

日本エコレザー、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適切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



<http://japan-ecoleather.jp>

池田 洋一氏

(㈱イケテイ 代表取締役社長)

吉村 圭司氏

(NPO法人日本皮革技術協会 副理事長)

稲次 俊敬氏

(NPO法人日本皮革技術協会 副理事長)

企画・製・販の3社体制で  
信頼される国産かばんを作り続ける

自社工場を設立し、  
若い職人を育成

吉村 今月号のエコレザー座談会

には、かばん・バッグ類、小物類卸の(株)イケテイの池田洋一社長に登場いただきました。池田社長はイケテイグループの製造部門であるイケテイプロダクト(株)の社長でもあります。同グループには企画・デザイン部門の(株)イズクリエーションもあり、企画・製造・販売の3社体制で市場開拓に臨んでいます。創業は戦前ですね。

池田 卸として創業したのは1941年で、3年後に創業80周年を迎えます。生産部門の工場を設立したのは24年前の1994年でした。当時、国内のバッグメーカーが生産拠点を盛んに中国にシフト

していた頃です。職人さんの高齢化が進み、このままでは技術継承も難しくなる、と思われていた時期です。

そんな時、先代社長(現会長)の池田昌光が鞆協会で学校を設立しようと考えていましたが、実現が難しいので、若い技術者を養成することを目的に、自社工場を作ったという経緯があります。

稲次 池田会長はメイド・イン・ジパンのものづくりにこだわっていたようですね。

池田 先代が常に言っていたことは「日本で鞆作りができなくなったら、この商売はやめよう」ということで、私も常に聞いていました。自社工場を育てた職人が独立して自分で鞆作りを始める、あるいは



ハイクオリティ・ブランド「フジタカ」

他社工場に移っても構わない、業界内で活躍してくれればいいと考えていました。

すでに24年経ちましたが、最近ロンドンの方から日本のものづくりに興味があり、勉強したいという問い合わせもありました。自社工場では毎年1、2人ほど若手を採用しており、技術の継承と同時に、若手の発想で新しいものを開



吉村氏



池田氏

発することもできています。そのおかげで、90年代からの厳しい時代の中でも乗り切ることができたと思います。

### ショップに工房を設け、かばんづくりを見せる

**吉村** 工場に加えて企画・デザイン部門も設立されました。3社体制にされた意図は？

**池田** 「こんな良い品質の商品ができませんでした」といっても、消費者にはそれだけでは響かず、満足されません。企画力というソフトと、品質を裏付ける工場の技術が組み合わさった商品でない信頼されません。企画と職人が一緒にものづくりに取り組み、流通では商品に合った卸先に商品を提供するというように、3社がそれぞれに支え合うといった体制ができています。

**稲次** 最近では東京と大阪に、会社に併設してショップも設けています。大阪のショップは通りに面して工房を設け、職人の作業風景が見られるようになっていきますね。



東京・浅草にあるショップ「イケティ ヴaira」

**池田** 百貨店の平場などで展開していただけのアイテム数は、スペースの関係もあり限られます。このため、お客様からの問い合わせがあった時に対応できるショールームとしています。また、eコマ

ース(電子商取引)にも取り組んでいます。直営ショップは実際の商品を見ていただける店舗として、相乗効果になればと考え、大阪と東京の計2カ所に直営ショップを出しています。

大阪のお店には、工房を設け、交代で工場の職人が入っています。工房をガラス張りにして、外から見えるようにしたのは、将来の担い手である子供たちにもものづくりに興味を持ってもらうためです。また、工房ではショルダーベルトやハンドルの長さ調整などお直しや修理、メンテナンスなどアフターケ

アにも対応しています。今後はワークショップの開催なども考えています。

### PB「フジタカ」で世界市場を狙う

**吉村** 有ライセンスブランドを展開する一方で、「フジタカ」などプライベートブランドにも力を入れていますね。

**池田** ライセンスブランドは知名度があり、お客さまに伝わる安心感を備えています。我々としてはこうした世界各国のブランドに、学ぶことがたくさんあります。ただ、相手先ブランドであり、自分たちの考える素材やカラーを使う自由度はありません。これがプライベートブランドであれば、自分たちのアイデア、デザイナーが伝えたいもの、職人のやりたいことが表現できます。つまり、ライセンスとオリジナル両方の役割を生かしながら、ニーズに合ったものを提案していければと考えています。

**吉村** 最近の市場はカジュアル化



池田氏



稲次氏

が進んでいます。イケアイさんの商品でもそういった傾向はありますか？

**池田** ニーズの変化やライフスタイルの多様化が進んでおり、カジュアル化と並行して、ユニセックスでの用途対応も出てきています。持ち物の変化にも伴い、男性でも軽量なものやコンパクトなものを持ちたい、というように変わってきており、ポシェットやサコッシュが人気です。

また、夫婦で一つのものを共有するとか、スニーカー通勤でスニーカーやカサ、ベットボトルが収納できるスペースを備えたリュックが、ビジネスバッグとして売れています。

**吉村** 百貨店などでのプライベートブランドの評価はいかがでしょうか？

**池田** プライベートブランドのプレステージラインが「フジタカ」ですが、国内では百貨店を中心に展開していただいています。

5年ほど前からは輸出もしており、韓国の百貨店など日本以上

に広い売場で展開されていた。他には香港やシンガポールでも販売されており、この9月からは台湾のディストリビューターとも取引が始まっています。メイド・イン・ジャパンというだけでなく、外からは見えない内装まで手を抜かないなど、品質に対する安心感で喜んでいただいております。

今後の計画としては、近いうちにヨーロッパで開催される紳士雑貨の展示会に出展して、欧米の市場にも「フジタカ」を認知していただくことを考えています。

### 「より安全」な革として、日本エコレザーをアピール

**稲次** ヨーロッパ市場で販売しようとする、品質基準のチェックの有無が必ず問われます。その際、一定基準をクリアしたスタンダードな革として、「日本エコレザー」をお勧めしたいと思えます。

この革であれば、有害化学物質は基準値をクリアしたものと、一つのお墨付きになります。出展に際しては、そうした認定書を付けて出品されてはいかがでしょうか？

う。

**池田** ライセンスブランドの中に、ドイツの「ゴールドファイル」があります。このブランドを扱うについては、ドイツ国内外のタンナーなどを見て回りましたが、ドイツは特にエコレザーについては関心が高いことを実感しました。

2008年には百貨店との取り組みで「エコテックス100」の認定を受けた革を使った経験もありますが、やはりヨーロッパで商品を打ち出そうとするときは、日本エコレザー基準をクリアしたものを持つていくべきでしょうね。

**稲次** 今使っている革について、有害化学物質などの検査してもらい、特に基準項目に適合していれば「日本エコレザー」の認定が取れると思えます。

革の選定では、どういうことをポイントにしていますか？

**池田** やはり革の持つ風合いが一番重要視しています。

お客さまが売場で商品を探す際、まず、手に取って見ます。ここですぐ棚に戻される商品では売れません。最初に手にした時の感触や

風合いは大切だと思っています。

**吉村** 風合いの良い革には、やはりクロムが必要だと思います。

これまで「エコテックス100」は、鞣しにクロムを使ったものはダメでしたが、今は改正されて、クロム鞣しでも認定が取れるようになりました。「日本エコレザー」も同じです。ただし、「エコテックス100」は毎年更新が必要で、その経費も非常に高くなります。その点、「日本エコレザー」は5年間更新な

しで使えます。また、今なら各種の補助制度を利用することも可能です。

**池田** バッグは表面の見えないところで多くのパーツを使います。この全てにエコを保証できるかといった問題もあります。また、「エコレザーはいいもの」ということを言うことで、「では一般の革はダメなのか」と言われかねません。これも困った問題です。

エコレザーの打ち出し方では、

例えば「売上げの一部が環境保全のための費用に使われています」といった社会性のあるストーリーの中でアピールできればいいのですが。

**稲次** 普通に言われる「安心・安全」に加え、「より安心・安全」という表現も、エコレザーでは使えます。また、エコにこだわらず、「一定の基準（スタンダード）をクリアした革です」といったアピールもできますね。