

「安心・安全な革」への消費者の関心高い

出席者

吉村 圭司氏（日本皮革技術協会副理事長）
伊藤 達雄氏（伊藤産業(株) 取締役社長）
坂口 晃司氏（(株)ブレイズ 代表取締役）

日本エコレザラーの認定数は、世界的にも見ても多い

吉村 NPO法人日本皮革技術協会では、「日本エコレザラー」を広く市場に浸透・拡大させるプログラムを展開中で、その一環として本日お集まりいただきました。

エコな革である「エコレザラー」とは、一言でいえば「安心・安全な、環境に優しい革」ということです。日本エコレザラーの認定条件は6つありますが(上)、これは、2006年に皮革関連の国内唯一の学術団体である日本皮革技術協会が中心となつて策定したもので、2009年から日本皮革産業連合会が認定事業を行っています。日本エコレザラーは現時点で、皮革318件、製品216件の合計534件が認定登

録されています。世界的に見ても、この認定数は群を抜いて多いと言えます。

本日は、エコレザラーの開発に取り組む埼玉・草加市のタンナー、伊藤産業(株)社長の伊藤達雄氏と、東京・浅草の靴製造・卸(株)ブレイズ社長の坂口晃司氏に参加していただきました。はじめに、どういうきっかけでエコレザラーを開発しようと考えたのか、あるいは製品化しようとしたのか、その目的などからお話してください。

伊藤 当社は祖父の代からの60年に亘る社歴のタンナーで、主にドレス用の手袋メーカーに向けて、ソフトな革を提供しています。当社も日本皮革技術協会の会員だった関係から、協会が推進する日本エコレザラーをトライアルで開発することに挑戦しました。

当時から羊の原皮(ピックル皮)を輸入して加工していましたが、協会から提供された手法によってエコレザラーにすることで、風合いはどうなるのか、摩擦堅ろう性や着色に問題はないのか、などを自社内にある試験室で検査しながら、開発に取り組みました。

当初は硬かったのですが、風合いも改良でき、ソフトな手袋用に仕上げることができました。白ベースの革ができることで、染色ではクローム革よりも明るい表情の色を実現できました。

申請で大変だったのは、輸入原皮であるため、アフリカなど現地の情報も提出する必要性があったことです。原皮が作られる海外での排水・廃棄物処理などの情報が必要で、取引先の革問屋やインポート商社の協力を得ることで証明することができました。

日本エコレザラーの6つの条件

- 1 天然皮革である
- 2 発がん性染料を使用していない
- 3 有害化学物質の検査をしている
(ホルムアルデヒド、重金属、PCP、禁止アゾ染料)
- 4 臭気が基準値以下
- 5 適性に管理された工場で作られた革
(排水、廃棄物が適正に管理された工場で製造)
- 6 染色摩擦堅ろう度が基準値以上

※染色堅ろう度とは、染色された色が摩擦や使用条件にどれだけ耐えるかの指標





伊藤 達雄氏



吉村 圭司氏



坂口 晃司氏

坂口 エコレザーを意識して使い始めたのは2年ほど前からです。それまでは知らないうちに使っていました。きっかけは、靴だけでなく、バッグや洋服も含めてエコレザーを使った合同展参加のお話をいただいてから興味を持ちました。当社のようにエッジの利いたデザインを手がけるブランドにとつては、エコレザーを使うことには特別な意識は無く、ヌメ革のイメージが強すぎるし撥水性の問題などもあり使いつらく感じておりました。

しかし、見方を変えて、「え！これがエコレザー」と思われるような、逆に素敵なものにしたら良いのではと考え、意識して使うようになりました。理想は、使いたい革がたまたまエコレザーだったりすることが自然でよいのではと思っています。

地方店の顧客は、エコレザーの価値を理解している

吉村 エコレザーの浸透については、流通面でもまだ難しい面もあります。お客さんの集まる百貨店の売場を通してPRすることもひとつの手段ですが、製品を扱う小売店やエンドユーザーが、エコに対する認識や、エコレザーへのニーズをどう感じていますか？

坂口 地方の小売店さまに呼ばれて、商品についてお話をする機会があります。期間中100人強の顧客が集まってくれましたが、エコレザーについて関心を持って聞いてくれました。

環境に優しい革は、その特性ゆえに、価格が高くなってしまうことを説明すると、納得していただけます。お店のオーナー様やスタッフの方が、エコの価値をインフォメーションすれば、エコレザーを使っている商品であることに、大変意義を感じてもらえます。

地方のお店ほどそうした価値に対して素早く反応しますし、価格についてもうなずいていただけます。また、最近では海外の人気デザイナーがエコレザーを製品に取り入れている例が増えています。こうしたものに反応する若い層は、エコに対して潜在的に関心があり、情報も持っています。

風合いや摩擦堅ろう性の問題は、改善されている

吉村 エコレザーを製造する上で、あるいは製品にする過程で難しいこと、苦労する点はありますか？

坂口 製品化する上では、素材をあまりいじらないことを基本にしていま

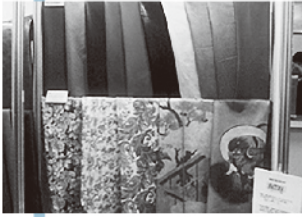
す。靴にするにしてもあまりお化粧を施さず、自然のままです。心掛けています。価格については、原価計算をはじけば高くなるものもありますが、弊社の場合、問題のない範囲内で値段設定ができます。

伊藤 風合いについては何の問題もありませんが、経時変化によって色が飛ぶとか、摩擦堅ろう性に問題がありました。こういった物性変化については、作り方の改良によって、3年前と比べると改良されてきていると思います。エコレザーはナチュラル系やパステル調の染料による色付けが多く、色が変化しやすいという面がありますが、それはだいたい改良されています。

コスト面では、エコレザー製造に必要な薬品などを国内外のものを使い分けることで、コストダウンは可能になっています。ただし、エコレザー認定のための申請に費用がかかるのが現状です。この点をもっと抑えられれば。

気に入ったデザインの商品が、エコレザーを使っていた

吉村 分析に10万円、さらに色が変われば5万円の費用が必要です。これも3分の2は日本皮革産業連合会か



伊藤産業が生産するソフトレザー。エコレザーも摩擦堅ろう性がある



グレイズが展開するエコレザーを使った靴とバッグ。エコレザーでもデザイン性は高い



ら補助されますが、素材ごと1点1点の検査は必要ですから、負担は大きいと思います。また、海外のように企業単位、工場単位で認証することはしていません。現状では有害物質が検出されるようなことはほとんどありませんが、試験・分析項目が多いため、検査には2週間から1カ月の時間が必要です。この厳密な試験・分析があるから「安心・安全」なのです。

エコレザーに対するリピート需要は増えていますか？

伊藤 革問屋を通して、同じ素材の生産を依頼されるようになってきました。現在、地元の工場や職人さんたちとエコレザーについてのアイデアを出し合っています。そこで出てきたことは、エコレザーの価値を表現できるものを作りたいということ。ユーザーにとって製品はデザインが好ましく、はき心地がいい、革のタッチ感がいい、と言うようにデザインと機能性が大事。そこにエコレザーが使われている状況が良いと考えています。

以前にファーストシューズをエコレザーで提案したことがあります。赤ちゃんが舐めても安全な商品」というのは、ユーザーに大変関心を持って

らいました。このようにエコレザーを活用すれば価値があると思います。

坂口 製品化し、リピーターになってもらうには、エコだけでは不十分です。抗菌・防水のほか、リサイクルで作った本底が全天候型でグリップ性に優れている、といったような付加価値の積み重ねが必要です。そのような商品を斬新な表現で見せることが求められています。

ナチュラルなものやエコなものなど、それだけ売り物にするのではなく、実力あるプロの作る商品としてデザイン性やクオリティの高さを追求したものを展開することで、エコレザーをアピールする方法もありますね。

提供する側の全ての人が、情熱を持って扱うべき

吉村 今後、エコレザーを広く浸透させていくには、消費者も巻き込んでPRすることが大切だと思いますが、現在行っているような講習会も、対象が製造業者だけでなく、消費者まで加え、そこでデザイナーが商品解説をしてほしいかと思えます。

伊藤 日本皮革技術協会が各地域で革の講習会を開催していますが、毎回好評で、先に草加市で開催した講習会には100人を超す方が集まりました。革の手入れや取り扱いなど革への関心は高く、エコレザーの話も興味を持ってもらい、大変好評でした。

坂口 例えば小さなお子さまのいらつしやるお母さまに向けてのPRを強化というのも、エコレザーの理解度が高まるのを期待できます。また、エコ素材にいろいろなものがありますが、革以外のエコ素材とのコラボレーションも、商品をアピールすることに効果があるのでは。日本のオーガニックコットンなども良いですね。

もう一つ、消費者以前に業界の方々の協力が必要になります。こちらが情熱を持って扱っても、流通段階においての我々の秘めたる思いを感じられないようでは、戸惑いを覚えます。

伊藤 我々がエコレザーのメリットをどんなに説明して進めても、値段だけの話になって、前に進まないことがあります。まだまだエコレザーの取り扱いには、企業によってその熱心さに温度差を感じます。