

■ヨーロッパ靴産業の現在④ドイツ■

産地としては衰退するも、輸出は世界第4位。

この構造を支えるのは、文化として根付く合理性と機能主義

靴ジャーナリスト 大谷知子

ドイツと聞いて思い浮かぶのは、コンフォートシューズ。日本がその存在を知ったのは、革靴輸入制度がIQ（Import Quota = 輸入割当）からTQ（Tariff Quota = 関税割当）に変わった1986年以降のことだが、ドイツ・コンフォートがなかったら、日本のコンフォートシューズ事情は変わっていたことだろう。

日本にとっては、そんなドイツだが、ドイツ靴産業の全体像を明らかにしてみたい。

●靴産地ピルマーゼンスの悲しい歴史

ピルマーゼンスと聞いて、ピンと来る読者がいたとしたら、皮革・靴業界で40年近い、あるいはそれ以上のキャリアの方に違いない。1980年代半ばくらいまで、PLW、またIMSという皮革や製靴機械の見本市が存在し、その開催地が、ピルマーゼンスだったからだ。

場所は、ドイツ南西部。フランス国境に近く、ストラズブルから車でわずか1時間ほどの距離。人口4万人強の小さな町だが、そこで皮革や製靴機械の見本市が開催されていたのだから、靴産地だった。

最盛期は、1960年代。ドイツ靴生産の50%をカバーする産地だったと言う。

靴産地としての歴史をひもとくと、町としての発祥は、1763年。フランス人と結婚した領主が、フランス国境に近い同地に私設軍隊を置いたことに始まる。身長172



cm以上の屈強な男を2500人雇い入れて編成し、ピルマーゼンスに住ませた。

しかしこの軍隊、毎日、行進をするのが仕事。領主の趣味は、作曲。自分が作曲した行進曲に合わせて行進させるために軍隊を作ったのだ。作曲した行進曲は、9万曲にも及んだという。大した才能だ。

しかしこの領主が亡くなると、軍隊の仕事はなくなり、給与も支給されなくなった。

だが、これが靴製造に導く。

食べていかなければならない兵士たちは、軍服をほだき、その布で靴を作ると、妻に持たせ行商に出したのだ。妻たちは、近隣の町ばかりでなく、フランス、スイス、デンマークへと足を伸ばした。この靴が評判になり、ピルマーゼンスの特産品と



ピルマーゼンス靴博物館に展示の背カゴに靴を入れ行商した兵士の妻（「シューフィル」2001年春号より）

なり、産業の基盤が築かれたのだ。

そして近代産業への道を進むことになるが、ピルマーゼンスに製靴機械が初めて導入されたのは、1890年のこと。その後は、1960年代のピークに向かってひた走ったが、成長の後は、必ず衰退がやって来る。1970年代に入ると、労働コストの安い産地が台頭し、ピルマーゼンスは靴産地としての隆盛を失う。

筆者がピルマーゼンスを訪れたのは、20年ほど前のこと。靴博物館を取材するためだったが、女性館長は「価格競争に敗れ、注文がとれなくなると、次々と工場が閉鎖され、一家に失業者が2人という状況に陥

りました」と言った。

実は、ピルマーゼンス市は、靴産業に特化した産業育成策を採り、靴以外の産業の誘致などをしていなかった。そのため市の経済が根こそぎやられるという状態になってしまったのだ。

そのため市民の間には、靴産業について語るのは禁句といった雰囲気もあるのだそう。活気が感じられない町並みは、さもあらんと思わせるものだった。

●GDSの隆盛が表すドイツ靴市場の成長

だが、ドイツから靴産業が消えてしまった訳ではない。

ピルマーゼンスの靴製造の火は消えたが、同地で創業し、東ヨーロッパに工場を移転するなどして価格競争を勝ち抜いた靴メーカーが、今もヘッドクォーターを置き、ドイツの靴を代表する存在であり続けている。

また靴産地ピルマーゼンスは、周辺の町に靴産業を育てた。それが、隣町といった位置関係にあるハウエンシュタインだ。ここにも靴博物館があり、ピルマーゼンスの翌年に訪れたが、「Deutsches Schuhmuseum=ドイツ靴博物館」と称し、ピルマーゼンスよりずっと立派だった。

その他、フランクフルト近郊のオッフエ



ハウエンシュタインのドイツ靴博物館（「シューフィル」2002年初夏号より）

ンバッハは、今でこそ衰えているが、皮革産業で知られ、靴メーカー、及び皮革製品メーカーが存在し、その歴史と地域性を語るのには、またしても博物館だ。「Deutsche Ledermuseum Schuhmuseum = ドイツ皮革・靴博物館」は、ピルマーゼンス、ハウエンシュタインより規模が大きく、ヨーロッパの靴関連博物館を代表する存在の一つだ。

そして靴産地としての衰退は、マーケットとしての成長の裏返しであると言える。それを良く表すのが、国際靴見本市GDSの存在ではないだろうか。

GDSは、「Grosse Deutsche Schuh Musterschau」、直訳すると「大ドイツ靴モデルショー」という名称で、1957年にスタートした。前記した通り、ピルマーゼンスの産地としてのピークは、1960年代。これと照らし合わせると、1957年は、頂点に駆け上がろうと勢いづいている時期と言えよう。見本市のスタートは、それを後押しするものだった。

しかし産地として衰退しても、GDSは成長を続けた。GDSの最盛期は、1990年代後

半と思われるが、筆者の記憶では、出展者数1600社、来場者数6万人台。そして出展者は、ドイツが200社台なのに対して、トップは600社台のイタリアだった。

手許にあるイタリアの輸出データを当たってみると、記憶では1980年代の輸出国トップは米国だったが、1994年には、ドイツがトップになっている。そしてトップは、2006年まで続き、2008年は、フランスに抜かれ第2位になっている。

ドイツ靴小売市場が成長していたことの証しだ。そしてこの成長市場を狙って、イタリアを筆頭に靴メーカーが、GDSに大挙して出展。だからGDSは隆盛を極めたのだ。

●生産は3000万足台、輸出は2億5000万足超

さらには、【表1】を見て欲しい。GDS記者会見で入手した、ドイツ靴・皮革製品工業会がまとめた統計データを一覧表化したものだ。

まず、企業数。従業員数50人以上だが、年々減り続けており、2016年は、39社。統計には、但し書きが添えられており、「す

表1:ドイツの靴産業

	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
企業数(社)	46	41	39	39	39
従事者数(人)	11,793	11,611	11,632	12,876	13,843
売上高(100万€)	2,342	2,313	2,518	2,620	2,795
(国内)	1,728	1,696	1,915	2,021	2,188
(海外)	613	617	602	599	609
輸出 足数(1000足)	175,325	184,560	214,856	238,085	253,971
金額(100万€)	3,001	3,303	3,651	4,241	4,901
輸入 足数(1000足)	536,677	570,192	594,764	654,113	657,952
金額(100万€)	6,228	6,651	6,974	8,818	9,136

データ出所:ドイツ靴・皮革製品工業会

〈注〉企業数は、従業員数50人以上

2014年輸出及び輸入は1～11月

2016年は、すべて予測

すべての企業数（推定）80社」とある。日本の統計を見てみると、都立皮革技術センター台東支所による「皮革統計ハンドブック2016年版」には、従業者数4人以上の革製履物製造業の事業所数は全国で「356」（平成26年）とある。

売上高は、2016年で27億9500万ユーロだが、1社当たりの売上高を出してみると、約7200万ユーロとなる。2016年平均為替レート約120.3円（インターネットサイト「世界経済のネタ帳」）で円に換算すると、約87億円となる。日本で言うと、婦人靴のトップメーカークラスの売上げと言えよう。

ドイツ靴・皮革製品工業会のデータには、生産足数はない。ポルトガル靴・皮革製品工業会（APICCAPS）が発行する「World Footwear Yearbook」から拾い出してみると、【グラフ1】の推移となる。2012年は3000万足を割り込んだが、回復の後、さらに伸ばし、2016年は3700万足（「World Footwear Yearbook 2017」掲載）となっている。同書掲載の日本生産足数は5300万足だが、フランス2200万足、英国500万足であり、フランスと比べても、倍

近くを生産している。

さらに驚くのは、輸出だ。2012年の1億7500万足台から毎年伸ばし、2016年は2億5397万足（予測値）となっている。「World Footwear Yearbook 2017」の2016年輸出足数は、2億5300万足となっているが、輸出の世界ランキングは、中国、ベトナム、インドネシアに次ぐ4位だ。当然、再輸出が多いということであり、それだけグローバル化が進んでいると言える。

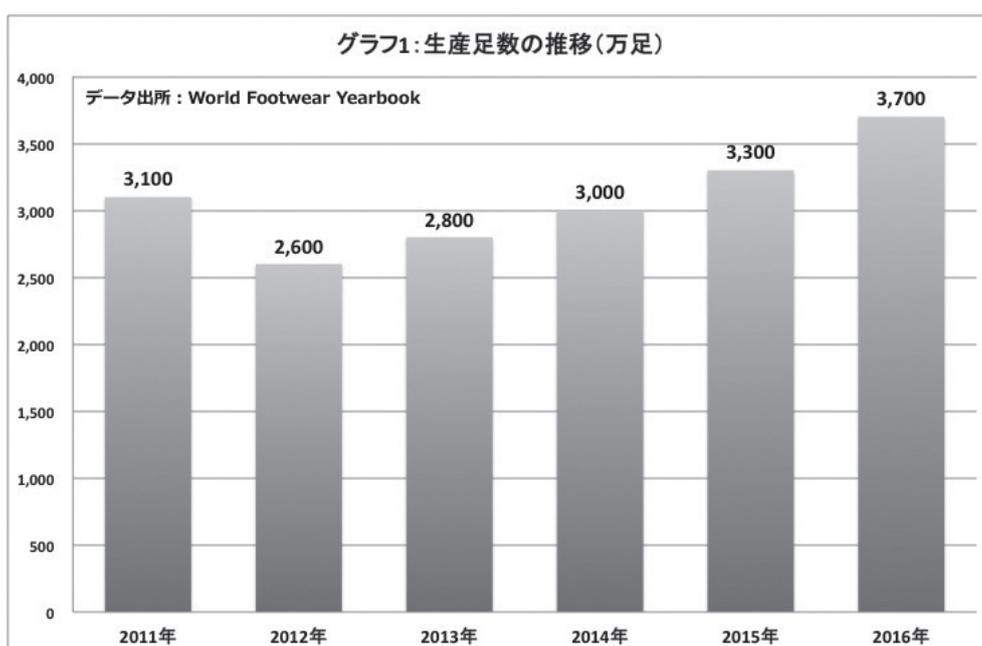
試みに、「World Footwear Yearbook 2017」から輸出平均価格を拾い出してみると、次の通りだった。

中国	4.82USドル
ベトナム	15.04USドル
インドネシア	17.49USドル
ドイツ	21.45USドル
イタリア	47.76USドル

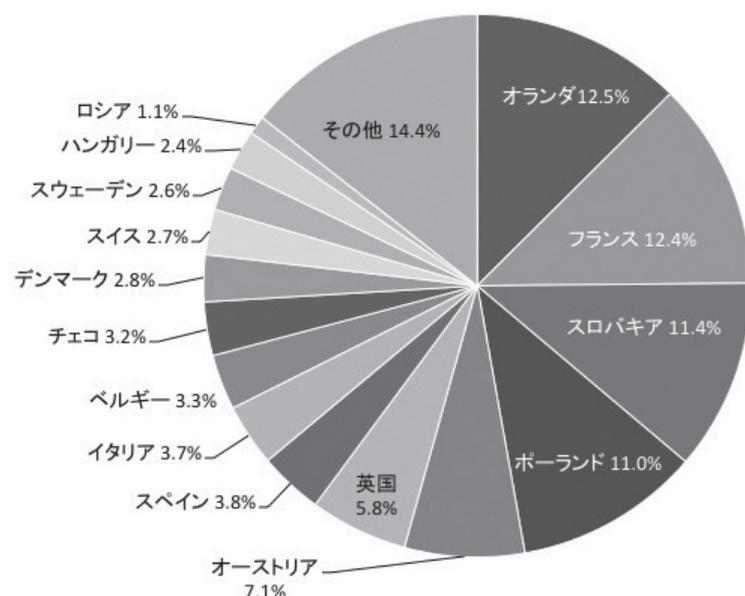
ドイツは、中価格製品の輸出国のようだ。

では、どんな国に輸出しているのか。【グラフ2】は、2015年の輸出足数で見た輸出国シェアだ。

トップ5は、オランダ、フランス、スロバキア、ポーランドそれにオーストリア。



グラフ2：2015年輸出国別シェア(足数)
データ出所：ドイツ靴・皮革製品工業会



順位は入れ替わるが、他の年も、この顔触れは変わらない。そこで詳細データが公表されている2015年と2013年のトップ5カ国の輸出足数を割り出してみた。

	2015年	2013年
オランダ	2969万足	1718万足
フランス	2946万足	2081万足
スロバキア	2708万足	2750万足
ポーランド	2614万足	2259万足
オーストリア	1687万足	1621万足

新市場とも言える旧社会主義圏のポーランド、スロバキアを伸ばしているのかと思いきや、2013年の時点で既に一定の市場を獲得したようで、それほどの変化は見せておらず、オランダ、フランス、オーストリアが伸びている。また、グラフに登場する国が、2013年は13カ国なのに対して、2015年は15カ国になっている。新たに登場したのは、ハンガリーとロシアだ。2016年全輸出の伸び率を、【表1】中最も古い2012年対比で出してみると、足数144.9%、金額163.3%となっており、着実に輸出市場を広げている。

●歴史に培われた「Fussbett」

靴産地は衰退したが、強い企業は勝ち残り、輸出市場を着実に伸ばしている。

ドイツ靴産業を一口に言えば、このようになるが、ドイツには、なぜ可能だったのだろうか。冒頭にコンフォートシューズのことを書いた。それが何にも勝る競争力を持っているかと言えば、そうとも言えないが、靴づくり哲学に影響を及ぼしている。

コンフォートシューズは、オブリークか、ラウンドトゥ。ファッションブルかと言えば、むしろカッコ悪いし、スタイリッシュでもない。しかし、合理的だ。

コンフォートシューズの特徴は、フットベッド型中敷が装着されていることにあるが、フットベッドは、足を足の裏から支えるシステムだ。フットベッド面の凹凸を変えると、アーチのバランスを調整し、歩行を正常に導くこともできる。なおかつ、靴を中敷が入れ替えられるように設計すれば、履く人の足に合わせて作ったフットベッド中敷に変えることができるのだ。

そしてフットベッドは、一朝一夕に出来上がったものではない。歴史であり、文化であるとも言える。

フットベッドは、ドイツ語では「Fussbett



「Fussbett」と入ったビルケンシュトックの古い広告（「シューフィル」1999年春号より）



ビルケンシュトック定番サンダル（「シューフィ
ル」1999年春号より）

（フスベット）」と言うが、実は、日本でも健康サンダル、いや今ではファッションブランドとさえ言えるビルケンシュトック社の登録商標だ。

ビルケンシュトック社のオリジンは、1774年に遡る。250年近い歴史を有することになるが、その社歴の中で、フスベット＝フットベッドに通じる立体的な中敷が登場するのは、19世紀末のこと。そして20世紀に入ると、それまでフットベッドは必要な人の足に合わせて作っていたが、既製品化・量産化に着手する。これが成功し、ドイツだけでなくオーストリア、またデンマークにも広まる。

そして1960年代に、あのビルケンシュトックのサンダルが生まれるが、考案者は、当時のビルケンシュトック社社長のカール・ビルケンシュトック氏。その源は、「良い靴に挿入してこそ、ビルケンシュトックのフットベッドは最大の効力を発揮する」という考えだ。それを簡単に実現できる良い靴の形として、サンダルに装着することを思い付いたのだと言う。

以上は、「シューフィロ」という雑誌のためにビルケンシュトック社取材した時に得たものだが、フットベッドが、これだけの歴史を有していることが、「フスベット」が一企業の商標ではなく、足の健康を改善、あるいは維持し、快適に歩くためのツールとして社会に根付いていることを表

していると言えよう。

●足の健康意識を支えるマイスター制度

そして、これをさらに強固なものにしているのが、整形靴マイスターという専門職だと言える。

整形靴マイスターは、マイスター制度で定められている専門職の一つだが、マイスター制度は、中世のギルドに遡ることができる徒弟制度による職業教育システムだ。

整形靴マイスターは、整形外科理論に基づく靴や中敷など、足に関わる治療具や矯正具を製作する親方職人だ。マイスターとしては新しく、第二次世界大戦後、戦場で足を負傷した人が多かったことから新たに設けられたと聞いた。

マイスターになるためには、まず親方＝マイスターに弟子入りし、職業訓練校に通いながら見習いとして3年半の間、修業を積む。この期間が修了すると、試験があり、これに合格すると「ゲゼレ」という資格が与えられる。そしてゲゼレとして、各地の工房を渡り歩くなどして、さらに3年間修業を積む。その後、マイスター学校に入学し、解剖学、生理学など医学的な専門知識も身に付け、マイスター試験に合格す



フロイデンスシュタットの整形靴マイスターの店
ウインドーに貼られているのがマイスターの
マーク



整形靴マイスターの工房

ると、初めてマイスター資格が得られる。

この間、約7年半。最近では、見習いを
経ず、試験に合格すると、ゲゼレになれる
ようだが、修業を第一義とするのが、マイ
スター制度だ。

そしてマイスターになると、マイスター
として会社に勤務することも可能だが、
独立立ちの整形靴マイスターとして独立開
業できる。日本では、整形靴マイスターが
カバーする専門的な仕事は、義肢装具士が
行っているが、義肢装具士は基本的に医師
の指示で仕事をしている。従って患者＝消
費者が直接、義肢装具士に中敷などの製作
を依頼することはできない。

シュトゥットガルトから車で1時間ほど
のフロイデンシュタットという町にある、
整形靴マイスターの工房を訪ねたことがあ
る。1階は靴店、2階が工房。靴店は、コン
フォートシューズだけを扱っている訳では
なく、整形靴マイスターの店であること
は、店頭に掲げられている、足と緑十字を
組み合わせた看板で分かる。靴を購入する
目的で来店する客もいれば、自己判断で中
敷や靴の調整に来る人もいるし、整形外科
医の処方箋を携えてやって来る人もいる。
つまりは、誰でもアクセスできる。

こうした環境が存在することが、足の健
康や靴に対する意識のあり方を醸成してい

るのではないだろうか。

●子どもの足を守る独自規格「WMS」

もう一つ、紹介したいものがある。子ど
も靴独自のサイズ規格「WMS」だ。

発端は、1950年代に遡る。ある医師が子
どもの足を調査し、足を傷めている子ども
が多いことを報告した。

これに着目したのが、ドイツ靴研究所。
子ども靴メーカーに協力を呼び掛け、7万
4000人もの子どもの足を調査した。その結
果、医師の報告が事実であることが判明
し、子どもたちの足の健康を守るための規
格「WMS」を作ることを決めたのだ。

特徴は「W=広い」「M=中間」「S=狭い」
と、三つの足幅を規定していることだ。

しかし、これは分かり易い特徴に過ぎな
い。根幹は、靴型の設計について、細かく
規定していることにある。例えば、ボー
ルジョイントの位置。サイズ35（足の長さ
218.3mm）までは爪先から36.5%、サイズ36
（同225mm）以降は35.5%の位置と決めて
いる。また、爪先の高さは、靴型長によっ
て最小で13mm、最大で21mmまで9ランクに
分けて規定している。例えば、サイズ33（足
の長さ205mm）は、17mmだ。



Passt natürlich.

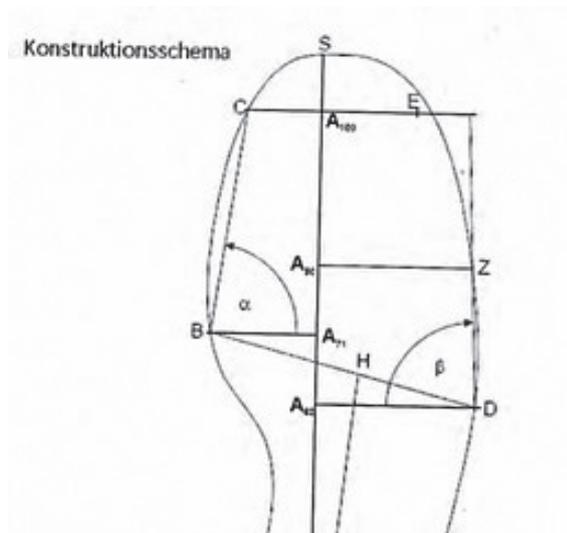
WMSのロゴ

そして規定するだけでなく、規定通りに設計されているかどうかをチェック。それを通らないと、WMS準拠とすることを許していない。さらに以前は、チェックだけでなく、靴型を製造するメーカーも指定していた。現在では、モデルがチェックを通れば、指定以外の海外の靴型メーカーでも生産用靴型を製造することを認めている。

現在、WMSによる子ども靴は、9ブランドある。そしてドイツ靴・皮革製品工業会が、WMSをサポートしている。

蛇足ながら付け加えると、WMSは、靴型メーカーとしてファーガスを指定していたが、同社の社屋は、バウハウスの創立者、グロピウスの設計であり、2011年にユネスコの世界遺産に登録された。

バウハウスは、工業とデザインを結び付ける芸術運動であり、機能的、合理的で美しい建築や日用品を生み出した。ファーガスの社屋も、その通りであり、靴型モデルを削る工房は、全面継ぎ目のないガラス張り。明るい陽射しが、いつも工房全体に注ぐように設計されている。そしてファーガス自体が、機能的な靴型を設計することで、世界に知られている。



WMS靴型設計規定の一部



世界遺産に登録のグロピウスが設計した靴型メーカー、ファーガスの社屋

ドイツ靴の顔と言えるのは、コンフォートシューズであることは間違いなが、それは単なるスタイルではなく、足の健康への意識が社会システムとして存在し、また機能性、合理性が歴史の中で培われ、それが文化として根付き、物づくり、企業経営にも、影響を及ぼしている。それが、産地としては衰退し、輸入品が増えても、年間3000万足レベルの生産を維持し、かつ世界第4位の輸出国という産業構造をつくり出しているのではないだろうか。

しかし昨年2月の開催を最後に、GDSが幕を下ろしたのは、周知の通りだ。あれほどの見本市が終焉を余儀なくされるほど、市場環境は変化している。

また製造面で言えば、スポーツ業界の企業ではあるが、アディダスがドイツ本社近くに新工場を設立。20年振りに国内での製造を再開した。この新工場は「スピードファクトリー」とネーミングされているようだが、なぜ「スピード」かと言うと、ロボットによる全自動工場だからであり、3Dプリンターによる製造も行われているようだ。

こうした環境変化と新技術が、ドイツを、そして世界の靴産業をどのように変革していくのか、見詰め続けなければならない。