

一般社団法人 日本タンナーズ協会 御中

令和7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8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7年度事業の概要

令和7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. 全国百貨店とのコラボイベント事業

2.1.1. 全国百貨店での「日本革市」開催

「全国の百貨店とのコラボイベント事業」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31,500m²）、高松三越（香川県高松市内町7-1：店舗面積27,529m²）、新潟伊勢丹（新潟県新潟市中央区八千代1-6-1：店舗面積24,348m²）、福屋八丁堀本店（広島県広島市中区胡町6-26：店舗面積28,620m²）、静岡伊勢丹（静岡県静岡市葵区呉服町1-7：店舗面積22,968m²）、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55,897m²）、の6か所8開催（※1回の開催期間は約1週間）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7年5月28日（水）～6月10日（火）（14日間）
高松三越	令和7年8月27日（水）～9月1日（月）（6日間）
新潟伊勢丹	令和7年9月3日（水）～9月8日（月）（6日間）
福屋八丁堀本店	令和7年9月25日（木）～9月30日（火）（6日間）
静岡伊勢丹	令和7年10月22日（水）～10月27日（月）（6日間）
小倉井筒屋	令和7年11月14日（金）～11月25日（火）（12日間）

2.1.2. PR 展示

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) 「日本の革四大産地」「機能性・意匠性を有する革」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) 「サステナブルパネル」展示



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7年5月28日(水)～6月10日(火) 14日間

開催場所 : 1階特設会場 (110坪)

来場者数 : 19,764人

出展社名 : 【前半8社】 有限会社 アトリエフォルマーレ、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 KAZINO leather works、
株式会社 きくひろ、株式会社 パーリィー、藤原化工株式会社
【後半8社】株式会社 エイゾー、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 三竹
産業、株式会社 リーブス
(計16社)

タンナー名 : イサム製革、伊藤産業株式会社、株式会社 インペックス、VL.ナカシマ株式会
社、浦上製革所、大圓製革産業、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、株式会社 川善商店、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 三昌、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、株式会社 太閤染革、
有限会社 大星産業、大東ロマン株式会社、栃木レザー株式会社、西村産業、
株式会社 ニッタ、橋本仁製革所、有限会社 ハヤシ、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、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33社)



会場風景

3.1.2. 高松三越とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和7年8月27日(水)～9月1日(月)6日間

開催場所 : 新館5階催物会場(151.3坪)

来場者数 : 5,592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、株式会社 エイゾー、エールック株式会社、NC Factory、株式会社 KAZINO leather works、株式会社 きくひろ、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、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14社)

タンナー名 : イサム製革、株式会社 インパックス、VL.ナカシマ株式会社、浦上製革所、大圓製革産業、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、株式会社 川善商店、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 三昌、墨田革漉工業株式会社、大喜皮革株式会社、株式会社 太閤染革、有限会社 大星産業、大東ロマン株式会社、高義製革所、栃木レザー株式会社、西村産業、株式会社 ニッタ、橋本仁製革所、有限会社 ハヤシ、株式会社 藤岡勇吉本店、丸太産業、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31社)



会場風景

3.1.3. 新潟伊勢丹とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和7年9月3日(水)～9月8日(月)6日間

開催場所 : 6階催物場(44.92坪)

来場者数 : 5,844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、株式会社 エイゾー、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、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、株式会社 リーブス(計14社)

タンナー名 : イサム製革、株式会社 インペックス、VL.ナカシマ株式会社、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 川善商店、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 三昌、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、大東ロマン株式会社、栃木レザー株式会社、有限会社 中嶋義浩製革所、西村産業、株式会社 ニッタ、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、株式会社 モリヨシ、湯浅皮革工業所、吉川皮革工業所(計26社)



会場風景

3.1.4. 福屋八丁堀本店とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和7年9月25日(木)～9月30日(火)6日間

開催場所 : 8階催場(68坪)

来場者数 : 7,446人

出展社名 : 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 KAZINO leather works、株式会社 Spica Products、株式会社 chi.wata、株式会社 ハートビート、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10社)

タンナー名 : イサム製革、伊藤産業株式会社、株式会社 インペックス、VL.ナカシマ株式会社、大圓製革産業、株式会社 小笠原染革所、シンヤ工業株式会社、墨田革漣工業株式会社、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、株式会社 ニッタ、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、株式会社 モリヨシ、株式会社 ヤマクニ、湯浅皮革工業所(計18社)



会場風景

3.1.5. 静岡伊勢丹とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和7年10月22日(水)～10月27日(月)6日間

開催場所 : 1階イベントスペース (90.75坪)

来場者数 : 7,008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 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、株式会社 リーブス (計12社)

タンナー名 : イサム製革、株式会社 インペックス、VL.ナカシマ株式会社、浦上製革所、大圓製革産業、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、株式会社 川善商店、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 三昌、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、西村産業、株式会社 ニッタ、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、吉川皮革工業所 (計25社)



会場風景

3.1.6. 小倉井筒屋とのコラボイベント事業

開催期間 : 令和7年11月14日(金)～11月25日(火) 12日間

開催場所 : 本館8階催場(80坪)

来場者数 : 16,668人

出展社名 : 【前半8社】株式会社 印傳屋上原勇七、株式会社 エイゾー、NC Factory、
エールック株式会社、株式会社 KAZINO leather works、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9社】有限会社 アトリエフォルマーレ、合同会社 エイチ、株式会社 き
くひろ、有限会社 清川商店、株式会社 Spica Products、株式会社 chi.wata、
株式会社 パーリィー、藤原化工株式会社、株式会社 リーブス
(計17社)

タンナー名 : イサム製革、伊藤産業株式会社、株式会社 インペックス、VL.ナカシマ株式
社、浦上製革所、大圓製革産業、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、株式会社 川善商店、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 三昌、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、株式会社 太閤染革、
有限会社 大星産業、大東ロマン株式会社、高義製革所、栃木レザー株式会社、
西村産業、株式会社 ニッタ、橋本仁製革所、有限会社 ハヤシ、株式会社 藤
岡勇吉本店、松本静夫製革場、丸太産業、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35社)

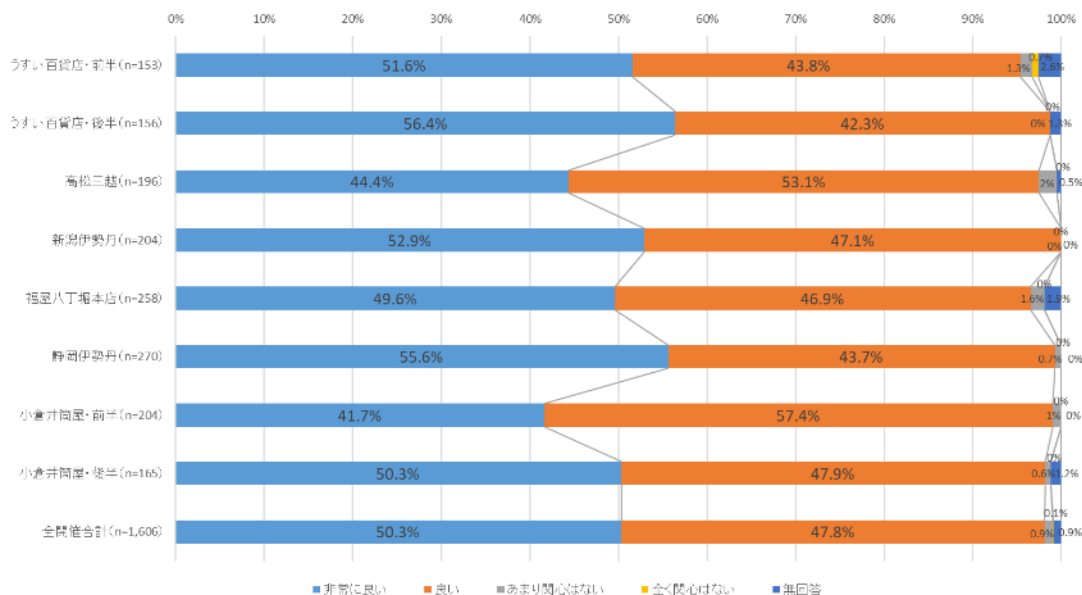


会場風景

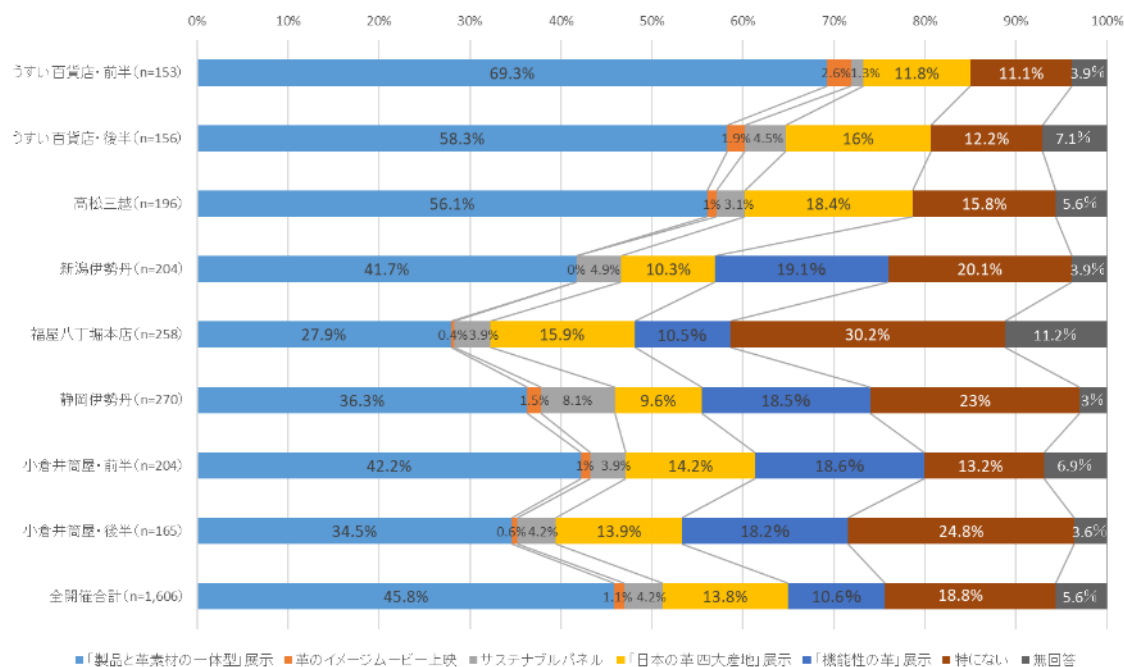
3.1.7. 百貨店来場者アンケート結果まとめ (一部抜粋)

うすい百貨店から小倉井筒屋までの8開催分の来場者アンケート結果を下記にまとめた。

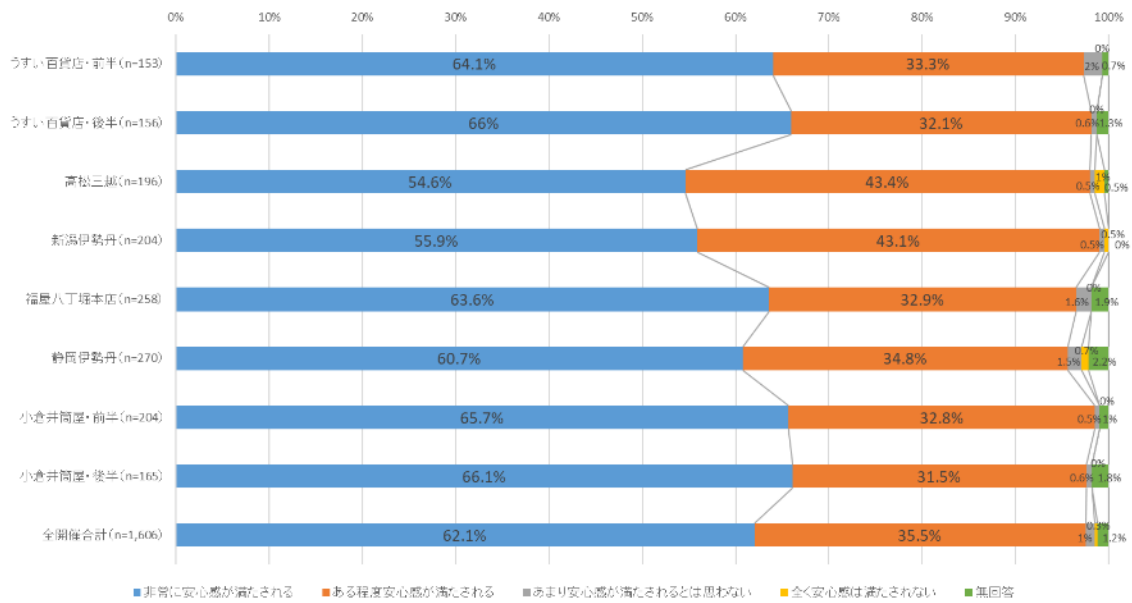
■ 今回のような日本産の革をテーマとした「PR イベント」への感想をお聞かせください。



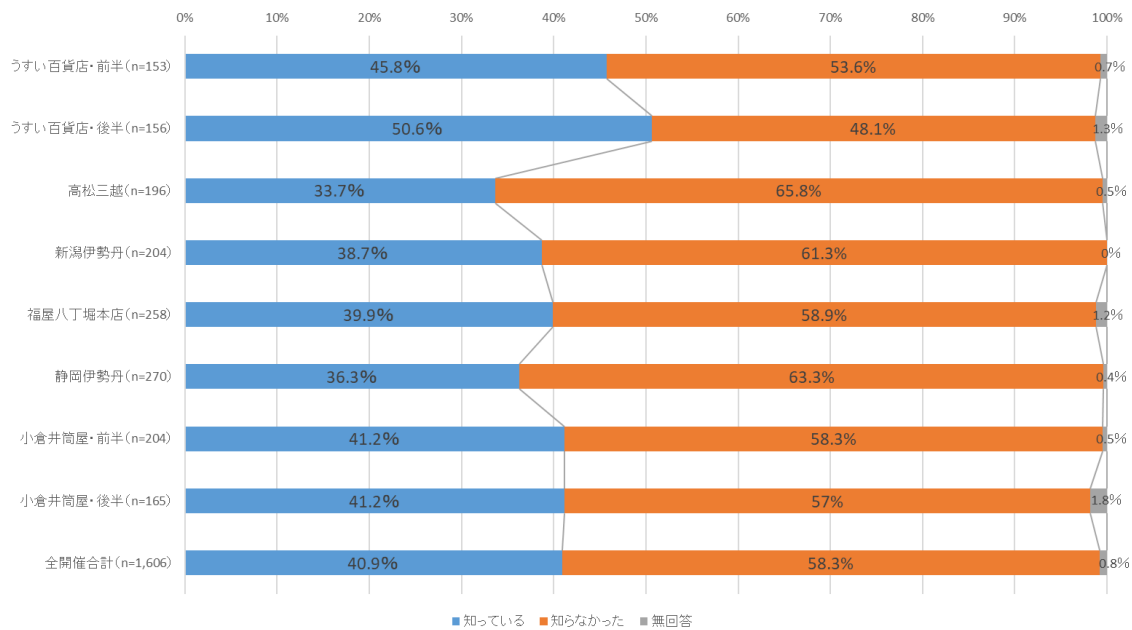
■ 展示物の中で一番気に入られたものはどちらですか。



■「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るか。



■本革は食肉の副産物（サステナブルな素材）であることをご存知ですか。



■ご来場の感想 (抜粋)

- ・ 知らない革の知識を学べて楽しかった。(20代 女性)
- ・ 質感と色が繊細できれい。(20代 女性)
- ・ 素敵な展示品が多くプロダクトの出来上がる過程に魅力を感じました。(20代 女性)
- ・ 雰囲気が明るい。色々な種類の革に触れることができた。無知な人にもわかりやすく説明してくれた。(30代 女性)
- ・ 革の魅力を再発見できました。(30代 女性)
- ・ 革製品の展示だけではなく革の展示があり、とてもステキな会場だと思います。(30代 男性)
- ・ 毎回来ており、今年も満足でした。(40代 女性)
- ・ 革にも色々な種類、肌ざわりがあるのだなと思いました。(40代 女性)
- ・ 様々なデザインの展示品があり、説明を聞きながら見ることができよかったです。(40代 女性)
- ・ 軽くてやわらかくて発色のキレイな革がとってもステキでした。(50代 女性)
- ・ いろいろな革を実際に触って見られるのは良いと思う。(50代 女性)
- ・ 作り手の方と話ができてよかったです。(50代 男性)
- ・ 革の説明をしていただき、日本革市が気に入り毎回来ています。(60代 女性)
- ・ 普段出会わないような色や素材に出会えてうれしかったです。(60代 女性)
- ・ 初めての来場でしたが、とても革の質が良かった。(70代以上 女性)

■日本の革製品を選ぶとしたら、どのような理由や魅力があればお手に取りますか。(抜粋)

- ・ デザインと機能。(20代 女性)
- ・ 作り手が見える点。(20代 女性)
- ・ 革の品質の高さ。(20代 男性)
- ・ 作りがしっかりしている。機能性とデザインの両立。(30代 女性)
- ・ デザイン、使いやすさ。(30代 女性)
- ・ 経年変化を楽しめる長く使える品があれば嬉しいです。(30代 女性)
- ・ 革本来の味があるもの、格好いいもの。(30代 男性)
- ・ 手ざわりと機能性。(40代 女性)
- ・ やわらかさ、使いやすさ。(40代 女性)
- ・ 革の特性や作った人の話が聞けると手に取りたい。(40代 男性)
- ・ 一点物、作り手の温もりが感じられる。経年変化が楽しみです。(40代 女性)
- ・ 仕事がいねい、デザイン、機能性、軽い。(40代 女性)
- ・ やわらかい、軽い、メンテナンスあり。(50代 女性)
- ・ デザイン、色、職人さんなどのバックグラウンドなど。(50代 女性)
- ・ 軽さ、丈夫さ、デザイン、機能性。(50代 男性)
- ・ 色落ちしない、長持ち、安心、手触り。(60代 女性)
- ・ 縫製がいねいで革の質も良い。(70代以上 女性)
- ・ 柔らかさ、軽量さ、デザインなど。(70代以上 女性)

3.2. ショールーム型プレミアム展示会の開催

3.2.1. 大阪会場

(1) 開催概要

大阪会場は、まだ知らない日本の魅力を発見できる商業施設として、地域の物産や観光を発信し、知的好奇心を刺激する「UNKNOWN」体験を提供している「KITTE 大阪」にて開催した。開催時期は EXPO 2025 大阪・関西万博の期間に合わせて実施し、関西圏の消費者やインバウンドの方々にも多くご来場いただいた。

会期前半は3階のスペース C、後半は2階のスペース Aにて、各支部から推薦された皮革素材と革製品を展示し、多くの来場者に日本の製革業者が製造した本革とその革から作られた革製品のもつ魅力と品質を体験していただいた。

会期 : 令和7年9月22日(月)～10月12日(日) 21日間

《イベントスペース C/3階》 9月22日(月)～10月4日(土) 13日間

《イベントスペース A/2階》 10月5日(日)～10月12日(日) 8日間

会場 : KITTE 大阪 2階、3階 (大阪府大阪市北区梅田3丁目2-2 JP タワー大阪)

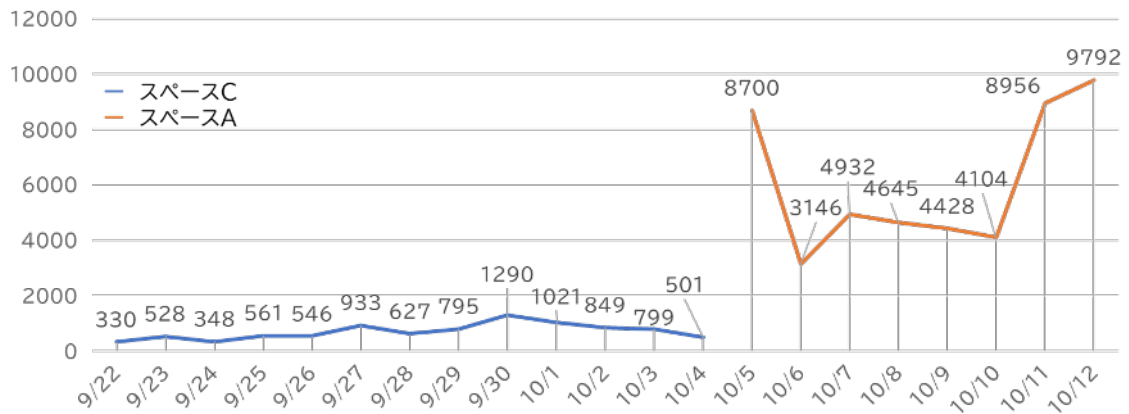
出展社 : 9社

【出展社一覧】

所属支部	タンナー様の企業名	メーカー様の企業名
高木	株式会社 オールマイティ	高田和裁
高木	坂本商店	坂本商店
高木	有限会社 新喜皮革	株式会社 コードバン
松原	株式会社 小寺製革所	株式会社 アトラクションズ
川西	株式会社 平野工業	KANAME Baseball Japan
大阪	株式会社 山陽	TAANNERR ※(株)山陽
和歌山	有限会社 大星産業	株式会社 ノースアヘッド
関東	株式会社 小笠原染革所	株式会社 美囊
関東	有限会社 T.M.Y's	LEATHER LAB TOKYO ※(有)T.M.Y's

(2) 開催結果

① 来場者数推移



【スペース C】13日間の来場者数 合計 9,128 名

日	9月22日	9月23日	9月24日	9月25日	9月26日	9月27日	9月28日	9月29日	9月30日	10月1日	10月2日	10月3日	10月4日
人数	330	528	348	561	546	933	627	795	1,290	1,021	849	799	501

【スペース A】8日間の来場者数 合計 48,703 名

日	10月5日	10月6日	10月7日	10月8日	10月9日	10月10日	10月11日	10月12日
人数	8,700	3,146	4,932	4,645	4,428	4,104	8,956	9,792

※表の黄色文字の日は土日祝日

② 開催風景

【スペース C】



【スペース A】

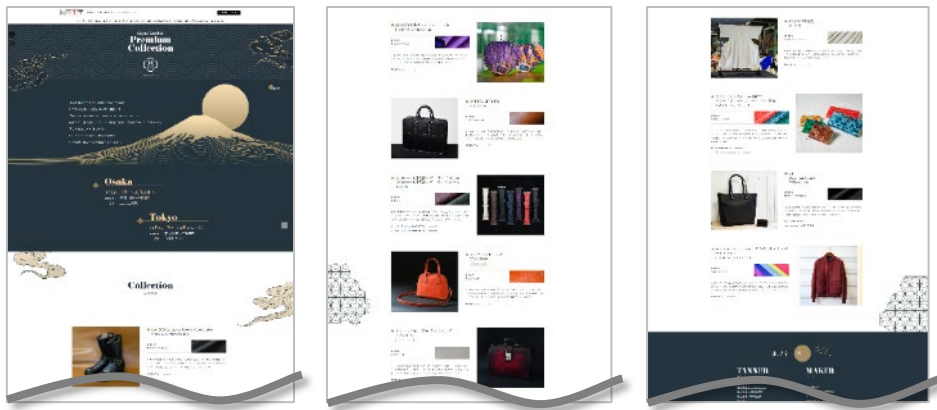


③ 開催期間 Web サイトアクセス状況

展示会の開催にあわせて、特設ページ、出展タンナー各社様の取材記事、各展示製品のページを公開した。

■ ショールーム型プレミアム展示会 特設ページ

表示回数 : 14,256PV



▲特設ページ

■ 出展タンナー様 取材記事ページ、展示製品個別ページ アクセス結果

- ・タンナー様 取材記事の表示回数 合計： 2,254PV
- ・展示製品 個別ページの表示回数 合計： 3,241PV



▲タンナー様取材記事 例

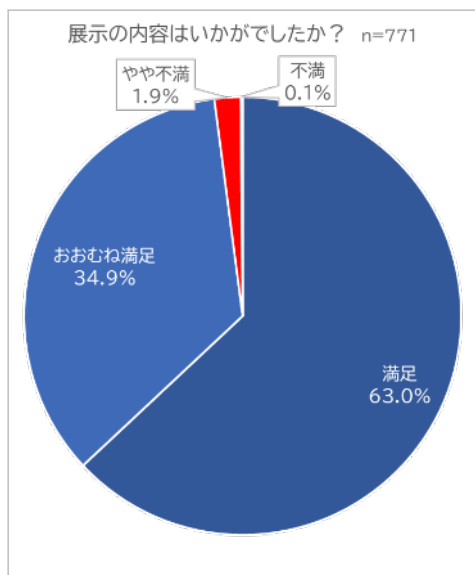


▲展示製品 個別ページ 例

④ アンケート結果（一部抜粋）

【満足度】

展示内容への満足度は「満足」63.0%、「おおむね満足」34.9%で、合計97.9%が肯定的評価となった。パビリオンのような体験型展示が高評で、皮革素材についての理解促進に効果があった。



■「満足/やや満足」回答者のコメント

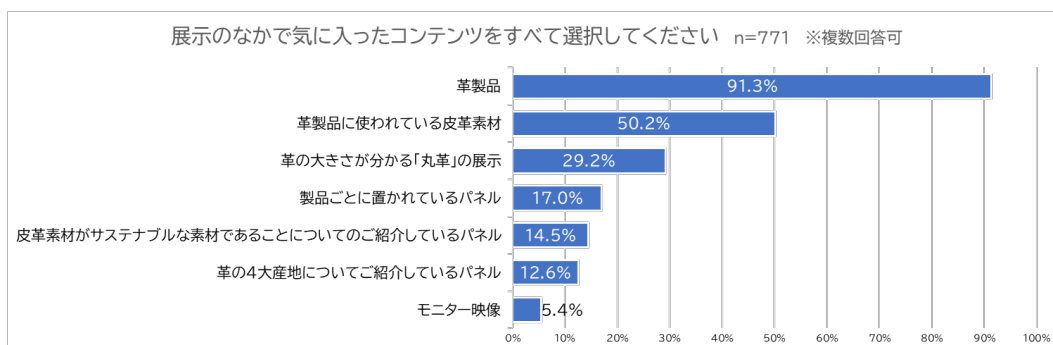
- ・まるでパビリオンのような、見て触れるところが気に入りました！
- ・革の種類によって触り心地が違うことを手に取って感じれたこと。
- ・素材別の特徴を手で触って比較できた点は特に気に入りました。
- ・革の草履や扇子など、思いもよらない作品に触れることが出来ました。
- ・革と言っても、種類によってどれも質感が違うのがみていて楽しかった。
- ・着物など、革のイメージを覆す展示でよかった！
- ・革製品は高価なものが多いので触れる機会がなかなかない中、触れたこと。
- ・エコでサステナブルな素材であることが知れたのが良かったです。
- ・丸革に触れる機会がなかなか無いので、大きさに圧倒されました。
- ・(副産物としての皮に)多くの活用事例があることを知る経験になりました。
- ・肉があるのに皮もそりゃあるよなという気づきと、家畜の大きさというリアルを感じさせてくれた。
- ・関西居住なので意外と近くで生産されていることに驚きました
- ・製品は見かけることがありますが、製品にする前の革はあまり見ることがないので良かったです！
- ・生産地の場所がわかってゆかりがあると親近感がわきました。
- ・姫路の展示がされていた。地元の革製品が展示されていたのが嬉しかった。

■「やや不満/不満」回答者のコメント

- ・もっとたくさんの革の種類を見たい。
- ・皮革素材などについて質問するコーナーを設けてほしい。
- ・(周辺のお店と比べて)展示数が少ないため、より多く製品を展示してほしい。

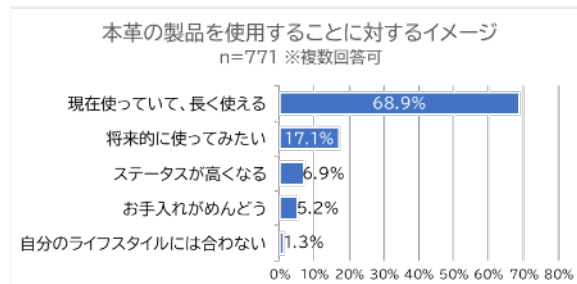
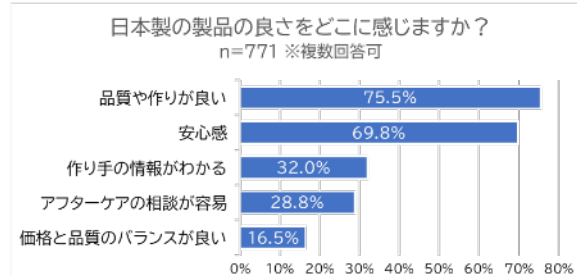
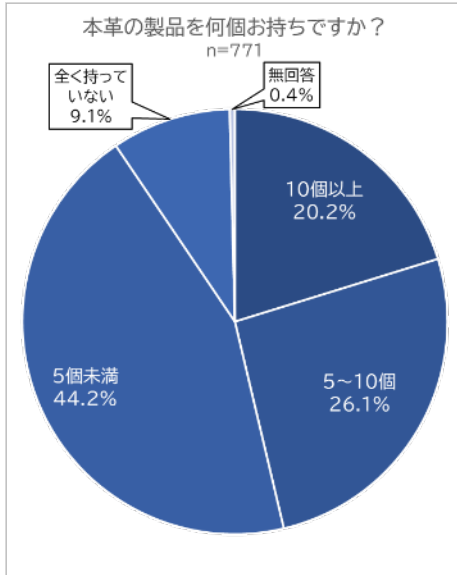
【コンテンツ】

展示コンテンツでは「革製品」91.3%、「革製品に使われている皮革素材」50.2%が高い関心を集めた。「丸革」の展示、製品ごとのパネル、サステナブル訴求パネルなど、本革についての理解促進を深める展示にも関心をいただいた。



【本革・日本製の製品に関して】

46.3%が「5個以上」本革製品を所有しており、7割弱が革製品に対して「現在使っていて、長く使える」イメージを持っている。日本製への評価は「品質や作りが良い」75.5%、「安心感」69.8%が上位で、高い信頼を得ている。



3.2.2. 東京会場

(1) 開催概要

東京会場は、有楽町駅徒歩1分の好立地にあり、ファッション・雑貨・グルメがそろった都心型ショッピングスポット「有楽町マルイ」1階にて開催した。

各支部から推薦された皮革素材と革製品を展示し、多くの来場者に日本の製革業者が製造した本革とその革から作られた革製品のもつ魅力と品質を体験していただいた。

会期 : 令和7年12月1日(月)～12月27日(土) 27日間

会場 : 有楽町マルイ 1階 (東京都千代田区有楽町2丁目7-1)

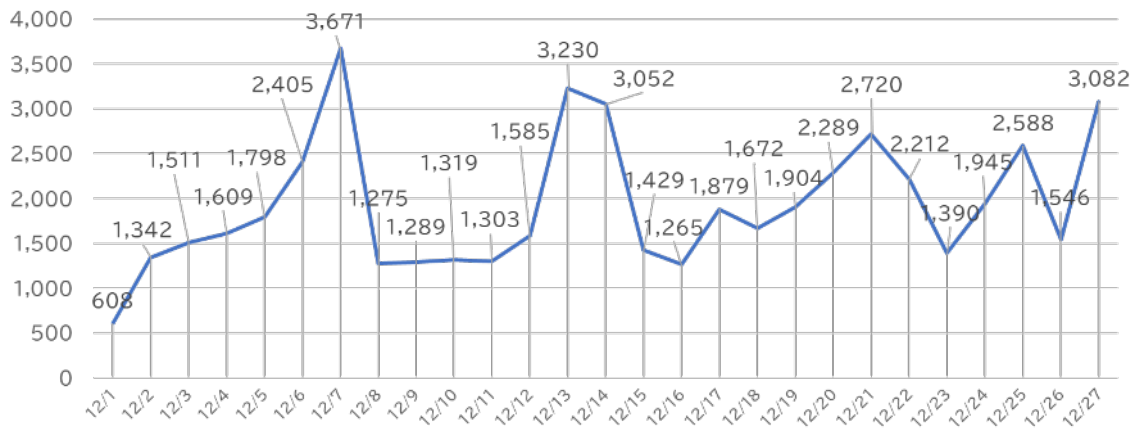
出展社 : 9社

【出展社一覧】

所属支部	タンナー様の企業名	メーカー様の企業名
高木	株式会社 オールマイティ	高田和裁
高木	坂本商店	坂本商店
高木	有限会社 新喜皮革	株式会社 コードバン
松原	株式会社 小寺製革所	株式会社 アトラクションズ
川西	株式会社 平野工業	KANAME Baseball Japan
大阪	株式会社 山陽	TAANNERR ※(株)山陽
和歌山	有限会社 大星産業	株式会社 ノースアヘッド
関東	株式会社 小笠原染革所	株式会社 美囊
関東	有限会社 T.M.Y's	LEATHER LAB TOKYO ※(有)T.M.Y's

(2) 開催結果

① 来場者数推移



■13日間の来場者数 合計 51,918名

日	12月1日	12月2日	12月3日	12月4日	12月5日	12月6日	12月7日	12月8日	12月9日	12月10日	12月11日	12月12日	12月13日	12月14日
人数	608	1,342	1,511	1,609	1,798	2,405	3,671	1,275	1,289	1,319	1,303	1,585	3,230	3,052

日	12月15日	12月16日	12月17日	12月18日	12月19日	12月20日	12月21日	12月22日	12月23日	12月24日	12月25日	12月26日	12月27日
人数	1,429	1,265	1,879	1,672	1,904	2,289	2,720	2,212	1,390	1,945	2,588	1,546	3,082

※表の黄色文字の日は土日祝日

② 開催風景

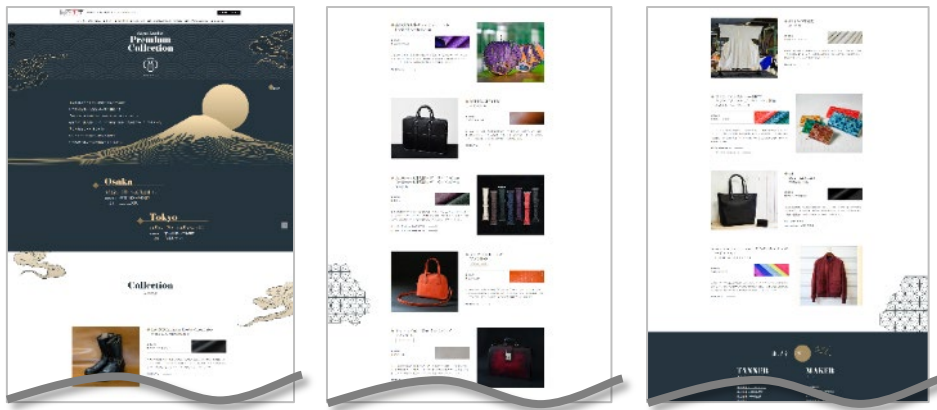


③ 開催期間 Web サイトアクセス状況

展示会の開催にあわせて、特設ページ、出展タンナー各社様の取材記事、各展示製品のページを公開した。※本ページ（ ）内の数値はKITTE 大阪での開催期間中の数値。

■ショールーム型プレミアム展示会 特設ページ

表示回数 : 4,239PV (14,256PV)



▲特設ページ

■出展タンナー様 取材記事ページ、展示製品個別ページ アクセス結果

- ・タンナー様 取材記事の表示回数 合計： 2,072PV (2,254PV)
- ・展示製品 個別ページの表示回数 合計： 1,610PV (3,241PV)



▲タンナー様取材記事 例

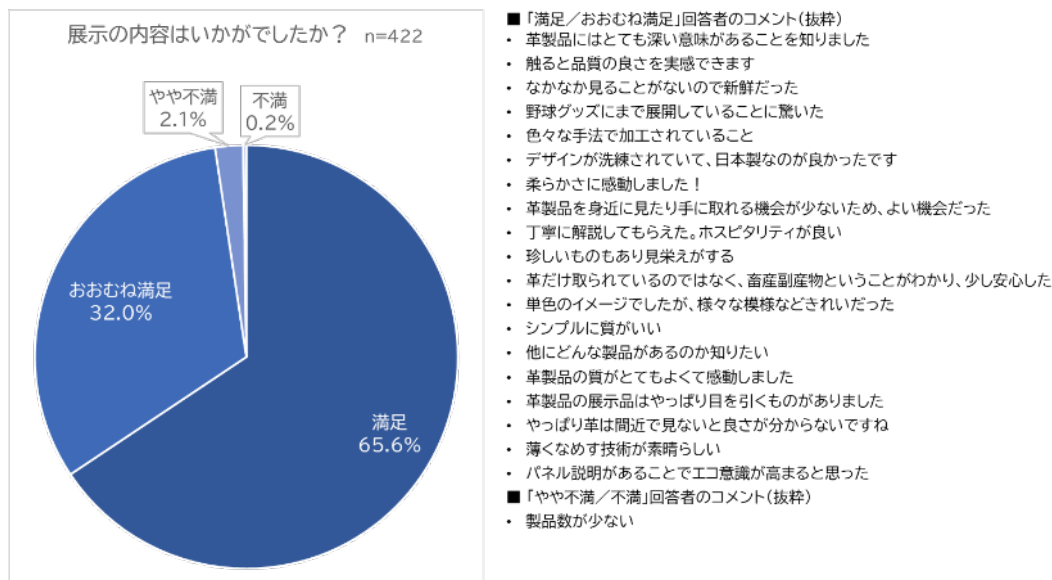


▲展示製品 個別ページ 例

④ アンケート結果 (一部抜粋)

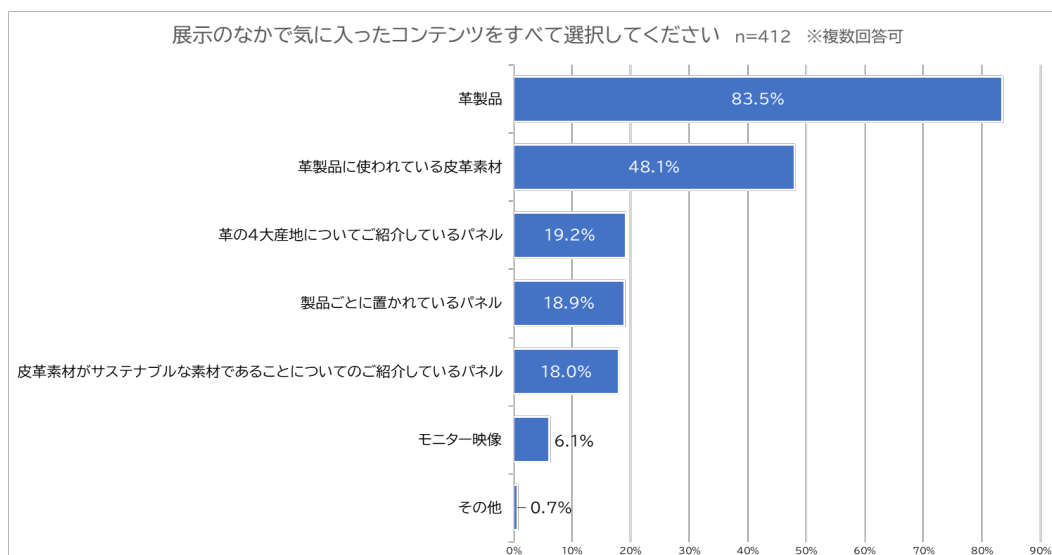
【満足度】

展示内容への満足度は「満足」65.6%、「おおむね満足」32.0%で、全体的に肯定的評価となった。



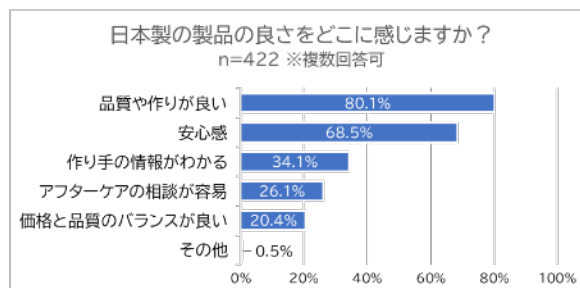
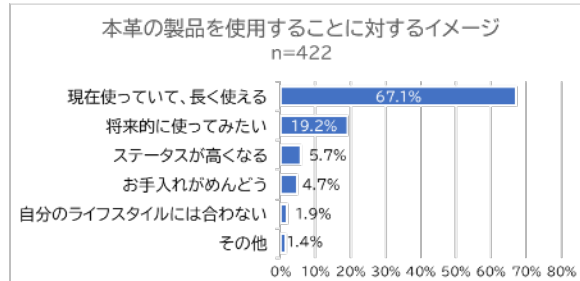
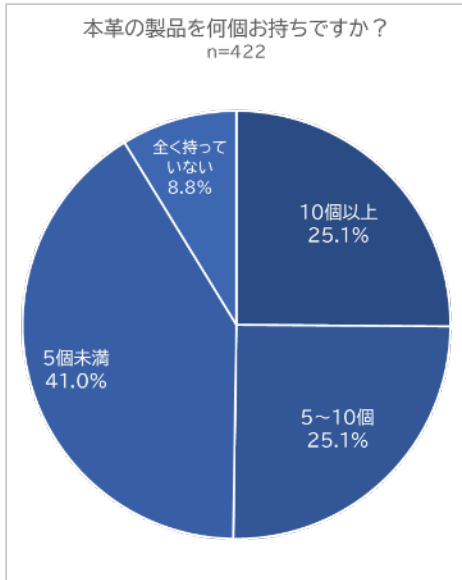
【コンテンツ】

展示コンテンツでは「革製品」83.5%、「革製品に使われている皮革素材」48.1%が高い関心を集めた。4大産地パネル、サステナブル訴求パネルなど、本革についての理解促進を深める展示にも関心をいただいた。



【本革・日本製の製品に関して】

50.2%が「5個以上」本革製品を所有しており、7割弱が革製品に対して「現在使っていて、長く使える」イメージを持っている。日本製への評価は「品質や作りが良い」80.1%、「安心感」68.5%が上位で、高い信頼を得ている。

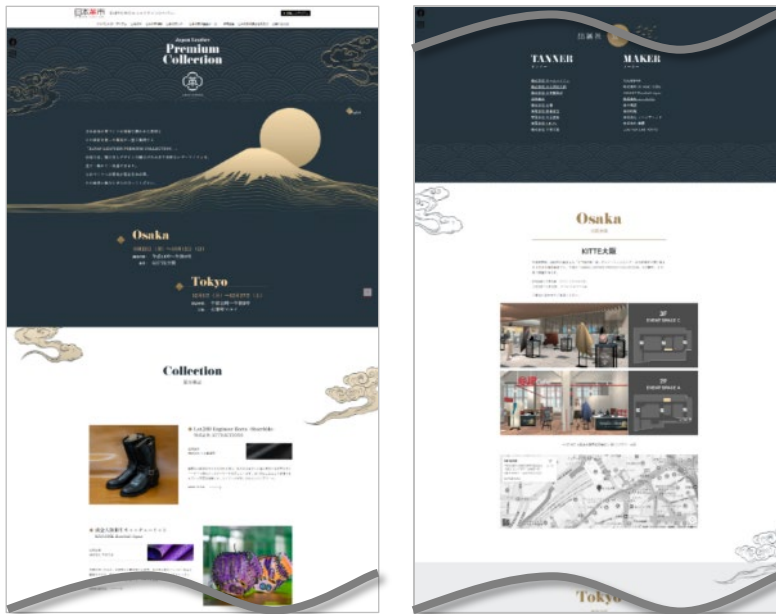


3.3. 「日本革市」Web サイト

3.3.1. ショールーム型プレミアム展示会特設ページ

KITTE 大阪、有楽町マルイでのショールーム型プレミアム展示会の開催に伴い、特設ページ（日本語版・英語版）を作成した。

【ショールーム型プレミアム展示会特設ページ】



【ショールーム型プレミアム展示会特設ページ（英語版）】



3.3.2. 本革を使用した防災・減災アイテムのモニタリング調査記事ページ

本革を使用した防災・減災アイテム（作業用本革手袋）のモニタリング調査の記事ページを作成した。



3.3.3. 日本のタンナー、日本の皮革製品メーカー取材記事ページ

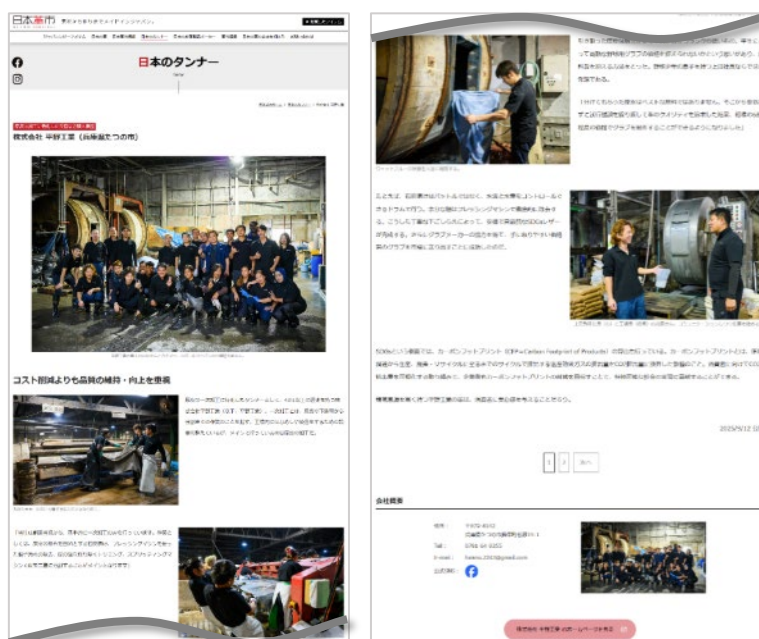
タンナー様、メーカー様の取材をさせていただき、日本産本革素材とメイドインジャパンの丁寧な製造現場と技術を「日本革市」Web サイト内に公開し、日本産革の認知拡大を図った。

①日本のタンナー 4 社分の企業紹介を今年度新規に掲出

【株式会社 平野工業様】（一例）

「原皮の加工に特化した妥協なき職人集団」9月12日公開

<https://www.kawa-ichi.jp/tanner/hiranokougyo/index.html>

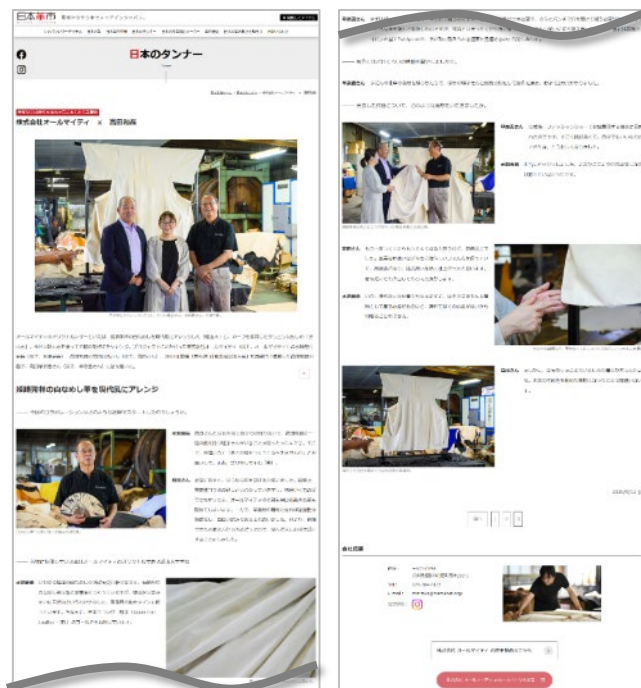


②日本のタンナー 10社分の革素材に焦点を当てた記事を今年度新規に掲出

【株式会社 オールマイティ様】(一例)

「未知なる可能性を秘めた気品あふれる革着物」9月12日公開

<https://www.kawa-ichi.jp/tanner/almighty/03.html>

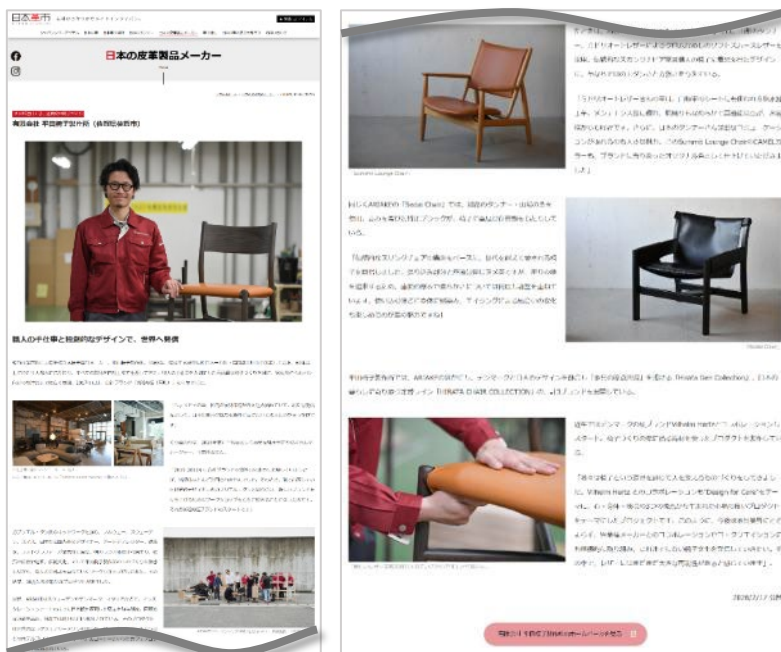


③日本の皮革製品メーカー 1社を今年度新規に掲出

【有限会社 平田椅子製作所様】

「世界が注目する、佐賀発の椅子づくり」2月17日公開

<https://www.kawa-ichi.jp/maker/hiratachair/index.html>



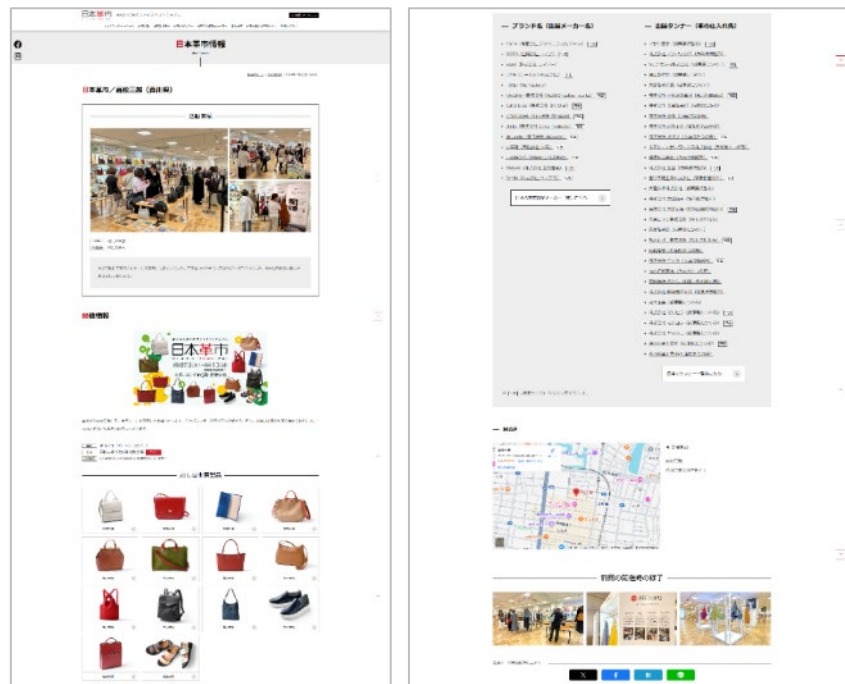
3.3.4. 革市通信 (トップページ)



3.3.5. 「日本革市」活動実績ページ

「日本革市」開催の活動実績を、開催百貨店ごとに掲載した。

【「日本革市」活動実績_詳細ページ (例)】



3.3.6. ジャパンレザーアイテムページ タンナー様検索時の機能追加

- 取材記事が日本革市 Web に掲出されているタンナー様の場合 (表示例)

・タンナー様企業情報
※協会様データベースから引用

・タンナー様取材記事への遷移

- 取材記事が日本革市 Web に掲出されていないタンナー様の場合 (表示例)

・タンナー様企業情報
※協会様データベースから引用

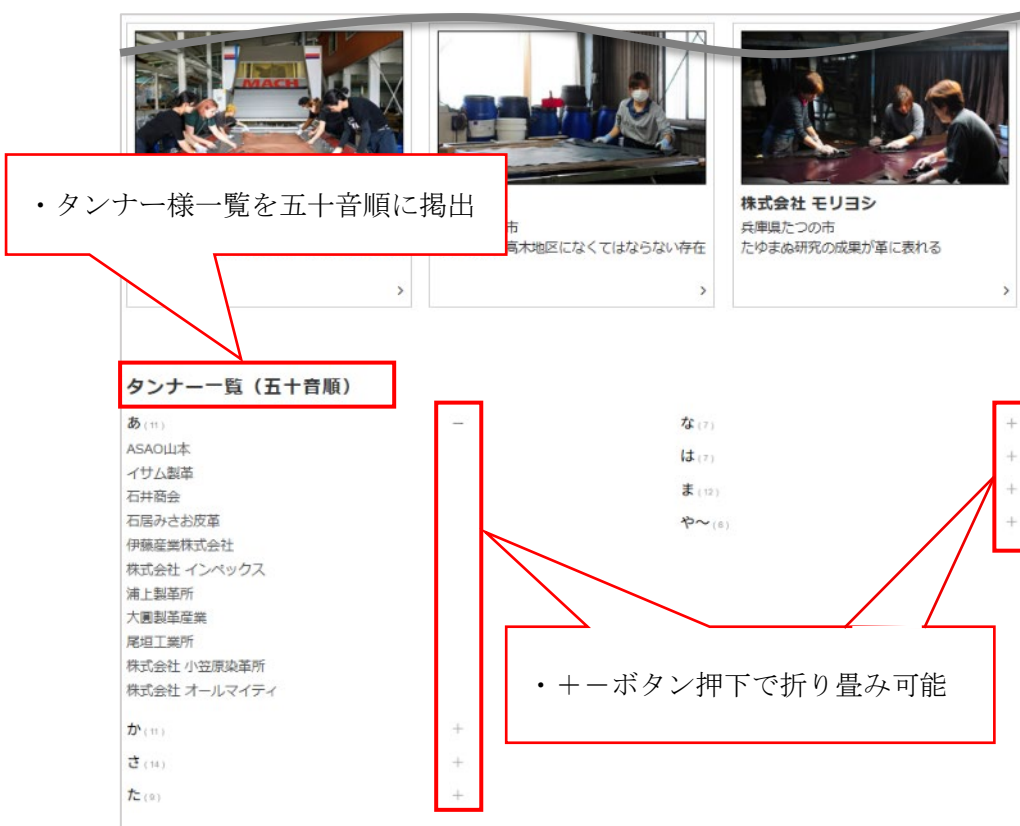
※タンナーズ協会様非会員のタンナー様について、オンライン上に公開されている情報が無い場合、今回の修正対象外とさせていただきます。

3.3.7. 日本のタンナー 取材記事ページの機能追加

- ・取材記事最下部にタンナー様企業情報を掲出（表示例）



- ・タンナー様一覧を五十音順に掲出し、表示を折りたたみ方式に改修



3.3.8. ジャパンレザーアイテムページ 新規大カテゴリ、小カテゴリの追加

- ・新たに「ステーションナリー」「リビング」「スポーツ用品」の3つの大カテゴリを追加した。これに伴い、既存アイテムの一部について従来のカテゴリから新カテゴリへの移行を行うとともに、新規アイテムの追加も実施した。



- ・カテゴリ「ステーションナリー」一覧（一例）



- ・また、既存の大カテゴリにおいても小カテゴリの追加を行った。「財布・小物」に「メガネケース」を、「ファッション雑貨」に「ウェア」および「スマホケース」をそれぞれ新設し、アイテム分類の細分化と利便性の向上を図った。

3.3.9. ジャパンレザーアイテム掲載点数と出展社数

【令和7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	令和6年度	令和7年度	累計
型数	+142点	+113点	+101点	+202点	803点
カラバリ数	+492点	+301点	+192点	+422点	1,883点
カット数	+1,317カット	+980カット	+686カット	+1,449カット	6,124カット

【令和7年度 日本革市 Web サイト 新規アイテム掲載 出展者数】(計38社、五十音順)

株式会社 アトラクションズ	sato-ca
有限会社 アトリエフォルマーレ	株式会社 山陽
amenez-moi!	SIMPLE SENSE
株式会社 いたがき	株式会社 Spica Products
株式会社 印傳屋上原勇七	株式会社 外海
Via	高田和裁
株式会社 エイゾー	株式会社 chi.wata
合同会社 エイチ	TOKYO LEATHER FACTORY
エールック株式会社	有限会社 中澤
NC Factory	浪速屋商店
株式会社 KAZINO leather works	株式会社 パーリィー
KANAME Baseball Japan	株式会社 美囊
株式会社 きくひろ	株式会社 ふく江
有限会社 清川商店	藤原化工株式会社
株式会社 興和インターナショナル	株式会社 三竹産業
株式会社 コードバン	株式会社 ユハク
Coquette 株式会社	株式会社 リーブス
埼玉皮革関連事業協同組合	LEATHER LAB TOKYO
坂本商店	株式会社 和宏

3.3.10. 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、2025年4月2日より2026年1月30日までの間に、519,571回表示されて、その内16,730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4,142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



【総計】

表示回数 : 135,470 回
 クリック数 : 6,238 クリック
 クリック率 : 4.60 %
 メーカーサイトへの遷移 : 1,700 回
 (2026年2月1日時点)

〈上位検索語句〉 ※Google 広告「検索語句」データから作成 ▼

※広告クリック数の多い、ユーザーが検索した語句の上位一覧

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	コンバージョン率
1	バッグ ブランド	6,238	135,470	4.60%	1,700.54	27.26%
2	バッグ レディース	948	45,120	2.10%	251.01	26.48%
3	革 ブランド	406	24,581	1.65%	71.87	17.70%
4	牛革 財布	564	19,127	2.95%	119.51	21.19%
5	トートバッグ 人気	142	16,741	0.85%	17	11.97%
6	財布 革	460	15,078	3.05%	160	34.78%
7	シューズ 本革	483	11,424	4.23%	130.26	26.97%
8	ハンドバッグ レディース	117	10,213	1.15%	24	20.51%
9	カバン ブランド	118	7,708	1.53%	18	15.25%
10	バッグ 通販	54	7,540	0.72%	15	27.78%
11	かばん バッグ	71	6,858	1.04%	6	8.45%
12	革 小物	54	6,711	0.80%	9	16.67%
13	メンズ バッグ	235	6,458	3.64%	57.2	24.34%
14	本革	79	6,123	1.29%	9	11.39%
15	バッグ レディース 人気	252	5,981	4.21%	67	26.59%
16	革 財布	82	5,393	1.52%	14.5	17.68%
17	ハンドバッグ ブランド	131	5,061	2.59%	29	22.14%
18	かばん バック	110	4,203	2.62%	14	12.73%
19	レザーラフト 通販	29	3,954	0.73%	0	0.00%
20	ヌメ革	16	2,907	0.55%	0	0.00%

【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、2025年5月9日より2026年2月8日までの間に、リーチ数644,852（昨年度890,975）を獲得し、その内公式ウェブサイト111,458件（昨年度96,977件）遷移する結果となった。また、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13,864件（昨年度12,591件）遷移する結果となった。

リーチ数 : 644,852 リーチ（うち、クリック数 76,010 回）
 インプレッション数 : 1,929,673 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 : 13,864 回

(2026年2月9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。

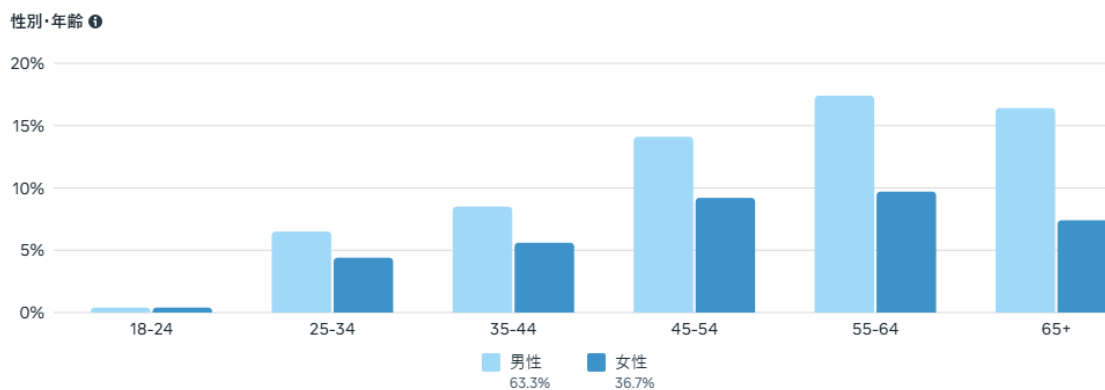
3.4.2. Facebook 公式アカウント概要

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 : 678本
 総リーチ数 : 3,003,150 リーチ (2026年2月26日時点)
 フォロワー数 : 21,584人 (2026年2月26日時点)



▲ Facebook ページトップイメージ

〈年齢と性別〉



3.4.3. Facebook の運用

2025年4月1日から2025年12月25日にかけて、29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、タンナー様の取材記事やジャパンレザーアイテムを紹介した。

● 「日本革市」 Web サイト内コンテンツのご紹介、イベント開催告知



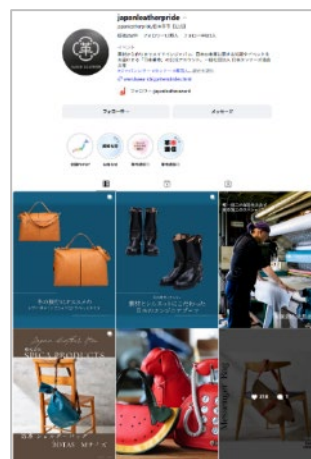
3.4.4. 「日本革市」開催エリアへ向けた広告の配信

「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
2025/05/26 ~ 2025/06/02 8日間	うすい百貨店 (前半)	49,386	2,202
2025/06/01 ~ 2025/06/10 10日間	うすい百貨店 (後半)	52,821	1,724
2025/09/01 ~ 2025/09/10 10日間	新潟伊勢丹	76,227	3,320
2025/10/18 ~ 2025/10/29 12日間	静岡伊勢丹	30,795	1,812
2025/11/13 ~ 2025/11/17 5日間	小倉井筒屋 (前半)	98,644	3,540
2025/11/18 ~ 2025/11/24 7日間	小倉井筒屋 (後半)	72,834	1,953

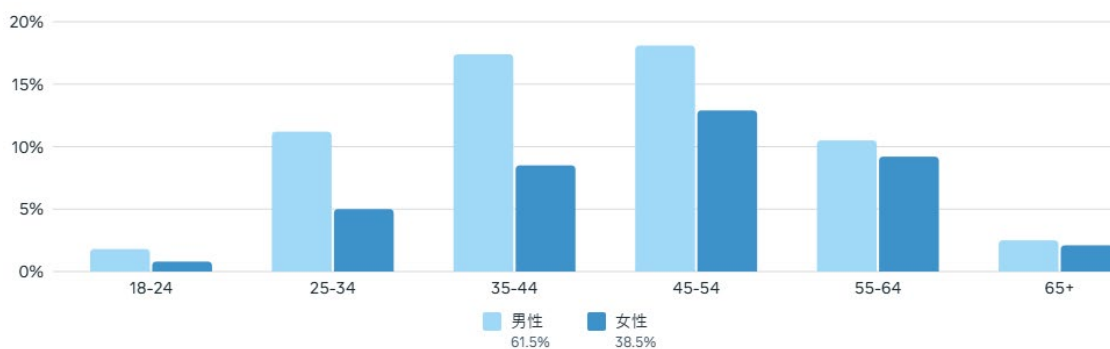
3.4.5. Instagram 公式アカウント概要

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 : 265本 (2025年2月25日時点)
 フォロワー数 : 20,131人 (2025年2月25日時点)



▲Instagram トップイメージ

〈年齢と性別〉



3.4.6. Instagram の運用

2025年4月1日から2025年12月25日にかけて、フィード投稿を34件、ストーリーズ投稿を13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、タンナー様の取材記事やジャパンレザーアイテムを紹介した。

フォロワー数は、2025年4月1日から2026年2月25日までの期間にファンが14,678人増加し20,131人となり、目標とする10,000人を達成した。

閲覧数 : 7,296,920

コンテンツでのインタラクション : 29,743回

(コンテンツに対する「いいね!」やリアクション、保存、コメント、シェア、返信の数)

※2025年4月2日から2026年2月25日まで

① 「日本革市」Web サイト内コンテンツのご紹介

製品の背景にいる人にフィーチャーし、素材をPRした。取材記事の原稿を一部抜粋し、キャプションに掲載することでWeb サイトへの誘致を促した。



② ジャパンレザーアイテムのご紹介



③ ストーリーズ投稿

イベント開催風景、開催告知等をリアルタイムに更新した。



④ ハッシュタグについて

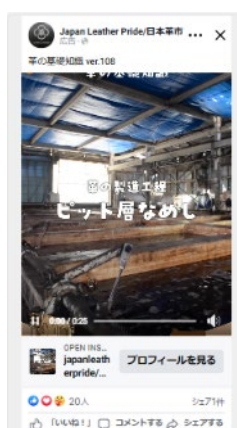
フィード投稿のキャプション(テキスト)部分にハッシュタグを複数掲載し、投稿した。アイテム紹介時にはアイテム名(#ショルダーバッグ)、タンナー様ご紹介では地名(#姫路レザー)、その他(#国産レザー)等閲覧されやすいハッシュタグをつけて新規ユーザーへPRした。



3.4.7. Instagram のフォロワー獲得に向けた広告の配信

日本革市の Instagram アカウントのフォロワー獲得を目的とした Meta 広告を配信した。革製品アイテムやタンナーの紹介投稿、解説動画など多様なクリエイティブを活用し、革に関心を持つユーザーへの継続的なアプローチを実施した。総消化金額は約 97 万円で、インプレッション数は約 169 万、リーチ数は約 80 万、Instagram プロフィールへのアクセス数は約 91,204 件となった。配信実績の詳細は下表のとおりである。

広告① (一例)



タンニンなめしの工程や特徴をわかりやすく解説した動画を使用したフォロワー獲得広告。既存フォロワーを除く革好みユーザーをターゲットとし、長期にわたり配信した。

配信期間	インプレッション	リーチ	リンククリック	プロフィールアクセス
2025/7/24~2026/2/8	1,250,079	514,546	58,957	66,116

3.5. PR活動にて制作したコンテンツの再編集及びSNSを活用した積極的なPR発信

3.5.1. 制作コンテンツ一覧

本施策において制作した縦型ショート動画の一覧を下表に示す。制作した動画は全28本で、タンナーイメージ、メーカーイメージ、革製品ができるまで、革の集積地紹介、タンナー人物フォーカス、革の豆知識、イメージ訴求、SDGs訴求など、多様なテーマで構成されている。

No.	タイプ	内容	再生時間
1	[A_タンナーイメージ]	タンナー製造現場シーン(姫路編1)	0:00:15
2	[A_タンナーイメージ]	タンナー製造現場シーン(姫路編2)	0:00:15
3	[A_タンナーイメージ]	タンナー製造現場シーン(東京編)	0:00:15
4	[B_メーカーイメージ]	メーカー製造現場シーン	0:00:15
5	[C_革製品ができるまで]	倍速動画/皮から革、製品まで総合編	0:00:30
6	[C_革製品ができるまで]	倍速動画/革ができるまで	0:00:15
7	[C_革製品ができるまで]	倍速動画/革製品ができるまで	0:00:15
8	[D_革の集積地紹介]	4大産地～総合編	0:00:29
9	[D_革の集積地紹介]	4大産地～姫路編	0:00:23
10	[D_革の集積地紹介]	4大産地～東京編	0:00:23
11	[D_革の集積地紹介]	4大産地～草加編	0:00:23
12	[D_革の集積地紹介]	4大産地～和歌山編	0:00:23
13	[E_タンナー人物フォーカス]	人物フォーカス編/若手タンナー	0:00:28
14	[E_タンナー人物フォーカス]	人物フォーカス編/熟練タンナー	0:00:15
15	[F_革の豆知識]	1.なめしって何?	0:00:26
16	[F_革の豆知識]	2.ピット層なめし	0:00:25
17	[F_革の豆知識]	3.さまざまな革の加工方法	0:00:30
18	[G_イメージ訴求]	Long版/革テクスチャ+タンナー	0:00:32
19	[G_イメージ訴求]	Short版/革テクスチャ	0:00:15
20	[G_イメージ訴求]	Short版/タンナー	0:00:15
21	[H_CM調イメージ訴求]	ナレーション入りCM風動画	0:00:22
22	[I_SDGs訴求]	本革はエコでサステナブル	0:00:30
23	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※タンナー編 1/3	0:00:15
24	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※タンナー編 2/3	0:00:15
25	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※タンナー編 3/3	0:00:15
26	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※クリエイター編 1/3	0:00:12
27	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※クリエイター編 2/3	0:00:12
28	[J_JLPオフィシャル動画分割]	オフィシャル動画分割 ※クリエイター編 3/3	0:00:15

3.5.2. Facebook・Instagramでの広告配信実績

制作した28本の動画のうち、内容や訴求軸をもとに選定した動画をMeta広告として配信した。本広告は日本の本革・革製品の魅力を広く発信することを目的とした認知拡大型の広告であり、コンバージョン（Webサイトへの誘導）よりもリーチ・インプレッションの最大化を主眼としている。インプレッション数は約152万、リーチ数は約112万、リンククリック数（ユニーク）は72,470件、Instagramプロフィールへのアクセス数は74,314件となった。配信実績の詳細は下表のとおりである。

[A-01] タンナー製造現場シーン（姫路編1）※広告一例



姫路の老舗タンナー・山陽をメインに、国産牛革の製造現場を臨場感ある現場音とともに収めた15秒の縦型動画。

配信期間	インプレッション	リーチ	リンククリック	プロフィールアクセス
2025/12/12～12/25	3,365	3,004	120	116
2025/12/27～2026/1/14	11,826	5,369	1,749	1,321
2026/1/21～2/2	113	111	3	3
合計	15,304	8,484	1,872	1,440

3.6. 本革が災害時に有効な素材であることをPRするためのイベント企画及び実施

本革製品が防災・減災アイテムとして有効な素材であることをPRするため、全国4地域の消防・市役所関係者等に作業用本革手袋のモニタリング調査を依頼した。

モニタリング調査を依頼したのは、本革の産地である兵庫県姫路市、たつの市、東京都墨田区、埼玉県草加市の4地域の消防署・消防団や市役所。日本タンナーズ協会各支部代表者が市役所や消防署・消防団などを訪れ、作業用本革手袋を手渡し、モニタリング調査を依頼した。

<兵庫県姫路市>

姫路エリアでは、高木支部・水瀬隆行副会長が姫路市姫路東消防署を訪問。兵庫県消防協会姫路市支部長に作業用本革手袋を手渡し、モニタリング調査をお願いした。



<埼玉県草加市>

草加エリアでは、関東支部・伊藤達雄支部長が草加八潮消防局・草加消防署にて作業用本革手袋を手渡し、モニタリング調査を依頼。出迎えてくれた草加八潮消防局長、次長、総務課長に調査の趣旨を説明した。



<東京都墨田区>

墨田エリアでは、墨田支部・泉正子副会長が株式会社 消防試験協会 技術部 事業推進室 室長、墨田区消防第7分団 分団長、団員に作業用本革手袋を手渡し、モニタリング調査をお願いした。



<兵庫県たつの市>

松原エリアでは、たつの市立総合隣保館にて松原支部・中村利一副会長がたつの市副市長に作業用本革手袋を手渡し、モニタリング調査をお願いした。



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～小倉井筒屋 (計 8 回)	3,775 枚



4.2. JLP ロゴ入り PR 袋の提供

開催地	提供数		
	大	中	小
うすい百貨店～小倉井筒屋 (計 8 回)	199 枚	395 枚	0 枚

