

平成30年度

皮革製造業再編特別対策事業報告書

— 日本産革PR —

《東京レザーフェアイベント出展》

平成31年3月

一般社団法人日本タンナーズ協会

— 東京レザーフェア出展 —

目次

1. はじめに	1
2. 第98回 東京レザーフェア	2
3. 第99回 東京レザーフェア	5
4. 総括	8
5. アンケート結果	9

東京レザーフェア出展

1. はじめに

皮革製造業再編特別対策事業の日本産革の普及事業の一環として、協同組合資材連主催の東京レザーフェア（※以下、TLF）に第98回と第99回の2回出展し、平成23年度から数えて計16回の出展となった。次章から出展詳細を報告する。

東京レザーフェア（TLF）

協同組合資材連が主催し、一般消費者や業者等を対象に来シーズンの靴・バッグ・かばん用などの素材や各種材料を一堂に展示する国内最大規模の革の見本市。

開催会場は東京都立産業貿易センター台東館。

第98回は49社9団体、第99回は48社9団体が出展。

平成30年度の年間テーマは『「NEXT」 挑戦と進化』。



【東京都立産業貿易センター台東館】

2. 第98回 東京レザーフェア

1) 会場

東京都立産業貿易センター台東館4～7階
協会ブースは5階 (20㎡)

2) 日程

開催期間 平成30年5月24日 (木) ～25日 (金)

業者施工 5月22日

設営・展示物搬入、現場調整と確認作業 5月23日

開催当日 5月24日 開場9:00 閉場17:00

25日 開場9:00 閉場16:30 以後撤収作業

3) ブース展示

- ◆ ジャパン・レザー・プライド (※以下、JLP) 活動や日本革市のパネル展示に加え、産地ごとの触れる革サンプルを展示
- ◆ 今回初めて、ムービーコンテンツを設置し、来場者がタッチパネルに触れ、様々な動画を見られるように
- ◆ アンケートを実施し、回答者には景品製作事業で製作した日本産革のセーム革をプレゼント



【入口付近】



【産地ごとの革サンプル】



【ムービーコンテンツ】

①展示物

- ・ J L P活動PR動画の上映
- ・ J L P活動パネル展示
- ・ 平成29年度日本革市開催パネル展示
- ・ 日本産革のバッグ
- ・ 日本の革産地パネル展示
- ・ 産地ごとの触れる革サンプル
- ・ ムービーコンテンツ

皮革の出来るまで

靴の出来るまで

ハンドバッグ・小物の出来るまで

ベルトの出来るまで

ジャパンレザープライドブランドムービー

②配布物

- ・ セーム革 (112枚)
- ・ アンケート用紙 (112枚)
- ・ J L P タグチラシ (29枚)
- ・ タンナーズブック (35枚)
- ・ Basic Leather Issue (30枚)



【協会ブース全景】



【J L P活動のPR】



【パンフレット】



【アンケート】



【日本革市のパネル】

4) 来場者動向

T L F 全体の開催2日間での来場者数は前年同時期の開催より168人減少し、5,303名だった（第96回は5,471名）。だが、ブースが5階中央で導線が悪かったため、その数字以上に当協会のブースを訪れる来場者は例年に比べ少ないように感じられた。

1日目は終日通して人もまばらだった。2日目は当協会に訪れる来場者は1日目より多く、14:30頃に最も人が多かった。

来場者からは「年々展示物が良くなっている」という声も頂けた。また、JLPタグに関する問い合わせも数件あり、タグに関する関心は年々高まっているように感じられる。

T L F 来場者 5,303人（※主催者：協同組合資材連発表による）

（内訳）	靴・履物関係	1,369人	（25.8%）
	鞆・袋物関係	1,269人	（23.9%）
	ベルト・小物関係	415人	（7.8%）
	アパレル関係	426人	（8.0%）
	家具・インテリア関係	99人	（1.9%）
	一般・学生	768人	（14.5%）
	その他	901人	（17.0%）
	特別招待者	56人	（1.1%）

（当協会ブースでのアンケート回答者数） 112人
1日目 50人 2日目 62人



【様々なPRを実施】



【ムービーコンテンツは好評】



【革サンプルを触る来場者】

3. 第99回 東京レザーフェア

1) 会場

東京都立産業貿易センター台東館4～7階
協会ブースは4階 (20㎡)

2) 日程

開催期間 平成30年12月6日 (木) ～7日 (金)

業者施工 12月4日

設営・展示物搬入、現場調整と確認作業 12月5日

開催当日 12月6日 開場9:00 閉場17:00

7日 開場9:00 閉場16:30 以後撤収作業

3) ブース展示

- ◆ JLP活動や“革きゅん” Webサイト、触れる革サンプル (加工方法による分類) などのPR展示
- ◆ 初の試みとして、工場体験VRの実施
工場内で1枚の革が出来上がるまでの工程を、360° 見渡せる臨場感ある映像が大好評
- ◆ “皮が革になるまでの物語” (動画) の上映



【入口付近】



ゴーグルを着用

「工場体験VR」

①展示物

- ・ J L P活動PR動画の上映
- ・ “皮が革になるまでの物語”（動画）の上映
- ・ J L P活動パネル展示
- ・ 日本産革のバッグ
- ・ “革きゅん” Webサイトパネル展示
- ・ Make One Leather 工場体験VR
- ・ Make One Leather 革サンプル
- ・ 革サンプル（加工方法による分類）



【協会ブース全景】

②配布物

- ・ セーム革（151枚）
- ・ アンケート用紙（151枚）
- ・ J L Pタグチラシ（84枚）
- ・ タンナーズブック（109枚）



【革サンプル】



【皮が革になるまでの物語】



【アンケート】

タブレットを用意



【“革きゅん”のパネル】

4) 来場者動向

T L F 全体の開催2日間での来場者数は前年同時期の開催より202人増加し、6,016名だった（第97回は5,814名）。ブースが4階エレベーター前の入ってすぐの好位置だったことに加え、初めて実施したVR動画、タブレットなどを用いたアンケート、“皮が革になるまでの物語”（動画）が非常に好評で、これまで以上の盛況ぶりだった。

1日目、2日目共に来場者が多く、時間帯によっては人が溢れることもあった。VR動画は順番待ちになることもあり、2日目の終了時間ギリギリまで人が絶えなかった。



【多くの来場者が当協会ブースに】



【“皮が革になるまでの物語”は簡単に製革工程を紹介】

T L F 来場者 6,016人（※主催者：協同組合資材連発表による）

(内訳)	靴・履物関係	1,514人	(25.1%)
	鞆・袋物関係	1,492人	(24.8%)
	ベルト・小物関係	535人	(8.9%)
	アパレル関係	453人	(7.5%)
	家具・インテリア関係	130人	(2.2%)
	一般・学生	837人	(13.9%)
	その他	1,003人	(16.7%)
	特別招待者	52人	(0.9%)

(当協会ブースでのアンケート回答者数) 151人
1日目 57人 2日目 94人

【アンケートは携帯にも対応《QRコード》】



【VRは女性にも大人気、順番待ちも!!】

4. 総括

平成30年度は、平成30年5月（第98回）平成30年12月（第99回）の2回出展し、累計で16回の出展となった。

第98回は、5階中央という人目につきにくい場所だったこともあり苦戦した。その中でもタッチパネルを活用したムービーコンテンツなど当協会のPRに積極的に努めた。

第99回は、4階エレベーター前と場所に恵まれ、新たな試みにも多く挑戦した。VR動画は予想以上に希望される方も多く、順番待ちの列ができる場面もあった。また、“皮が革になるまでの物語”（動画）は、Webサイト公開前のテストとして、東京レザーフェアで先行上映し、見た方から生の声を頂けた。アンケートもタブレットで回答したり、自身の携帯からQRコードで読み取り回答できるようにし、当協会ブースには2日間を通し、非常に多くの方が来場された。アンケート結果から、回答者の男女比が第98回には約8：2だったのが、第99回は5：5と、女性の方に多く来て頂けたことが分かる。この結果からも、VR動画やタブレットなどを活用した今回の施策は非常に女性と相性が良かったことが分かる。

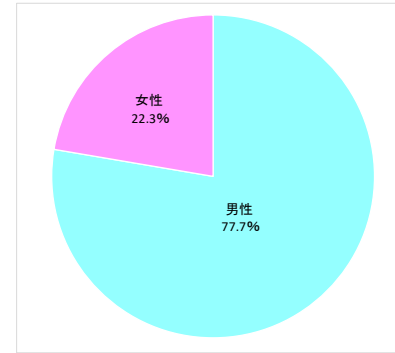
このように、東京レザーフェアへの出展は、当協会事業活動のPRに加えて、新たな試みにも挑戦していくテストスペースとしても非常に有用であると感じている。出展する中で課題も見つかったので、引き続き、より良いモノへと改良していきたい。

5. アンケート結果

第98回

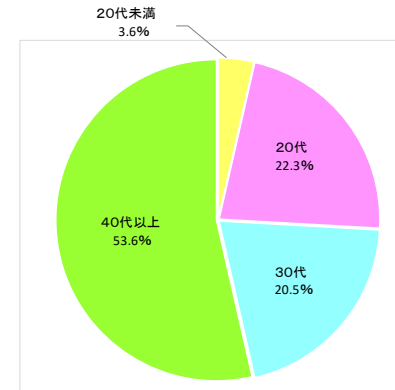
Q1. 性別

	回答数	比率
男性	87	77.7%
女性	25	22.3%
計	112	100.0%



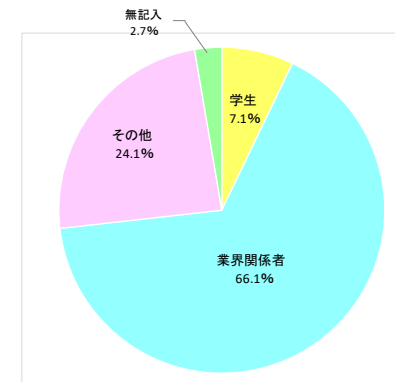
Q2. 年齢

	回答数	比率
20代未満	4	3.6%
20代	25	22.3%
30代	23	20.5%
40代以上	60	53.6%
計	112	100.0%



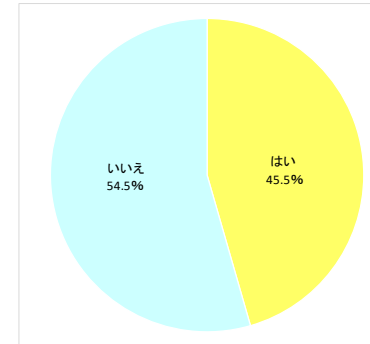
Q3. 職業

	回答数	比率
学生	8	7.1%
業界関係者	74	66.1%
その他	27	24.1%
内訳 教員	2	
公務員	3	
会社員	2	
自営	1	
出版	4	
マスコミ	1	
PR	1	
写真・企画	1	
オーディオ製品企画	1	
コンサル	1	
金融機関	2	
無記入	3	2.7%
計	112	100.0%



Q4. 日本産の革と分かる右のタグを店頭で見かけたことがありますか？

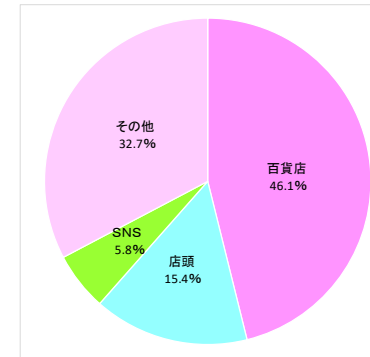
	回答数	比率
はい	51	45.5%
いいえ	61	54.5%
計	112	100.0%



Q5. (見かけたことのある方は)どこで見かけましたか？

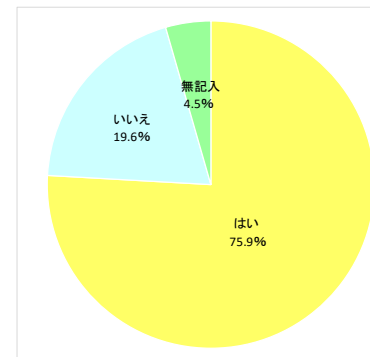
	回答数	比率
百貨店	24	46.1%
内訳 日本革市	2	
阪急	2	
伊勢丹	1	
大和	1	
店頭	8	15.4%
内訳 イトヨーカドー	1	
SNS	3	5.8%
内訳 インターネット	1	
その他	17	32.7%
内訳 TLF	2	
展示会	1	
タンナー	1	
自社	2	
たつの市	1	
本	1	
野球グローブ	2	
計	52	100.0%

※複数回答可



Q6. このタグがあれば購入したいと思いますか？

	回答数	比率
はい	85	75.9%
いいえ	22	19.6%
無記入	5	4.5%
計	112	100.0%



[ご意見、ご感想]

タンナーズ協会、日本革市の最新情報が知りたいです。SNSなどやっていただけると嬉しいです。

一般の方にもなめし方の違いや、皮革の質の見分け方が容易になれば良いと思います。

改めて皮から革になる大変さを知りました。それと共に革のありがたみに気付かされました。

次世代を担うタンナーさん達が、新たに始めているプロジェクト等あるのか気になりました。

今まで、このタグについて気がつきませんでした。

知りませんでした。

色々勉強になりました。

もっと全国に広げて、認知させてほしい。

JLPMービーがすばらしい。よくできている。

店頭でまだ見ていない。集客力のある所でぜひ行って頂きたい。

革の産地よりも、使い心地を重視したいから、最大の購入動機にはならない。でもこのタグを見ると少し安心はすると思う。

和歌山産地について知りたかったので、知識が深まって良かったです。

もっとタグが普及して欲しいと思いました。

タグのありなしでは判断せず、物を見て判断します。

このJLPタグでは、日本の革であるということが伝わりにくい。

もっとデパート、お店などでタグを見かけたいです!!

革も、内容により、名称含め、区別してゆくべき。

姫路白なめしの業者の方にお話をうかがったりして、日本にも革の文化が昔からあったのだと知り、興味がわきました。

よい革を作ってください。

印籠みたいなカッコいいデザインだと思います。

どんどん普及して下さい。

革と合皮の違いを明確にし、本物感をアピール出来たらと思う。そして、このマークが広く認知されるようになればと願う。

カッコいいデザインだと思いますが、もう少しタグがわかりやすい方がいいかもしれません。

タグはだれのために有るのか？タグがあることについてのメリット。デザイン的にもわかりにくい。

タグがもっと広まれば!

もっとこのタグが普及して欲しいと思います!

本物の良さを感じています。

タグがさらに広まれば良いと思う。

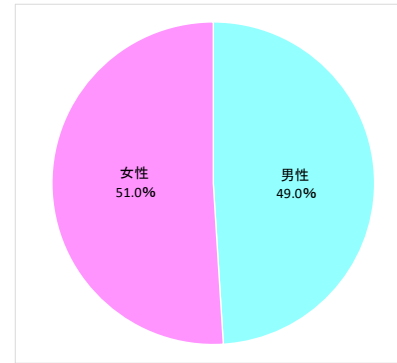
もっと大々的に謳って、ブランド化していくことができるものだと思っています。

5. アンケート結果

第99回

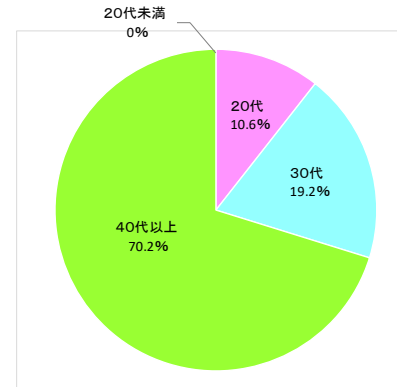
Q1. 性別

	回答数	比率
男性	74	49.0%
女性	77	51.0%
計	151	100.0%



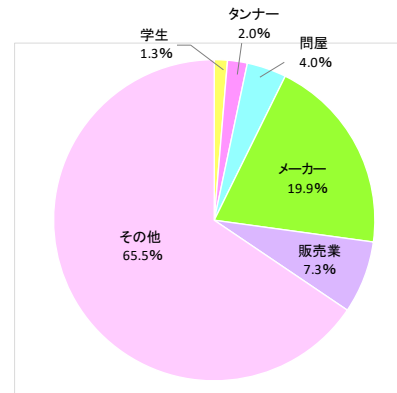
Q2. 年齢

	回答数	比率
20代未満	0	0.0%
20代	16	10.6%
30代	29	19.2%
40代以上	106	70.2%
計	151	100.0%



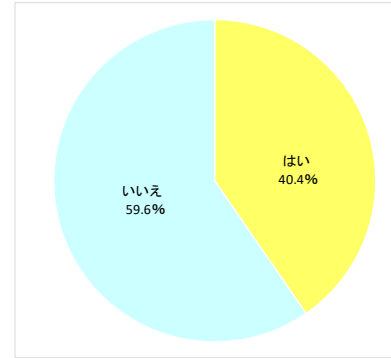
Q3. 職業

	回答数	比率
学生	2	1.3%
タンナー	3	2.0%
問屋	6	4.0%
メーカー	30	19.9%
販売業	11	7.3%
その他	99	65.5%
計	151	100.0%



Q4. 日本産の革と分かる右のタグを店頭で見かけたことがありますか？

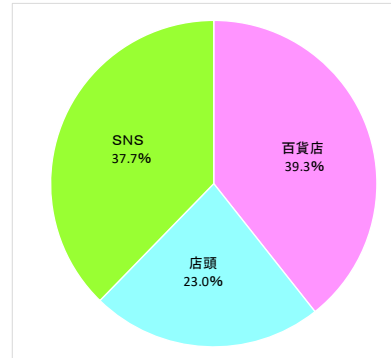
	回答数	比率
はい	61	40.4%
いいえ	90	59.6%
計	151	100.0%



Q5. (見かけたことのある方は)どこで見かけましたか？

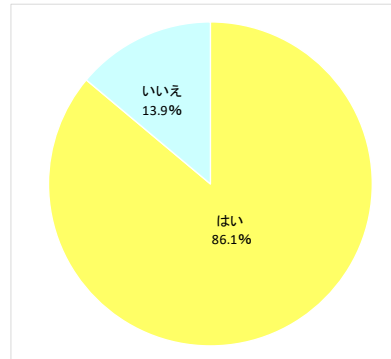
	回答数	比率
百貨店	24	39.3%
内訳 阪急うめだ本店	4	
うすい百貨店	1	
新潟伊勢丹	1	
鶴屋百貨店	1	
伊勢丹	1	
高島屋日本橋	1	
山陽百貨店	1	
店頭	14	23.0%
SNS	23	37.7%
計	61	100.0%

※複数回答可



Q6. このタグがあれば購入したいと思いますか？

	回答数	比率
はい	130	86.1%
いいえ	21	13.9%
計	151	100.0%



[ご意見、ご感想]

安心。

良いと思います。

デザインが秀逸です。

高級感がある。

語れるモノになるので良い。ただ、タグを使用出来る商品に限られている方が良い。内地モノだけなど。

綺麗。

認知度をもっと高めたい。

日本製というのが分かりやすくていい。

もう少し手軽に申請出来ると良いと思います。

シンプルでカッコ良い。

とても面白い動画だったので知り合いにも勧めたい。YouTubeなど360動画を配信できる仕組みがあるので配信して欲しい。

美しいデザインです。

格好いい。

信用します。

本物の証の感じがする。

高級感ある。

高級そうに見える。

革らしいと思います。

可愛いです。

安心保証があります。

もっと印象的にしては？

黒がかっこいいが、革らしさが足りないかな、、、。

良いデザインだとおもう。

匠精神が垣間見れる。

日本製の皮革製品を選んで購入したいと思います！

デザインがステキです。

洪い。

見た目が良いと思う。

Q7. “革きゅん”のどのコンテンツに興味がありますか？

	回答数	比率
革ガール	44	25.7%
シューシャイナー	19	11.1%
スタイリスト	39	22.8%
レジェンド	48	28.1%
Leather Working Girl	21	12.3%
計	171	100.0%

※複数回答可

