

■200号記念に寄せる日本の現状とミカムに見る海外最新事情■

靴・履物市場は、50年で輸入比率2%から90%超に。

ミカムは、出展、来場共に徐々に回復。

靴ジャーナリスト 大谷知子

200号に寄せて

●国内生産は17年で3分の1に減少

本誌『かわとはきもの』は、本号で200号を迎えた。筆者は、100号、また150号にも執筆。200号の歩みの半分に論考を発表する機会をいただいている。そのことへの感謝と、200号を紡いできた方々への敬意を込めて、本号は、200号に因む文章から始めたい。

200号の第一歩、つまり『かわとはきもの』創刊は、昭和47（1972）年のこと。最近、各種メディアが大きく取り上げた沖縄

本土復帰と同じ年。それから共に50年を歩み、その間に、沖縄が変わったように『かわとはきもの』が対象とする靴・履物を取り巻く環境も変化している。

全日本履物団体協議会（全履協）が毎年公表している「日本の履物統計」という統計データがある。全履協傘下の日本靴工業会、全日本革靴工業協同組合連合会、日本ゴム履物協会などの業界団体の資料や経済産業省の工業統計や雑貨統計、輸出入は財務省の貿易統計からデータを拾い、国内生産は革靴、布靴類、総ゴム靴類、ケミカルシューズなどに分類、それに輸入を加え集計したものだ。いつから公表しているかは

表1：日本靴産業の推移〈2003－2020年〉

（単位：1000足）

	国内生産革靴 （輸出含む）	国内生産その他 （輸出含む）	輸入	合計	輸出	消費 （合計－輸出）	消費に占める 輸入比率
2003年	39,072	69,967	493,976	603,015	1,795	601,220	82.2%
2005年	36,116	59,180	555,944	651,240	1,686	649,554	85.6%
2010年	24,600	49,057	619,480	693,137	1,397	691,740	89.6%
2015年	17,749	38,199	639,272	695,220	1,713	693,507	92.2%
2019年	13,717	32,317	652,776	698,810	1,636	697,174	93.6%
2020年	10,970	24,955	520,640	556,565	1,665	554,900	93.8%
2003年比							
2003年	—	—	—	—	—	—	—
2005年	92.4%	84.6%	112.5%	108.0%	93.9%	108.0%	
2010年	63.0%	70.1%	125.4%	114.9%	77.8%	115.1%	
2015年	45.4%	54.6%	129.4%	115.3%	95.4%	115.3%	
2019年	35.1%	46.2%	132.1%	115.9%	91.1%	116.0%	
2020年	28.1%	35.7%	105.4%	92.3%	92.8%	92.3%	

※データ出所：全日本履物団体協議会「日本の履物統計」

不明だが、毎年6月頃に公表され、3カ年が一枚のシートにまとめられている。シンプルだが、全体像を捉えるには格好の統計だ。

筆者の手許に2003～2020年までのデータがあり、それを国内生産は「革靴」と「その他」（いずれも「輸出」を含む）と輸入、さらに前記の合計から「輸出」を引き「国内消費量」を求め、2003年以降を、5年毎を基本にまとめたのが〈表1〉だ。

2003年は、ほぼ20年前。『かわとはきもの』は123～126号の発行時期だが、国内生産は「革靴」約4000万足、「その他」約7000万足。両者の合計は「1億903万9000足」となり1億足を超え、消費量に占める輸入比率は、82.2%となる。

皮革・革靴輸入がTQ（Tariff Quota＝関税割当）制に移行し基本的に輸入自由化された1986年4月から17年が経過しており、輸入比率の高さは頷ける。そして2003年以降は、2010年にほぼ90%となってから90%台前半から半ばで推移している。

国内生産は、輸入比率の高まりに従い減少。コロナ禍の影響が加わった2020年は、「革靴」は1000万足を上回ったもののそれを割り込む日が近いことを思わせる数字となり、「その他」も3000万足を大きく下回り、約2500万足となった。2003年との比較では、2020年「革靴」は28.1%、「その他」は35.7%。両者の合計は3592万5000足となり、2003年比は32.3%となり、17年間で3分の1に減少している。

またコロナ禍がなかった場合を推測するために2019年のデータも示したが、2019年の2018年対比は、「国内生産合計」91.2%、「革靴」90.9%、「その他」91.1%。いずれも約9%の減少となっており、2020年がこれと同レベルの減少となったと仮定すると、2020年「国内生産合計」は約4190万足、「革

靴」は1250万足となり、2003年対比は、それぞれ38.1%、31.2%となる。

では、〈表1〉のデータにない2002年以前は、どんな状況だったのか。「日本の履物統計」には、これを知るための興味深いコメントが記されている。

以下に引用する。

- ①昭和62(1987)年:輸入が1億足を突破
(国産3億2千万足、輸入1億3千万足)
- ②平成3(1991)年:輸入が2億足を突破(国産3億1千万足、輸入2億1千万足)
- ③平成5(1993)年:国産と輸入が逆転
- ④平成11年(1999)年:輸入が4億足を突破
(国産1億6千万足、輸入4億1千万足)
- ⑤平成16年(2004)年:輸入が5億足を突破
- ⑥平成22年(2010)年:輸入が6億足を突破

国内消費に占める輸入比率は、2010年に89.6%とほぼ90%になって以降、コロナ禍の2020年においても93.8%と90%を超える状況が続いているが、その構造への変化は、上記のコメントから1987年が節目だったことが分かる。

●1972年の消費に占める輸入シェアは2%

では『かわとはきもの』が創刊された1972年は、どうだったのか。やはり気になる。

そこでインターネットで検索したところ、工業統計と貿易統計のアーカイブに1972年のデータを発見した。

それを集計したのが〈表2〉だ。

革靴国内生産は6822万4000足、ゴム靴などの革靴以外の合計は6億5364万2000足。合わせて国内生産は、7億足を超える。

輸入は、革靴はわずか60万足。ゴム靴などの革靴以外を合わせても1287万6000足だ。

それに引き換え輸出は、革靴が約130万足、革靴以外を加えた合計は7678万1000足だ。

そして国内消費に占める輸入の比率を求めてみると、なんと2.0%。靴・履物消費は、ほぼ完全に国産品で賄われている。

円相場は第二次世界大戦後、「1ドル=360円」の固定相場制によっていたが、1971年12月に起こったニクソン・ショックによるスミソニアン協定によって「1ドル=308円」に切り下げられ、さらに73年2月の再度のドル切り下げによって固定相場制は崩壊し、変動相場制に移行した。

つまり、1972年の円は「308円」。輸出の多さは、安い円のメリットをまだ享受できていたから。一方、輸入はと言うと、革靴はIQ (Import Quota=輸入割当) 制によっており、年間に輸入できる金額が制限され、その輸入枠を持つ業者も数十社に限られていた。

このような環境ゆえの輸出の多さと消費に占める輸入比率の低さであり、その後、日本経済の好調によって円の価値はどんどん上がり、輸出を難しくした。一方、国内は賃金が上昇したことによって、人手の確保などで国内生産に問題が生じ、まず輸入制限のない革以外の製品が海外に生産を求め、1986年にはTQ制移行によって革靴も基本的に輸入自由化されたことで革靴の輸入量も増えて行った。

この結果、国内生産は減少し、輸入シェアが極めて高い産業・市場構造になったのである。

これはグローバリゼーションやそれに基

づきサプライチェーンを世界に張り巡らせたことによるものであるとも言える。しかし、コロナ禍で海外との自由な行き来が制限され、物流にも滞りが生じる中、サプライチェーンを長くすることの問題も言われている。加えてロシアによるウクライナ侵攻は、輸入による物資の調達に影を落としている。また環境問題に目を転じると、食に限らずすべての動物由来の製品を消費しないヴィーガンが増加し、皮革を使用しない風潮も生まれている。

次に本誌記念号が発行されるのは250号となろうが、その発行は、2034年となる。

その時、靴・履物、また皮革は、どのような状況にあるのだろうか。グローバリゼーションが後退し、サプライチェーンに変化が生じて、輸入が極端に減少し、消費構造が国産にシフトすることは考えにくい。日本は、人口減少という要因もある。国内靴生産量は、現在のレベルを下回ることは確実と言わざるを得ないだろう。

食肉製造という視点に立つと、「皮」は、廃棄物だ。それを鞣しという技術によって人の生活に利する素材に再生させたのが「革」。革製造は、最古のリサイクル産業とも言える。そして靴・履物は、人体の土台である足を支え、快適な歩行を可能にする欠かせない道具だ。

どんなに状況が変化しようと、“かわとはきもの”に関わる産業が、そうした基本を持ち続けることを望みたい。

表2：1972年の日本靴産業

(単位：1000足)

	国内生産	輸入	合計	輸出	国内消費量 (合計－輸出)
革靴	68,224	609	68,833	1,299	67,534
その他	653,642	12,267	665,909	75,482	590,426
合計	721,866	12,876	734,741	76,781	657,960

※データ出所：「国内生産」は経済産業省工業統計、輸入及び輸出は財務省貿易統計。集計は筆者。

※「国内生産その他」は「「地下たび」「ゴム底布ぐつ」「総ゴムぐつ」「ゴムぞうり、スリッパ」「プラスチック製ぐつ」「同サンダル」「同スリッパ」を集計。

ミカムに見る海外最新事情

● 1 ヶ月延期、3月13～15日に開催

では、ミラノで開催の国際靴見本市ミカムを手がかりに欧州を中心とした海外事情をレポートしよう。

秋冬シーズンに向けたミカムは通常、2月中旬に開催されてきた。2022～2023秋冬に向けたミカムも、2月中旬開催で広報されていた。しかし1月中旬に延期が決定され、2022年3月13～15日の開催となった。

延期の理由は、オミクロン株による新型コロナウイルス感染拡大だ。1月中旬のイタリアの感染状況は、1日の新規感染者が20万人に届くという状況にあり、この状況を受けて



3月ミカムのメイン・エントランス付近

の延期決定だ。

そのため入場には、ワクチン接種証明書などの提示が義務づけられた。

また、コロナ禍発生以降、バッグ展示会ミペルなどとのジョイント開催となっているが、今回も“#BetterTogether”のスロー

表3：2021年1～9月のイタリア靴輸出

順位	国	2021年1～9月			2020年比伸び率(%)			2019年比伸び率(%)		
		金額 (100万€)	数量 (1000足)	平均単価 (€)	金額	数量	平均単価	金額	数量	平均単価
1	スイス	1,415.45	12,611	112.24	+18.8	+19.7	-0.7	+8.1	+0.0	+8.1
2	フランス	1,205.87	27,014	44.64	+24.8	+23.9	+0.7	-0.6	-4.3	+3.9
3	ドイツ	770.08	22,802	33.77	+10.7	+6.1	+4.3	-2.5	-8.8	+6.9
4	米国	728.67	12,136	60.04	+37.6	+66.7	-17.5	-3.1	+8.3	-10.5
5	中国	290.42	1,818	159.71	+50.0	+30.7	+14.8	+26.4	+4.5	+21.0
6	英国	285.69	6,064	47.11	-24.9	-15.9	-10.7	-42.1	-40.4	-2.8
7	スペイン	277.50	8,383	33.10	+19.7	+12.1	+6.8	-1.5	-8.8	+8.0
8	ロシア	213.10	3,084	69.10	+16.0	+8.9	+6.6	-8.6	-18.1	+11.5
9	オランダ	212.87	3,790	56.17	+20.8	+8.6	+11.3	+17.6	-4.4	+23.0
10	ポーランド	209.08	6,625	31.56	+39.3	+39.5	-0.1	+81.3	+80.0	+0.7
11	韓国	192.67	1,200	160.56	-5.4	-9.2	+4.2	+9.5	-15.4	+29.4
12	香港	188.44	1,106	170.36	+12.9	+1.6	+11.2	-26.2	-33.9	+11.7
13	ベルギー	175.76	4,199	41.86	+22.3	+18.4	+3.3	+4.7	+2.6	+2.1
14	日本	116.53	1,177	99.00	-7.5	-14.5	+8.2	-26.4	-35.9	+14.9
15	オーストリア	114.27	2,811	40.65	+3.9	-6.7	+11.5	-16.9	-25.8	+12.0
16	UAE	84.02	883	95.11	+29.9	+23.3	+5.3	+0.0	-2.4	+2.5
17	カナダ	78.75	1,481	53.17	+15.7	+19.4	-3.0	-15.4	-13.1	-2.7
18	ギリシャ	76.50	3,259	23.47	+38.4	+37.5	+0.6	+11.2	+23.8	-10.2
19	ルーマニア	56.17	2,188	25.67	+20.8	+12.9	+7.0	+3.9	-13.8	+20.7
20	チェコ	53.84	2,281	23.61	+1.9	+8.3	-5.9	-13.6	-14.4	+1.0
	輸出合計	7559.01	147,872	51.12	+17.6	+16.3	+1.1	-2.7	-7.0	+4.7

※ISTAT(イタリア統計局)データをConfindustria Reserch Centerが集計

ガンの下、ミペルの他、プレタポルテ展のThe One Milano、会期は11～14日となるが、同一のロー見本市会場で行われたファッション&ジュエリー展のHOMIとジョイントの形で開催された。

開催規模は、出展1400ブランド。

ミカムは、ジョイントするミペルなども含め、オンライン展のみとした昨年2月を除き、リアル展を開催してきた。出展数は、コロナ禍初のリアル展である2020年9月が600ブランド、2021年9月は735社。1社で2、あるいは3ブランド出展という例もあり、両者の比較はできないが、今回は、ブランド数で公表している2020年9月の倍以上となっている。

また、来場者数は、次のように推移している。

- ・2020年9月：1万6000人
- ・2021年9月：2万2000人
- ・2022年3月：2万9468人

このように出展、来場共にコロナ禍以降最高を記録。コロナ禍発生前の出展1500社・来場4万人というレベルには遠いが、回復しつつあると言える。

●輸出上位20中16カ国が2000年を上回る

〈表3〉は、ミカム開幕前に公表された2021年1～9月のイタリア相手国別靴輸出実績。イタリア統計局（ISTAT）による貿易統計をファッション関連業界団体の統合組織Confindustriaのリサーチセンターがまとめたものだ。

これを見ると、トップ20カ国中16カ国が、数量、金額共に2020年同期を上回っている。またイタリア靴輸出全体も金額17.6%、数量16.3%の共に増となり、2019年同期比も、金額、数量ともに1桁のマイナスにとどまり、コロナ禍発生前のレベルに戻つつあることを示している。

輸出1位のスイスは、これまでのレポートにも記した通り、ハイブランドのデリバリー基地であることがトップの理由。2位のフランスは、イタリアにとってはファッションシューズの伝統的生産受託先だ。

この両国の性格が示す通り、共に2020年比が四捨五入すると共に20%も伸び、スイスは2019年比でも金額8.1%増とコロナ禍発生前よりも伸ばしている理由は、高級靴の好調にあると言える。

また4位の米国は、2020年比が金額37.6%、数量66.7%の共に増。市況が下落傾向に陥ると、金額は伸び数量は落ちるのが通例のパターンだが、米国は数量の伸びが金額を30%近く上回り、2019年比も数量は8.3%増となり、回復力の力強さを示していると言えよう。

そして気になるのは、10位のポーランドだ。今年2月開催のミカムをベースにしたレポートでも同国の倍増に近い伸びに触れたが、1～9月実績も、2020年比は金額、数量ともに30%台の伸びを示し、2019年比で80%台の伸びを記録している。

ポルトガルの靴関連団体APICCAPSが主宰するニュースサイト「WORLD FOOTWEAR」も、この伸びに注目したのであろう。今年1月にポーランド靴産業&靴市場に関するレポートをリリースした。

それによると、ポーランドは、まず世界第10位の靴輸出入国であり、中欧の靴貿易の拠点となっている。2020年靴輸入は、2億1500万足。主な輸入国は中国を筆頭にドイツ、ベトナムが続く。同年靴輸出は1億2300万足であり、輸出先は主にヨーロッパ諸国。また、コロナ禍の中という制約が存在する2020年も、輸出入は増加した。

一方、国内生産は2020年2400万足だが、2017年をピークに減少している。消費については、1人当たりGDPが過去10年間急速に成長し、EUの平均を大きく上回ってお

り、さらなる成長が期待されている。

今後について興味深いのは、靴輸入国は前述の通り、中国がトップであるが、近年、ドイツが300%台の伸びを記録し、中国は後退していること。この要因について業界団体のトップは「今日の履物・皮革産業にとって最も重要なことは、EUが禁止している物質を含み、消費者の健康を損なう危険性のある第三国からの低品質の履物・皮革製品の輸入を制限することによって、EU域内市場を守ることです」と語っていると言う。

ドイツからの輸入の伸びは、こうした認識に根ざしており、コロナ禍によって遠いアジアからの輸送が支障を来す中、同じ環境基準を持つイタリアへのシフトが急速に進んだことは、想像に難くない。

しかしロシアに侵攻されるウクライナは国境を接する隣国。ポーランド経済に及ぼすウクライナ侵攻の影響が懸念される。

また、侵攻するロシアは、イタリアにとって重要な輸出国だが、ロシアがその地位を保持できるかも大いに疑問だ。

●英国、そして日本の回復の遅れが目立つ

次に2021年1～9月実績が、2020年同期を下回っている輸出国を見ると、金額、数

量共に落としているのは、英国、日本、及び韓国だ。

特に英国の落ち込みは大きく、金額24.9%、数量15.9%のマイナス。2019年比は、それぞれ42.1%、40.4%の減。金額、数量ともにコロナ禍発生前の6割だ。

しかし、これには理由がある。英国は2021年1月、EUを完全に離脱。これに合わせて自由貿易協定が締結されたが、離脱の影響を無視することはできない。

日本は、むしろ英国とは逆。日EU経済連携協定は、2019年2月に発効。イタリア靴輸出データの集計期間には3年目に入り、日本側の輸入関税の引き下げは進んでおり、その効果によって対日輸出が伸びることが期待できる環境下にある。しかし現実にはそうはなっておらず、公表資料の解説は「日本とEUの間で発効した貿易協定は、関税の引き下げが非常に緩やかであり、加えてパンデミックの影響もあり、イタリア靴の販売にまだ何の改善ももたらしていない」とコメントしている。

全く否定できない事実だが、対イタリアに限らず、日本の靴・履物輸入全体の状況を見るために2021年の貿易統計を集計してみた。その結果が〈表4〉だ。

2021年合計は、2020年より改善が見られ

表4：2019－2021年日本靴・履物輸入の推移

	2019年		2020年		2021年		2020年/2019年比		2021年/2019年比	
	数量 (千足)	金額 (百万円)	数量 (千足)	金額 (百万円)	数量 (千足)	金額 (百万円)	数量	金額	数量	金額
合計	652,776	559,887	520,643	455,896	545,295	481,924	79.8%	81.4%	83.5%	86.1%
HSコード										
(6401)	20,118	14,112	19,883	12,643	22,215	15,903	98.8%	89.6%	110.4%	112.7%
(6402)	179,845	163,735	153,846	134,418	157,817	145,878	85.5%	82.1%	87.8%	89.1%
(6403)	36,231	134,869	30,169	110,029	29,526	111,851	83.3%	81.6%	81.5%	82.9%
(6404)	368,277	234,738	276,969	188,240	287,729	195,082	75.2%	80.2%	78.1%	83.1%
(6405)	48,306	12,433	39,775	10,566	48,007	13,210	82.3%	85.0%	99.4%	106.3%

※データ出所：財務省貿易統計。集計は筆者。

(注) HSコード6401=防水性のもの/6402=主にスポーツ用途/6403=甲が革製/6404=甲が革以外のテキスタイル製など/6405=その他のもの

るものの2019年比は、数量83.5%、金額86.1%で、2019年実績を15%前後下回っている状況だ。

またHSコード別集計によってタイプ別に見てみると、「6401」の防水性のものは、2019年比が数量、金額共に100%を上回り、回復が顕著だ。この分類に含まれるアウトドアはトレンドとしても注目されており、その表れという見方もできる。

逆に数量、金額共にシェアが高いテキスタイルなどの革以外のアッパー材「6404」が最も回復が弱く、革靴の「6403」も2019年比は、80%強に留まっている。

また、輸入主要国で見ると、数量、金額共にトップの中国は、2021年の2019年比は、数量83.4%、金額89.4%。中国に次ぐベトナムは、数量、金額共に84%台。

一方、EU諸国中トップのイタリアは、金額82.8%に対して数量は65.1%。輸入平均価格は2万3000円近いが、より高価格の製品が活躍していることを示していると言えよう。そして数量においてイタリアの2019年比を下回るのが、スペイン(58.4%)、ポルトガル(53.0%)、ドイツ(48.8%)。平均単価は、それぞれ4300円、6686円、4529円。輸入金額はCIFによっているので、小売価格は3倍と見ると、1万円前半から2万円弱となる。革靴ではボリュームからベターゾーンの下の価格となろう。

これから推すと、核を成すべき中価格帯の動きが弱いことが、全体の回復に影響を及ぼしていると言えそうだ。

●ミカムに初のサステナビリティ・ゾーン

今回、ミカムが特に力を入れて打ち出したカテゴリーからすると、やはりサステナビリティに関わるジャンルは無視できない。

ミカムは、3月の開催で初めてサステナビリティをテーマにした「THE MICAM



「Green Zone」に出品の再生ペットボトル素材によるスニーカー

GREEN ZONE」というエリアを設けた。

内容は、まずイタリア靴メーカー協会(Assocalzaturifici)が所有するサステナビリティ認証マーク「VCS (Verified and Certified Steps)」の発表。これは、最高水準の持続可能性を実現した靴メーカーが使用することを想定したもので、持続可能な取り組み、品質、製造技術を保証することを目的としている。

また、「20×Green」と題したエリアでは、素材、生産システム、また製品のライフサイクルの持続可能性に取り組む20の靴メーカーの製品を展示した。具体的には、既に一般的になりつつあるが、ペットボトルを再生した素材によるスニーカーなどだ。

サステナビリティは、日本の展示会でも注目ゾーン。多種のリサイクル素材を使用した製品などが展示されている。その中には再生する技術は納得できるものの、原料となる廃棄物をどのように回収するのかなど、製品としての流通に現実性を見出せないものもあつたりする。その一方で既に市場を獲得したブランドもある。

地球温暖化による気候変動は、現実には大きな災害を引き起こしており、カーボンニュートラル一つをとってもサステナビリティを実現しなければならない。話題性だけで終わらない取り組みが求められている。