

タンナーと一緒に、使いたいエコレザーを 共同開発することで可能性を広げる

出席者

吉村 圭司氏(日本皮革技術協会副理事長)
松本 益氏(㈱マツモト常務取締役)

カラー展開のメンズカバンが、
女性需要を取り込んでいる

吉村 前月号から「日本エコレザー」
浸透・拡大のためのプログラムを本誌
で実施中です。

本日は、メンズのカバンのほか、ラン
ドセルも展開している(株)マツモトの松
本益(ますみ)常務に出席いただきま
した。バッグの素材にイタリアの植物
タンニンレザーを積極的に使われてい
ますが、現状のようなスタイルになる
までの経緯からお聞かせください。

松本 当社はランドセルのメーカー
として創業し、いまでも主力商品とし
て製造販売しています。いま、少子化
になっていますが、1990年ごろは

新入学生が120万人ほどいまし
た。

ちょうどそのころからインポートの
バッグ類も扱うようになりました。イ
タリアなどヨーロッパから有名ブラン
ドの並行輸入を行いました。当時はブ
ランドブームで市場も成長しており、
高額な輸入品が大変売れた時代でし
た。

そういったブランドも、小売店が現
地で直接買うようになり、当社は主
力のランドセルのほかに、GMSの売
場で販売される袋物やシニア向けの
革バッグへと路線を変えていきまし
た。このころになると、卸すという問
屋業ではなく、OEMで対応するメー
カー業態になっていました。

メンズカバンの開発は、私が入社し

た2006年からスタートしました。
営業に行く時、自分で持ちたいものが
自社になかったことから、PB(自社
ブランド)として開発するようになり
ました。ランドセルと一緒にメンズカ
バンも作っている、技術力の高いメー
カーとめぐり合うことができ、現在の
PB「キーファアノイ」を誕生させま
した。当時、市場に少なかった2万円
台の、買いやすい値段の革カバンとし
て売り出しました。

吉村 革のメンズカバンは黒か茶系
がほとんどで、「キーファアノイ」のよ
うな赤やネイビーといった色までそろ
えているブランドはあまり見かけませ
んが、女性の購買もあるのではないで
しょうか？



日本エコレザーの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





松本益常務

松本 働く女性が増えており、機能的なメンズカバンの中から欲しいものを選んでくれる人も増えています。ベリックタイプが多い中で、女性でも持てるカラー展開のカバンが、ブランド志向ではない女性から支持されています。6年間保証が当然のランドセルのように、しっかりとしたモノづくりとシンプルなデザイン性により多様なスタイルに合わせられるファッションカバンとして販売しています。

**魅力ある素材として
タンニンレザーを使うようになった**

吉村 御社が使用している植物タンニンレザーも、申請をすれば、日本エコレザーとしての認証を受けられ、安心・安全な環境に優しい革としてPRすることができると思います。タンニンレザーを使うようになったのは、何か狙いがあったのでしょうか？



「キーファーノイ」

吉村圭司副理事長

松本 5年ほど前からハンドルなど付属素材にイタリアの植物タンニンレザーを使っていますが、エコレザーであることを特に意識したわけではありませんでした。経年変化する革が魅力であったことと、イタリアの植物タンニンレザー協会が世界中でプロモーションしており、協会が認めるレザーであることの証明タグが付くので売りやすいと思い、使い始めました。原皮の高騰で2回ほど値上げもしましたが、いいカバンなのに価格が手ごろ、といった評価をいただきました。

ズが付きにくい、といった特徴をもつ人工皮革が9割を占めており、革離れが進んでいるのが現状です。実はエコレザーを使ったランドセルを4・5年ほど前にOEMで作ったことがありました。子供たちが使うものであり、安心・安全は大切なことであるとして、数年ほど取り組みましたが、今は休止しています。その理由のひとつは、革の色が一定ではないことでした。客注を受けてつくっても、店頭のサンプルと違っていたり、前年の色を再び展開しようにも、微妙に違っていたりということがあり、厳しいOEM基準に十分に対応できませんでした。最近の市場では24色の色展開をするランドセルが人気となるなど、色出しは人気の重要な要素になっています。

バッグ単独ではなく、ファッションやライフスタイルとしてエコを提案

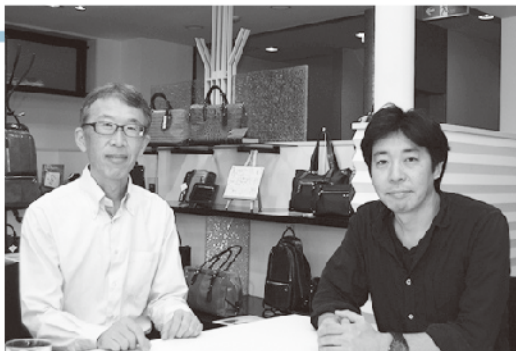
吉村 海外の有力メーカーや有名ブランドは、革の取引をするタンナーに対して、生産環境から生産過程での排水や廃棄物の処理方法まで、法令順守を求めています。わが国の場合、「日本エコレザー」に認証された革はしっかりと審査が行われ、合格したことを証明しています。

この安心・安全で環境に優しい革は、ベビー靴など子供向け商品に使われるようになっていきます。ランドセルの素材にタンニンレザーを使えば、訴求力があるのではないのでしょうか？

松本 ランドセルについては、軽い、キ

吉村 「日本エコレザー」の場合、色落ちは以前と比べたら安定してきています。耐久性についても、日本の技術は進んでおり、海外の革と比べても優れているものが増えていきます。

日本皮革技術協会が取り組む「日本エコレザー」の浸透・拡大への取り組み



「アペルティオ」



「アペルティオ」

みでは、これまでのタンナーに向けたものから、製品メーカーや卸、さらには小売や消費者にも広げていこうとしています。子供のころからエコに対する意識を持ってもらうことは重要なことだと思っています。

松本 “安心・安全”というエコの標榜は、すでにオーガニックや有機野菜では浸透しており、食べ物では有効です。次に関心が持たれているのは、オーガニックコットンのような衣料品ですね。肌優しいことが特徴として受け入れられています。

カバンやバッグなどの革製品がエコであることへの関心は、まだ低いですね。バッグは、まず洋服にコーディネートする商品として選ばれるわけで、バッグ単独で「エコ」を訴えても現状では厳しいかと思えます。エコというのは、機能として目に見えるものではないの

で、そこに工夫が要るのでしょうか。

例えばペットボトルのように、エコバッグを買うことが社会貢献につながると思えば、浸透するのではないのでしょうか。もちろん同時に、消費者にエコレザーを啓蒙することも大切でしょうね。

吉村 いまバッグ市場ではケミカルが人気で、靴でもシーズン持てばいい、といった考えで購入する若い人もいます。しかし、革製なら丁寧に使えば何年でも使えます。でもそれだけ強調しても、需要がなかなか喚起しません。機能性だけでなくシーズン性の提案も必要になってくるでしょうね。

松本 当社では、もう一つメンズバッグ「アペルティオ」を2年ほど前からPBとして展開しています。これは「キーファーノイ」のようなビジネスシーンではなく、スーツスタイルに縛られない人に向けた高感度なバッグ・革小物です。ここでもタンニンレザーを使い、経年変化のあるバッグやウオッシュ加工したソフトレザーを使っています。

これからは、タンニンレザーであること、あるいはエコレザーであること

の特徴をもっと生かした商品企画を考えていきたい。ただ、先ほどもお話したように、エコレザー使いを強調するだけでは売れない。洋服にコーディネートすることは基本で、PC機器を収納する保護材を入れた革バッグのような新たな機能性を盛り込めば、需要開拓の可能性はあるでしょう。

吉村 エコレザーのモノづくりでは、タンナーや革卸が供給する素材をそのまま使うだけでなく、「こんな商品を作ったみたいから、こんな革をつくれなにか」というように、タンナーと組んで開発することも、大切になるかと思っています。そうすればお互いにメリットがあり、無駄もなく新しいものが開発できると思います。

松本 そういう流れが出てくれば、前進しますね。

(株)マツモト概要
 代表者 松本 勝
 設立 1950年(昭和25年)3月
 本社 名古屋市中区栄2-12-12
 アーク栄白川パークビル4F
 従業員数 66人
 業績 14年5月期3300百万円
 東京本部 東京都台東区柳橋1-11-10