

世界が進むチカラになる。



**国内皮革産業のあるべき姿と
行動目標・ロードマップ検討のための
課題整理（調査結果概要）**

調査結果概要：サプライチェーンを通じた皮革業界の現状・課題

原皮調達

- 最高品質の原皮は産地近隣で確保され、北米・欧州産の最高品質の原皮確保は困難。
- 用途によるが、和牛等の脂分が多い食肉生産を志向する国内畜産に由来する国産原皮は高品質皮革製造では適さない。

皮革産地 タンナー

- 輸入原皮を求める傾向。国産原皮か輸入原皮かは用途とコストによる使い分け（円安により現在国産原皮にやむなくシフト）
- 販売先は現在も皮革卸依存が顕著。皮革卸は必要と認識されている。
- 皮革卸の機能低下（在庫を積んでもらえない）、値上げに応じてもらえない等の不満。
- 海外展開は全般的には未対応。先行事業者でもこれから徐々にという段階。
- 皮革卸、製品メーカーに売れる製品づくりを期待。
- 一方、製品づくりや、消費者やマーケットに近いところでの素材づくりを希望する声も少なくない。

皮革卸 皮革製品メーカー 流通（卸、小売）

- 輸入皮革（高品質＝素晴らしさ、ブランド）に比べ、国産皮革は安定（品質、納期）しているが中間的。皮革卸からはブランド化された国産皮革がほとんどなく、売りにくいとも。
- 近年の急激な値上がりと原料費高騰ともあいまって国産皮革の価格が高い。それでも価格転嫁が十分できていないことに起因する品質低下の指摘も。
- 国産皮革より、価格、デザイン性、ブランディング視点から輸入皮革を求める傾向が強まっている（特に大手の非皮革製品専門メーカー）。大手はLWG調達から国産皮革離れも示唆。
- 製品メーカーもタンナー直接取引ではなく卸と取引したい傾向。皮革卸は必要と認識されている。
- 大口OEM生産、大口ライセンス生産を背景とする過去の商流復活は見込めない。
- 旧来型の皮革卸はなくなり各社個性を持ち多様化していく。
- 価格形成のためにも、皮革関係事業者の規模の最適化などが必要との指摘。

国内消費者 訪日外国人

- 小物を中心に使用継続意向はあるが「機能上このアイテムは皮革製品」という状況でなく、選択肢の1つ。皮革製品の嗜好品化が進行。多様化・細分化・個別化したニーズへの反応が求められている。
- 今のところ残存する「日本製/Made in Japanは良い・安心」イメージからの漠然とした肯定的評価。
- しかし日本製皮革製品、日本製皮革素材への印象・イメージが薄く、具体的な評価ポイントがない。
- 日本人、欧米人、アジア人とも、デザインが古い、特徴がないとの印象も。
- サステナビリティは購買の「決め手」にはなりづらい（後押しの一材料）。

国内皮革産業を取り巻く環境変化・課題等

～調査結果により把握・再確認された主な課題等～

- 国内皮革業界の現状では下記の個々の課題に個々の事業者の対応では解決が困難
- 新たな商流・強靱なサプライチェーンの再構築等、皮革業界全体での革新が必要

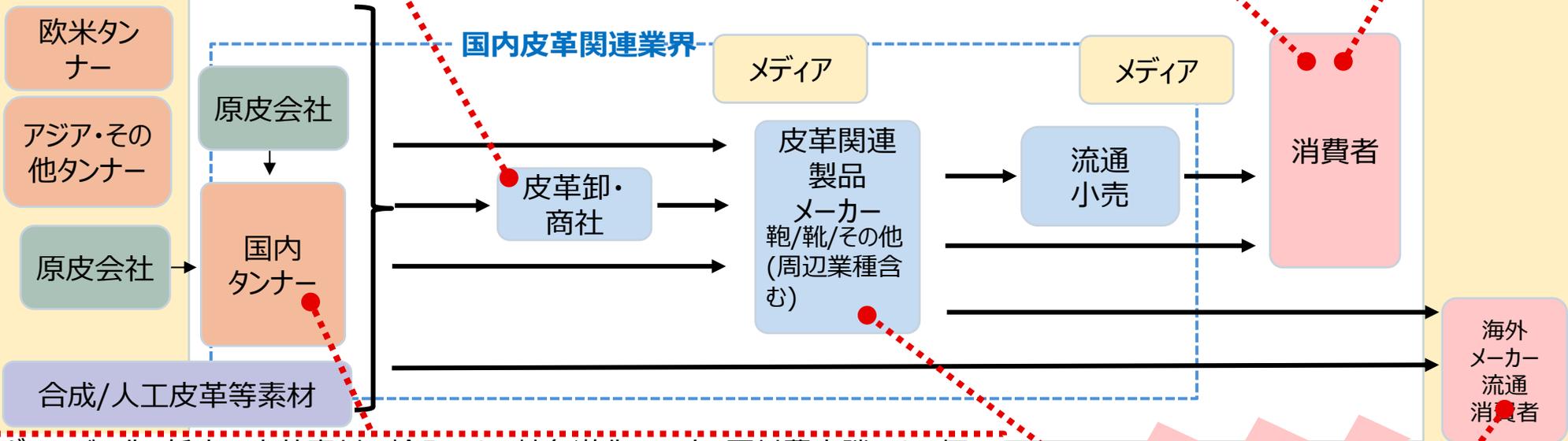
- 旧来型皮革卸の減少・弱体化による従来の商流の脆弱化（従来の在庫機能に裏打ちされた素材商品開発、マーケティング等の機能の低下または廃業に伴う消失）を踏まえた商流のあり方の必要性

- 近年のファストファッションの拡大、国外ECサイトの席卷
- ファッションのカジュアル化、繊維製品の機能性向上、選択肢の多様化、皮革製品の嗜好品化といった消費者の需要変化や消費者志向の多様化・細分化・個別化

- 人口減少による中長期的な市場規模縮小

海外

国内



- グローバル化・低廉な皮革素材の輸入による競争激化、円安・原料費高騰による価格競争力の更なる低迷
- 皮革卸主導商流の弱体化と過去の商流依存による皮革製造業の構造疲弊
- 国内外での競争力の低迷（商品開発、マーケティング、ブランディング、海外展開等）
- 特に欧州の皮革素材への対抗力が構築できていない（ブランド、価格、サステナビリティ）
- 皮革製造・加工の担い手の減少、高齢化
- 上記と中小・零細事業者が多く分業体制構造であることが相まってのサプライチェーンの脆弱性、分業工程の途絶リスクの高まり

- 大口OEM生産、大口ライセンス生産の大幅減少
- グローバルなサステナビリティ配慮要請への強い潮流
- 人材不足

