

---

一般社団法人 日本タンナーズ協会 御中

**令和 5 年度**  
**特別対策自主事業(百貨店等連携委託業務)**  
**－ 報告書・ダイジェスト版 －**

令和 6 年 3 月

株式会社 クリーク・アンド・リバー社

---

## 1. 事業の目的

製革業界は、中小零細企業からなる業界であり、経営基盤は極めて脆弱で厳しい経営環境が続いている。それを打開するために、業界の振興・発展を目的とする特別対策自主事業百貨店等連携委託業務を行う。

## 2. 令和5年度事業の概要

令和5年度においては、以下の事業を基軸に、日本産革のPR及び普及活動を行った。

### 2.1. 全国百貨店等とのコラボイベント事業

#### 2.1.1. 全国百貨店等での「日本革市」開催

「全国の百貨店等とのコラボイベント事業」(以下『百貨店等連携事業』と呼ぶ)においては、うすい百貨店(福島県郡山市中町13番1号:店舗面積31,500m<sup>2</sup>)、仙台三越(宮城県仙台市青葉区一番町4-8-15:店舗面積33,820m<sup>2</sup>)、高松三越(香川県高松市内町7-1:店舗面積27,529m<sup>2</sup>)、福屋広島駅前店(広島県広島市南区松原町9-1:店舗面積40,825m<sup>2</sup>)、LACHIC(愛知県名古屋市中区栄3丁目6-1:店舗面積29,000m<sup>2</sup>)、静岡伊勢丹(静岡県静岡市葵区呉服町1-7:店舗面積22,968m<sup>2</sup>)、新潟伊勢丹(新潟県新潟市中央区八千代1-6-1:店舗面積24,348m<sup>2</sup>)、小倉井筒屋(福岡県北九州市小倉北区船場町1-1:店舗面積55,897m<sup>2</sup>)、鶴屋百貨店(熊本県熊本市中央区手取本町6番1号:店舗面積68,022m<sup>2</sup>)、の9か所で実施した。

開催期間は以下の通りである。

百貨店	開催期間
うすい百貨店	令和5年5月31日(水)～6月12日(月)(13日間)
仙台三越	令和5年6月13日(火)～6月19日(月)(7日間)
高松三越	令和5年8月23日(水)～8月28日(月)(6日間)
福屋広島駅前店	令和5年9月7日(木)～9月20日(水)(14日間)
LACHIC	令和5年10月11日(水)～10月17日(火)(7日間)
静岡伊勢丹	令和5年10月25日(水)～10月30日(月)(6日間)
新潟伊勢丹	令和5年11月8日(水)～11月13日(月)(6日間)
小倉井筒屋	令和5年11月15日(水)～11月26日(日)(12日間)
鶴屋百貨店	令和5年11月29日(水)～12月5日(火)(7日間)

### 2.1.2. PR 展示

令和4年度同様に日本産革の魅力を伝えるために「日本革市」会場内に装飾展示物を設置し、一般消費者・来場者に日本産革の魅力をダイレクトに訴求した。

#### (1) 「革三大産地」「革の加工技術」「鞆のパーツ」展示



#### (2) 「展示品と革素材のコラボ」展示



#### (3) デジタルサイネージ



#### (4) 「革三大産地」ロールアップバナー



### 3. 事業結果

#### 3.1. 全国百貨店等とのコラボイベント事業

##### 3.1.1. うすい百貨店とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年5月31日(水)～6月12日(月)13日間

開催場所 : 1階中央ホール、Louis Vuitton 前 (24.26 坪)

来場者数 : 10,884 人

出展社名 : 【前半5社】 エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、有限会社 清川商店、株式会社 chi.wata、株式会社 パーリィー

【後半5社】 合同会社 エイチ、筒井株式会社、有限会社 中澤、株式会社 ハートビート、株式会社 三竹産業

(計10社)

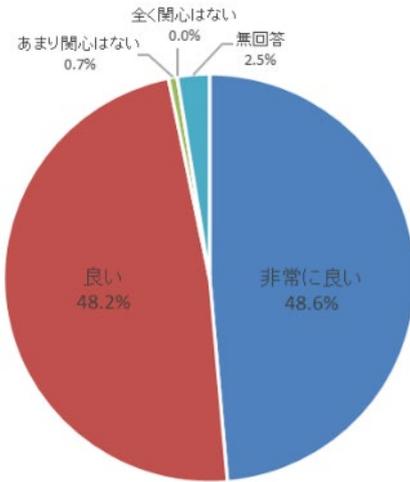
タンナー名: イサム製革、株式会社 小笠原染革所、株式会社 金俊、株式会社 金田製革所、株式会社 キタヤ、キモト・レザーワークス株式会社、株式会社 山陽、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会社、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、有限会社 中嶋義浩製革所、西村産業、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松真化製工業、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、湯浅皮革工業所 (計19社)



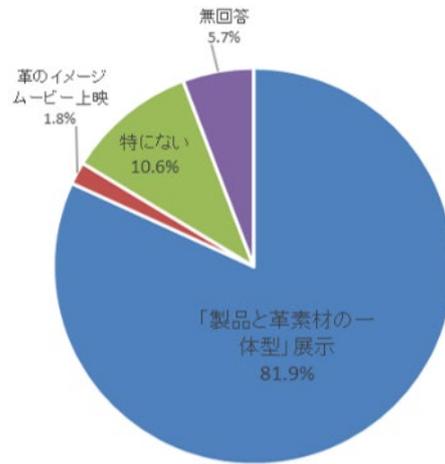
会場風景

アンケート結果 (n=436)

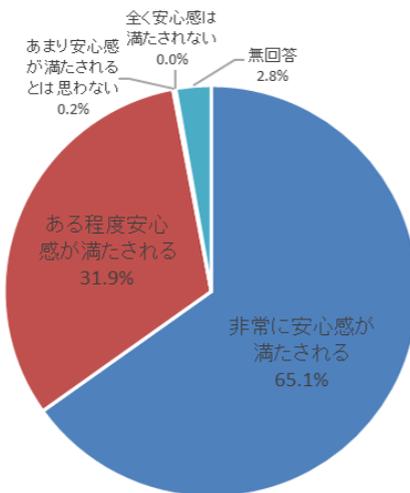
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。



■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 毎年革市を楽しみにしています。頑張ってください。(60代 女性)
- ・ 革素材と一緒に展示がとても良かった。(60代 女性)
- ・ 良質な革を使って製作されているので安心です。(60代 女性)
- ・ 何度かうすいで開催されている時は見に来ています。普段なかなか触れることのない素材も見られるので毎回楽しみにしています。(50代 女性)
- ・ 年2回位あっても良いと思います。(60代 女性)
- ・ 丁寧な対応で安心できました。ありがとうございました。(30代 女性)

### 3.1.2. 仙台三越とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年6月13日(火)～6月19日(月)7日間

開催場所 : 7階催物会場(80坪)

来場者数 : 9,984人

出展社名 : 合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、株式会社 きくひろ、有限会社 清川商店、有限会社 中澤、藤原化工株式会社、株式会社 三竹産業(計8社)

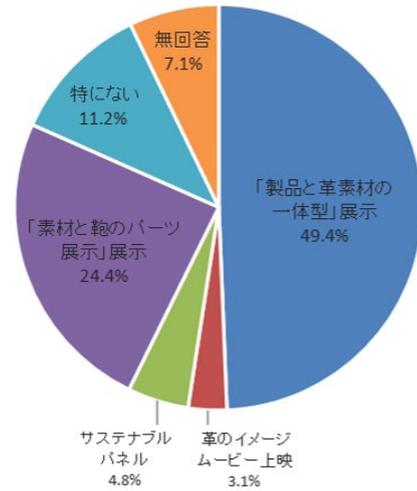
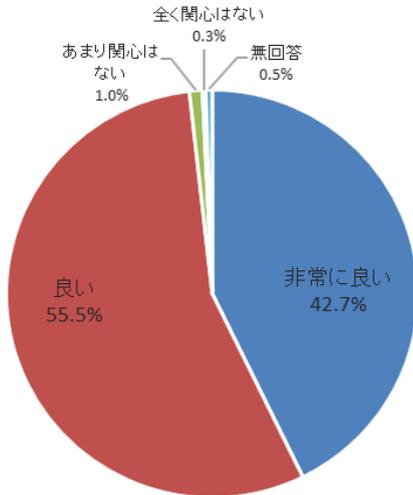
タンナー名 : イサム製革、有限会社 大星産業、株式会社 小笠原染革所、株式会社 金俊、株式会社 金田製革所、株式会社 キタヤ、キモト・レザーワークス株式会社、協伸株式会社、株式会社 太閤染革、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、西村産業、橋本仁製革所、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松真化製工業、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所(計20社)



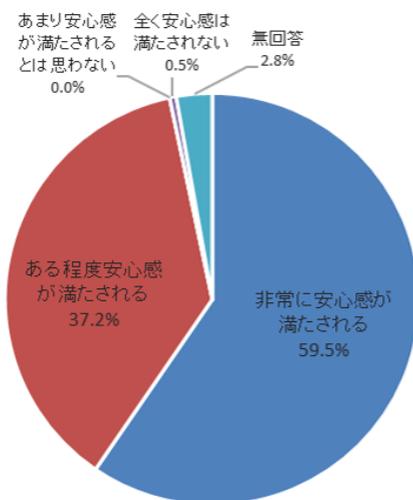
会場風景

アンケート結果 (n=393)

- 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。 ■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



- 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答 (一部抜粋)

- ・ もう少し大規模でも良かったです。(40代 男性)
- ・ 久しぶりの開催で楽しみにしてきました。(50代 女性)
- ・ 定期的に開催してほしい。(50代 男性)
- ・ Webサイトをこれからチェックします。ありがとうございました。(60代 男性)
- ・ サステナブルなことを知りました。(60代 女性)
- ・ 作り手の方の想いを聞いて良かった。(40代 女性)
- ・ 良質の素材と優れた技術にいつも感心させられます。(60代 女性)

### 3.1.3. 高松三越とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年8月23日(水)～8月28日(月)6日間

開催場所 : 新館5階催物会場(135坪)

来場者数 : 3,204人

出展社名 : 有限会社 アトリエフォルマーレ、合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、有限会社 清川商店、株式会社 chi.wata、筒井株式会社、株式会社 ハートビート、株式会社 パーリィー、株式会社 ふく江、藤原化工株式会社、株式会社 三竹産業、株式会社 リーブス(計13社)

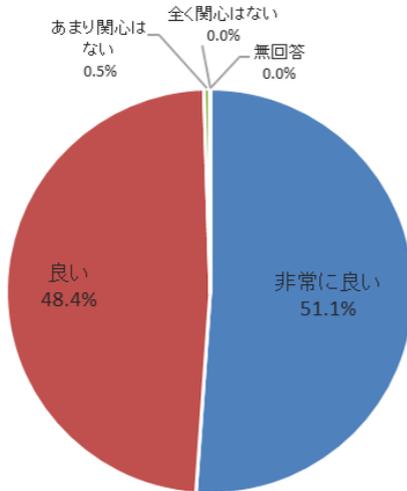
タンナー名 : ASAO 山本、イサム製革、石井商会、株式会社 インペックス、有限会社 大星産業、株式会社 小笠原染革所、株式会社 金田製革所、株式会社 金俊、キモト・レザーワークス株式会社、株式会社 山陽、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会社、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、有限会社 中嶋義浩製革所、西村産業、株式会社 ニッタ、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松真化製工業、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所、吉川皮革工業所(計25社)



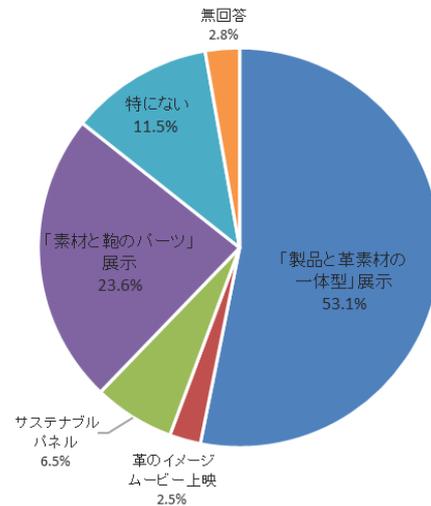
会場風景

アンケート結果 (n=399)

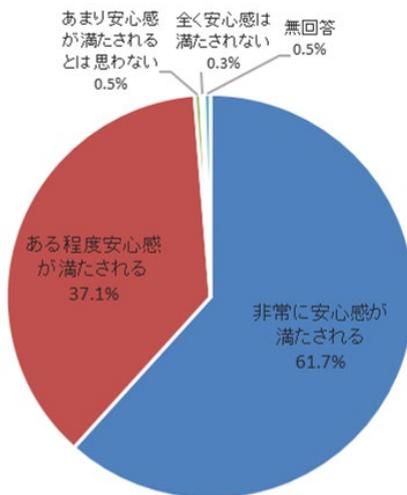
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。



■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 入場して目の前にある展示に関心を持ちました。とても美しい展示品が多く素敵だなと思いました。また機会がありましたら立ち寄りたいです。(20代 男性)
- ・ 毎年楽しみにしていますので続けて下さい。(50代 女性)
- ・ 日本産の素材の良さを再認識させられました。(50代 女性)
- ・ 革は硬くて重いというイメージでしたが、実際手に取ってみると軽くて軟らかいものもあり驚きでした。(60代 女性)
- ・ スタッフの方が丁寧で良かった。色がいろいろあって良かった。(50代 女性)

### 3.1.4. 福屋広島駅前店とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年9月7日(木)～9月20日(水) 14日間

開催場所 : 1階吹き抜け広場(68坪)

来場者数 : 17,638人

出展社名 : 【前半8社】 有限会社 アトリエフォルマーレ、合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、株式会社 chi.wata、有限会社 中澤、株式会社 ハートビート、株式会社 三竹産業

【後半8社】 株式会社 猪瀬、株式会社 印傳屋上原勇七、合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 Spica Products、株式会社 DIECI-LABO、株式会社 ふく江、藤原化工株式会社  
(計16社)

タンナー名 : ASAO 山本、イサム製革、石井商会、伊藤産業株式会社、大圓製革産業、株式会社 小笠原染革所、株式会社 金俊、株式会社 キタヤ、協伸株式会社、有限会社 コンツェリア多田、島田製革工業所、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会社、大喜皮革株式会社、有限会社 大星産業、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、株式会社 ニッタ、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松岡皮革、株式会社 マルヒラ、宮内産業株式会社、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所(計26社)

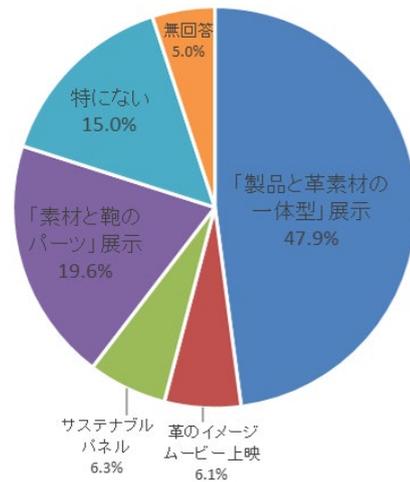
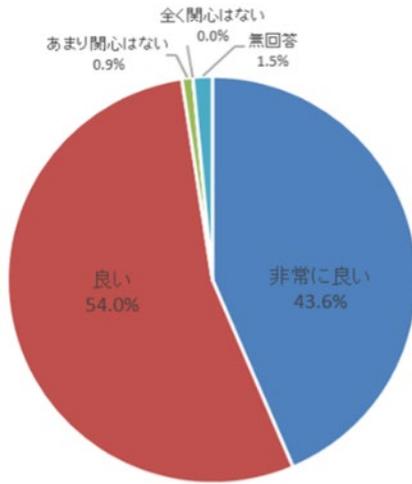


会場風景

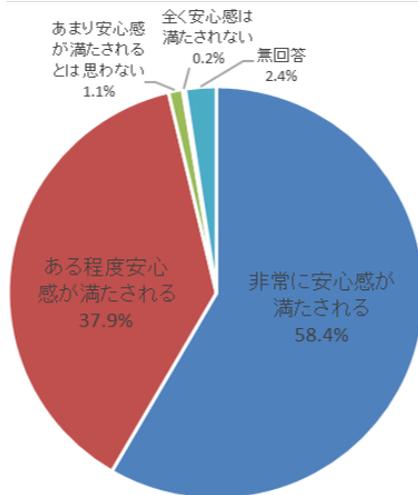
アンケート結果 (n=459)

■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。

■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 開催の回数が増えたらよい。(50代 女性)
- ・ 革の産地の紹介が知らない事だったので面白いと思った。(50代 女性)
- ・ 色々な産地の革にそれぞれ良い所があってすごいと思った。(20代 男性)
- ・ 手に持って重さや素材の良さがわかって良かった。(50代 女性)
- ・ 革の風合いが心地良かった。(50代 女性)
- ・ 革について色々説明していただいたためになった。(50代 女性)
- ・ 説明が丁寧。親切でした。(20代 女性)

### 3.1.5. LACHIC とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年10月11日(水)～10月17日(火)7日間

開催場所 : ラシックパサージュ(47.7坪)

来場者数 : 49,980人

出展社名 : エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、株式会社 chi.wata、  
筒井株式会社、藤原化工株式会社、株式会社 リーブス(計6社)

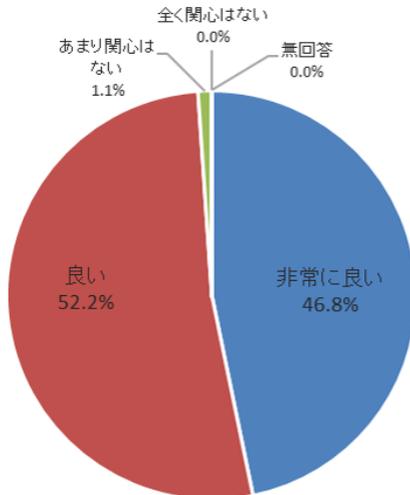
タンナー名 : イサム製革、株式会社 インペックス、大圓製革産業、株式会社 小笠原染革所、  
墨田革漉工業株式会社、有限会社 大星産業、有限会社 中嶋義浩製革所、株式  
会社 藤岡勇吉本店、株式会社 マルヒラ、森本商店、株式会社 モリヨシ、株  
式会社 ヤマクニ(計12社)



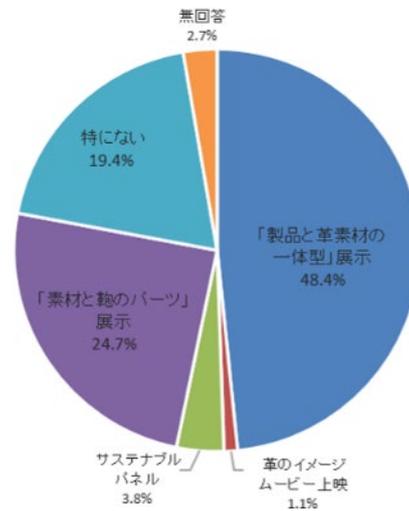
会場風景

アンケート結果 (n=186)

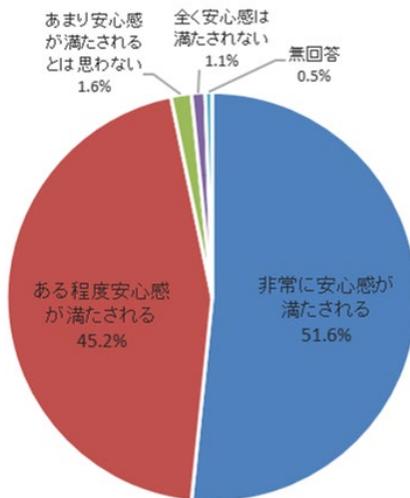
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。



■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 定期的に今後もやってほしい。(40代 男性)
- ・ 革素材の柔らかさが気に入りました。(20代 女性)
- ・ 革ごとの特徴がおもしろかった。(30代 女性)
- ・ 革といってもいろいろな素材、風合いのものがあって良かったです。(40代 女性)
- ・ 様々な展示品を見たり、触れたりできるので実際に使った時のイメージがしやすく良いなと思いました。(20代 女性)
- ・ 素材や産地の説明を丁寧にいただきより革製品に興味を持ちました。(30代 男性)

### 3.1.6. 静岡伊勢丹とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年10月25日(水)～10月30日(月)6日間

開催場所 : 8階プロモーションスペース1・2(61坪)

来場者数 : 12,402人

出展社名 : 合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 Spica Products、株式会社 chi.wata、有限会社 中澤、株式会社 パーリィー、藤原化工株式会社、株式会社 三竹産業(計8社)

タンナー名 : イサム製革、株式会社 小笠原染革所、株式会社 キタヤ、株式会社 山陽、墨田革漉工業株式会社、大喜皮革株式会社、有限会社 大星産業、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、株式会社 ニッタ、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所(計16社)

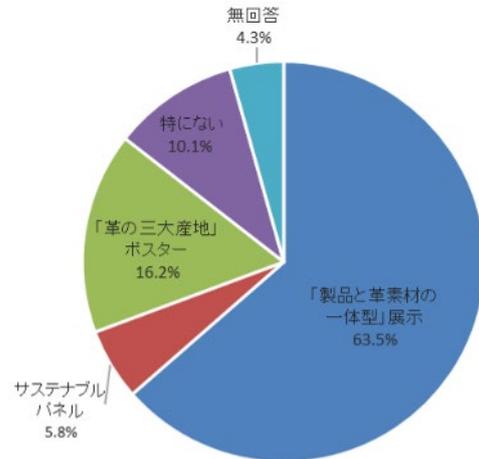
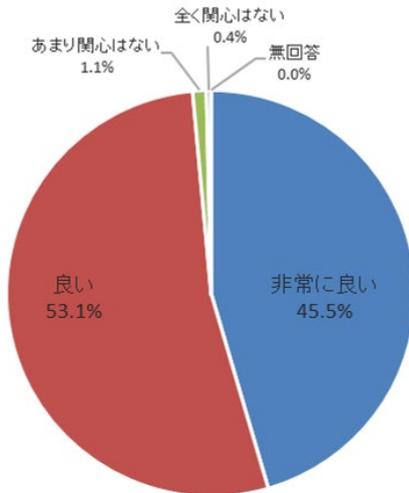


会場風景

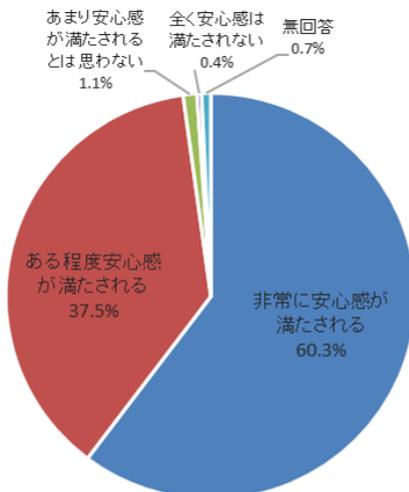
アンケート結果 (n=277)

■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。

■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 革製品を作る体験ができたらいいなと思いました（キーホルダーや簡単な小銭入れとか）。（30代 女性）
- ・ また来年も期待しています。（50代 女性）
- ・ 今後は「日本革市」のWebサイトを家のPCで見たいです。（70代以上 女性）
- ・ 革の手触りがとてもよかった。加工による違いも楽しめた。（40代 女性）
- ・ 革が軽くてびっくりした。（70代以上 女性）
- ・ 豊富な種類の展示品があり、品質の良さが素晴らしいです。（60代 女性）

### 3.1.7. 新潟伊勢丹とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年11月8日(水)～11月13日(月)6日間

開催場所 : 6階催物場(120坪)

来場者数 : 6,596人

出展社名 : 合同会社 エイチ、エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、  
有限会社 清川商店、株式会社 Spica Products、株式会社 chi.wata、有限会  
社 中澤、株式会社 ハートビート、株式会社 パーリィー、株式会社 三竹産業、  
株式会社 リーブス(計11社)

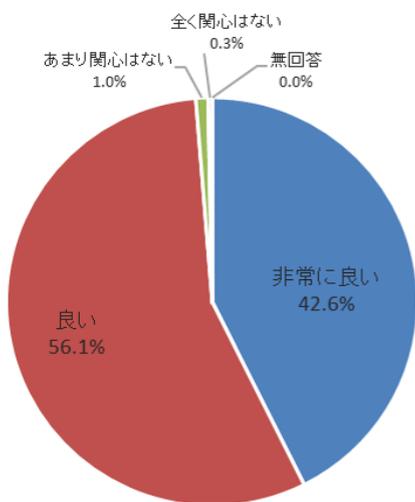
タンナー名 : イサム製革、株式会社 インペックス、浦上製革所、株式会社 小笠原染革所、  
株式会社 金田製革所、株式会社 金俊、株式会社 キタヤ、キモト・レザーワ  
ークス株式会社、株式会社 山陽、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会  
社、大喜皮革株式会社、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、西村産業、株  
式会社 ニッタ、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松真化製工  
業、松本静夫製革所、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、湯浅皮革工業  
所、吉川皮革工業所(計24社)



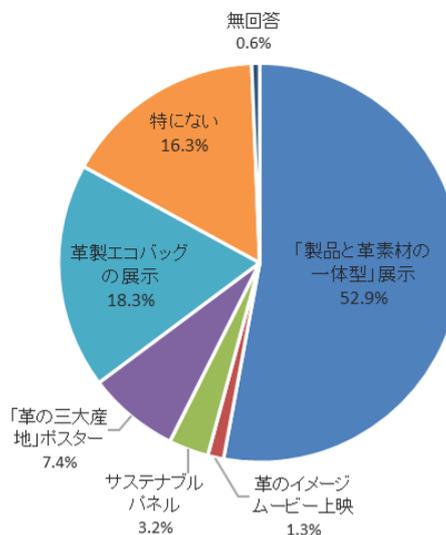
会場風景

アンケート結果 (n=312)

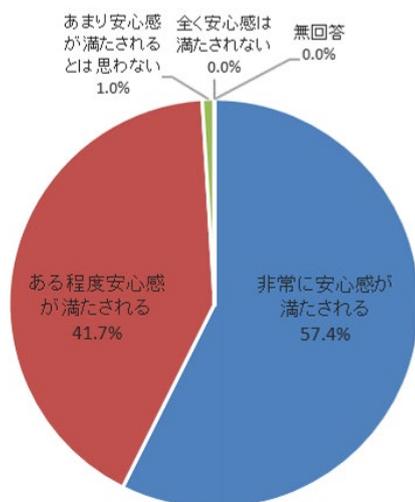
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。



■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ 種類が多い展示で良いと思います。(20代 男性)
- ・ サステナブル、初めて知りました。(50代 女性)
- ・ 大変良い企画だと思います。今後も続けてほしいです。(70代以上 女性)
- ・ 革の素材、製造方法が知りたい。(50代 男性)
- ・ 革の種類に関して手に触って実感でき、産地への興味もわきました。(70代以上 女性)
- ・ 各コーナーに分かれていて大変見やすく手に取りやすかったです。作り手の方とお話もでき色々お聞きすることもでき良かったです。(60代 女性)

### 3.1.8. 小倉井筒屋とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年11月15日(水)～11月26日(日)12日間

開催場所 : 本館8階催場(40坪)

来場者数 : 22,572人

出展社名 : 【前半6社】エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、筒井株式会社、株式会社 ハートビート、株式会社 ふく江、株式会社 三竹産業  
【後半6社】合同会社 エイチ、有限会社 清川商店、株式会社 Spica Products、株式会社 chi.wata、藤原化工株式会社、株式会社 リーブス  
(計12社)

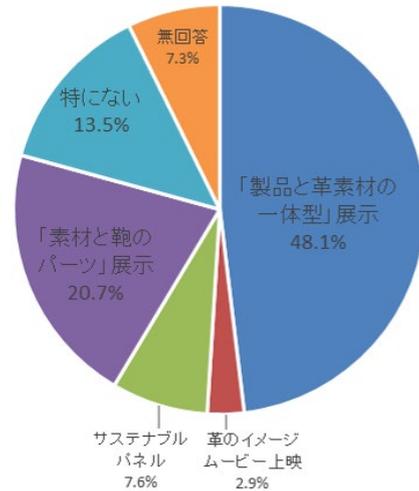
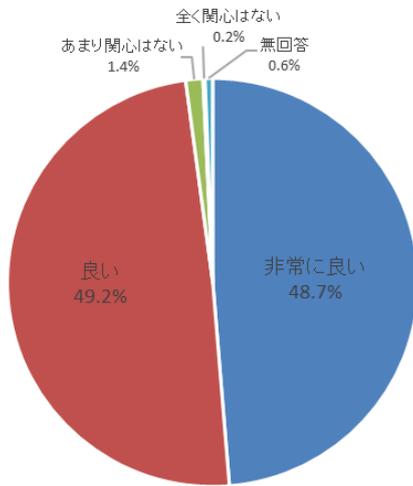
タンナー名 : ASAO 山本、大圓製革産業、イサム製革、石井商会、株式会社 インペックス、浦上製革所、株式会社 小笠原染革所、株式会社 金田製革所、株式会社 金俊、キモト・レザーワークス株式会社、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会社、大喜皮革株式会社、有限会社 大星産業、栃木レザー株式会社、中嶋皮革工業所、有限会社 中嶋義浩製革所、西村産業、株式会社 ニッタ、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松真化製工業、松本静夫製革場、株式会社 マルヒラ、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所、吉川皮革工業所(計28社)



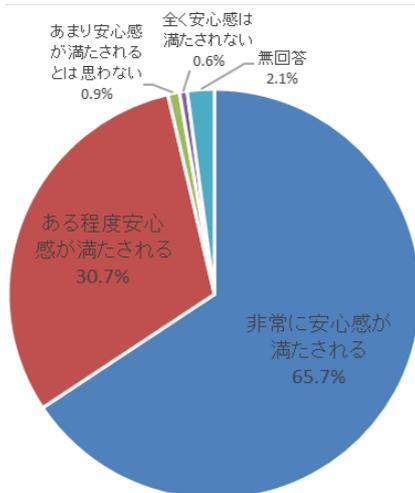
会場風景

アンケート結果 (n=661)

- 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。 ■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



- 「日本産の革」を証明するマーク（タグ）がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答（一部抜粋）

- ・ さらに多くの出展社があると楽しいと思います。(50代 女性)
- ・ 素材、デザインと今まで見たことのないものがあり、また来たいです。(50代 男性)
- ・ 丁寧な対応に気持ちがよかった。(70代以上 女性)
- ・ ここ3年程毎年来ています。楽しみにしています。(40代 女性)
- ・ 今まで革の生産地を意識していなかったが見方が変わった。(40代 女性)
- ・ たまたま立ち寄りしましたが品質の良さに驚きました。(50代 女性)
- ・ 革についての用途や説明が専門的でとてもわかりやすかったです。(60代 女性)

### 3.1.9. 鶴屋百貨店とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和5年11月29日(水)～12月5日(火)7日間

開催場所 : 本館6階小催事場・イベントスペース(45坪)

来場者数 : 10,250人

出展社名 : 株式会社 KAZINO leather works、株式会社 chi.wata、筒井株式会社、有限会社 中澤、株式会社 ハートビート、株式会社 パーリィー、株式会社 三竹産業(計7社)

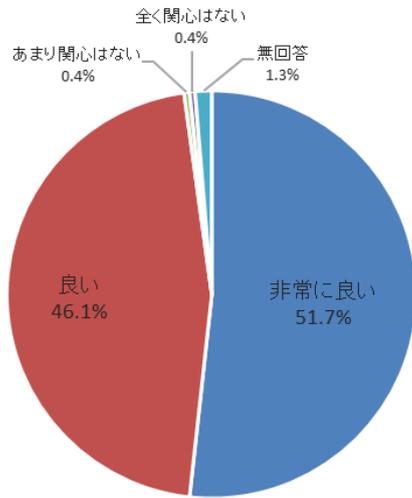
タンナー名 : 株式会社 小笠原染革所、株式会社 キタヤ、株式会社 山陽、シンヤ工業株式会社、墨田革漉工業株式会社、栃木レザー株式会社、有限会社 中嶋義浩製革所、VL.ナカシマ株式会社、株式会社 藤岡勇吉本店、松本静夫製革場、株式会社 マルヒラ、湯浅皮革工業所(計12社)



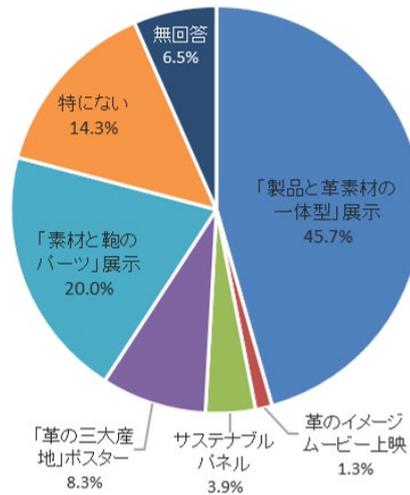
会場風景

アンケート結果 (n=230)

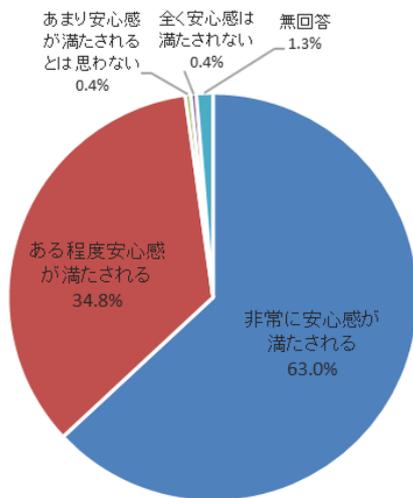
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」へのご感想をお聞かせください。



■ 展示物の中で一番気になったものはどちらですか。



■ 「日本産の革」を証明するマーク (タグ) がついている製品に対して安心感をえられますか。



■ 自由記入項目回答 (一部抜粋)

- ・ 年に2回の開催にしてほしい。(20代 女性)
- ・ 職人さんが作っているところを見たい。(40代 女性)
- ・ 日本産の革素材について知ることができた。国内産だと安心できます。(20代 男性)
- ・ 色々な種類のレザー展示が見られてよかったです。(50代 女性)
- ・ スタッフの方が丁寧に説明をしてくださり、とてもよかったです。(20代 女性)
- ・ 革がどのように製品になっていくか理解できて面白かったです。(30代 女性)
- ・ 手仕事のよさが感じられる。(50代 女性)

### 3.2. ショールーム型展示会の開催

#### 3.2.1. 開催概要

体験型店舗「b8ta Tokyo-Yurakucho」にて2ヶ月間に渡り製品を展示し、日本の製革業者が製造した本革とその革からなる革製品のもつ魅力と品質を消費者に向けてPRした。

前半(8月1日～8月29日)は、「日本革市」Webサイト「ジャパンレザーアイテムページ」ランキング上位の製品を展示、後半(8月30日～9月27日)は、プレミアム製品を展示した。

開催期間： 令和5年8月1日(火)～9月27日(水) 58日間 11:00～19:30

【前半】8月1日(火)～8月29日(火) 29日間

「日本革市」Webサイト 人気ランキング上位製品展示

【後半】8月30日(水)～9月27日(水) 29日間

プレミアム製品展示

開催場所： b8ta Tokyo-Yurakucho エクスペリエンスルームC(約5.4坪)

出展社： 19社(前半9社、後半10社)

展示品： 24製品30点(前半12製品12点、後半12製品20点)



前半 開催風景



後半 開催風景

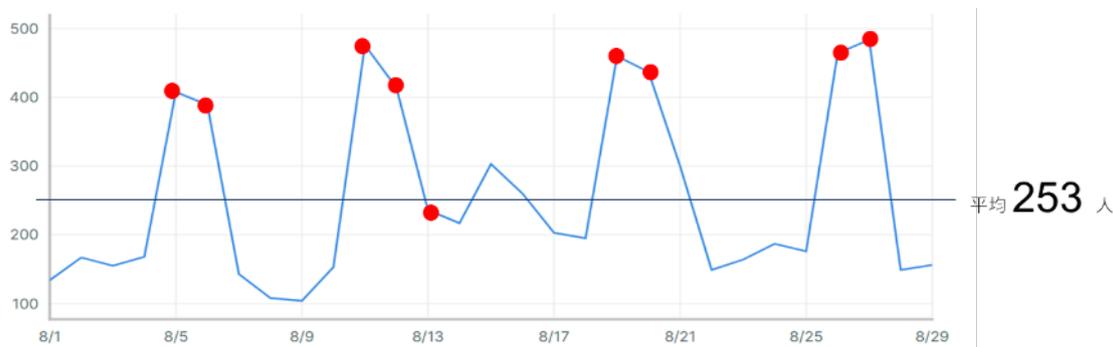
### 3.2.2. 開催結果

期間中に b8ta 店舗には、15,107 人(1日あたりのユニークユーザー数)が来場した中で、日本革市の特設ブースにおいて、のべ 41,464 人(1日平均 714 人)が製品の前を通り、のべ 12,709 人(1日平均 219 人)が製品の前で立ち止まり、b8ta スタッフによりのべ 564 回(1日平均 9 回)の製品に関するデモンストレーションが行われました。さらに、日本革市ウェブサイトの各製品ページに 548 回遷移しました。

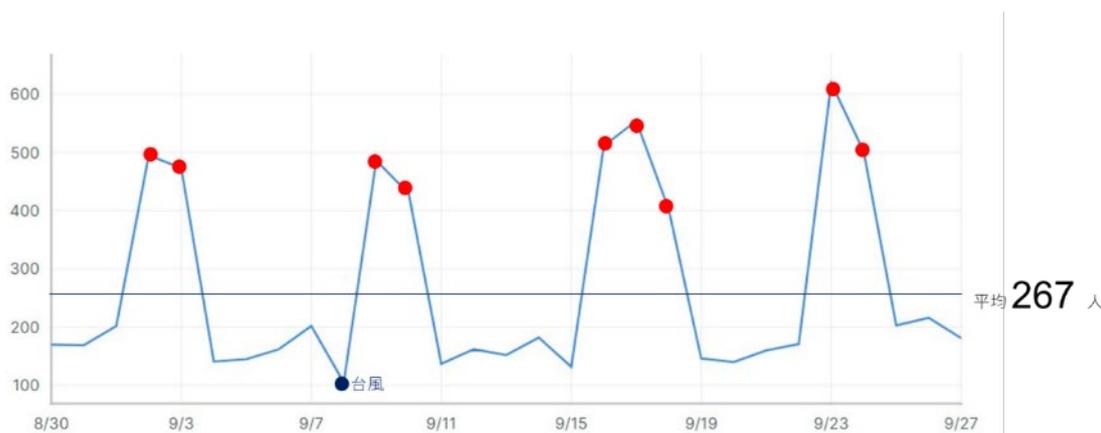
※b8ta Japan 提供データに基づく



#### ●前半 (ランキング製品展示) 来場者数の推移



#### ●後半 (プレミアム製品展示) 来場者数の推移



### 3.2.3. SNS 広告と流入結果

#### (1) 日本人に向けた SNS 広告

2023年8月1日から2023年9月27日にかけて広告を配信した。

1. リーチ数：広告クリエイティブがユーザーに見られた数

**94,199** 前半 62,944  
後半 31,255

2. ページビュー数：公式ウェブサイトがユーザーに見られた数

**3,162** 前半 1,893  
後半 1,269

3. 公式ウェブサイトからメーカーサイトへ遷移したユーザーの数

**268** 前半 125件  
後半 123件  
**11.7%**

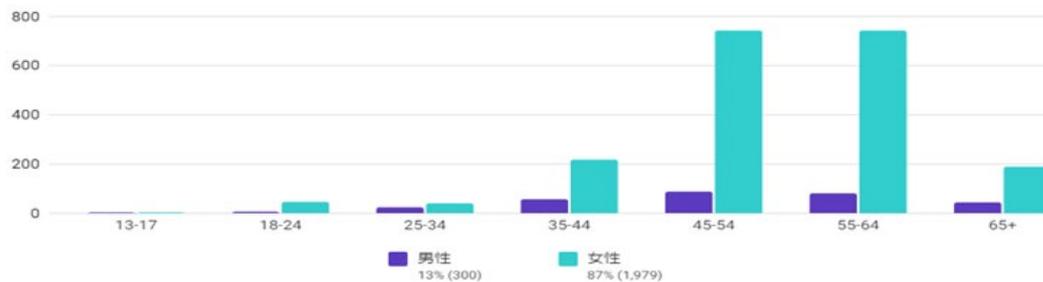


前半 広告

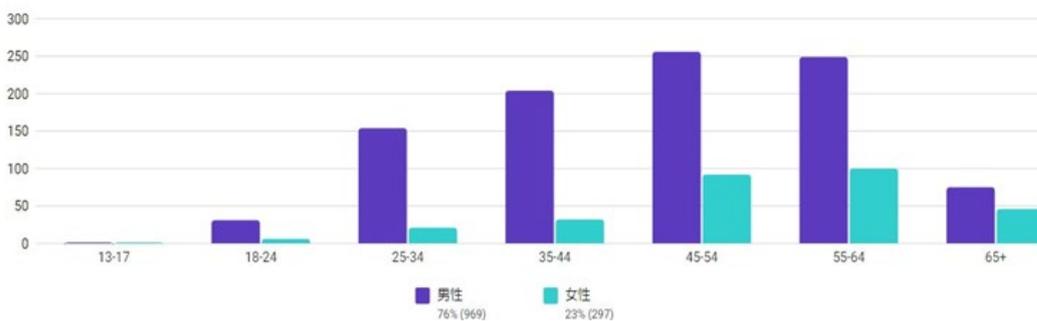
後半 広告

【参考】 ページビューにおける男女別・年齢別の内訳

《前半》



《後半》



(2) 訪日外国人に向けた SNS 広告

2023年8月1日から2023年9月27日にかけて広告を配信した。

1. リーチ数：広告クリエイティブがユーザーに見られた数

153,020 前半 74,704  
後半 78,316

2. ページビュー数：公式ウェブサイトがユーザーに見られた数

4,336 前半 1,852  
後半 2,484

3. 公式ウェブサイトからメーカーサイトへ遷移したユーザーの数

355 前半 168件  
後半 187件

12.2%



前半 広告



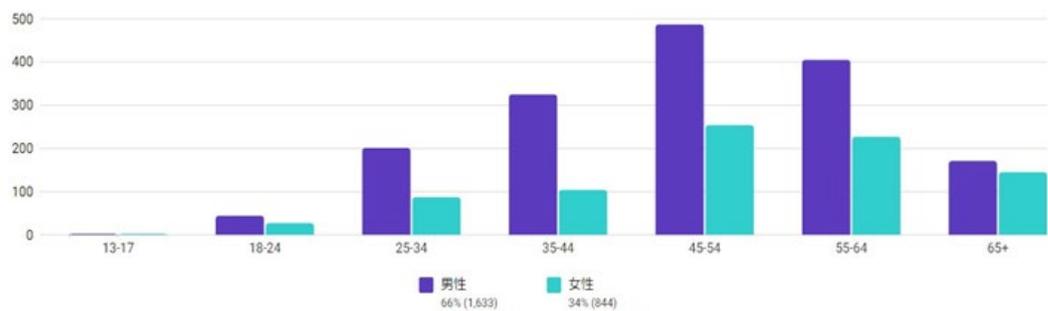
後半 広告

【参考】 ページビューにおける男女別・年齢別の内訳

《前半》



《後半》

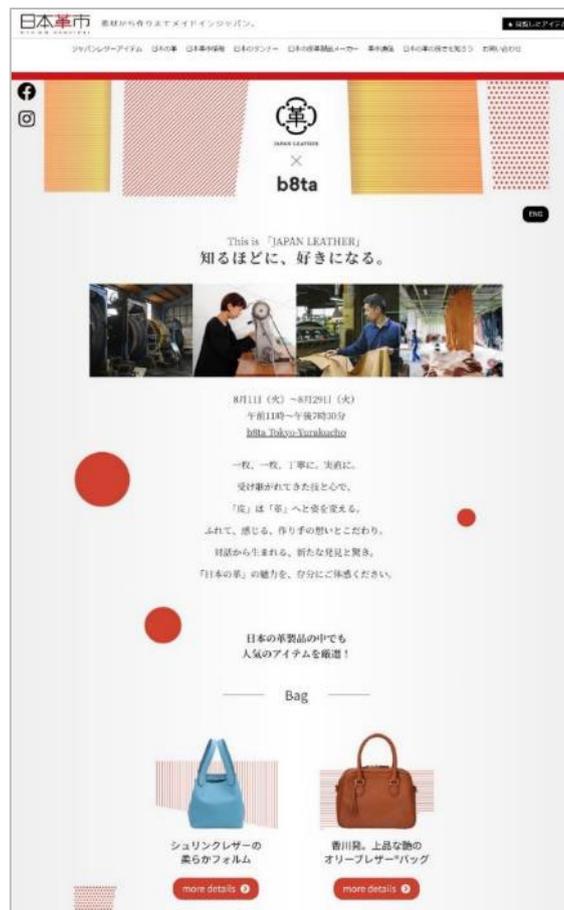


### 3.3. 「日本革市」 Web サイト

#### 3.3.1. ショールーム型展示会（8月）特設ページの制作

日本革市 Web サイトの人気ランキング上位アイテムを展示した b8ta Tokyo・Yurakuchoでのショールーム型展示会の開催に伴い、特設ページを作成した。

#### 【ショールーム型展示会（8月）特設ページ】



#### 【ショールーム型展示会（8月）特設ページ（英語版）】

インバウンドの方への訴求を高めるために本ページの内容を英語化した。



・「ENG」ボタン押下で英語ページへ遷移

### 3.3.2. ショールーム型展示会（9月）特設ページの制作

日本革市 Web サイトに掲出されている製品からプレミアム領域を目指す製品を展示した b8ta Tokyo・Yurakucho でのショールーム型展示会の開催に伴い、特設ページを作成した。

#### 【ショールーム型展示会（9月）特設ページ】



#### 【ショールーム型展示会（9月）特設ページ（英語版）】

インバウンドの方への訴求を高めるために本ページの内容を英語化した。



・「ENG」ボタン押下で英語ページへ遷移

### 3.3.3. 日本革市 Web サイト キービジュアルの制作

トップページのスライドに、「日本革市」としてのキービジュアルとなるイメージを新たに掲載。「革」によって様々な人や場面が繋がり、多くの価値を生み出していく「日本革市」の役割をイメージした。

【トップページ スライド表示例】



### 3.3.4. 「皮革はサステナブル素材」のサイトコンテンツ化

『Tanner's Book』記載の「皮革はサステナブルな素材」の内容を、「デジタル日本革市」サイトのコンテンツとして掲載。トップページのスライドから該当ページへ誘導し、「革はサステナブル」というイメージの訴求を目指した。

【トップページ スライド表示例】



【「本革は畜産副産物を有効活用したエコでサステナブルな天然素材」 ページ 詳細】



3.3.5. 革市通信

日本産革を使用した革製品の魅力を、季節やトレンドに合わせてお伝えする「特集記事」を定期的に公開した。

【革市通信\_トップページ】



### 3.3.6. 日本のタンナー・日本の皮革製品メーカー

タンナー様、メーカー様の取材をさせていただき、日本産革素材とメイドインジャパンの丁寧な製造現場と技術を「日本革市」Web サイト内に公開し、日本産革の認知拡大を図った。

- 日本のタンナー 10社を今年度新規に掲出
  - ・イサム製革様 7月31日公開 (一例)



- 日本の皮革製品メーカー 7社を今年度新規に掲出
  - ・株式会社 きくひろ様 7月31日公開 (一例)



### 3.3.7. ジャパンレザーアイテム掲載点数と出展社数

#### 【令和5年度 ジャパンレザーアイテム掲載点数】

	令和4年度	令和5年度	累計
型数	+142点	+113点	500点
カラーバリエーション数	+492点	+301点	1,296点
カット数	+1,317カット	+980カット	3,950カット

#### 【令和5年度 日本革市 Web サイト 新規アイテム掲載 出展者数】(計23社、五十音順)

株式会社 いたがき	筒井株式会社
株式会社 猪瀬	TROJAN HORSE
株式会社 印傳屋上原勇七	有限会社 中澤
合同会社 エイチ	株式会社 ハートビート
エールック株式会社	株式会社 パーリィー
株式会社 喜市	株式会社 ふく江
株式会社 きくひろ	藤原化工株式会社
有限会社 清川商店	マスミ鞆囊株式会社
SIMPLE SENSE	株式会社 三竹産業
株式会社 Spica Product	株式会社 ユハク
株式会社 高屋	株式会社 リーブス
株式会社 chi.wata	

#### 【考察】

令和5年度も Google 広告や Facebook/Instagram 広告の効果があり、特にページビュー数は前年と比較して約 134.1%の伸び率と顕著であった。メーカーサイトへの遷移数は掲載アイテム数の増加や機能追加により、約 147.9%の伸び率となった。また広告流入の影響により、「ジャパンレザーアイテム」ページがアクセス上位を占めている。令和6年度も引き続き「ジャパンレザーアイテム」ページの掲載アイテム数の増加を図り、コンテンツの拡充と改修を行い、流入数の増加、回遊率の増加、CV数（メーカーサイトへの遷移数）の増加を目指したい。

### 3.3.8. Web サイト広告

#### 【Google リスティング広告】

リスティング広告（検索連動型広告）は、検索エンジンにユーザーが検索したキーワードに連動して表示される広告。

広告は、2023年5月1日より2024年1月19日までの間に、575,370回表示されて、その内21,544回がクリックされた。さらに、訪れたユーザーの内、ジャパンレザーアイテムページの各製品ページから各メーカーサイトに3,379回遷移させることができた。

#### 〈出稿例〉

#### ▼特に表示回数が多かった検索広告



#### 〈上位検索語句〉 ※Google 広告「検索語句」データから作成

※表示回数が400回以上でコンバージョン率の高い順

検索語句レポート					
No.	検索語句	クリック数	表示回数	クリック率	コンバージョン率 メーカーサイトへの遷移
2023/05/01 - 2024/01/19					
1	本革 バッグ	26	852	3.05%	161.54%
2	50代 バッグ	20	540	3.70%	80.00%
3	ハンドバッグ レディース	59	583	10.12%	54.24%
4	レザー バッグ	26	772	3.37%	46.15%
5	レディース バッグ	37	553	6.69%	43.24%
6	ソフトレザー バッグ	31	450	6.89%	41.94%
7	レザー バッグ	15	508	2.95%	26.67%
8	ショルダー バッグ レディー	41	625	6.56%	24.39%
9	ブランド バッグ	36	595	6.05%	22.22%
10	バッグ レディース	173	2,014	8.59%	21.97%
11	バッグ	85	1,938	4.39%	21.76%
12	ブランド バッグ	72	1,705	4.22%	21.76%
13	革製品 専門店	60	542	11.07%	21.67%
14	バック	171	4,245	4.03%	21.05%
15	流行り廃りのない ブランド バッグ	60	867	6.92%	20.56%
16	日本製 バッグ	44	552	7.97%	20.45%
17	カバン	36	1,828	1.97%	19.44%
18	革 バッグ	31	480	6.46%	19.35%
19	ハンドバッグ	147	3,487	4.22%	18.37%
20	バッグ ブランド	110	1,784	6.17%	16.36%

#### 【総計】

表示回数 : 575,370 回  
 クリック数 : 21,544 クリック  
 クリック率 : 4.74 %  
 メーカーサイトへの遷移 : 3,379 回  
 (2024年1月20日時点)

#### 【Facebook トラフィック広告】

トラフィック広告は、広告をクリックした人に対して、Web サイト上の任意に指定したURL 先に誘引する広告。

広告は、2023年5月1日より2024年1月19日までの間に、リーチ数890,975（昨年度819,461）を獲得し、その内公式ウェブサイト122,578件（昨年度101,145件）遷移させることができた。さらに、訪れたユーザーの内、ジャパンレザーアイテムページ掲載の各製品ページから各メーカーサイトに12,591件（昨年度8,037件）遷移させることができた。

リーチ数 : 890,975 リーチ（うち、クリック数122,578回）  
 インプレッション数 : 2,753,760 回 ※広告が画面に表示された回数  
 メーカーサイトへの遷移 : 12,591 回

(2024年1月20日時点)

### 3.4. Japan Leather Pride「日本革市」Facebook、Instagram 運用と広告

#### 3.4.1. Facebook 公式アカウントと Instagram 公式アカウントの運用

日本産革 PR と「日本革市」開催情報をユーザーへ訴求するため、ソーシャルネットワークサービス Facebook と Instagram にて「Japan Leather Pride/日本革市」の運用を実施した。



▲Facebook ページトップイメージ

#### 3.4.2. Facebook 公式アカウント概要

開設 : 2019年4月11日  
 名前 : Japan Leather Pride/日本革市  
 ユーザーネーム : @japanleatherpride  
 カテゴリ : イベント  
 投稿数 : 628本  
 総リーチ数 : 2,958,707 リーチ

※2024年1月12日時点

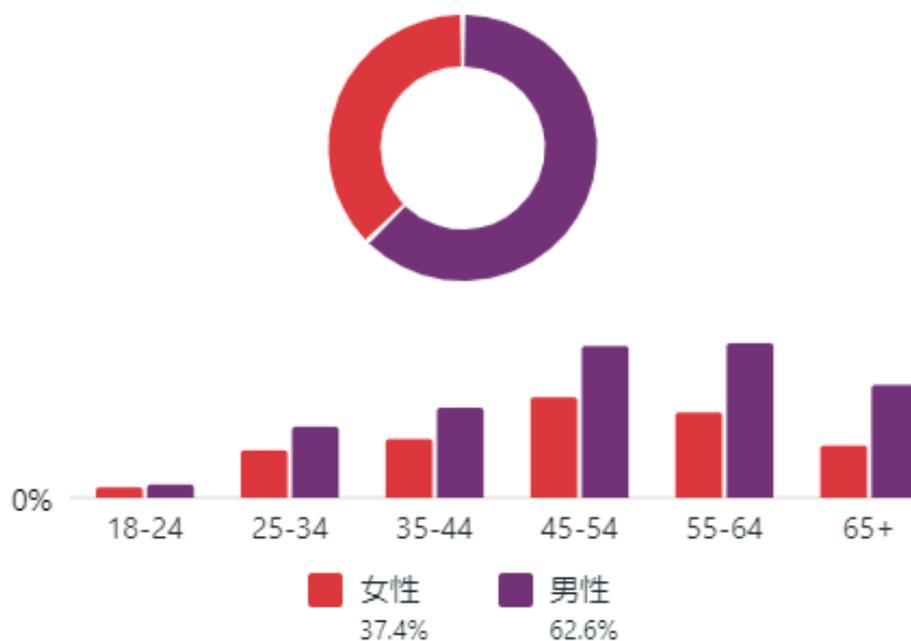
※リーチ数=Facebook ページのコンテンツを見た人の数

ページへの「いいね!」: 20,601人 (2024年1月18日時点)

#### 【ファン層】 〈年齢と性別〉

※利用者層 (ページへの「いいね!」をしている人) のデータは、Facebook 利用者が Facebook プロフィールに入力した年齢や性別などのさまざまな要素に基づいて集計されたものです。なお、この指標は推定値です。

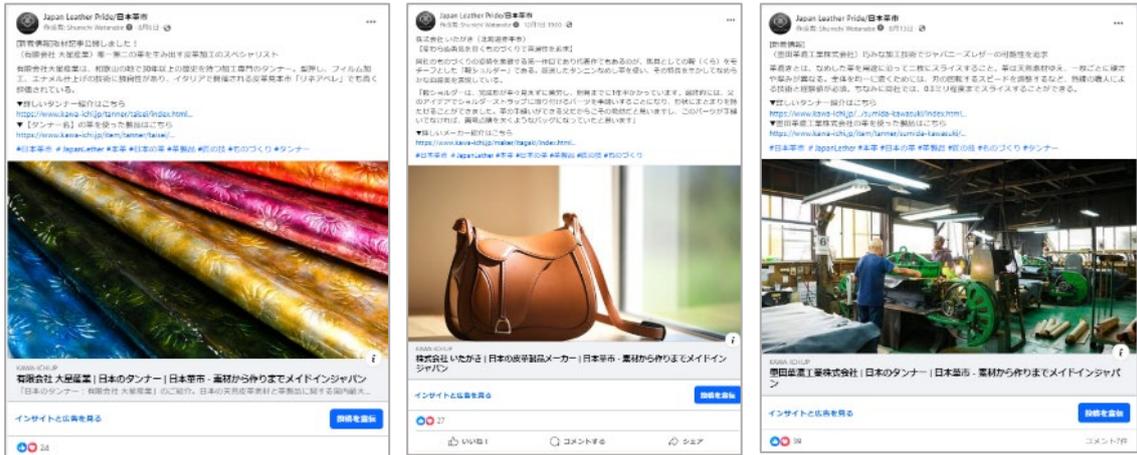
#### 性別・年齢 ⓘ



### 3.4.3. 投稿内容

2023年4月1日から2023年12月23日にかけて、67本の投稿を行った。投稿の内容は、日本革市公式ウェブサイトのコンテンツを中心に、「日本革市」開催告知と開催風景や「革市通信」を紹介した。

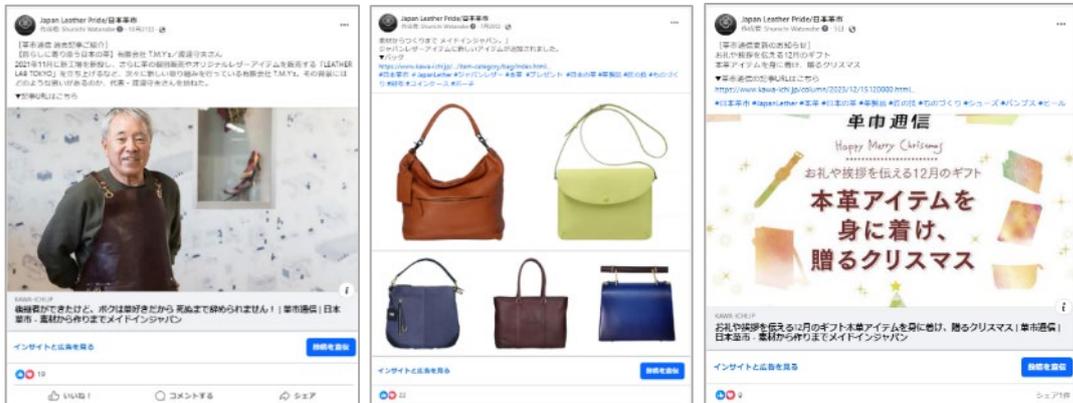
#### ① タンナー様と製品メーカー様の取材記事の紹介例



#### ② 「日本革市」開催告知と開催風景の紹介例



#### ③ 「革市通信」、「ジャパンレザーアイテム」、「革の基礎知識」の紹介例



#### 3.4.4. ページへのいいね= (ファン) の獲得について

日本革市公式アカウント Facebook のページに「いいね」を登録したユーザーを「ファン」とする。ファンになると、自身のニュースフィードに投稿記事が表示される。

「日本革市」そして日本産革に興味のある方に向けて、情報を発信することができるため、ファンを増やすことは Facebook ページの運用においては重要な指標となる。

今年度は 2023 年 4 月 1 日 (18,170 人) から 2024 年 1 月 18 日 (20,601 人) までの期間にファンが 2,031 人増加し、目標とする 20,600 人を達成した。

#### 3.4.5. 「日本革市」開催エリアへ向けた広告の配信

「日本革市」開催前より開催終了日ないし終了前日まで、百貨店商圈エリアのユーザーに向けた広告を配信した。配信した広告は、Facebook ページのみならず、Instagram においても展開されるため、より多くの生活者に向けた訴求ができた。

配信期間	日本革市	リーチ	日本革市公式ウェブ サイトへの遷移数
2023/05/28 ~ 2023/06/05 9日間	うすい百貨店 (前半)	53,167	1,479
2023/06/06 ~ 2023/06/12 7日間	うすい百貨店 (後半)	49,472	896
2023/06/10 ~ 2023/06/18 9日間	仙台三越	90,546	2,734
2023/08/23 ~ 2023/08/28 6日間	高松三越	77,259	2,258
2023/09/06 ~ 2023/09/12 7日間	福屋広島駅前店 (前半)	54,240	2,516
2023/09/12 ~ 2023/09/20 9日間	福屋広島駅前店 (後半)	58,717	1,718
2023/10/10 ~ 2023/10/17 8日間	LACHIC	56,217	2,586
2023/10/24 ~ 2023/10/29 6日間	静岡伊勢丹	54,813	2,290
2023/11/07 ~ 2023/11/12 6日間	新潟伊勢丹	65,629	2,567
2023/11/14 ~ 2023/11/19 6日間	小倉井筒屋 (前半)	49,375	7,138
2023/11/20 ~ 2023/11/25 6日間	小倉井筒屋 (後半)	33,983	1,063
2023/11/28 ~ 2023/12/04 7日間	鶴屋百貨店	56,299	1,714

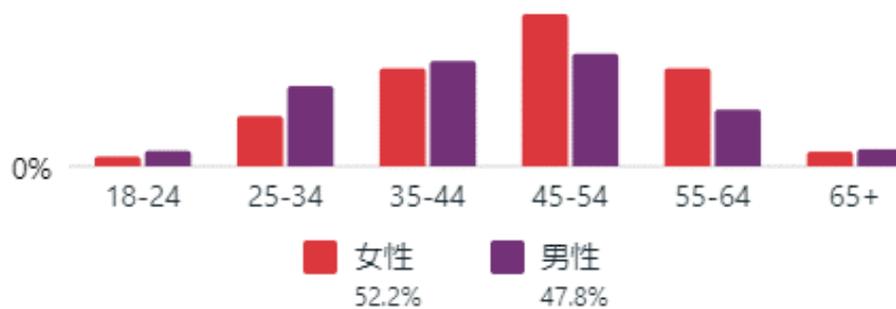
### 3.4.6. Instagram 公式アカウント概要

開設 : 2019年7月3日  
 名前 : Japan Leather Pride/日本革市  
 ユーザーネーム : @japanleatherpride  
 投稿数 : 171本 (2024年1月12日時点)  
 フォロワー数 : 3,429人 (2024年1月12日時点)



▲Instagram トップイメージ

〈年齢と性別〉



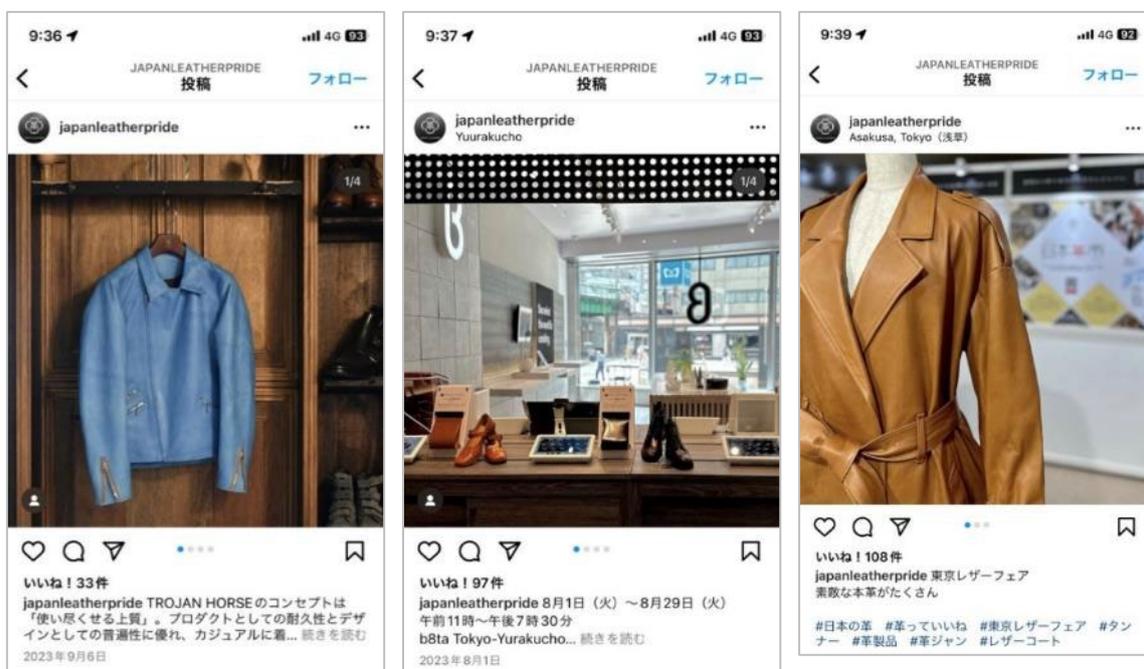
※利用者層のデータは、Instagram 利用者が Instagram プロフィールに入力した年齢や性別などのさまざまな要素に基づいて集計されたものです。なお、この指標は推定値です。なお、フォロワー2,155人のうち1,175人分のデータのみです。他はデータ不明。

### 3.4.7. Instagram の運用

2023年4月1日から2024年1月15日にかけて、フィード投稿を46件、ストーリーズ投稿を85件更新した。投稿の内容は、日本革市公式ウェブサイトのコンテンツを中心に、「日本革市」開催風景やジャパンレザーアイテムを紹介した。

フォロワー数は、2023年4月1日から2024年1月12日までの期間にファンが1,622人増加し3,438人となり、目標とする3,100人を達成した。

リーチ数 : 1,308,334 リーチ  
 コンテンツでのやりとり : 6,259 回  
 リンクのクリック数 : 76,377 回 ※2023年4月1日から2024年1月12日まで



フィード投稿



ストーリーズ投稿

### 3.5. 若手育成ワークショップの実施

#### 3.5.1. 工場見学会

開催日時：令和5年7月14日（金） 9:30～12:00

開催場所：株式会社 三昌（兵庫県姫路市四郷町 150-1）

参加者：7名

パネラー	2名
一般社団法人 日本タンナーズ協会	2名
日本革市事務局	3名



見学風景

#### 3.5.2. ユースワーキンググループ ワークショップ

##### (1) 開催結果

開催日時：令和5年7月14日（金） 14:00～16:30

開催場所：BIZ SPACE 姫路5階

出席者	ユースワーキンググループ	8名
	一般社団法人 日本タンナーズ協会	3名
	日本革市事務局	3名

【パネラー】※敬称略

氏名	肩書
佐藤 泰之	株式会社 三越伊勢丹 婦人靴・婦人雑貨マーチャンダイザー
松村 由美	東日本バッグ工業組合 理事長／有限会社 清川商店 代表取締役



ワークショップ開催風景

#### 4. ジャパンレザープライド委員会

ジャパンレザープライド委員会では、日本産革の認知度の向上とジャパンレザープライドタグの認知拡大を考え、出展メーカー協力のもと会場内の展示品に日本革市専用タグの取り付けを実施した。

また、「日本革市」開催百貨店でJLP ロゴ入り PR 袋を活用することで「日本産革」のブランド強化を図るとともに、JLP マークとブランディングの醸成を図り JLP ブランドの PR を実施した。

##### 4.1. 日本革市専用タグ

開催地	タグ配布数
うすい百貨店～鶴屋百貨店 (計 9 回)、 b8ta Tokyo-Yurakucho 展示会	3,997 枚



##### 4.2. JLP ロゴ入り PR 袋の提供

開催地	提供数		
	大	中	小
LACHIC	59 枚	66 枚	0 枚

