

巻頭コラム

87号より、企業支援ネットワークでインターネット活用アドバイザー(ID098)として活躍されている瓦井 一輝氏(株式会社ブラーヴォ)のコラムを3回に亘ってお届けしています。

「WEBを活用して売上を上げている企業には理由がある！デジタル時代のWEBマーケティングとは」

第3回 「たった1ページのランディングページから

260倍の成果を生み出す7つの手順とは」

第1回、第2回のコラムでは、主に Web の集客方法についてご紹介させて頂きました。最後の第3回では、集客してきた見込顧客をいかに顧客化するのか、つまり Web 上で商品購入や資料請求などの成果に繋げるための方法についてご紹介します。

今回は、私がとあるメーカー様にて、EC サイトで月3個しか売れなかった商品を月800個販売した実例をご紹介しますとともに、成果につながるランディングページの作り方についてご紹介します。

◆ランディングページの目的とは

複数のページからなるホームページとは異なり、ランディングページは広告から来訪してきたユーザーに対して商品やサービスの魅力を伝え、商品購入・資料請求などのコンバージョンの達成が目的となります。1ページ完結型ですので、訴求軸と目的を明確にすることが重要です。

◆成功するランディングページは、顧客が“思わず買ってしまう仕掛け”が散りばめられている

皆さんは、インターネットのみならず普段の買い物で、「買う予定が無かったけど思わず買ってしまった」という経験は一度や二度ではなく数えきれないほどあるのではないのでしょうか？

インターネットで自社の商品を購入させるためには、その「思わず買ってしまった」という心理をいかに作り出すかがとても重要なファクター(購買要因)なのです。

◆ランディングページを成功に導く7つの手順

1. 目的の明確化

ランディングページで成果を出すために重要なのは、目的を絞り込むことです。「購入も資料請求もさせたい」「あの商品とこの商品も紹介して買ってもらいたい」など、目的が多様化してしまうとランディングページを主としたプロモーションでは失敗する可能性が極めて高くなってしまいます。

ランディングページを作るうえでは、目的をハッキリとさせてできる限り一つに絞り込むことが大事になってきます。

2. ペルソナ設計

目的が明確になったら、その目的を達成する人(=ターゲット)を想定することが重要となります。次頁の図のように、目的の商品を購入するターゲットのプロフィール(家族構成・性別・年齢・年収・商品の認知など)

を作ってみましょう。

3. 集客手法の決定

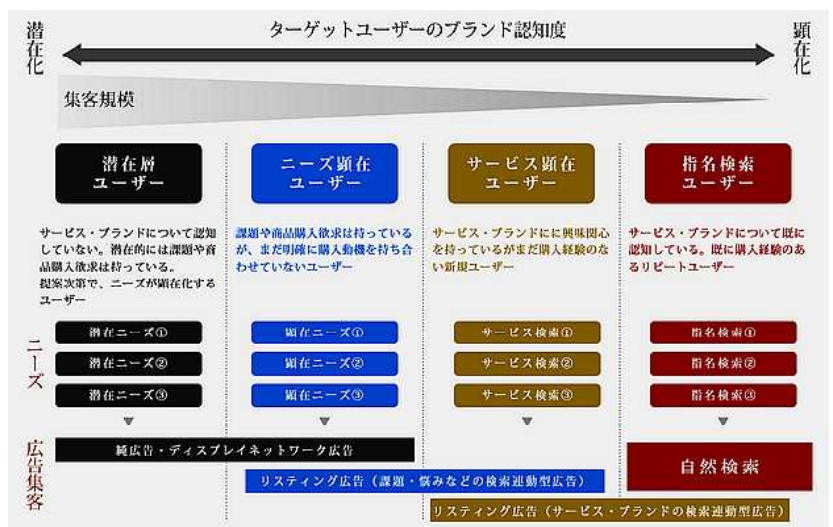
ターゲットが決まれば、実際にはそのターゲットをランディングページに呼び込む方法(広告戦略)を検討する必要があります。そのターゲットがどこにいるのか、集客経路の狙いを定めます。

ターゲティング<属性リスト>	
自社の製品・サービスを最も評価してくれる「見込み客」を選定します。	
年齢・性別	30代後半の主婦
家族構成	夫、子供2人(3歳・1歳)
世帯年収	700万円～800万円。夫婦共働きで、産休から復帰して間もない。
料理の頻度	夕食はほぼ毎日。平日は時間が無いので、手軽に作れる料理になりがち。
趣味	家族で公園にピクニック。家庭菜園。
情報取得	料理はクックパッドで日々新しいレシピを勉強中。
ネットショッピング	スマホで生協などでネットで購入。無添加の食品を多く購入している。
利用しているSNS	Instagramで料理写真やママブロガーのブログを見ている。
1ヶ月の食費	家族全員で5万円以内が目安。

4. ターゲットの購入の阻害要因を洗い出す

集客手法が決定すると、自ずとターゲットが自社の商品を目にして、興味関心を抱いた際の心理状況が想像できてくると思います。

次に「ターゲットが商品を購入しない要因(=阻害要因)」を洗い出してみてください。



5. 購入の阻害要因を購買要因に転換させる

「商品には興味あるけど…」というターゲット顧客が、購入するうえでの阻害要因を解消することで、商品を購入してくれる確率は格段にアップします。

購入の阻害要因を解消するためのコンテンツや企画を用意することで、阻害要因を購買要因へと転換させることを考えてみてください。

商品・サービスを利用しない阻害要因	
自社の製品・サービスの購入・利用を検討しようとしているユーザーが、購入・利用しない要因を洗い出す。	
阻害要因	購買要因に変える
①商品の価格が高い	転換 → 他の商品とのセット売り、キャンペーンを実施する
②商品の使い方が不明	転換 → 使用方法のマニュアル本を作る
③使用後のイメージが湧かない	転換 → 使用後のイメージを沸かせるコンテンツ
④信用性が無い	転換 → 第三者の権威付けをする

6. コンテンツ作り

購買要因が見つかれば、あとは購買要因に転換させるためのコンテンツを作るのみです。使い方に不安がある方には使い方のガイドブックを付録として付けたり、金額が少し高い場合にはお得なセットプランを作るなど、企画とアイデアを持ち出してコンテンツ作りに励んでください。

7. 入力フォームの最適化

そしてもっと「商品を購入しよう」と決心したにも関わらず、商品購入の際の決済フォームや問い合わせフォームの入力を煩わしいと感じさせてしまっては元も子もありません。できる限りあらゆる決済方法に対応させたり、入力項目は必要最低限に絞り込むなど、入力フォームの最適化を図って試みるのが大事になってきます。

実例 ◆通販サイトで月3個しか売れていなかった調理器具を月800個の販売に成功

今回ご紹介したランディングページの制作の7つの手順を実施

<課題>

- ・月3個しか売れずに余剰在庫になっている
- ・電子レンジでチンするだけで本格的なだしが取れる調理器具
- ・認知度ゼロ
- ・使用方法についても瞬時にわからない
- ・商品単価は3000円だが、常時必要性がある商品ではない
- ・購入してもらいたいターゲットは30代～40代の子育て世代の主婦層
- ・日頃からだしを取る習慣がなくなっている

<ランディングページでの戦略>

- ・調理器具単体を購入しても使えないので、だしを取る食材とセット品を作る
- ・価格は500円だけ本体価格よりも高くする
- ・電子レンジでチンするだけというお手軽感を写真と動画で紹介
- ・同時に使用方法を細かく解説
- ・離乳食や朝の忙しい時にも便利で簡単であることを伝えるコンテンツを用意
- ・だしを使用する美味しいレシピを掲載した10ページほどのレシピブックを作成し無料プレゼント

<集客施策>

- ・Yahoo・Google ディスプレイネットワーク広告を運用 → 認知度が無く潜在顧客に対して興味を惹く商品内容か否かを検討するために、多くのターゲットにアプローチできるディスプレイネットワーク広告を活用

<結果>

- ・月800個の販売に成功
- ・広告配信媒体もクックパッドやアメブロなどに結果が集中したため、広告予算の最適化につながる
- ・購入層が、想定よりも50代～60代以上も多く利用していたことでターゲットの顕在化も確認。

上記のような成果はあくまでも一例ですが、たった1ページのランディングページの運用に対しても2か月～3ヶ月近くお客様と話し合っただけで試行錯誤した結果でした。これとは反対に何も戦略なしにランディングページを作ったとしても成果につながることは経験上少ないと言えます。

ランディングページは、Web サイトを作るよりも比較的安価に作成できますが、実は作る過程を間違えると、全く成果に繋がらない「ただ作っただけのページ」になってしまいます。ランディングページの制作は、実は Web マーケッターの技量が求められると言っても過言ではありません。

企業支援ネットワークアドバイザー[No.98] 株式会社ブルーヴォ COO 瓦井 一輝
〔Webサイト制作・運用を通じて、企業の成長エンジンとなるWebマーケティングの支援を行っています。〕

各事業の動き

1 総務委員会（石川 勲委員長）

（1）法制度調査事業

「女性用ハイヒールの靴底の赤色」の商標登録申請について、特許庁が平成28年4月27日（金）に拒絶理由通知書を申請者に送付し、これに申請者が反論書を提出したため、検討を進めた結果、本連合会から特許庁

に対して、商標登録を認めるべきでないとの主旨の上申書を平成29年5月18日(金)に提出しました。申請者は特許庁に対し、平成30年5月7日(月)に意見書及び雑誌のコピー等の多数の証拠を提出しました。

これを踏まえ、最新の情勢について検討するため、7月6日(金)に法制委員会を開催しました。

検討の結果、本連合会から再度、商標登録を認めるべきでないとの主旨の上申書を特許庁に対して提出することに決定し、8月6日(月)に提出しました。

(2) 青年会交流事業

米国及びカナダでの皮革産業視察等を目的とする青年会幹事研修〔7月22日(日)～29日(日)、参加者11名〕を実施しました。

8月24日(金)に青年会幹事会を開催し、本年度事業の進め方を検討しました。また、同日に第一回青年会交流会(立食形式。会場：シエロイリオ。参加者55名)を開催しました。

10月12日(金)・13日(土)に新潟県内で㈱リーガルコーポレーション新潟工場の視察等を目的として青年会幹事研修を実施しました(参加者16名)。

また、ものづくりに関するセミナーを12月6日(木)に東京レザーフェア会場で開催することとし、準備を進めています。

(3) 経営改善・販売促進事業

平成30年度事業は、企画提案公募の結果、

- ・日本靴小売商連盟(靴まつり事業)、
- ・日本服装ベルト工業連合会(ベルトの日キャンペーン事業)、
- ・日本ハンドバッグ卸連合会(サイフの日 記念日事業)、
- ・日本ハンドバッグ工業連合会(皮革製品 PR 事業)、
- ・一般社団法人日本ハンドバッグ協会(ハンドバッグの日 記念日事業)、
- ・一般社団法人日本靴協会(ソーシャル・ネットワーク・サービスによる「日本製かばん」の認知度向上施策事業)、

との間で、それぞれの事業の実施契約書を締結し、各団体で事業を実施しています。また、各事業についての概算払いを行いました。

2 人材養成委員会(吉田 輝幸委員長)

(1) キッズレザープログラム実施事業

教育関係機関や児童福祉施設、こどもの育成または教育を推進する NPO 団体などの「受け皿団体」に、革製品メーカーなどから集めた革の端材「残革」を無償提供し、子ども達に残革を使ったものづくり体験を楽しんでもらいながら、天然皮革について理解を深めてもらう活動を行っています。



《キッズレザープログラムの様子》

キッズレザープログラム実行委員会(実行委員長 瀬藤貴史 桜美林大学講師)では、引き続き、子ども達が革に親しむ場と機会の拡大・創出を図っております。現在、キッズレザープログラムの受け皿団体数は25都道府県にまたがる177団体(うち児童館・学童保育は122施設)にまで拡大し、4月1日～9月10日にかけてキッズレザープログラムは131回実施され、児童7,186人とその保護者4,116人の合計11,302人が参加しています。

詳しくは公式サイト<<http://leatherkids.jlia.or.jp/>>をご覧ください。

(2) 皮革製造技術者養成支援事業

平成30年度は、4月から皮革製造業27社(革靴、ベルト、ハンドバッグ・小物、鞆)が参加企業として若手技術者への訓練を開始しています。

また、5月17日(木)の皮革製造技術者養成支援事業審査委員会で平成29年度に事業を実施した事業者のうち、事業を完了した22社からの事業報告の審査が行われ、いずれも承認されたため、助成金合計25,800,000円を22社に対して6月に支払いました。

(3) 技術認定事業

9月11日(火)に革製品技能試験認定証授与式(平成29年度の各試験合格者の共同の表彰式等)と日本皮革製品マイスターの認定証授与式を実施しました(於：恵比寿ガーデンプレイス ザ・ガーデンルーム)。



《革製品技能試験認定証授与式》



《日本皮革製品マイスター認定証授与式》

(4) 皮革流通等人材研修事業

皮革流通等人材研修事業では、販売員を対象とする研修、専門学校生を対象とする研修を企画・提供し、皮革及び革製品に関わる人材の育成を行っています。

販売員研修については、日本の革製品の販売を促進することを目的に、三越伊勢丹/大丸松坂屋/阪急阪神百貨店など社内の研修プログラムの一環として販売員研修が実施できる百貨店を中心に調整を行い、年間9回実施しています。

研修内容は、テキスト『革のプロが教える、レザーの基本講座』を使い、皮革素材とお手入れに関する講義と、実際にさまざまな革に触ってもらう体験型の講義を行っています。

すでに、三越伊勢丹 新入研修〔開催日 5月8日(火)～9日(水)/場所 落合/受講者 34名〕、大丸松坂屋関西エリア〔6月12日(火)～13日(水)/高槻/32名〕、阪急阪神百貨店〔6月25日(月)～26日(火)/大阪/19名〕、東京デリカ関東ブロック〔7月3日(火)/熊谷/31名〕、東京デリカ関西ブロック〔7月12日(木)/大阪/20名〕での研修が終了しました(受講者合計136名)。

今後、井筒屋〔10月22日(月)～23日(火)/小倉〕、大丸松坂屋 関東エリア〔11月1日(木)～2日(金)/東京〕、阪急阪神百貨店〔12月13日(木)～14日(金)/大阪〕での実施が決定しています。



《販売員研修の様子》

(5) ジャパンレザーアワード事業

Japan Leather Award 2018では、2017で見直しを行った募集部門(フットウェア部門/バッグ部門/ウェア部門/フリー部門/学生部門の5部門に簡素化)をはじめ、各賞の評価基準(新奇性や新たな市場性を評価

する「フューチャーデザイン賞と優れた商業的な価値を評価する「ベストデザイン賞」の2賞を用意)、審査方法(審査員全員の審査と協議により各賞とグランプリを決定)を踏襲する一方、Japan Leather Awardの認知拡大を図るため、5か年続けた大阪・阪急うめだ本店から東京・二子玉川ライズに会場を移し、審査会/表彰式/受賞作品展示を開催します。

作品応募を8月31日に締切ったところ、255点(フットウェア部門45点/バッグ部門93点/ウェア部門55点/フリー部門34点/学生部門28点)のご応募をいただくことができました。

ご応募いただいた作品は、9月28日(金)~29日(土)の2日間、iTSCOM STUDIO&HALL 二子玉川ライズに展示し、審査会を開催しました。審査会では、長濱雅彦審査員長、ドン小西特別審査員、プロ審査員9名の合計11名による審査と協議により、各賞とグランプリを決定しました。

なお、表彰式を11月17日(土) 14:00~15:00に、受賞作品展示を11月17日(土)~18日(日) 10:00~18:00に、二子玉川ライズ ガレリアにてそれぞれ開催しますので、是非お立ち寄りください。

詳しくはオフィシャルサイト<<http://award.jlia.or.jp/2018/>>をご覧ください。



《審査会の様子》

(6) 企業支援ネットワーク事業

8月24日(金)に第3回の人材マッチング事業委員会を開催し、アドバイザー支援利用申請書7件の審査を行い、承認されました。また、アドバイザー登録申請1名について事前の書類選考結果を踏まえ、同委員会による審査を行いました。

第4回の人材マッチング事業委員会は、10月19日(金)に開催し、アドバイザー支援利用申請書の審査を行いました。

(7) 皮革ソムリエ事業

平成30年度は、平成29年度に実施した一般消費者並びに皮革業界初心者を対象とする「レザーソムリエ Basic(初級)資格試験の結果(受験者数は190名で、80点以上の合格基準を満たした185名が合格)を踏まえ、「第2回レザーソムリエ Basic(初級)資格試験を実施するとともに、資格試験制度の広報・宣伝による受験者数のさらなる増加に努めています。

「第2回 レザーソムリエ Basic(初級)資格試験」(受験料5,400円)は、11月11日(日)(13:10~14:10)に東京会場(文化服装学院、定員200名)と大阪会場(TKP 大阪駅前カンファレンスセンター、定員150名)の2か所で実施します。

なお、資格試験の実施にあわせ、座学(皮革の基礎知識からお手入れ方法まで)と実習(さまざまな動物・仕上げの革を実際に目で見て触って体感)で構成される「皮革講座(初級)」(受講料無料)を、7月~10月にかけて、東京会場で3回・大阪会場で1回・名古屋会場で1回、それぞれ開催しました。



《皮革講座(初級)の様子》

詳しくはオフィシャルサイト<<https://www.leather-sommelier.jp/>>をご覧ください。

3 海外展開促進委員会（岩崎 幸次郎委員長）

(1) 海外展示会出展事業

① MIPEL9月展〔9月16日(日)～19日(水)ミラノ〕

以下の6社(出展ブランド)が出展し、イタリア等西ヨーロッパ諸国、東欧諸国、中東諸国、アジア全域からのバイヤーと商談を行いました。

(株)アートフィアー(ARTPHERE)、
(株)エトワール海渡(夢詩集)、
ランデロッシジャパン(株)(Grande



《MIPEL展でのジャパンプースの様子》

Ross1)、(株)土屋鞆製造所(土屋鞆製造所)、ノーノイエス(株)(No, No, Yes!)、マドロミ(TAMEN)

② Coterie9月展〔9月15日(土)～17日(月)ニューヨーク〕

以下の6社(出展ブランド)が出展し、アメリカを中心としたバイヤーと商談を行いました。

(有)東屋(MARUA)、(有)塩野(CALDO...TOKYO JAPAN)、(有)ワイズエンタープライズ(豊富-JAPAN-)、
ルボア(株)(CORGA)、(株)サイレント・ブルー(e.m.a.Japan)、(株)ファイブ・ツー・スリー・ステージ(5two
3 STAGE)



《COTERIE展担当者Eleni Avrameas氏(左から4番目)と出展者など》



《ジャパンプースの様子》

③ PROJECT LASVEGAS 展〔平成31年2月5日(火)～7日(木) ラスベガス〕

6月7日(木)～7月5日(木)に出展事業者(6事業者を予定)の募集を行い、6事業者から応募がありました。主催者による一次審査と、国内選定委員会により、6出展事業者が決定されました。

今後、希望する社の個別面談を実施します。

④ APLF 展〔平成31年3月13日(水)～15日(金)香港〕

7月19日(木)～8月24日(金)の日程で、APLF2019素材展・製品展の出展事業者募集を行いました。出展者決定後、出展者説明会及び希望する社の個別面談を実施します。

⑤ MIPEL2月展〔平成31年2月10日(日)～13日(水)ミラノ〕

9月26日(水)～10月22日(月)の日程で出展事業者(6事業者を予定)の募集を行っています。

4 調査・情報提供委員会（小堤 幸雄委員長）

(1) 皮革・皮革製品情報提供事業

① データベース構築と情報提供

皮革関連企業等が皮革及び革製品に関する統計データを活用できるよう、膨大な統計データの中から有意なデータを整理・加工し、継続的に皮革及び革製品関連「統計データベース」専用サイトに蓄積し、情報提供を行っています。

詳しくはオフィシャルサイト<<http://data.jlia.or.jp>>をご覧ください。

② JLIA ホームページ

JLIA ホームページ<<http://www.jlia.or.jp>>や SNS 「facebook(1,141いいね!) / twitter(3,453フォロワー)などを活用し、皮革関連企業への情報提供をはじめ、皮革素材・革製品に関する情報を一般消費者などに対し積極的に発信しています。

(2) 足サイズ計測調査事業

成人対象(19歳以上)の足サイズ計測について、昨年度採取した計測データの整理、データベース化を行いました。引き続き解析を実施していく予定です。

(3) JAPANブランド調査事業

★ 7月10日(火) 生産プラットホーム委員会(第1回)

・技術認定事業の国家資格化等について、有識者を交え意見交換が行われました。

★ 7月18日(水) 日本鞆ハンドバッグ協会の通常総会前に、会員企業の皆様に対し、平成29年度の本調査事業の報告、今後の進め方等について報告が行われました。

★ 8月7日(火) ICT プラットホーム委員会(第2回)

・QR コードの構成内容や、発信する情報等の意見交換、ビーコンタグの試験販売に関する意見交換がなされ、来年度（平成31年5月または11月）にビーコンタグの試験販売を行う方向で具体的な検討に入りました。

★ 8月24日(金) マーケティングプラットホーム委員会(第1回)

・今後の進め方、スケジュール、顧客接点網構築のアプローチ方法や顧客会員化の目的、取得する情報の定義等について検討しました。

★ 9月6日(木) 企画調整会議(第2回)

・各プラットホームの検討状況について報告を受け、今後の進め方の検討及び次年度に向けた検討を進めることになりました。

★ 9月25日(火) 生産プラットホーム委員会(第2回)

・技術認定のブランディング活用施策の検討を行い、認定商品の定義や販売後サポートについて検討を行いました。また、技術認定試験の国家資格化に必要な事項の整理について、議論がなされました。
・中長期事業計画の検討に伴う、次年度以降のジャパンブランド調査事業、各プラットホームの事業計画案及び予算案についての提案を日本鞆ハンドバッグ協会に依頼しました。

5 企画・研究開発委員会（喜田 邦男委員長）

(1) 革・革製品の化学物質等調査事業

6価クロムの生成に関し、靴の製造工程別の調査・分析を継続しています。調査協力企業(2社)にて、加熱工程でのクロムの挙動について調査打合せを行いました。

(2) 日本エコレザー認定事業

8月29日(水)に第3回の日本エコレザー審査分科会が開催され、牛(中牛)3件が認定されました。次回は10月31日(水)に審査、11月に認定予定です。

日本エコレザーの広報として、機内誌広告のデザイン募集を行いました。企画・研究開発委員会にて決定し、全日本空輸、日本航空及びデルタ航空邦文版に掲載予定(12月号又は1月号を予定)です。

(3) JIS/ISO等調査事業

昨年度に策定完了した下記 JIS 原案について、10月15日(月)日本工業標準調査会にて審議されました。早ければ年内に制定がなされます。成立次第、説明会を大阪・東京にて開催予定です。

なお、旧 JIS K 6555及び JIS K 6548の旧 JIS については同時廃止の予定です。

JIS K 6557-9 革試験方法-物理試験-第9部:仕上膜の剥離強さの測定

JIS K 6557-10 革試験方法-物理試験-第10部:銀面割れの測定-ボールバースト法

JIS K 6558-10-1革試験方法-化学試験-第10-1部:6価クロム含有量の測定-比色法

JIS K 6558-10-2革試験方法-化学試験-第10-2部:6価クロム含有量の測定-クロマトグラフ法

(4) 難燃性革普及促進事業

9月12日(水) 航空機内装への参入を希望する法人へ説明会を開催しました。同時に JIS Q 9100(航空・宇宙・防衛産業の品質マネジメントの概要)についてセミナーを開催しました。引き続き当該 JIS のセミナー基礎コース〔10月27日(土)〕、上級コース〔11月10日(土)・11日(日)〕を開催し、円滑な認定取得のお手伝いを致します。

(5) 国産皮革活用促進事業

平成30年度は、29年度の検討結果を踏まえ、皮革製造事業者と革販事業者だけでなく、他の業界(メーカーなど)にも声をかけ、皮革製造事業者が持っている日本の革の魅力や特徴などを紹介し、消費者ニーズなども踏まえ、他の業界の意見を聴きながらそれぞれ連携し、日本の革の活用促進に向けて更に検討を進めています。

6 国産皮革・製品広報委員会 (藤原 仁委員長)

(1) 国産皮革・製品PR事業

8月31日(金)に国産皮革・製品広報委員会及びワーキンググループ合同会議を開催し、平成29年度 国産皮革・製品広報事業の成果目標及び成果指標、30年度の事業進捗状況の報告等を行い、了承を得ました。

①インバウンド対策事業

平成30年度は、台湾、タイ、韓国において、既に多くのフォロワーを有しているキーオピニオンリーダー(KOL)のインスタグラムを活用し、国産皮革及び皮革製品の魅力を発信し、KOL の投稿にハッシュタグ「JAPAN LEATHER」を付加し、KOL のファンのみならず、海外のあらゆるユーザーから検索されるように情報の拡散を行いました。

◆ 7月24日(火)～25日(水) 韓国の KOL3名が ANCHOR BRIDGE(靴)、Sissi(レザーウェア・革小物)、ACUOD BY CHANU(レザーウェア)、SOAK IN WATER(ベルト)、BAGERA(バッグ)、Portaille(靴)を訪問し、取材を行いました。

- <台湾> 6月 いいね 30,358件、コメント 176件
7月 いいね 42,027件、コメント 107件
※ 取材内容の投稿は来年2月迄定期的に掲載。
- <タイ> 6月 いいね 12,374件、コメント 27件
7月 いいね 14,031件、コメント 19件
※ 取材内容の投稿は来年2月迄定期的に掲載。
- <韓国> 7月 いいね 116,292件、コメント 666件
※ 取材内容は今年の12月迄定期的に掲載。

● 取材先への影響等

- <台湾> ・ KOL のインスタグラムを見て中国人観光客が来所し、掲載商品を6本購入。
・ 自社のインスタグラムフォロワーが20～200名増えた(4社)
- <タイ> ・ 「かわいい革ですね。」「いい情報です。」などのコメントがあり、見たことがない「タンナー」への興味が増えています。
- <韓国> ・ 在日韓国人ファンがすぐに反応し、取材先のインスタグラムのフォロワーが急激に伸びました。



《KOLのインスタグラムにアップされた写真》

② ベストレジャーニスト派遣事業

- ・ ベストレジャーニストの発表会を9月11日(火)恵比寿ガーデンプレイスで開催しました。
俳優の吉沢 悠さんとタレントの岡田 結実さんがベストレジャーニスト2018に選出されました。

◆ メディア来場者数

合計29社・43人が出席。

内訳：TV 関係(3社)、スポーツ新聞関係(6社)、雑誌関係(3社)、業界誌・紙関係(6社)、WEB 媒体関係(10社)、タレント事務所(1社)

◆ 露出件数

- ・ TV 6番組で放映。
- ・ 雑誌、WEB 等 296件で掲載。



《左から岡田結実さん、岩崎会長、吉沢悠さん》

③ 【PR 事業 (WEB・SNS)】

- ◆ アクセス件数：4月 (13,730件)、5月 (12,550件)、6月 (12,045件)、7月 (10,750件)、8月 (14,326件)、9月 (14,936件)。
- ◆ 「いいね!」件数：14,889件(平成30年9月28日時点)

④ 革靴 PR 検討会

7月17日(火)、9月7日(金)に革靴 PR 検討会を開催し、調査内容及び調査結果等について検討を行いました。

7 CITES推進委員会（田邊 忠次委員長）

(1) CITES啓発普及・人材養成分科会

① LEON11月24日発売1月号への掲載

LEON 編集部からのテーマに従い、7月2日(月)から7月30日(月)まで掲載商品を募集し14社から29点の応募があり、LEON 編集部により14社14点が選定されました。今後、撮影が行われます。

②エキゾチックレザーに関する研修会

12月6日(木) 13:30から皮革健保会館6階会議室においてエキゾチックレザーに関する研修会を開催します。10月後半から参加者を募集します。

③研究会

11月8日(木)に豚皮等のタンナーである山口産業㈱の工場見学を予定しています。

(2) CITES技術開発分科会

9月18日(火)～22日(土)に素材の展示会であるプルミエールヴィジョン・パリ展等を訪問する4名の調査団を派遣しました。

11月に報告会を予定しています。



《プルミエール・ヴィジョン 関係者と調査団》

(3) CITES高度化対策事業分科会

高度化助成事業の概算払請求を受け、随時、概算払いを行っております。

8 革靴製造業基盤強化支援事業

(1) 革靴製造業事業基盤強化支援事業(基盤強化事業)

アルス国際製靴学校(イタリア・ミラノ)より講師を招聘し、最新トレンド、デザイン技術に関するセミナーを11月12日(月)～16日(金)の5日間の予定で開催します。(場所：東都靴会館)(募集は終了しました。)

(2) 革靴製造業競争力強化補助事業

全日本革靴工業協同組合連合会(以下、全靴協連)に一部事務を委託し、革靴製造事業者を対象とする革靴製造業経営改善事業補助金交付事業を実施しています。

補助事業対象事業者より事業完了に伴う実績報告書の第6回受付を7月20日締切で行い、第1期事業4件、第2期事業2件の計6件の提出がありました。8月に全靴協連事務局が現地調査を実施後、皮産連事務局で内容確認の上、9月19日(水)の補助金交付事業審査委員会において審査を行い、承認されました。また、合わせて、第3期事業の交付申請書2件及び計画変更承認申請7件が承認されました。

(3) 革靴製造業競争力強化支援事業(全靴協連委託事業)

①革靴認証事業

認証パンプスの認知拡大と流通を促進するため、百貨店の協力を得て、POP-UP 販路開拓イベントを開催し、PR活動を展開しています。

8月は、大丸札幌店〔8月1日(水)～7日(火)〕、松坂屋上野店〔8月22日(水)～28日(火)〕、9月は、ジ

エイアール名古屋タカシマヤ〔9月19日(水)～25日(火)〕、10月は、高島屋大阪店〔10月3日(水)～9日(火)〕、大丸神戸店〔10月10日(水)～16日(火)〕で開催しました。

認証パンプスのフィッティングルーム「パンプスメソッド研究所 i/288」は、大手町での運営を7月上旬で終了し、新たに、革靴製造事業者と卸売業、百貨店等とのマッチングを支援するため、認証パンプスの展示及び認証事業の手続等を紹介するショールームを浅草花川戸に開設予定です。また、消費者へのPRの拠点として、9月21日(金)に日本橋高島屋S.C 本館3階シューワールドに認証革靴の展示・体験スペースを開設しました。



《日本橋高島屋での展示・体験スペース》

②人材養成事業

◆ 革靴製造業技術者養成施設「シューカレッジおおさか」(大阪市浪速区)

受講生5名を対象に第2期の養成講座を8月より実施しています(11月初旬まで実施)。

また、第1期修了生を対象としたフォローアップ研修及び在職者を対象とした専門的な技術のスキルアップ研修を実施中です。

第3期養成講座(12月3日講座開始予定)の受講生募集を9月10日(月)～10月17日(水)の期間で行い、あわせて説明会を9月中旬より3回開催しました。

◆ 企業ガイダンスの開催

東京・大阪・奈良の合同で企業との面談による靴業界の説明及び就職希望者への就職ガイダンスを10月4日(木)12時30分より開催しました。(場所：台東区民会館)〔参加靴メーカー 21社、来場者94名〕

③国内展示会事業

4月に続き、9月26日(水)～28日(金)の日程で開催されたIFF MAGIC 展(会場・東京ビッグサイト)に靴メーカー9社が出展しました。

④海外展開事業

北欧マーケット全体(スウェーデン、デンマーク他)及び近隣諸国への販路開拓を見据えて、8月8日(水)～10日(金)にデンマークのコペンハーゲンで開催された「コペンハーゲン・インターナショナル・ファッション・フェア」に靴メーカー4社が出展しました。

また、上記出展の4社がスウェーデンのストックホルム市内に赴き、8月11日(土)・12日(日)に昨年度受注に繋がったショップや事前に選定したショップを訪問し、ニューコレクション紹介等のプレゼンテーションを実施しました。

9月よりストックホルムに向けた商品開発等に繋げることを目標に同市内の最もトレンド発進力の高いエリアにあるPOP-UPスペースに日本製革靴を持ち込み、現地一般消費者の日本製革靴への関心度や消費動向等に関するマーケティングリサーチを実施しています(10月まで実施予定)。



《コペンハーゲンインターナショナル・ファッション・フェアでの出展風景》

今後の予定

- ◆ 10月20日(土) 14時～ 尾張名古屋の職人展(ベストレザーニストのトークショー)
- ◆ 10月22日(月) 13時半～ 総務委員会(皮革健保会館 7階会議室)
- ◆ 10月23日(火) 13時～ 財務委員会(皮革健保会館 7階会議室)
- ◆ 10月24日(水) 13時半～ 正副会長会議(皮革健保会館 6階会議室予定)
- ◆ 10月29日(月) 13時半～ 技術認定委員会(但馬地域地場産業振興センター会議室)
- ◆ 11月3日(土)・4日(日) 10時～ LEATHER WORLD 2018(青山スパイラルホール)
- ◆ 11月9日(金) 15時～ CITES 推進委員会(台東区民会館 8階第5会議室)
- ◆ 11月9日(金) 17時～ パリ調査団報告会(台東区民会館 8階第5会議室)
- ◆ 11月9日(金) 18時～ CITES 技術開発分科会・高度化対策事業分科会合同会議
(台東区民会館 8階第5会議室)
- ◆ 11月11日(日) 13時～ レザーソムリエ Basic(初級)資格試験
(東京会場 文化服装学院/大阪会場 TKP 大阪駅前カンファレンスセンター)
- ◆ 11月15日(木) 12時～ 理事会(CIVI 研修センター新大阪東 E704会議室)
- ◆ 11月17日(土) 13時～ たつの市皮革まつり(ベストレザーニストのトークショー)
- ◆ 11月17日(土)～18日(日) Japan Leather Award 2018 表彰式/受賞作品展示(二子玉川ライズ ガレリア)
- ◆ 11月20日(火) 14時～ 海外展開促進委員会(浅草文化観光センター5階大会議室)
- ◆ 12月6日(木) 13時半～ エキゾチックレザーに関する研修会(皮革健保会館 6階会議室)
- ◆ 12月13日(木) 14時～ 革靴製造業経営改善事業補助金交付事業審査委員会(皮革健保会館 7階会議室)
- ◆ 12月19日(水) 15時半～ キッズレザープログラム実行委員会(皮革健保会館 7階会議室)

* JLIAだより第89号をお届けします。

皮産連各事業活動の実施状況及び委員会開催等のスケジュールをお知らせします。

* JLIAだよりは、年4回(4月、7月、10月、1月)発行しております。

次回は平成31年1月の予定です。

* 「JLIAだより」を充実させるために、ご意見、ご要望などがございましたら、皮産連事務局までお寄せ下さい。

一般社団法人 日本皮革産業連合会 調査・情報提供委員会委員長 小堤 幸雄

〒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 FAX 03-3847-1510 <http://www.jlia.or.jp>