

平成 30 年度 地域づくり海外調査研究事業調査報告書

皮革製造業の現状と今後

～イタリア現地調査を通して考える～

調査地：イタリア・トスカーナ州ピサ県サン・ミニアート ほか

調査日：平成 30 年 6 月 19 日～27 日

平成 30 年 11 月

一般財団法人地域活性化センター

総務企画部クリエイティブ事業室 兼

人口・地域経済研究室

篠田 大輔

目 次

1. はじめに	1
2. 調査対象地の選定にあたって	1
3. なめし革製造業とは	2
4. 日本国内の皮革製造業の現状	2
(1) 規模別企業数	3
(2) 規模別従業者数	3
(3) 生産量および特徴	4
(4) ビジネスモデル	5
5. イタリア国内をはじめとする海外の皮革製造業の現状	5
(1) 生産額・生産性および賃金	6
(2) 輸出入状況	8
6. 調査内容	
(1) PO. TE. CO (POLO TECNOLOGICO CONCIARIO)	9
(2) イタリア植物タンニンなめし革協会 (CONSORZIO VERA Italiana Conciata al Vegetale)	11
(3) TEMPESTI (皮革製造企業)	13
7. 調査先における共通ヒアリング事項	14
8. まとめ及び提案	16
9. おわりに	18

1. はじめに

筆者の派遣元である兵庫県たつの市を代表する地場産業の 1 つに「皮革産業」があり、その大部分が一次産業である「なめし革製造業」に分類される。市内 3 か所に工場地が集積し、多くの小規模事業者による「製造工程の分業化」により地場産業を支えてきた。たつの市のなめし革製造業は平成 29 年度において、成牛革部門で国内シェアの 38.1% を占めている。

国内皮革産業は、近年の中国・東南アジア等からの安価な皮革および皮革製品の輸入拡大や原材料（原皮）調達コストの上昇により、深刻な影響を受けている。

また、アパレルメーカーで「本革」ではなく、安価な「フェイクレザー」取扱いが増えているため、卸業者から本革製品の受注が減少している。

そのような状況下での課題として考えられるのは次の点である。①皮革製造業者は展示会への出展など、PR に注力しているものの、アパレルメーカーとの「直接交渉」を行う機会が少ないこと、②商慣習として卸業者が仲介していることにより、皮革が製品メーカーに渡る時点で直接取引に比べて単価が上がること、③皮革製造業者は製品メーカーが求める素材を生産する技術があるにも関わらず、直接交渉ができる環境ではないため、素材提案を行える関係構築が進まず、製品メーカー主導の商品開発になっており、ポテンシャルを十分に発揮できていないことがある。

今回の調査は、国内皮革産業に今後求められることについて、現地の研究機関やイタリア植物タンニンなめし革協会、皮革製造企業への視察を通して探ることを目的とする。



染色後、乾燥工程中のなめし革



展示会等で見られるなめし革のサンプル

2. 調査対象地の選定にあたって

株式会社野村総合研究所「我が国皮革産業の国際競争力強化手法に関する基本調査報告書（平成 26 年 3 月）」（以下「野村総研報告書」という。）では、Euro STAT が 2010

年の数値データ（1 ユーロ＝110.92 円換算）をもとに分析した結果、イタリアの「なめし革製造業」の生産額は 692 億円で、2 位スペインの 61 億円と比べても突出している。なお、日本は 45 億円で世界第 5 位である。1 事業所あたり生産額は、イタリアは世界第 3 位の 3.55 億円、日本は第 6 位の 2.11 億円であるが、1 人あたり生産額は、イタリアは世界第 1 位の 3,300 万円、日本は第 5 位で 1,700 万円である。このような状況から、世界トップレベルに位置するイタリア皮革製造業を調査対象とした。

また、イタリア国内における皮革製造工場の集積地は、主にトスカーナ州、ロンバルディア州、ヴェネト州、カンパーニャ州の 4 州に存在する。その中でもトスカーナ州は、「牛革」のなめしが盛んであり、靴や小物品製造メーカーに販路を有している点でたつの市の状況により近い。

3. なめし革製造業

総務省所管の日本標準産業分類（平成 25 年 10 月改定、平成 26 年 4 月 1 日施行）において、なめし革製造業は大分類で「製造業」、中分類で「なめし革・同製品・毛皮製造業」、小分類で「なめし革製造業」と分類されている。なめし革製造業とは、「主として皮のなめし・調整・仕上げを行う事業所をいう。仕上げられた革に塗装、その他の装飾を行う事業所も本分類に含まれる」と記載されており、具体的な事業形態として、なめし革製造業・タンニンなめし革製造業・クロムなめし革製造業・水産革製造業・は虫類革製造業・皮さらし業・染革業が含まれている。

簡単に言うと、動物の「皮」を「革」に加工する産業であり、動物から剥いだ皮を脱毛し、防腐処理等を行う鞣（なめ）し工程から得られる製品のことを「なめし革」という。鞣し工程で、化学薬品である塩基性硫酸クロム塩から成るクロム鞣剤による「クロム鞣し」と天然の植物から抽出されるタンニン成分から成る鞣剤による「植物タンニン鞣し」の 2 つに大きく大別される。日本国内では、革の種類、地域によって手法は変わることもあるが、総じてクロム鞣しで生産されている。

4. 日本国内の皮革製造業の現状

国内の現状について、主に一般社団法人日本皮革産業連合会と一般社団法人日本タンナーズ協会の共著である「平成 29（2017）年度 製革業実態調査報告書」（以下「製革業調査報告書」という。）を基に説明する。

製革業調査報告書は一般社団法人日本タンナーズ協会会員企業 334 社を対象に実施されたものである。

(1) 規模別企業数

表 1 によれば、平成 29 年度において、従業者数 1 人～9 人の企業数の合計は 259 社（1 人～4 人の企業数 168 社、5 人～9 人の企業数 91 社）であり、回答企業数 325 社の 79.7%を占める。さらに従業者数が 1 名～4 名の割合は、51.7%となっている。平成 27 年度～29 年度の 3 年間で、企業数は 9 社増加している。平成 29 年度の地域内における従業者数 1 人～9 人の企業数が占める割合が大きい地域は、兵庫県姫路地域で 88.6%、次いで、たつの地域の 85.2%となっている。関西圏と関東圏の 1 人～9 人の企業数が占める割合をみると、関西圏では平成 29 年度の全企業数 268 社のうち 226 社(84.3%)、関東圏では 57 社のうち 33 社(57.9%)となっている。

従業者数 40 名以上の企業数は全国で 6 社あり、全体の 1.8%となっている。

(2) 規模別従業者数

表 2 は、表 1 において規模別区分毎の従業者数の合計を示したものである。平成 27 年～29 年度の 3 年間で、従業者は 2,700 人から 2,657 人へと 43 人減少したが、1.6%の減少であり大幅な変動とまではいえない。また、従業者数 40 人～69 人の企業では平成 27 年度に

表 1 規模別企業数の 3 年間対比

(単位：社)

規模別 区分	1～4人			5～9人			10～19人			20～39人			40～69人			70人以上			合 計	9人以下の比率 (%)				
	平27	平28	平29	平27	平28	平29	平27	平28	平29	平27	平28	平29	平27	平28	平29	平27	平28	平29		平27	平28	平29		
地区																								
松 原	46	45	47	18	18	16	11	10	13	2	3	2	2	2	2				79	78	80	81.0	80.8	78.8
豊 田	29	28	28	14	14	15	2	3	2	1	1	1							46	46	46	93.5	91.3	93.5
沢 田	7	7	9	7	8	6				1	1	1	1						16	16	16	87.5	93.8	93.8
たつの 小 計	82	80	84	39	40	37	13	13	15	4	5	4	3	2	2				141	140	142	85.8	85.7	85.2
高 木	46	44	43	20	21	19	5	6	9										71	71	71	93.0	91.5	87.3
御 前	12	13	14	8	7	10	1	1		2	1	2							23	22	26	87.0	90.9	92.3
姫 路 小 計	58	57	57	28	28	29	6	7	9	2	1	2							94	93	97	91.5	91.4	88.6
川 西	3	4	6	3	3	2	3	1	1		1	1							9	9	10	66.7	77.8	80.0
大阪他	4	5	5	1	1	1	3	2	3		1					1	1	1	9	10	10	55.6	60.0	60.0
和歌山	2	2	2	4	4	3	3	3	3	1	1	1							10	10	9	60.0	60.0	55.6
関 西 合 計	149	148	154	75	76	72	28	26	31	7	9	8	3	2	2	1	1	1	263	262	268	85.2	85.5	84.3
東 京	14	14	13	12	13	15	7	8	8	7	7	7	1	1					41	43	43	63.4	62.8	65.1
埼玉他	2	1	1	2	4	4	5	5	5		1	2	2	2	1	1	1	1	12	13	14	33.3	38.5	35.7
関 東 合 計	16	15	14	14	17	19	12	13	13	7	7	8	3	3	2	1	1	1	53	56	57	56.6	57.1	57.9
全 国 合 計	165	163	168	89	93	91	40	39	44	14	16	16	6	5	4	2	2	2	316	318	325	80.4	80.5	79.7

*休業中の企業は 1～4 人の区分に含めた。

出典：平成 29 年度製革業実態調査報告書

表 2 規模別従業者数と 1 企業当たり平均従業者数の 3 年間対比

(単位：人)

都道府県 区分	1～4人		5～9人		10～19人		20～39人		40～69人		70人以上		9人以下計		10人以上計		計					
	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均	従業者 数	1企業 平均						
松 原	平27	106	2.3	112	6.2	153	13.9	40	20.0	106	53.0				217	3.4	299	19.9	516	6.5		
	平28	93	2.1	112	6.2	137	13.7	62	20.7	107	53.5				205	3.3	306	20.4	511	6.6		
	平29	100	2.1	99	6.2	172	13.2	49	24.5	110	55.0				199	3.2	331	19.5	530	6.6		
香 川	平27	74	2.6	87	6.2	30	15.0	31	31.0						161	3.7	61	20.3	222	4.3		
	平28	65	2.3	85	6.1	37	12.3	20	30.0						150	3.6	57	14.3	207	4.5		
	平29	60	2.1	94	6.3	28	14.0	20	30.0						154	3.6	54	18.0	208	4.5		
沢 田	平27	13	1.9	42	6.0			22	22.0			60	60.0		95	3.9	82	41.0	137	8.6		
	平28	12	1.7	46	5.8			22	22.0						58	3.9	22	22.0	80	5.0		
	平29	20	2.2	37	6.2			22	22.0						57	3.8	22	22.0	79	4.9		
高 木	平27	112	2.4	140	7.0	70	14.0								252	3.8	70	14.0	322	4.5		
	平28	113	2.6	146	7.0	88	14.7								229	4.0	88	14.7	317	4.9		
	平29	106	2.5	121	6.4	118	13.1								227	3.7	118	13.1	345	4.9		
御 前	平27	31	2.6	52	6.5	10	10.0	56	27.5						83	4.2	65	21.7	148	6.4		
	平28	36	2.8	45	6.4	18	18.0	32	32.0						81	4.1	50	25.0	131	6.0		
	平29	36	2.6	66	6.6			66	32.5						102	4.3	65	32.5	167	6.4		
川 西	平27	8	2.7	23	7.7	47	15.7								31	5.2	47	15.7	78	8.7		
	平28	11	2.8	22	7.3	11	11.0		22	22.0					33	4.7	33	16.5	66	7.3		
	平29	17	2.8	14	7.0	11	11.0		22	22.0					31	3.9	33	16.5	64	6.4		
大阪他	平27	9	2.3	6	6.0	44	14.7						73	73.0		15	3.0	117	29.3	132	14.7	
	平28	16	3.2	6	6.0	26	13.0		23	23.0				75	75.0		22	3.7	124	31.0	146	14.6
	平29	12	2.4	6	6.0	42	14.0							77	77.0		18	3.0	119	29.8	137	13.7
和歌山	平27	4	2.0	25	6.3	45	15.0	24	24.0						29	4.8	69	17.3	98	9.8		
	平28	5	2.5	27	6.8	48	16.0	24	24.0						32	5.3	72	18.0	104	10.4		
	平29	5	2.5	19	6.3	46	16.0	21	21.0						24	4.8	69	17.3	93	10.3		
関西計	平27	366	3.4	487	6.5	309	14.3	172	24.6	166	55.3	73	73.0		843	3.8	810	20.8	1,653	6.3		
	平28	361	3.4	489	6.4	365	14.0	205	22.8	107	53.5	75	75.0		840	3.8	752	19.8	1,592	6.1		
	平29	366	3.3	406	6.3	419	13.5	205	25.6	110	55.0	77	77.0		812	3.6	811	19.3	1,623	6.1		
東京	平27	47	3.4	90	7.5	98	14.0	198	28.3	50	50.0				137	5.3	346	23.1	483	11.8		
	平28	45	3.2	92	7.1	101	12.6	188	26.9	50	50.0				137	5.1	339	21.2	476	11.1		
	平29	38	2.9	98	6.5	102	12.8	185	26.4						136	4.9	287	19.1	423	9.8		
埼玉他	平27	8	4.0	12	6.0	59	11.8			124	62.0	361	361.0		20	5.0	544	68.0	564	47.0		
	平28	4	4.0	24	6.0	60	12.0			120	60.0	352	352.0		28	5.6	532	66.5	560	43.1		
	平29	3	3.0	24	6.0	61	12.2	37	37.0	120	60.0	366	366.0		27	5.4	584	64.9	611	43.6		
関東計	平27	56	3.4	102	7.3	157	13.1	198	28.3	174	58.0	361	361.0		157	5.2	890	38.7	1,047	19.8		
	平28	49	3.3	116	6.8	161	12.4	188	26.9	170	56.7	352	352.0		165	5.2	871	36.3	1,036	18.5		
	平29	41	2.9	122	6.4	163	12.5	222	27.8	120	60.0	366	366.0		163	4.9	871	36.3	1,034	18.1		
全国計	平27	411	2.5	589	6.6	566	13.9	370	26.4	340	56.7	434	217.0	1,000		3,9	1,700	27.4	2,700	8.5		
	平28	400	2.5	606	6.5	526	13.5	393	24.6	277	56.4	427	213.5	1,005		3,9	1,623	26.2	2,628	8.3		
	平29	397	2.4	578	6.4	582	13.2	437	26.7	230	57.5	443	221.5	975		3,8	1,682	25.5	2,657	8.2		

*休業中の企業は 1～4 人の区分に含めた。

出典：平成 29 年度製革業実態調査報告書

340 人であったのが、平成 29 年度は 230 人へと 110 人、32.3%の減少となっていて、同規模の企業数も表 1 より 2 社減少している。しかしながら、20 人から 39 人の企業数が増加していることから、廃業ではなく従業員数減少による集計区分（規模別区分）の変更と推測される。

また、表 3 の年代別従業員数、2 年間比をみると、各地域ともに 50 歳以上の従業員数の比率が最も高く、平成 29 年度は全国で 1,325 人、全世代の従業員数の 49.8%を占める。一方、20 歳代は平成 28 年度の 259 人 (9.9%) から平成 29 年度は 185 人 (7.0%) へと 74 人減少、逆に 30 歳代は 469 人 (17.8%) から 497 人 (18.7%) へと 28 人増加している。平成 28 年度に 29 歳の者は、平成 28 年度は 20 歳代、平成 29 年度は 30 歳代で集計されるため、調査年度で年齢区分の変動はあるものの、総じて 20 歳代の減少が 30 歳代の増加で補われていないことから、家内工業が多いこの業界において今後の後継者問題が懸念される。

表 3 年代別従業員数、2 年間比

(単位：人)

地区	年齢 年	20歳未満		20歳代		30歳代		40歳代		50歳以上		合 計	
		平28	平29	平28	平29	平28	平29	平28	平29	平28	平29	平28	平29
松 原	従業員数	7	6	50	40	50	75	115	96	289	313	511	530
	比率(%)	1.4	1.1	9.8	7.5	9.8	14.2	22.5	18.1	56.5	59.1	100.0	100.0
養 田	従業員数	3	15	10	23	25	54	42	115	128	207	208	208
	比率(%)		1.4	7.2	4.8	11.1	12.0	26.1	20.2	55.6	61.6	100.0	100.0
沢 田	従業員数			9	5	22	25	4	6	45	43	80	79
	比率(%)			11.3	6.3	27.5	31.6	5.0	7.6	56.2	54.5	100.0	100.0
高 木	従業員数	1	3	46	26	45	52	76	83	179	181	347	345
	比率(%)	0.3	0.9	13.3	7.5	13.0	15.1	21.9	24.1	51.5	52.4	100.0	100.0
柳 巻	従業員数	1	9	9	18	29	45	52	59	76	131	131	167
	比率(%)		0.6	6.9	5.4	13.7	17.4	34.4	31.1	45.0	45.5	100.0	100.0
川 西	従業員数	4	9	6	17	15	15	13	25	26	66	66	64
	比率(%)		6.3	13.6	9.4	25.8	23.4	22.7	20.3	37.9	40.6	100.0	100.0
大 阪	従業員数	1	8	8	18	15	42	39	78	74	146	137	137
	比率(%)		0.7	5.5	5.8	12.3	10.9	28.8	28.5	53.4	54.1	100.0	100.0
和 歌 山	従業員数	2	6	8	19	16	26	23	53	44	104	93	93
	比率(%)		2.2	5.8	8.6	18.2	17.2	25.0	24.7	51.0	47.3	100.0	100.0
関 西 計	従業員数	8	20	152	112	212	252	377	394	843	885	1,592	1,623
	比率(%)	0.5	1.2	9.5	6.9	13.3	15.5	23.7	21.8	53.0	54.6	100.0	100.0
東 海 計	従業員数	1	45	24	100	76	95	96	235	227	476	423	423
	比率(%)	0.2	9.5	5.7	21.0	18.0	20.0	22.7	49.3	53.6	100.0	100.0	100.0
東 北 計	従業員数		62	49	157	169	170	180	171	213	569	611	611
	比率(%)		11.1	8.0	28.0	27.7	30.4	29.5	30.5	34.8	100.0	100.0	100.0
全 国	従業員数	1	107	73	257	245	265	276	406	440	1,036	1,034	1,034
	比率(%)	0.1	10.3	7.1	24.8	23.7	25.6	26.7	39.2	42.5	100.0	100.0	100.0
全 国	従業員数	9	20	259	185	469	497	642	630	1,325	2,628	2,657	2,657
	比率(%)	0.3	0.8	9.9	7.0	17.8	18.7	24.4	23.7	47.6	49.8	100.0	100.0

出典：平成 29 年度製革業実態調査報告書

(3)生産量および特徴

表 4 は、月産生産販売量を示している。単位が枚数となっているのは革の種類、原皮の種類（ステア、ブルなど）、同じ原皮でも個体差(1枚あたりの大きさ)があるためである。

次章で規模を国際比較するため、ここでは産地の特徴と成牛革の国内向け生産割合に触れる。

まず、関西圏と関東圏のそれぞれ特徴として、関西圏では主に牛革、それも成牛革が

表 4 革種による地域別 3 年間対比（月産生産販売）

地区 及び年	革種	成牛革		中牛革		小牛革		馬革		豚革		山羊革		羊革		牛床革	
		枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)	枚数	(%)
たつの	平 27	69,779	41.2	650	5.6	300	5.9	0	—	0	—	300	1.3	1,000	1.8	35,750	68.9
	平 28	67,916	42.3	670	5.3	310	5.6	0	—	0	—	150	0.4	150	0.5	37,600	64.3
	平 29	65,804	38.1	542	3.8	30	1.0	0	—	0	—	0	—	0	—	39,125	67.3
姫路	平 27	31,778	18.8	1,955	16.7	1,490	28.3	7,080	72.8	0	—	3,015	13.4	20	0.1	7,107	13.7
	平 28	26,973	16.8	3,734	29.2	1,450	26.4	7,513	65.7	0	—	2,800	7.8	1,600	4.8	9,356	16.0
	平 29	30,854	17.9	4,184	29.1	1,200	24.7	7,736	60.7	0	—	1,050	2.3	200	0.6	11,955	20.5
川西	平 27	7,500	4.4	200	1.7	0	—	400	4.1	0	—	0	—	3,000	5.5	1,000	1.9
	平 28	4,610	2.9	500	3.9	0	—	300	3.4	0	—	0	—	0	—	1,000	1.7
	平 29	10,985	6.4	300	2.1	0	—	150	1.2	0	—	600	1.3	600	1.8	0	—
大坂他	平 27	5,234	3.1	1,197	10.2	17	0.3	0	—	0	—	0	—	0	—	0	—
	平 28	4,545	2.8	1,043	8.2	32	0.6	0	—	0	—	0	—	0	—	50	0.1
	平 29	7,132	4.1	2,027	14.1	1,025	21.1	0	—	0	—	0	—	0	—	100	0.2
和歌山	平 27	1,927	1.1	1,867	16.0	0	—	1,000	10.3	0	—	1,299	5.8	6,077	11.1	8,000	15.5
	平 28	2,704	1.7	2,068	16.2	0	—	500	4.4	0	—	768	2.2	5,675	17.1	10,300	17.4
	平 29	2,094	1.2	2,281	15.9	0	—	339	2.7	0	—	1,245	2.8	5,616	16.9	7,000	12.0
関西計	平 27	116,218	68.6	5,869	50.2	1,807	35.5	8,480	87.2	0	—	4,614	20.5	10,097	18.5	51,857	100.0
	平 28	106,751	66.5	8,015	62.8	1,792	32.6	8,403	73.5	0	—	3,718	10.4	7,425	22.4	58,206	99.5
	平 29	116,860	67.7	9,334	65.0	2,275	46.9	8,215	64.6	0	—	2,896	6.4	6,416	19.3	58,180	100.0
関東計	平 27	53,223	31.4	5,822	49.8	3,285	64.5	1,250	12.8	74,671	100.0	17,939	79.5	44,543	81.5	0	—
	平 28	53,770	33.5	4,739	37.2	3,707	67.4	3,030	26.5	66,606	100.0	31,986	89.6	25,700	77.6	300	0.5
	平 29	55,717	32.3	5,016	35.0	2,577	53.1	4,492	35.4	65,419	100.0	42,316	93.6	26,892	80.7	0	—
全国合計	平 27	169,441	100.0	11,691	100.0	5,092	100.0	9,730	100.0	74,671	100.0	22,553	100.0	54,640	100.0	51,857	100.0
	平 28	160,521	100.0	12,754	100.0	5,499	100.0	11,433	100.0	66,606	100.0	35,704	100.0	33,125	100.0	58,506	100.0
	平 29	172,586	100.0	14,350	100.0	4,832	100.0	12,707	100.0	65,419	100.0	43,212	100.0	33,258	100.0	58,180	100.0
全国合計	平29/平28 対比	+ 7.5%	+12.5%	-11.8%		+11.1%		- 1.8%		+ 26.6%		+ 0.4%		- 0.6%			
	平29/平27 対比	+ 1.9%	+22.7%	- 4.7%		+30.6%		-12.4%		+100.5%		-39.1%		+12.2%			

出典：平成 29 年度製革業実態調査報告書

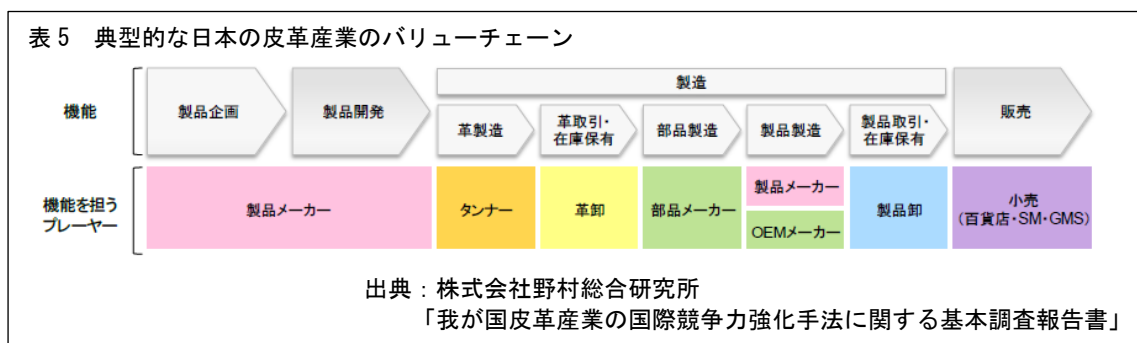
多く生産されていることに對し、関東圏では生産量で牛革には及ばないものの、豚革・羊革も多く生産されていることがあげられる。なお、平成 29 年度の成牛革国内生産量のうち、たつの市は 38.1%、姫路市が 17.9%など関西圏全体で 67.7%のシェアを有している。

成牛革の国内向け生産割合は、製革業調査報告書によると、平成 27 年度は 96.3%、平成 28 年度は 97.8%、平成 29 年度は 98.6%となっている。

(4) ビジネスモデル

一般的なバリューチェーン（企画・開発・製造・販売）は、表 5 にあるような製造（皮革製造業者および企業（以下「タンナー」という。）、卸（革、製品）、メーカー（製品、部品、OEM）、小売といったプレーヤーのそれぞれが担うことが多い。顧客ニーズの把握に長けたプレーヤーが主導権を持ち、ニーズに応える商品・サービスの開発を行うが、一般的には製品メーカーおよび小売サイドがそれを担うことが多い。各プレーヤーが連携し、一体となって企画開発をしていくメリットは、消費者に高品質な財やサービスが提供できるだけでなく、各プレーヤー間の利益配分、パワーバランスも均衡されていくことである。

一方、各プレーヤー間で十分な連携がない場合のデメリットは、それぞれが有する情報が分断され、顧客ニーズを十分に財・サービス開発へ展開できないことである。加えて、各プレーヤーが収益確保のために、分業に伴う中間マージンの圧縮圧力が高まり、結果として、そのしわ寄せが川上の産業に向けられるという悪循環を生じさせてしまうこともある。



5. イタリア国内をはじめとする海外の皮革製造業の現状

野村総研報告書では、事業所数、生産額、従業員数、賃金等の状況を分析している。特に、皮革産業が盛んなイタリアに関しては、これらの項目の時系列比較も行っている。

また、同報告書では皮革産業が盛んで高付加価値の製品販売に成功している企業が多い欧州各国と日本の比較も行っている。具体的な調査対象国は、日本、イタリア、フランス、スペイン、ドイツ、ポルトガル、イギリス、トルコの 8 カ国である。数値根拠と

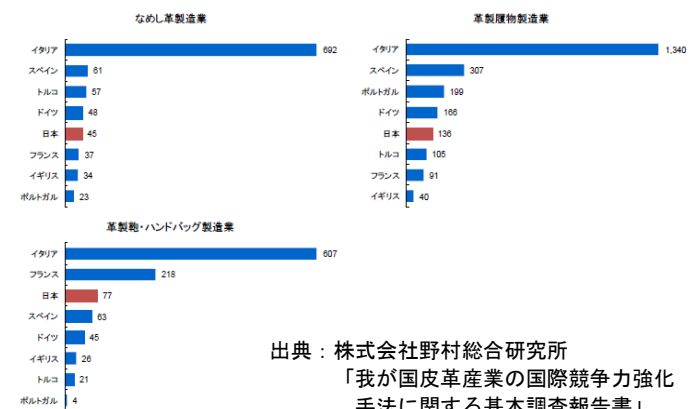
しては欧州の Euro STAT のデータをもとに分析されている。日本の統計区分（日本標準産業分類）と Euro STAT の区分は異なっているが、比較的近いと思われる区分どうしを比較している。Euro STAT はユーロ表記であるため、比較の際は 1 ユーロ＝110.92 円のレート（調査時レート）を用い、基本的には 2010 年の数値を基に比較している（2010 年の数値が取得できない場合は、2009 年の数値を使用）。

(1) 生産額・生産性および賃金

表 6 の皮革関連産業の生産額では、いずれもイタリアが突出している。なめし革製造業はイタリアが 692 億円で、日本の 45 億円の約 15.4 倍の規模である。革製履物製造業は、イタリアでは 1,340 億円で、日本の 136 億円の約 9.9 倍、革製靴・ハンドバッグ製造業は、イタリアでは 607 億円で、日本の 77 億円の約 7.9 倍の規模となっている。

表 6 各産業の生産額

(単位：億円)



次に、各産業の 1 事業所あたり生産額、従業員 1 人あたり生産額および賃金をみると表 7～表 9 のとおりであった。

表 7 の各産業の 1 事業所あたり生産額が大きい国として挙げられるのは、なめし革製造業でイギリス、革製履物製造業でドイツ、革製靴・ハンドバッグ製造業で日本である。日本は、なめし革以外は事業所が比較的大型であり、イタリアは産業生産額に比して個々の事業所の規模は小さい。

表 8 の関連産業の従業員 1 人あたり生産額は、各産業ともイタリアの生産額が大きく、なめし革製造業では日本の約 2 倍の 3,300 万円となっている。

最後に、表 9 の関連産業の従業員 1 人あたり賃金は、日本、ドイツ、フランスの賃金が高い傾向にある。日本の場合、賃金の高さが国際的なコスト競争力を阻害している可能性がある。逆に、イタリアは関連各産業で 1 人あたりの賃金が比較的低い。

表 7 各産業の 1 事業所あたり生産額

(単位：百万円)

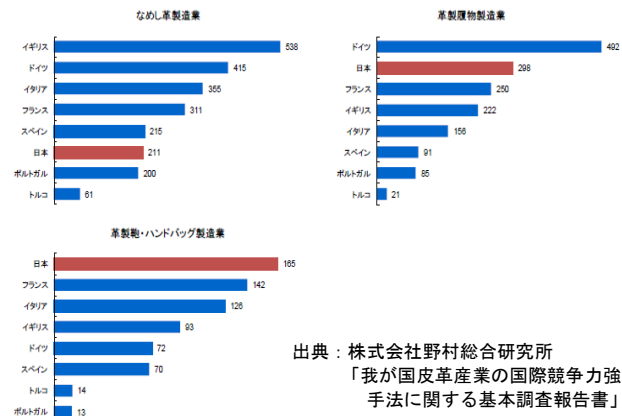


表 8 各産業の従業員 1 人あたり生産額
(単位：百万円)

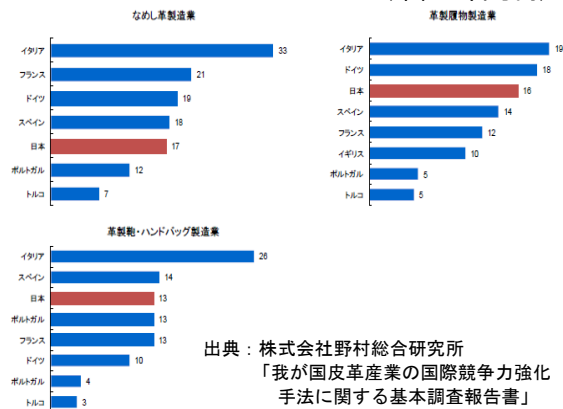
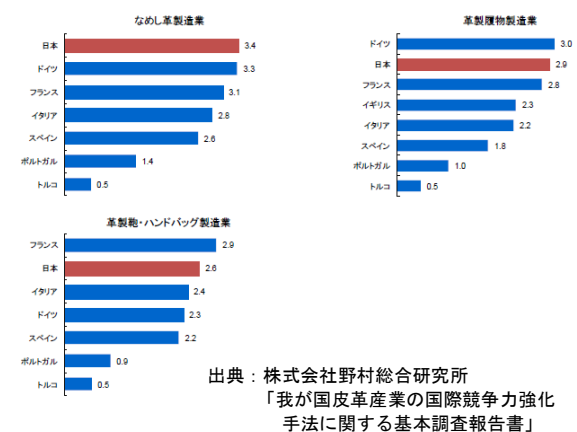


表 9 各産業の従業員 1 人あたり賃金 (百万円)



ここでもう少しイタリア国内における企業数・従業員数の状況を見てみる。表 10 はイタリアの皮革産業が盛んな 4 つの州ごとに集計されたものである。2011 年時のデータであり、調査年度は異なるものの製革業調査報告書による数値と比較すると、従業員数では日本が 2,657 人（平成 29 年度）に対し、イタリアは 18,161 人であり 15,504 人（約 6.8 倍）多い。企業数では日本が 325 社に対し、イタリアは 1,330 社であり 1,005 社（約 4.1 倍）多い。

表 6～表 9 のとおり、世界の皮革製造業界においてイタリアは多くの点でトップレベルに位置している。特に、1 事業所あたり生産額、従業員 1 人あたり生産額で優位を保っている点は特筆すべきである。

また、イタリア産業は零細企業で支えられている。従業員 1 人あたり賃金は、日本や欧州各国と比して比較的低い結果を示している。この点について、1995 年から 2008 年における関連各産業の 1 事業所あたり生産額、従業員 1 人あたり生産額および賃金の推移をみると、日本と同様にイタリアも事業所数や従業員数は減少している。しかし、生産額は横ばいか増加、1 事業所あたりの生産額、従業員 1 人あたりの生産額、そして従業員 1 人あたりの賃金のいずれも増加基調となっている。この点も特筆すべきである。

表 10 各州の皮革産業の状況 (2011 年)

	従業員	企業数	生産額 (€百万)	輸出額 (€百万)
ヴェネト州	8,559	489	2,539	1,897
トスカーナ州	5,501	567	1,306	941
カンパーニャ州	2,136	179	474	178
ロンバルディア州	1,042	50	271	274
その他の地域	923	45	290	509
合計	18,161	1,330	4,879	3,800

出所) UNIC 提供資料を基に野村総合研究所作成

出典：株式会社野村総合研究所

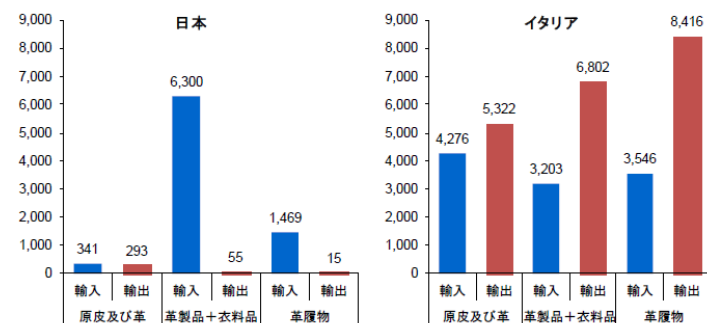
「我が国皮革産業の国際競争力強化手法に関する基本調査報告書」を抜粋

(2) 輸出入状況

では、その特筆すべき点を支えている要因は何であろうか。日本と大きく異なる点として、表 11・表 12 でみられるように「輸出」が影響しているのではないと思われる。表 11 の輸出入の総額をみると、日本はほぼ国内向けになめし革を製造している。加え

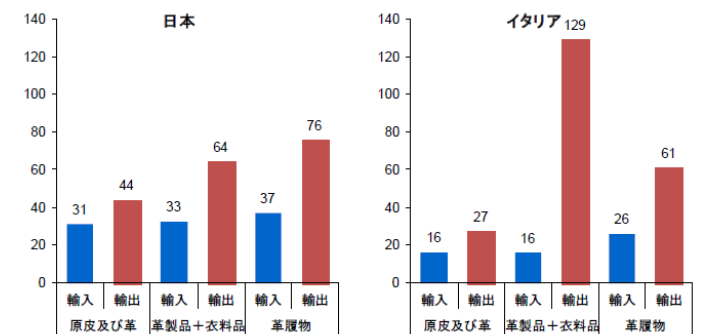
て革製品や衣料品、革履物といった「最終製品」の多くを輸入している。逆にイタリアでは、日本と生産量の規模が異なるため、棒グラフの伸びには差が出るのは当然だが、全てのカテゴリで輸出超過である。特に最終製品では、多くの外貨を獲得している。表 12 の輸出入の単価からも革製品・衣料品は高付加価値であることが分かる。革履物では日本の方が輸出単価は高いものの、欧州連合（以下「EU」という。）を中心とした市場規模や陸路輸送による輸送コストや関税などの面で日本より優位にあり、多くの外貨を獲得している。

表 11 カテゴリー別各国の輸出入の総額 (単位：百万ドル)



出典：株式会社野村総合研究所
「我が国皮革産業の国際競争力強化手法に関する基本調査報告書」

表 12 カテゴリー別各国の輸出入の単価 (単位：ドル)



出典：株式会社野村総合研究所
「我が国皮革産業の国際競争力強化手法に関する基本調査報告書」

6. 調査内容

本章では視察先 3 か所の調査結果を紹介する。なお、イタリア通貨であるユーロから日本円への換算は 1 ユーロ＝130 円で算出している。

(1) PO. TE. CO (POLO TECNOLOGICO CONCIARIO)

①概要

PO. TE. CO は 2002 年に設立された民間の研究所である。研究・分析部門は物理検査・化学検査などが行われている。物理検査の例としては、タンナーが製造したなめし革の強度・耐久試験、密度・成分検査のほか、新製法の技術支援がある。化学検査では、なめし革製造で用いる薬品の生態系への化学的な毒性試験のほか、工業排水の分析



施設内には革製造の一連の工程が行えるよう各種機械が備わっている

(排水基準に適合しているか)を行っている。依頼はタンナーだけでなく、アパレルメーカーからもあるそうだ。これらの検査は一部を除いて有料であり、日本の工業技術支援センターのイメージに近い。なお、PO. TE. CO 自体で排水処理場を有していないが、サンタクロチェ地区(※1)には 2 つの民間の前処理場(※2)がある。処理費用は 1,000 リットル当たり 8~9 ユーロで、タンナーが支払っている。

また、ピサ大学、ミラノ大学、ローマ大学、フィレンツェ大学の 4 つの大学とパートナーシップ関係にあり、この連携から世界的に認められる特許技術も生まれたそうだ。この研究所単体でも植物から抽出した成分を用いた加工や製法に関する特許を有している。そのほか、加工の段階で生まれる余分な物質(たんぱく質・コラーゲン)を使って自然に優しい・自然に分解される分子を合成し、皮革製品以外の製品(植木鉢)に作り替えたりするなど幅広く事業を展開している。

特徴的なのは、教育事業に力点を置いていることである。PO. TE. CO が教育事業を担うようになったのは国からの要請ではなく、研究機関としての機能と人材育成は切り離すことはできないという理念があるため、設立時に事業領域の 1 つとして教育部門を設けたとのことである。

②教育事業

事業の基礎的な運営には、行政や関連団体からの財政的な補助や支援は全く受けていないとのことであった。PO. TE. CO は株式会社であり、補助金の交付が受けられるのは個別の事業計画に関するものに限られ、主に EU に対して事業計画書を提出し認可を受けた上で、補助金の交付を受けている。

PO. TE. CO では多くの教育コースを設けていて、PO. TE. CO 主催の定番コースのほか、大学や企業からの依頼に基づいてカリキュラムを組むプライベートコースもある。これらの中には EU の補助金が交付されるコースもあるが、その場合は国や州といった行政機関を経由するのではなく、直接 EU に対して申請し支援を受ける。

例として、製造・流通(バイヤー)・商品販売に関するような一連のプロフェッショナルコースで参加者 12 名、受講時間が延べ 300 時間の場合、32,000 ユーロ(4,160,000 円)の補助金の交付を受け、それを財源に無償で実施した。最近では靴の製造・マーケティングといった分野を絞った形のコースも実施しており、例年、同じ内容で実施するコースは少ないとのことである。さらに、大学側からの依頼で語学コースも実施されていて、このような場合でも基本的にはアンケートを取り、何が学生にとって必要なのか、



近隣高校からのインターン生

※1：トスカーナ州の皮革製造業集積地(視察先のサンミニアート、サンタクロチェスルアーノなど 6 つの基礎自治体が含まれる)
※2：皮革産業の排水を公共下水に排出する前に一次処理する施設

必要なカリキュラムは何であるかを検討するプロセスを踏まえたうえで州に対して事業計画書を提出し、認可を受けて補助金の交付を受けている。

また、EU などからの補助金の交付を受けないプライベートコースもあり、主に失業者支援、大学生の雇用定着、現職のスキルアップ、アパレルメーカーの人材育成の観点から開催されている。アパレルメーカーからの依頼獲得のためにマーケティング（経済分野）の専門講師を組込むこともあるが、基本的にはメーカー側内での社内研修で十分な研修を受けられているので、技術面や化学面の講座を中心に開催している。

例としては、グッチがスカンディッチ（トスカーナ州フィレンツェ県にある基礎自治体）に新たな工場を設けた際に縫製職人が少なかったため、縫製技術講座を開催してほしいとのオーダーを受け、延べ 1200 時間コースのカリキュラムで実施した。受講対象は主にイタリア人であるが、国外に工場を設ける場合には外国人を受講生として受け入れる例もある。

③サンタクローチェ地区の皮革産業規模

サンタクローチェ地区では、イタリア国内で製造される皮革製品の 35%を生産していて、世界シェアは 6.7%である。ほとんどが牛革をクロムなめしで製造しており、企業数は 250 事業所、従業員数は約 6,000 人、事業所の大小はあるものの従業員規模でみると、12 人程度の事業所が多い。なお、従業員数 5 人以下の事業所は 8 事業所、100 人超は 1 事業所である。

主に靴のソール部分に使われる革を製造していて、イタリア国内で製造される靴の 98%に使用され、地区内の総売上高は 3,120 億円となっている（PO. TE. CO 調べ）。

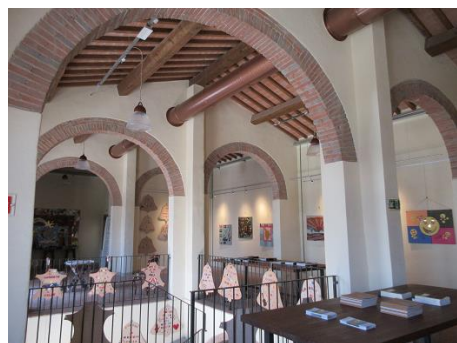
(2) イタリア植物タンニンなめし革協会

(CONSORZIO VERA Italiana Conciata al Vegetale)

①概要

イタリア植物タンニンなめし革協会（以下「なめし革協会」という。）は、トスカーナ州を拠点にしている植物タンニンなめしを行っているタンナーにより 1994 年に設立され、現在 22 社が加盟している。

植物由来のタンニンを使ったなめし製法の歴史は中世までさかのぼる。なめし革協会のミッションの 1 つに、伝統的な製法を後世に残すことがある。例えば、なめし革協会へは、クロムなめし革製造タンナーは加盟することができない。さらに、植物タンニンなめし革製造のタンナーでも、製造工程の全てをトスカーナ州



オフィスは 1875 年建築の皮革製造工場をリノベーションした歴史的建造物の中にある

(限定的に言えばサンタクロチェ地区)で行っているタンナーしか加盟できない。加えて、植物タンニンなめし革を定義する国内基準である UNI0885 よりも厳しい基準を設けており、外部の第三者機関 (ICE: イタリア皮革品質認証研究所) に検査を委託している。これらの基準をクリアし、趣旨に賛同するタンナーだけが加盟している。

伝統的な製法を後世にも残すため、近隣の小学生などに対して革の歴史や製法を教え、学校になめし革を配布してクラフト体験を実施するなど、地域の伝統産業に関する基礎的な知識や認識を醸成する活動も行っている。

なめし革協会の運営は、基本的には加盟しているタンナーからの会費とスポンサー料で賄い、PO. TE. CO と同様に個別の事業ごとに EU や州から補助金の交付を受けている。年会費は、固定費として 6,500 ユーロ (845,000 円) とタンナーの年間売上規模に応じた事業費割で構成されていて、会費とスポンサー料の割合は、ほぼ 1:1 である。スポンサー料は、主に植物タンニンを製造・販売する企業が賛助会費の形で納入しているものである。スポンサー料が得られる背景には、なめし革協会が行うプロモーション活動により、植物タンニンの需要が喚起され、スポンサー企業の売上が増加するということがあるそうだ。

また、もう 1 つのミッションが普及・啓蒙のためのプロモーション活動である。なめし革協会がタンナーに対して行う支援策は金銭的なものではなく、販売および販路拡大のために見本市などの情報の提供や啓蒙活動を行うプロモーション活動の実施のほか、なめし革協会の基準を満たした商品に付与する認定書 (ロゴ) の発行である。認定書発行事業に関しては後述する。

国内プロモーションとしてはミラノで開催されるリネアペッレ (国際皮革製品見本市) で、革細工レッスンやセミナーを行っている。国外プロモーションで近年、必ず出展しているのは東京で開催される「東京レザーフェア」である。他には、リネアペッレのロンドン版、ニューヨーク版があり、現地でセミナーやワークショップ、ファッションショー等を実施している。見本市出展に関するなめし革協会の立ち位置はコーディネート役であり、必要な情報提供や参加タンナーの調整、事務手続きを担い、タンナーがブース出展しバイヤーと交渉を行う (出展料はタンナー負担)。なめし革協会がワークショップなどを出展する場合は、ブース料・講師謝金・旅費はなめし革協会側が負担する。その際、EU、国、州から個別に事業計画を申請し補助金の交付を受けることもあるが、事業補助率は 40%~60% のものが多い。過去には国際化を目的としたプロモーションとして、総事業費 12 万ユーロのうち 6 万ユーロ (780 万円) の補助金の交付を受けたこともあるそうだ。

②トスカーナ州の植物タンニンなめし革の産業規模

植物タンニンなめし革は日本のバイヤーからも好まれ、なめし革協会による統計では、2017 年 1 月から 9 月までの日本が輸入しているタンニンなめし革の 33.5% がイタリア

産である。製造されるなめし革の 70%は国外、30%は国内に出荷していて、2016 年の加盟 22 事業所の総売上高は約 170 ミリオンユーロ（221 億円）。原皮は牛革であり、多くは靴の表革・ソールと鞆・ベルト用途である（なめし革協会調べ）。

③認定書発行事業

認定書発行事業は、イタリアの伝統製法を継続させるために、品質保護・保証とブランド価値向上を目的に始められた。登録商標されたロゴは、偽造防止技術で印刷されていて、なめし革協会と最終商品を製造または販売する企業がライセンス契約を結ぶことで発行される。契約締結からタグ交付の流れは次のとおりである。



①企業側からタグの枚数と販売するアイテム・個数・仕入先等がなめし革協会に申請され、②なめし革協会はタグの発行希望数に見合うなめし革の量などを、タンナーおよび最終商品製造事業者に対して文書で照会し、③販売しようとしている商品に用いられるなめし革が加盟タンナーのものであり、タンナーが納入したなめし革の量に対して販売商品の数量が適切であるという裏付けが取ればタグを発行する。もちろん、販売量に対して過剰なタグの申請があった場合には発行しない。発行するタグのトレーサビリティ機能は、最終商品を製造または販売する企業の固有番号を振ることで担保している。タンナー側からすると、虚偽の申告をするとブランド価値の低下を招くので、悪徳業者の片棒を担ぐ虚偽の申告はしない。事実、この事業をはじめてから、一度もタンナー側から虚偽の申告はないそうである。

しかし、イタリアのシエナで中国系の商品販売事業者が偽タグを製作し、タグ付けしていたことが発覚した。なめし革協会は事件発覚後すぐに、詐欺罪の訴えをおこし、現在、係争中である。仮にライセンス契約を締結している企業の虚偽申請・偽タグ使用が発覚すれば、以後の新たなタグの発行は行われない。違法業者の多くは個人事業主が多く、なめし革協会は商品に直接タグ付け・検品していないので、悪徳業者との「イタチごっこ」状態に発展しないかということを懸念している。

(3) TEMPESTI (タンナー)

このタンナーは 1946 年創業のトスカーナ州にあるタンナーで、審査基準が厳格ななめし革協会に加盟しており、長年にわたりルイ・ヴィトンなどヨーロッパの高級ブランドのメーカーに牛革を提供している。工場は 2 か所あり、従業員数は 30 名、全ての工程が自社工場内で行われている大規模事業者である（製造工程においては日本と大きな違いはみられなかった）。フランス、イギリス、アメリカにエージェントがおり、取引

先は多様である。海外プロモーションは過去に、なめし革協会の主導のもと東京レザーフェアに出展している。

さらに、日本国内では同社のなめし革を輸入し、日本の職人による丁寧な縫製技術で仕上げた革製商品を製造・販売する代理店が 2012 年に営業開始している。

また、日本で製造される牛革の原皮は主に北米産を使用しているが、同社ではデンマークやノルウェーの北欧産の原皮を使用している。数年前までは輸送コストの面からフランス産を使用していたが、屋外で飼育されていた牛の革のため、原皮に傷が多く、なめし革に加工したときに多い時で約 40%のロスが生じていた。北欧産も全くロスが無いわけではないが、屋内で飼育されているため原皮に傷が少なく、また、キメも細かいことから 15 年前に仕入先を変更したそうである。等級選別において A 級品は高級ブランドメーカーへ、ロスとまではいかなものの、原皮の状況（血管やキズ）により B 級品扱いとなった製品は、量販製品製造メーカーに販売している。なお、原皮に関しては契約農場から中間業者を通じて仕入れている。中間業者は原皮をストックしてタンナーに販売するのではなく、牧場側と契約してヨーロッパ中を回り、アドバイザーとして値段や仕入可能量に関する情報をタンナーに提供している。そのため、原皮輸入に関しては農場とタンナーとの直接売買の形となっている。



手前がタンニン槽、奥側にドラム 3 機



工場内革干し場では
約 2,000 枚を干すことができる

TEMPESTI の生産規模は月産 210 万平方フィート（約 195,096 m²（東京ドーム約 4.2 個分））であり、70%が輸出向けである。輸出中心となったのは、国内向け製品は競合他社が多い点、イタリア全体の革製商品の生産量のうち、国内の企業で製造されるシェアが約 30%程度で頭打ちとなっている点、同社が大規模製造業者である点から輸出に活路を見出したようだ。現在、取引国は日本のほか、フランス、ドイツ、アメリカ、韓国となっており、150 社のクライアントを有している。

この 210 万平方フィートという規模はどれくらいのものであろうか。製革業調査報告書では成牛革の国内月産量は 172,586 枚である。牛の個体差により 1 枚あたりの面積が異なるので単純な比較はできないが、1 枚あたり昔は 250 デシ、今は 200 デシがとれる。「デシ」というのは製革業で使われる単位であり、1 デシは 10cm×10cm=100 cm²のことである。一枚あたり 200 デシで m²に換算した場合、345,172 m²となり、TEMPESTI は月産比較で日本国内生産量のおよそ 6 割に相当する量を製造していることとなる。中牛革・子牛革・牛床革を含めた牛革全体で比較すると、244,968 枚であるため約 40%、馬革・

豚革等を含めた製革全体量では 406,564 枚であるため約 24%を 1 社で製造していることになる。

製品単価では、なめし革の加工方法(オイル量、スプレー塗装か染色によるものか等)により異なるが、1 m²あたり 45 ユーロから 60 ユーロ(1 デシ換算 58.5 円から 78.0 円)が取引相場であり、ルイ・ヴィトンに販売しているタンニンなめしの成牛革スモースブラックレザーで 55 ユーロ(1 デシ換算 71.5 円)、ヌメ革で 54.2 ユーロ(1 デシ換算 70.5 円)である。日本国内では卸価格ではなく販売価格で 1 デシあたり 50 円から 75 円と言われており、製品単価では大きな差があるとまではいえない状況であったが、全ての工程を自社で行っていることから、分業体制をとる日本のタンナーと比べると利益率は高いと思われる。

7. 調査先における共通ヒアリング事項

各視察先において、日本の EU 市場への参入余地やイタリアの貿易輸出額が大きい理由について聞いたところ、概ね以下のような回答であった。

日本がイタリア国内でシェアを伸ばす障壁となるのは、輸送コストと関税である。イタリア製品が EU 市場で取引される場合は陸路輸送で概ねカバーできるのに対し、日本製品が EU 市場で取引されるには空路・海路が生じ、それに伴う輸送保険代も加味するとコスト高になる。加えて、EU 加盟国はイタリア国内の消費税 22%が適用されるだけであるが、日本から輸出する場合は EU 関税(製品種類、加工方法により関税率が異なるが、染色されたクロムなめし革で 6.5%/kg (FedEx サイト WorldTariff 調べ))が上乗せとなるため、メーカーや販売業者を経由して消費者の手元に渡る時点では価格競争力が低下する。特に価格重視の量販型商品を取扱う事業者への参入は厳しい環境にある。最終製品の場合、革製靴などはその形状等により若干異なるものの、さらに高い関税率が設定されている。

調査終了後の動向として、2018 年 12 月 12 日に EU の欧州議会は、本会議で日本と EU の経済連携協定(以下「日 EU・EPA」という。)を賛成多数で承認した。日本は同月 8 日に国会承認を既に済ませており、2019 年 2 月 1 日の発効が固まった。世界の国内総生産(GDP)の合計の約 3 割、世界貿易の約 4 割を占める巨大な自由貿易経済圏が誕生する。

これにより、EU からの日本へ輸出する皮革・革製履物にかかる関税は、日 EU・EPA 発効から 11 年目または 16 年目で完全撤廃される。関税が撤廃されるまでの間は、関税割当が設定される。特に、バッグや靴など革製の最終製品を製造している企業にとっては、最大 30%かかっていた関税が引き下げられることにより、消費者がこれまでより安い価格で輸入製品を購入できることから、EU からの輸入拡大の向きが強まるため脅威となる。

逆に、日本からの EU へ輸出する際の皮革・革製履物にかかる関税は、日 EU・EPA 発行により即時撤廃となり、輸送コストはかかるものの、幾分か価格競争力を有するようになるため、輸出に関する障壁は軽減される。

また、ビジネスモデルについて、事前の調べでは、①卸業者が介在しないことが一般的であるため、タンナーとメーカーが直接取引でき、タンナー側が製品に対する提案をメーカーにできる環境（パートナー関係）があるケース、②製品メーカーが安定した素材確保ができる点からタンナーを買収するケースの 2 点について情報を得ていた。

まず①について、結論的には対等な関係にまでは至らないということであった。パートナー関係にあることで、安定した受注が得られるほか、中間マージンが生じないので利益確保、意思疎通などの面でメリットがあるように思えるが、実態としては大手メーカーからの値引き交渉に勝てず、むしろメーカーが要望する通りに仕上げないと値引き交渉材料となるため、素材提案できる環境ではない。また、納期が厳しく、バイヤーの査定も厳しい。それらに対応できないと「業者替え」のリスクがあるため、大手と組むと特に「下請け仕事」の感が否めないとの意見であった。

次に②については、イタリア国内のタンナーがメーカーを買収され、実質の子会社化となるケースはほぼ無いとのことであった。フランスの大手アパレルメーカーでは、クロコダイルやオーストリッチといった希少素材を確保するために、養殖・飼育企業を買収することはあるが、タンナーを買収することはないそうだ。メーカーが高品質の革を安定的に調達できる点やサプライチェーンの収益を独占できる点など、メーカー側のメリットが大きい一方、タンナー側としては売値をたたかれる恐れがあり買収に応じるメリットは少ないと感じられているようだ。

しかし、それ以前に TEMPESTI で「納期や製法に関してメーカーに縛られることは嫌だし、何より親から譲り受けた会社が他人に渡ることは、職人としてのプライドが許さない。それはイタリア人であれば皆、そう思うところだよ」と言われたことが印象的であった。西欧系の文化は「経済の合理性を求める」という一括りにしていたが、どこか日本の職人氣質に通じるものを感じた。

また、輸出額が大きい理由として、最終製品の製造ラインが確立していることをあげられた。「MADE IN ITALY」として販売されている靴を例にとると、なめし革をイタリアで製造し、ルーマニアへ輸出する。ルーマニアで縫製、靴に仕上げたものをイタリアは輸入する。そして、「MADE IN ITALY」のブランド価値をつけて、世界各国に輸出する。この流れにより、なめし革の輸出と革製靴の輸出という 2 つの段階で輸出額にカウントされている。商品ごとに外注先の国は変わるそうだが、靴に関してはルーマニアが一般的であるそうだ。

さて、もう 1 つのテーマである「アイデンティティの醸成」という点では、PO. TE. CO やなめし革協会の部分で一部述べたが、それぞれの視察先での意見としては、次の通りであった。

●PO. TE. CO

- ・ 高校生のインターン実習生を受け入れ、「体験」を通じて地域の文化を根付かせる
- ・ 多様な国籍の労働者を受け入れ
- ・ 民間組織がタンナーのニーズ把握・間接的な支援を通じて産業を下支え

●なめし革協会

- ・ 伝統製法を守るための組織でプロモーション活動を実施
- ・ ブランド価値の保証およびトレーサビリティを担保するための認定書発行

●TEMPESTI

- ・ 子供（次世代）に「カッコいい職業」であることを刷り込む
- ・ 子どもに伝えるべきことは職業・製品に対する「プライド」に加え、「イタリア人」であるプライド

感覚的な意見もあるが要するに、国民性として地域・家族を大切にする素地があるということだ。そこで、幼少期の学校教育で地域の文化を伝えとともに体験させ、さらに高校のカリキュラム内でインターンシップも実施する。後継者は家内工業に従事する親の姿を見て、伝統産業を継承するという使命感が自然と沸き起こり、就職する。製革業以外の職業についても、子どもの頃に刷り込まれた地域産業への誇りが、地域産業を大切にし、産業価値の衰退に歯止めをかけている。このことを視察先の方は「理屈ではなく、イタリア人のパッションがそのような流れを生んでいる」と表現していた。

8. まとめ及び提案

これまで述べてきたとおり、イタリアの皮革産業は輸出額が大きいことが特徴である。製造工程は日本と大きな違いは無く、ビジネスモデルも日本と比べて大きな相違、特徴があるとまでは言えない。

しかし、日本国内市場に目を向けると、皮革関連製品・商品に関する国内市場規模は今後、数年の間で飛躍的な伸展を遂げる期待感は薄い。現状に対して、何かしらのアクションが必要であるが、今後の課題としてプロモーション活動を強化する必要性を感じた。単に展示会などに数多く出展するというのではなく、国内における取組と海外市場への仕掛けの2点に分けて触れる。

まず、国内における取組については、鍵となるのは継続性と関係者の巻き込みにあるように思う。たつの市に限定して言えば、市内の皮革産業が集積する松原地区・誉地区・沢田地区の3地区の若手タンナーが有志によりロゴマーク委員会を立ち上げ、シンボルとなる TATSUNO LEATHER のロゴマークを製作した。製作にあたっては、地元の高校生にデザインを提案してもらった。この活動では、イベント時におけるレザークラフトの体験教室や市民向けの皮革の一般販売、近隣の小学校と連携した工場見学を実施して、地

域の子どもたちに皮革を触れてもらうことで地元の産業や企業を認知し、技術や伝統を次世代へ継承するための啓蒙を行っている。2017 年 1 月には、さらなる関連団体との連携強化を目的に「NPO 法人 TATSUNO LEATHER」が設立され、異業種企業とのコラボ事業もいくつか生まれている。また、10 年前にはあまり見られなかった最終製品の製造を行う個人事業主や企業も、僅かではあるが増えている。イタリアのアイデンティティ醸成でも触れたが、このような動きを継続させ、地域や異業種企業なども含めた多くの関係者を巻き込むことで、産業としての発展だけに留まらず、地域内での雇用増加、伝統文化のさらなる醸成も期待できる。その波がやがて、なめし革に対する認知、需要喚起へとつながり、アパレルメーカーをはじめとする国内皮革市場の拡大と発展につながるのではないだろうか。そのためにも、タンナーや地元企業、行政機関、金融機関、マスメディアなどの相互連携がより拡大できる環境づくりの重要性は高まっていくだろう。

次に海外市場への仕掛けについては、パイロット事業的な性格ではあるが「現地ショールーム開設」を提案したい。輸送コスト・関税のネックは前章で述べたところだが、この発想に至ったのは、ヒアリング時の雑談である。内容としては、「日本の EU 市場参入については運搬コストがかかることから脅威を感じるといった危機感はない。一方で品質面では日本製品の品質の高さ・欠品率の低さは認められている。日本で開催される展示会に出展したタンナーやバイヤーならこのことは理解しているが、イタリアのバイヤーでも日本のなめし革に触れたことが無い人もいるので、イタリア国内での露出機会を増せば参入のチャンスが出てくる。加えて、技術力の高さから今後有望なものとして、新素材開発が挙げられる。具体的にはウォッシュアブルレザー、防水レザー、極薄レザーのようなイタリアのタンナーがあまり製造しない製品をアパレルメーカーが採用する方針になれば、十分チャンスがある」とのことであった。前章で述べた 2019 年 2 月 1 日に日 EU・EPA 発効が固まった今、日本製品は EU 市場からの熱い視線を受け、日本の輸出産業には追い風となるだろう。逆に日本側の関税が完全撤廃されると、日本の製造メーカーがこれまで使用してきた国産革から、イタリア産革に素材を切り替える恐れもある。EU 市場はしばらくの間、動向を注視するようになると思われるが、日 EU・EPA 発効から 11 年目または 16 年目に日本の皮革関連の関税が完全撤廃されるまでの期間で、日本のタンナーが EU 市場に参入する必要性はこれまで以上に高くなった。新素材の高機能レザーについて、需要がどの程度なのか、製造上の手間、設備投資額、タンナーのプライド面など現段階では推し量ることができないが、少なくとも既存製品がイタリア産の同様の製品と品質面で比較しても評価されている点と EU 市場の開放という点から、「現地ショールーム開設」は有効と考える。

サンプル革を陳列し触れてもらうことは、PR につながるだけでなく、多くの在庫を抱えるリスクも回避できる。加えて、展示会では多数の来場者がいるため、具体的な取引条件や価格に関する交渉時間を確保しにくいことに対し、ショールームという落ち着

いた空間を設ければ、十分な商品説明機会と具体的な交渉ができる環境を整えられるほか、取引を希望するメーカーは足を運んで来ているため、営業するターゲットも鮮明になる。

また、ターゲットは高級アパレルメーカーではなく、中流アパレルメーカーが良いと考える。理由として、高級アパレルメーカーは既にバイヤーを定期的に日本に派遣している点、短納期を要求する点、そして既に明確なパワーバランスが成立している点から参入の余地は乏しいのではないだろうか。

運営に関しては、サンプル革をもとに、製品情報や商談に関する情報を仲介する役割を担うため、製革業に精通した人材と国内の各タンナーと調整できる人材が求められる。その点からいえば、ある程度、日本タンナーズ協会などが中心となり、コーディネートしていく必要が出てくるだろう。

今後、TPP による関税撤廃や日 EU・EPA 発効の動きなどから、タンナーの経営環境は変化していくことが予想される。その変化の波に乗るためには皮革業界全体で国内市場規模の拡大とともに、海外市場への販路拡大も適切にマイルストーンを定め、トライ＆エラーを繰り返して得られる最適解を地域の関係者とともに見出し、柔軟に対応していくことが重要であると感じた。

9. おわりに

末筆になりますが、今回の海外研修にあたり、事前調査・現地調査においてご協力をいただいた多くの方、研修参加にご理解をいただきました（一財）地域活性化センター、たつの市の皆様に御礼申し上げます。



【参考文献】

- ・一般社団法人日本皮革産業連合会、一般社団法人日本タンナーズ協会（共著）
「平成 29（2017）年度 製革業実態調査報告書」
- ・株式会社野村総合研究所 作成
平成 25 年度 経済産業省委託事業「我が国皮革産業の国際競争力強化手法に関する基本調査報告書（平成 26 年 3 月）」
http://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2014fy/E004197.pdf
（最終検索日：平成 30 年 6 月 17 日）

- 日本標準産業分類（平成 25 年 10 月改定）（平成 26 年 4 月 1 日施行）
http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/02toukatsu01_03000044.html#e（最終検索日：平成 30 年 6 月 17 日）
- 【PO. TE. CO について】
<https://www.polotecnologico.com/>（最終検索日：平成 30 年 11 月 1 日）
- 【イタリア植物タンニンなめし革協会について】
<http://www.pellealvegetale.it/>（最終検索日：平成 30 年 11 月 1 日）
- 【TEMPESTI について】
<http://www.tempesti.com/>（最終検索日：平成 30 年 11 月 1 日）
- 世界の関税率情報データベース「WorldTariff」
<https://ftn.fedex.com/>（最終検索日：平成 30 年 11 月 9 日）