

織研新聞

70 YEARS ANNIVERSARY
未来がみえる 共につくる
2018年(平成30年) 8月7日 火曜日
織研新聞社

発行所 千103-0015 東京都中央区 日本橋箱崎町31-4
編集局 03・3664・2341
業務局 03・3639・8030
大阪支社 06・6343・2015
名古屋支社 052・231・2600
京都支社 075・221・2640
九州支局 092・761・6131
上海支局 +86・(0)21・6249・8300
ご購読は ☎0120-559801

Only One 創り出す
DAIKO ONES
株式会社 大広ONES
http://ones.daiko.co.jp/
東京・大阪

きょうの紙面
認知度高まり上期25%増収
総合 新世界大丸百貨 ②
領域広げる総合アパレル
企業・総合 プラットフォームを活用 ③
「Jプレスキッズ」好調
流通 オンワード樺山 ⑤
オンワード樺山は、百貨店
販路で販売する男児服「Jプ
レスキッズ」が好調だ。品の
良さを感心させて通学にも使
えるカジュアルアイテムが支
持された。
ローファーの裾野広がる
商品 秋冬レディスシューズ ⑦

獣皮活用促進へ事業化

「マタギプロジェクト」とレザー・サーカスが連携

シカやイノシシなど獣害対策で廃棄されてきた皮を、有効な資源として活用しようという動きが目立ってきた。野生動物による農林業への被害が年々深刻になるなか、獣皮活用促進を支援する「マタギプロジェクト」(炭谷茂実行委員長)とレザー・サーカス(山口明宏代表)は、今夏から北海道中標津町をモデルケースとしてエゾシカの皮活用の事業化に着手した。今後、趣旨に賛同した協力企業とともに、獣革のブランディング、商品開発を進める。(大竹清臣)



中標津の視察ツアーに参加した関係者と地元の人ら

中標津のエゾシカをモデルケースに

マタギプロジェクトは支援地280カ所、年間3000枚のなめし加工実績がある。だが、全国の獣皮排出数は100万枚超(17年)と見込まれるため、革として有効活用されているのは0.3%に過ぎないのが実態という。連携するレザー・サーカスは獣皮をなめした革を製品化・ブランド化し、産地と都市の消費者をつなぐ役割だ。

街のアピールも

今回、モデルケースとなる中標津はエゾシカによる畑作や林業、酪農用の牧草への被害が大きい。自治体が補助金を出し、猟友会が駆除している。17年度の有害駆除実績は猟師の高齢化もあり、588頭だったが、例年は700〜800頭を駆除する。しかし、草までの活用は進まなかった。西村穂町長は「革の活用は街のアピールにもつながり、自治体としても協力したい」と話す。

「2ヶタ成長続く」世界一のラグジュアリーへ

【パリ】松井孝幸通信員「仏ケリンググループの「グッチ」が2ヶタ成長を4四半期続けていた。15年にグッチの会長兼CEO(最高経営責任者)にマルコ・ビッツァーリ氏、クリエイティブディレクターにアレクサン・ド・ミケール氏が就任以来、売上高は16年通期で前年比13%増、17年通期は45%増(為替変動の影響を除いた比較可能ベース)の62億1000万円、18年

1〜6月は41%増と成長を維持している。関連記事2面に。コンサルティング会社ペイン・アンド・カンパニーは6月、世界のラグジュアリー産業(ウエア、レザーグッズ、時計)の18年売上高は6〜8%増の2760億〜2810億と予測を発表した。仏LVMHモエ・ヘネシー・ルイ・ヴィトンの「ルイ・ヴィトン」などファッション&レザーグッズ部門は1

16年6月に掲げた中期目標の売上高60億を早くも達成したグッチ。成長のペースは続くとして、18年売上高100億時、営業利益率40%(17年34.2%)のラグジュアリーのトップを目指す。6月に15%増、エルメスは12%増で、これを上回る成長だったが、グッチは両者の2〜3倍の勢いだ。背景には、ミケール

によるコレクションの成功、ミレニアル世代への商品ラインナップ、店舗の大型改装、物流の改善、デジタルへの投資が挙げられる。グッチの1平方メートルの売上高は17年3万円から、ルイ・ヴィトンと同レベルの4万5000円に達する見通し。



3Dプリンターを使った製品作り
そごう・西武
インターシッピングで先端技術企業と協業
新しい顧客体験を考える
AI、VR、AR…デジタルを活用

【パリ】松井孝幸通信員「日仏友好160年を記念する大規模な文化イベント「ジャポニスム2018」が開催された。ユニクロのル・マレ店では沖繩の伝統芸能、組踊(くみおどり)を紹介する週末サマライベント「沖繩の夏」を行った。写真・組踊は今から300年前の琉球王国で、中国との友好を築く外交手段として当時の琉球王、玉城朝綱によって創作された歌舞劇。沖繩のオペラ、ミュージカルと言え。

師の佐々木淳氏は「中標津のエゾシカは本州の山岳部に生息するニホンシカよりも餌が豊富で平野部で育つため、大型で角が大きく傷が少ないので革製品に適している」と強調する。狩猟時や食肉処理時の傷を最小限に抑えるように努めている点も優位性がある。
新たな商流生む
なめした革を産地に返し活用してもらうだけでは使い切ることができないため、モデル産地に集中・集約した商品開発、作り手と使い手を結び付ける新たな商流を生み出す必要があった。初の試みとして、ブランドやメーカーとのコミュニケーション促進を皮革卸のフジトウ商事(東京)に担ってもらった。サンプル帳やパンフレットの作成、産地視察ツアー、素材展示会への出品なども検討中。今月、東京で行うマタギ展

それからの時代は獣害対策のエゾシカを活用した革製品というだけでなく、「猟師の顔まで見える革」としてブランディングを強め、エシカル(倫理的)意識の高い消費者に向けた販路拡大も重要になってくるだろう。
これからの時代は獣害対策のエゾシカを活用した革製品というだけでなく、「猟師の顔まで見える革」としてブランディングを強め、エシカル(倫理的)意識の高い消費者に向けた販路拡大も重要になってくるだろう。

「正規スマイル商品以外」