令和6年度

# 皮革及び革靴産業基盤強化特別振興事業（国内外情報収集）報告書

## ～国内サプライチェーン構築に向けた流通調査～

令和7年3月

一般社団法人　日本皮革産業連合会
一般社団法人　日本タンナーズ協会

# 調査要項・目的

## １．調査目的

国際情勢の不安定化及び円安を起因とした輸入コストとエネルギーコストの高騰や原材料不足による生産コストの上昇、さらに労働力不足などの不安要素によって国内の製革業界を取り巻く経営環境はなお一層厳しさを増している。さらに、皮革産業に対するネガティブな情報を起因とする革製品離れも加速している。こうした厳しい社会経済環境に適切に対応しながら国産皮革の消費拡大及び販路開拓の可能性を探ることを目的として、あらゆる角度から情報を収集を行なう「国産皮革需要拡大に向けた素材調査及びタンナーデータベース拡充のための情報収集」を実施した。

## ２．調査期間

2024年6月28日～2025年2月29日

## 3．調査担当

クルーシャルモーメント株式会社

# 目　次


**Ⅰ. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向 …… 5**

1. 合成皮革・人工皮革市場の概況 …… 6
　①合成皮革・人工皮革市場の概況 …… 6
2. 合成皮革市場の動向 …… 9
　①合成皮革の近年の動向 …… 9
　②合成皮革の世界市場 ……11
　③総出荷額推移 ……12
3. 人工皮革市場の動向 ……13
　①人工皮革の近年の動向 ……14
　②人工皮革の世界市場 ……15
　③総出荷額推移 ……16
4. 合成皮革・人工皮革市場の特徴 ……17
　①合成皮革・人工皮革製品の生産背景 ……18
　②合成皮革・人工皮革製品のビジネス面での優位点 ……20
5. 合成皮革・人工皮革市場の現況（まとめ） ……21

# 目　次


**Ⅱ. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況 …… 22**

1．靴製品市場の動向及び素材別製品動向 …… 23

2．バッグ・革小物市場の動向及び素材別製品動向 …… 25

3．アパレル市場の動向及び素材別製品動向 …… 27

4．家具・インテリア市場の動向及び素材別製品動向 …… 28

**Ⅲ．合成皮革・人工皮革主要メーカーの動向 …… 29**

1．共和レザー株式会社 ……30

2．ウルトラファブリックHD株式会社（第一化成） ……31

3．小松マテーレ株式会社 ……32

4．共和ライフテクノ株式会社 ……33

5．東洋クロス株式会社 ……33

6．アキレス株式会社 ……34

7．SUMINOE株式会社 ……34

8．株式会社クラレ ……35

9．セーレン株式会社 ……36

10．帝人コードレ株式会社 ……37

11．東レ株式会社 ……37

# 目　次


**Ⅳ. 展示会視察** ‥‥‥‥ 38

1．ファッションワールド東京2024秋　視察 ‥‥‥‥ 39

①ファッションワールド東京2024秋　視察 ‥‥‥‥ 39

**Ⅴ. 日本革データベース・更新業務** ‥‥‥‥ 41

1．日本の皮革・タンナー データベースの現状 ‥‥‥‥42

2．日本の皮革・タンナー データベース更新内容 ‥‥‥‥45

**■まとめ　：調査結果からの見解** ‥‥‥‥49

# Ⅰ. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向

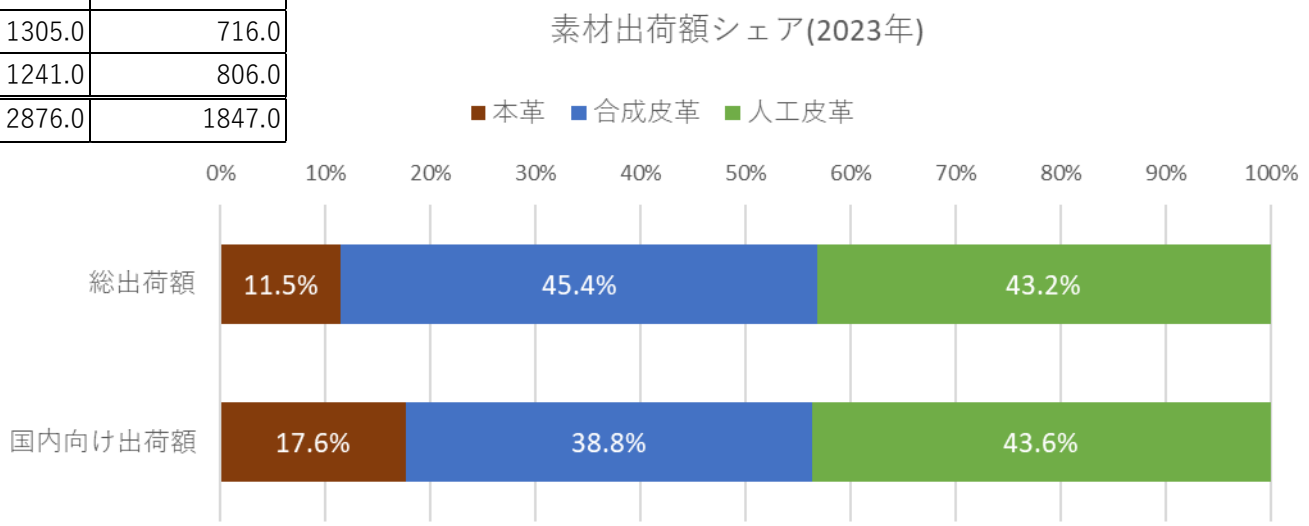
## 1. 合成皮革・人工皮革市場の概況

元々、本革素材の代用素材として拡大してきた合成皮革・人工皮革であるが、近年はその用途の拡がりによって、本革が活躍できる分野ではない用途においても拡がりをみせている。また合成皮革の性能がさらに向上しており、価格面で優位にあることで、本革のみならず人工皮革の需要も取りつつある。

下記グラフは、2023年の日本の皮革業者、合成皮革製造業者、人工皮革製造業者の総出荷額の合計を100％として、各素材のシェアを算出したもの（上段）と、国内向け出荷額の合計を100％としたもの（下段）である。総出荷額は2,876億円、国内向け出荷額は1,847億円と推計された。またこれでみると本革のシェアは総出荷額の11.5％で、国内向け出荷額でみれば17.6％となっている。総出荷額と国内向け出荷額の差は輸出額の差である。

単位：億円

| | 総出荷額 | 国内向け出荷額 |
|---|---|---|
| 本革 | 330.0 | 325.0 |
| 合成皮革 | 1305.0 | 716.0 |
| 人工皮革 | 1241.0 | 806.0 |
| 計 | 2876.0 | 1847.0 |




※各業界有力企業のIR及び各企業に対するヒアリング調査結果から弊社推計
※「本革」に関しては経済産業省「経済構造実態調査」のデータを活用

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：概況

＜本革、合成皮革、人工皮革の環境比較＞

| | 本革 | 合成皮革・人工皮革 | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 合成皮革皮革 | | 人工皮革 |
| | | PVC（塩ビ） | PU（ポリウレタン） | |
| 市場規模（総出荷額） | 約330億 | 約1,300億 | | 約1,240億 |
| 主な用途 | ファッション製品<br>家具・インテリア<br>カーシート<br>スポーツ用品<br>文具・ITｱｸｾｻﾘｰ　他 | ファミレスや公共施設等の業務用シート<br>低価格ファッション製品<br>家具・インテリア　他 | 家具・インテリア<br>ファッション製品<br>スポーツ用品<br>カーシート<br>文具・ITｱｸｾｻﾘｰ<br>住宅内装用途<br>航空機・鉄道など内装 | カーシート<br>スポーツ用品<br>ファッション製品<br>家具・インテリア<br>住宅内装用途 |
| 素材価格比較 | ★★★★★ | ★☆☆☆☆ | ★★★☆☆ | ★★★★☆ |
| 主なプレイヤー | 日本のタンナー | 共和レザーG/小松マテーレ/ウルトラファブリックHD/東洋クロス/化学メーカー等/他 | 共和レザーG/小松マテーレ/ウルトラファブリックHD/東洋クロス/SUMINOE/セーレン/アキレス/他 | クラレ/東レ/旭化成/セーレン/帝人コードレ/FILFEW/共和レザー/小松マテーレ/他 |
| 輸出 | 極めて少ない | やや多い | 多い<br>（特に車両用途） | 多い<br>（特に車両用途） |
| 製品の価格帯（靴例） | 12,000円以上から | 8,000円程度まで | 15,000円程度まで | 20,000円程度まで |
| 今後の可能性 | やや縮小 | やや拡大 | 拡大（特に輸出） | 拡大（特に輸出） |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：概況

| | 近年の需要拡大・縮小の要因・本革との差別化要因 |
|---|---|
| 合成皮革<br>（PVC・PU） | ＜市場背景＞<br>・自動車産業の活性化<br>・用途の拡がり<br>・消費者における低価格志向のトレンド<br>・消費者のコスパブーム、お手軽感重視のトレンド<br>・若年層を中心とした韓国ファッションブーム。PVCバッグなどが大ヒット。 |
| | ＜本革との差別化要因＞<br>・価格の安さ<br>・手入れが簡単・防汚性に優れている<br>・軽い<br>・気温による変化が少ない<br>・加工性が高く、カラフルな発色性が可能<br>・耐水性に優れている |

| | 近年の需要拡大・縮小の要因・本革との差別化要因 |
|---|---|
| 人工皮革 | ＜市場背景＞<br>・自動車産業の活性化<br>・アウトドアブーム、スポーツブーム<br>・消費者の機能性重視のトレンド |
| | ＜本革との差別化＞<br>・限りなく本革に近い見た目、風合いで、価格は本革より安い<br>・手入れが簡単<br>・軽い、フィット感<br>・染色がし易い<br>・性能が求められるスポーツ競技用靴やウェアに適している<br>・様々な機能性が付加され、その機能も年々向上している<br>・サスティナビリティ対応に優れている |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：合成皮革

## １．合成皮革の近年の動向

合成皮革は、大きくはPVCと呼ばれる塩化ビニール樹脂を基材に塗り込んだものと、ポリウレタン樹脂を基材の上に接着させたPUの2種類に分かれる。より安価なのはPVCで、主に業務用の椅子やシート、廉価のファッション製品に多く使われている。手入れが簡単で、耐水性や防汚性は優れているが、耐久性や柔軟性に課題を抱える。一方のPUはPVCよりはやや価格が高くなるが、PVCよりも本革の代用品として使用されるケースも多い。本革に比べるとかなり安価で、PVCと同様に手入れが簡単で、耐水性や防汚性は優れている。その質感も本革にかなり近いものも開発されている。主にファッション製品やカーシート、インテリア製品などで多く使われている。

ただ近年はそうした機能性を重要視するのではなく、その見た目や軽さなどに注目して、バッグなどでPVC素材を使ってヒット商品となったブランドなども表れ、「PVCブランド」という単語も若年層の間で使われるようになっている。また「ルイヴィトン」のモノグラムに代表されるように、以前からラグジュアリーブランドでもPVCなどは多く使われており、決して安い製品専用の素材ではない。むしろこうしたトレンドを重視することで、今後、さらにラグジュアリーブランドなどでも合成皮革の部分使いなどは拡大することも考えられる。やや難があるとされる機能性においても、近年はその技術が向上しており、価格で優位にある合成皮革の需要は今後さらに高まることが予想される。

| ブランド名 | PVC素材を活用した近年のファッション製品展開事例 |
|---|---|
| ミッドタウンプロジェクト | 2018年のPVCバッグのブームと共に急成長を遂げた「ナナナナ」ブランド。ペーパーサイズのバッグ“Aシリーズ”が、シンプルながら存在感のあるデザインと6000円～という手ごろな価格で20～40代の女性を中心に人気を博した。 |
| ユナイテッドアローズ | 2023年春夏、第二弾となる今回は行楽や夏のレジャーに最適な「バッグ」に着目。PVCやメッシュなど透ける素材を用いて、「A VACATION」「LASTFRAME」「LUDLOW」「TOV」「WACCO WACCO」の５つのブランドとともにコラボレーションした商品を展開。16,500円～28,600円で販売。 |
| ＩＴブランド(韓国) | 今、日本でも若年層を中心に大人気となっている韓国のガールズグループの衣装やバッグなどで、PVC製品が次々と発表されている。ただのクリア素材ではなく、PVC素材の中にしっかり糸が編み込まれ、丈夫で形が崩れにくい製品などが人気となっている。 |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：合成皮革

＜合成皮革の代表的な素材＞

| 素材名 | 特徴・用途 |
|---|---|
| クオーレ<br>(セーレン) | 合成皮革の弱点であった耐久年数において10年以上の耐久性を実現。また本革の4倍の耐磨耗性を実現している。<br>**主な用途：衣料品、バッグ、ITアクセサリー、カーシートなど** |
| ロザミナ(小松マテーレ) | 従来の合成皮革と比べて弾力感、滑らかさがあり、寸法安定性、ストレッチ性に富み、環境にも配慮したシンセティックレザー。<br>**主な用途：衣料品、靴、バッグ、インテリア製品など** |
| コマペレ/コマスウェード<br>(小松マテーレ) | 色がくすむことなく高発色。本革に比べ30%軽量で、上質な風合いを実現。防カビ性、メンテナンス性に優れ、色落ちも心配なし。<br>**主な用途：衣料品、スポーツ衣料品、手袋、靴、バッグなど** |
| コマタフ(小松マテーレ) | 小松マテーレが保有する技術の中でも最上級グレードに位置する全環境対応型のPUレザー。<br>**主な用途：資材、衣料品、靴、バッグなど** |
| ビザント(小松マテーレ) | 従来の合成皮革よりも高いグリップ性と耐久性を持つ、環境に配慮したシンセティックレザー。<br>**主な用途：衣料品、資材など** |
| カブロン(アキレス) | やわらかなタッチと風合いのよさが特長の合成皮革。<br>**主な用途：カーシート、航空機シート、鉄道車両シートなど** |
| パートナー(アキレス) | 日本国内で唯一、合成皮革と同じ製法で作られた塩化ビニールレザー。<br>**主な用途：インテリア家具、マット、クッションなど** |
| GEOVISOR<br>(東洋クロス) | 透湿防水加工合成皮革。高透湿、高耐水度、低結露性、高耐久性などを売りとする。<br>**主な用途：スポーツ、アウトドア衣料、防水靴、レインウェアなど。** |
| フローザークロス/セルクロス<br>(SUMINOE) | 乾式合成皮革・湿式合成皮革。乾式は水・空気を通さない、湿式に比べ軽量、安価。湿式は優れた通気性、優れた風合・触感・意匠性。<br>**主な用途：車両用シート、手袋など。** |
| ソバニ(共和レザー) | ラグジュアリーかつ高耐久、製造する工程で、環境負荷物質や環境ホルモンに該当する化学物質は使用していない、環境配慮型の素材。<br>**主な用途：カーシート、バッグ、小物、手帳など。** |

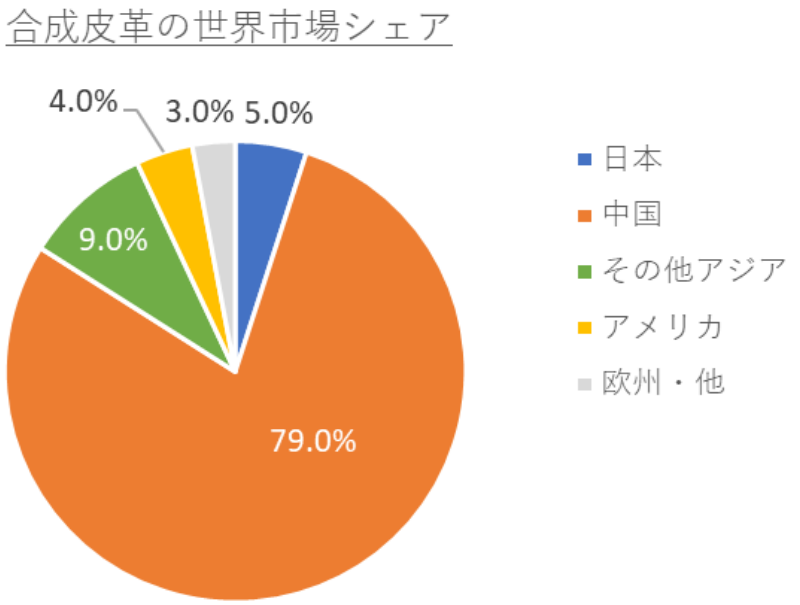
# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：合成皮革

## 2．合成皮革の世界市場

合成皮革の世界での市場規模はは約1兆4,200億円で、この10年程度は世界のGDPの増加率とほぼ同様のペースで拡大しており、今後10年程度も同じようなペースでの拡大が予測されている。拡大の大きな要因が中国、その他アジア地域での増加であり、現状では中国、その他アジア地域（日本除く）での需要がおおよそ9割を占めている。一方で日本や欧米の市場は今後横ばいが続くとみられている。拡大が続いている中国をはじめとしたアジアでの販売は、その製品用途として靴や衣料品、そしてカーシート用途の需要が増加傾向にある。

また合成皮革の生産も中国と東南アジアに集中し、生産能力がさらに向上している。これまで日本や欧州のメーカーは、国内向けにハイグレード品、輸出向けにローグレード品としていたが、そのローグレード品の生産拠点を中国や東南アジアに海外移転していることによって、中国、東南アジア地域での生産増加傾向は今後も続くとみられている。

※合成皮革の世界市場規模
1兆4,200億円(100%)

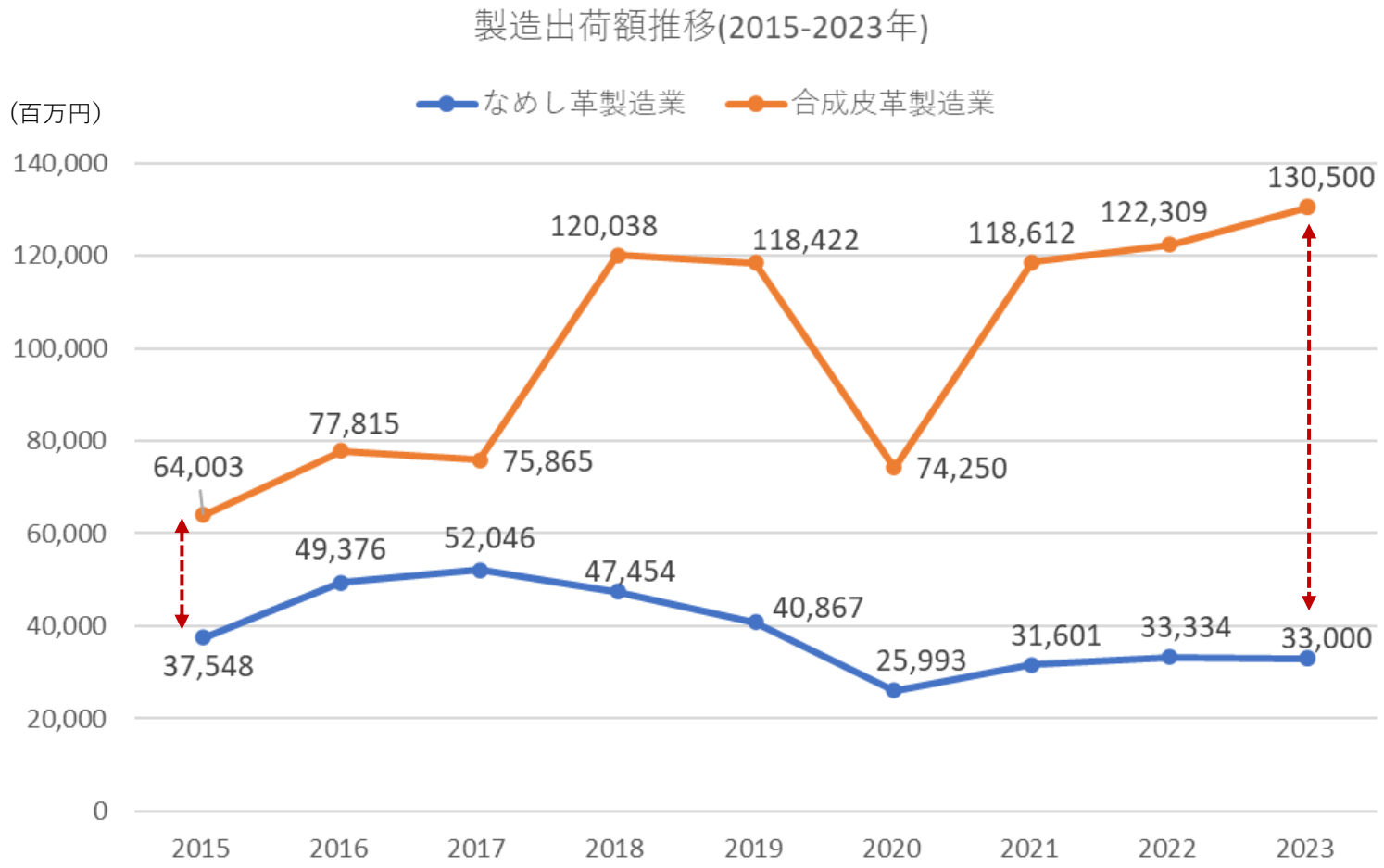



※業界ヒアリング及び情報収集による弊社推計

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：合成皮革

## 3．総出荷額推移

合成皮革製造業の出荷額は、コロナ禍以降、再拡大のトレンドで、2023年で1,305億円規模となっている。またなめし革製造業との差は、2015年当時が約1.7倍、2023年では約4.0倍の差となっている。




出所：経済産業省「経済構造実態調査」及び有力企業のIRデータ、ヒアリングによる弊社推計

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：人工皮革

## 1. 人工皮革の動向

人工皮革は、天然の皮革の構造に類似させた製品で、超極細繊維をランダムに交差させた構造を持ち、天然皮革より造作が簡単で安価という利点があるが、樹脂を含浸しているので経年変化に弱いという欠点もある。大きくは銀面タイプとスウェードタイプに分類され、銀面タイプは主にランドセル、靴などの用途に多く使われ、スウェードタイプはインテリア製品、車両内装、ファッション製品などに多く使われている。

現状、人工皮革は天然皮革と合成皮革の中間的な位置付けと認識されているが、近年は合成皮革の機能性向上がみられ優位性が薄れてきている。そのため人工皮革においてもより機能性向上がより求められており、天然皮革の製造会社とのジョイントや、銀面タイプとスエードタイプの中間タイプの開発などを進めている。

人工皮革の特徴は、マイクロファイバーの製造技術で、0.1デシテックス級の超極細繊維を立体的に絡み合わせていき、天然皮革に近い構造を作り出すことで、限りなく本革に近い風合いや質感を作り出せる点にある。1964年にクラレが「クラリーノ」、1970年に東レが「エクセーヌ」を発表して以来、本革の代用素材として拡がりをみせたが、近年は代用素材というよりも、その機能性を求めた様々な生活用品メーカ－や工業製品メーカーから、代用素材ではなく完全に一つの素材として選択される傾向にある。

またこれまでの用途に加え、人工皮革の新しい用途開拓も進んでいる。その一つは産業資材分野で、機械内部に埃を入れないよう挿入口についているCDカーテンなどがある。ここでは人工皮革という最終形にこだわらず、人工皮革の製造方法の特徴を生かしながら新しい用途を切り拓こうとする動きがみられている。またもう一つの流れとして、サスティナビリティのトレンドに対応できるという利点がある。いわゆる環境に優しい、3R（リデュース・リサイクル・リユース）に対応出来る素材として注目され、アピール材料になっている。

| ブランド名 | 人工皮革素材を活用した製品展開例 |
|---|---|
| ヴィーガンレザー | ヴィーガンレザーのなかでも目下話題となっているのが“キノコレザー”。キノコの菌から作られる人工レザーは、完全植物由来のアニマルフリー素材。“キノコレザー”は全工程における地球環境への負荷が少なく、短い期間で生産が可能。さらにはリアルレザーと同等の耐久性や加工性を備えることから、ラグジュアリーファッション業界でも注目され、ラグジュアリーブランドの「エルメス」が、21年3月に米国のスタートアップ企業のマイコワークスと数年間の共同開発の末、きのこを原料にした人工皮革「シルヴァニア」を用いて作ったバッグを発表している。 |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：人工皮革

＜人工皮革の代表的な素材＞

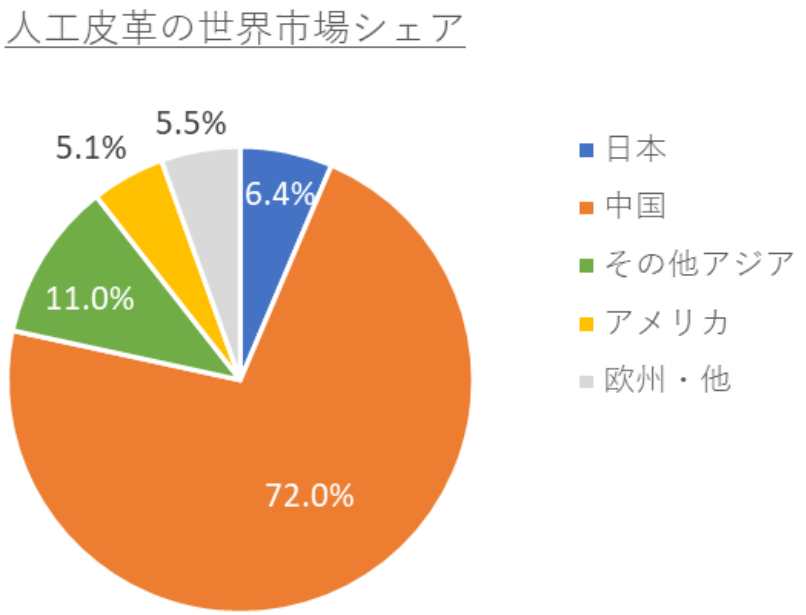
| 代表的な素材 | 種類 | 特徴・用途 |
|---|---|---|
| **クラリーノ（クラレ）** | 銀面タイプ | 1964年にクラレが開発した世界初の人工皮革。軽くて丈夫、雨や汚れに強い。**主な用途：ランドセル、学生鞄、ボール、手袋、スポーツ靴、紳士靴、婦人靴など。** |
| **コードレ（帝人コードレ）** | 銀面タイプ | 人工皮革は糸の一本一本が3次元的に絡みあった、天然皮革の組織構成と極めて近似した構造を持つ。**主な用途：サッカースパイク等のスポーツ靴、サッカーボール、バスケットボール、ランドセル、紳士靴、カーシートなど。** |
| **ウルトラスウェード（東レ）** | スウェードタイプ | 天然皮革に比べて軽量・均質、環境に配慮した非動物性素材で、リサイクルPETや植物由来PETの導入によるエシカル消費への訴求も進めている。**主な用途：スマートフォンなどのITアクセサリー、靴、バッグ、衣料品、インテリア製品など。** |
| **ディナミカ(ラムース)（旭化成）** | スウェードタイプ | 旭化成が独自の製法による3層構造で生産する高級スエード調人工皮革のブランド。**主な用途：自動車内装材、家具、ITアクセサリー、衣料品、産業用資材など。** |
| **ベルエース(ベルバイオ)（FILWEL）** | 銀面タイプ | 素材を五層構造にすることによって、牛革やコードバンなどの天然皮革に比べて、傷がつきにくく水に強いことや、重量が本革の約半分程度といった点が特徴。**主な用途：ランドセル、靴、工業用製品など** |
| **アマレッタ（クラレ）** | スウェードタイプ | 繊維の細さは天然シルクの細さのおよそ100分の1。その超極細繊維によって、より天然皮革に近く、天然皮革に負けない風合いがある。**主な用途：衣料品、バッグ、靴、インテリア製品など** |
| **レガーヌ（セーレン）** | 銀面タイプ | 人工皮革の弱点であった耐久年数について、10年以上の耐久性を実現。また本革の4倍の耐磨耗性を実現している。**主な用途：衣料品、バッグ、ITアクセサリー、カーシートなど** |
| **エクセーヌ（東レ）** | スウェードタイプ | 「クラリーノ」と並んで人工皮革の代表的なブランド。近年では生活用品よりも産業資材としての活躍が多くなっている。**主な用途：車両内装、オーディオ製品、産業資材など** |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：人工皮革

## 2．人工皮革の世界市場

人工皮革の世界の販売金額は約1兆2,500億円で、国・地域別でみると、下記のグラフのようなシェアとなる。 国・地域別の構造は、基本的に合成皮革と大きな違いはなく、日本も含むアジア地域で全体の90％を占める構造となっている。そのうち人工皮革市場の7割強を中国が占めている。合成皮革と比べるとそのシェアの数値はやや落ちるが、中国は靴、衣料、自動車など多くの最終製品の生産国でもあり、その技術力も年々向上していることから、今以上に素材の現地調達が増え、今後も生産増加にあわせて需要が伸びていくと予想されている。また製品の生産拠点として拡がりつつある。その他アジア諸国(日本除く)での需要も同様に拡大している。日本、欧州、アメリカは主に高機能製品の生産を追求しており、低価格を売りとする中国やその他アジア諸国で生産される人工皮革との差別化を図っており、世界の高級品需要に対応している。

※合成皮革の世界市場規模
1兆2,500億円(100%)

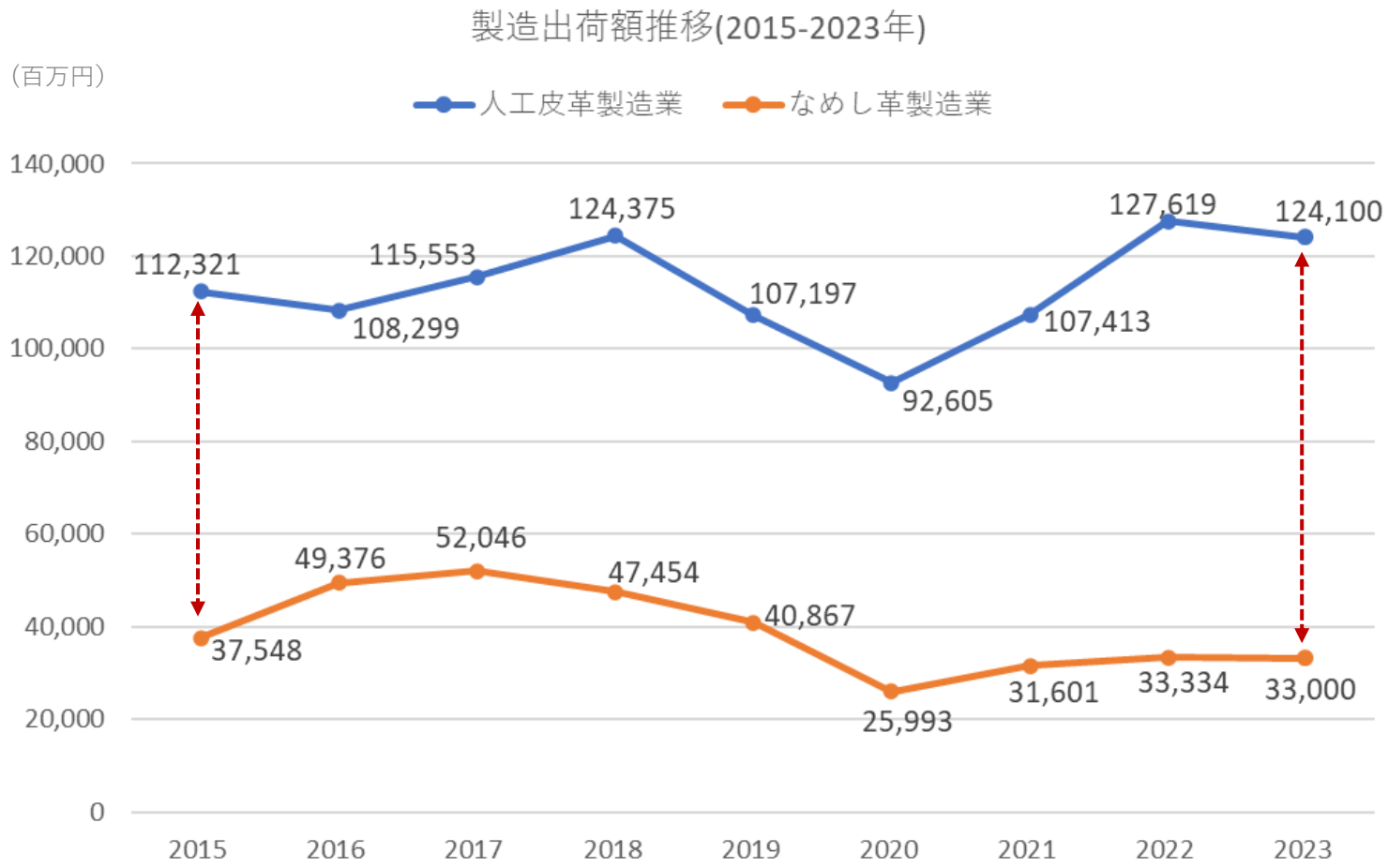



※業界ヒアリング及び情報収集による弊社推計

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：人工皮革

### 3．総出荷額推移

人工皮革製造業の出荷額は、コロナ禍依然の規模に戻っているが、伸びは合成皮革ほどではない。またなめし革製造業との差は、2015年当時が約3.0倍、2023年では約3.8倍の差となり、こちらも合成皮革ほどの差は付いていない。




出所：経済産業省「経済構造実態調査」及び有力企業のIRデータ、ヒアリングによる弊社推計

## 1. 合成皮革・人工皮革製品の生産背景

合成皮革市場で多くを占める中国製の合成皮革を日本の製品メーカーが使用する場合は、中国現地で製品化まで行うことが通常であり、そこまでのコストメリットで中国製合成皮革を使用する日本企業も多いと思われるが、近年、その合成皮革の品質水準が上がっていると同時に、生産の人件費の上昇が激しく、製品化までのコストはかなり上昇している。そのため、中国のメーカーにおいても、素材の生産を東南アジア諸国に生産拠点を作り、コスト対応を行うといった動きも見えている。このように中国においても生産コストが上昇しているとはいえ、それでも合成皮革は、まだ日本生産との価格差はあるため、日本企業も合成皮革製品の生産に関しては中国の合成皮革を使用する流れは変わっていない。

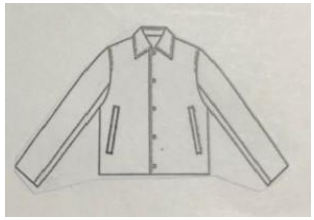
現状、中国産の合成皮革と日本産の合成皮革の価格を比較すると、コロナ禍以前は海外産５：日本産10の割合であったが、コロナ禍以降海外産の価格が上昇し、現状は海外産７：日本産10程度の比率となっている。これは為替の影響と海外現地の人件費の高騰が大きく影響している。ただ海外産のネックは生産ロットの問題。やはり中国産は最低1,000ｍが必要。日本産は500ｍ、もしくは300ｍが最低ロットとなっている。その影響で近年は韓国の製品メーカーが日本産の合成皮革を買い付けに来るケースもある。価格よりも小生産ロットを求めて買い付けに来るケースもみられる。

日本の合成皮革・人工皮革メーカーは、しばらく靴やバッグなどのファッション需要の停滞もあって、積極的には設備投資をしていなかったが、近年、世界の市場で電気自動車の需要が高まり、それに伴いカーシートの需要が高まると同時に、日本の合成皮革・人工皮革メーカーは、海外に新たな工場を設置するなどの動きを見せている。このように日本の合成皮革・人工皮革メーカーのビジネスの大部分が海外向けとなっていて、国内向けはさらに減少している。また合成皮革の中でも国内向けの塩ビ製は、化学・塩ビメーカーが対応しているケースが少なくない。

また日本の製品メーカーは、生産ロットの問題もあり、合成皮革の調達は生地問屋を通して調達しているケースが多い。その日本の生地問屋において合成皮革の扱いは全体の10％程度だとされている。この比率はここ10年程度では変化はなく、今後も変わらないと考えられている。

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：生産背景

## ①中国製素材を使用した生産コスト事例

| 本革と合成皮革のコスト比較 |  |  |  |
|---|---|---|---|
| ＜合成皮革＞ | 1.ジャケット | 2.シューズ | 3.バック |
| 素材単価（現地調達） | $0,95~1.05／M | $0.90~1.00／M | $1.05／M |
| 生産コスト　①素材コスト<br>②工賃、付属代、利益 | ①　$3,10／M（28sf相当）<br>②　$25,00 | ①　$1,20／M<br>②　＄12,00 | ①　$2,60／M<br>②　$14,00 |
| 仕入れ価格　①輸入原価<br>②実質仕入れ価格（関税等含む） | ①　$28.10<br>②　￥5,100～5,300 | ①　$13,20<br>②　￥2,300～2,900 | ①　$16,60<br>②　￥2,800～3,500 |
| 市場小売価格 | ￥18,500 ~ 22,000 | ￥5,900 ~ 9,800 | ￥6,800~12,000 |
| 生産期間 | 30~35日 | おおよそ30日 | おおよそ30日 |
| ＜本　革＞ | 1.ジャケット | 2.シューズ | 3.バック |
| 素材単価（現地調達） | $1.60／sf　sheep | $2.60／sf　cow | $2.20／sf　cow |
| 生産コスト　①素材コスト<br>②工賃、付属代、利益 | ①　$44,80／28.0sf<br>②　$33.00 | ①　$16.10／6,2sf<br>②　$15.00 | ①　$26,60／13,30 sf<br>②　$17,00 |
| 仕入れ価格　①輸入原価<br>②実質仕入れ価格（関税等含む） | ①　$77,80<br>②　¥14,800~15,000 | ①　$31.60<br>②　￥5,750～6,700 | ①　$43,60<br>②　¥8,350~8,500 |
| 市場小売価格 | ￥43,000～68,000 | ￥11,800 ~ 17,800 | ￥18,000 ~34,500 |
| 生産期間 | 60 日 | 45 日 | 50日 |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：生産背景

## ②日本製素材を使用した生産コスト事例

| 本革と合成皮革のコスト比較 |  |  |  |
|---|---|---|---|
| ＜合成皮革＞ | 1.ジャケット | 2.シューズ | 3.バック |
| 素材単価（国内調達） | ￥2,000／M | ￥2,660／M | ￥2,880／M |
| 生産コスト　①素材コスト<br>②工賃、付属代、利益 | ① ¥6,000 ／3.0M<br>② ¥7,000 | ① ¥3,190／1,2M<br>② ¥2,600 | ① ¥7,200／2.5M<br>② ¥3,500 |
| 最終コスト | ¥13,000 | ¥5,790 | ¥10,700 |
| 市場小売価格 | ￥33,500～55,000 | ￥12,900～22,000 | ￥28,500～49,000 |
| 生産期間 | 30~35日 | おおよそ30日 | おおよそ30日 |
| ＜本　革＞ | 1.ジャケット | 2.シューズ | 3.バック |
| 素材単価（国内調達） | ¥420~500/sf　sheep | ¥850/sf　cow | ¥800~850/sf　cow |
| 生産コスト　①素材コスト<br>②工賃、付属代、利益 | ① ￥13,300／ 28.0sf<br>② ¥9,500 | ① ¥11,347／13.3sf<br>② ￥3.000 | ① ¥17,400／21.0sf<br>② ￥4,500 |
| 最終コスト | ¥22,800 | ¥14,347 | ¥21,930 |
| 市場小売価格 | ￥79,000～85,000 | ￥23,800～32,800 | ￥68,500～78,000 |
| 生産期間 | 60 日 | 40～70 日 | 50～70日 |

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：特徴

## ２．合成皮革・人工皮革のビジネス面での優位点

本革と合成皮革・人工皮革とも、素材の特性をそれぞれ持っている。本革の特性は合成皮革や人工皮革の弱点でもあるなど、それぞれの素材の特性には一長一短がある。ここではビジネス面における合成皮革・人工皮革の優位点を挙げる。

**① 価格**

本革との明確の差別化要因は価格。もちろん合成皮革の低価格のものでは、見かけや質感において本革の代用品とは言えないものもあるが、単に製品作りにおいては、その役割を十分に果たすものも多い。その価格も人工皮革や合成皮革の性能が上がっていることで、徐々に価格差は縮まっているが、見た目ではほぼ区別がつかないレベルで、機能性も高い素材でもまだ本革の７割程度の価格差で、優位性を保っている。

**② 裁断ロス**

布地と同じ形で生産される合成皮革は、裁断の際のロスが少ない。製品メーカーとしてはこの裁断のロスは生産コストに大きく影響するため、本革に比べると合成皮革・人工皮革は大いに優位にある。

**③ コントラクト需要**

コントラクト需要に強い点。コントラクト需要の製品は、人が多く集まる場所で使用されることが多いことで、丈夫さ、防汚性、防水性などが求められるため、本革よりも合成皮革が適している。そのコントラクト需要は一定の需要があるこや、途上国においては今後さらに需要が拡大することが予想される。

**④ カーシート需要の拡大**

カーシートの需要はEV車の需要拡大で世界レベルで拡大している。EV車の大きな課題はバッテリーの重量が重いことで、そのためカーシートは軽量を求められている。その点、合成皮革や人工皮革は本革よりも軽く、それを特徴としている素材も多いことで、その需要に乗って合成皮革、人工皮革の需要も拡大している。

**⑤ サスティナビリティ**

あくまでも本革との違いという視点でのサスティナビリティとして、動物性の素材を使っていないという点。また製造工程において大量の水などを使用、廃棄することはないといった点、また処分においても合成皮革は布扱いのため、そのまま廃棄できる対象となっている点などが挙げられる。合成皮革・人工皮革が純粋にサスティナビリティ素材ではないが、各メーカーの訴求力が強いことで一般社会にはその認識が広まっている。

# 1. 合成皮革・人工皮革市場の現状と動向　：まとめ

- ✓ 合成皮革、人工皮革は、開発された当初は本革の代用品として普及したが、現在ではもはや本革の代用品ではなく、完全に独立した素材の1つとして考えられている。つまり本革と合成皮革、人工皮革はほとんど競合していないことになる。各業界においては、本革、合成皮革、人工皮革それぞれ、おおよそ製品の価格帯と機能性の違いによって棲み分けが出来ている。

- ✓ 現在の合成皮革、人工皮革の拡がりは、主に車両用用途、産業資材用途に拡がっている。特に車両用として、正解レベルで普及が進んでいるEV車は、バッテリーがガソリン車よりも重いため、カーシートには軽さを求められる傾向がより強くなり、機能性も兼ね備えた人工皮革の需要が拡大している。またその他にも航空機や電車のシート、内装等に使用されており、資材としての需要は堅調である。

- ✓ 国内の合成皮革及び人工繊維の有力メーカーは、視線は完全に世界市場に向いており、機能性で勝負できるマーケットに照準を合わせている。世界レベルで見ても日本の人工皮革、合成皮革メーカーの機能性は優れており、有力自動車メーカーや海外の有名ファッションブランドでも多く使用されている。

- ✓ ただ日本市場においては、ファッション市場が全体的に厳しい状況にあるため、合成皮革や人工皮革の需要も縮小している。また生産ロットの問題もあり、少量多品種を求める日本の製品メーカーの要望には対応できていない。日本市場での需要を保っているのは低価格製品対応の塩ビ素材や、日本の大手自動車メーカーとビジネスが繋がっているメーカーという状況で、日本市場では決して需要が拡大しているわけではない。

- ✓ 海外生産の合成皮革、人工皮革は主に中国で生産されているものが多い。特徴はやはり価格で、低価格のものでは日本産の30%程度のものもある。ただ近年は品質も向上し、価格差は小さくなりつつあるが、品揃えとして価格に幅があるため、製品メーカーとしては選択し易い（扱い易い）状況に変わりがない。

- ✓ 人工皮革の機能性の向上は目覚ましいものがあり、万能とも言える。より機能性を求めるスポーツ用品やなどの需要は増えている。見た目もほぼ本革と変わらず、依然として本革が優位にあるのは耐久性（経年劣化しない）だけであるといっても過言ではない。

# Ⅱ. 主要カテゴリー別
# 合成皮革・人工皮革の扱い状況

# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

## 1. 靴製品市場の動向及び素材別製品動向

①靴製品市場の動向

婦人靴のマーケットはコロナ禍以降、回復基調ではあるが、2023年あたりからその伸び率は鈍化傾向にある。コロナ禍以前から低調であったパンプスなどのアイテムの売れ行きは少し回復基調にあるが、全体的に革靴関連の販売不振の影響もあり、全体の市場規模はコロナ禍以前の状況には簡単には戻りそうもない。

バッグ・革小物の高級ブランドに見られた急激な値上げの動きは市場規模を拡大に導いているが、同様に靴製品の高級ブランドでも値上げは行なわれてはいるものの、靴製の場合、ブランドネームよりも実用的な面が求められるアイテムでもあり、消費者がより価格に敏感な面もあることで、高級ブランドでもバッグ・革小物ブランドほどの値上げができず、それが市場規模拡大に繋がっていない感がある。

紳士靴もほぼ婦人靴の動きと同様で、コロナ禍から回復基調にあるが、2023年、2024年と伸びてはいるが、その伸び率は鈍化している。また紳士靴に関しては、婦人靴程高級ブランドの動きが市場を牽引している状況にはない。

またコロナ禍を経て、リモートワークの定着という現象もあって、紳士靴は婦人靴以上に革靴離れが進んでいる。その分、スニーカー需要は拡大しているが、やはり価格面では革靴に比べる低価格の商品が多く、市場規模の伸び率鈍化の要因にもなっている。







※矢野経済研究所・弊社推計

# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

②靴市場における素材別製品動向

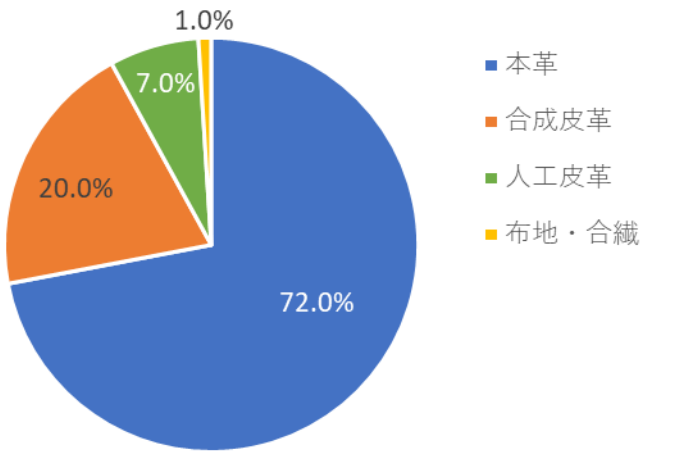
業界ヒアリングによると、靴市場全体の素材別のシェアとしては、本革のシェアは全体の40%程度、人工皮革・合成皮革のシェアは50%、布地・合繊が残り10%程度と推測される。近年ビジネスシューズの需要が減少、逆にスニーカーの需要が高まっていることもあり、人工皮革や合成皮革の需要が高まっている。

ここでは、本革の需要を確認するために、紳士靴、婦人靴ともビジネスシューズ、パンプスなどを中心にその動向をみた。紳士ビジネスシューズにおける金額ベースの素材別シェアは本革が70%超、合成皮革・人工皮革でおおよそ30%程度と推測される。今後の状況については販路の状況次第。量販店やチェーン店などの扱いが増えれば、合成皮革製品の需要が増えてくる。百貨店、専門店ではまだ本革製品が強いが、コロナ禍以降の高級品需要も一段落している様子から、今後は合成皮革製品のシェアが拡大しそうな感じである。また、合成皮革・人工皮革のメーカーが、靴用としての開発に今後注力して、機能性が高い素材を開発してくればさらにシェアが拡大する可能性があるが、合成皮革・人工皮革メーカーは靴市場を主力ターゲットには置いていない為、販路の需要次第ということになりそうである。

一方、婦人のパンプスにおける金額ベースの素材別シェアは、本革が60%、合成皮革・人工皮革が38%程度と推測される。婦人靴は元々紳士靴に比べると合成皮革や人工皮革のシェアは高めである。これは発色性の問題や革へのこだわりが低い点、また洋服との組み合わせもあって、種類が必要であり、買い替え需要も高いことが要因とみられる。

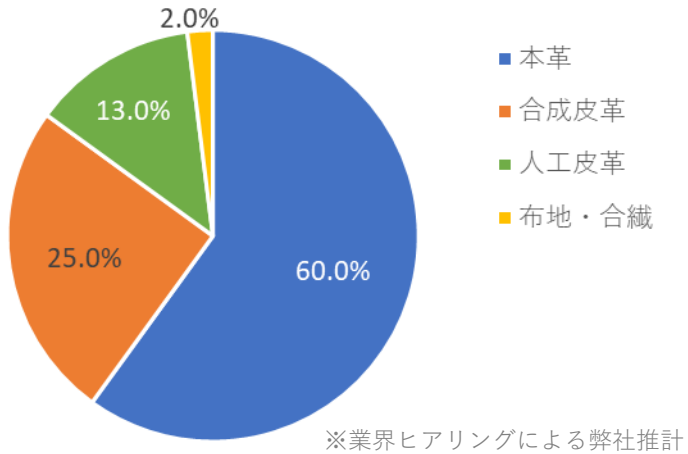
素材調達においても、価格比較として人工皮革がデシで40円～50円（高い方）くらいで、本革に比べるとまだ価格に少し優位性がある。安いものではデシ20～25円くらいが現在の相場とみられる。

素材別国内需要シェア（紳士ビジネスシューズ）




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

素材別国内需要シェア（婦人パンプス）




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

## 2. バッグ・革小物製品市場の動向及び素材別製品動向

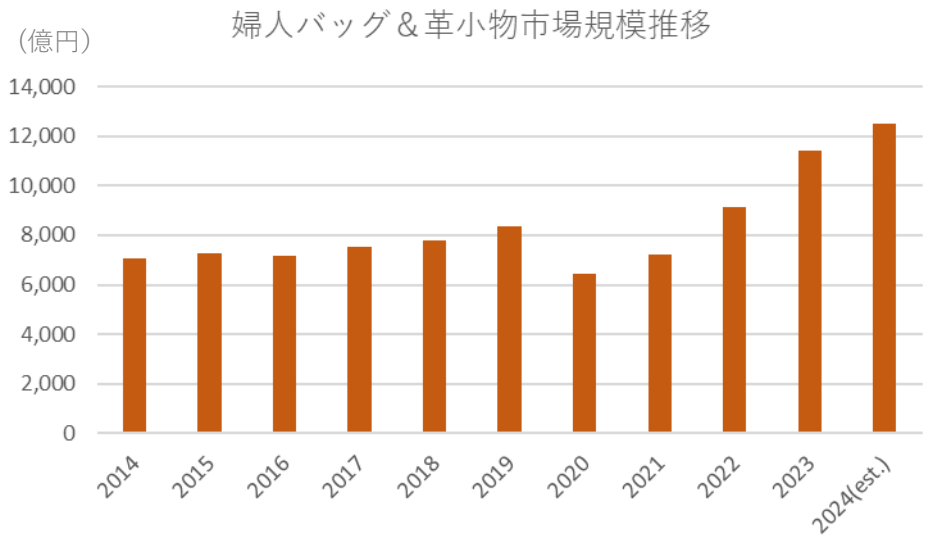
①バッグ・革小物製品市場の動向

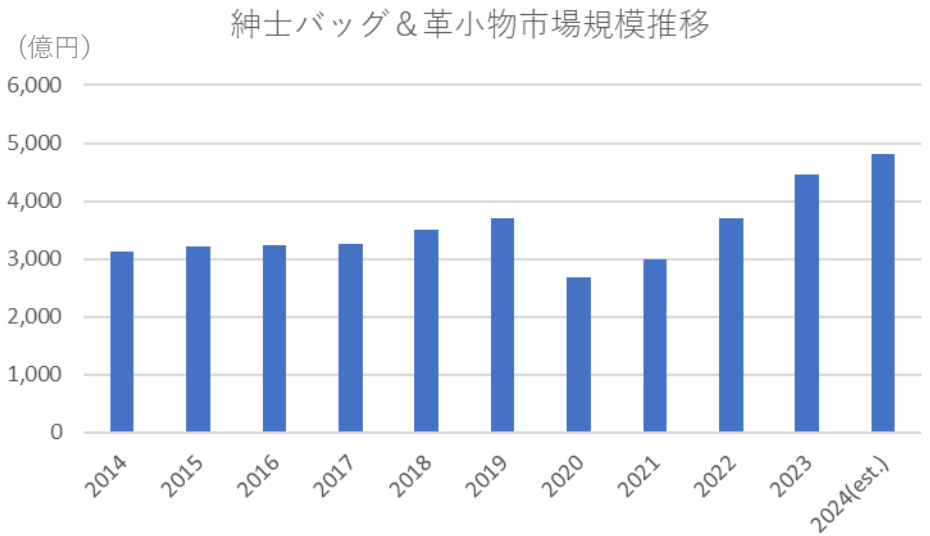
コロナ禍以降、急激な拡大をみせている婦人バッグ・革小物市場は、海外有力ブランドの好調さが牽引した結果、1兆円規模をはるかに超えて、現在も伸び続けている。国内の富裕層需要が堅調な上に、円安を背景に海外有力ブランドに対してインバウンド需要がより旺盛になったことが最大の要因。

またその円安を背景に2022年あたりから商品価格の値上げが継続し、2023年、2024年と1年に2－3回程度の値上げを実施するブランドもみられるなど、この値上げも市場規模拡大の要因の一つになったことは間違いがない。ただ、2024年は前半まではまだその傾向が窺えたが、夏を境にやや売れ行きが停滞する気配がみられ、現在は値上げの動きも止まっている。

婦人バッグ・革小物市場ほどの伸びは見られなかったが、紳士バッグ・革小物市場においても国内富裕層の消費とインバウンド需要の好調さによって5千億円規模に達しようとしている。

旅行や出張に伴う「スーツケース」の需要が好調。また、バッグの値上げが続く中で、比較的買いやすい価格帯である「財布」の需要も堅調に推移した。世界的には「財布」需要は下火になると言われ続けて久しいが、日本に限っては財布の需要は落ちる気配は感じられない。




※矢野経済研究所・弊社推計

# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

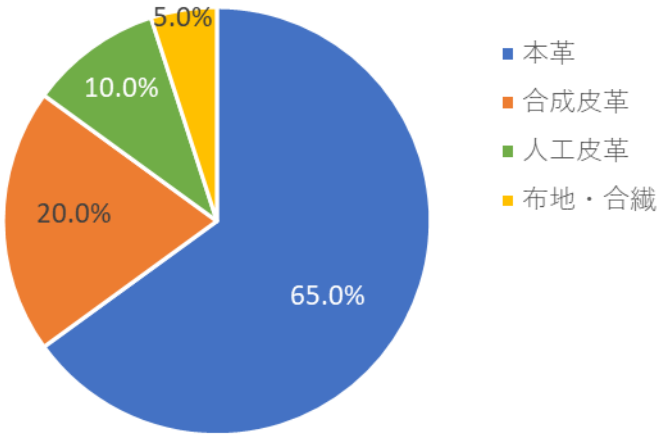
②バッグ・革小物製品市場における素材別製品動向

紳士バッグ・革小物市場における金額ベースの素材別シェアは本革が65%、合成皮革・人工皮革でおおよそ30%程度と推測される。製品の販売価格がここ10年ほとんど変化しておらず、皮革製品メーカーとしては、その販売価格によって本革と合成・人工皮革の使い分けが行われているため、本革と合成・人工皮革の比率もほとんど変わっていない状況にある。

一方、婦人バッグ・革小物市場における金額ベースの素材別シェアは、本革が55%、合成皮革・人工皮革が35%、布地・合繊が10%の割合と推測される。紳士バッグ＆革小物市場と比べると、本革の比率が低いが、婦人物の場合は作りに手が込んでいることで、用尺もかかる上、カラーバリエーションの問題もあり、そうなると必然と合成皮革の使用比率が高くなってくる。ただそれでも現在の市場では高級ブランドのシェアが拡大していることもあり、また値上げの影響もあって、金額ベースでみると本革のシェアが高い状況となっている。

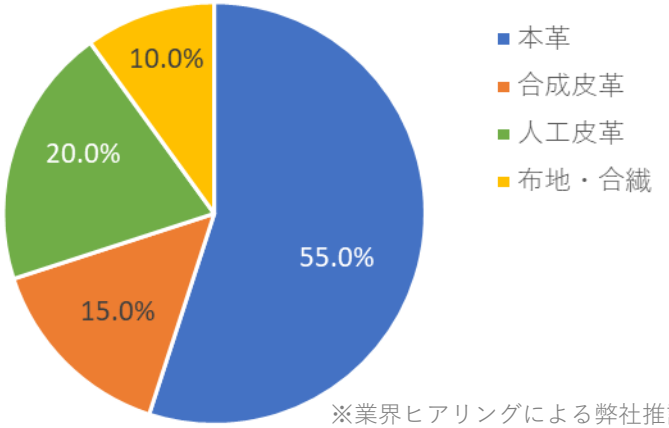
バッグ＆革小物市場においてもその需要は二極化しており、海外ブランドを中心とした高級品需要と低価格品需要とに分かれている。日本の皮革製品メーカーが生産する製品は高級品でもなく、低価格品でもないといった中間的な製品が多く、現在の市場で戦うためには高品質な製品を可能な限り低価格で販売する方向に向かっている。そのため本革ではなく、人工皮革や合成皮革を使用せざる得ない事情もある。また円安の影響や、原料高の問題もあるが、高級ブランドと違って価格に転嫁できないといったこともある。またこの市場で使われている合成皮革はほとんど海外産。製品の生産をほとんど海外で行っているので、素材も現地調達が基本となる。主に中国での調達が中心。日本産を持って海外で生産するケースはまれである。

素材別国内需要シェア（紳士バッグ&革小物）




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

素材別国内需要シェア（婦人バッグ&革小物）




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

## 3. アパレル市場の動向及び素材別製品動向

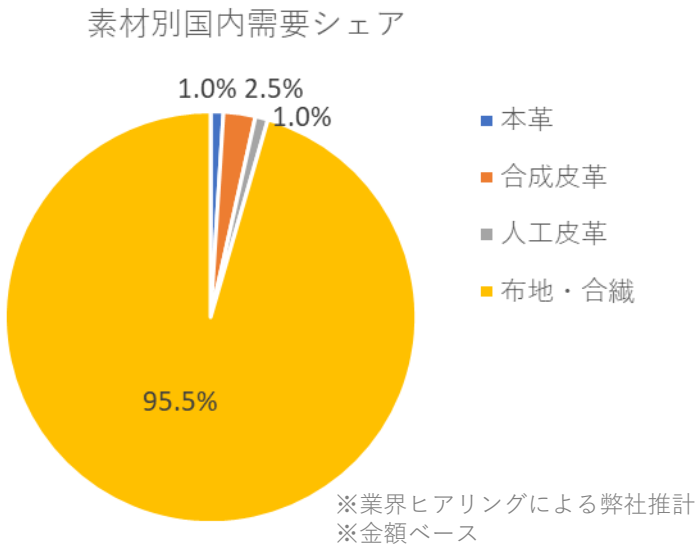
2023年の大人服市場規模は、前年比103.1％の８兆3,340億円と推計。ここ数年、回復基調が続いている。2024年も消費者の購買嗜好がやや低価格商品に流れている感じはあるが、各アパレルメーカーや小売業の業績などを見る限り、順調に回復しているとみられる。

2024年はコロナ禍前を上回るインバウンド消費がみられたが、昨今の株価や為替の上下動の激しさや、猛暑や暖冬など不規則な外的要因もあって、アパレル製品の需要そのものに繋がる懸念材料も多く、今後の市場について楽観視しているムードではない。特に紳士服はここ数年、市場を支えていたアウトドアファッションがピークアウトした状況であり、また紳士服市場のカジュアル化のトレンドは変らず、高額製品の需要に期待できないことで、2024年以降の市場規模拡大に繋がる要因は少ない。

アパレル業界における本革素材の需要は限定されている。元々は防寒を目的としてジャケットやコートに使用されることが多く、近年も用途そのものに変化はないが、本革を使用する狙いも、機能というよりはファッション性を重視した結果と変化している。また価格や軽さが重要視される昨今のファッション需要において、本革製品の需要は減少している。昨年は女性のライダースジャケットがトレンドになっていたが、素材を見ると国内ブランドのものは合成皮革などが多く使用されていた。本革素材は高級ブランドの本革製品の需要によって金額ベースでは1%程度のシェアを保っているが、昨今のサスティナブルムードは、やはり本革素材は逆風になっており、そのシェアは今後さらに縮小する様相である。




※矢野経済研究所・弊社推計




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

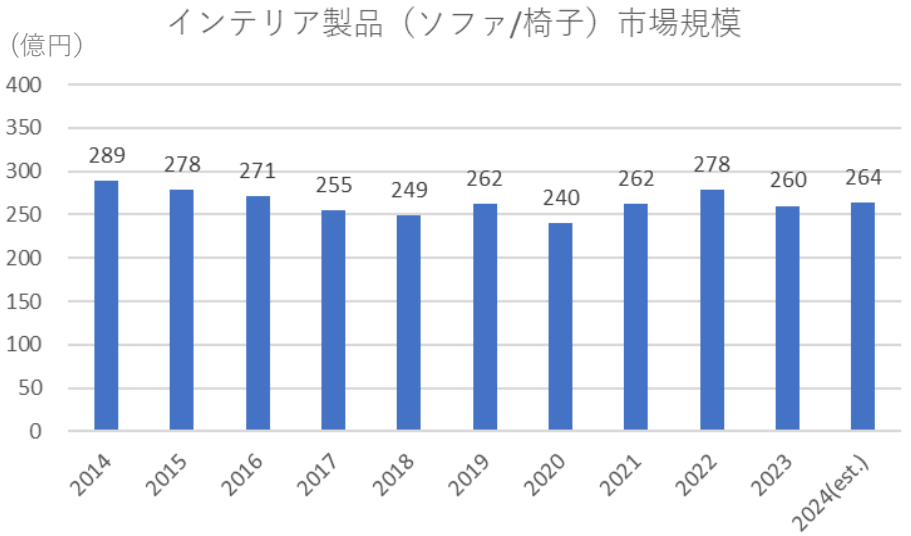
# 2. 主要カテゴリー別 合成皮革・人工皮革の扱い状況

## 4. インテリア市場の動向及び素材別製品動向

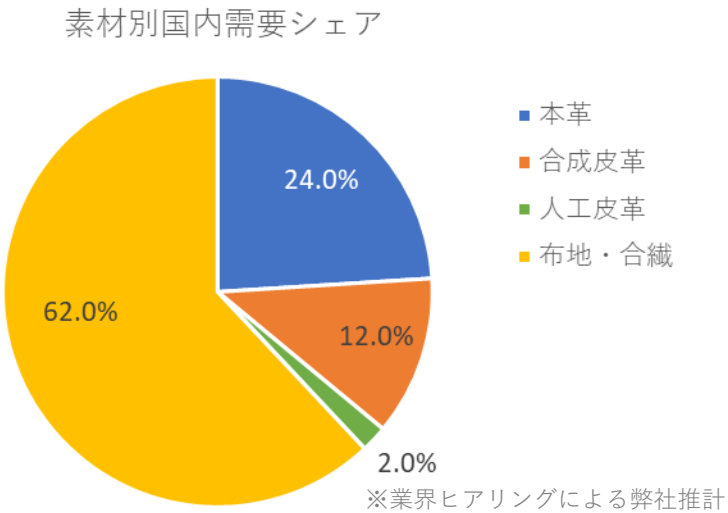
ここではインテリア製品の中でも本革素材の需要があるソファや椅子の市場にフォーカスして現況を確認した。全体の市場としては大きく家庭用と業務用（コントラクト）に分類される。コロナ禍においては、他製品の需要が縮小する中、インテリア製品はイエナカ需要として好調ぶりが伝えられた。ただ業務用の需要が落ち込んだことで、全体の市場規模としては縮小している。市場全体を中期的に見ればおおよそ横ばい状態で推移している。

また素材別にみれば、ソファは高級品を中心に本革の需要は一定数使用されているが、長期的なトレンドでみると、バブル当時で本革は40%近いシェアであったが、近年は25%程度まで縮小している状況である。椅子に関してはコントラクト需要が多く、低価格品が多いことや、業務用として汚れにくい、防水性もあるという特性でメンテナンスし易いというメリットで比較的合成皮革が多く使われている。

業界では今後も本革の需要は減少するとみられている。その理由としては、若い人の間でソファといえば布張りというイメージが浸透しつつあること。価格の問題もあるとは思うが、ユーザーの嗜好の変化の問題が大きいと感じている。革へのこだわりを持つ人が少なくなっていて、今後も本革の需要が増えるイメージはない。そうした現状、製品メーカーとしてはコントラクトの需要に注力しつつある。職場環境を良くしようという風潮は、ビジネスチャンスだと感じている。本革の需要においては、やはりクロムフリー（植物性タンニン）が重要になってくる。顔料や塗料の問題が大きい。




※経済産業省「生産動態統計調査」より




※業界ヒアリングによる弊社推計
※金額ベース

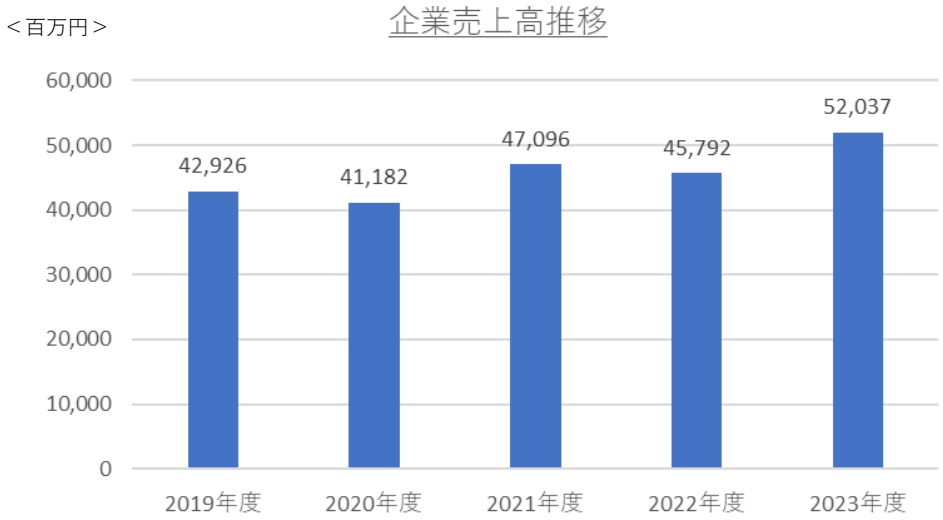
# Ⅲ. 合成皮革・人工皮革主要メーカーの動向

# 3. 主要メーカーの動向：①共和レザー株式会社

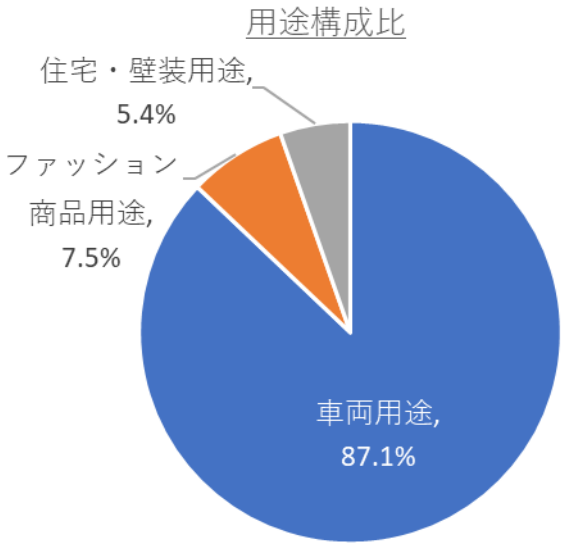
## 1. 共和レザー株式会社

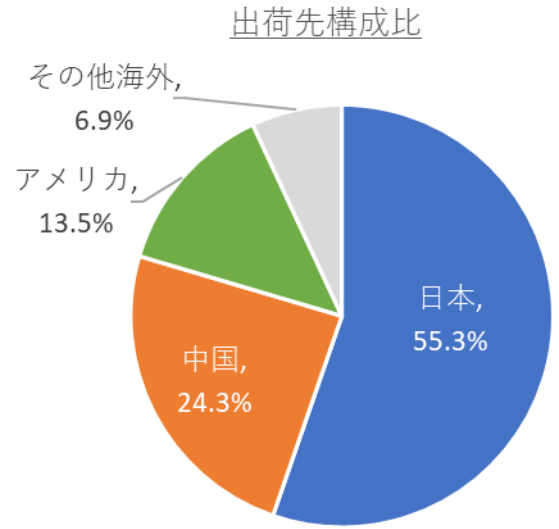
本社所在地：静岡県浜松市南区東町1876
設　立：1935年8月
従業員数：1,395人（2024年3月時点）

静岡県浜松市に本社を置き合成樹脂製品を製造する合成皮革及び人工皮革のメーカーとしては国内最大手。現在はトヨタグループの企業で、自動車用内装皮革の最大手でもあり、世界でもNo.2のシェアを誇る。合成皮革の扱いは塩ビ製が全体の約55%、ポリウレタン製が27%を占める。
用途としては車両用（主にカーシート用）が大半を占め、残りは靴、バッグなどのファッション商品と住宅・壁装用となっている。また出荷先は日本国内が55%で残り45%は海外に向けたものとなっている。近年は、高品質な合成皮革”エシカルレザー「ソバニ」を開発し、地域企業やデザイナーとのタイアップ、またデザイン系大学や地域学校の支援など、社会貢献活動も行っている。




※IR資料より作成




※IR資料より作成

# 3. 主要メーカーの動向：②ウルトラファブリックHD株式会社

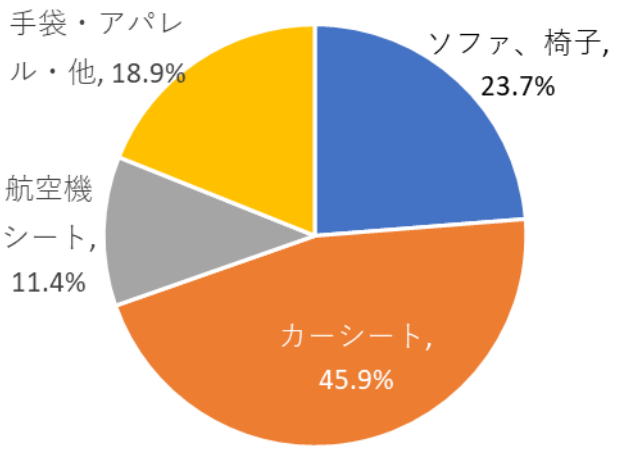
## 2．ウルトラファブリックHD株式会社

本社所在地：東京都八王子市明神町3-20-6
設　立：1966年1月
従業員数：320人（2023年12月時点）

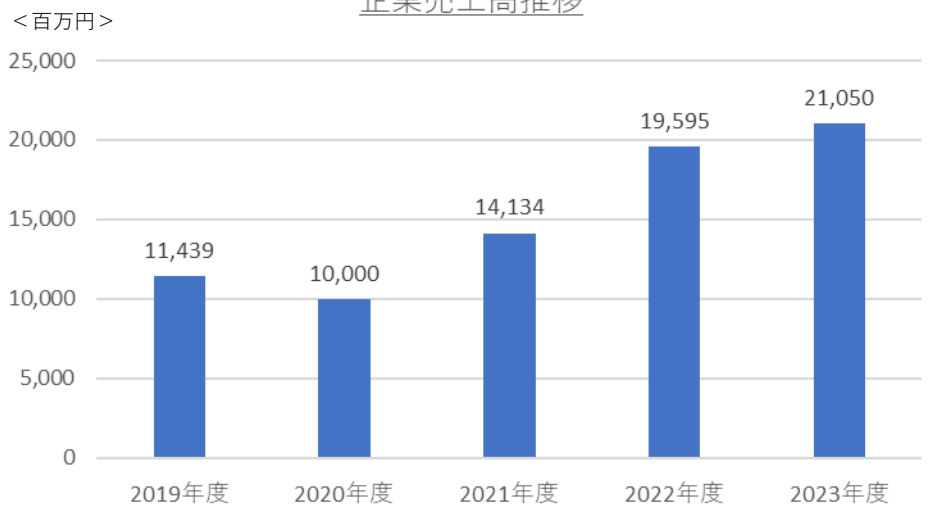
合成皮革に関しては、実質、子会社の第一化成㈱による展開。アメリカのウルトラファブリック社を買収し、第一化成㈱が製造・販売、アメリカ・ウルトラファブリック社が海外での販社という体制で運営している。日本国内での販売は第一化成㈱が直接行なっている。2017年に社名を現在の名称に変更している。

用途としては、車両用/インテリア用/航空機シート/アパレル・手袋などの素材として使用され、特に車両用は主にアメリカ向けに出荷されている。日本国内向けは3.6%に過ぎず、大部分が海外向けに出荷されている。主に生産しているのは湿式ポリウレタンレザーで、天然皮革では実現できない様々な機能を製品に追加することを特徴としている。

用途構成比

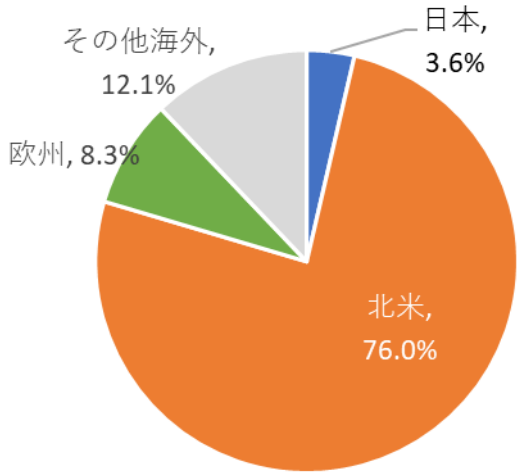



企業売上高推移




※IR資料より作成

出荷先構成比




※IR資料より作成

# 3. 主要メーカーの動向：③小松マテーレ株式会社

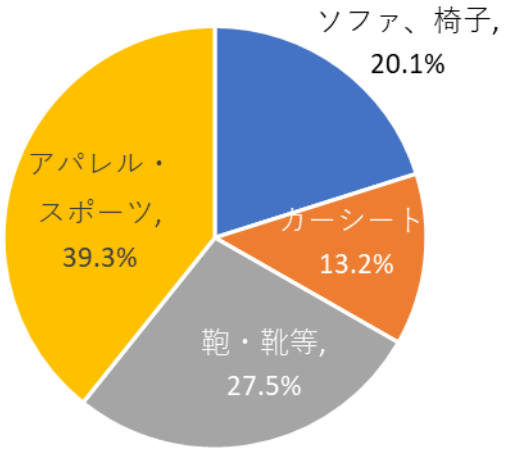
## 3．小松マテーレ株式会社

本社所在地：石川県能美市浜町ヌ167番地
設　立：1943年10月
従業員数：1,117人（2024年3月時点）

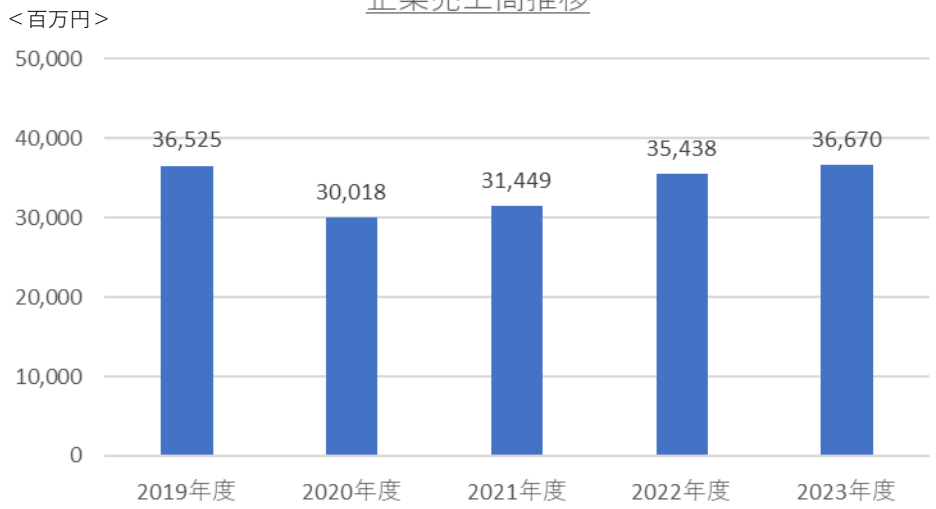
1943年に石川県で創業。元々繊維素材の染色を基盤に事業を行っていたが、現在は多彩な事業領域をカバーする化学素材メーカー。合成皮革を主として、合成皮革、人工皮革も生産している。海外のTOPブランドにも供給しているファッション・スポーツなどの衣料分野から、医療関連、建築建材関連、電材関連などの資材分野、環境共生素材を軸とした先端材料分野まで、幅広く事業展開を行っている。

合成皮革の用途としては、アパレル・スポーツ用途、鞄・靴用途、インテリア用途、カーシート用途などをなっている。また出荷先は日本国内が60%強を占め、残り40%弱が海外向けとなっている。今後は欧・米・中東・アジアの取り組みを更に強化し、社内に海外戦略部署も新たに構築している。

用途構成比

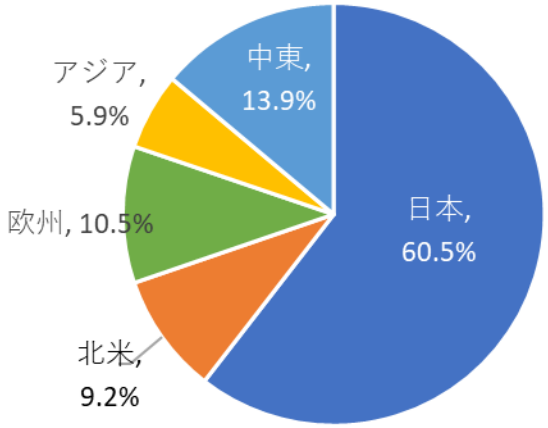



企業売上高推移




※IR資料より作成

出荷先構成比




※IR資料より作成

# 3. 主要メーカーの動向：主なプレーヤー（合成皮革）

| 企業名 | 企業概要 | 合成皮革展開状況 |
|---|---|---|
| **4．共和ライフテクノ㈱** | 企業売上高：84億8,000万円<br>（2023年度）<br><br>事業内容：<br>合成皮革・人工皮革事業　95%<br>塩ビレザー事業　3%<br>化粧紙・化粧フィルム事業　2% | 1950年に共和レザーから分離独立、その後、2001年に再度共和レザー傘下となり、当時の共和レザー傘下の3社との合弁企業として現在の体型となっている。現在はPVC・PUレザー事業と住宅内装に使用する化粧紙・化粧フィルム事業を行っており、コロナ禍以降、親会社の共和レザーの車両用途の需要拡大に連れて、業績も伸ばしている。<br>主な販売先としては、親会社の共和レザーをはじめ、サンゲツ、東京シンコーレザーといったインテリア製品需要企業への販売、クラレなど大手メーカーのOEM事業も行っている。<br>合成皮革事業の主力ブランドは超ソフト合成皮革シフォン「ロベール」を中心として、他5種類の合成皮革ブランドを展開している。またた人工皮革ブランドとしては「サスティナ」「ジャイロ」といったブランドを展開している。 |
| **5．東洋クロス㈱** | 企業売上高：：101億円<br>（2023年度）<br><br>事業内容：　※弊社推計<br>フィルム事業　60%<br>合成皮革事業　40% | 創業100年を超える老舗企業。現在は東洋紡の傘下にあり、2024年には、車両の軽量化が求められる電気自動車などの車両シートの需要の高まりなどを受け、増産に必要な設備を増設することを決め、合成皮革の年間生産能力を200万ｍから300万ｍに高めることを発表している。<br>その他合成皮革の主な用途はインテリア製品、雑貨製品、スポーツ衣料、手袋、ヘッドホン、防水シーツ等に活用されている。<br>また近年、『長期的な環境保全』という持続可能な開発を考慮した製品「アースレザー」を開発。バイオマス比率を最大60%が可能なインテリア製品やバッグ、自動車内装の需要に対応している。 |

# 3. 主要メーカーの動向：主なプレーヤー（合成皮革）

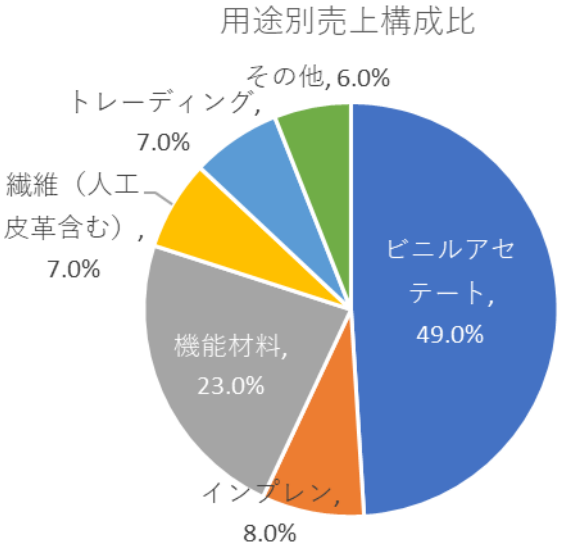
| 企業名 | 企業概要 | 合成皮革展開状況 |
|---|---|---|
| **6．アキレス㈱** | 企業売上高：786億円<br>（2024年3月期）<br><br>事業内容：<br>・産業資材事業　36%<br>・プラスティック事業　51%<br>（合成皮革売上含む）<br>・靴事業　13% | 合成皮革ブランド「カブロン」を展開。航空機市場を視野に開発された高難燃合成皮革で、航空機業界で求められる高度な難燃性を実現し、現在は航空機需要だけではなく、鉄道車両、自動車車両の需要にも対応している。<br>また塩ビレザーブランド「パートナー」「ビニスター」も展開。車輌シートのメイン・メインサイドにターゲットを絞った素材で、本革や合成皮革の次世代品として優れたコストパフォーマンスを発揮し、産業用車輌や家具、文具や雑貨など、幅広い分野で使用されている。また優れた抗菌性も売りとしており、病院や公共施設の待合室、オフィスビルのロビーで使われるソファやベンチなど、不特定の人が接触する家具への使用されている。 |
| **7．SUMINOE㈱** | 企業売上高：1.034億78百万円<br>（2024年5月期）<br><br>事業内容：<br>・自動車・車両内装事業<br>（合成皮革事業含む）　60%<br>・インテリア事業　35%<br>・機能資材事業　3%<br>・その他事業　2% | 合成皮革売上高：100億円（2024年5月期）。2025年度はさらに５％の増収を見込んでいる。<br>湿式発泡技術により、防水性とムレの発生を抑える透湿性の2つの機能を併せ持つ合成皮革高機能合成皮革「セルクロス」を展開。主な用途として自動車内装（カーシートなど）、電車等車両シートなど。<br>企業としても合成皮革事業を新たな成長エンジンとして位置づけ、メキシコの合成皮革工場を充実させることで、安定的な受注獲得と生産体制の最適化・効率化で競争力強化している。また新たな合成皮革工場の設立も推進し、成長が見込める非繊維領域（合成皮革事業）において、海外展開を加速する考えを示している。 |

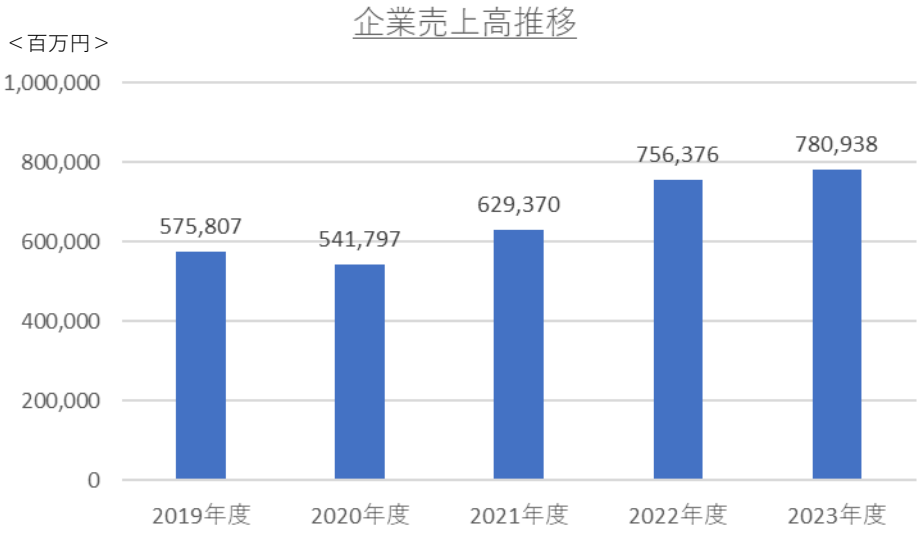
# 3. 主要メーカーの動向：⑧株式会社クラレ

## 8．株式会社クラレ

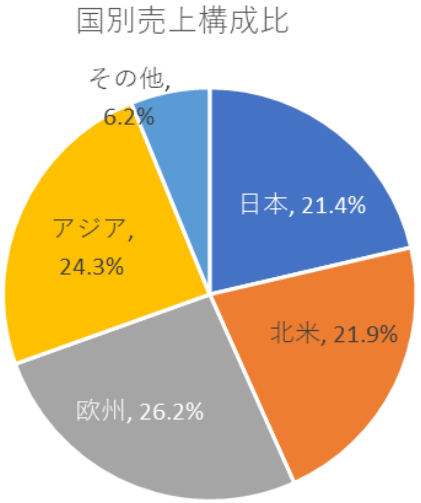
本社所在地：東京都千代田区大手町2-6-4
設　立：1926年6月
従業員数：11,906人（2023年12月時点）

日本で最初の人工皮革「クラリーノ」を1964年に開発。現在では日本で生産している人工皮革市場において3割のシェアを持っている。
主な用途はランドセル、靴、バッグ、スポーツ靴、大型ボールなど。人工皮革「クラリーノ」を展開する「繊維」分野のシェアは企業売上高全体の7%程度となっている。
「クラリーノ」の主力需要で、その名前を有名にしたのがランドセルの需要で、丈夫で雨に強いという特徴によって、ピーク時はランドセル需要の7割を占めるまで拡がっていた。




※IR資料より作成




※IR資料より作成

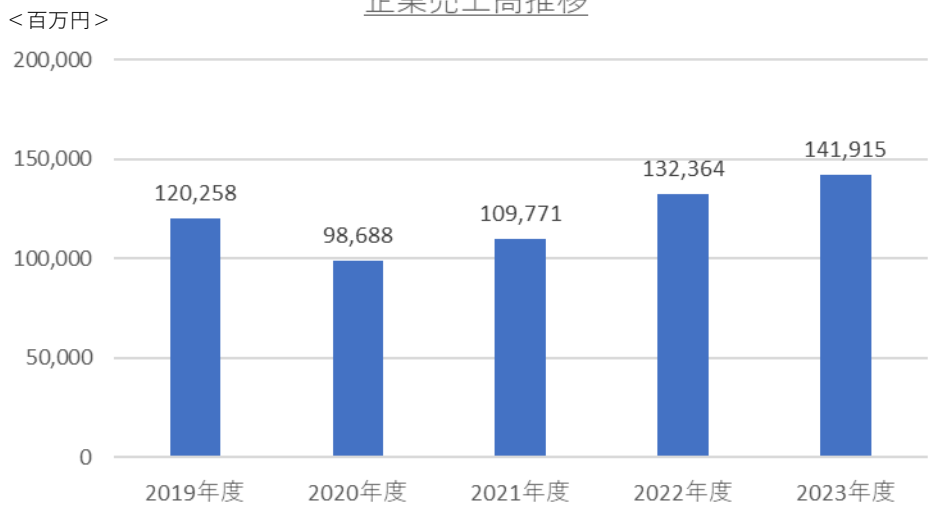
# 3. 主要メーカーの動向：⑨セーレン株式会社

## 9．セーレン株式会社

本社所在地：東京都港区南青山1丁目1-1
設　立：1923年12月
従業員数：6,718人（2024年3月時点）

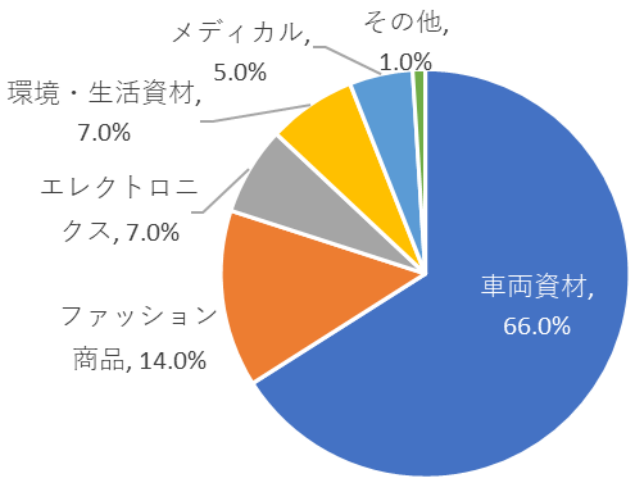
元々繊維素材の染色整理事業を生業としていたが、近年は合繊から合成皮革、人工皮革素材を中心に展開。主力ブランドは合成皮革ブランド「クオーレ」。主な用途はインテリア製品、雑貨小物、ファッション製品、カーシートなどであるが、近年、「クオーレ」の本革の4倍の耐久性且つ半分の軽さという特性で、世界のEVメーカーから「クオーレ」に受注が相次ぎ、2023年頃からはアジアでEV向け製品の需要が急増、EVは電池搭載で重量が増すため軽量化のニーズが強いため、「クオーレ」の需要は海外で広まっている。
またもう一つの主力素材は、人工皮革ブランド「レガーヌ」で、こちらも主な用途はカーシートとなっている。

企業売上高推移

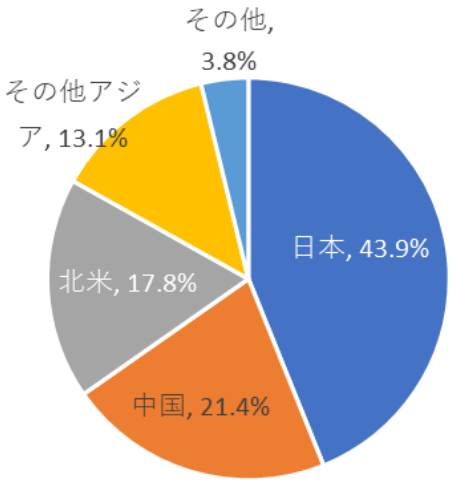



※IR資料より作成

用途別売上構成比




国別売上構成比




※IR資料より作成

# 3. 主要メーカーの動向：主なプレーヤー（人工皮革）

| 企業名 | 企業概要 | 人工皮革展開状況 |
|---|---|---|
| **10. 帝人コードレ㈱** | 企業売上高：非公表<br><br>事業内容：<br>不織布・フィルム等をベースにした人工皮革の製造・販売を行っている。<br>供給製品はスポーツ用途と生活・産業資材用途で様々な最終製品に使用され、国内、海外、様々なシーンに展開されている。 | 人工皮革ブランド「コードレ」を展開。競技用ボールや靴をはじめ、ランドセルなど生活・産業資材の分野で世界から注目されている。特にサッカースパイクのアッパー素材としては、高いシェアを占めている。その他用途としては紳士靴、カジュアル靴、カーシートなど。<br>「コードレ」の特徴は、軽くて丈夫、お手入れ簡単、傷や擦れに強く通気性がよいといったもの。また「コードレ」は「クラリーノ」に比べて革に張りがあるため擦れた際の傷やひっかき傷がつきにくく、水をはじく撥水力も高めといわれている。 |
| **11. 東レ㈱** | 企業売上高：24,646億円（2024年3月期）<br><br>事業内容：<br>・繊維事業（人工皮革事業含む）39.5%<br>・機能化成品事業　36.0%<br>・炭素繊維複合材料事業 11.8%<br>・環境・エンジニアリング事業 9.9%<br>・その他　2.8% | 人工皮革「ウルトラスウェード」を展開。主な用途としてはアパレル製品、バッグ・靴、インテリア製品、カーシート、通信機器アクセサリーなど。元々繊維素材メーカーだけに、アパレル製品の需要には強みを持っており、デザイナーズブランドなどの需要にも対応している。<br>また人工皮革事業を展開している繊維事業部門の売り先は海外がおおよそ3分の 2 を占めており、ファッション製品の需要はやや低迷しているが、車両関連の需要が堅調に推移している。今後もエアバッグ用基布や人工皮革等の自動車用途の拡大を見込んでいる。 |

# Ⅳ. 展示会視察

# 4．展示会視察

## 1．ファッションワールド東京　2024秋　視察

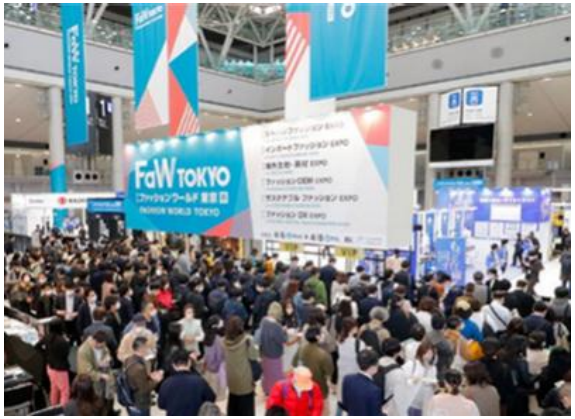
日時：2024年10月17日（木）
場所：東京ビッグサイト
参加者：情報収集委員会　副委員長　福島 隆
委　員　上田 秀明
委　員　渡邊 守夫
（一社）日本タンナーズ協会　池口　覚
岡田 守弘
クルーシャルモーメント株式会社　池内　伸

＜ファッションワールド東京＞
FaW TOKYO（ファッション ワールド 東京）は、最新のサスティナブルファッション、アパレル、バッグ、靴、アクセサリー、生地・素材・副資材、ファッションDX、メガネを扱う企業が世界中から出展する。
「ブランドの仕入れ」「生地・素材の発注」「OEM/ODM依頼」など「商談」を目的とした展示会で、世界中から23,000名が来場している。海外出展者も多く、中国、香港、インド、バングラデシュなど、様々な製品、素材を見ることができ、その場で商談することができる。

2024年秋のテーマは「サスティナブルファッション」。文字通りどのブースもサスティナブル素材を前面に打ち出した内容。会場内の素材コーナーに関して目立っていたのは中国をはじめとするアジア各国の素材メーカーのブースの多さ。日本の素材メーカーのブースよりも多い状況であった。その中でレザー関連のブースもいつくかあり、いずれも「マッシュルームレザー」「ベジタブルレザー」といったフェイクレザーが主な展示品であった。そうした中で日本のレザーショールームのコーナーは中心部にあり、タンナー、革製品メーカー、革問屋などが揃って製品を展示していた。

# 4．展示会視察

革素材に関連する内容としては、サスティナブルをテーマとしているだけに、「マッシュルームレザー」「ベジタブルレザー」といったフェイクレザーが多く展示されていたが、ひときわ目立ったのが「アニマルフリー」という単語。とにかく動物性の素材を使っていませんというニュアンスで、展示会に訪れる人たちへのキャッチなフレーズとして掲げているブースが多くみられた。こうした「アニマルフリー」＝サスティナブルという考え方が当たり前にように使われていることに大きな違和感があった上に、その素材が持つ特別な機能性を謳うのではなく、とにかくサスティナブルな素材ですといった内容のブースが多く、こうした状況には逆にサスティナブルの飽和感を感じざるを得なかった。

















# Ⅴ. 日本革データベース更新業務

# 5．日本革データベース更新業務

## 1．日本の皮革・タンナー データベースの現状

2023年度事業として実施した「日本の皮革・タンナーデータベース」は、皮革製品メーカーに日本のタンナーの存在を知ってもらう、より理解してもらうことを目的に作成している。このデータベースを作る流れとなったのは、皮革に関する情報収集をしている段階で、日本の皮革製品メーカーが予想以上に日本の革についての認識がない、知られていないことを再認識したことで、日本革の需要が伸び悩んでいることの大きな一つの要因になっていると思い、そのためにも日本のタンナーの情報を集めたデータベースの必要性を感じて作成した。実際、日本各地の素材産地では、すでに各産地の企業の紹介サイトを作成しており、今やそのサイトを介してのビジネスが最も多くなっているという話も聞かれた。こうしたネットを介してのビジネスはどのような業界においても必須になっており、タンナーの業界においても、多くのタンナーのビジネスの窓口となるデータベースになることを目的としている。

2023年度の事業においては、日本のタンナーに対しアンケート調査を実施し、データベースに掲載する内容を作成、併せて産地の紹介や関連情報を掲載し、初年度は約150社のタンナーを紹介することができた。当時このデータベースの存在は、業界に大きく告知していないにも関わらず、口コミでサイトへのアクセス数が増え、次頁にあるように、現在のアクティブユーザーは2,200となっている。また現時点ではそれほどアクセス数は多くはないが、海外からのアクセスも増えている。インド、アメリカ、韓国、台湾、ベトナム、バングラディシュなどの国からのアクセスが確認できる。またアクセスしている画面が最も多いのはやはり各タンナーのページであり、特定タンナーの情報を確認している状況が窺える。ほぼ告知がない状況でもこのように日本の製革産業に興味を持ってアクセスしてくる企業や個人は多く、今後に期待できる状況といえる。

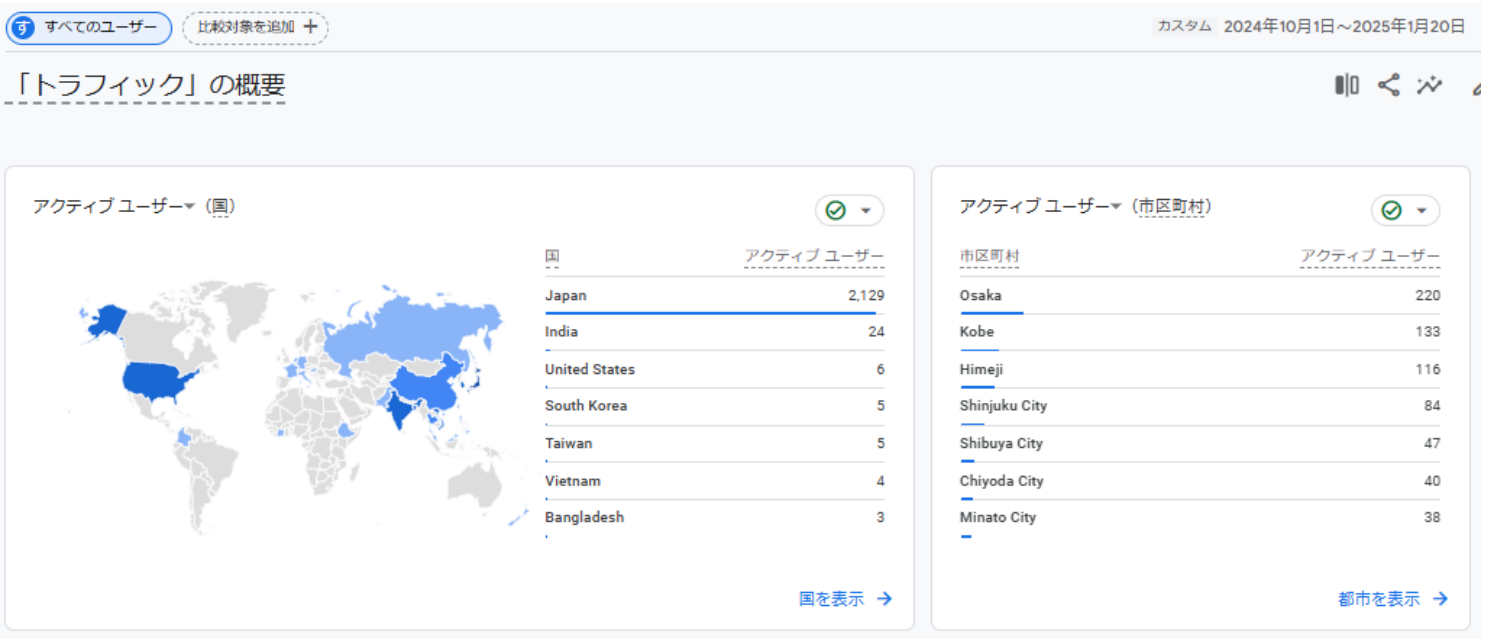
2024年度事業として、このデータベースに新たな機能を追加したが、今後このデータベースをさらに発展させる狙いで、メーカーと双方向で情報発信できるような新たな機能を追加し、また海外を意識してデータベースの英文バージョンの作成も予定している。今後そのアクセス数をより多くするために、積極的にこのデータベースを告知、露出していく方針であり、タンナーがこのデータベースを積極的に活用してもらうことでビジネスを拡大してもらう狙いである。

# 5．日本革データベース更新業務

＜アクセス数・推移＞

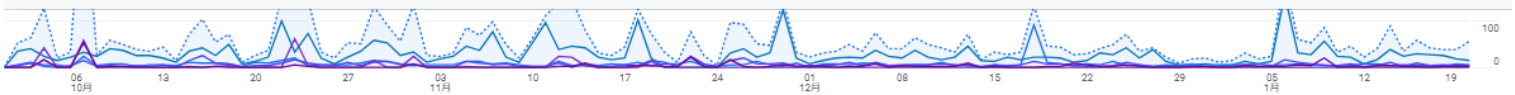



＜アクセス国・都市集計＞



# 5．日本革データベース更新業務

＜画面別アクセス数＞




グラフに表示　検索...　1 ページあたりの行数: 10　移動: 1　1〜10/21

| | ページパスとスクリーン クラス | 表示回数 | アクティブ ユーザー | アクティブ ユーザーあたりのビュー | アクティブ ユーザーあたりの平均エンゲージメント時間 | イベント数 すべてのイベント | キーイベント すべてのイベント | 合計収益 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 合計 | 6,553<br>全体の 100% | 2,202<br>全体の 100% | 2.98<br>平均との差 0% | 58 秒<br>平均との差 0% | 6,553<br>全体の 31.08% | 0.00 | ¥0 |
| 1 | /survey/tanner/show | 3,163 | 1,466 | 2.16 | 37 秒 | 3,163 | 0.00 | ¥0 |
| 2 | /survey/character | 778 | 607 | 1.28 | 57 秒 | 778 | 0.00 | ¥0 |
| 3 | /survey/ | 642 | 282 | 2.28 | 29 秒 | 642 | 0.00 | ¥0 |
| 4 | /survey/new | 271 | 9 | 30.11 | 18 分 09 秒 | 271 | 0.00 | ¥0 |
| 5 | /survey/tanner/search | 270 | 82 | 3.29 | 46 秒 | 270 | 0.00 | ¥0 |
| 6 | /survey/tanner/area | 237 | 67 | 3.54 | 16 秒 | 237 | 0.00 | ¥0 |
| 7 | /survey/tanner/ | 215 | 96 | 2.24 | 59 秒 | 215 | 0.00 | ¥0 |
| 8 | /survey/tanner/area-search | 148 | 58 | 2.55 | 1 分 03 秒 | 148 | 0.00 | ¥0 |
| 9 | /survey/tanner/lether-type-search | 144 | 81 | 1.78 | 26 秒 | 144 | 0.00 | ¥0 |
| 10 | /survey/tanner/leather-type | 131 | 45 | 2.91 | 15 秒 | 131 | 0.00 | ¥0 |

＜タンナー検索結果＞

イベント名 完全一致 'user_engagement' AND プラットフォ...

ユーザー エンゲージメント › ページのタイトル

| タイトル | | | 総エンゲージメント率 | | 平均滞在時間 |
|---|---|---|---|---|---|
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | | | 60.6% | - | 23 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | A社 | | 1.4% | - | 29 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | B社 | ... | 1.4% | - | 59 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | C社 | ... | 1.1% | - | 1 分 40 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | D社 | | 1.1% | - | 20 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | E社 | | 1.0% | - | 16 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | F社 | | 0.9% | - | 21 秒 |
| 一般社団法人日本タンナーズ協会 » | G社 | | 0.8% | - | 18 秒 |

# 5．日本革データベース更新業務

## 2．日本の皮革・タンナー データベース更新内容

今回（2024年10月1日より）、(一社)日本タンナーズ協会のホームページ上にある「日本の皮革・タンナー データベース」の画面及び機能を更新した。主な更新・追加内容は以下の通り。

**①トップページ画面のデザイン更新**

トップページ画面のデザインを更新。タイトルデザインに日本タンナーズ協会のHP上にあるバナーのデザインにある日の丸を取り入れたデザインとした。またその下に「お知らせ」欄を配置し、さらにその下に「タンナー検索」を配置した。またこれまではその検索項目内にあった「日本の製革産業・タンナーの特徴」を別欄として、「タンナー検索」の下に配置した。タンナー一覧も五十音別にわかりやすく列挙している。

**②「絞り込み検索」機能の追加**

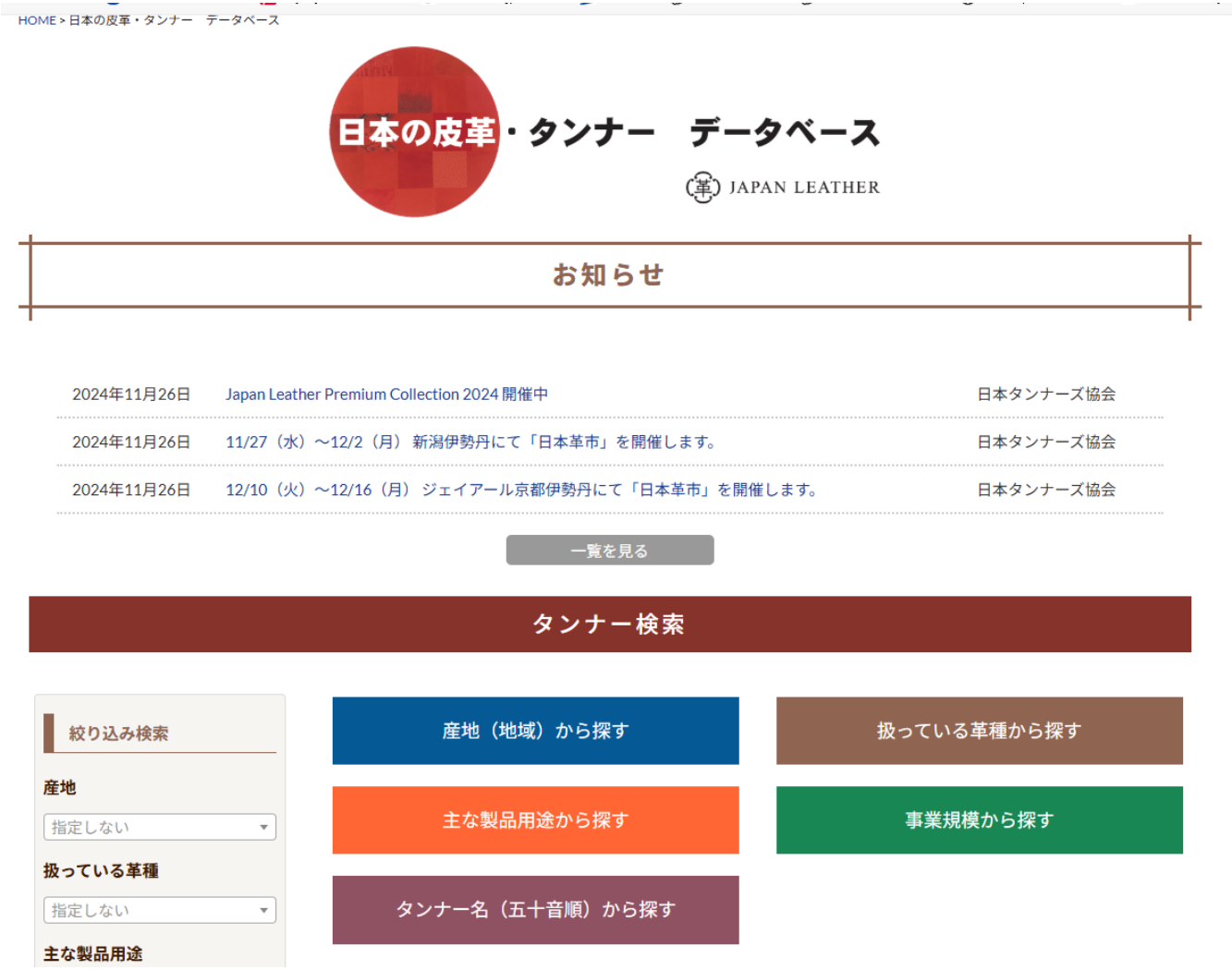
「タンナー検索」において、これまではそれぞれの検索項目からタンナーを検索する流れであったが、今回は複数の項目を重複して検索することができる「絞り込み検索」機能を追加した。例えば＜産地名＞＋＜扱っている革種＞の2項目に該当するタンナーをそのまま検索できるようになっている。

**③「お知らせ」欄の追加**

今回から新たに追加した機能として、タンナー側からサイトにアクセスしてきたメーカーや人に対して告知できる機能を追加した。これにより、展示会やイベント、また新作などの案内を自由に告知できるようになっており、タンナー側の営業、PRツールとして活用できるサイトとなっている。また今後、アクセスしてきたメーカーや人の方からも書き込みができる機能を追加することも予定している。これにより、製品メーカーが探している革や相談事を受け取って、対応するといった取り組みもできるようにすることを目指している。

# 5．日本革データベース更新業務

新トップページ画面：「お知らせ」欄をトップに配置、タンナーが閲覧者に伝えたいことを告知できるスタイルに。その下に「タンナー検索」欄を配置した。



# 5．日本革データベース更新業務

「お知らせ」欄：「お知らせ」欄には最高１０までのお知らせ内容が表示される。その内容をクリックすると詳細の内容が表示される。このページでは画像やPDFなども添付できるようになっている。



# 5．日本革データベース更新業務

「タンナー検索」欄：「タンナー検索」欄では、今回から「絞り込み検索」機能を追加した。現在項目にある5項目に関して、これまではそれぞれの項目から該当するタンナーを検索するスタイルとなっていたが、「絞り込み検索」ではそれぞれの項目を重複して検索できるようになった。例えば＜産地＞では「たつの地区」、＜扱っている革種＞では「中牛革」を同時に選択すると、たつの地区の中牛革を扱っているタンナーが表示される。このように複数の目的の項目を選択することができ、対象となるタンナーの表示が可能となった。




検索結果

＜ア行＞

- 大圓製革産業

＜カ行＞

- (株)小寺製革所
- (有)コンツェリア多田

＜タ行＞

- 出口化学
- 徳永雅信製革所

＜ナ行＞

- 中嶋皮革工業所

＜マ行＞

- (株)マルヒラ

＜ヤ行＞

- 山静製革所

# ■まとめ　：調査結果からの見解

- ✓ 前記したように、現況は本革と合成皮革、人工皮革は、製品メーカーの認識として棲みわけが出来ており、さほど競合していない状況にある。製品メーカーがそれぞれの特徴を活かす形で使い分けしている。従って、タンナーとしては合成皮革や人工皮革の状況を強く意識する必要はなく、本革の特性を活かす、また機能性を付加することに注力すべきである。

- ✓ 合成皮革、人工皮革にはない本革の特徴は高級感と耐久性。見た目が限りなく本革に近い人工皮革であっても、実際に触って、使ってもらうとその違いは理解してもらえる。いずれの業界においてもまず高級感を求める消費者のニーズに適合する素材を作る必要がある。またその上に機能性を付加できれば、より選択される可能性が高まる。

- ✓ ただ用途別にみると、靴やバッグ、革小物においては本革素材の方が高級品需要として優位にあるが、ここの問題は、日本の靴、バッグ、革小物メーカーの業績が厳しいこと。その高級品需要はほとんどが海外ブランドのものであり、日本のメーカーによるものではないだけに、日本のタンナーとしてもそうした高級品需要に有りつけていないという問題がある。インテリア製品に関しては、高級感がわかりやすいということもあり、本革素材の良さが活かされるアイテムでもある。

- ✓ こうしてみると、合成皮革や人工皮革との差別化を図るには、まず本革に対する最低限の知識をしっかりと伝えることや、間違った認識を変えていくことが優先であろう。本革の優位性も、知識の無さや消費者の間違った認識がある限り、その優位性も伝わりにくい上に、選択のスタートラインにも立てない状況になってしまう。また現在の市場は機能性を求められる機会も多く、本革の良さを理解してもらわないと合成皮革や人工皮革には勝てない。日本皮革産業連合会が主導しているTLA活動などを活用し、タンナーとしても製品メーカーに対し、こうした説明を常備してもらうことを訴求するべきである。

- ✓ また近年の市場においてヴィンテージ製品がブームとなっている。またアパレル製品において、現在のマーケットにおけるトレンドの一つに古着（アンティーク）ブームがある。古着に関しては合成皮革製品はほぼ対象にならないため、本革製品が中心となっており、ヴィンテージブームによって本革製品が見直される可能性もある。このように本革製品は古着になっても付加価値があるという点も業界で強調していくべきであろう。