

世界の靴産業とわが国靴産業の将来

靴ジャーナリスト 大谷知子

●MICAM注目の裏で苦況に喘ぐイタリア靴産業

ヨーロッパの見本市を毎回取材しているが、見本市の力関係が変化している。これまでは世界一の靴見本市を標榜する独・デュッセルドルフのGDSが優位にあったが、ミラノのMICAMが巻き返してきているのだ。そして、この9月の開催で、MICAM優位の流れが決定的になったようだ。

MICAMは、この開催から会場をミラノ郊外の新見本市会場に移した。これによっ



新見本市会場で開催されたMICAM
(05年9月)

て展示面積が増加し、出展者は前年同期より11.6%増加し1,559社に、また来場者は、16.27%増で4万1,799人を数えた。これに対してGDSは、出展者1,500社、来場者3万8,381人。最盛期には出展者1,800社、来場者6万人を誇り、今回は100回記念で数々のイベントが打たれたにもかかわらずだ。来場した日本人バイヤーからは「GDSはもう終わった」という辛辣な評価も聞かれたのだ。

しかしMICAMへの注目が、すなわちイタリア靴産業の好調に繋がるかと言うと、そうではない。

イタリア靴産業は、好調どころか、かつてない苦境に立たされている。

筆者は靴王国イタリアの生産量を5億足と頭に入れていた。ところが、これはもう20年も前の話になってしまった。85年は5億足台（表1参照）だったが、86年に4億足台となり、90年代末に3億足台に。10年で1億足ずつ落としてきた勘定になるが、2000年代に入ってから落ち込みカーブはきつくなり、2000年＝3億8,900万足、01年＝3億7,500万足、02年＝3億3,500万足、03年＝3億0,300万足、そして04年にはついに3億足を割り込み2億8,100万足に。さらに9月のMICAMで公表されたところによれば、今年上半期の生産量は、前年同期比9.7%減となっており、下半期もこの状況が続けば、05年の生産量は、2億

〈表1〉EU主要国の靴生産量（単位：千足）

	1985年	1990年	1995年	2000年	2003年
ドイツ	86,679	64,519	46,500	35,856	26,300
フランス	199,335	177,491	151,704	99,691	60,859
イタリア	524,059	424,917	476,230	389,854	303,353
イギリス	144,200	129,700	103,100	34,263	20,000
スペイン	225,590	232,050	186,968	202,683	171,018
ポルトガル	56,000	102,380	96,534	108,042	91,828
EU計	1,282,936	1,163,404	1,100,513	906,212	694,540

データ出所:ヨーロッパ靴工業会（CEC）

〔注〕「EU計」は、1985年、1990年は12カ国計、1995年以降は15カ国計

5,000万足強と予測されるのだ。

イタリアは言うまでもなく、靴輸出国だ。生産のほぼ9割を輸出している。生産の落ち込みは、すなわち輸出の不振だ。そして、輸出の落ち込みは、生産より深刻。05年上半期の靴輸出の伸び率は、前年同期比14.37%減（足数）を示しているのだ。下半期も同じような状況が続くと、05年年間輸出量は、2億3,000万足台になるだろう。

要因は二つあると思われる。第一はユーロ高だ。ユーロは、1999年に導入され、02年1月から一般市場での流通が開始されたが、02年当時、1万円を両替すると90ユーロ強と記憶しているのだ。1ユーロ=110円弱のレートだった。ところが、現在は140円前後で推移している。つまり、日本人にとっては、1万円の価値が、70ユーロにまで落ちた。02年に90ユーロ（1万円弱）で買い付けられた靴を今買い付けるには、メーカーが値上げしていなくても、1万3,000円近く出さなければならない。ユーロ高によって、イタリア靴は約27%も値上がりしてしまったのだ。これは、輸出にとっては非常な痛手だ。

●靴王国イタリアを脅かす中国靴産業

そして第二は、強力なコンペティターの出現だ。その名は、中国。

EUは、中国製靴に対してTQ制を敷いて

いたが、昨年末で、それが切れた。それと同時に中国からの輸入が急増している。

EUによれば、05年1月の増加率は平均で513%、革靴で見ると、713%に達した。これに対して、ヨーロッパ靴工業会はアンチダンピング調査を申請し、EUはこれを受けて、7月に9カ月間の予定で調査を決定・開始。対象は当初は作業靴だったが、革靴にも拡大されている。調査の結果、ダンピングが認められれば、中国製靴には高関税が課せられることになる。

ただし、9月のMICAMでANCI（イタリア製靴工業会）が公表した数字では、イタリアへの中国からの靴輸入は、年初のような異常な増加は認められない。05年1～5月の中国からの靴輸入は、7,389万2,000足・2億1,400万ユーロで、前年同期比はそれぞれ6.29%増・53.94%増となっている。

しかし、脅威であることに変わりない。靴業界紙「ジャパン・レザー・ジャーナル」によれば、中国の革靴輸出は、03年1～11月の数字で9億3,791万足、EUのTQが撤廃になった05年は、1～5月で4億0,346万足となっている。EU15カ国の03年の靴生産量は6億9,454万足だが、これを優に上回る足数を、中国は世界に輸出しているのだ。

しかも、中国靴は近年、廉価品だけではなくて来ている。事情通によれば、ヨーロッパの著名ブランドの靴を製造するメーカーも出て来ており、中国製婦人革パンプスの平均的な価格が20USドル台の中で、その価格は40USドル。この品質のものをイタリアで製造したら1.5倍くらいの価格になるだろう。実際、この9月にミラノで取材した合同展示会で見た靴は、うまくトレンドを表現しているが高そうではないので、価格を聞いてみると、答えは35ユーロ。安さに驚き、「50ユーロくらいかと思った…」と言うと、「メード・イン・チャイナだから」

と。技術力が高くなって来ているとは言え、味や作りの雰囲気はイタリア・メーカーに劣るといふ見方は強いが、中国メーカーは、イタリアが得意とする中価格以上やファッション・ゾーンにも攻め込んで来ているのだ。

今、イタリアの靴産地では工場の閉鎖が相次ぎ、失業率も高まっている。ANCI発行のプレス・リリースは、05年上半期で600の靴・靴部品製造業者、タンナー、及び革製造業者が閉鎖し、靴製造業においては、04年1年間で2,300人以上、05年上半期ではさらに2,784人が職を失ったと伝えている。

そして、こうした状況を打開するために、高い技術力を持つメーカーは、ファッション・グローバル企業の傘下に入り、片や規模を追求して来たメーカーは、産地移転を進めている。移転先はハンガリーやルーマニアなどの旧社会主義圏の東欧諸国に始まり、モロッコなどの中東、さらにはコンペティターである当の中国への移転を図るところも出て来ている。メード・イン・チャイナのイタリアン・シューズが流通し始めているのだ。

しかし、これまでイタリア靴メーカーは“メード・イン・イタリー”を差別化の最大ポイントとして来た訳で、一方にはその最大の差別性を守ろうとする動きもある。何を以て“メード・イン・イタリー”とするか、その基準を具体的に定め、その基準を満たす製品にしか“Made in Italy”と刻印することを許さないというものだが、この9月のMICAMでは、純粹にイタリア製であることを示すサインを掲げ、“メード・イン・イタリー”をアピールするグループが見られた。

靴王国イタリアも、グローバル化するマーケットの中で生き残るためにグローバル化することを余儀なくされているのだ。

●生産縮小・輸入拡大。輸入品シェアは80%を超える

では、わが国靴産業は、どんな状況にあるのだろうか。靴に関わる者なら、肌で感じていると思うが、現状を数字で明らかにしてみたい。

まず生産量だが、全日本履物団体協議会（全履協）がまとめたデータ（表2参照）によると、04年の革靴年間生産量は、3,715万7,000足だ。推移を見ると、02年対比で14.6%減となっている。

また「雑貨統計年報」（経済産業省）による数字も掲げたが、もっと長いスパンで推移が見られる。「常用従業者10人以上の事業所」（全履協データは10人未満の事業所も含む）を対象とした数字になるが、グラフ1の通り。85年の5,338万7,000足から88年には盛り返し5,602万3,000足となるものの、これをピークに年々減少の一途を辿り、04年は2,623万7,000足となっている。85年対比で見ると半減しているのである。

一方、増加の一途を辿っているのは輸入だ。言うまでもなく革靴輸入は86年4月、それまでのIQ（輸入割当）からTQ（関税割当）に変更され、基本的に自由化された。

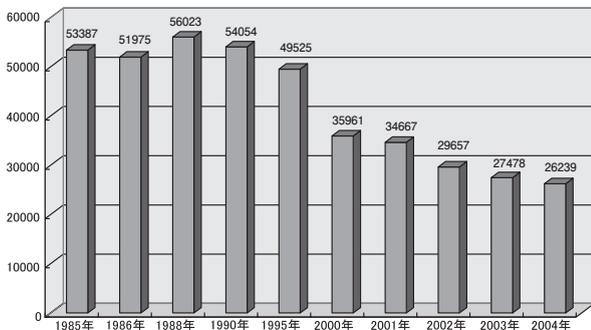
グラフ2は、「貿易統計」のTQ対象品目（一次関税輸入は「共通の限度数量以内のもの」、二次関税輸入は「共通の限度数量以外のも」と明記されたもの）を集計したものだが、TQ初年度の86年（ただしTQは4月～翌3月を1年として運用されているが、集計は1～12月）は約140万足だったものが、04年には一次、二次を合わせると約1,900万足と、この約20年間で14倍近くにまで膨らんでいる。特に一次関税による輸入は、90年から95年の伸びが高いが、これは一次関税割当枠の数量が増え、95年度（95年4月～96年3月）に1,000万足を超えた影響だ（表3参照）。それ以降はそれほ

〈表2〉日本の履物統計（全履協、単位千足）

年次 品種	平成14年（1～12月）2002年				平成15年（1～12月）2003年				平成16年（1～12月）2004年			
	生産 (含輸出)	輸入	合計	輸出	生産 (含輸出)	輸入	合計	輸出	生産 (含輸出)	輸入	合計	輸出
革靴	43,499	34,429	77,928	357	39,072	35,288	74,360	279	37,157	35,092	72,249	300
布靴類	4,029	30,780	34,809	532	2,861	30,261	33,122	474	2,661	27,130	29,791	352
総ゴム靴類	1,580	20,701	22,281	1,129	1,296	22,794	24,090	1,004	1,026	22,762	23,788	871
INJ製布靴タイプ	22,424	-	22,424	-	21,850	-	21,850	-	20,989	-	20,989	-
INJ製総ゴム靴タイプ		-		-		-		-		-		-
ケミカルシューズ	20,200	94,369	114,569	64	19,808	102,720	122,528	38	19,325	110,551	129,876	56
ケミカルサンダル	26,192	63,274	89,466		24,152	65,761	89,913		21,021	81,445	102,466	
地下足袋	-	4,969	4,969		-	4,457	4,457		-	4,687	4,687	
その他	-	222,697	222,697	-	-	232,695	232,695	-	-	237,702	237,702	-
合計	117,924	471,219	589,143	2,082	109,039	493,976	603,015	1,795	102,179	519,370	621,548	1,579

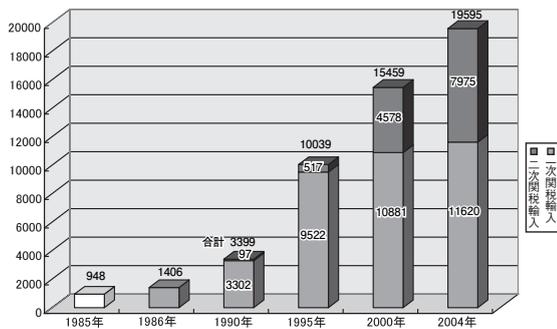
データ出所：日本靴工業会、全日本靴工業協同組合連合会、日本ゴム履物協会、日本ケミカルシューズ工業組合、全日本ケミカルサンダル工業協同組合連合会
輸出入数量は財務省通関統計

〈グラフ1〉わが国の靴生産量（単位：千足）



データ出所：「雑貨統計年報」（経済産業省）

〈グラフ2〉革靴輸入量の推移（単位：千足）



データ出所：「貿易統計」

どの伸びを見せていないが、これは割当枠が96年度の約1,200万足以降据え置かれているから。一次関税輸入の伸びは、割当枠数量に依存している。また関税率は、一次、二次共に95年以降年々引き下げられており（表3参照）、二次関税輸入の伸びはその影響もあろうが、特に拡大している2000年、04年の輸入国上位は、カンボジア、バング

〈表3〉TQ革靴一次関税割当枠と関税率の推移

	割当枠 (単位：千足)	一次関税率	二次関税率
1986年度	2,453		
1987年度	2,700		
1988年度	3,110		
1989年度	3,580		
1990年度	4,120		
1991年度	4,830		
1992年度	5,796		
1993年度	6,955		
1994年度	8,346	30%、27%、21.6%	60%、もしくは4,800円
1995年度	10,015	29.3%、26.3%、21.1%	56.3%、もしくは4,737.5円／56.3%、もしくは4,500円
1996年度	12,019	28.5%、25.7%、20.5%	52.5%、もしくは4,675円／52.5%、もしくは4,200円
1997年度	12,019	27.8%、25%、20%	48.8%、もしくは4,612.5円／48.8%、もしくは3,900円
1998年度	12,019	27%、24.3%、19.5%	45%、もしくは4,550円／45%、もしくは3,900円
1999年度	12,019	26.3%、23.6%、18.9%	41.3%、もしくは4,487.5円／41.3%、もしくは3,300円
2000年度	12,019	25.5%、23%、18.4%	37.5%、もしくは4,425円／37.5%、もしくは3,000円
2001年度	12,019	24.8%、22.3%、17.8%	33.8%、もしくは4,362.5円／33.8%、もしくは2,700円
2002年度	12,019	24%、21.6%、17.3%	30%、もしくは4,300円／30%、もしくは2,400円
2003年度	12,019		
2004年度	12,019		
2005年度	12,019		

データ：経済産業省ホームページ

ラデシュ、ミャンマー（表4参照）。三国ともLDC（後発開発途上国）で、特別特惠受益国となっており、統計上は二次関税輸入となっているが、実質は無税と思われる。

〈表4〉わが国革靴の上位輸入国

〈一次関税輸入〉

順位	1986年	1990年	1995年	2000年	2004年
1	イタリア (369)	イタリア (1,061)	イタリア (2,868)	中国 (4,125)	中国 (6,162)
2	韓国 (188)	韓国 (364)	中国 (1,445)	イタリア (2,566)	イタリア (2,562)
3	インド (133)	アメリカ (310)	韓国 (1,046)	韓国 (818)	ベトナム (428)
4	イギリス (129)	台湾 (287)	スペイン (932)	スペイン (695)	スペイン (377)
5	中国 (89)	イギリス (161)	イギリス (687)	アメリカ (388)	ドイツ (295)
6	アメリカ (89)	スペイン (124)	ポルトガル (540)	イギリス (380)	ブラジル (270)
7	台湾 (77)	中国 (122)	アメリカ (400)	ドイツ (347)	台湾 (234)
8	シンガポール (54)	ポルトガル (113)	ブラジル (244)	ブラジル (230)	フランス (183)
9	タイ (51)	インド (101)	インド (217)	フランス (228)	タイ (137)
10	フランス (50)	スイス (91)	台湾 (202)	ポルトガル (168)	アメリカ (131)

〈二次関税輸入〉

順位	1990年	1995年	2000年	2004年
1	イタリア (59)	バングラデシュ (451)	カンボジア (2,409)	カンボジア (4,803)
2	イギリス (26)	イタリア (21)	バングラデシュ (785)	バングラデシュ (1,338)
3	ポルトガル (21)	中国 (7)	ミャンマー (712)	ミャンマー (1,313)
4	アメリカ (15)	フランス (6)	イタリア (215)	イタリア (164)
5	スペイン (9)	アメリカ (6)	中国 (215)	中国 (154)

※ () 内は足数。単位：千足

全履協のデータは、TQ対象品目以外の革靴を含み、革靴以外の生産量、輸入・輸出量も明らかにされている。これを基に輸入品のシェアを算出すると、革靴は48.8%、履物全体では83.4%にも達する。

しかし、国内生産の縮小や輸入品シェアの高さが、わが国固有のものかと言うと、そうではない。労働集約型産業である靴は、経済発展と共に労働コストが上がると、その調達先を労働コストの低いところに求めるのがセオリー。EU主要国の靴生産量の推移を表1に掲げたが、03年の生産量は、フランスが6,000万足と高いものの、ドイツ、イギリスは、いずれも2,000万足台。また各国の輸入品シェアのデータは入手できなかったが、EU25カ国の04年靴産業データ(出所：ヨーロッパ靴工業会＝CEC)は次の通り。

生産 725,000 (単位：千足)
 輸入 1,628,139
 輸出 166,702
 消費 2,186,437

これから輸入品シェアを算出すると、

74.5%となる。わが国の現状は、先進国に共通する状況なのだ。

●海外マーケットにおけるジャパン・シューズの可能性…。

だが、共通しないこともある。まず、EUは自由貿易なのに対して、わが国はTQ制を採っていることだ。だからこそ、履物全体の輸入品シェアが80%台なのに対して、革靴は40%台で止まっているとも言える。

そしてもう一つの違いは、輸出の少なさだ。EUは、輸出が生産の23.0%を占めているのに対して、わが国は履物全体で1.5%、革靴だけだとわずか0.8%しかない。また足数で見ると、革靴は30万足だが、これに対して欧米先進国各国は、わが国に対してだけで、ドイツは29万5,000足(以下いずれも04年一次関税輸入実績、表4参照)、フランス18万3,000足、アメリカ13万1,000足、イギリス10万4,000足も輸出しているのである。

では、日本の靴の海外での活躍はあるのか。数年前から日本人靴デザイナーが、ヨー

ロッパの見本市・展示会に出展する例が見られるようになってきている。また、神戸メーカーが行政の支援を受けて、MICAMに出展している。その中には、ある程度の成果を上げ、インターナショナル市場におけるジャパニーズ・シューズ・ファッションの可能性を思わせてくれる例も出て来ている。

また、中国を含むアジア市場に挑む例も出ている。紳士靴のトップ・メーカーが、上海に第一号店を出店したのは、まだ耳新しいニュースだ。大手商社と合弁会社を設立しての本格的な進出で、06年までに上海地区へ3店舗出店することが計画されている。

だが、こうした海外進出が、即国内生産増に結び付くかと言うと、そうとばかりは言えない。ヨーロッパへの進出を試みるデザイナーの場合、日本製だと価格が高くなり過ぎ、ある程度の量的拡大を実現するには、ヨーロッパでの製造を検討せざるを得ないという現状がある。またアジアでの小売展開にしても、効率的な店舗運営を図るには、現地生産・調達が選択肢として上がってくるだろう。

イギリスはグッドイヤーの靴、ドイツはコンフォート・シューズ、といったように、靴は、それぞれの国の文化を反映した顔を持っている。日本の靴も、そうした日本らしい顔を持つようになり、海外マーケットで欧米にはない日本らしい靴として認められる製品が出て来ていることは事実だ。

しかし、だからと言って、展示会に出せば、即ビジネスになるほど、海外マーケットは単純ではない。一時的に好反応は得られても、継続させるのは難しい。靴王国イタリアですら、製造を外に求めなければならないほど、国際マーケットの競争は激化しているのだ。海外進出は、その国際マー

ケットに参加するということであり、参加する者自らもグローバル化することが求められる。

●靴を目指す若者が増えている。この現象が意味するもの…。

翻って国内を見ると、ここにも複雑な状況がある。それは、市場は低迷を続け、製造も縮小しているのに、靴に興味を持つ人だけが増え続けているということだ。

10年前、靴を学ぶ場は五指に満たなかった。それが、現在は靴づくり教室といったものを含めると30カ所近くはあり、専門学校が新たに靴コースを設ける例も多くなっている。また、どれくらいの若者が靴を学んでいるかと言うと、靴専門誌「シューフィル」30号で紹介した26校・教室の05年度の募集概要から募集人員を単純に合計してみると、600人を超える。

こうした状況を受けて、業界の見本市では、学生たちの作品を展示するイベントが恒例化しつつあるし、またこうした学生を主対象にしたデザイン・コンテストも行われている。

こうした事象から判断すると、業界は彼らの登用に積極的と映る。だが、実際はそうでもない。なぜなら就職という面で見ると



東京シューフェアでの学生たちの作品展示
(05年5月)

と、靴企業の新卒募集は少なく、専門学校だけで見ても卒業生の就職は簡単ではないからだ。

一方、学生の側を見ると、靴企業への就職を望んでいるかと言うと、これもそうでもない。そもそもの興味は「靴をつくる」ということ一点にあり、自分の手で靴をつくることで生計を立てていきたいと、漠然と望む例も多く、靴を学ぶ場が増えれば増えるほど、技術と知識を身に付けてもそれを生かす場を持たない、いわば靴遊民のような若者が増えているとも言える。

では、手でつくることへの興味が広がっているということは、手づくり靴に商品としてのニーズ、言い換えればマーケット化する可能性があるのか。このことは、高級紳士靴ブームの一現象としてある高級オーダー靴のビジネス的可能性ともからんでいられると思われる。実際に直営ショップ内でフル・オーダーを手掛け始めた企業もある。

答えは、ノー。手づくりへの興味は、マーケットを云々するのとは全く違う枠組みから発していると思うからだ。では、どんな枠組みかと言うと、スローライフ、あるいは新しくは、ロハスと言われるようになってきているものだ。「ロハス (LOHAS)」は「Lifestyle Of Health And Sustainability」の略で、「健康で持続可能な暮らし方」を意味する。そもそもいずれもが、工業化の行き過ぎが壊した地球環境を再生させ、守ろうという考え方から出て来たものだ。工業化と対のようにある、マーケットを云々する市場主義とは、対極にあると言えるのだ。

では、だからと言って、産業界は、ロハスの動きを無視していいのか。それも、ノーだ。なぜならスローライフやロハスを実践するキーワードには「スモール」があるが、市場の成長は止まり、スモールになってい

るからだ。バブルの崩壊以前は、マイナーな芽を市場原理に乗せることによってメジャーにすることが出来た。しかし昨今では、有望視される芽を大きくしようとしても市場原理が働かず、売上げ数字はスモールのまま。例えばかつてならちょっと火がつくと、1ブランド10億円くらいの売上げになったものが、昨今では3億円、頑張りきって5億円といったことになっているのではないだろうか。

『スモール・イズ・ビューティフル』という書物で知られるE・F・シューマッハーという経済学者がいるが、より速く、より多くを追求する巨大技術ではなく、民主的な技術を提唱している。その技術を創出するために、手でつくること (=スモール) への興味から発している若い人たちとのコミュニケーションが必要であり、そのコミュニケーションが若い人たちを仕事人へと育てていく。そうした積み重ねによって、これまでの産業という概念とは違う、新しい靴世界が形づくられていく。またそうした営みの中では、スモールであるためのグローバルといった発想も必要なのではなかろうかと思うのである。