

# JLIA

JAPAN LEATHER AND LEATHER GOODS INDUSTRIES ASSOCIATION

95  
May.2011

Special Report

ベストレザーニスト&皮革親善大使

## 高橋克典さん、 イベントで革の魅力語る



JLIA X éclat  
黒田知永子さんトークイベント

## 大人の女性を輝かせる エキゾチックレザーの魅力

éclatとのコラボバッグも  
エキゾチックレザー展



### Event & Topics

- ⑨- 法制委員会セミナー  
原産地・品質等の表示適正化に向けて
- ⑩- 中国視察訪問団の報告会を開催
- ⑫- REACHセミナー・JETRO海外支援  
事業説明会
- ⑭- APLF2011に出展
- ⑯- 青年会セミナー  
Japan Leatherのブランディングのあり方を考える
- ⑱- 第30回記念「日本革工芸展」開催



### Information

- ⑲- 3カ国語接客会話集が登場

## イベントで革の魅力を語る

ベストレザーニスト&皮革親善大使に選ばれた高橋克典さん。11月は、日本の皮革製品の良さを広めるイベントに大忙しでした。ここでは、皮革関連のイベントで日本の革製品について大いに語ってくださった高橋克典さんの活動をご紹介します。

皮革親善大使 高橋克典さんトークショー

### 改めて革の良さに気付きました

2010年11月20日、兵庫県たつの市で行われた「ひょうご皮革総合フェア&第19回たつの市皮革まつり」で高橋さんのトークショーが催されました。1000人近い観客の前で、革に対する愛着やこだわり、また皮革業界の未来について高橋さんと3名の参加者に語っていただきました。

革製品は昔から愛用。親善大使就任に満足！

ベストレザーニストと皮革親善大使に選ばれた感想をお聞かせください。

高橋 十代の頃、革はとても高かったのですが、お小遣いを貯めて手に入れて、大事に使っていました。それほど革が好きだったので、こうして選ばれたのは大変うれしかったです。

たつの市の皆さんは、高橋さんのベストレザーニスト、どう思われますか？

徳永 あえて説明する必要がないほど、高橋さんはスタイルも顔も本当にかっこいい。革も良く似合いますよね。

西田 高橋さんについていろいろお聞きしますと、日本人の素晴らしい男だとうかがっています。

加古原 テレビで見えていた人が目の前にいるというのが信じられません。学校で革を扱うことが

多いので、私たちがから見ても革が似合う方だなと思います。

革のイメージがびつたりしていますね。

高橋 本当に革が好きなんです。以前、放送されていた『特命係長 只野仁』で、冬は革のロングコートを着ていたのですが、あれは僕のアイデアなんです。あのコートは日本の革で作ったオリジナルコートで、そのイメージがあつたのかなと思います。

明るい皮革業界の未来は確かな技術と若い人のセンスの融合にある

実はここ、たつの市は日本でも有数の皮革の産地。市の歴史について西田市長にうかがいたいと思います。

西田 兵庫県は全国の皮革生産量の7割。特にたつの市は国内でも有数の皮革の産地で、日本製の革であれば、ほとんどが兵庫

県でできたものと思ってもらっていいでしょう。地形や温度差のある気候が皮革産業を大きく発展させてきたのです。

高橋 独特な気候なので、鞣しや染色技術も伸びてきたわけですね。

また、この「ひょうご皮革総合フェア&第19回たつの市皮革まつり」では、皮革製品の展示だけではなく、高校生のレザーファッションショーが行われます。皆さんを代表して加古原さん、いかがですか？

加古原 先生のアドバイスを元に、企画からモデルの表情作りや音響、映像、ヘアメイク……全て生徒が放課後に集まって準備し

てきました。昨日、やっと準備が整った感じです。

こだわった点などをお聞かせください。

加古原 今回のファッションショーのテーマ「E」の感情は誰のものでもなく、私だけのものです。年頃の複雑な心境をテーマにし、モデルの表情にこだわりました。

こうした若い世代が今後の日本の皮革業界を担っていくわけですね。若い世代に向けて高橋さんからメッセージをお願いします。



# 高橋克典さん、



トークショー参加者(写真左より・司会者のぞく)  
2010ベストレザーニスト&皮革親善大使 高橋 克典さん、たつの市市長 西田 正則さん、  
日本タンナーズ協会会長 徳永 耕造さん、龍野北高校 加古原 優さん

高橋 日本の革は技術や安全性というベーシックな部分がしっかりとあります。そして、以前にも増して、さまざまなセンスを持つデザイナーが誕生していますので、皮革業界はもっと楽しくなっていくと期待しています。頑張ってください。

繊細な技術と  
確かな品質は  
世界でもトップクラス！

高橋さんは十代の頃から革を身に付けていたというお話で

したが、今も革製品はお召しになりますか？

高橋 着ていますよ。今日着ているこの革のジャケット。レザーニストの受賞を機に作ったもので、タキシードをイメージしました。若いとき、革といえば革ジャンやライダースーツ、そしてブーツでした。年齢を重ねるにつれて、またTPOを考えると革製のタキシードを見たことがないかと。フォーマルな場面でも革を着られるように職人さん、スタイリストを交えて、このタキシードと一緒に考えました。Tシャツにデニムを合わせて、着崩しもできますよね。それと、袖を3mm上げてほしいという細かな要求にも職人さんが応えてくれました。やはり日本の職人技には圧倒されますね。

襟はエナメルなんです。エナメルにも加工ができるんですね。

高橋 今回、いろいろ勉強させていただきましたけれど、正直、こんなにも様々な表情をした革があるとは思いませんでした。最近の皮革製品はすごいですね！選択の幅がものすごく広がっています。

そんな高橋さんへ、徳永会長からサプライズがあるようですよ。

徳永 これでございます。  
(ライダースジャケットが舞台上に登場)

高橋 かっこいいですね！

ちよつとボルドーがかつていて、つや消しの金具もアクセントで……いや、かっこいい！

徳永 ライダースジャケットに革を使用するのは、第一に防寒という役割があります。もう一つとして耐久性。万が一、転倒したときに身体を守ってくれる働きがあります。革は実用的なんです。

高橋 良いですね、ちゃんと考えられて作られていて、風が入らないように、袖も少し長めに作ってあって、肩のパットもしっかりして……。着てみましょうか。

徳永会長、今回こだわったポイントはどこでしょうか？

徳永 革の質です。日本の皮革製品の技術は世界でも最高水準、そして品質は安全安心。また縫製技術は日本の特性、繊細で熟練した技術は世界トップクラスです。

高橋 着心地も良いですね。これは相当、良い革を使っていますね。

あつという間に時間が迫ってきました。最後になりますが、日本の革製品について高橋さんと徳永会長にうかがいたいと思います。

徳永 先ほども申しましたけれど、日本の皮革を作る技術は世界でもトップクラスです。革を扱うなら日本製を選んでいただきたいと思います。

日本には革を加工する技術

力があるとうかがっていますが、どのような点が優れているのでしょうか？

徳永 分かりやすく言いますと、食べても大丈夫。それだけ無害なんです。

染色、縫製の技術もレベルが高いとうかがっています。

徳永 それは日本人の繊細さですね。高橋さんのお話にもありましたが、数mm単位での縫製が可能なんです。繊細で熟練した人が作っているの、世界でもナンバーワンです。

まさに日本が誇る職人技ですね。高橋さん、日本の皮革製品についてお話ください。

高橋 会長が仰いましたが、このライダースジャケット、よく見ると濃淡を出すために微妙なムラがあるんですよ。味が出るように。昔の日本の製品はこういう加工はなかったはずですね。こういう技術ができるようになったことと、若い人たちが海外のデザインをどんどんと吸収して発信していくという時代が変わってきています。皮革親善大使になって、改めて革の良さに気付きました。日本の革製品は大変面白くなってきました。

日本の皮革製品に期待できますね。

高橋 そうですね。もっと良くなっていくと思います。

皆さん、本日はありがとうございました。

# ~とっておきの記念日に、とっておきの革を贈ろう~ 革のように味わい深い人生を

て、高橋さんのトークショーが開催されました。当日は応募総数3,000人の中から抽選で選ばれた277名のお客様が集まり、大盛況。こと、食べ物のことなど、さまざまなお話でもりあがりましたが、今回は革についてお話をされている部分を紹介したいと思います。



スターに憧れて、  
革を愛用  
今も大切に使っています

まず、皮革親善大使としてご挨拶、そして意気込みをお願いします。

高橋 このたび、皮革親善大使ということ、特命を受けました(笑)。さまざまなイベントに出席し、日本の革を広めていきたいと思えます。僕自身、若い頃から革物が好きでしたが、日本の革については知る機会がなかった気がします。親善大使就任を機に改めていろいろな知識も増えて、「こんなにすいのか」と再認識しています。

今日の高橋さんのファッションはもちろん、日本の革製品だと思えます。

高橋 そうです。今日着ているのは革のジャケット。あとベストがあります。大阪なので胸元を開けてみよう(笑)。ステアハイ

ドという牛革でシワ加工してあるものを使っています。革製のタキシードって聞いたことがないので作ってみました。着方によって、カジュアルにもフォーマルにも着られ、用途が広いので、面白いかなと思います。

趣味がオートバイということ。乗るときは、乗るときにレザーファッションでなにかこだわりがありますか？

高橋 一般的に、ライダースジャケットでは防寒が重視されます。僕はそれ以上に安全性を考えて革の厚さに注目します。万が一、転倒した時に肘や肩など身体を守るという点が大きいんですから。

革には防寒性もある、ということですが、暑い夏にはどうされていたのですか？

高橋 もちろん革を着ていましたよ。僕が憧れていた映画スターやロックスターはみんな革ジャンを着ていました。だから、僕も季節を問わず、ライダースジャケットを着ていましたね。

十代に初めて買われた革製品は覚えていらっしゃいますか？

高橋 小学校五年生の時に買ったグローブですかね(笑)。ファッションという意味ではもう少し後にライダーズジャケットかブーツを手に入れたはず。当時、革は高価なモノというイメージがあったので、お小遣いを貯めて修理して使って、オイルを塗り込んで大事にしていましたね。今でも当時の革製品を全部持っています。

私も革製品の洋服を持っていますが、長く愛用すると身体に馴染んでいきますよね。

高橋 革の良いところはそこですね。小慣れてきて、使いやすくなりますよね。あと雰囲気が変わって、味が出てくる。着こなしても少しずつ変えていけるという良さがありますよね。昔なら思いつかなかったようなシャツや小物、靴と合わせてみたり、いろいろな表情が出ますよね。

オフの日はどうのような格好をされていらっしゃいますか？

高橋 全身、革ですね(笑)。それは冗談として、今の鞣し革は紙のような薄さにもできますので、パジャマでもいけるはずですよ。革を薄くする技術といえば、同じくベストレザーニストに選出された優木まおみさんが表彰式で来ていたドレスには驚きましたね。初め見たとき、「どこに革を身に付けているのかな」と思ったのですが、なんとドレスの生地が革で出来て

いたんですよ。オフホワイトの革で、「こんなに薄くできるのか」と驚きましたね。

そういうえば、あるミュージシャンのお宅にお邪魔する機会があって、部屋に入ってみると、全てが真っ白な革張りの部屋だったこともありました。

見渡す限り、革の部屋。心境はいかがでしたか？

高橋 グローブに取られたボールの気持ちがありました(笑)。ただ、安心感というか、居心地は良かったですよ。

見直した  
ジャパンレザー  
センスと技術に敬服

日本の革製品について、どんな部分が魅力的だと思えますか？

高橋 正直にいうと、昔の日本の革製品はあまり良い印象はありませんでした。色も均一すぎて、真面目感がありましたね。僕が革製品に興味を持ちだしたのは、ロックスターや映画スターの影響があったからかもしれませんが、革には真面目ではない「なにか」を追い求めていたので、そのギャップを感じていました。

ただ、最近はずいぶんですね。このジャケットを作るにあたり、色々な種類の革をみせていただいたのですが、鞣しや染色の技術、デザインセンス、そしてそれらを形に

# Anniversary Leather

2010年11月23日、大丸心齋橋店北館一周年イベントとしてトークショーでは仕事のこと、大阪の



する縫製の技術。日本人が持っている真面目さが技術に反映されていて、革のチョイスの幅が非常に広がっている。これはすごいことになっていると気付かされました。また、職人さんの脈々と流れる「意地」がある。このジャケットを作るときにも、僕の体型や身体の癖などを考えて作ってくださいました。これがしっかりとしたモノ作りの原点ですね。驚かされましたよ。

日本の革製品のレベルも世界的にも高くなっているということですね。

高橋 そつです。自動車やイスと同じで、革は日本人の生活の中であまり馴染みがなかったものだったと思います。海外ブランドのイスは評価の高いモノがありますよね。これはそういった文化が海外には根強くあるからだと思いません。革についても同じです。

この前、時代劇の撮影をしていて気付いたのですが、古来、日本人は靴ではなく草鞋を履いていましたからね。靴が日本の文化に定着して、このところ、良いモノが増えています。履きやすく、それでいてシルエットも良い。ちょっと目を離していた隙に革の世界は技術の進歩、クオリティの向上が図られていたんですね。

## 革は人生に似ている。

日本皮革産業連合会では

Anniversary Leatherを提唱しています。高橋さんも記念日に革製品をプレゼントされることはありますか？

高橋 ありますよ。家族や友達、お世話になった人にその人のセンスやイメージを踏まえて手袋やベルト、財布など贈ります。

逆にプレゼントされて嬉しかった皮革製品はありますか？

高橋 全部嬉しいです(笑)。ジャケット、ブーツ……一通りありますね。サイズが合わなかったときだけ直して使っていますよ。

また、11月3日は、「いいレザーの日」だそうです。

高橋 日本の革製品に触れるあるいは見直す良いきっかけになると思います。また、「記念日に革製品を贈り合う」というAnniversary Leatherもまた、なかなか良い考えだと思います。記念日と言えば、欧米では結婚の年数に合わせて記念品を贈り合うようですが、3年目の夫婦は「革婚式」だそうです。

結婚3年目を迎える夫婦と言えば、そろそろ倦怠期に差し掛かる時期。革製品をプレゼントすることで、革のように粘り強く夫婦の絆を深めていこうという意味があるようです。

高橋 年数が経って、味わい深くなって、自分との相性も合っていく。なかなかユーモアもあり、びっくりする記念日ですよ。夫婦も革も一生かけて馴染むもの。革って人生とよく似ているんですね。

黒田知永子さんトークイベント

# 大人の女性を輝かせる エキゾチックレザーの魅力

日本皮革産業連合会(JLIA)と集英社の雑誌 éclat(エクラ)のコラボレーションによるエキゾチックレザーバッグの完成を記念して、同誌の表紙モデルを務める黒田知永子さんのトークイベントが「いいレザーの日」の2010年11月3日に表参道ヒルズで開かれた。フォーマルな場面だけでなく、普段使いもできるエキゾチックレザーの魅力やコーディネートが紹介された。



ワインショップを貸し切って行ったイベントには、エクラ世代の女性50人が集まった。黒田さんは薄いグレーのジャケットにデニムのカジュアルなコーディネートながら、パールネックレスとパンプスでエレガントさを感じさせるスタイリングで登場。バッグの制作に参加し、エクラでも活躍する人気スタイリストの田内玲子さんも加わり、エキゾチックレザーを取り入れたおしゃれに話がはずんだ。

## 「ちよつとマニッシュユ」が今シーズンのポイント

今シーズンの着こなしのポイントを教えてください。

黒田 今日には普段のカジュアルな格好にしてみました。エキゾチックレザーは、ついスーツに合わせたくありませんが、普段も使いこなせるバッグがあるといいなと思っています。

田内 今シーズンのポイントは「ちよつとマニッシュユ」です。ワンピースにパンプスではなく、エンジニアブーツを合わせる感じで、アウトドア、マニッシュユをプラスすると今を表現できます。

黒田 ジーンズに靴を変えてみるだけでも違いますね。小物で随分変わります。

## カジュアルなスタイルを格上げするコラボバッグ

今シーズンはクラシックが流行です。その要がバッグだと思いますが、完成したバッグの感想はいかがですか。

黒田 思っていたより、軽かったのが第一印象です。丁寧な作りでとてもきれいです。日本製はお手頃な値段だから、思い切った色にもチャレンジできるのではないのでしょうか。カジュアルな服装でも、バッグが良いものだとカッコいいですね。小ぶりのバッグはお着物にもいいと思います。いろいろ活用方法がありそうで、私たちにも身近なものになっていると感じました。

田内 体に当たるフィット感がとてもいいですね。なじみが良くて、デイリーに活躍すると思います。バッグはコーディネートに微妙なコントラストがつけられるアイテム。素材感でインパクトあるコーディネートになります。無駄をそぎ落としたオシャレができると思います。

## シンプルコーディネートへのアクセントになるバッグ

お二人は普段、バッグはどうやって



て選んでいますか。

黒田 小物はその年のポイントになるものですね。洋服と合わせてどのくらい使い回しができるかを考えます。でも、衝動的にほしくなることもあります(笑)。無難な色よりも、紫や深いグリーンが意外と持ちやすいこともあります。寒い時期には、コートとのバランスが取れる大ぶりのバッグもいいですね。大事にとっておいた物も復活させて使おうかなと思っています。

いいものを買っておくと、大事に使えますね。黒田さんの靴・バッグ好きは読者の方にも有名です。マニッシュユ、シンプルなコーディネートにも

## 田内さんのここがポイント!

田内玲子さんがコラボバッグのこだわりのポイントを解説してくれました。



### ピンクのバッグ

持ち手を細くして使いやすく、華奢な感じに



### 茶色のクラシックバッグ

レディスライクなスタイルにぴったり!



### 黒のミニトート

上のファスナーをとって、使いやすく



### ショルダー

持ち手を変えて、コーディネートしやすく



### 黒のポストン

金具をシンプルに使いやすく



### 黒のクラッチ兼用

デニム、ワークパンツにも持てるように



### 赤いトート

フラットな皮でバランス良くし、オフに思いっきり使えるバッグに



### コンビネーションバッグ

飽きが来ないように、一色に変更。ファスナー付きでスポーツカーに



### ベージュのトート

珍しいカジュアルなアイボリー。荷物がたくさん入る



エキゾチックレザーの魅力について語る黒田さん(中)と田内さん(左)

## 革の新しい素材感で大人の着こなしを

エキゾチックレザーを使うシー

バッグが良いアクセントになります。田内 私は仕事とオフで使い分けています。仕事用はシンプルでいっぱい入るものを選んでいきます。でも、形や色が気に入ると、意味もなくほしくなることもあります。心からほしいと思うものに出会ったら、取り入れたほうがいいです。一瞬の欲望も一生につなげるために品質が良いものを選んでいきます。

ンはどう考えていますか。アイデアがあれば、教えて下さい。

黒田 とくにシーンで分けなくても大丈夫だと思えます。若い子の雑誌を見て、そのスタイルをまねしても、バッグでしめられるのは大切です。自分で使い続ける価値があるものを選んで使い込む。そんなものが自分の周りに増えていくといいなと思います。

田内 和服だと荷物が増えるので、トートバッグとサブバッグで2つつかいてもいいかもしれませんね。

エキゾチックレザーの魅力はどこなところにありますか。

黒田 コーディネートに革の新しい素材感を足すと、おもしろい主張が生まれます。プラスアルファで足すアイテムの一つとして考えたらいいいと思います。日本製は、きれいで丁寧につくつてあるのに手が届きやすいのはいいですね。

田内 年齢を重ねるにつれて、身につけるものの素材感はシンプルの方がなじみがいいと感じます。何か少し物足りないときに、形や色で選んで合わせると、コーディネートに奥行きが出ます。バッグを生かした大人のコーディネートにも挑戦したいですね。

# éclatとのコラボバッグも エキゾチックレザー展を開催



エクラとのコラボレーションで完成したバッグも並んだエキゾチックレザー展



## 出展社一覧

ホーグラン  
サンバッグ坂本  
ヤマグチ  
政和  
エンドー  
ヤマギワ  
ザオー産業  
太閤  
西川商店

雑誌éclat（エクラ）とコラボレーションしたバッグ9点を含め、日本のエキゾチックレザー製品の魅力を紹介する「Japan Exotic Leather Products Exhibition 魅惑のエキゾチックレザー」が2010年11月2日から4日まで表参道ヒルズで開催された。

エクラの表紙モデルを務める黒田知永子さんのトークイベントとの同時開催。シンプルながら、秋冬の着こなしのポイントになりそうなハンドバッグを中心に、9社が各3点を出した。

会場では、ワニ、ヘビ、オーストリッチ、エレファントの裁断する前の革を置き、高品質で信頼できるメイド・イン・ジャパンのエキゾチックレザー製品の証明となる「JRAマーク」の説明も行った。



## JRAマークって？

ワシントン条約に基づき、適法に輸入された皮革を使用して日本で作られたワニ、ヘビ、トカゲ、オーストリッチなどのエキゾチックレザー製品であることを証明するマーク。製品に付ける織りネーム、タグ、しおりに描かれており、個々の登録会員番号を併せ記載することによって、製品のアフターケアにつなげている。これらの織りネーム、タグ、しおりは全日本爬虫類皮革産業協同組合が登録会員と契約の上、発行している。



TOPICS

# 法制委員会セミナー 「原産地・品質等の表示適正化に向けて」を開催

製品の原産地(原産国)や品質の表示などを重視する意識の高まりを受けて、連合会法制委員会は「原産地・品質等の表示適正化に向けて」と題してセミナーを2010年11月18日、都内で開催した。連合会の顧問弁理士で杉山・木村国際特許事務所所長の木村高明さんとタイヤ公正取引協議会の専務理事、渡邊静二さんが講師を務め、関連する法制度の解説や他業界の取り組みを紹介した。



木村高明さん

「中国産」となるとした。法律では抽象的な表現にとどまるもの、運用細則には具体例が挙げられていることも紹介された。

景品表示法に基づく公正取引委員会の告示によると、原産国とは「その商品について実質的な変更をもたらす行為が行われた国」とされる。「製品に本質的な性質を与えるために充分であると認められる実質的な製造又は加工を最後に行った国」と解釈されるため、今回のモデルケースの場合は原則として「中国産」となるとした。法律では抽象的な表現にとどまるもの、運用細則には具体例が挙げられていることも紹介された。

木村さんは日本のバッグメーカーがイタリアのブランドにデザインを依頼、中国で生産したモデルケースを挙げ、関連法令にふれながら解説した。中国の縫製技術の向上で増えている。原産国表示の主な関連法令は、日本を含め、世界各国の知的財産権保護に関する法律の基になっているパリ条約虚偽の原産地表示を防止するマドリッド協定、それに基づく国内法である関税法の3つ。これらのほかに、国内法の景品表示法、不正競争防止法で規制がなされる。

「原産国」とはどこを指すのか  
関連法令・実例を示して解説

渡邊さんはタイヤ公正取引協議会の専務理事として、業界のルール作りに尽力している。講演では協議会設立後のタイヤ業界の変化や2010年1月にスタートした低燃費タイヤの普及を目指す「タイヤラベリング制度」の取り組みを紹介した。

「適正表示は業界にプラス」  
タイヤ業界の取り組みを紹介

「実質的な変更をもたらす行為」とは？  
運用細則に具体例が記されています。  
例えば...  
革靴  
接着、縫製等により、甲皮と底皮とを結合  
下着、外衣、寝着、洋服、婦人子供服、ワイシャツ等)  
縫製  
帽子、手袋、ソックス  
編み立て  
腕時計  
ムーブメントの組立。ただし、ケース又はベルトが重要な構成要素になっている高級時計及び防水等の特殊な腕時計は、ムーブメントの組み立て又はベルトの製造。

原産地表示、こんな場合は...

**✕アウト** 偽った表示、誤解を生じさせる表示  
具体例  
produced in XX imported in(原産国以外の都市名)  
Material made in XX

**○セーフ** 誤認を生じさせる表示に当たらない  
具体例  
mode in XX XX style

その他  
原産国以外の著名な風景を図柄として使用する  
原産国以外の文字を使用する  
JIS、JAS、家庭用品品質表示法に基づく表示 など



渡邊静二さん

無など、試験の方法が確立されれば表示による差別化が可能」と提案した。

「原産国」とはどこを指すのか  
関連法令・実例を示して解説

「適正表示は業界にプラス」  
タイヤ業界の取り組みを紹介

「実質的な変更をもたらす行為」とは？  
運用細則に具体例が記されています。  
例えば...  
革靴  
接着、縫製等により、甲皮と底皮とを結合  
下着、外衣、寝着、洋服、婦人子供服、ワイシャツ等)  
縫製  
帽子、手袋、ソックス  
編み立て  
腕時計  
ムーブメントの組立。ただし、ケース又はベルトが重要な構成要素になっている高級時計及び防水等の特殊な腕時計は、ムーブメントの組み立て又はベルトの製造。

原産地表示、こんな場合は...

**✕アウト** 偽った表示、誤解を生じさせる表示  
具体例  
produced in XX imported in(原産国以外の都市名)  
Material made in XX

**○セーフ** 誤認を生じさせる表示に当たらない  
具体例  
mode in XX XX style

その他  
原産国以外の著名な風景を図柄として使用する  
原産国以外の文字を使用する  
JIS、JAS、家庭用品品質表示法に基づく表示 など

みの事例を挙げ、「業界として守るべきルールを定めることで消費者の信頼を得られる」と語った。  
タイヤ公正取引協議会は1980年設立。メーカーだけでなく、卸、小売などタイヤ業界全体に会員がいる。協議会では景品表示法を踏まえ、業界の実情に即した規約を定め、会員の法令遵守をサポートしている。  
協議会の設立前、当時はタイヤ交換の工賃すら店頭で明示されていない状態だったが、工賃の明示が定着してからは数百億円もの売上の増加があったとされる。また、協議会が2010年に行った消費者アンケートでは、タイヤを購入したい店として、「適正表示に取り組んでいる店」が約6割を占め、「価格の安い店」を抑えて最多だった。渡邊氏はこれらから、適正な表示は消費者と業界の双方に利益になると指摘した。  
地球温暖化対策への関心が高まるなかスタートしたタイヤラベリング制度では、低燃費タイヤの環境対応レベルを等級で表示。海外の安い商品との差別化を図っている。渡邊さんは「常識を業界がつくることで社会的な価値につなげていける。皮革業界でも特殊な加工の有無など、試験の方法が確立されれば表示による差別化が可能」と提案した。

# 中国地方都市での販売可能性を探る 視察訪問団の報告会を開催

連合会では中国の大連市、瀋陽市、天津市という急速に経済成長をしつつある地方都市での日本製皮革製品の販売可能性を把握するため、2010年9月5日から9月11日まで視察調査団を派遣した。11月24日の矢野経済研究所の研究者と会員による報告では、各都市の志向の違いや日本製ブランドの構築の重要性などが伝えられた。



今回の視察団の派遣都市は、2009年に実施した中国皮革製品の市場調査、北京・上海・成都への視察団派遣を踏まえ、今後経済成長が期待される地方都市として大連、瀋陽、天津の3都市を選定した。報告会では矢野経済研究所の中国事業部チーフマネージャー、章小弘研究者による調査の背景の説明、(株)研儀の杉本達哉氏、大塚製靴(株)の島野英之氏、(株)北川の北川祐一氏、チヨダシューズ(株)の武川雄二氏、(株)ブレリーの岡田耕二氏の報告があった。調査は各都市のデパートや市場の訪問による実地とバイヤーらへの聞き取りによる。調査報告書並びにその摘要版は連合会のホームページ・ライブラリに掲載されている。

各都市の主な特徴を紹介します。大連は海外ファッションを中国各地に発信していく都市です。GDP前年比115%の経済成長をみせています。百貨店の担当者は、「日本製品は値段のわりにブランド力に乏しい」と評価していますが、中国で人気があるワニ革など特徴のある製品なら売れるのではないかとしています。

中国は魅力のある市場ですが、リスクもあります。自分の目で見て、担当者として進出を判断されるべきです。今回訪問したのは、大連・瀋陽・天津の3都市です。これらの都市は欧米ブランドがすでに入り込んでいる上海などの沿岸部と比べると、今後発展していく都市。日本の皮革製品が販売できる可能性があるかを調査しました。



時代は  
メイド・フォー・チャイナへ  
矢野経済研究所  
章小弘氏の報告(要旨)

瀋陽は自動車、機械産業で発展してきた都市です。南の各都市に比べて発展は遅れていますが、この数年間は2桁の成長率で急速に発展しています。ちょうど10年前の上海のような発展ですが、5年ほどで追いつき北京、上海並みの市場になると予想されます。天津は中国政府の4直轄市の一つです。北京と隣接し、トヨタやモトローラなど世界のトップ企業が進出しています。日本の伊勢丹、台湾の遠東がデパートを構えています。5年前の上海と同じ水準と感じられます。今回の訪問を通じて感じたこと、留意しておきたい点をお伝えすると、中国への進出では、まず商標登録を行うのが大切です。いろいろな模造品が出ていますので自己防衛として必要です。商社はロット数が少ないものはなかなか取り扱いません。中国の百貨店では基本的に買い取りは行ないませんから、輸入、販路開拓については自ら開拓することになるでしょう。また、中国人向けの商品開発が必要ですが、日本で長くやってきたという自負は中国では通用しません。中国人の志向を研究し、メイド・フォー・チャイナが求められる時代になっています。ブランドを浸透させるために、宣伝も必要です。中国で宣伝を行なうには費用がかかりますから、日本にいる中国人に対して日本製の皮革製品について知ってもらうのも一つの方法といえます。

大連

### 日本製ブランド確立が急務

榎村儀  
杉本達哉氏の報告(要旨)



日本語教育のレベルが高いので、コールセンターが設置される土地柄でもあります。久光百貨店では、日本人のバイヤーの方とお話できました。日本のブランドではリーガルさんが今期から出店され、上海の店舗を超える売上を上げているそうです。30年以上前から進出しているWHYさんも好調ですが、一般的に大連ではスーパーブランドのみが認知されている状態で、非常にブランド志向が強いといえます。

サンプルの反応は思いの外薄く、価格の高さを指摘されました。自動車や家電のように日本製品の高いブランドイメージがなく、プレミアムな価値がないと現在の久光百貨店では売りづらいとのことでした。また、毛皮は人気がありました。シーズンが限られているため、年間を通じて販売できる商品を

好む店舗もありました。

ハンドバッグでは中国ブランドがほとんどで、中には「広島」や「原宿」というブランドもあり、日本の有名な地名が商標登録されているようでした。日本の外商のような訪問販売は禁止されているものの、特招会が行われています。コミッションは30%をとるので、百貨店の力が強い地域といえそうです。

### 靴が好調な市場

榎北川  
北川祐一氏の報告(要旨)



日系のデパートとしては、伊勢丹が出店している地域。ファッション性と工夫があれば日本製の皮革製品を置いてもいいというお話でした。他のデパートでは中国製の日本ブランドが好調で、商品を補充する際には新しい商品をどんどん出してきて欲しいと言われます。靴と比べるとバッグの売上は5分の1とずいぶん少なくなっています。ブーツが9月ごろから売れ始めるなど、早

い時期からものが動く地域です。ここでは伊勢丹と比べブランドの重要性を強く主張されました。

香港系の新世界百貨店では、富裕層のお客様が多く、スーパーブランドがいくつも入っていました。靴の売上が全体の12%を占め、今後20%を目指していくそうです。男女比は8対2で、他店舗と違いメンズが圧倒的に多く、紳士靴は贈答品としての需要があるとのことでした。靴メーカーにとって、進出にメリットがある百貨店といえそうです。

### 天津 今後は中間層向け商品も 需要あり

大塚製靴(株)  
島野英之氏の報告(要旨)



北京に隣接した天津は、ユニクロやザラなど日本でもなじみのあるブランドの店舗がありファッションも進んでいて都会的な印象でした。天津伊勢丹は、伊勢丹が中国で展開

する4店の中でも、ナンバードの売上を誇ります。客層は25歳から39歳が中心で、売上の約6割をカード会員が占めています。ブランドを重視する傾向が強く、店づくりにも反映されていますが、メンズに関して中間層が手薄なので、今後は提案をしてほしいとのことでした。

台湾系の遠東百貨店は地下鉄・バスの開通でアクセスが向上しています。一日あたりの平均来客数は伊勢丹よりも1万人少ない2万1,000人で、こちらも婦人物の割合が7割を占めています。今後はブランドの導入で、価格帯の上昇を図ることのお話でした。

天津は購買力のある若い女性がブランド志向で日系百貨店に流れてきています。不況が続いて厳しい状況の日本を離れて、情報収集と研究を重ねて新たなスタートを切るのもあるのかなと感じました。

### 各都市の基礎データ

**大連市** 人口:613万人 GDP:4,418億元

1988年から「大連国際ファッション」を開催。ファッション都市として海外ブランドが展開を加速している。

**瀋陽市** 人口:786万人 GDP:4,359億元

中国東北地方の中心都市。自動車、IT産業が中心となり経済を牽引する。流動人口を加えると、1,500万人の大都市。

**天津市** 人口:1,228万人 GDP:7,501億元

北京と隣接し、高速鉄道で1時間程度で移動できる。富裕層、若者のファッションレベルは上海や北京と同じ水準。

人口は常駐人口。大連市は2008年、瀋陽市、天津市は2009年。GDPは2009年。

TOPICS REACHセミナー・JETRO海外支援事業説明会

# 海外進出に必要な化学品規制の知識と JETRO支援事業の活用

加盟企業の国際進出を支援するため、連合会は欧州の化学品規制「REACH規制」と日本貿易振興機構(JETRO)の海外支援事業について知識を深める「REACHセミナー・JETRO海外支援事業説明会」を2011年2月3日に皮革健保会館で開いた。



セミナーの冒頭であいさつする岩崎国際交流委員長

はじめに岩崎幸次郎国際交流委員長があいさつ。「少子高齢化で日本のマーケットが縮んでいく中で、いかに海外に打って出ることが重要。REACH規制は海外進出の際に生じる問題の一つとして参考にしていただきたい」と参加者に呼びかけた。

続いて、一般財団法人化学物質評価研究機構安全性評価技術研究所の赤堀有美氏が「EU化学品規制 REACH規制について」と題して講演。また、JETRO海外市場開拓部海外市場開拓課課長の山口大介氏は、JETROで行っているさまざまな支援事業を紹介した。

## EU化学品規制 REACH規制について

一般財団法人化学物質評価研究機構  
安全性評価技術研究所  
赤堀有美氏 講演要旨

### 世界的なトピック

REACH規制とは何か

まず、ヨーロッパの化学品規制であ

る「REACH規制」がヨーロッパだけでなく、世界的なトピックであることをご理解いただきたいと思えます。実は、この規制はEUに輸出するすべての事業者が対象になります。そして、化学品についてのデータを出さなければ、市場には参加させないといういわば「ノーデータ、ノーマーケット」という非常に大きなインパクトを持っています。

事業者の主な義務は次の3つです。

登録 既存のものを含めて、使用している化学物質の登録が必要です。

MSDS (化学物質の性状及び取扱いに関する情報 Material Safety Data Sheet) の伝達

使用している化学物質の情報を流通過程の下流に伝達が求められています。

SVHC (高懸念物質 Substances of Very High Concern) の伝達

危険性の高い化学物質を含む場合、含まれていることを伝達する必要があります。



REACH 規制について話す赤堀氏

事業者課せられる3つの義務

まず、登録についてお話しします。欧州で事業者あたり1年に1トン以上、製造・輸入される化学物質は用途や使用状況に応じた摂取量の情報を含め、欧州化学品庁に登録の義務があります。登録は輸入業者が行いますが、代理人にすることもできます。革は対象ですが、靴やカバンなど成形品は通常、規制に関係ありません。しかし、意図的に放出している場合は、登録が必要です。

登録には大きなコストが掛かります。そのため、必要な試験のデータは同じようにその化学物質を使用する企業で共有し、コストを分担するSICFという仕組みがあります。

については、次のいずれかの場合にREACH規則に基づいたMSDSによる情報伝達義務があります。

- 1: EUの分類規則に従い、危険有害性に分類される物質、混合物
- 2: 難分解性、生物蓄積性及び毒性の物質 (PBT)、極めて難分解性で高い生物蓄積性の物質 (VpVB)
- 3: SVHCに特定された物質

記載事項は、組成/成分情報など計16項目で、絵表示による注意喚起が必要になるかなども含んでいます。情報伝達を怠ると罰則があります。

のSVHCとは、発ガン性、生殖能、遺伝子への影響、環境への残留性など人の健康や環境に重篤な損傷を引き起こすと懸念されている物質のことです。これについて、EUは将来的に代替することを求めています。

SVHCになると、靴等の成形品の重量あたり0.1%以上含まれる場合には川下への情報伝達と要求があったら45日以内に消費者へ情報提供する義務があります。また、成形品の重量あたり0.1%以上かつ年間1トン以上の場合には、届出の義務があります。皮革産業で使われている化学物質でSVHCに当たる物質の一例を表に挙げました(表参照)。皆さんも可能であれば、自社の製品に使われているかどうかが把握してください。

代替が間に合わなかった場合、認可を取得すれば、製造・上市が可能です。代替品の開発状況などを考慮の上判断されますが、認可のハードルは非常に高くなっています。

表) 皮革産業で使用されているSVHCに当たる物質(一例)

4,4'-ジアミノジフェニルメタン
フタル酸ジ-n-ブチル
フタル酸ビス (2-エチルヘキシル)(DEHP)
フタル酸ブチルベンジル(BBP)
塩素化パラフィン (短鎖、C10-C13)

短期、中長期の対応  
合わせて実施を

最後に、日本企業が今すべきことを

まとめてみましょう。短期的には、自社で取り扱っている製品に含まれる物質・混合物の把握。特に、SVHCに特定されているものが重要です。社内のみで把握が難しい場合は、サプライチェーン間でのコミュニケーションが必要です。加えて、消費者からの問い合わせに迅速に対応できる体制の構築です。REACH規則では45日以内に回答することになっていますが、これは非常に厳しい日程です。あらかじめ、問い合わせが来たときにはこの研究所に分析を依頼するのか、分析のプロトコル(実験の手順書)を作っておくのも有効です。MSDSに対応した情報提供は、日本で求められる項目とは一部異なりますので注意が必要です。

中長期的には、SVHCの代替品の

## 海外市場開拓の支援ー 平成22年度事業の ラインナップ

JETRO海外市場開拓部  
海外市場開拓課課長 山口大介氏  
講演要旨

JETROでは、中小企業の海外市場開拓の支援をしています。海外72カ所、国内38事務所の国内外のネットワークを最大限に活用して支援を図っています。本年度の事業ラインナップをご紹介します。

本年度は、次のような事業方針です。

地域の中小企業等の海外販路開拓の支援強化  
アジア向け取り組み強化  
環境、インフラ、新分野(医療・福祉機器等)の海外市場開拓の支援

は、ビジネス機会の拡充として、海外での展示会などに加え、地域ごとのグループの出展ニーズに応じた海外出展を支援しています。

ではアジアの成長を取り込む意欲をもった企業が増える中でそのサポートとして、展示会や商談会を増強します。

本年度は、ギフト・インテリアから医療機器、コンテンツまでさまざまな分野で70を超える海外見本市・展示会を開催。また昨秋にはJETRO・アジア・キャラバン事業として、上海、北京、成都、香港、シンガポールで見本市への出展や商談会を実施しています。

この他にも、海外市場開拓支援事

検討が求められます。SVHCは年々増えていくので、継続的に確認が必要です。国内外に上市している場合には世界的な動向を踏まえて物質の情報把握、管理を行いましょ。

### REACH 規則とは？

2007年に施行されたEUの新たな化学物質規制。EU域内で、ある化学物質を年間1トン以上の製造・輸入する事業者は、その化学物質を欧州化学品庁(ECHA)に登録しなければならない。

リスク評価を事業者の義務にしたことや、成形品に含まれる化学物質の有無や用途についても情報の把握を要求していることから、中小事業者の負担が懸念されている。

REACHは「化学物質の登録、評価、認可及び制限に関する規制」を意味するRegistration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicalsの頭文字。

業ではさまざまなサポートを行っています。最寄りのJETRO事務所では貿易投資に関する相談に応じていますので、メニューを工夫して効果的に利用していただきたいと思います。



海外市場開拓支援事業について説明する山口氏

TOPICS

# 日本製品への認知度上昇で手こたえ APLF2011に出展

連合会では、2011年3月30日〜4月1日まで香港で開催されたアジアパシフィックレザーフェア（APLF2011）ファッション・アクセス展に出展した。日本製品への理解が高まり、手こたえを感じる展示会となった。



ジャパンパビリオンとして、4回目の出展となる今回は、来場者の日本製品への理解とパビリオンの認知度が高まり、クオリティの高い製品が様々な国のバイヤーを魅了。パビリオンへの来場者数は3日間合計で2,450名にのぼった。海外の景気回復の影響もあつてか、バッグ・小物関係企業を筆頭に過去最高の手こたえを感じる展示会となった。

今回は主催者からの提案により、厳選された出展社のみが選ばれる Fashion Avenue というスペースでの展示であり、展示会全体の出展企業数が昨年を下回るといふ状況にもかかわらず、積極的な商談が行われた。

海外でも日本の東日本大震災や原発事故が連日大きく報道されている中での出展で、風評被害を心配していたものの、商談面での悪影響は無く、17社全社が予定通り出展したことにより、海外の来場者からは日本

の皮革業界が海外の展示会に出展できる状態にあるのだと安心感を持たれたようだった。また、会場では、大震災の被災者救援のための募金箱が5カ所設置された。

前年と同様にジャパンパビリオンの魅力をより多くのバイヤーに伝えるため、連合会ではJLEIAウエツブサイト内に特設サイトを設置し、また、世界中のバイヤー（38カ国約5,000名）にメルマガを配信することで宣伝活動を行った。

また、出展社もこれまでの出展経験を活かし、各社が独自に海外バイヤーへ宣伝活動を行い、海外バイヤーが好むように出展のかたちを様々に工夫。具体的にはディスプレイを変え、香港見本市来場バイヤーの嗜好に合わせた商品を開発する（カラフルな製品を並べる、日本製ならではの機能性を重視した製品を用意しターゲットを絞るなど）、

## 展示会概要

### 展示会名

アジアパシフィックレザーフェア  
(APLF2011) ファッション・アクセス展

<http://www.fashionaccess.aplf.com/>

### 期 間

2011年3月30日～4月1日

### 会 場

香港コンベンション&エキシビションセンター

### ジャパンパビリオン出展企業

皮革製品製造8団体17社

### 出展社数

643社(30の国と地域)

昨年: 656社(22の国と地域)

同時開催されたAPLF 皮革原料・素材・製  
造機器&技術展(MM&T)

1,235社(51の国と地域)

昨年: 1,007社(47の国と地域)



- 1 会場の香港コンベンション&エキシビションセンター
- 2 来場者で溢れるvisitors registration
- 3 ジャパンパビリオンは今年も黒と白を基調としたスタイリッシュなブースで出展
- 4 朝礼では出展社が日本の被災者に対して黙祷をささげた
- 5 会場には被災者救援の募金箱が設置された

4

英語の自社パンフレットを用意する、香港や中国等の海外に連絡事務所や代理店を整備する、海外での商標登録を行うなどした。前3回の出展に比べると出展社の意気込み、個性がより強く表れているように感じられた。

APLFアワードは惜しくも受賞を逃したものの、(株)シャミオール(全日本革靴工業協同組合連合会)の靴と岩崎(株)(日本服装ベルト工業組合)のベルトがノミネートされた。

今回は、ほぼ全社が取引に向けた商談をしており、今後の進展が期待される。出展製品に興味を示した国々は、過去に商談の多かった香港、台湾、中国に加え、韓国、インドを始めとしたその他のアジア諸国、そして少しではあるが、ヨーロッパの国々も増えてきた。

今回の出展は、出展社の海外進出への更なる意気込みや海外バイヤーが日本製品の魅力をより感じていることがうかがえる手ごたえのある結果となった。

出展の様子や出展企業の概要、出展社のイチオシ製品などの詳細は、当連合会ウェブサイト内の以下のAPLF特設サイトで紹介する。展示会報告は、サイトに5月中旬頃に掲載予定。

## ベストオブAPLFアワード ノミネート製品



岩崎(株)のベルト



(株)シャミオールの靴

日本語

<http://exhibition.jlia.or.jp/2011/nominees/>

英語

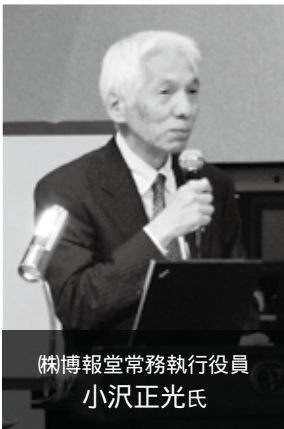
<http://exhibition.jlia.or.jp/2011/nominees/en.htm>

EVENT

# 青年会セミナー Japan Leatherの ブランディングのあり方を考える



連合会青年会では2011年4月27日、(株)博報堂常務執行役員の小沢正光氏を講師に Japan Leatherのブランディングについて考えるセミナーを開いた。



(株)博報堂常務執行役員  
小沢正光氏



山本昌邦代表幹事

東日本大震災後、初めての連合会行事となったセミナー。講演に先立ち、青年会の山本昌邦代表幹事が「3・11は非常に大きな震災だったが、乗り越えていかなければならない。小沢さんは非常にクリアなお話をなさる方。講演の内容を事業の中でも役立ててほしい」とあいさつした。

講師の小沢氏はテレビ、新聞、雑誌などさまざまなメディアでの広告に长年携わり、現在は同社のチーフオフィサーを務める。これまでアサヒビールの「スーパードライ」やシャープの「AQUOS(アクオス)亀山モデル」、CO<sub>2</sub>削減の国民的プロジェクトである「チームマイナス6%」などの広告・ブランディングを手掛けてきた。

## 「老の国」 日本は平均年齢50歳の

講演では日本人の平均年齢が2025年に50歳になることに注目し、『平均年齢50歳の国』におけるブランディング視点』と題して、これらのブランディングのあり方について語った。総人口が一億人超で平均年齢が50歳以上になる国は、日本が世界で初めて。小沢氏は「老」を基準に価値観や社会のあり方をはじめ、あらゆるものを組み立て直す必要があると指摘した。

商品のあり方、売り方も変わり、例えば平均年齢が27歳のベトナムと購入者の平均年齢が47・4歳である日本とは、求められるバイクは異なる。移民の国といわれるアメリカは平均年齢が変わらず36・8歳。タブレット端末でも多機能のiPadが受け入れられやすい環境があるが、50歳に近い日本では新聞、雑誌、書籍を読むための「ガラパゴス」が発売されている。

## ブランドの歴史は 大衆ブランドの歴史

高度経済成長やオイルショックな

ど、日本の戦後の歩みとブランドの歴史を重ねて説明した小沢氏は、「日本のブランドの歴史は大衆ブランドの歴史。国民の年齢とともに成熟、発展してきた」と話し、大衆ブランドの時代」を象徴する一例として日清食品のカップヌードルやマクドナルド、レナウンの紳士服ダーバンを挙げた。

その後、SONYやプリチストーンなどによる「ブランド海外進出時代」、バブル崩壊後の「インターナショナルブランドの時代」を経て、レクサスに代表されるような「日本ブランドのラグジュアリー化」が進み、リーマンショック、東日本大震災後のこれからは日本ブランドの再構築の必要性が出てくると指摘した。

また、現在平均年齢が35・2歳の中国は、日本の歴史をたどり、日本のSONYが1989年にアメリカのコンビニアを買収したように日本のブランドを買収していくだろうと予想。すでに昨年5月、ダーバンを展開するレナウンは、中国の繊維大手の傘下に入った。

## 日本ブランド再構築の4要件

小沢氏は日本ブランド再構築のた

# 会場とのQ&A

興味深い講演に会場からも質問が出された。  
Q & A形式で紹介する。

**Q** アクオスの中国展開で大変だった所は？

**A** 売場の中での優位性を取るのが大切だと考えていました。お客様が売場に来て、商品の良さを確認できるのが理想。これにはきちんと説明ができる売り子が重要でした。そして、それを中国全土でできるか。中国のお客さんは全部調べてから売り場に来るので、その対応には苦労しました。

**Q** 日本製品の成功例は家電など、“道具”が多いようです。ファッションでも通用しますか？

**A** これまで、日本製品は車、家電とやってきました。チャレンジというのは面白いですね。中国に進出したあるコンビニチェーンの社長があいさつや店の美化も日本と同じようにやると発表すると、「なんでそんなコストのかかることをするのか」と反発にありました。しかし、客足の途絶えない様子を見て、周りの店も方針を変え始めたそうです。その日100人のお客をつかまえるより、2人のリピーターをつくるほうが大切。それと同じではないでしょうか。

**Q** ブランド戦略には、ブランドを説明できる「アンバサダー」が必要だとお話がありましたが、中小企業は宣伝にお金をかけられません。どんなところからスタートしたらいいでしょうか。

**A** アンバサダーは有名人である必要はありません。ウイスキーなら食とのマッチングでシェフが適役ですが、コンセプトに応じて決めたらよいと思います。例えば、「関さば・関あじ」は宣伝をしたわけではありません。料亭で使ってもらい、クレームを受け止めながら、ブランドに成長しました。BMWやAudiもそうですが、多くのブランドは“小さな町工場”から出発しているのです。



## 現在の各国の平均年齢

ドイツ	44.3歳
アメリカ	36.8歳
中国	35.2歳
インド	26歳

(小沢氏の講演をもとに作成)



めの4要件として、成熟した文化に裏付けされたストーリー、質の高い顧客とのインタラクション（相互作用）、世界に誇るサービス品質をプロダクトに埋め込む工場ブランディング、生産プロセスのブランディングを挙げた。

は技術ではなく、一朝一夕にはできない商品開発、デザイン、流通システムの仕組みなどの“背景”を指す。関わっている人すべてが体現するストーリー。は客との関係が主従の「タテ」ではなく、意見が言いやすい「ヨコ」の関係。江戸時代に生まれた「仕度、しつらえ、仕

## Japan Leatherを ブランディングするなら

掛け”のような客をもてなすホスピタリティ。工場では当たり前に思われていても、一般には鮮烈に映る生産過程のディテールを意味する。

4要件に加えて、小沢氏がキーワードに挙げたのが「心地」。「心地は文化の蓄積によって初めて生み出される。フィット感は極めて重要」とし、「心地よさ」で売れている日本製の工場の話を紹介した。その他、浅

草という江戸の名残がある台東・墨田地区に集積する職人の技術力などにも注目して、「KOKOCHIEF EELING JAPAN」というブランドのコンセプトを提案した。「かつこよすぎるとお感じになるかも知れませんが、徐々にコンセプトに合わせて商品をつくっていかばいいと思います。ファッションのブランドとして、平均年齢50歳以上の大人の国というのは、けっこういいポイントになります」と話し、「今なら、子ども達の世代につなげて、継承していける。いい地点にいます。これは」とブランドの確立を呼びかけた。

## EVENT

# 革の素材と向き合い、可能性を拓く 第30回記念「日本革工芸展」開催

革工芸の日本で唯一の公募展である日本革工芸展(日本皮革産業連合会・日本革工芸会主催)が2011年3月9日から13日まで、東京・池袋の東京芸術劇場展示ギャラリーで開催された。



会場全景

会場には受賞・入選作をはじめとする絵画やバッグなど平面・立体・服飾の206点を展示。30回記念の今回は記念賞と新人賞を設け、計15の賞が贈られた。記念賞は、「薄暑」を出展した横山朝覧さん(北海道)が受賞。この作品は横山さんの四季四部作の締めくくりとなるもので、初夏の水辺をさわやかな透明感のある緑の色彩で表現している。季節の移ろいをとらえた色

づかいや革を扱う確かな技術、構成力などが評価された。

初出展の3人の受賞となった新人賞は三澤則行さん(東京)の「The Art of the Shoe」、武田英作さん(東京)の「ホーンバッグ」、榎本洋子さん(東京)の「落葉の道」の3点。「The Art of the Shoe」は丁寧な装飾を施した靴、「ホーンバッグ」「落葉の道」は流行のレザーカービングと呼ばれる革の表面に図案を彫刻する技法で制作された。

出展作の中には2012年春の開業を予定している東京スカイツリーをモチーフにしたものや、ガラスのように透明にした豚の生皮をランプシェイドに用いた照明などユニークな作品が並んだ。

前回に引き続き、応募に際して出品料の学生割引を行ったことにより、今回も多くの学生から応募があった。応



30回記念日本革工芸大賞  
「薄暑」横山朝覧(北海道)

募作のうち6分の1が新人という今回は、日本皮革産業連合会会長賞の坂本よし子さん(奈良)の「火の取り扱いにご注意ください。」のように、マッチとライターを忠実にかたどったセカンドバッグなどアイデアが光る作品も数多く集まり、革工芸の可能性を感じさせる展覧会となった。

11日に発生した東日本大震災の影響で会場施設が閉鎖されたため、12、13日は開催せず



新人賞  
「The Art of the Shoe」  
三澤則行(東京)

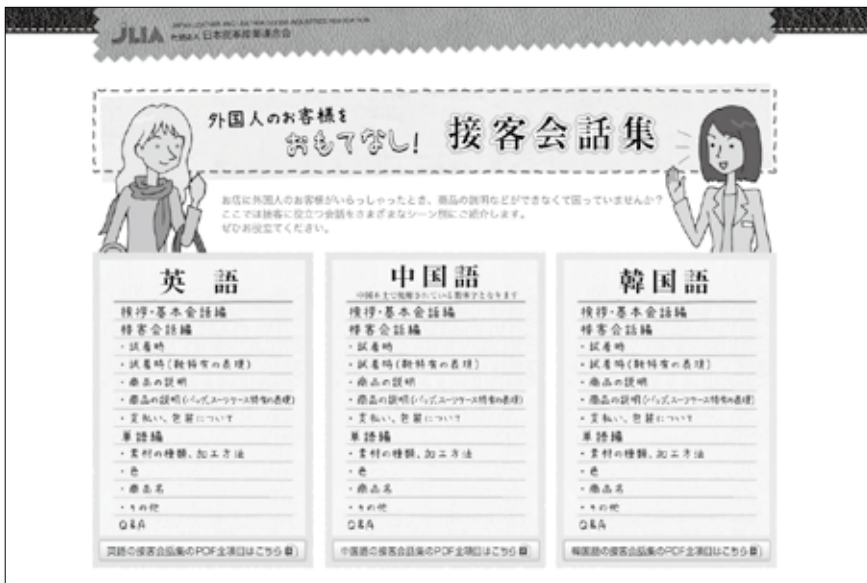


日本皮革産業連合会会長賞  
「火の取り扱いにご注意ください。」  
坂本よし子(奈良)

# Information

外国人のお客様をおもてなし!

## 当連合会ホームページに 3カ国語接客会話集が登場



海外からのお客様を店頭において接客する際に必要な外国語会話集が欲しいとの要望を革製品を販売している店舗の方々から受け、中国語（簡体字）、韓国語、英語の接客外国語会話集を作成しました。

内容は当連合会ホームページに掲載されておりますので、こちらのサイト (<http://cs.jlia.or.jp/>) をご覧ください。接客に役立つ会話をさまざまなシーン別にご紹介しておりますので、是非お役立てください。



ホームページでは、支払い方法や商品ごとに特有な表現、色・素材の種類や加工方法などについても紹介しています。実践的な内容の会話集を是非店頭でご活用ください。

# JLIA MEMBER S LIST / 日本皮革産業連合会 会員団体一覧

原材料	団体名	住所	電話	FAX
	社団法人 日本畜産副産物協会	106-0041 東京都港区麻布台1-7-3 神谷町スクエアビル4階	03-3505-8668	03-3505-8554
<b>鞣製</b>				
	社団法人 日本タンナーズ協会	670-0964 兵庫県姫路市豊沢町129 あさひビル3階	079-282-6701	079-282-6703
<b>販売</b>				
	日本革類卸売事業協同組合	111-0042 東京都台東区寿1-17-10 21プラザヤマヤ4階	03-3845-9210	03-3845-9211
	全日本爬虫類皮革産業協同組合	111-0042 東京都台東区寿1-17-10 21プラザヤマヤ4階	03-3845-9260	03-3845-9261
	大阪革商資材協会連合会	556-0014 大阪市浪速区大国町1-1-6	06-6647-8098	06-6647-8098
<b>靴 製造 / 販売</b>				
	日本靴小売商連盟	101-0044 東京都千代田区鍛冶町1-6-17 合同ビル5階	03-3252-5656	03-3252-5657
	日本靴卸団体連合会	111-0032 東京都台東区浅草1-4-7 勉強堂ビル5階	03-3843-1673	03-3843-1674
	全日本革靴工業協同組合連合会	111-0025 東京都台東区東浅草2-17-1 東京靴会館内	03-5603-2135	03-5603-8678
	特定非営利活動法人 日本靴工業会	103-0013 東京都中央区日本橋人形町3-3-9 久米ビル2階	03-3661-4672	03-3661-3972
	日本ケミカルシューズ工業組合	653-0037 兵庫県神戸市長田区大橋町3-1-13	078-641-2525	078-641-2529
<b>衣料製造</b>				
	全国皮革服装協同組合	110-0013 東京都台東区入谷1-15-9-501 (南)プラムハウス内	03-3873-7650	03-3873-1155
<b>ベルト製造</b>				
	日本服装ベルト工業連合会	111-0032 東京都台東区浅草4-49-8	03-3874-4792	03-3874-3670
	東京洋裁雑貨工業協同組合	111-0056 東京都台東区小島1-11-12	03-3851-3685	03-3863-4606
<b>バッグ 製造 / 販売</b>				
	日本ハンドバッグ卸連合会	111-0052 東京都台東区柳橋2-16-14 ハンドバッグ会館	03-3851-5278	03-3851-7725
	日本ハンドバッグ工業連合会	111-0052 東京都台東区柳橋2-16-14 ハンドバッグ会館	03-3851-5278	03-3851-7725
	一般社団法人 日本ハンドバッグ協会	111-0052 東京都台東区柳橋2-16-14 ハンドバッグ会館	03-3851-5278	03-3851-7725
<b>鞆 製造 / 販売</b>				
	社団法人 日本鞆協会	111-0051 東京都台東区蔵前4-16-3 東京鞆会館	03-3862-3516	03-3862-3520
	社団法人 東京鞆協会	111-0051 東京都台東区蔵前4-16-3 東京鞆会館	03-3862-3511	03-3862-3520
	全国鞆工業連合会	111-0051 東京都台東区蔵前4-16-3 東京鞆会館	03-3862-3513	03-3862-3520
<b>鞆ハンドバッグ 製造 / 販売</b>				
	日本鞆ハンドバッグ協会	111-0051 東京都台東区蔵前4-16-3 東京鞆会館	03-3862-3511	03-3862-3520
		111-0052 東京都台東区柳橋2-16-14 ハンドバッグ会館	03-3851-5278	03-3851-7725
<b>手袋製造</b>				
	日本手袋工業組合	769-2701 香川県東かがわ市湊1810-1	0879-25-3209	0879-24-0838
<b>その他</b>				
	日本ゼラチン・コラーゲンペプチド工業組合	103-0023 東京都中央区日本橋本町2-8-12 新田ゼラチン東京支店内	03-6667-8251	03-6667-8250
	一般社団法人 足と靴と健康協議会	111-0032 東京都台東区浅草7-1-9 皮革会館	03-3874-7646	03-3875-0880
	全国皮革振興会	111-0051 東京都台東区蔵前4-16-3 東京鞆会館5階	03-3865-7457	03-6905-8161



社団法人 日本皮革産業連合会

111-0043 東京都台東区駒形1-12-13 皮革健保会館7階

TEL:03-3847-1451(代) FAX:03-3847-1510

<http://www.jlia.or.jp>