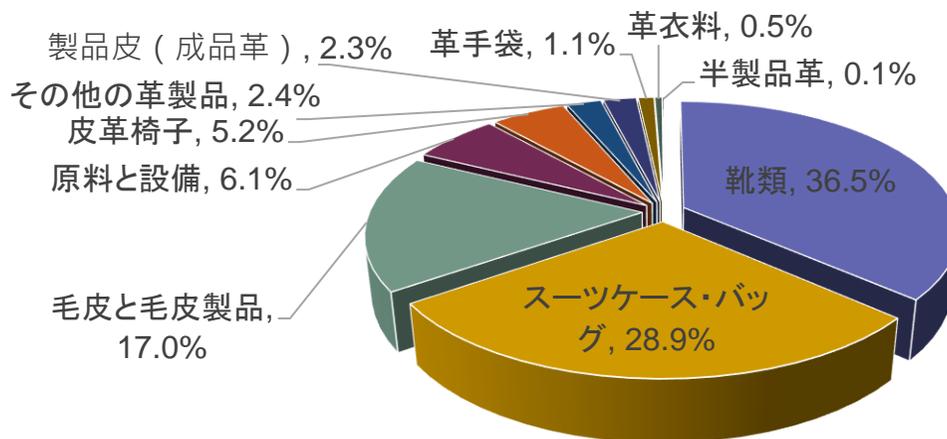
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 輸入動向

- 2020年の後半には、中国のコロナの感染状況が落ち着き、経済活動が回復傾向となり、国民の消費活動も活発化。国の政策による消費促進と支援のもと、皮革産業の国内市場売上高は徐々に改善。
- 2020年、皮革産業全体の総輸入額は152.4億ドル、前年比2%減少。そのうち、輸入靴は55.6億ドル、輸入バッグは44億ドル、この二つで全体の65.4%を占め、前年比それぞれ10%、23.8%増加。生皮の輸入量は134.5万トン、前年比16.4%増加。市場需要の縮小の影響を受け、世界の原料皮価格は大幅に下落し、輸入額は10.1億ドルとなり、前年比12.2%減少。半製品の革が輸入量は52.3万トン、輸入額7.9億ドル、前年比でそれぞれ19.2%と27%減少した。
- 皮革製品の輸入額が、2020年の皮革関連製品の輸入額全体の69.7%を占め、前年比9.8%増となった。原材料・設備の輸入額は2016年より連続で減少していたが、5年ぶりに増加に転じている。海外皮革製品の消費ニーズの増加が輸入を牽引する傾向である。また、輸入製品のうち中高級品に対する消費者の需要が増加しており、消費が皮革関連製品の輸入をけん引する傾向が見られるようになっている。

### 中国皮革産業サブセクター別の輸入額の割合



(出所) 中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

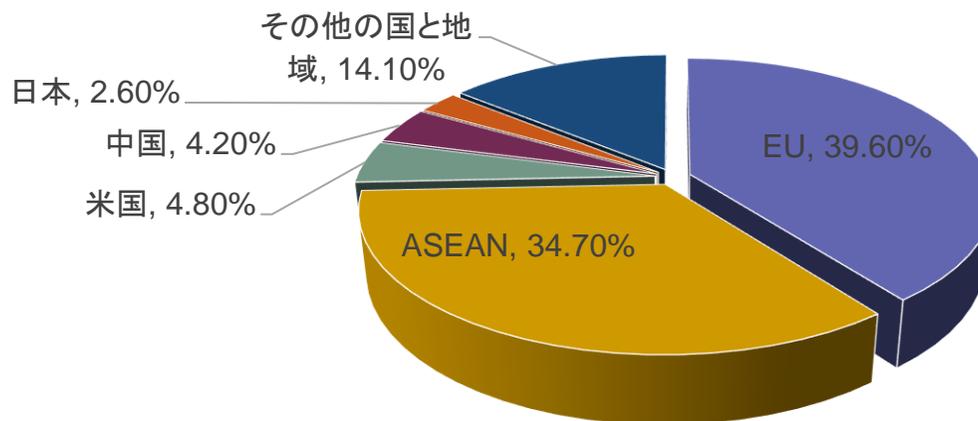
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 輸入動向

- EUとASEANは中国皮革産業における二つ主要な輸入元。2020年の輸入額はそれぞれ60.3億ドルと52.8億ドルで合計全体の74.3%を占め、前年比13.6%と3.3%増加した。中国の内需の回復による、中高級靴およびバッグ製品の需要がEUからの輸入を支えている。EUとASEANは中国の靴類、スーツケース・バッグ製品と旅行用品の主な輸入地域であり、中国はこれらの地域から主に高級靴類、スーツケース・バッグ製品を輸入している。特に2020年、EU地域から旅行用品とスーツケース・バッグ製品の輸入が年間を通じて好調。
- 中国の原皮の主な供給国と地域は米国、オーストラリアとEUであり、これらの3つの国と地域の原皮輸入量と輸入額はそれぞれ全体の75.6%、78.3%に達している。そのうち米国は中国の生皮最大の供給国であり、輸入量と輸入額はそれぞれ37.3%、40%を占める。

### 中国皮革産業の国別輸入額の割合



(出所)中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

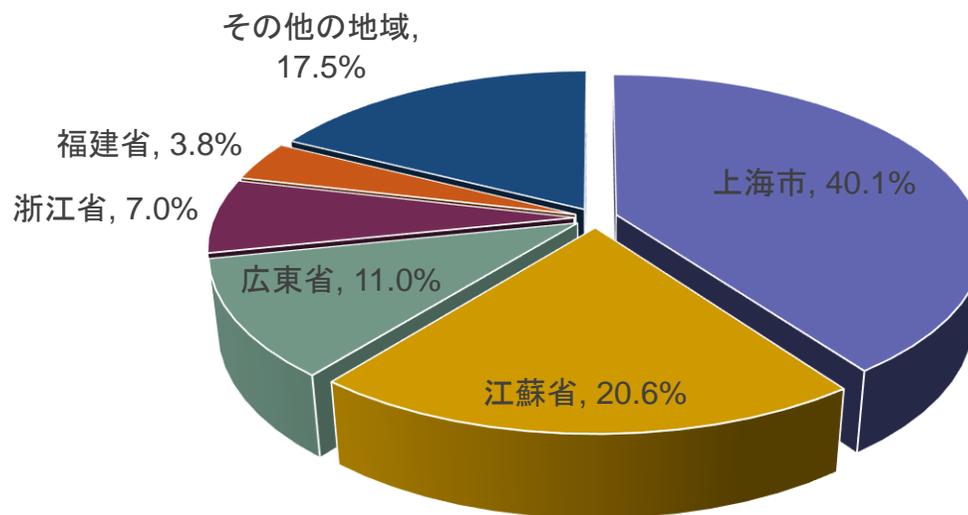
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 輸入動向

- 皮革製品の輸入は主に沿岸都市に集中している。その中で上海、江蘇、広東が総輸入額の71.7%を占める。
- 上海は製品の輸入を主とし、中国の靴類の輸入総額の37.7%、スーツケース・バッグの輸入総額の78.5%を占める。
- 江蘇省は靴類の輸入を主とし、中国の靴類の輸入総額の49.0%を占めている。
- 広東省は原料輸入を主とし、中国の製品革輸入総額の43.4%を占め、半製品革輸入総額の32.5%を占めている。
- 輸入方式：一般貿易の割合は継続的に増加、加工貿易は継続的に低下している。

### 地域別輸入割合



(出所) 中国皮革工業協会「2020皮革行业经济运行年度报告(2020年中国皮革・毛皮及び製品と靴製造経済運営年間報告)」に基づき作成。

# 中国

主な皮革産業関連企業:タンナー等



■ 中国の主な皮革関連企業は以下のとおりである。

| No | 皮革を調達するメーカーや関連事業者の動向 |   |
|----|----------------------|---|
| 1  | 德州兴隆皮革制品有限公司         | <ul style="list-style-type: none"><li>■ アメリカから原皮の輸入量第1位(2020年2月)</li><li>■ 皮革および皮革製品の加工、製造および販売、原料革の買収、加工および販売、皮革加工機械および付属品、なめし剤、製造および販売、輸出入事業。</li></ul> |
| 2  | 德州兴豪皮业有限公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ アメリカから原皮の輸入量第2位(2020年2月)</li><li>■ 年間に牛革80万枚を生産。製品には青湿皮、白湿皮、ソファー牛皮、靴面革、自動車革などある。</li></ul>                        |
| 3  | 滨州滨海皮业有限公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ アメリカから原皮の輸入量第3位(2020年2月)</li><li>■ 皮革及びその製品の加工、販売。年間6000トンのクロムタンニン剤の生産と販売。</li></ul>                              |
| 4  | 柏德皮革(中国)有限公司         | <ul style="list-style-type: none"><li>■ オーストラリアから原皮の輸入量第1位(2020年2月)</li><li>■ 中国をリードする自動車皮革の研究開発、生産、販売会社</li></ul>  |
| 5  | 四川振静股份有限公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ オーストラリアから原皮の輸入量第2位(2020年2月)</li><li>■ 中高級天然皮革の研究開発、製造と販売。自動車革、靴アッパー革、家庭内革の三大製品ラインを有する。</li></ul>                  |
| 6  | 天津中辉博达国际贸易有限公司       | <ul style="list-style-type: none"><li>■ オーストラリアから原料皮の輸入量第3位(2020年2月)</li><li>■ 貿易会社。国際貨物輸送代理店(海運、陸運、空輸)。</li></ul>  |
| 7  | 台山市威得利皮业有限公司         | <ul style="list-style-type: none"><li>■ カナダから原皮の輸入量 第1位(2020年2月)</li><li>■ 皮革製品の加工、販売;貨物又は技術輸出入。</li></ul>  |
| 8  | 温州市汇方国际贸易有限公司        | <ul style="list-style-type: none"><li>■ カナダから原料皮の輸入量 第2位(2020年2月)</li><li>■ 皮革、生毛皮、羽毛・羽毛製品、化学原料(有害化学物質を除く)、繊維、ニットウェア、プラスチック製品の販売。</li></ul>               |
| 9  | 福建瑞森皮革有限公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 2020年2月にカナダから生皮の輸入量第3位(2020年2月)</li><li>■ 生皮と牛皮の新技術加工、各種商品及び技術の輸出入業務を自営及び代理。</li></ul>                            |
| 10 | 中牛集团有限公司             | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 黄牛皮は青湿皮、皮ブランク、完成品革の買収、加工生産する大型皮革グループ。「中国十大皮王」の一つである。貨物と技術の輸出入。</li></ul>  |
| 11 | 烟台製革有限责任公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 主に皮革製品の設計、製造、加工業。皮革製品の年間加工能力は40万個。</li></ul>  |
| 12 | 浙江中輝皮革有限公司           | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 専門は毛皮硝製、染色と毛皮服装の設計、生産、販売。</li><li>■ 中輝皮革は国中国最大の毛皮企業の一つであり、国家市場監督管理総局が指定した輸入皮加工企業でもある。</li></ul>                   |

# 中国

主な皮革産業関連企業: 皮革製品メーカー



| No | 皮革製品地場ブランドメーカー           |  |
|----|--------------------------|--|
| 1  | <b>BELLE百丽国際集团</b>       | レディース革靴が有名で2020年5月全国大規模小売企業におけるレディース革靴市場の販売量で首位。   |
| 2  | <b>中国康奈KANGNAI集团</b>     | 1980年に設立され、ミドルおよびハイエンドの革靴を主とし、現在アパレルなどの分野に拡大している。中国の靴業のトップ企業でもある。                          |
| 3  | <b>広東CAMEL服装有限公司</b>     | カジュアルウェア、シューズなど総合アパレルブランド。全国のショッピングモールなど4000店を展開。T-Mall通販の2019年メンズ・アウトドア・レジャー革靴カテゴリーで総合1位。 |
| 4  | <b>Goldlion金利来集团</b>     | 1968年に香港で設立の老舗。革靴、バッグ、革ベルト等の皮革製品、アクセサリなどメンズ向けハイエンドアパレルを中心とする製品メーカー。                        |
| 5  | <b>AOKANG奥康鞋业股份有限公司</b>  | 1988年創業、「中国著名ブランド」に指定されている主要な革靴ブランドの製造および販売会社。   |
| 6  | <b>Jinhou Group 金猴集团</b> | 1951年に設立、12の子会社があり主に皮革靴、皮革製品、衣料品などを生産、中国の皮革製品業界のトップ3位。                                     |

# 中国

主な皮革産業関連企業: 主な皮料輸出入貿易会社、輸入商、輸入代理店等



|   |  |
|---|--|
| 1 | <p>温州市汇方国际贸易国际贸易有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 設立: 2011年1月17日</li><li>■ 資本金: 1,100万(元)</li><li>■ 皮革、生毛皮、羽毛(ダウン)とその製品、化学原料(有害化学物質を除く)、繊維、ニットウェア、プラスチック製品の販売。商品と技術の輸出入。</li></ul>  |
| 2 | <p>福建瑞森皮革有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 設立: 2006年4月11日</li><li>■ 資本金: 15,000万(元)</li><li>■ 生皮と牛皮の新技术加工、各種商品及び技術の輸出入業務を自営及び代理。</li></ul>  |
| 3 | <p>広東省広新外貿集团有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 資本金: 2.9億(元)</li><li>■ 比較的早く紡織製品の輸出入業務を開始、50年以上国際貿易の歴史と経験を有する専門会社。</li><li>■ <a href="https://www.qcc.com/firm/40c9debb6d13b80659da31eee943fb73.html">https://www.qcc.com/firm/40c9debb6d13b80659da31eee943fb73.html</a></li></ul>  |
| 4 | <p>上海瀚而普国际贸易有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 設立: 2003年8月4日</li><li>■ 資本金: 1,000万(元)</li><li>■ 貨物の輸出入、技術の輸出入、国際貨物輸送代理店、国内貨物輸出代理店。<br/><a href="https://aiqicha.baidu.com/detail/compinfo?pid=xITM-TogKuTwNzWN-YV*TtXqViffNT3G3wmd&amp;rq=ef&amp;pd=ee&amp;from=ps">https://aiqicha.baidu.com/detail/compinfo?pid=xITM-TogKuTwNzWN-YV*TtXqViffNT3G3wmd&amp;rq=ef&amp;pd=ee&amp;from=ps</a></li></ul> |
| 5 | <p>福建宝泰皮革有限公司</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■ 設立: 2009年6月10日</li><li>■ 資本金: 5,000万(元)</li><li>■ 皮革なめし加工、毛皮なめし加工、その他の毛皮製品の加工、貨物又は技術の輸出入業務。</li></ul>  |

# 中国

皮革製品の消費特性（年齢、性別、各種皮革製品の購入頻度、購入方法、購入場所など）



## 皮革製品の消費特性

### 消費特性

- 革の種類は牛革が最も人気があり牛革製品が全体の約50%から70%を占める。
- 皮革製品を購入しているのは一定の収入のある20-50歳代。皮革製品は比較的価格が高く、耐摩耗性と耐久性があり、彼らは素材の品質を重視しているため。
- 若者は皮革製品の購入は多くない印象だが、ブランドより、ファッションやデザイン性、色などを重視する。
- 羊革は女性服と革靴に使われている。羊革が好きな消費者も多いが耐久性は牛革製品ほどではない。

### 購入方法および場所

- 皮革製品を購入する場所は百貨店、専門店などがあるが、百貨店の皮革製品の販売は革靴以外は減少傾向にある。インターネットを利用したオンライン販売の割合が増え続けている。オンライン販売はさまざまな価格帯のハイエンド、ミディアム、ローエンドの製品もカバーしている。実店舗の特徴として試着ができるが、試着した商品をオンラインサイトで調べて購入する消費者も少なくない。

（出所）中国皮革業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# 中国

皮革製品の消費特性（年齢、性別、各種皮革製品の購入頻度、購入方法、購入場所など）



## 革靴の消費特性

### 消費特性

- 靴は最も普及している革製品。中国で最も人気のある革素材は羊革（シープスキン）、次に牛革、スエードが続く（羊革は革靴と革衣類の用途で利用される）。
- 中国において女性消費者はファッションの流行に敏感で衝動的購買の傾向が強く、購買頻度も高い。男性消費者は、機能や耐久性等の品質を吟味する理性的購買の傾向が強く、購買頻度は低く、ブランド志向が強い。
- 靴の小売チャンネルは、依然としてデパート、大型ショッピングセンター、ショッピングモールを中心とする実店舗が中心。専門店やフランチャイズ店も多い。実店舗のメリットは靴会社のブランド品質が担保されていること。オンライン購入も近年急増しており、ほとんどの衣料品や靴のオンラインストアが無料の返品および交換サービスを提供している。実店舗よりもオンライン検索の方が速く、製品の優劣を比較できる。多数のメーカーとサプライヤーが参加する革靴の卸売取引場もすべて個人消費者向けに開放されている。

### 購入方法および場所

- ハイエンド製品（輸入ブランド製品：主にイタリア、スペイン等の欧米諸国から製品）：デパート（百貨店）、大型ショッピングセンター、ショッピングモール、代理店、インターネットショッピング
- 中高級品（国内一流ブランド、中外合弁ブランド）：デパート、大型ショッピングセンター、ショッピングモール、工場直営店、専門店、インターネット
- 中低端製品（大衆（人気）ブランド：多くの地元メーカー）：デパート、大型ショッピングセンター、専門店、インターネットショッピング
- ローエンド製品（一般企業製品）：デパート、雑貨店、スーパー、インターネットショッピング

（出所）香港貿易發展局ウェブサイト「中国鞋类市场概况（中国の靴市場の概要）」2019年8月21日、<http://www.hktdc.com/info/mi/a/cmfs/sc/1X002MPH/1/>。

# 中国

皮革製品の消費特性（年齢、性別、各種皮革製品の購入頻度、購入方法、購入場所など）



## その他革製品

### 消費特性

- 観光産業の発展に伴い、旅行用品の需要が非常に高く、スーツケース・バッグ、靴の需要が急増。2009年から2019年までの間に、中国国内の観光客と入国観光客の数はそれぞれ19.02億人と1.26億人から60.1億人と1.45億人に増えた。
- 観光業の発展がスーツケース・バッグを含む皮革観光用品の需要をけん引している。

### 購入方法および場所

- ハイエンド製品（国際有名ブランド製品）：デパート（百貨店）、大型ショッピングセンター、ショッピングモール、代理店、空港免税店、インターネットショッピングモール
- 中高級品（国内一流ブランド）：デパート、大型ショッピングセンター、ショッピングモール、メーカー直営店、代理店、メーカー専門店、インターネットショッピングモール
- 中低端製品（多くの地元メーカー）：デパート、大型ショッピングセンター、メーカー専門店、インターネットショッピング
- ローエンド製品（一般企業製品）：雑貨店、スーパー、インターネットショッピング

# 中国

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 商品イメージ、長所、短所、購入期待値など

| 区分                             | A社   | B社  |
|--------------------------------|--|---|
| 外国製皮革の利用<br>状況・印象              | <ul style="list-style-type: none"> <li>国内企業は商社(貿易商)を通じて皮革などを輸入しており、外国企業から直接皮革を輸入している企業もある。中国国際皮革展は、企業が海外の皮革材料や他の企業と商談を行うための重要な場を提供している。毎年開催している。</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>当社が輸入する製品革は革靴製造に利用。</li> <li>イタリア、フランス、インドの製品革を利用。</li> </ul>  |
| 日本製を含む外国<br>製の各種皮革や革<br>製品への印象 | <ul style="list-style-type: none"> <li>イタリアとフランスの製品革と革製品は中国で人気があり、主な理由はファッションの新しいトレンドをリードすることができ、デザインの特色が鮮明で、ファッション性があること。</li> <li>日本から輸入する皮革の量は少ないため、中国の大手メーカーにとってはマスマークに利用する優位性がない。日本革は高品質の毛皮と特殊革(高級品に使用される革)が中心。</li> <li>日本から輸入する皮革と皮革製品は年々縮小している。製品革は主に革靴製造のアップレザーとソファー革に使われている。日本の皮革製品の輸入額は、製品革は約2000万ドル、半仕上げ革は約50万ドルである。中国から日本への皮革及び皮革製品の輸出額は約40億ドルで、日本から中国への輸出額の10倍程度になっている。</li> <li>イタリアとブラジルから輸入する製品革は輸入革全体の約5割を占め、日本は1%程度しかない。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>当社ブランドのイタリアやフランス革を使用したカスタムシューズは色、デザイン、品質が中国国内で人気がある。現在の靴消費者は快適で柔らかい靴を選ぶ傾向にあるため、イタリアやフランスの柔らかい製品革を利用している。</li> <li>日本製品革の品質も非常にいい。質感は繊細でスタイルが洗練されている。いい仕事をしているが価格が高い。</li> <li>日本には硬い製品革が多い印象がある。軍人用靴や特殊作業用等に使用できると考えられるが、ただ製品革の価格が高い。</li> </ul> |
| 日本製皮革への要<br>望・期待               | <ul style="list-style-type: none"> <li>量が少ない日本の特殊な革は対象を特定した手袋や革靴などのハイエンド製品を作ることができると思う。デザイン設計に特色があるファッショントレンドを把握すれば、ハイエンドな日本の革製品はポテンシャルが高いのではないかと期待される。</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の革の特色にあったブランド品や製品に利用するのは適切かと思う。</li> </ul>   |
| その他                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出先国の皮革製品の認証・基準は多くなく、ISO基準は主に化学品の検査関連に集中している。輸出先業者が独自の製品基準を持っている場合もあり、国内企業は輸出先業者が指定した基準にもとづき生産し、輸出する。</li> </ul>  | —   |

# 中国

海外皮革の認知ルート(展示会や見本市等)



## 主な展示会・見本市

### 【中国国際皮革展(ACLE)】 上海 2022年8月21日～9月2日

- 国家レベルの輸入指向型プロ向け貿易フェア、上海レザーフェアとも呼ばれる。
- ACLEは、1998年の設立以来、中国本土の主要な製革(皮なめし)工場および皮革製品/靴製造地域から数十万人のバイヤーを迎えてきた。原料革、半製品革、皮革化学原料、皮革機械を対象とした大規模な展示会。海外の有名な製革工場は中国の靴や自動車用革の輸入業者向けに出展、高品質の革や靴の素材を紹介。

### 展示範囲

- **皮革合成革:** 天然皮革、衣類用皮革、アッパー革、ソファ用革、ラゲッジレザー、自動車や家用革、合成皮革PU・PVC、人工皮革、毛皮、生皮革皮革生地、皮革ベース生地、皮革用化学薬品・染料、靴材料、半製品革(半加工皮革)、皮革製品、皮革衣類、毛皮衣服、皮革布付属品、ジッパー、ハードウェア付属品など。
- **皮革機械、靴機械:** 各種の皮革機械、皮革加工装置彫刻機、マーキング機、切断機、ショベルナイフベルト、スーツケース・バッグ機械、成形装置、ポリウレタン機械、縫製装置及びスペアパーツ、縫製前後の処理装置、コンピューター支援装置及び靴の生産ライン
- **靴の材料、靴の材料:** 靴の材料、靴型、靴の底、関連材料、靴用アクセサリ、CAD、CAMシステム
- **その他:** 各種の皮革輸入業者、代理店、卸売業者、家具メーカー、アパレルメーカー、縫製工場、商社

(出所) <https://www.aclechina.com/zh-cn/>; <https://www.jufair.com/exhibition/821.html>

# 中国

海外皮革の認知ルート(展示会や見本市等)



## 主な展示会・見本市(続き)

【2022青島国際皮革、靴機械、靴材料展QLSF】 青島 2022年 6月28日～30日

- 中国北部の「靴と皮革」の業界チェーン全体に最も影響力のある展示会。
- 海名国際展開会集団、山東省皮革業界協会、山東紡織服業界協会、青島市皮革業界協会、青島市紡織服業界協会が共同で主催。
- 前回の会場面積は8万平方メートルで、出展企業は2,000社、参加者はと8万人に上る。米国、日本、韓国、ドイツ、イタリアから多くの有名ブランドが参加、80以上の商談会が行われ、200近くの報道機関による報道が実施された。

## 展示範囲

- 靴材料: 靴材料、靴型、靴裏地材料、靴のサンプル、靴関連材料、半製品、ゴム製品、靴アクセサリ、CAD / CAMシステムなど。
- 皮革、合成革: 皮革及び合成革、PU革、PVC人造革、服装革、靴面革、砂発革、箱包革、真皮毛布など
- 靴製造、中厚革材設備: 靴製造機械、中厚革材設備、ニットマシン、成形設備、ポリウレタン機械、皮革加工設備、ラゲッジ製造機械、レーザー彫刻、切断設備、皮革化学工業用助剤など。

(出所) <https://sdpgzx.hmfh.com/index.php?/category/sector>

# 中国

海外皮革の認知ルート(展示会や見本市等)



## 主な展示会・見本市(続き)

### 【広州国際靴製造機器、靴革材料工業展覧会】 広州 2022年5月30日～6月2日

- 中国最大の靴、皮革及び当産業機器の展示会の1つである。広東靴産業協会が主催。
- 前回の会場面積は5.5万平方メートル、バングラデシュ、ドイツ、イギリス、韓国、ドバイ、メキシコ、中国、台湾、ロシアなどからの出展企業は700社、参加者数は3.5万人に達した。

#### 展示品範囲

- 靴製造機械、靴材料、靴付属品、皮革、合成皮革(PU / PVC)、皮革化学薬品・染料、本革、付属品アクセサリ、革ラゲッジ・バッグの製造機械、縫製装置、印刷装置、レーザー切断装置およびその他の関連製品

### 【温州国際皮革、靴材料、靴機械展】 温州 2022年8月26日～8月28日

- 中国プラスチック加工産業協会、温州靴革産業協会が主催、出展企業は379社

#### 展示品範囲

- 革、靴材料、靴の化学薬品、靴のアクセサリ/付属品、靴製造機械、縫製装置、編み物機械、靴のアッパー、デジタル印刷装置、レーザー装置、3D印刷装置、CAD / CAMシステムなど。

### 【東莞国際衣料品革および靴製造サプライチェーン展示会 CDITE】 広東広州 2022年12月8日～12月10日

- 東莞国際衣料・皮革・靴製造サプライチェーン展(CDITE)は、東莞靴・バッグ産業同盟が主催している。広東を中心とし、江西、広西、湖南、湖北、江蘇、福建などの繊維および衣料産業のクラスターを含む。

#### 展示品範囲

- 縫製機器、靴のアッパー及び付属品、印刷業界、労働保護および新型コロナ感染防止用品。
- 革靴製造:靴製造、中厚革材料機器、靴材料、革と合成皮革

---

## 3. タイ

# タイ

## 皮革関連産業の概況



### タイの皮革産業の概況

#### 近年の タイ皮革産業

- 2000年代後半、自由貿易協定により海外(特に中国)から安価な革製品が流入するようになり、タイの皮革製品は輸出・国内消費ともに減少。
- コロナ以前から皮革のタイ国内市場規模は縮小傾向にあるが、2000年代後半の世界的な不況や、コロナの影響で世界的に消費が減退し、輸出量は下落傾向。人件費・コスト高騰もタイの皮革製品の競争力低下につながっている。
- 2015年にヨーロッパの一般特惠関税制度(Generalized System of Preferences: GSP)から、2020年12月にはタイの革製品と靴の部品の一部が米国のGSP対象からも外れたことで、革靴を含む革製品の輸出量は減少。生産拠点を近隣国に移す企業も増加。
- 輸出や国内消費量の減少を受け、産業界やタイ政府は、革靴を世界市場のニーズに合わせてデザイン・品質共に改良することによるイメージアップや革製品の熟練工の育成にも注力しようとしているほか、中東やスカンジナビアなど、新市場の開拓も奨励。コロナ禍を踏まえたニューノーマル時代の消費者の傾向に企業が対応していくよう呼びかけ。

(出所) タイ工業省産業振興局、2014年12月31日、<https://www.dip.go.th/th/category/2019-05-07-10-18-56/2019-05-07-10-40-21>; Positioning, July 15, 2008, <https://positioningmag.com/42246>; Siamrat online, March 8, 2021, <https://siamrath.co.th/n/225689>; <https://api.dtn.go.th/files/v3/606fef5aef414015cf1de32b/download>.

# タイ

## 皮革関連産業の概況



### タイの皮革産業の概況

#### タイ皮革産業の 特徴

- タイの皮革製品メーカーのほとんどが海外顧客のOEMで大量生産をして輸出する業界構造となっている。海外有名スポーツブランドや日本や欧州のブランドのOEMを手掛けている。
- タイで生産された皮革製品の8割が輸出され、残りの2割が国内諸費向け。国内消費向けはタイ国内で生産された皮革を用いて製造。タイは中小規模のタンナーが多い。
- 中国やベトナムに比べると人件費が高く、価格競争力が弱い。タンナーの多くは、原皮を海外から輸入しており、原皮の国際的な価格動向がコストに影響。
- タイ商務省国際貿易振興局によると、靴に関してはタイの製造技術と品質は高いとの評価もあるが、近年は熟練工を探すのが困難な状況となっている。

(出所) <https://api.dtn.go.th/files/v3/606fef5aef414015cf1de32b/download>.

# タイ

皮革・皮革関連製品の貿易動向



## 輸入動向

- タイの原皮・革の輸入状況は下記のとおりであり、日本はアルゼンチン、米国に次ぐ第3位の輸入額となっている。

### タイの原皮・革輸入状況(単位:米ドル)

IMPORT OF THAILAND CLASSIFIED BY COMMODITY

41 (KG) Raw hides and skins (other than furskins) and leather

| No | Country   | 2020        |                | 2021        |                | Value Decrease- / Increase + | Value Decrease- / Increase + |
|----|-----------|-------------|----------------|-------------|----------------|------------------------------|------------------------------|
|    |           | Quantity    | Value          | Quantity    | Value          | Baht                         | (%)                          |
|    | World     | 159,495,402 | 13,426,069,978 | 177,561,014 | 17,780,339,972 | 4,354,269,994                | 32.43                        |
| 1  | ARGENTINA | 11,432,643  | 3,419,783,244  | 15,071,196  | 3,614,276,819  | 194,493,575                  | 5.69                         |
| 2  | U.S.A.    | 48,844,264  | 2,214,509,758  | 44,186,789  | 2,970,925,193  | 756,415,435                  | 34.16                        |
| 3  | JAPAN     | 52,327,591  | 1,276,227,094  | 54,790,037  | 1,882,079,449  | 605,852,355                  | 47.47                        |
| 4  | URUGUAY   | 3,784,487   | 1,150,759,520  | 8,325,085   | 1,586,147,979  | 435,388,459                  | 37.83                        |
| 5  | BRAZIL    | 8,558,527   | 1,074,376,735  | 9,494,456   | 1,519,444,122  | 445,067,387                  | 41.43                        |
| 6  | CHINA     | 2,726,421   | 796,292,038    | 1,952,365   | 998,451,515    | 202,159,477                  | 25.39                        |
| 7  | ITALY     | 803,623     | 548,194,442    | 1,328,980   | 963,954,603    | 415,760,161                  | 75.84                        |
| 8  | VIETNAM   | 5,561,576   | 424,607,971    | 6,238,945   | 460,964,703    | 36,356,732                   | 8.56                         |
| 9  | MALAYSIA  | 300,061     | 396,521,631    | 349,956     | 411,872,150    | 15,350,519                   | 3.87                         |
| 10 | AUSTRALIA | 3,023,292   | 327,684,189    | 8,218,085   | 400,657,688    | 72,973,499                   | 22.27                        |

SOURCE : INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY CENTER WITH COOPERATION OF THE CUSTOMS DEPARTMENT

# タイ

皮革・皮革関連製品の貿易動向



## 輸入動向

- タイの靴(革靴以外を含む)の輸入状況は下記のとおりであり、中国、ベトナム、イタリア、インドネシアからの輸入が上位を占めている。

### タイの靴輸入状況(単位:米ドル)

HS.: 64 (footwear)

| No | Country   | 2020     |                | 2021     |                | Value Decrease- / Increase + | Value Decrease- / Increase + |
|----|-----------|----------|----------------|----------|----------------|------------------------------|------------------------------|
|    |           | Quantity | Value          | Quantity | Value          | Baht                         | (%)                          |
|    | World     | 0        | 16,425,672,202 | 0        | 15,864,665,618 | -561,006,584                 | -3.42                        |
| 1  | CHINA     | 0        | 6,902,955,949  | 0        | 6,145,699,369  | -757,256,580                 | -10.97                       |
| 2  | VIETNAM   | 0        | 4,189,101,541  | 0        | 4,082,614,060  | -106,487,481                 | -2.54                        |
| 3  | ITALY     | 0        | 1,425,192,546  | 0        | 1,683,851,278  | 258,658,732                  | 18.15                        |
| 4  | INDONESIA | 0        | 1,439,962,825  | 0        | 1,278,717,279  | -161,245,546                 | -11.20                       |
| 5  | LAOS      | 0        | 428,988,983    | 0        | 433,328,042    | 4,339,059                    | 1.01                         |
| 6  | CAMBODIA  | 0        | 230,981,150    | 0        | 310,226,776    | 79,245,626                   | 34.31                        |
| 7  | INDIA     | 0        | 159,828,214    | 0        | 306,797,032    | 146,968,818                  | 91.95                        |
| 8  | SINGAPORE | 0        | 246,635,730    | 0        | 268,439,086    | 21,803,356                   | 8.84                         |
| 9  | BRAZIL    | 0        | 172,140,118    | 0        | 172,140,963    | 845                          | 0.00                         |
| 10 | JAPAN     | 0        | 172,140,118    | 0        | 128,490,180    | -43,649,938                  | -25.36                       |

SOURCE : INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY CENTER WITH COOPERATION OF THE CUSTOMS DEPARTMENT

(出所) タイ工業連盟(FTI)受領資料。

# タイ

皮革・皮革関連製品の貿易動向



## 輸入動向

- タイのカバン(革カバン以外を含む)の輸入状況は下記のとおりであり、中国、イタリア、フランス、ベトナムからの輸入が上位を占めている。

### タイのカバン輸入状況(単位:米ドル)

HS : 42 (Bags)

| No | Country   | 2020     |                | 2021     |                | Value Decrease- / Increase + | Value Decrease- / Increase + |
|----|-----------|----------|----------------|----------|----------------|------------------------------|------------------------------|
|    |           | Quantity | Value          | Quantity | Value          | Baht                         | (%)                          |
|    | World     | 0        | 19,087,488,877 | 0        | 21,548,194,909 | 2,460,706,032                | 12.89                        |
| 1  | CHINA     | 0        | 8,790,983,758  | 0        | 8,567,096,182  | -223,887,576                 | -2.55                        |
| 2  | ITALY     | 0        | 4,238,902,937  | 0        | 5,420,694,179  | 1,181,791,242                | 27.88                        |
| 3  | FRANCE    | 0        | 2,585,381,802  | 0        | 3,630,008,537  | 1,044,626,735                | 40.41                        |
| 4  | VIETNAM   | 0        | 623,570,381    | 0        | 675,626,598    | 52,056,217                   | 8.35                         |
| 5  | SPAIN     | 0        | 461,061,433    | 0        | 553,715,415    | 92,653,982                   | 20.10                        |
| 6  | S. KOREA  | 0        | 509,260,785    | 0        | 489,034,160    | -20,226,625                  | -3.97                        |
| 7  | JAPAN     | 0        | 311,285,247    | 0        | 314,226,201    | 2,940,954                    | 0.94                         |
| 8  | U.S.A.    | 0        | 168,348,144    | 0        | 205,460,576    | 37,112,432                   | 22.05                        |
| 9  | INDONESIA | 0        | 148,331,242    | 0        | 197,221,084    | 48,889,842                   | 32.96                        |
| 10 | CAMBODIA  | 0        | 183,569,102    | 0        | 183,066,283    | -502,819                     | -0.27                        |

SOURCE : INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY CENTER WITH COOPERATION OF THE CUSTOMS DEPARTMENT

(出所) タイ工業連盟(FTI)受領資料。

# タイ

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## タイにおける皮革製品の消費動向等

- 若者も勤労世代も皮革製品を使用する。革ベルトや革財布などの日用品もよく使われている。
- 若者や勤労世代はブランド志向が強く、高齢者はデザインや品質重視。
- 欧州の皮革製品は高級品という位置づけ。皮革製品を日用品として使う人たちはシンプルなデザインを好む。STYLE BANGKOK(見本市)では、ミニマルなデザインの皮革製品が増えている。一方で、欧州高級ブランドを使う人も多く、TPOでかなり使い分けている。タイでは日本よりも外出する機会が多く、デパートに行くときなどはオシャレに見せたいと思っている。靴もTPOに応じて履き分けている。
- 一般的に海外の製品・商品は品質がいいという考えをタイ人は持っている。
- 最近では環境配慮への意識も高まっている。
- EC市場は拡大傾向にある。皮革製品は本物志向や品質志向の方には訴求できる余地があると考ええる。
- エキゾチックレザーはタイ人や中東からの観光客に人気があり、欧米で見られるような動物愛護の観点によるエキゾチックレザー忌避の動きは見られない。

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 海外製皮革や皮革製品への印象・取引方法

| C社  | D社  | E社  | F社   | G社   |
|---|---|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>■ OEMのタイ皮革製品メーカーは、なめし革を海外から輸入しタイ国内で製品に加工して輸出する。アルゼンチンやアメリカのなめし革は靴に加工する。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 創業以来約40年間の付き合いがあるシンガポールのエージェントから革を購入している。欲しい革をエージェントにリクエストする。当社が調達するのはパキスタンや豪州、ニュージーランド産の皮革など。</li> <li>■ エージェント以外にもタンナーとも付き合いがあり、イタリアやフランス、タイのタンナーと直接取引をしている。毎年タンナーからも革を紹介してもらっている。われわれがタンナーに赴いて革を見に行くこともある。</li> <li>■ イタリアとフランスのタンナーのいいところは小規模なので、小ロットでも革を買えるところ。当社は小さなブランドなのでコンテナ一杯はいらない。イタリアやフランスのタンナーは何万バツにもならないような小ロットでも買える。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ スペインや日本からエキゾチックレザーを調達。原皮は中東やアフリカ、豪州。</li> <li>■ スペイン産はフランスやイタリア産よりも品質が劣るが、価格が安い。</li> <li>■ 取引するタンナーは、友人の紹介や見本市・展示会などで見つける。英語でコミュニケーションができればエージェントを介さず直接取引をする。</li> <li>■ 海外のタンナーは技術向上・開発を重ねており、新しい皮革を紹介してくれたり、テスト使用させてくれる。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ イタリアやフランスの皮革は人気がある。使用することで商品の付加価値も上がる。一般的に海外の製品・商品は品質がいいという考えをタイ人は持っている。</li> <li>■ 同じスペックであればタイ産皮革を用いたい、マーケティング上、欧州産皮革のほうが高級というイメージがあるので顧客にアピールする。</li> <li>■ 付き合いのあるカバンメーカーからタンナーを紹介してもらっている。そのメーカーが革のカatalogを見せてくれる。</li> <li>■ イタリアやフランスのタンナーのほか、タイ国内のタンナーからも調達。スペックを伝えればそのとおりの皮革をつくってくれる。</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 植物タンニンなめしの革を調達。調達先はインド、パキスタン、イタリア、日本。タンナーを選んで取引しているので、いずれの国のタンナーの皮革も十分な品質である。使用する皮革に応じて取引先を選択している。</li> </ul> |

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 日本製皮革や皮革製品への印象

| C社  | D社   | E社  | F社   | G社   |
|---|--|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>■ X世代(1965~1980年頃生まれ)は、(一般論として)日本製品になじみがある。</li><li>■ 日本企業や日本の顧客を相手にしてOEMをやっているタイ工場が日本の皮革を輸入している。タイの消費者は日本製の品質は優れていると思っている。</li><li>■ 無印良品など日本の製品はミニマルかつシンプルというイメージがある。タイ人はこうしたシンプルなデザインが好きである。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 日本の革は10年前に香港の展示会で見たことがある。展示会における日本パビリオンで見つけた。品質は良いと思ったので、タンナーにサンプル送ってもらったが、イタリアなど欧州の革と同じ値段であった。</li><li>■ イタリア製の革とあまり値段が変わらないのであれば、欧州の革を使いたい。タイでもイタリアやフランスなど欧州の革が好まれるのであり、市場が欧州の革を好むのであれば、われわれとしても革なら欧州がいいという気持ちがある。</li><li>■ 日本の革の品質には信頼を置いているし、品質的には問題ないと感じた。しかし、顧客は欧州の革を好むのであり、顧客からフランスやイタリアの革を使った商品はないかと聞かれる。ただし、30歳以下の若い人は革の産地をあまり気にしない傾向。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 日本のエキゾチックレザーの価格は欧州産と同等。品質は良い。色の選択肢を増やすために欧州からも皮革を調達。</li><li>■ 調達している日本のタンナーは、エージェント(タイ在住の日本人)で知り合った。</li><li>■ 日本のタンナーは信頼できる。品質が変わらず、繊細な仕事をする。納期を守ってくれるのでビジネスのスピードが遅いとは感じない。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 日本製皮革は用いたことがない。</li><li>■ 日本製が悪いというよりは、そもそも日本の皮革があるという発想自体がなかった。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 日本のタンナーとは、仲介者のウェブサイトから皮革を注文している。</li><li>■ イタリア産の植物タンニンなめしの革よりも安価。航空便で輸送してもらっており、輸送費も欧州産よりも安価。</li><li>■ 皮革の価格はタイのタンナーのものが一番安価。タイ国内のタンナーのレベルも上がっているが、オーダーとは異なる色が混じることがある。</li><li>■ 小ロットで取引できることが利点。</li></ul> |

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 取引における留意点等

| C社   | D社  | E社   | F社   | G社 |
|--|---|--|--|----|
| <ul style="list-style-type: none"><li>■ タイのメーカーを話す場があった。日本のやり方はスピード感が遅い。なんでも持ち帰って社内検討にしよう。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ タンナーと取引をする場合、まずはサンプルを送ってもらうか、それが難しい場合は小ロットで送ってもらいプロトタイプを作る。LCでの支払いは無理なので、クレジットカード払いで処理できるとありがたい。当社側が契約金額の80%先に振り込んで、革を送ってもらうことが多い。</li><li>■ 過去に外国のタンナーと取引としたとき、実際に購入した革がサンプルと違っていたこともあった。サンプルのほうが出来栄えがよかった。また、ブラジルのタンナーから大ロットで調達したときは、品質が悪い革が混入していた。展示会に出展している企業であれば、展示会のオーガナイザーのスクリーニングがあるので少し安心である。</li><li>■ 海外取引をする際は、返品とか面倒な条件は付けたくないの、品質を保証はしてくれるとありがたい。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ タンナーが英語ができるなら、エージェントを通す必要はない。スペインのタンナーとはエージェントを介さずに取引。</li><li>■ 不良品があった場合に取り換えてくれたり、値引きしてくれるかが大切。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 英語で直接取引できるのであれば、エージェントを介する必要はない。</li><li>■ コミュニケーションに不安があるならエージェントを利用したほうがいいが、中小の皮革製品メーカーとしては仲介手数料が高いと負担が大きいため、直接取引できることは歓迎。</li><li>■ 当社は中小規模であり、ミニマムロットが小さくて済むならありがたい。</li></ul> | —  |

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 認証・サステナビリティ対応等の要否

| C社   | D社   | E社  | F社  | G社   |
|--|--|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"><li>■ タイのタンナーは19社がLWG認証を取得。2社がゴールド。タイはOEMがメインで大きいメーカーもあり、LWG認証取得を顧客から要求される。LWGの革を使うのはほとんどが靴メーカー。</li><li>■ LWGは、ブランドネームを押し出すうえでは必要。日用品では不要。しかし、トレーサビリティや環境への配慮は重要。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ LWG認証は取得されているに越したことはないが、そこまで気にしていない。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 動物が合法的かつ適正に飼育されているものであることの保証があるといい。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ サステナビリティはさほど打ち出していない。配慮されている皮革であるに越したことはない。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ タイ国内の一般的な消費者はさほどサステナビリティへの関心は高くない。しかし、当社はサステナビリティに配慮していることもあり、植物タンニンなめしの皮革を使用している。</li></ul> |

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## その他

| C社  | D社  | E社  | F社  | G社 |
|---|---|---|---|----|
| <ul style="list-style-type: none"><li>■ なめし革では市場プロモーションを実施しており、コロナ以前はファッションウィークというイベントを開催していた。</li><li>■ ファッションウィークは、日本を含む海外のタンナーも参加可能であり、タイの貿易振興局に問い合わせるといい。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 新しい革を探すときはエージェントに照会するか展示会で探す。イタリアやフランスのタンナーから当社への営業もある。</li><li>■ 当社製品はほとんどが牛革で、他にはヤギと羊の革を使っている。女性は羊革のソフトな肌触りを好む。ムスリムの顧客もいるため、豚革は使わない。以前豚革製品もつくっていたが、それを知ったムスリムの顧客からもう買わないと言われた経験がある。馬革は使っていない。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ イタリアや香港で開催される見本市や展示会には訪問している。毎年新しい技術や色が出ていて参考になる。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>■ Japan Leather Journalの広告がFacebookで表示され、アクセスした。日本のタンナーが英語とタイ語で紹介されていて参考になった。</li></ul> | —  |

(出所) タイ皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# タイ

皮革を扱う現地エージェント(商社など)



皮革卸販売業者で規模の大きな所は輸入品も扱っている傾向はある。

## 皮革卸販売業者リスト

| 会社名                             | 設立年  | 本社拠点      | 昨年の売上げ<br>(百万バーツ) | URL/その他   |
|---------------------------------|------|-----------|-------------------|---|
| Central All Leather Fashion     | 2009 | バンコク      | 18                | <a href="http://www.centralallleather.com/en/about-us/">http://www.centralallleather.com/en/about-us/</a><br>※1990年創業の皮革製品卸業者Wattanapon<br>( <a href="http://wattanapon.com/en/">http://wattanapon.com/en/</a> )の子会社。 |
| V Wattana Fashion Center        | 2009 | バンコク      | 7                 | <a href="http://wattanacenter.com/en/">http://wattanacenter.com/en/</a>   |
| Niyomsilp leather               | 1996 | バンコク      | 36                | <a href="https://niyomsilp.business.site/">https://niyomsilp.business.site/</a>   |
| T.A.Leaner                      | 2013 | サムットサコン   | 20                | 企業ウェブサイトなし  |
| Leather Development and Trading | 2007 | サムットプラカーン | 57                | 企業ウェブサイトなし  |
| CPL Group                       | 1989 | サムットプラカーン | 1622              | <a href="https://www.cpl.co.th/en/">https://www.cpl.co.th/en/</a><br>大手のタンナーで、皮の輸出入と卸も行っていると思われる。   |

---

## 4. インドネシア

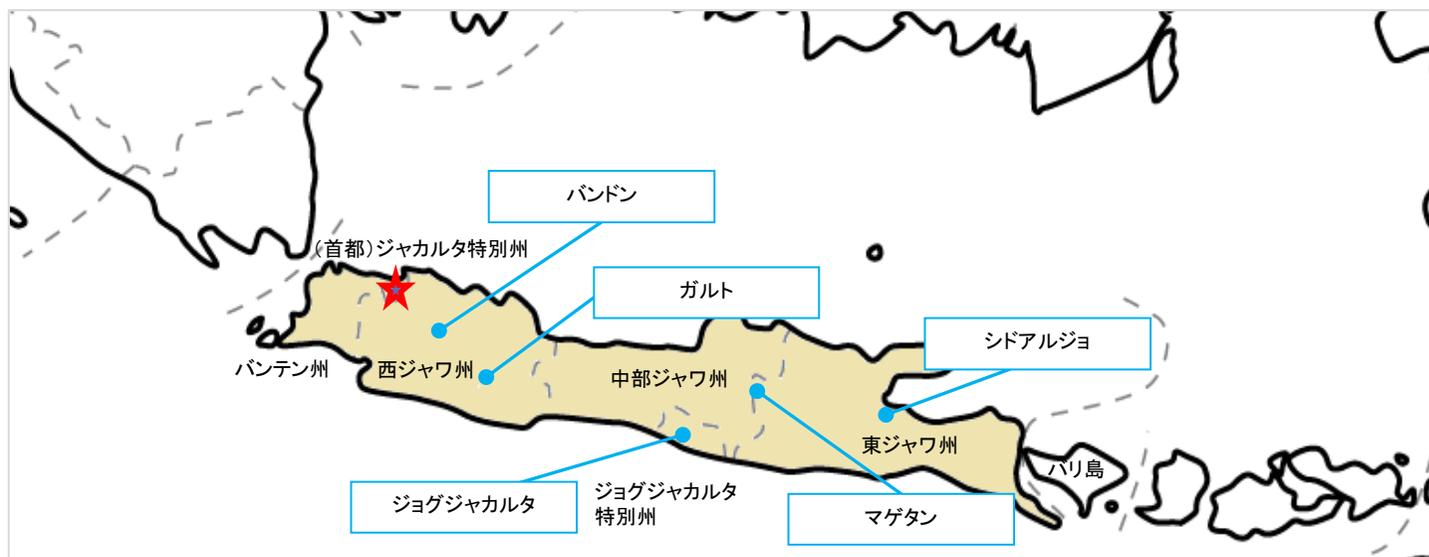
# インドネシア

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産動向

- インドネシアの皮革製品の動物の種類は、牛、ヤギ、羊、水牛、馬、ウサギ、パイソンが挙げられる。なお、大半を占めるイスラム教徒にとって豚は禁忌であるため、ごく一部に非ムスリムによる輸出用の施設があるものの、インドネシア国内では一般に流通していない。
- インドネシアでは、ジャワ島内に皮革産業が集積しており、ガルト、ジョグジャカルタ、シダルジョ、マゲタンなどが、皮革製品の生産地として知られている。このうち、インドネシアの最大の皮革産業の集積地であるガルトでは羊革の加工が多く、マゲタンでは牛革の加工が多いなど、多少の地域性があるが、なめし技術については、地域差は少ない。
- 西ジャワ州の州都であるバンドン市は、もともと文化の中心地であり、中心エリアでは、様々なショップやアウトレットなどの店舗が軒を連ね、若者に好まれるファッションの中心地となっている。また、バンドン市周辺には皮革業・繊維・アパレルなどのファッション関連の生産工場が集積している。



(出所) The Ministry of Trade of The Republic of Indonesia (2018) Export New Indonesia

APRISINDOヒアリング(2022年2月実施)をもとに作成

(地図出所: 白地図専門店)

# インドネシア

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産動向

- インドネシアの各産地の特徴は以下の通りである。

|   | 地域                    | 概要   |
|---|-----------------------|--|
| 1 | ガルト(西ジャワ州)            | <ul style="list-style-type: none"><li>・ ガルトは、インドネシアで最も有名な皮革製品の産地である。多くの皮革製品はガルト地域で生産されている。その中でも、スカレガン地区(Sukaregang)は、ガルトにおける皮革生産地域の中心地である。なお、スカレガン地区での皮革産業は、1970年代頃まで遡る。この地域の革職人の大多数は、羊、牛、水牛などの皮革を加工している。</li><li>・ ガルトのスカレガン地区で生産された製品はガルトのみならずバンドン、ブカシ、ジャカルタ、スラバヤ、メダン、デンパサールなどの大都市を含むほぼ全域で販売されている。また、製品は展示会を通じて、マレーシア、シンガポール、韓国、香港、日本に直接輸出されているほか、他の流通チャネル(販売代理店等)を通じて、間接的に輸出されている。この工業団地では、海外の有名ブランドの革製品の供給実績がある。</li></ul> |
| 2 | ジョグジャカルタ(ジョグジャカルタ特別州) | <ul style="list-style-type: none"><li>・ ジョグジャカルタは、インドネシアの古都であり、皮革製品の生産地としても有名である。</li><li>・ 特にマディング観光村(Mading Tourism Village)は低廉で品質の良い革製品を購入する場所として知られており、皮革製品を購入したい旅行者が目指す目的地とされている。マディング周辺のレザークラフトは1940年代にはじまり、マディングには約42の皮革製品製造業者と48の皮革製品の販売ショールームが立地している。</li></ul>   |
| 3 | シドアルジョ(東部ジャワ州)        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ シドアルジョ(Sidoarjo)には、革製造の中心地であるタングランギン(Tanggulangun)地区がある。</li><li>・ サンドル、財布から革製のスーツケースまでさまざまな製品が生産され、好みやニーズに応じて、数万ルピアから数千万ルピア(千円未満から数十万円)の革製品を手に入れることができる。この地域の皮革製品の消費者は、地域住民のみならず、マレーシアやブルネイなどの東南アジアの消費者からも需要がある。</li></ul>  |
| 4 | マゲタン(東ジャワ州)           | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 現在、マゲタンのジャランサヴォ(Jalan Sawo)で皮革製品を生産している中小企業は約115社存在し、消費者は靴などの革製品を購入することができる。マゲタンの皮革産業は、主にマゲタン市とガリボヨ(Ngariboyo)に集積している。</li></ul>   |
| 5 | バンドン(西ジャワ州)           | <ul style="list-style-type: none"><li>・ バンドンは植民地時代に政治・経済・文化の中心地の1つとして発展し、現在も文化やファッションの発信地として知られている。バンドンはテキスタイル、衣料品、皮革製品の製造の中心地でもあり、世界的なファッションブランドの企業の中には、バンドンとその周辺地域に工場を設置する企業も多い。</li><li>・ バンドンは手頃な価格のファクトリーアウトレットやショップなど、ショッピングの街でもある。首都ジャカルタよりも、流行に敏感と言われている。</li></ul>  |

(出所) The Ministry of Trade of The Republic of Indonesia (2018) Export New Indonesia  
Inspirasi Shopee(2018) “4 Daerah Penghasil Produk Kulit Kenamaan di Indonesia”  
Herwan Abdul Muhyi, (2018) The Development of the Leather Industry Center of Sukaregang District Garut Regency West Java

# インドネシア

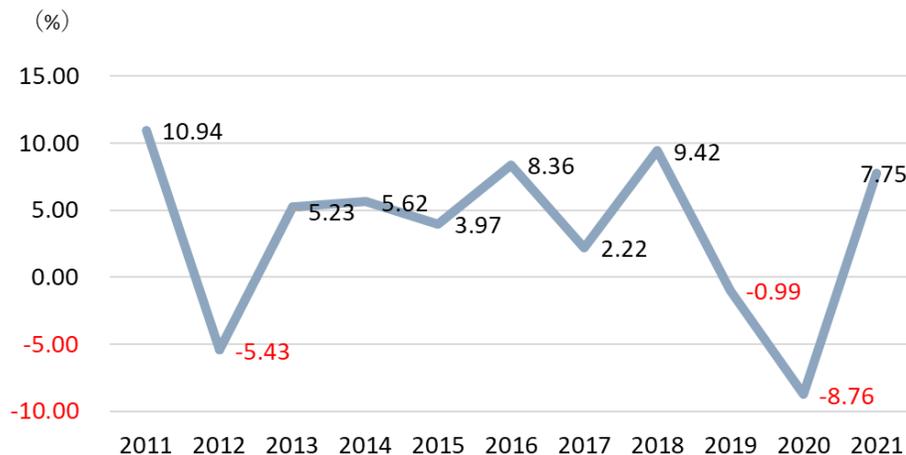
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産動向

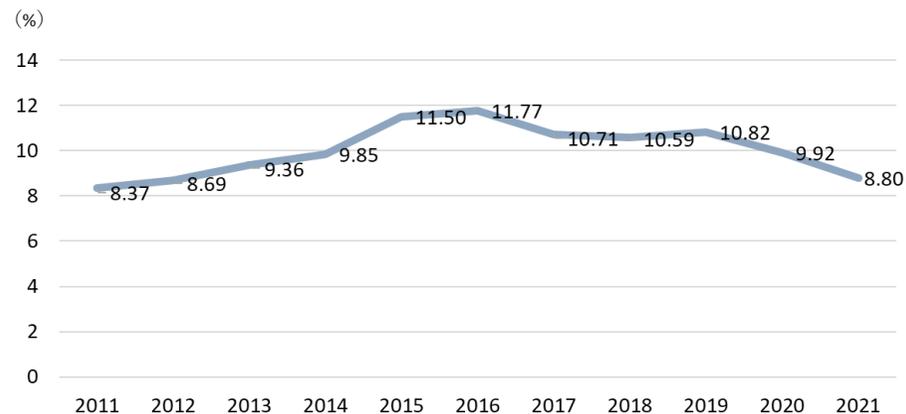
- レザー及び関連製造、履物製造部門のGDP成長率は、2019年、2020年には落ち込んだが、2021年には7.75%と回復傾向にある。
- 輸出額全体における繊維・レザー・履物製品の割合は、過去10年で10%前後を維持している。

### レザー及び関連製造、履物製造部門のGDP成長率(%)



(出所)インドネシア工業省(APKIより提供)。

### 輸出額全体における繊維・レザー・履物製品の割合(%)



# インドネシア

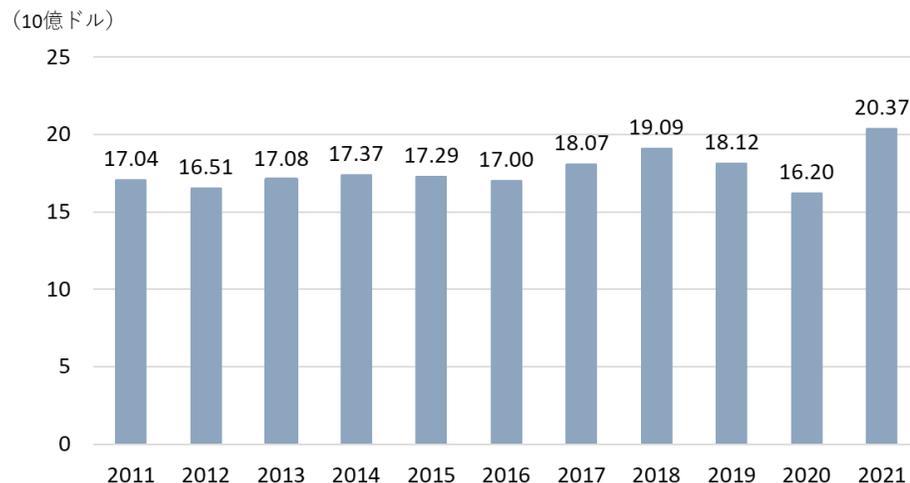
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



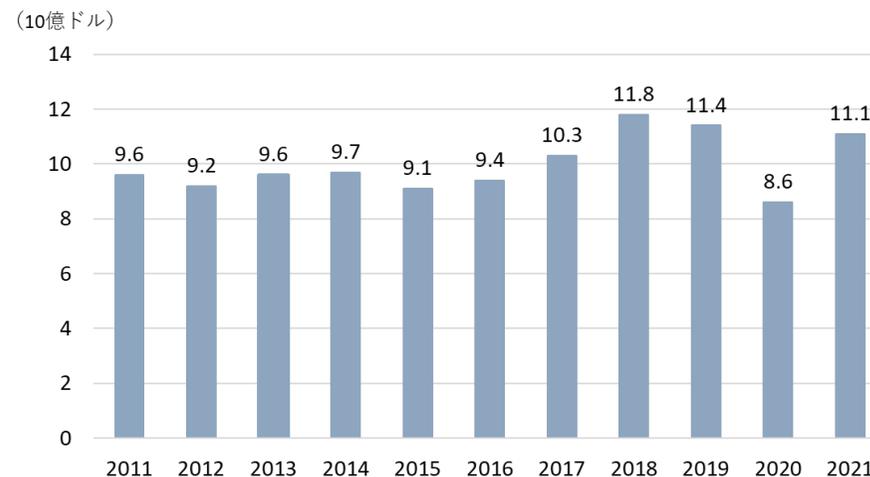
## 生産動向

- 繊維・レザー・履物製品の輸出額は、2020年に162億ドルと直近10年で最低の水準であったが、2021年には203.7億ドルと回復した。
- 輸入についても同様の傾向であり、2020年の輸入額は86億ドルから、2021年には111億ドルと増加している。
- インドネシア・タンナー協会 (APKI) によると、2019年の輸出額の減少は、米中貿易摩擦の影響であり、米国向け輸出品を多く取り扱っていたインドネシアの靴製造業者などは影響を受け、2020年にはコロナ禍の影響により成長率・輸出額とも減少したとのことである。

### 繊維・レザー・履物製品の輸出額(10億ドル)



### 繊維・レザー・履物製品の輸入額(10億ドル)



(出所)インドネシア工業省(APKIより提供)。

# インドネシア

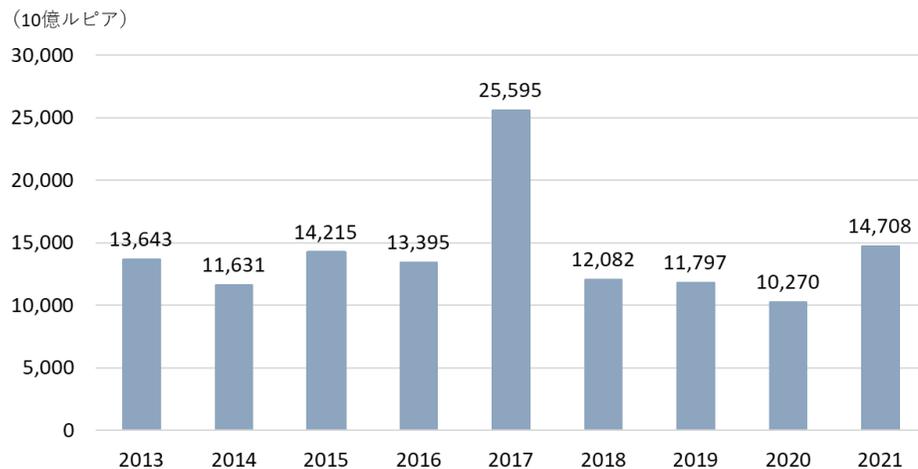
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



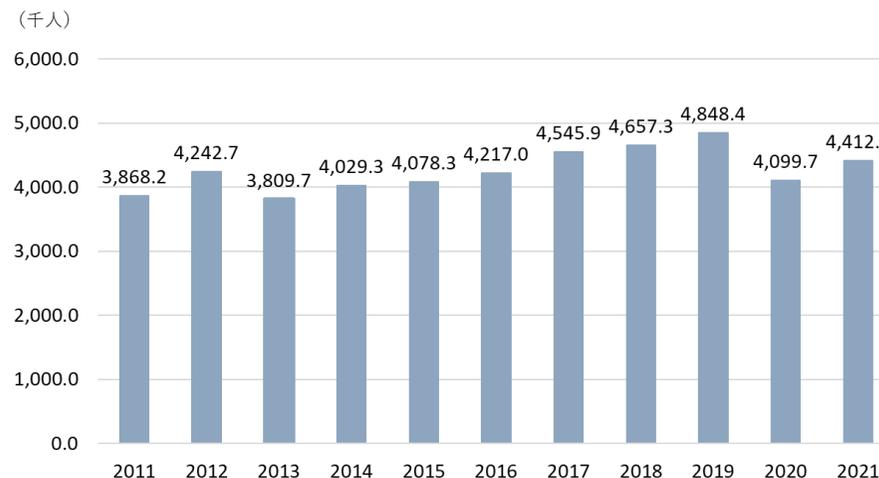
## 生産動向

- 2021年の繊維・レザー・履物製品の投資額は14兆7,080億ルピアであり、前年の10兆2,700億ルピアより増加している。APKIによると、繊維や靴などが投資に影響している(なめし産業にはほとんど投資されていない)。
- 繊維・レザー・履物製品の従業者数は、2020年には4,100千人と減少したが、2021年では約4,412千人と回復傾向にある。

繊維・レザー・履物製品の投資額推移(10億ルピア)



繊維・レザー・履物製品の従業者数の推移(千人)



(出所)インドネシア工業省(APKIより提供)

# インドネシア

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 調達する皮革の生産国について

### ■ 大動物及び小動物の主要生産国

- 皮革の調達国・地域は、大動物(牛・水牛・馬)、小動物(羊・山羊)など種類によって異なる。
- 大動物の皮革は、靴、カバン、民芸品、車のシートなどの用途に用いられ、小動物の皮革は、手袋やアパレル衣類のために用いられる。
- APKIIによると、下記に挙げた生産国は、総じて品質・技術面で参考にすべき国と考えているとのことである。

|           | 大動物の皮革<br>(牛・水牛・馬)                                  | 小動物の皮革<br>(羊・山羊)                                | エキゾチックレザー<br>(ワニ、ヘビ、トカゲ)                    |
|-----------|---|---|---|
| 用途        | 靴用皮革<br>ソールレザー(底革)<br>内装材(自動車・家具)<br>バッグ用皮革<br>クラフト | グローブレザー<br>ガーメント<br>裏地                          | ファッション靴<br>バッグ<br>レザー製品<br>革製品<br>ホームアクセサリー |
| 皮革の主要な生産国 | イタリア、スペイン、ドイツ、オーストリア、オランダ、フランス、米国、ブラジル、アルゼンチン       | イギリス、トルコ、日本、韓国、オーストラリア、ニュージーランド、インドネシア、中国、エチオピア | インドネシア、日本、タイ、マレーシア                          |

出所:APKIヒアリング

# インドネシア

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 革靴における皮革の輸入の状況

- インドネシアは、なめし革の製造が盛んな地域であるが、牛肉の消費量は少ない国であり、国内の牛の皮革の供給量も少ない。このため靴製造に関してはかなりの量の牛のなめし革を海外から輸入している。

| 区分                      | 概要  |
|-------------------------|---|
| 輸出向け・国内市場向け             | <ul style="list-style-type: none"><li>• 輸出用：海外アパレル等のバイヤーから受注し、靴を製造し、海外に販売。</li><li>• 国内市場向け：自社で企画・製造することが多い。</li></ul>  |
| 靴製造に際して、なめし革の国産品と輸入品の比率 | <ul style="list-style-type: none"><li>• 輸出用のスポーツシューズ専門で輸出用の靴の場合、通常80%前後が輸入素材(皮革)を使用。</li><li>• 輸出用の靴(ローファー等)を専門に扱う場合、通常ほぼ100%輸入素材(皮革)を扱う。</li><li>• 国内市場向けのアップパーミドル向けセグメントは通常輸入皮革を使用する。</li><li>• 国内市場向けでも、若い起業家・クリエイターの場合、80%程度のインドネシアの国産の皮革を使用する。</li></ul> |
| 靴の素材                    | <ul style="list-style-type: none"><li>• 安全靴など、一定の厚さを必要とする場合は、水牛の革。</li><li>• フォーマル、スポーツシューズに用いる革は牛革。</li></ul>  |
| なめし革の主たる輸入国             | <ul style="list-style-type: none"><li>• 中国、台湾、ブラジル、インド、イタリア、韓国、等。<br/>(国の順番と、輸入量の多寡とは関係していない。)</li></ul>  |
| なめし革を輸入する理由             | <ul style="list-style-type: none"><li>• 一般的にアップパーミドル向け以上のセグメントのフォーマル靴では、イタリアのなめし革の信頼性が高いため、イタリアから輸入する。</li><li>• 韓国や台湾と提携している現地企業は、韓国や台湾の指定の工場からなめし革を購入することをバイヤーから求められていることが多い。</li></ul>   |

(出所)インドネシア皮革関連業界団体へのヒアリングより。

# インドネシア

皮革製品の消費特性



## 革靴の消費者の動向

- 革靴を利用するのは、ビジネスマンが主流である。
- 中流層以下は、千円超～6千円までの合成皮革・繊維の靴を履く。本革の靴を履くのは、アッパーミドル層以上で、相場は6千円からとなる。

| 区分                               | 概要  |
|----------------------------------|---|
| 消費者の年齢、性別                        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ おもに通勤用として、ビジネスマンが革靴を利用。(その他は、スポーツシューズ等)</li><li>・ 現在はコロナ禍で健康志向が高まり、靴もスニーカーにシフトしている。オフィスへもスニーカーを履くようになっており、「通勤時はフォーマルな靴でなくてはならない」という価値観は、薄れつつある。</li></ul>   |
| 購買層ごとの生産・消費の動向<br>(中流層まで)        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 中流層以下の消費者は、フォーマルな靴は革靴ではなく、合成皮革・繊維の靴を履くのが普通である。合成皮革は化学物質から作られているため、価格は皮革よりもかなり安い。</li><li>・ 中流階級は通常、10万ルピアから50万ルピア(千円超～6千円)までの範囲の価格で靴(合成皮革・繊維)を購入している。</li><li>・ インドネシアの革靴価格は50万ルピア(6千円)以上であり、その価格で購入できる消費者は中流層より上の層といえる。</li><li>・ 下位のセグメントは、中国からの量産品となり、インドネシアの靴メーカーでは価格で太刀打ちできない。</li></ul> |
| 購買層ごとの生産・消費の動向<br>(アッパーミドル層・富裕層) | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 近年、クリエイティブな若者が新しいブランドを創造して、マーケットの主力製品とは競合せず、アッパーミドルから富裕層向けの革素材を使用するセグメントに参入するケースがある。(例として、若者向けスポーツシューズ・スポーツ用品のブランドがあり、富裕層向けレザーセグメントに参入。革靴類は概ね1万円前後で販売されている。)</li></ul>  |
| 購入方法・購入場所                        | <ul style="list-style-type: none"><li>・ 一般的にセグメントを問わず、靴を店舗(ショッピングモール、アウトレット)で買うことが多い。靴のブランドごとにサイズが表示が違うこと、試着が必要という意識があるため、インターネットでの靴購入は一般的ではない。</li><li>・ インドネシアの場合、ショッピングモールによって、富裕層向けショッピングモール、中流層向けショッピングモールなどがあり、売られているブランドや価格帯も、それぞれで異なっている。</li></ul>   |

(出所)インドネシア皮革関連業界団体へのヒアリングより。

# インドネシア

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 現地皮革製品メーカーの皮革調達状況及び海外製皮革への評価

■ オンラインヒアリングを実施したインドネシアの皮革製品メーカーにおける皮革の調達状況や海外製皮革への評価は以下のとおりである。

| 区分             | J社   | K社  |
|----------------|--|---|
| 皮革の調達国         | <ul style="list-style-type: none"><li>皮革は、98%が輸入。輸入国は、韓国(4割)、中国(3割)、ベトナム・台湾・イタリア等(3割)。</li><li>インドネシア産皮革は質が不安定なため、調達していない。</li><li>顧客の指示によって、皮革の輸入元を決めているが、国内市場向けブランドについては、自社できめている。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>皮革は、フランス、イタリアから輸入。</li><li>ローカル市場向けのサンダルは、国内(タンゲラン、ガルト、一部中部ジャワ)で調達している。</li></ul>   |
| 輸出向け・国内向けの靴の状況 | <ul style="list-style-type: none"><li>95%は輸出用としてアメリカ、ヨーロッパ、アジア向け。</li><li>残りは、自社ブランドでのインドネシア国内向けとなる。</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>製品の大半は、日本、韓国、シンガポール、ドイツ、米国向け。</li><li>コロナにより通勤靴の需要が減り、売上が低迷したことを受け、国内に販路開拓を行ったことが奏功し、サンダルの販売が伸長。</li></ul>  |
| 海外の皮革の評価       | <ul style="list-style-type: none"><li>過去に見本市で日本製の革靴を見たが、質は良いが価格が極めて高すぎたと記憶している。</li><li>取引の経験から、品質の良い順に並べると、韓国、台湾、イタリア、中国、ベトナムの順となる。</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>日本の革靴は、品質は良いが、モノトーンのような感じでバリエーションに欠ける印象がある。</li><li>フランスの畜産業は牛を適正に飼養しており、飼料・水・生育環境などが優れ、皮革の品質も高い。</li><li>イタリア産皮革は信頼のおける人から紹介してもらい、質の良い皮革を調達している。</li></ul> |

(出所)インドネシア皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# インドネシア

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 商品イメージ、長所、短所、購入期待値など

### ■ 日本を含めた海外の皮革・皮革製品のイメージ

- 日本の皮革・皮革製品はあまり知られていないのが現状である。欧州や韓国の皮革に対しては、品質が高いイメージが持たれている。

| 区分     | 概要   | 発言者  |
|--------|--|------|
| 日本     | ● 日本の皮革製品について具体的なコメントはできないが、おそらく他の日本の工業製品同様、品質管理が厳格であろう、というイメージがある。  | ● H社 |
| 日本     | ● 日本製の皮革や皮革製品については良くわからない。過去に見本市で日本製のものを見たが、質は良いが価格が異常に高すぎる、と感じたと記憶している。   | ● J社 |
| 日本     | ● 日本の革靴は、情報が少なく何とも言い難いが、品質は良いと思う。しかしモノトーンな印象の靴が多く、バリエーションが乏しい印象がある。質が悪いわけではない。   | ● K社 |
| 韓国     | ● 韓国からの投資を受けて加工する場合、インドネシア企業は、韓国から100%皮革を輸入することになる。品質的に、悪くはないようである。  | ● H社 |
| 韓国・その他 | ● 品質について、同じ国でも、時と場合によって皮革の品質の良し悪しは変わる。<br>● 当社は韓国、中国、ベトナム、台湾、イタリアから輸入しているが、これらの国のうち、経験上、品質の良い順に並べると、韓国、台湾、イタリア、中国、ベトナムとなる。 | ● J社 |
| 中国     | ● 中国産でも低廉なものから、高品質なものがあるが、インドネシアには高品質な製品はあまり入ってこない。  | ● H社 |
| イタリア   | ● イタリアはブランドイメージが高く、アッパーミドル向け以上の製品が多い。  | ● H社 |
| イタリア   | ● イタリア企業との取引は、契約から検収まで手続きが難しい。   | ● J社 |
| イタリア   | ● 当社は、信頼のある人からの紹介でイタリア企業と取引を行っており、高品質な皮革の調達ができている。   | ● K社 |
| フランス   | ● フランスの畜産業は牛を適正に飼養しており、飼料・水・生育環境などが優れ、皮革の品質も高い。  | ● K社 |

(出所)インドネシア皮革関連業界団体及び皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# インドネシア

皮革を扱う現地エージェント(商社など)



## 皮革の輸出業者の情報

### ■ 皮革の輸出業者ディレクトリ

- インドネシア国工業省ウェブサイトには「インドネシアの輸出業者ディレクトリ(Direktori Eksportir Indonesia)」(<https://kemenperin.go.id/direktori-eksportir?what=Leather&prov=0>)が存在する。
- ウェブサイト「輸出業者ディレクトリ」の表示の下に、「Nama perusahaan atau komoditi (dalam Bahasa Inggris) (意味は、「会社名又は商品名(英語)」。)」と記載されており、「Leather」と入力する。
- その後、「Locasi(所在地)」から地名を選択。インドネシア全体を選択する場合は、「Seluruh Indonesia(インドネシア全体)」を選択して検索する。
- 2022年2月時点で、「Leather」のキーワードで検索すると、107社がヒットする。取扱製品やコンタクト先などの情報を提供している。

(出所)インドネシア工業省

The screenshot shows the website of the Indonesian Ministry of Industry (Kementerian Perindustrian). The search results for 'Leather' are displayed in a table with the following columns: No., Perusahaan, Komoditi, and Bidang Usaha.

| No. | Perusahaan  | Komoditi   | Bidang Usaha   |
|-----|---|--|--|
| 1.  | <b>Ab Brother, CV</b><br>Jl. Flamboyan Gg.renggali No.2 Rt.07 Rw.02<br>Catur Tunggal Kec.depok, Sleman, D.I.<br>Yogyakarta<br>Telp. 02744632785 | Leather Further Prepared After<br>Tanning/ Crusting.   | Leather further prepared after<br>tanning/ crusting.   |
| 2.  | <b>Abadi Permai, PT</b><br>Jl. Riau No. 1 - G, Medan, Sumatera Utara<br>Telp. 06177876918   | Leather Further Prepared After<br>Tanning/ Crusting. Oth<br>Plants&parts Of Plants. Not For<br>Pharmacy, Not   | Leather further prepared after<br>tanning/ crusting. Oth<br>Plants&parts Of Plants. Not For<br>Pharmacy, Not   |
| 3.  | <b>Abadi Sentosa Gemilang, PT</b><br>Gedung Bulutangkis Vc. Jl. Asia<br>Afrikagelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat,<br>DKI Jakarta<br>Telp.       | Sports Footwear Not Fitted<br>With Spikes/ Wrstling/w Oth<br>Footwear With Outer Sole Of<br>Leather, Not Badminton Or<br>Similar Rackets. Whether/ Not<br>Strung | Sports footwear not fitted with<br>spikes/ wrstling/w Oth<br>Footwear With Outer Sole Of<br>Leather, Not Badminton Or<br>Similar Rackets. Whether/ Not<br>Strung |

# インドネシア

海外皮革関連企業との取引において、求められる認証や基準等



## 求められる認証や基準等

### ■ LWG認証、ISO等の認証

- APKIIによると、皮革製品メーカーが、皮革の調達時にバイヤーから求められる認証について、LWG認証、ISO9001(品質マネジメント)、ISO14001(環境)などである。LWGは、取得していることが望ましく、取得企業はアドバンテージが大きい。

| 区分       | 概要   | タンナー協会のコメント  |
|----------|--|--|
| LWG認証    | <ul style="list-style-type: none"><li>● LWG (Leather Working Group)は、皮革産業に関連する様々なステークホルダーの関与により設立された組織で、皮革製造業者の環境パフォーマンスを向上させるためのプロトコルを開発し、持続可能な皮革産業を推進することを目的としている。</li></ul>     | <ul style="list-style-type: none"><li>● LWG認証は義務ではないが、取得しておくことで、バイヤー等の国内外の皮革関連業者から評価されるため、取得を推奨する。</li></ul> |
| ISO9001  | <ul style="list-style-type: none"><li>● ISO 9001は、次の2点(一貫した製品・サービスの提供、顧客満足の向上)を実現するための品質マネジメントシステムの要求事項を定めている。</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>● 義務ではないが、バイヤーとの交渉次第で求められる代表的な認証。</li></ul>                            |
| ISO14001 | <ul style="list-style-type: none"><li>● 環境を保護し、環境パフォーマンスを向上させるためのマネジメントシステム規格</li><li>● ISO 14001は、次の3点(環境パフォーマンスの向上、順守義務を満たすこと、環境目標の達成)を実現するための環境マネジメントシステムの要求事項を定めている。</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>● 義務ではないが、バイヤーとの交渉次第で求められる代表的な認証。</li></ul>                            |

(出所)三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社(2019)「令和元年度 皮革産業振興対策調査等(海外主要国における皮革関連産業のサステナビリティ活動等の動向・対応調査)調査報告書」、一般財団法人日本品質保証機構(JQA)、インドネシア皮革関連業界団体へのヒアリングに基づきMURC作成。

# インドネシア

(インドネシアから見た)海外皮革関連企業との取引において、求められる認証や基準等



## インドネシア国内のLWG認証取得済み企業のリスト

### ■ LWG認証取得済み企業リスト

- インドネシアのLWG認証取得済み企業は以下の通りである。(資本金・売上高等の情報については非開示)

| 社名                                | 所在地         | 製品                              | 従業員数  | LWG<br>格付 | 備考  |
|-----------------------------------|-------------|---------------------------------|-------|-----------|---|
| 1 PT Budi Makmur Jaya Murni       | ジョグジャカルタ特別州 | 革手袋・皮製品、スプリットレザー、衣料             | 記載なし  | シルバー      | 1966年設立<br>欧州・アジア諸国向け輸出用の製品の製造。<br>Versace, Pierre Cardinに納入。         |
| 2 CV Cisarua                      | 西ジャワ州       | 靴・レザー関連製造                       | 記載なし  | ゴールド      | 1949年設立<br>フルグレインレザーの生産に特化。   |
| 3 PT Cipta Harmoni Jaya           | 西ジャワ州       | スプリットレザー、スエード、ポリウレタンコーティングスプリット | 記載なし  | ゴールド      | 2021年6月にLWG 認証取得。   |
| 4 PT Daehwa Leather Lestari       | 西ジャワ州       | スプリットレザー、スエード、ポリウレタンコーティングスプリット | 記載なし  | ゴールド      | 1994年設立<br>敷地面積:15,000㎡<br>生産能力:2百万平方フィート/月                           |
| 5 PT Youngil Leather Indonesia    | バンテン州       | ポリウレタンコーティングスプリット               | 記載なし  | ゴールド      | 親会社: Young IL Leather Co. Ltd.(1980年に韓国釜山で設立)<br>なめし革はベトナムとインドネシアで製造。 |
| 6 PT. ECCO Tannery Indonesia      | 東ジャワ州       | 靴用レザー、その他レザー                    | 記載なし  | ゴールド      | 親会社: ECCO Leather(オランダ)<br>なめし革は、オランダ、インドネシア、タイ、中国で製造。                |
| 7 PT. Tong Hong Tannery Indonesia | バンテン州       | ポリウレタンコーティングスプリット               | 約300名 | ゴールド      | 親会社: Tong Hong Tannery Group(中国)<br>なめし革工場は、中国、ベトナム、インドネシア            |

(出所)LWG認証ウェブサイト及び各社のウェブサイトより作成。

# インドネシア

海外皮革の認知ルート(展示会や見本市、エージェントからの紹介等)



## インドネシア国内の展示会・見本市

### ■ 展示会・見本市

#### 【Indo Leather & Footwear Expo】

- 開催地: ジャカルタ
- 開催時期: 2022年8月25日～8月27日
- インドネシアでは、毎年「INDO LEATHER & FOOTWEAR」がジャカルタで開催されている。主催は、インドネシア履物協会 (APRISINDO)、及びインドネシアタンナー協会 (APKI) が主催し、Krista Exhibitionsが見本市の運営を行っている。
- URL: <https://indoleatherfootwear.com/>

#### 展示品範囲

- 半仕上げ、完成した革、エキゾチックレザー、合成・天然素材、人工皮革、機器と器具、靴製造用機器、なめし革製造機器、染料、男性用・女性用靴、スポーツ用靴、医療靴、革製品、旅行服、ファッションアクセサリ、ベビーシューズ、ハンドバッグ、バッグ、革家具、革アクセサリなど。

#### 2019年実績

- 来場者数: 8325人
- 出展社数: 290社
- 展示面積: 9,950 m<sup>2</sup>

### ■ (小動物部門) サプライヤーの探し方

- 小動物部門のサプライヤーの探し方について、APKIIによると、会員企業は以下の割合でサプライヤーを探すことが多いということであった。
  - 直接営業 : 45%
  - 商社の仲介 : 20%
  - その他(コンサル等を通じた支援) : 20%

(出所) Indo Leather & Footwear Expoウェブサイト、Jetroウェブサイト、及びインドネシア皮革関連業界団体へのヒアリングより。

---

## 5. ベトナム

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産・輸出動向

- ベトナムの皮革・靴産業は、靴、サンダル、ハンドバッグが主流となる。
- ベトナムの皮革・靴産業は、輸出額及び労働力からもベトナム経済の重要な位置を占める。

### <輸出>

- ベトナム全体の輸出額の6~8%を占め、ベトナム経済をけん引する産業となっている。特に靴産業は、靴生産世界第3位、輸出では世界第2位となっている。また、靴はベトナムの輸出主要品目のトップ10(2020年では第5位)に入っており重要な産業である。
- 2021年の輸出総額は3,363億1,965万ドルであるのに対し、皮革・靴産業は207億8,000万ドルで、全体の輸出の6%を占めた。
- コロナの影響でベトナムの皮革生産の70%を占める工場で約50%の稼働率となったり、2020年には輸出額が前年比約10%減に落ち込むなど影響を受けたが、徐々に取り戻しつつある。2021年の輸出総額は209億ドルに達し、このうち靴が178億ドルを占め、バッグやスーツケース類は30億ドルの輸出額であった。

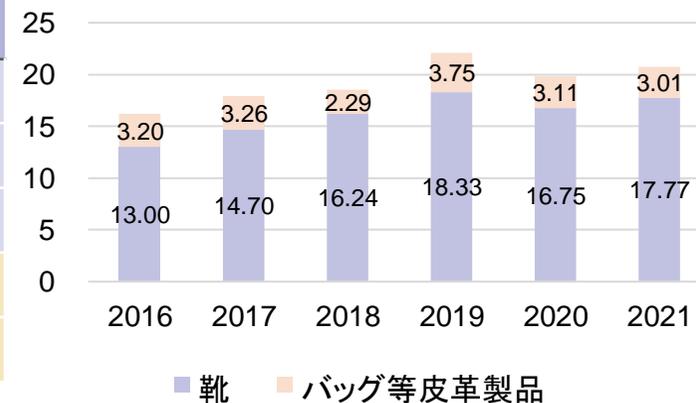
### 靴・サンダル、ハンドバッグの輸出額(2011~2021)

(単位 10億ドル)

|            | 2011 | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 靴・サンダル     | 6.55 | 13    | 14.7  | 16.24 | 18.33 | 16.75 | 17.77 |
| バッグ等皮革製品   | 1.28 | 3.2   | 3.26  | 3.39  | 3.75  | 3.11  | 3.01  |
| 合計         | 7.83 | 16.2  | 17.96 | 19.63 | 22.08 | 19.86 | 20.78 |
| ベトナムの総輸出額  | 96.3 | 176.6 | 213.7 | 243.5 | 264.2 | 282.6 | 336.3 |
| 皮革産業の占める割合 | 8.1% | 9.2%  | 8.4%  | 8.1%  | 8.4%  | 7.0%  | 6.2%  |

### 靴・バッグ等皮革製品の輸出額

(10億ドル)



(出所)表・図ともベトナム皮革・靴・バッグ協会(LEFASO)年報(2022年1月)及びベトナム統計局資料

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産・輸出動向

- 全世界の靴の生産は約205億足で、シェアは中国がその半分以上と圧倒的に多いが、ベトナムはシェア6%の13億足を生産しており、靴生産国第3位に位置する。輸出量では中国に次ぐ世界第2位を占める。

### 2020年の靴生産国世界トップ10

| 順位 | 生産国     | 数量(百万足) | 世界市場シェア |
|----|---------|---------|---------|
| 1  | 中国      | 11,118  | 54.3%   |
| 2  | インド     | 2,080   | 10.2%   |
| 3  | ベトナム    | 1,320   | 6.4%    |
| 4  | インドネシア  | 1,036   | 5.1%    |
| 5  | ブラジル    | 764     | 3.7%    |
| 6  | トルコ     | 487     | 2.4%    |
| 7  | パキスタン   | 483     | 2.4%    |
| 8  | バングラデシュ | 423     | 2.1%    |
| 9  | メキシコ    | 165     | 0.8%    |
| 10 | イタリア    | 165     | 0.8%    |

### 2020年の靴輸出国世界トップ10

| 順位 | 生産国    | 数量(百万足) | 世界市場シェア |
|----|--------|---------|---------|
| 1  | 中国     | 7402    | 61.1%   |
| 2  | ベトナム   | 1233    | 10.2%   |
| 3  | インドネシア | 366     | 3.0%    |
| 4  | ドイツ    | 301     | 2.5%    |
| 5  | トルコ    | 280     | 2.3%    |
| 6  | ベルギー   | 243     | 2.0%    |
| 7  | インド    | 228     | 1.9%    |
| 8  | イタリア   | 165     | 1.4%    |
| 9  | オランダ   | 162     | 1.3%    |
| 10 | スペイン   | 131     | 1.1%    |

出所: LEFASO年報(2022年1月)に掲載されたWorld Footwear Yearbook 2021の情報

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産動向

- ベトナムでは外国ブランドの製品を作っているいわゆるOEMの皮革・靴企業が多く、ベトナム独自の付加価値を付けるところは少ない。
- 皮革・靴産業におけるバリューチェーンの中では、ベトナムは革のカット、縫製、糊付け、最終の製品化を行う企業が多い。
- ベトナム皮革関連業界団体へのヒアリングによると、靴の値段の約70%が材料代であるが、その材料もほとんど輸入に頼っている（現地の材料は約30%のみ）ため、ベトナムの収益率が低いと指摘する。しかし、最近では靴底や靴の型、パッキングやラベルといった材料をベトナムで生産するビジネスも増え始めている。

## 皮革・靴の産業地域

- 2021年時点で、靴の生産及び輸出はベトナム南部の産業地域からで80%を占める。ホーチミン市、ダナン県、ビンドゥン県、ドンナイ県の工業団地に大規模な皮革・靴企業が集中している。
- そのほとんどが外資企業であり、欧米ブランドの靴や革製品を生産し、輸出している。そのため、靴の売上の80%は輸出が占める。
- 残りの約20%の企業はタンホア県、ハイフォン県、ニンビン県などのベトナム北部に位置し、靴やバック類などを製造しているが、国内向けの製品を作っており、輸出からの売上高はほぼない。

出所: Minh Long & Chu Thanh (2020) Nguyên phụ liệu - “nút thắt” của ngành công nghiệp da giày Việt Nam. CafeF.  
<https://cafef.vn/nguyen-phu-lieu-nut-that-cua-nganh-cong-nghiep-da-giay-viet-nam-20200921135313818.chn>  
LEFASO年報(2022年1月)に掲載されたWorld Footwear Yearbook 2021の情報。

# ベトナム

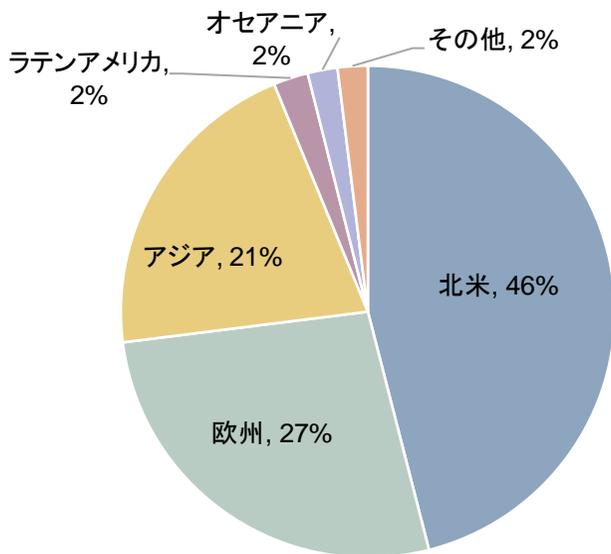
皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



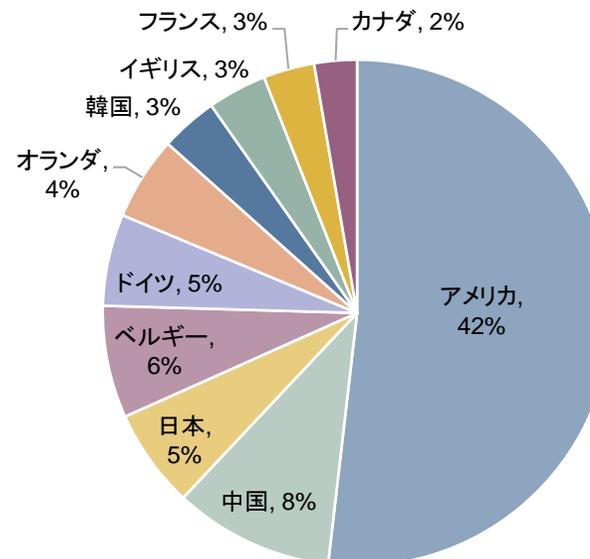
## 輸出動向

- 2021年、ベトナムの皮革・靴の総輸出は2020年の同時期比で4.6%増加。新型コロナウイルスの影響から徐々に回復傾向にある。最も多い増加比は北米(19.6%)、次いでEU(10.8%)、オセアニア(8.9%)であり、最も減少したのはラテンアメリカ(-31%)であった。2022年には、皮革・靴・バック業界全体で10~15%の増加が見込まれている。
- 2021年の主な靴・ハンドバック類の輸出先は、地域的には、北米(46%)、ヨーロッパ(27%)、アジア(21%)、ラテンアメリカ(2%)、オセアニア(2%)の順である。国別では、アメリカで42%と圧倒的に多く、次には中国(8%)、日本(5%)と続く。
- 靴においては、アメリカはベトナム最大の靴輸入市場であり、8億7,640万米ドル(前年比15.8%増)に達した。次いで、中国が1億7,183万米ドル(同比22.3%)、日本は1億6,670万米ドル(同比-10.1%)で3位であった。

靴・バックの主な輸出先(地域) 2021年



靴・バック類の輸出先トップ10(国別) 2021年



出所: LEFASO年報(2022年1月)。

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 生産動向

- 皮革・靴の企業数は2019年時点で2,608社。従業員数別で見ると、従業員が50人未満の企業で全体の約7割を占めるなど、中小・零細企業が多い。
- 皮革・靴・バッグ協会(LEFASO)によると、約10%がベトナムに進出した外資企業であり、特に台湾、韓国、中国の現地企業である。数は少ないがこれらの外資企業により輸出の約70~80%を占めるといわれる。
- ベトナムの2020年の15歳以上の労働力人口が約5,500万人いる中で、本業界の労働者は140万人であり、2.5%を占める。また、本業界は女性労働者の割合が高く、女性の雇用機会の拡大につながっている。
- 業界の平均月収は、ベトナム全体の平均月収と大きく変わらない。

## 生産及び事業成果を伴う皮革・靴の生産企業

|               | 2010     | 2015      | 2016      | 2017      | 2018      | 2019        |
|---------------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| 企業数           | 1,096    | 1,684     | 1,908     | 2,095     | 2,293     | 2,608       |
| 総従業員数         | 711,645  | 1,140,794 | 1,209,227 | 1,264,375 | 1,318,389 | 1,375,900   |
| 内、女性従業員数      | 558,092  | 908,115   | 949,665   | 989,316   | 1,012,804 | 1,042,560   |
| 平均月収(1,000ドン) | 2,632.00 | 5,127.00  | 6,238.00  | 6,634.00  | 7,511.00  | 7,420.79*** |

\*\*\* 2019年のベトナムの平均月収は7,700,000 VND (約39,000円)

## 生産及び事業成果を伴う企業数(従業員数別)2019年12月31日時点

|           | 総数              | 5人未満         | 5-9人         | 10-49人       | 50-199人      | 200-299人   | 300-499人   | 500-999人    | 1000-4,999人 | 5,000人以上   |
|-----------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|------------|------------|-------------|-------------|------------|
| 全国の企業全体   | 668,503         | 340,462      | 171,779      | 123,550      | 23,144       | 3,027      | 2,660      | 2,067       | 1,581       | 233        |
| 皮革・靴の生産企業 | 2,608<br>(100%) | 745<br>(29%) | 343<br>(13%) | 629<br>(24%) | 377<br>(14%) | 80<br>(3%) | 89<br>(3%) | 117<br>(5%) | 164<br>(6%) | 64<br>(3%) |

(出所)LEFASO年報(2022年1月)。

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 輸入動向

- なめし革の輸入は中国から約30%、それ以外はイタリア15%、タイ11%、韓国8%となっている。

なめし革の輸入額(国別)2016-2021

| No | Country | 2017  | 2018  | 2019  | 2020    | 2021    | 2021年の割合 |
|----|---------|-------|-------|-------|---------|---------|----------|
| 1  | 中国      | 311   | 325   | 380   | 378.1   | 513.7   | 32%      |
| 2  | イタリア    | 218   | 244   | 239   | 193.0   | 239.4   | 15%      |
| 3  | タイ      | 174   | 232   | 241   | 195.9   | 183.4   | 11%      |
| 4  | 韓国      | 169   | 161   | 178   | 112.6   | 124.3   | 8%       |
| 5  | 台湾      | 153   | 124   | 99    | 71.8    | 75.3    | 5%       |
| 6  | インド     | 92    | 109   | 88    | 56.3    | 60.6    | 4%       |
| 7  | アメリカ    | 115   | 114   | 125   | 79.5    | 144.2   | 9%       |
| 8  | ブラジル    | 114   | 70    | 69    | 58.5    | 95.7    | 6%       |
| 9  | アルゼンチン  | 37    | 36    | 28    | 17.1    | 14.8    | 1%       |
| 10 | メキシコ    |       | 29    | 27    | 17.3    | 13.8    | 1%       |
| 11 | パキスタン   | 22    | 26    | 25    | 18.7    | 24.7    | 2%       |
| 12 | ウルグアイ   | 12    | 12    | 9     | 1.8     | 1.1     | 0%       |
| 13 | 香港      | 20    | 16    | 16    | 7.5     | 2.3     | 0%       |
| 14 | オーストラリア | 21    | 14    | 8     | 5.3     | 17.6    | 1%       |
| 15 | 南アフリカ   |       | 8     | 9     | 1.3     |         | 0%       |
| 16 | その他     |       |       |       |         | 107.3   | 7%       |
|    | 合計      | 1,620 | 1,628 | 1,671 | 1,343.8 | 1,618.2 | 100%     |

(出所)LEFASO年報(2022年1月)。

# ベトナム

日本を含む外国製の各種皮革や皮革製品への印象



## 人気の皮革タイプ、調達方法など

### ■ 人気の皮革のタイプ

- 牛、ヤギ、羊、ワニ、蛇、イグアナ

### ■ 輸入革の調達方法

- 皮革メーカー複数社へのインタビューによると以下が想定される。

1. メーカーから直接輸入
2. 正規の輸入業者から購入

### ■ 皮革業者の見つけ方

- 国際見本市（International Exhibition of Machines for the Footwear, Leather goods and Tanning Industries、All China Leather Exhibition (ACLE)）など、イタリア、香港、中国等で開催されている見本市への参加
- デザイナー等、業界ネットワークを通じた紹介
- 企業自身で探索

### ■ 革製品の選択優先基準（LEFASOの見解）

- ① デザイン
- ② カラー
- ③ ブランド
- ④ 価格
- ⑤ レザーのタイプ（ソフトかどうか）
- ⑥ 革の原産国

※革の原産国については特に気にしていない

# ベトナム

皮革生産及び皮革製品生産・消費動向



## 現地皮革製品メーカーの皮革調達状況及び海外製皮革への評価

■ オンラインヒアリングを実施したベトナムの皮革製品メーカーにおける皮革の調達状況や海外製皮革への評価は以下のとおりである。

| 区分       | M社  | N社  |
|----------|---|---|
| 革の種類、調達国 | <ul style="list-style-type: none"> <li>牛革(イタリア)</li> <li>ヤギ、ラクダ、ワニ革も輸入</li> </ul>                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>牛革がメイン</li> <li>ヤギ、ラム、バッファローを輸入するときもある</li> <li>調達国は、イタリア、フランス、英国、米国、日本、インド、バングラデシュ</li> <li>日本のタンナーからも調達</li> </ul> |
| 調達方法     | <ul style="list-style-type: none"> <li>メーカーから直接購入</li> <li>正規の輸入業者から購入。</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>メーカーから直接購入</li> <li>正規の輸入業者から購入</li> </ul>   |
| 革製品の選択条件 | <ul style="list-style-type: none"> <li>1)品質、2)デザイン、3)革の原産国、4)価格</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>1) 品質、2) サプライヤーが納期どおりなこと、3) 革の原産国(特に重視しない)</li> </ul>  |
| 海外の皮革の評価 | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の革については使ったことがないのでわからない</li> <li>日本の革を紹介してくれるのであれば歓迎する</li> </ul>           | <ul style="list-style-type: none"> <li>日本の革は値段が高い。</li> <li>革の質の順はイタリア、フランス、日本。</li> <li>日本の革はインドや韓国のものよりも質がよい。</li> <li>台湾、中国の革の質は低い。</li> </ul>           |
| 必要な認証等   | <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出する相手先の要件による。</li> <li>国内向けに調達する場合は特にない。必要な場合は、サンプルをテストするためラボに送る</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>輸出する相手先の要件による</li> <li>ASEAN諸国製品という認証が必要な場合あり</li> </ul>   |

(出所)ベトナム皮革製品メーカーへのヒアリングより。

# ベトナム

認証



## LWG認証

- ベトナムでは2022年2月時点でLWG認証を取得しているのは17社(ゴールド15社、シルバー2社)。
- 14社は全て外資企業のベトナム現地法人であり、主に海外有名ブランドの靴を製造。
- ほとんどの企業がベトナム南部の工業団地近郊に位置する。

|   | 社名  | 製品   | 格付   |
|---|---|--|------|
| 1 | Buwei (Vietnam) Leather Co., Ltd<br>(ビンズオン県) 本社中国 | 牛スウェードに特化。有名海外ブランドの靴、カバン、スーツケースへの提供                        | ゴールド |
| 2 | Green Tech VN Joint Stock Co.<br>(ビンズオン県)         | ポリウレタンコーティングスプリット、スプリットレザー。有名ブランドへの提供<br>(原料はアルゼンチン、米から輸入) | ゴールド |
| 3 | Hung Fu Leather Co. Ltd<br>(ビンズオン県) 本社台湾          | 靴用レザー、スニーカー用レザー<br>牛スプリットレザー、ポリウレタンコーティングアクションレザー有名企業へ提供   | ゴールド |
| 4 | Jifeng (Kiet Phong) Leather Co.Ltd<br>(ビンズオン県)    | 靴用レザー、裏地革  | ゴールド |
| 5 | King Riser International Co. Ltd<br>(ロンアン県) 本社台湾  | 靴用レザー、スニーカー用レザー  | ゴールド |
| 6 | Kuo Yuen (Vietnam) Co Ltd<br>(ドンナイ県) 本社香港         | ポリウレタンコーティングスピリット、牛革スプリットレザー<br>スウェード                      | ゴールド |
| 7 | PrimeAsia(Vietnam) Co Ltd<br>(バリア・ブンタオ県) 本社中国     | 靴用レザー、スニーカー用レザー  | ゴールド |
| 8 | Rong Hsing International Co. Ltd<br>(ビンズオン県)      | 靴用レザー、革製品、スプリットレザー<br>スウェード                                | シルバー |
| 9 | Saigon TanTec Leather Ltd<br>(ビンズオン県) 本社中国(マカオ)   | 靴用レザー、スニーカー用レザー、革製品、ウェットブルースプリット                           | ゴールド |

# ベトナム

認証



## LWG認証(続き)

|    | 社名  | 製品                                       | 格付   |
|----|---|--|------|
| 10 | Tai Yu Leather Co Ltd<br>(ドンナイ県)                                    | 靴用レザー、スプリットレザー suede                     | ゴールド |
| 11 | Tay Ninh Kuo Yuen Ltd<br>(タイニン県) No. 6と同系会社                         | クラストスプリット、スプリットレザー suede                 | ゴールド |
| 12 | Tong Hong Tannery (Vietnam) Joint Stock Company<br>(バリア・ブンタオ県) 本社中国 | ポリウレタンコーティングスプリット、suede、クラストスプリット        | ゴールド |
| 13 | TransAsia TanTec Ltd<br>(タイニン県) No.7と同系会社                           | 靴用レザー、ウェットブルースプリット                       | ゴールド |
| 14 | Wei Tai Leather Co. Ltd.<br>(ドンナイ県) No.7,10と同系会社                    | スプリットレザー suede                           | ゴールド |
| 15 | Xiang Jiang Group Vietnam Co., Ltd<br>(タイニン県) 本社中国                  | スプリットレザー、suede、ポリウレタンコーティングスプリット         | ゴールド |
| 16 | Yi Sheng Leather VN Co Ltd<br>(ビンズオン県)                              | 靴用スプリットレザー suede、グレインレザー                 | ゴールド |
| 17 | Young il Vietnam Co., Ltd<br>(タイニン県)                                | 靴・ハンドバック用ポリウレタンコーティングスプリット、suede、グレインレザー | シルバー |

(出所)LWGウェブサイトより検索(2022年2月9日)

---

## Ⅱ．我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する動向調査

Ⅱ－1．サステナビリティ対応(LWG認証取得、アニマルウェア等)

Ⅱ－2．その他、皮革産業の持続的発展に資する参考事例

※サステナビリティ対応については、Ⅲ章(Ⅲ－2．皮革産業におけるサステナビリティ対応～対応の方向性と実践例～)も参照。Ⅲ－2では、皮革関連事業者向けに、背景及び対応の方向性と実践例等を分かりやすく整理している。

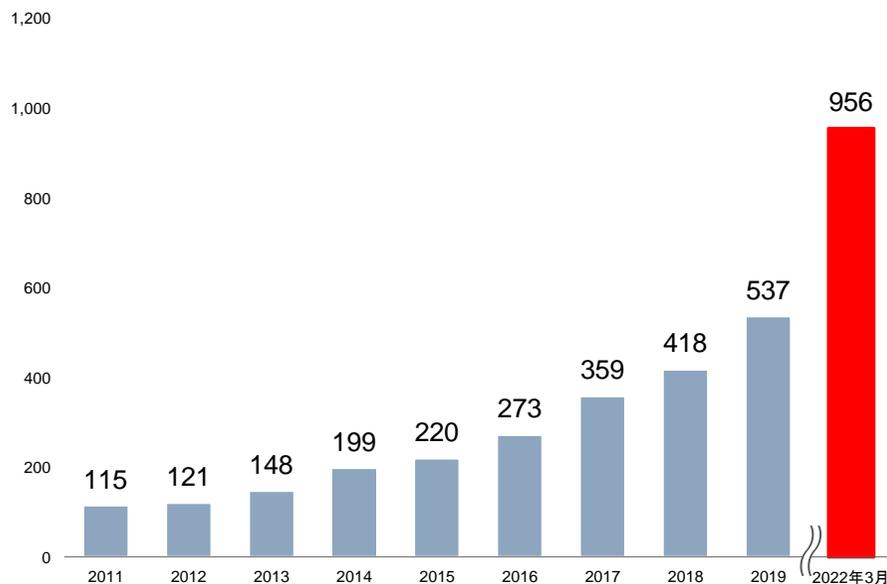
---

## Ⅱー1. サステナビリティ対応(LWG認証取得、アニマルウェア等)

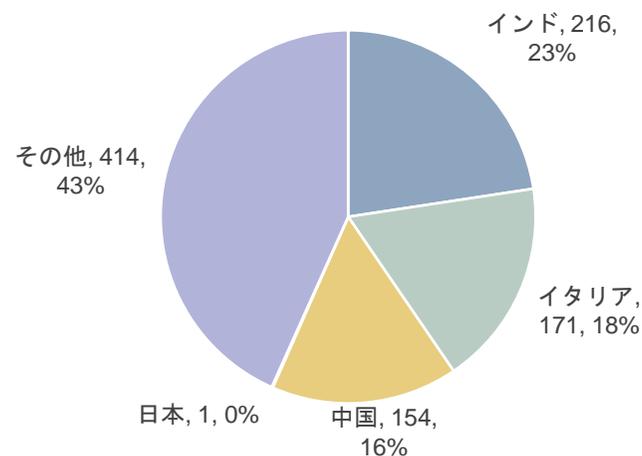
# LWGの動向

- 2022年3月28日時点でLWGメンバー企業は1,731社(LWGウェブサイトの「Our Members List」掲載企業数)。
- 2020年以降は新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)のパンデミックに直面するものの、LWG認証取得施設数は増加傾向にある。2022年3月28日現在のLWG認証取得施設数は956施設(LWGウェブサイトの「Rated Members list」掲載企業数)。
- 認証取得施設数の国別内訳を見ると、インドが最大で、イタリアと中国が続いている。我が国の認証取得施設数は1施設にとどまる。

LWG認証取得施設数推移(単位:施設数)



LWG認証取得施設数国別内訳(単位:施設数、%)



(出所) LWG, Newsletter December 2019, <https://www.leatherworkinggroup.com/contentfiles/LWG-853.pdf>; LWG website, <https://www.leatherworkinggroup.com/leather-manufacturers-and-traders/leather-manufacturers/our-rated-members> に基づきMURC作成。

# LWGの動向

2020年以降の主な動向

LWGの近年の主な動向を以下のとおり。従来から力を入れている環境負荷軽減以外に、社会面やトレーサビリティに関する監査項目の追加やアニマルウェルフェア(AW)に関する対応の強化といった動きが見られる。

## 新監査 基準導入 (2021年2月)

- 新しい監査基準(LWG Leather Manufacturer Audit Standard 7.0 (プロトコル7.0、P7.0))の導入(2022年2月にプロトコル7.2が発効)。社会的コンプライアンス要素を初めて認証に導入(ただし非必須監査項目)。製造業の従業員一人ひとりが安全で安心して働ける職場づくりを支援するため。
- LWGで認められた第三者機関による監査報告書と認証が求められる。2022年3月現在、以下の機関が認定されている。
  - BRCGS Ethical Trading and Responsible Sourcing Global Standard
  - Business Social Compliance Initiative (BSCI) : Social Accountability Accreditation Services
  - Sedex Members Ethical Trade Audit (SMETA) : Pillar 2 Audit
  - Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP)
  - Higg Facility Social & Labor Module (FSLM), Sustainable Apparel Coalition
  - SA8000 Standard: Social Accountability International
  - UNIC Code of Conduct and Social Accountability
- 2022年第3四半期頃公開予定の次バージョンの監査基準(P8)では、メンバーを支援するために施設のカーボン・フットプリント計算表を導入する予定。

## トレーサビリティ 対応強化

- トレーサビリティは監査項目の一つではあるが、格付けには影響しない(非必須監査項目)。
- 持続可能な製品への社会的な要求が高まる中、これまで以上にエビデンスに基づく環境の資格証明が必要になるという観点から、トレーサビリティ要件の向上のため2020年にLWGトレーサビリティ・ワーキンググループ(TrWG)を立ち上げ。
- 森林減少の削減は特に重点項目。LWGは2030年までに森林破壊ゼロ皮革(Deforestation and conversion-free (DCF) leather)の実現を目指している。そのため、NWF(National Wildlife Federation)とWWF(World Wildlife Fund)からの助言を受けて、トレーサビリティに関する要件の見直しを進めている。
- AWグループでの検討を踏まえ、デュー・デリジェンス管理のための枠組みを構築予定。

(出所) LWG website 及びLWG, Annual Report 2020/2021, <https://www.yumpu.com/en/document/read/65895292/lwg-annual-report-2020-21>に基づき作成。

# LWGの動向

2020年以降の主な動向(続き)

## アニマル ウェルフェア 対応強化

- サプライチェーンのデュー・ディリジェンス実施のため、AWワーキンググループ(AWG)が26カ国についてAWIに関する国別プロフィールを作成。
- 皮革産業におけるAW向上のためのベストプラクティス・ガイド作成(2020年)。ガイドは英国の動物愛護団体のRSPCAと米国で持続可能性に関する認証サービスを展開するProgressive Beef社の協力を得て作成。AWワーキンググループは本ガイドを使用してサプライチェーンにおけるAWの優良事例を加盟企業等に示すことが可能。
- 会員企業が屠畜場のAWの状況を評価できるようAWGチェックリストを導入(2021年)。

## LCA調査の 実施 (2021年11月)

- LWG認証施設で製造された皮革の環境への影響を調査するために、イタリア・ミラノのサステナビリティコンサルタント会社Spin360と協力して皮革業界向けのライフサイクルアセスメント(LCA)を開始することを公表。
- 世界中の皮革メーカーのうち最低40社以上からデータを収集し分析。使用するデータは、原材料、エネルギー使用量、化学物質、水消費量、廃水、廃棄、廃棄物管理。

(出所) LWG website 及びLWG, Annual Report 2020/2021, <https://www.yumpu.com/en/document/read/65895292/lwg-annual-report-2020-21>に基づき作成。

# サステナビリティ対応に関する国内動向

## ①フォローアップ結果

- 「令和元年度皮革産業振興対策調査等(海外主要国における皮革関連産業のサステナビリティ活動等の動向・対応調査)」(以下、「令和元年度調査」)における国内皮革関連産業におけるサステナビリティ対応状況等のフォローアップを行い、皮革メーカー等の今後の取組の参考事例を把握するため、ヒアリング調査を実施した(皮革関連事業者・団体等6件)。調査結果は下記の通りである。

### 【フォローアップ結果】

- 高級ブランドや大手皮革製品メーカーを中心に、LWGをはじめとする国際認証を取得している事業者からの皮革調達が増大しており、国内皮革産業にとってもサステナビリティ対応の必要性が高まっている一方で、全般的には国内皮革メーカー等による対応の取組が十分拡がっていない状況に大きな変化は認められない。なお、コロナ禍の影響にも留意が必要である。
  - 海外では、令和元年度調査当時、イタリアのタンナー業界ではイタリア独自のICEC認証等も活用し、LWG認証の取得はまだ低調であったが、近年、業界団体がLWG認証取得を後押しし増加するなど、国際的には皮革におけるLWG認証の影響力がますます強まっている。なお、国内ではLWG認証の透明性が不十分ではないかとの指摘もある。
  - 国内においても昨今、皮革にも関わりの深いアパレル・ファッション業界における環境負荷の大きさやサプライチェーンでの人権問題がクローズアップされるようになっており、サプライチェーンを通じた対応が強く要請され、サステナビリティがトレンドワードになるなど、国内的にも令和元年度調査当時よりもサステナビリティ対応の必要性は高まっている。

# サステナビリティ対応に関する国内動向

## ①フォローアップ結果

### 【フォローアップ結果】ー続き

- 全般的な拡がりはまだ認められない一方で、一部の皮革メーカーでは、それぞれの事業の規模や今後の展望を踏まえて、サステナビリティ対応に取り組む事例がみられる。
  - 国内のLWG認証取得事業者は、令和元年度調査で紹介した(有)繁栄皮革工業所の1社のみであることに変化はないが、同社は2021年7月に「合格」から「シルバーランク」へ昇格し、取組が進展している。同社のLWG認証取得の取組は令和元年度調査報告書52頁参照:[https://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2019FY/000373.pdf](https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2019FY/000373.pdf))
  - また、直接調査対象として把握することはできなかったが、国内の複数の皮革メーカーがLWG認証取得を検討・準備していると言われており、今後、取得事業者が増加する可能性がある。
  - 事業規模や経営方針等からLWG認証取得はせず、独自にサステナビリティ対応に注力する事例(独自基準設定・連携体制づくり、サステナブルな皮革素材開発、など)も認められる。
- 皮革メーカー等、皮革関連産業におけるサステナビリティ対応の支援にも動きがみられる。中小企業で分業化が進む国内皮革メーカー向けに事業規模に合わせたLWG認証取得のコンサルティングを提供する事例(川村通商(株))のほか、「日本エコレザー」でも国際的動向を踏まえた基準の見直し(人権、労働慣行など、社会的側面も盛り込むことを検討)や、皮革関連事業者(タンナー、製品メーカー)向けの日本版サステナブル企業認証が検討されており、国内皮革関連産業におけるサステナビリティ対応の底上げに向けて期待される。
- 以上のように、皮革関連産業を取り巻くサステナビリティ対応の要請も高まり、一部事業者を中心に対応拡大の萌芽も認められる。一方で国内消費者のサステナビリティに配慮した購買の認識が低調で、国内マーケットを意識すると取組が拡がりにくいことが皮革卸、皮革製品メーカー、専門家から指摘されている。皮革メーカー等各社の取組を推進するとともに、消費者に対する普及や行動転換に向けた対応も併せて進めていくことが求められる。

# サステナビリティ対応に関する国内動向

## ②ヒアリング結果等からみるサステナビリティ対応の方向性

### 皮革メーカーに求められる対応の方向性

- これからはサステナビリティ対応を無視はできない。
- 自社の事業規模、現状と今後の展望に見合ったサステナビリティ対応に取り組む必要。
- 海外マーケット向け（海外マーケット向け製品メーカーとの取引を含む）にはLWGなど国際認証取得も視野に入れた検討・対応も有益。LWG認証は自社事業の範囲（一部工程）で取得する道も。
- 国際認証取得が難しい場合や自社の事業規模・特性に合わない場合も、独自の工夫や「日本エコレザー」等を活用して適切な取組ステップアップ、効果的な発信が必要である。

### 皮革メーカーのヒアリング結果

- 海外ブランドでも本当に欲しい皮革素材であればLWG認証を取得していなくても採用されるケースがある。（相応のサステナビリティ対応は必要。製品メーカーの工場監査があることも。）

### 皮革卸のヒアリング結果

- 海外ではサステナビリティ対応はもはや必須。海外有名ブランド、大手製品メーカーへの供給や、海外輸出にはLWG認証取得が必要である。
- 国内の皮革卸、皮革製品メーカーの中には国内向けを意識して、あまりサステナビリティ対応を求めない所も多いが、このままでは今後淘汰されていくことになる。
- 国内向けだけなら「日本エコレザー」でも可。しかし中長期的に皮革産業を発展させていくにはLWG認証など世界標準に対応していく必要がある。
- 仕上げなど一部工程でもLWG認証は受けられるので中小企業も取り組んでいくべき。
- 国内でも複数の皮革メーカーがLWG認証の検討・準備を進めている。

### 皮革製品メーカーのヒアリング結果

- LWG認証取得事業者の皮革調達率目標を掲げ、継続達成しており、今後も維持する。
- 国内/海外タンナーとも化学物質等の環境配慮、人権等社会的側面の配慮の自社基準への適合が前提。
- その上で、海外向け製品用はLWG認証皮革を調達している。海外はLWG認証取得タンナーが多い。
- 国内タンナーから一部調達している理由は少量・多品目の使い勝手の良さ。ニッチな国内向け製品用にのみ採用。海外向けには全く採用していない。
- 国内タンナーがLWG認証に対応するのが難しいことは理解。現状では認証取得を要求していないが、LWG認証が世界標準でありできるだけ取得してもらいたい。
- LWGではLCAで各工程のCO2排出の見える化にも取り組んでおり、国内タンナーにも同様の意識を持って取り組んでほしい。

### 海外マーケット動向

- 高級ブランドや大手皮革製品メーカーを中心に、LWGをはじめとする国際認証を取得している事業者からの皮革調達が増えている。
- LWG認証取得事業者は欧米だけではなく中国、インド、ブラジルをはじめアジア・中南米諸国でも急増。
- 欧米を中心に日本の消費者に比べサステナビリティに配慮した購買行動が広がっている。中国でも意識が高いとの調査結果もある。

### 国内マーケット動向

- 国内消費者はサステナビリティに配慮した購買にまだそれほどの認識がない。（皮革卸、皮革製品メーカー）
- 国内消費者にはLWG認証マークで訴求する段階にはない。（皮革製品メーカー）
- 昨今国内でもアパレル・ファッション業界におけるサプライチェーンを通じたサステナビリティ対応が急速に要請されるようになっている。
- SDGsの言葉は人口に膾炙。若年層など少しずつ消費行動も転換していく可能性。

# 参考事例：「やさしい革」 山口産業(株)

独自のサステナビリティの考え方・基準、連携体制づくりを通じ優位性を高める

- 都内の限られた敷地での操業では、大規模な工場を想定して設計されたLWG認証取得は困難と判断し、自社独自のサステナビリティの考え方・基準を確立するLWG認証取得とは別のアプローチに取り組んでいる。考え方に賛同する多様な主体との連携によって商流形成、ブランド化を図る同社のブルーオーシャン戦略である。
- 同社が従来から取り組むクロムフリーの植物タンニン鞣しを核に、「工場排水のクロムがゼロ」「仕事のストレスがゼロ」「動物のストレスがゼロ」「不公平・不公正な取引がゼロ」の4つのゼロを約束する「やさしい革」を提唱している。同社では2015年に全面的にクロム鞣しを廃止し植物タンニン鞣しに切り替え、染料もクロムフリー化している。
- 「やさしい革」を拡げる母体を社団法人化し、SDGs分野で活躍する方々の参画の下で活動し、自治体、各地域の事業者、学校、NPO、諸団体などと連携して、「やさしい革」に関わる様々なプロジェクトを展開している。



## Challenges for Zero やさしい革 ゼロへの挑戦



### 工場排水のクロム がゼロ

環境負荷を抑えるために  
人と自然にやさしい  
「ラセッター」なめし製法を  
実践すること。



### 仕事のストレス がゼロ

働く人が安全で  
安心して働ける  
健康的な職場環境で  
生産されていること。



### 動物のストレス がゼロ

“動物としての幸せ”に  
配慮した飼育環境で  
育った原料皮を  
使用すること。



### 不公平・不公正な取引 がゼロ

健全な企業運営と  
皮革産業の発展に  
意欲的に取り組む企業の  
革製品を消費者に届けること。

## ＜やさしい革に関わる様々なプロジェクト＞

- 「MATAGIプロジェクト」: 駆除害獣を依頼により鞣して依頼主・産地で皮革製品に活用できるようにするプロジェクト。2008年から開始し、これまで全国500ヶ所以上の産地と連携。生産から消費までの商流形成とブランド化のプロジェクト「レザー・サーカス」も展開している。
- 「Happy Pigプロジェクト」: アニマルウェルフェアに配慮した飼育環境で育った豚の原皮を調達している。通常の1.5倍の飼育スペースで飼育された豚の原皮を使用。また、音響機器メーカーと連携して豚に音楽を聴かせることによるストレス軽減効果の検証実験等にも取り組み、地域連携によるブランド化も検討している。
- 「MONY(モニー)プロジェクト」: 世界有数の皮革輸出国であるモンゴルに「やさしい革」の鞣しの技術移転に取り組み現地でのブランド化も支援。

ウェブサイトで「やさしい革」の考え方を分かりやすく発信

出典: (一社)やさしい革 ウェブサイト(<https://www.y-leather.jp/>)

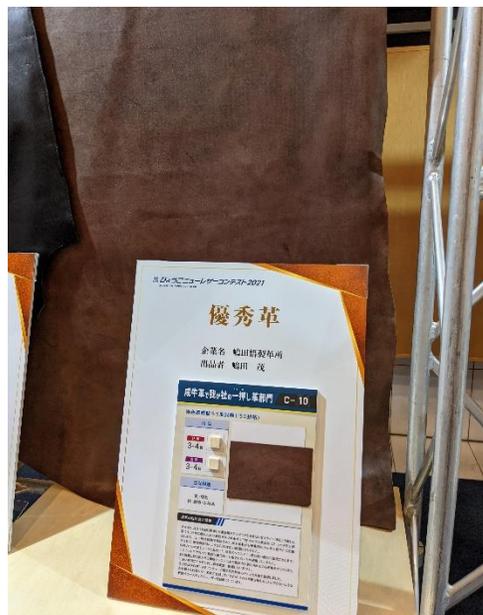
山口産業(株) ウェブサイト(<https://www.yamaguchi-sangyou.co.jp/>)

# 参考事例：ゼオライト鞣し 嶋田悟製革所

## 独自性の高いサステナブルな皮革素材を開発する

- 日本国内の皮革製品メーカーや皮革卸からは、現状ではほとんどサステナビリティ対応が要求されてこないが、今後の必要性を意識し自発的に科学的、技術的に独自性、環境優位性の高い新規の皮革素材の研究開発に取り組んでいる。
- 同社は皮革用化学薬品に知見を有し、以前から科学的に本当に環境優位性の高い素材の検討を進め、独自の海外ネットワークから紹介を受けた新しいゼオライトを用いた鞣しに着手、海外論文サーベイから物性や生分解性の分析など研究開発を実施し、「ゼオライト鞣し」による新素材の開発に成功した。2021年ひょうごニューレザーコンテストで同鞣し革2素材で「優秀賞」と「たつの市長賞」を受賞(下記)。
- また2021年のジャパンレザーアワードに、1-2か月で土に還るゼオライト鞣しのジビエ鹿レザーエコバッグを検証写真(下記)を付けて応募した。
- 「ゼオライト鞣し」は、重金属フリーで排水負荷が低く、森林資源と競合せず、優れた生分解性があるのが特徴で、かつクロム鞣しに近い物性を有することから、近年増えてきている代替レザー様素材に代替されにくい。比較的分解性の低いのリグニンを用いる天然物由来タンニン鞣しよりも生分解性において環境優位性がある。同社のゼオライト鞣し革の生分解性も土中埋没試験や欧州機関におけるISO20136の試験で検査し検証されている。
- 同社では今後、生分解性の様々な仕上げ塗装も開発する意向がある。将来的には豊富な国内未利用資源である国産ゼオライトを利用したサステナブルな純日本産皮革素材を開発する展望を持っており、大学等との連携もコンタクトを開始・新規模索している段階である。

2021年ひょうご  
ニューレザーコン  
テストでゼオライト  
鞣し革2素材で  
「優秀賞」と「たつ  
の市長賞」を受賞  
写真提供：嶋田  
悟製革所



2021年ジャパンレザーアワード応募時の検証写真  
優れた生分解性がある  
写真提供：嶋田悟製革所

# 参考事例：ゼオライト鞣し 嶋田悟製革所

独自性の高いサステナブルな皮革素材を開発する



ゼオライト鞣しによる生産

出典：嶋田悟製革所Instagramページ  
(掲載許諾：嶋田悟製革所)



ゼオライト鞣しによる新素材

出典：嶋田悟製革所Instagramページ  
(掲載許諾：嶋田悟製革所)

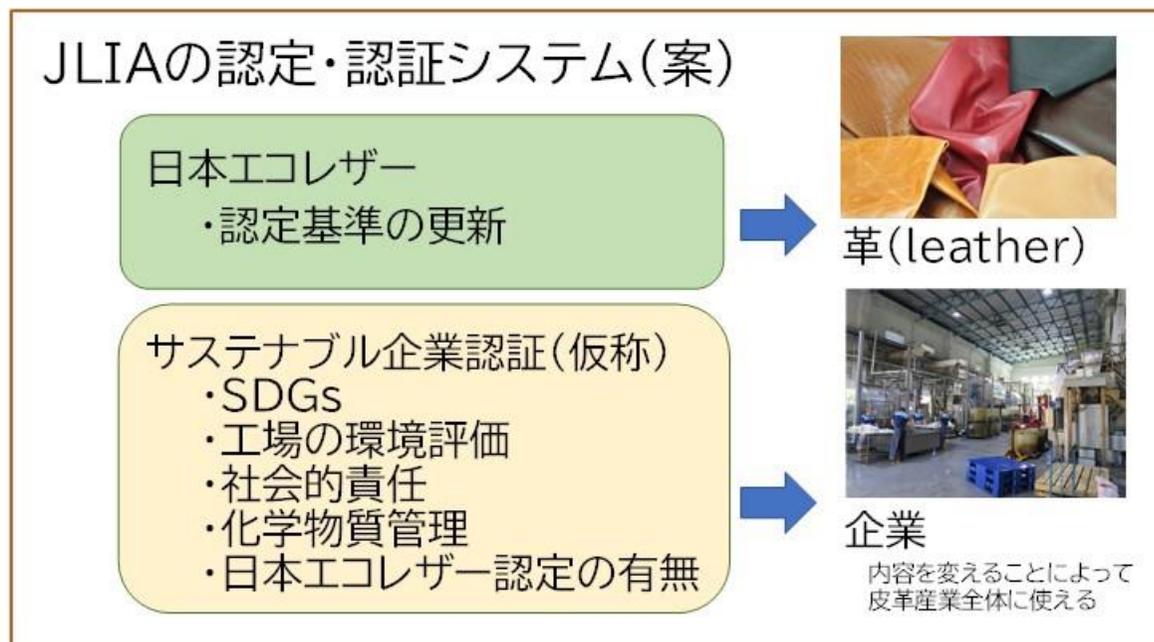
ゼオライト鞣し革を使用した製品例(ジャケット)

写真提供：株式会社NOA

# 参考事例： 皮革、皮革関連事業者の国内認証（一社）日本皮革産業連合会

## 新基準の「日本エコレザー」や日本版「サステナブル企業認証（仮称）」

- （一社）日本皮革産業連合会では、SDGsや皮革を取り巻くサステナビリティに関する海外動向、海外における皮革・皮革製品・皮革関連事業者の認証制度の動向を念頭に置き、国内皮革業界の実態を踏まえて、「日本エコレザー」の基準の見直しや、皮革関連事業者（タンナー、製品メーカー）向けの日本版の「サステナブル企業認証（仮称）」の検討を進めている。2022年中には固めて実施していく意向である。
- 皮革の認定制度である「日本エコレザー」の新基準では、これまで検出されることがない水銀とPCPを分析項目から外し、ランク付けを設けることで分析項目を追加、また検査コストの負担軽減に留意して「不使用宣言」項目の設定が検討されている。
- LWG認証制度と同様の企業認証制度を想定する「サステナブル企業認証（仮称）」では、SDGs、工場の環境評価、社会的責任、化学物質管理、日本エコレザーの認定の有無を構成要素とし、書類審査と訪問監査により認定することが検討されている。環境だけではなく、人権、労働慣行など、社会的側面も盛り込むことが検討されており、昨今、国内外でサプライチェーンを通じ対応が要請されている項目をカバーしていくことが意識されている。
- LWG認証がブランドの意向が強く、また中小事業者が多い国内皮革メーカーでは対応が難しいことを念頭に置いて、実行可能な水準での制度設計・基準設定が意識されており、国内皮革関連業界のサステナビリティ対応の底上げを後押しすることが期待される。一方で、LWGなど国際認証よりは緩やかな水準になることが想定され、高い水準でのサステナビリティ対応を目指す事業者は、ステップアップの第一歩として活用することが考えられる。



（一社）日本皮革産業連合会（JIJA）で検討している認定・認証システム（案）の考え方

資料提供：（一社）日本皮革産業連合会

# 参考事例： 皮革、皮革関連事業者の国内認証（一社）日本皮革産業連合会 新基準の「日本エコレザー」や日本版「サステナブル企業認証（仮称）」

## （一社）日本皮革産業連合会が検討している「サステナブル企業認証（仮称）」の評価要素案

資料提供：（一社）日本皮革産業連合会

### 1. 各社のSDGsへの取組

- SDGsの17の項目から目標を選ぶ
- 3年計画で取組内容の計画策定
- 1年ごとに経過報告

### 2. 工場の環境評価

- 工場概略
- 生産枚数
- 使用原皮
- 生産工程概略
- 電気使用量
- 水使用量
- 排水処理
- 廃棄物処理
- 廃棄物有効利用

### 3. 社会的責任

- ① 経営理念などの明示・法令遵守
- ② 強制労働・非人道的な扱い・児童労働・あらゆる差別の禁止など
- ③ 労働条件、安全衛生関連法規の遵守、機械装置の安全対策、従業員の健康管理など
- ④ 資源エネルギーの有効活用、消費水量の削減、排水対策など
- ⑤ 公正な競争、汚職防止など
- ⑥ 製品・サービスの品質、安全性の確保、情報提供など
- ⑦ 地域社会への貢献、他産業との連携など

### 4. 化学物質管理

- クロロフェノール類（PCP等）、発がん性染料、水銀、有機スズ化合物、フマル酸ジメチル等不使用宣言
- 製造時使用制限化学物質（ZDHCリスト）不使用宣言

### 5. 日本エコレザー認定の有無

- 主要製品が日本エコレザー基準をクリア

---

## Ⅱー2. その他、皮革産業の持続的発展に資する参考事例

※Ⅱー1. で示したサステナビリティ対応のほか、ここでは環境配慮や異業種連携を通じたブランド戦略・海外展開、デジタル化に対応した展示会・商談、地域で連携した皮革産業振興・担い手育成といった皮革産業の持続的発展に資する参考事例を紹介する。クイーポの「genten」の事例は、環境配慮をブランド化した先行事例であり、サステナビリティ対応の観点からも参考になる。

# 参考事例：株式会社クイーポ

## 環境に配慮したブランド「genten」、日本を意識したブランド「創悦」を展開

- 株式会社クイーポは、まだ環境省も立ち上がっていない1999年に(当時は環境庁)、CSV(Creating Shared Value: 共有価値の創造)の観点からのオリジナルブランド「genten」を立ち上げている。
- 当時のファッション業界ではナイロンが主流であり、売り場の7-8割がナイロンで残りはクロムレザーであり、タンニンレザーはほとんど無いという状況であった。当時は環境に対する認識は低く、満足のいく革や金具の調達、糸の開発など多くの困難があり、ブランド立ち上げについては10年程度を要している。
- gentenでは、環境負荷の少ない植物タンニン鞣し革、綿や麻、絹などの天然素材、プラスチックやナイロンなどの石油製品の使用削減に取り組んでいる。また、製品だけで無く例えば納品の際の紙の箱を撤廃するなど物流面でも配慮をしている。さらには、早い段階で顧客管理にも取り組んでおり、顧客がいつどこで購入した商品化がわかればどこで生産したかがわかり、それによりメーカーの技術向上に繋がる。
- 当ブランドにおいて用いる革はイタリアでの植物性タンニン鞣し革を採用しているが、「創悦」ブランドにおいては日本製の革を利用している。
- 欧州に日本産の革だけを持っていても売れるものになるのは難しく、ジャパンコンテンツを付加していく必要がある。「創悦」は、日本の革に日本のコンテンツを載せて制作している。最初は尾形光琳で試してみたが海外では難しく理解されず、葛飾北斎で作成すると反応はかなりいいものとなった。



環境に配慮したブランド「genten」

出典：クイーポweb site(<https://genten-life.kuipo.co.jp/>)



ジャパブランド「創悦」

出典：クイーポweb site(<https://www.souetsu.com/transcript>)

# 参考事例： KYOTO Leather Project （KYOTO Leather 株式会社）

## 伝統工芸と連携してあらたなブランドを構築

- KYOTO Leather Projectは京都発の純国産レザーブランドであるが、皮革業界発ではなく、染め物を活用する先として革の利用にたどり着いたものである。当初は皮革業界との接点も無く、自ら革を購入して京友禅や西陣織等の伝統工芸を手がける職人と協力しつつ、染色にチャレンジしたがなかなかうまくいかず、京都府の産業技術研究所の協力当を得ながら技術を開発した。日常生活の中で革は通常使われているのに京都の伝統的なものづくりのなかに革という選択肢がない、というのが取組のきっかけであった。
- 当初は革を問屋から購入して染めるところからはじめたが、ある程度進んだ段階で、経済産業省の皮革産業ブランド化推進会議に参加する機会があり、そこで姫路のタンナーと知り合った。その後は、タンナーに対して、鞣しや、素材の調整等様々な注文を出しつつ現在でも改良を続けている。技術開発には経済産業省のものづくり補助金を活用しており、立ち上げ時には大きなサポートとなった。
- 当社の大きな特徴は、ブランド構築に対する高い意識付けである。そのために商品を改良しつつ、同時に購入者の革やKYOTO Leatherに対するマインドを育てていく必要があり、そのために、商品を売るのではなく、まずは素材を売るところからはじめた。それにより、価値観を共有できる人を巻き込んでいった。
- KYOTO Leatherの場合はインクジェットなどを利用するのでは無く、染色をしているが、それがそのまま顧客に対して価値を持つかどうかは別問題である。いいものを生産すればそれがそのまま価値に繋がるという考え方で無く、そのための消費者のマインドを構築していくという作業をしてきた。

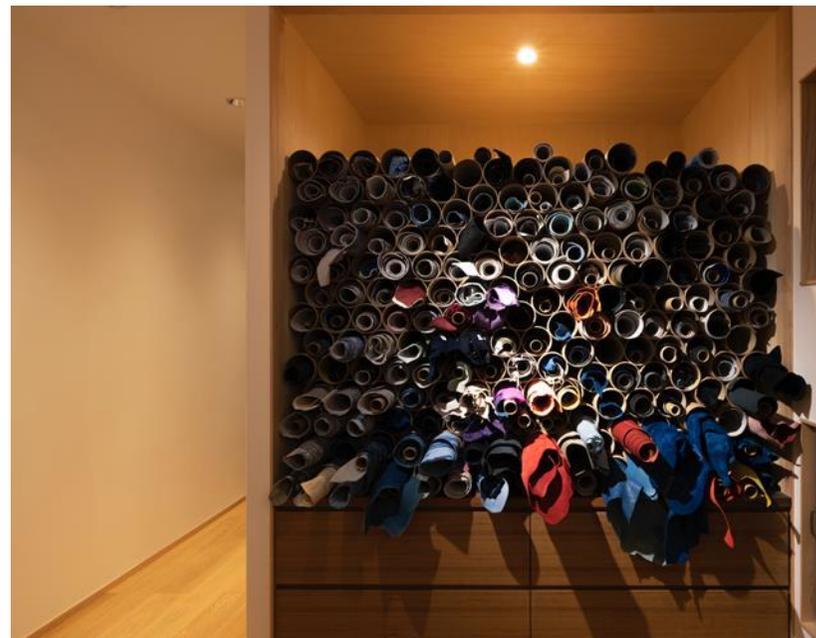
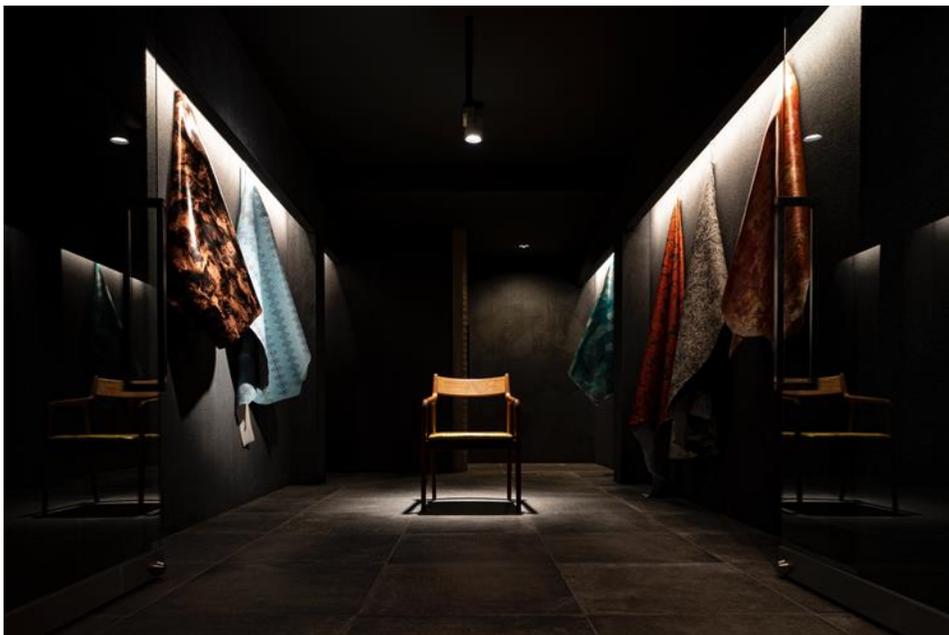


写真提供：KYOTO Leather(株)

# 参考事例： KYOTO Leather Project （KYOTO Leather 株式会社）

## 伝統工芸と連携してあらたなブランドを構築

- ブランド構築の当初から財布などの商品を開発して販売する、という方法でビジネスを進めると、売れるための価格設定をする必要があり、ブランドとして大きく育てることができない。そこで、直ちに製品化して安易に売上を追い求めるのではなく、ブランドを構築することに注力してきた。実際のビジネス先としては、これまでは企業のノベルティや一点ものの注文等（例えばホテルの内装等）であり、売上の拡大よりも、価値観の伝達に力を入れてきた。
- そのためにPRに力を入れており、雑誌やテレビ出演等積極的に行っている。地上波などで放映されると問い合わせなどがある。こういう活動の成果もあり、狙っている顧客（KYOTO Leatherの価値に共感し一定程度の金額を支払う消費者）からのアクセスが増えてきている。
- トップブランドとしての構築はかなり進んでおり、今後はボリュームゾーンをターゲットとした新たなブランド構築も行っていきたい。
- 直近では、KYOTO Leatherブランドでのファッションショーの開催を考えており、様々な職人が集まる場として開催し、一般の人に対する認知も高めていきたいと考えている。



写真提供：KYOTO Leather(株)

# 参考事例：ハシモト産業株式会社

## 「バーチャル展示会」における商品展示及び商談

- ハシモト産業では新型コロナウイルスの影響で海外での展示会等へ参加できなくなったなかで発信の手段を持つ必要があると考え、商談等ができるバーチャル空間の構築に乗り出した。当初はハシモト産業単独で行ったが、その後、取引先のタンナー（新喜皮革、木本皮革、栃木レザー）にも声がけして協力しつつ実施している。
- 動画撮影はプロに依頼しており、機材にもこだわりを持って実施した。革のようなものを撮影してアピールするためにはそれなりに資金を投入して作成する必要がある。
- 本取組の広告先は国内の雑誌等が中心であることから、公開から3ヶ月程度でのユーザーアクセスはほとんどが日本国内からのものとなっており、海外からのアクセスはまだ少ない。今後の実施にあたっては、海外への周知を高めて狙いである海外からの顧客を呼び込めるように工夫をしていきたい。例えば中国からのアクセスを増やしていくためにウェイボー等、当該地域で利用されているサービスを活用した発信などについても検討をしていく必要がある。
- 今回の実施期間においていくつかのオファーはあったが、商談までには至っていない。ただし、この取組で直ちに実売まに繋がることは求めている。
- このバーチャル展示会にアクセスしてくる顧客は展示会で出会う顧客とは全く異なっている。国内の雑誌を見た業界人以外の人やWWDの業界人でもこれまでの客層とは異なる層がアクセスしてきている。
- 新型コロナウイルスが収まったとしてもこの取組は継続し、今後メタバース上での出店までを目標にしていく。ただし、バーチャルの中でリアルのものを販売することには限界がある。特に革などは手触りや香りなども重要な要素であり、実物が無いと難しい。例えば次の日に革を届けたり、地域のクラフト教室で革を手にとれるようにしてもらうなど工夫をしていく必要がある。
- バーチャルであればあるほどリアルをどう感じてもらうかがポイントになる。
- メタバースについてはまだプラットフォームが確定しているわけではない。現在はそれが出そう頃を視野に入れつつ試行錯誤をしている段階であると言える。
- 皮革の技術は世界的に見れば日本は後進国であり、日本の文化と絡めてどう打ち出していくかを検討する必要がある。
- このツールはハシモト産業のサービス、スタッフ、社風が全て表現できて、受け入れてもらえるユーザーを広げてくれるものであり、大きな可能性を感じている。



出典：バーチャル展示会

web site(<https://hashimotoexhibition.com/eng/>)

# 参考事例：ユニタスファーイースト株式会社

## 「ペレテリア」による産業振興や担い手育成等

- ユニタスファーイーストは地域の革産業の振興や人材育成、地域への情報発信の場として「ペレテリア」を開設している。ペレテリアには、革製品の製造を学べるワークショップスペースやスタートアップ、レンタルスタジオ（貸工房）等が設置され、一般の人も手軽に革に触れられるようになっている。
- 革に触れたい一般の人のために常時2名の講師を置いており、来たいときに来れば体験をしたり、併設されたCafeスペースで飲食できる。現在は、この利用者を増やすために広告宣伝等を行っているところ。
- 法人会員として20数社のタンナーが加盟しており、それらが定期的に発表できる場を提供している。半年に1度は新作の革を発表することとしており、2021年12月に第1回のファッションショーを開催した。ファッションショーは、会員であるタンナーの顧客が制作した作品の発表と神戸ファッションスクールや姫路工業のファッション科の学生が制作した作品の発表という2部構成で実施。2022年も6月、12月にファッションショーを開催する予定であり、4月にはファッションのトレンドセミナーを実施する予定である。
- ペレテリアはタンナーが自らを宣伝して顧客を見つける場であると考えている。タンナーは、それぞれが新しい革を創作していく必要があり、ペレテリアはそれを表に出す場として活用してもらいたいとのことである。ペレテリアには会員となっている20数社のタンナーの製品を展示しており、メーカーはペレテリアに来ればそれらを全て確認することができる。
- 姫路で生産した革で製品まで作成したいとのことであり、革職人を目指す若い人を受け入れて地場に根付いた職人を育成する取組もはじめている。これまでも若者を採用して姫路レザーを利用した作品等を創作してもらうなどの取組を行っている。
- ペレテリアはタンナーのための施設であり、全てのタンナーに対して門を開いているが、タンナー以外も会員になっている。当施設をハブとしてタンナーやメーカー、バイヤーが集まり新たな製品を創作していく場とすることを目指している。



---

## Ⅲ. 今後の皮革関連産業振興に向けた検討・整理

Ⅲ-1. アジア各国の皮革関連産業の概況と販路開拓のポイント（中国、タイ、ベトナム、インドネシア）

Ⅲ-2. 皮革産業におけるサステナビリティ対応～対応の方向性と実践例～

※本章は、皮革関連事業者向けに、Ⅰ及びⅡの調査結果のポイントと、今後、国内皮革関連事業者が取り組む際に留意する点や成功へのポイントなどを分かりやすく整理したものである。

※Ⅲ-1の詳細についてはⅠを、Ⅲ-2の詳細についてはⅡ-1も参照。

---

## Ⅲ－1. アジア各国の皮革関連産業の概況と販路開拓のポイント (中国、タイ、ベトナム、インドネシア)

# 調査対象国の皮革産業概況

調査対象国の皮革産業の概況は以下のとおりである。



中国

- 年間売上高2000万元(約3億7000万円)以上の皮革関連産業企業数のうち製靴企業が5割超。
- 中級・高級皮革製品を製造する中小メーカーも存在するが、全体規模に占める割合は小さい。
- EUとASEANが皮革・皮革製品の主要な輸入元。EUからは中級・高級の靴やバッグ等を輸入。



タイ

- 自由貿易協定(FTA)による安価な海外産(特に中国)革製品の流入や欧米先進国の一般特惠関税制度(GSP)対象国からの除外により、タイの皮革製品は輸出・国内消費ともに減少。
- タイの皮革製品メーカーのほとんどが海外顧客のOEMで大量生産をして輸出。



インドネシア

- ジャワ島内の複数の都市に皮革産業が集積しており、中小企業が大半を占める。
- なめし革の製造が盛んだが、中国、台湾、ブラジル、インド、イタリア、韓国等からの輸入も多い。
- 伝統的に牛肉の消費量が少なく、国内の牛の原皮供給量も少ないことから、牛革はほぼ輸入。



ベトナム

- 皮革の輸入元は中国(30%)、イタリア(15%)、タイ(11%)。
- 皮革・皮革製品企業数は2019年時点で2,608社。従業員が50人未満の企業が全体の66%と中小・零細企業が多い。約10%がベトナムに進出した外資企業でOEMで輸出の約80%を占める。

# 調査対象国の皮革製品消費特性

- 皮革製品購入者層は一定収入がある層。
- 牛革を中心に、羊革やヤギ革などが主流。
- 近年はECサイトで皮革製品を購入する消費者が増加傾向。



中国

- 牛革が最も人気で牛革製品が全体の50%~70%。羊革は女性服と革靴用途。
- 皮革製品購入層は20代~50代の一定の収入がある層。若者はファッション性や色などを重視。
- 購入場所は百貨店等が中心だが、ECサイトで購入する人も増加。



タイ

- 革製品全般の国内消費動向としては、地場ブランドよりも海外ブランドの方がよく売れる。
- 外国製の皮革製品の方がタイブランドのものよりも価格が高いが、品質も良いイメージ。
- 若者や勤労世代はブランド志向が強く、高齢者はデザインや品質重視。



インドネシア

- 主流の皮革のタイプは、牛革、羊、ヤギなど。靴はほとんどが牛革(一部、水牛もあり)。
- 靴に関して、インドネシアの革靴価格は50万ルピア(約6千円)以上であり、その価格で購入できる消費者は中流層より上の層(アッパーミドルクラスから富裕層)。



ベトナム

- 人気の皮革は牛革、ヤギ、羊。選択基準は、品質、色、ブランド、価格、革のタイプ(革の柔らかさ)、革の原産国。
- 購入場所は、ハイブランドは専門店や百貨店、ハイブランドの中古品はFacebook、アッパーミドル製品はフランチャイズ店、その他はECサイト(特に若者)。

# 外国製皮革・皮革製品の印象・利用状況

- イタリアやフランスなど欧州の皮革が人気。
- 国際見本市や展示会も海外皮革の取引の場として重要。
- 品質管理面で海外タンナーとの取引で苦勞することもある。



中国

- イタリアやフランスなど欧州の皮革・皮革製品が人気。ファッション性やデザインなどを評価。
- イタリアとブラジルから輸入する皮革は輸入皮革全体の約5割を占める。日本からは1%程度。
- 商社や海外タンナーから直接皮革を輸入している。中国国際皮革展は、重要な商談の場。



タイ

- イタリアやフランスなど欧州の皮革が好まれる。
- 欧州の小規模タンナーは、小ロットでも革を買える点が便利。
- 海外タンナーと取引すると、サンプルより品質に劣る皮革が届くことも。



インドネシア

- イタリア、フランスの皮革の品質に対する評価は高い(一方で、イタリア系企業との契約は、契約から検収まで手続きが難しい、との指摘も)。
- アジアの皮革では、韓国の皮革の評価が高い。韓国メーカーからの皮革製品製造の場合、調達元も韓国産となるのがほとんど。



ベトナム

- 品質ではイタリア、フランス製が良い印象。中国、台湾の皮革はやや劣っていると評価。
- 皮革の調達にはタンナーから直接購入または、商社など輸入業者から購入。
- 国際見本市、デザイナー等業界ネットワークを通じた紹介により調達先を選定。

# 日本製皮革・皮革製品の印象

- 日本製皮革の知名度・存在感は大きくない。
- 日本製皮革の品質に対する評価は高い(一般論として皮革に限らず日本製の品質を高く評価)。
- 価格が高く、欧州の皮革と同じ値段であれば欧州製皮革が優位。



中国

- 日本から輸入される皮革の量が少なく、中国大手メーカーに対する優位性がない。
- 日本製皮革は品質はいいが価格が高い(硬いという評価もあり)。
- 質感は繊細でスタイルが洗練されている。いい仕事をしているが価格が高い。



タイ

- (皮革に限らず)一般論としてタイ人は日本製品になじみがあり、品質が高いと認識。
- 品質は良いが価格が高い(欧州の皮革と同水準)。価格が一緒であれば欧州産を選択する。



インドネシア

- 日本製の皮革や皮革製品については良くわからない、という意見が主流。
- 実際に日本のタンナーと取引している企業の経営者は、品質の良さを理解。
- 見本市で見たことはある。質は良いが価格が高すぎる。
- 革靴など皮革製品の品質はいいが、色やデザインのバリエーションが乏しい印象。



ベトナム

- 日本製皮革の認知度は低い。取り扱った業者はインドや韓国の皮革よりも質が高いと評価。
- 国際見本市で見たことはあるが、日本製皮革は価格が高い。
- 日本の皮革を紹介してくれるのであれば歓迎する。

## 現地メーカーとの取引におけるポテンシャル・留意点

- 日本製・日本企業への信頼度が高い。
- LWG認証までは求められないが、環境配慮等はあれば望ましい。
- 認知度を高める努力や英語での取引ができる体制が求められる。



中国

- 日本製の特殊な革を利用したハイエンドの手袋や革靴向けニーズがあり得る。



タイ

- (日本以外のタンナーからは) サンプルよりも品質が劣る革が届くことも。品質保証をしてほしい。
- 日本は信用できるが、取引をするなら英語でコミュニケーションしたい。
- LWG認証は必須ではないが、トレーサビリティや環境配慮は重要。



インドネシア

- 品質は高いイメージがあるので、日本企業が出展する見本市を見たい。
- LWG認証は必須ではないが、取得が推奨されている。
- ムスリムが大半を占めるため、豚革・豚成分を含む原材料は禁忌。



ベトナム

- 消費者は皮革の原産国や価格よりも品質を重視。アッパーミドル層製品にニーズがあり得る。
- 日本製皮革の認知度は高くはない。日本の革が認知される努力が必要。
- ベトナム国内向け販売用品のための調達の場合は特に必要な認証はない。

# 国内皮革関連事業者が取り組む際の留意点や成功へのポイント

- 調査対象国4か国における我が国皮革の評価及び、現地皮革製品メーカーとの取引で重要となる留意点や好材料を以下のとおり整理した。
- 一般論としてアジアでは日本製の品質や品質管理等に対する信頼性が高く、取引相手として信頼を得られやすい好条件が存在するといえる。現状として調査対象国における日本製皮革のプレゼンスは小さく、価格が高いとの評価もあるが、総じて日本製が歓迎されやすい市場環境はあるといえ、こうした信用を活かしながら(また、その信用を裏切らないように)、現地皮革製品メーカーとのビジネスを進めていく視点が重要である。

## 現状

- 調査対象4か国のいずれにおいても日本製皮革の知名度は低い。
- 日本製の皮革の品質に対する評価は高い。
- 一方で、価格も高く、価格が高ければフランスやイタリアといった欧州製皮革を選択するとの評価も。

## 好条件

- 一般論として中国や東南アジアでは日本製の品質や品質管理、取引相手としての信頼性が高い。
- 地場の皮革製品メーカーは中小規模であり、小ロットの取引を望むメーカーも存在。我が国でも中小規模のタンナーは多く、小ロットで取引ができることは、我が国タンナーとの親和性が高い。
- 環境やサステナビリティへの配慮は重要だが、LWG認証までは求められないことが多く、LWG認証が未取得でも取引の障害にならない。

日本製への高い評価や信頼性という「資産」を活用して、いかに知名度や価格面における課題を克服するか

---

## Ⅲー2. 皮革産業におけるサステナビリティ対応 ～対応の方向性と実践例～

# 経済産業省委託調査

---

- 令和元年度皮革産業振興対策調査等  
(海外主要国における皮革関連産業のサステナビリティ活動等の動向・対応調査)
  - 海外動向調査 (伊・仏など)
  - 国内対応状況
  
- 令和3年度皮革産業振興対策調査等  
(我が国皮革関連産業の持続的発展及び競争力強化に向けた調査)
  - 国内対応状況のフォローアップ
  - 実践事例

# 海外動向

---

- 欧米を中心に、事業活動に対するNGOの監視や消費者のサステナビリティへの関心の高まり
- 皮革製造、皮革製品製造においてもサステナビリティへの配慮が求められるようになっている
  - 化学物質、エネルギー、水、大気汚染、廃棄物、排水などの環境側面での対策
  - アニマルウェルフェア、従業員の労働環境や安全、地域住民との関係などの社会側面での対策
  - サステナビリティに関するマネジメントシステムとトレーサビリティの確立、など

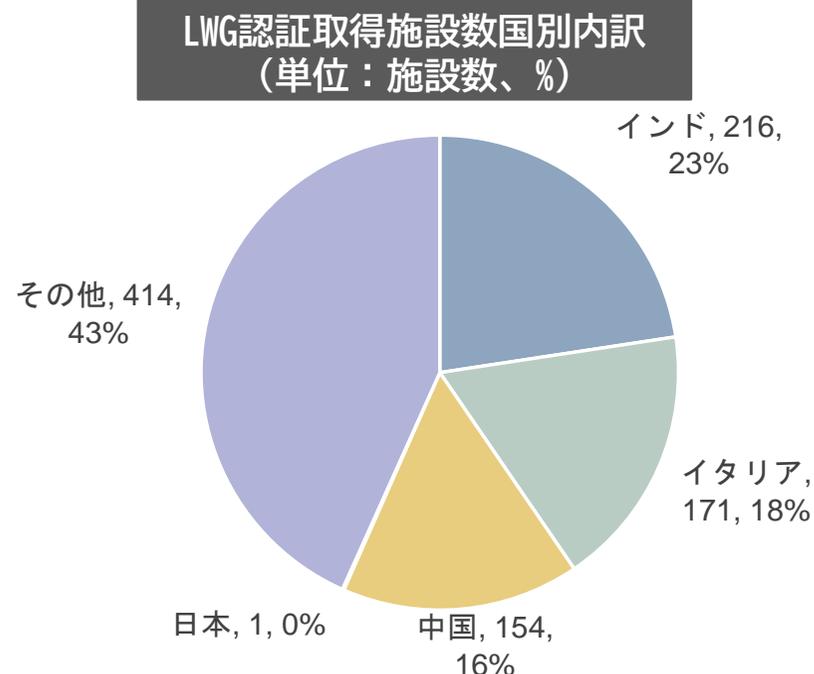
# 皮革分野の国際認証（LWG認証）

---

- LWG（Leather Working Group）
- 2005年、タンナー、皮革製品製造業者、ブランド、販売業者、NGOなど、皮革産業に関連する様々なステークホルダーの関与により設立
- 皮革製造業者の環境パフォーマンスを向上させるためのプロトコルを開発し、持続可能な皮革産業を推進することを目的とする
- 2006年にLWG環境監査プロトコルVer.1を策定、順次改訂しながら企業の監査を行い、基準を満たした企業を認証
- 企業の環境パフォーマンスに応じて、「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」「合格」の格付け

# 海外で急速に広がるLWG認証取得の動き

- LWGは設立されて約17年が経過
- 2022年3月28日時点でLWGメンバー企業は1,731社、LWG認証取得施設数は956施設
- 2020年以降コロナ禍に直面しても、LWG認証取得施設数は増加傾向



(出所) LWG, Newsletter December 2019, <https://www.leatherworkinggroup.com/contentfiles/LWG-853.pdf>; LWG website, <https://www.leatherworkinggroup.com/leather-manufacturers-and-traders/leather-manufacturers/our-rated-members>

## 欧米など海外におけるLWG認証

---

- 欧米では、高級ブランドや大手皮革製品メーカーを中心に、LWG認証を取得している事業者からの皮革調達が増大
- 2019年現地調査でも、イタリアやフランスの皮革メーカー、皮革製品メーカーとともに、広くサステナビリティ対策に取り組み、国際認証取得や、認証取得メーカーからの皮革調達も増大
- 欧米だけではなく、中国、インド、ブラジルをはじめアジア・中南米諸国でも認証取得事業者が増大
- イタリアでは、2019年当時はLWG認証取得はまだ低調であったが（イタリア独自のICEC認証等も活用）、近年、業界団体がLWG認証取得を後押しし増加

# LWG認証の位置づけについての国内外の認識

---

- 「海外・グローバルマーケットで扱われる皮革を製造するなら、サステナビリティへの配慮や、LWG認証取得は不可欠」というのが、海外（伊・仏など）の皮革関連産業界や、国内の皮革製品メーカー、商社・卸事業者など的一致した認識
  - サステナビリティに対する意識が高まっている富裕層に製品を供給する高級ブランド
  - グローバルなサプライチェーンを持ちニーズが多様化する幅広い消費者に製品を供給する大手皮革製品メーカー
  - 海外輸出を展開する場合

# 最近のLWGの動向

## 新監査基準 導入 (2021年2月)

- 社会的コンプライアンス要素を初めて認証に導入（ただし非必須監査項目）。
- 製造業の従業員一人ひとりが安全で安心して働ける職場づくりを支援するため。
- 次バージョンの監査基準（P8）では、メンバーを支援するために施設のカーボン・フットプリント計算表を導入する予定。

## トレーサビリティ・ ワーキンググループ の設立 (2020年)

- トレーサビリティは監査項目の一つではあるが、格付けには影響しない（非必須監査項目）。
- 持続可能な製品への社会的な要求が高まる中、これまで以上にエビデンスに基づく環境の資格証明が必要になるという観点から、トレーサビリティ要件の向上のため2020年にLWGトレーサビリティ・ワーキンググループ(TrWG)を立ち上げ。
- 森林減少の削減は特に重点項目。LWGは2030年までに森林破壊ゼロ皮革の実現を目指している。そのため、NWF (National Wildlife Federation) とWWF (World Wildlife Fund) からの助言を受けて、トレーサビリティに関する要件の見直しを進めている。

## アニマル ウェルフェア 対応強化

- サプライチェーンのデュー・ディリジェンス実施のため、アニマルウェルフェア・ワーキンググループが26カ国について国別プロファイルを作成。
- 皮革産業におけるアニマルウェルフェア向上のためのガイド作成（2020年）。ガイドは英国の動物愛護団体のRSPCAと米国にて持続可能性に関する認証サービスを展開するProgressive Beef社の協力を得て作成。

## LCA調査の 実施 (2021年11月)

- LWG認証施設で製造された皮革の環境への影響を調査するため皮革業界向けのライフサイクルアセスメント（LCA）を開始することを公表。世界中の皮革メーカーのうち最低40社以上からデータを収集し分析。
- 使用するデータは、原材料、エネルギー使用量、化学物質、水消費量、廃水、廃棄、廃棄物管理。

(出所)LWG, Annual Report 2020/2021, <https://www.yumpu.com/en/document/read/65895292/lwg-annual-report-2020-21>に基づき作成。

## LWG認証の特徴①

---

- LWG認証では、ISO14001のような環境マネジメントシステムだけではなく、実質的な環境パフォーマンスが要求される
- そのため、対応に設備投資なども必要になる
- 中には車両と人の通行帯区分など一定規模以上の工場でなければ対応困難な内容も含まれる



- 中小事業者が多く、分業化されている国内皮革メーカーにとって基本的には認証取得のハードルが比較的高い

## LWG認証の特徴②

---

- LWG認証は原皮から仕上げ革の全工程を行う事業者のほか、一部工程を行う事業者も認証を受けられる
- 皮革製造に複数事業者が関与する場合、原皮から仕上げ革に至る全ての過程をLWG認証取得事業者が担っていれば仕上げ革はLWG認証事業者の皮革と表明できる



- 一部工程を行う事業者として取得し、前工程までを他のLWG認証取得事業者から調達
- 事業者間連携を通じたLWG認証取得  
などの対応も可能

# 国内での消費者の意識

- 日本の消費者は、環境、サステナビリティ、SDGsなどの認知率や関心は高いが、消費行動につながらない傾向
- 一般に製品メーカーなども、まだ今は日本の消費者向けには、国際認証等による訴求に意味を見出していないところも多い
- しかし人口動態からみても国内マーケットだけでは今後とも縮小していく

参考:「日本・アメリカ・中国のSDGsに関する意識比較調査」

(株)アスマーク調べ(2022.1.実施,各全国300サンプル×3ヶ国)

|                         | 日本                                | アメリカ                             | 中国                                 |
|-------------------------|-----------------------------------|----------------------------------|------------------------------------|
| 認知率                     | <b>高</b><br>9割と広く認知<br>10代が高い     | <b>低</b><br>半数未満にとどまる。<br>20代が高い | <b>高</b><br>9割と広く認知<br>30代が高い      |
| 認知者のうち<br>情報収集をしている人    | <b>少</b><br>意識的に情報収集を<br>している人は3割 | <b>多</b><br>半数が実施<br>媒体はSNS中心    | <b>多</b><br>半数が実施<br>媒体はネット記事中心    |
| 関連企業・商品<br>への印象         | 特になにも印象を感じ<br>ない人が多い              | 「応援したい」等の<br>ポジティブな印象            | ポジティブな印象に加え、<br>購買意欲にもつながる<br>人が多い |
| 「エシカル消費」<br>認知          | <b>低</b><br>「知らない」が半数             | <b>やや高</b><br>6割程度の認知            | <b>高</b><br>9割と広く認知                |
| エシカル消費<br>関連商品<br>の購入意向 | <b>低</b><br>特に20～30代の<br>意向が低い    | <b>やや高</b><br>3か国の中では<br>平均並み    | <b>高</b><br>3か国で突出。<br>特に30代が高い    |

出典:(株)アスマーク「日本・アメリカ・中国のSDGsに関する意識比較調査」(2022.2.18.)

# 国内でも要請されつつあるサステナビリティ対応

---

- 最近、日本でもアパレル・ファッション業界の環境負荷の大きさやサプライチェーンでの人権問題がクローズアップ
- 「大量生産・大量消費」の象徴のように注視されるようになり、急速にサプライチェーンを通じた対応が要請され、サステナビリティがトレンドワードに
- 国内の皮革製品メーカーの中にも、皮革調達基準にLWG認証皮革の調達目標を掲げるところや、今後国内取引でもサプライチェーンマネジメントの観点から徐々にサステナビリティへの配慮を求めたい考えを示すところも現れている

# 国内皮革産業のサステナビリティ対応の方向性

---

- これからは、サステナビリティについて、まったく考えないわけにはいかなくなってきており、今から対応し始める必要
- 採り得る選択肢はいくつかあり、自社の現状と今後の展望に合わせて、取り組んでいくことが望ましい

①LWG認証取得にチャレンジする

②自社事業の範囲（一部工程）でLWG認証取得にチャレンジする

③独自のサステナビリティの考え方・基準、連携体制づくりを通じ優位性を高める

④独自性の高いサステナブルな皮革素材を開発する

⑤新基準の「日本エコレザー」や新たな「サステナブル企業認証（仮称）」を活用する

⑥その他（環境マネジメントシステム認証取得、取りやすい認証取得から着手しステップアップ、など）

# 国内皮革産業のサステナビリティ対応の方向性と実践例

## ①LWG認証取得にチャレンジする

### ● 実践例（認証取得成功例）：（有）繁栄皮革工業所

- 設備投資、薬剤転換等を含め約2年間の準備を経て、2018年11月、国内タンナーとして初めてLWG認証（合格）を取得。

※詳細は右52頁参照：[https://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2019FY/000373.pdf](https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2019FY/000373.pdf)

- 2021年7月、「シルバーランク」昇格。
- トレーサビリティ確保できる原皮調達、カーフ、キップの使用回避等、アニマルウェルフェアにも対応。
- 同社では、タンナーからのLWG認証取得の相談にも応じている。



LWGで求められる安全管理への対応  
工場内は作業車両と人の通行帯をラインで明確に区分【写真：（有）繁栄皮革工業所】

## ②自社事業の範囲（一部工程）でLWG認証取得にチャレンジする

### ● 実践例：川村通商（株）

- 中小事業者を含めタンナー規模に合わせたLWG認証取得のコンサルティングを提供。

# 国内皮革産業のサステナビリティ対応の方向性と実践例

## ③独自のサステナビリティの考え方・基準、連携体制づくりを通じ優位性を高める

### ● 実践例：山口産業（株）

- クロムフリーの植物タンニン鞣しを核に、「工場排水のクロムがゼロ」「仕事のストレスがゼロ」「動物のストレスがゼロ」「不公平・不公正な取引がゼロ」の4つのゼロを約束する「やさしい革」を提唱。
- 「やさしい革」を広げる母体を社団法人化し、自治体、各地域の事業者、学校、NPO、諸団体などと連携して、「やさしい革」に関わる様々なプロジェクトを展開。
- 駆除害獣を依頼により鞣して皮革製品に活用できるようにする「MATAGIプロジェクト」や、海外への「やさしい革」の鞣し技術移転にも取り組む。



**Challenges for Zero**  
やさしい革 ゼロへの挑戦



工場排水のクロム  
がゼロ

環境負荷を抑えるために  
人と自然にやさしい  
「ラセッター」なめし製法を  
実践すること。



仕事のストレス  
がゼロ

働く人が安全で  
安心して働ける  
健康的な職場環境で  
生産されていること。



動物のストレス  
がゼロ

“動物としての幸せ”に  
配慮した飼育環境で  
育った原料皮を  
使用すること。



不公平・不公正な取引  
がゼロ

健全な企業運営と  
皮革産業の発展に  
意欲的に取り組む企業の  
革製品を消費者に届けること。

ウェブサイトで考え方を分かりやすく発信

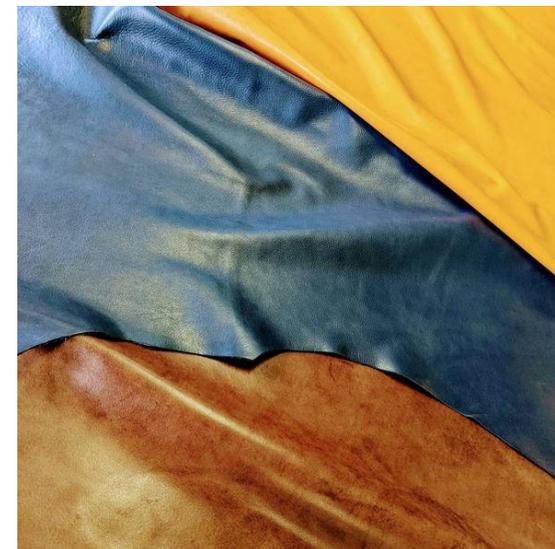
【出典：（一社）やさしい革、山口産業（株）ウェブサイト】

# 国内皮革産業のサステナビリティ対応の方向性と実践例

## ④ 独自性の高いサステナブルな皮革素材を開発する

### ● 実践例：嶋田悟製革所

- 新素材「ゼオライト鞣し」を開発。論文サーベイから物性や生分解性の分析など研究開発を実施。
- 2021年ひょうごニューレザーコンテストで「たつの市長賞」を受賞。
- 重金属フリーで排水負荷が低く、森林資源と競合せず、優れた生分解性があるのが特徴で、かつクロム鞣しに近い物性。
- 今後は生分解性の仕上げも開発する意向。
- 同社では駆除害獣（エゾシカ）の鞣しにも取り組む。



ゼオライト鞣し

【出典：嶋田悟製革所  
Facebookページ】

# 国内皮革産業のサステナビリティ対応の方向性と実践例

## ⑤新基準の「日本エコレザー」や新たな「サステナブル企業認証（仮称）」を活用する

### ● 実践例：（一社）日本皮革産業連合会

- 海外動向や国内皮革業界の実態を踏まえた「日本エコレザー」の基準の見直しや、皮革関連事業者（タンナー、製品メーカー）向けの日本版のサステナブル企業認証を検討。
- 環境だけではなく、人権、労働慣行など、社会的側面も盛り込むことを検討。

## ⑥その他

- 環境マネジメントシステムの認証を活用する方法もある。手順を確立し継続的改善を図るものなので、初めから所定の環境パフォーマンスが要求されるLWG認証に比べると導入しやすい面もある。
- 国際的通用度の高い「ISO14001」規格認証のほか、国内で中小事業者向けに提供されている「エコアクション21」や段階的取り組みを後押しする「エコステージ」なども。取り組みやすい認証取得から着手し、徐々にLWGなど難易度の高い認証にステップアップすることも考えられる。

---

## IV. 調査結果報告及び周知・普及のための対応

# 調査報告会開催概要

---

## (1) 催事名

- 皮革業界向け調査報告会「皮革産業の持続的発展に関するセミナー」  
～最新の国内外動向～①生活製品産業の現状、②アジア地域動向、③最近のサステナビリティ実践

## (2) 開催日時・場所

- 令和4(2022)年3月22日(火)14:00～16:00
- オンライン開催(Zoom)

## (3) 参加対象者

- 皮革関連事業者等

## (4) プログラム

- ①生活製品産業の現状 経済産業省 高橋貴幸 係長 (挨拶・司会を兼ねる)
- ②アジア地域動向(中国、タイ、ベトナム、インドネシア) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株) 秋山卓哉 副主任研究員  
＜質疑応答＞
- ③最近のサステナビリティ実践 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株) 藺 巳晴 主任研究員
  - 1)皮革産業におけるサステナビリティ対応～対応の方向性と実践例～ (一社)日本皮革産業連合会 吉村 圭司 事務局長
  - 2)日本エコレザー新制度、新たな認証制度の検討状況について＜質疑応答＞

## (5) 参加者数

- 26名(皮革関連事業者等20名)

(様式2)

## 二次利用未承諾リスト

報告書の題名：令和3年度皮革産業振興対策調査等

(我が国皮革関連産業の持続的発展及び  
競争力強化に向けた調査) 調査報告書

委託事業名：令和3年度皮革産業振興対策調査等

(我が国皮革関連産業の持続的発展及び  
競争力強化に向けた調査)

受注事業者名：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

| 頁       | 図表番号 | タイトル                                |
|---------|------|-------------------------------------|
| 6-71    | 頁全体  | I. 皮革関連の海外動向調査<br>～アジア各国の皮革関連産業の動向～ |
| 72-90   | 頁全体  | II. 我が国皮革関連産業の持続的発展等に資する動向調査        |
| 91-115  | 頁全体  | III. 今後の皮革関連産業振興に向けた検討・整理           |
| 116-117 | 頁全体  | IV. 調査結果報告及び周知・普及のための対応             |