

# ビッグスキンのエコレザーを ジャパンクオリティの革として広める

出席者

吉村 圭司氏（日本皮革技術協会副理事長）  
西野 佳伸氏（㈱ニシノレザー社長）  
池田 正晴氏（㈱ジャルフイック）

エコレザー開発の下地があった  
墨田のビッグスキン産地

ていました。

吉村 本誌では毎号、「日本エコレザー」浸透・拡大のためのプログラムを行っています。本日はエコレザーの開発にニシノレザー社長の西野佳伸氏と、エコレザーの企画にも携わっているジャルフイックの池田正晴氏に出席いただきました。はじめに、墨田の革産業の特色や歴史をお聞かせください。

靴のライニング（裏材）用が70%、ビッグスエード（表革）が30%。ビッグスエードはファッション素材として、韓国、ヨーロッパ、アメリカの各地に相当数を輸出していました。

西野 墨田はビッグスキンの日本有数の産地で、戦前からの歴史があります。今から約20年前のピーク時には、約90社ものタンナーがありました。日本国内での豚の生産が月130万頭あり、そのうち革となるのが約110万枚。それを墨田のタンナーでなめし

日本のなめし技術は優れていて、墨田のビッグスキンは柔らかいのが特徴です。7〜8年前に約20数社あったタンナーが、排水規制がきっかけで、約10数社廃業し、現在は10数社となっています。

生産数量が減るなかで、付加価値のある革を開発することが求められ、エコレザーの開発を手掛けました。

吉村 東京都の事業で、ビッグスキンとエコレザーを組み合わせ、池田さんにアイデアをいただきながら取り組

## 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



んでいます。池田さんは墨田の革つくり、エコレザー開発をどのように見られていますか。

池田 墨田の生産地には、世界的な植物タンニンなめしが台頭したところから、ナチュラルな表現と環境に優しいというのが基調にありました。そういうものがないと時代の潮流に合った表情が作れないわけです。タンニンなめしのビッグスキンをニシノレザーさんで拝見して、東京の革のなめし技術の高さに驚きました。

メイド・イン・ジャパンの価値を  
ビッグスキンの加工技術で見せる

西野 一つの目的に向かって開発して



吉村圭司氏



池田正晴氏



西野佳伸氏

いくと、その過程で失敗しても、あるところで別の方法を発見することがよくあるのです。

たとえば、弊社では純白の革を作っています。大人用のエコレザーのホルムアルデヒド30〜40ですが、それを0にしようとするよりはじめました。でも、なかなかできない。

今度は別の方向からエコレザーを考えていた時に、ホルマリンが出ない白ができたということがあります。試行錯誤することがさまざま素材の発見につながりました。

**吉村** 技術開発をきちんとされているので、うまく進んでいるんですね。今、ニシノさんの会社で評判のよいのはどういう革ですか。

**西野** 植物タンニンの革がいいですね。手間もかけています。乾燥も昔ながらの板張りにしてみるとか。

今、食べ物でもファッションでも、メイド・イン・ジャパンというタグをつけていますね。私たちもそれを目指したいわけです。そのためにも、今までのものだけでは面白くないですね。

**池田** 加工というと、以前はフィルム加工だけでしたが、今はビッグスキンらしさにこだわらないといけないんです。たとえば、銀面をカットして生地のように効果をつくり出すとか、切るだけで柄をつくると、結果として革ならではの表情が出てきます。ビッグらしさにこだわらないと独自の価値が出せません。

ベースのタンニンをどうするか。一方で柔らかいというのがありました。が、世界でも信じられないくらい柔らかいのができます。また、真っ白な革ができるので、発色がよくなり、次元の違うカラフルさが出せます。

また、革を（水平に）割るという技術がありますから、割ったものをまた貼つてみたり、スポンジを入れてみたりというチャレンジは各社やっています。注意しないといけないのは、商品にな



ニシノレザーの工場

った時に、付加価値が出てくるかということ。革小物になったときにも付加価値が出るということを目標にしています。

**西野** ビッグスキンのヌバックは、日本ではあまり使わないのですが、海外ではスポーツシューズに相当使います。日本の靴メーカーさんは、がんばってビッグスキンのヌバックを使っていただきたいですね。安いですし、いい素材ですよ。

**安心・安全な革として、業界全体で広める姿勢が大切**

**西野** 先日、大阪梅田にある百貨店



純目の革をつくっている

の部長に、タンナーさんはもつと色を大事にしてほしい、と言われました。毎年、ファッションカラーが出てこないで新規需要が伸びないと。

私たちタンナーはいくらでも色の対応はできません。でも、製品メーカーが、ファッションカラーを企画に入れてくれないと、私たちも対応できないのです。

今年はネイビーが流行っているのに、意外と注文がこないということがあります。もつと流行色を大事にしたいだけだと思います。

**吉村** 東京レザーフェアのビッグスキンプースを見ると、各社さまざまな色を出しており、頑張っておられますね。東京都立皮革技術センターとしてもタンナーといっしょに開発していくことを大事にしています。

**池田** 香港のAPLF展で、ジャパンレザーを打ち出してしています。ここでは、漆や藍染で日本らしさを表現した革がありますが、もうひとつ、ビッグスキンも日本ら

しさを訴求する素材の一つになっています。そのためには、さらにビッグスキンの個性を発揮できるものを準備する必要がありますと思いますが、期待できますね。

**西野** ここ一、二年、レディスブランドで著名な大手バッグ企業も革を使い始めています。こうした大手企業がエコレザーをうたい、新しい素材提案をしていただけるとよいと思います。このような企業にパステルカラーを収めれば、ずいぶんエコレザーが広まると思います。

**吉村** エコレザーは価格が高い、といわれていますね。

**西野** 私のところはタンナーです。かわかりますが、クロムを使わないライニングの価格を比較すると、1割から、1割5分くらい値段が上がるだけです。

ですから、革の値段は、クロムだと10のものが12や13になるだけです。エコレザーだと倍くらい上がってしまふ。みんなが価格を乗せていくのです。そうすると、「エコレザーは高い」となって浸透しにくくなります。でも元

の値はそんなに高くないのです。

**吉村** みんなで広めていく気持ちが必要ですね。

日本エコレザーでは有害物質だけではなくて、廃棄物の適正処理や排水処理の証明まで求められています。使用する薬品も提出してもらっていますので、そういうところまで安全・安心の配慮がなされているということです。その点が優れていると思います。デザイナーさんとコラボできれば、もつとよいものが出てくると思います。

**西野** デザイナーさんに、「あれはつくれるか、これはつくれるか」と言ってもらえると、挑戦しようとする意欲が出てきます。エコレザーを広めるには、業界全体で動いていかないといいけません。タンナーだけ動いても空回りになります。みんなで踏み出していけば、もつとエコレザーの価値観が広まるのではないのでしょうか。

(株)ニシノレザー  
代表者 西野佳伸  
設立 1955年(昭和30年)  
本社 東京都墨田区東墨田3・5・3  
従業員数 10人