

令和4年度 サーキュラーエコノミーの実現に向けたモデル事業

ヴィーガンレザーバッグ等のプロモーション実施

## 実施報告書

ヘリテッジ株式会社

## 目次

1. 背景	2
2. 目的	3
3. 実施体制	3
4. 事業内容	4
(1)事業の全体像	4
(2)展示製品	5
①アップルレザー製品	5
②サボテンレザー製品	5
③マッシュルームレザー製品	6
④コーンレザー製品	6
⑤展示の事例	7
(3)マーケティング	8
①インフルエンサーの投稿事例	8
②リーフレットの事例	8
5. 今後の展開	9

## 1. 背景

令和3年7月6日付の自由民主党政務調査会・消費者問題調査会の提言「～ポストコロナ社会の新しい消費者政策を拓く～」によれば、食品ロスは、国内で年間600万トン（2018年度推計）発生しており、2030年度までに2000年度比で国内の食品ロス量を半減することが目標とされている。

また同提言では「人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動、いわゆるエシカル消費がより一層定着するための取組も必要」、「食品やファッション、エネルギー分野をはじめエシカル消費を実践しようとする消費者の選択に資するよう、事業者における取組の発信や情報開示を促していくことも重要」との記載もある。

当社が属するファッション業界でも、海外での大量の売れ残り製品の焼却処分が批判を受けたこと等から、SDGsの取り組みの中でも問題意識が高まっている。そのためファッション事業者にも、自社製品にリサイクル設計をビルトインする努力が求められつつある。

当社もエシカル消費を志向する消費者に向けて、ヴィーガンレザー（非動物性の皮）で製造された自社ブランド「CRAFSTO」のバッグやファッション小物を販売している。既存製品の中では、廃棄予定のりんごを主原料としているアップルレザーで作られた製品が好評を博している。

加えて今般、廃棄予定のマッシュルーム/コーンから作られたレザーで製造された製品を新たに販売する。



アップルレザー&オーガニックコットン  
ボディバッグ



アップルレザー&オーガニックコットン  
トートバッグ

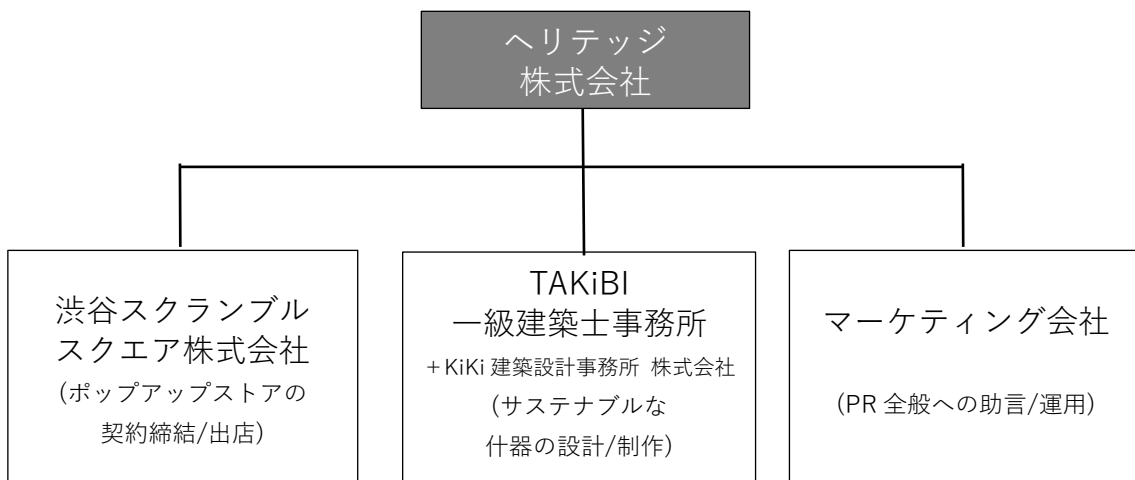
廃棄される食品に対する需要を創造して食品ロスの発生を抑制しつつ、エシカル消費を  
実践したいと考える感度の高い消費者にご愛用頂ける多くの製品を世に出すことは、ファ  
ッション業界でも先端的な取り組みであると自負している。

## 2. 目的

当社は創業当初から自社 EC サイトでの販売の割合が大きい。台東区浅草橋に工房兼店舗  
を有するが、路面店は 1 店舗のみのためエシカル消費を実践したい消費者への PR 面で課  
題を有していた。

そこで今回、当社として初めての試みとして、大型商業施設内にポップアップストアを出  
店。感度の高い消費者への知名度向上/今後の販売増加を目指すこととした。

## 3. 実施体制



#### 4. 事業内容

##### (1)事業の全体像

ポップアップストアを出店して、ヴィーガンレザーバッグ等のプロモーションを実施。

実施場所：渋谷スクランブルスクエア 7階イベントスペース L×7

東京都渋谷区渋谷 2-24-12

面積 約 51 m<sup>2</sup>

渋谷駅直結のビルであり、エシカル消費に対する意識の高い方が多く来店。

当社製品の理念に賛同を頂き、イベントスペースの貸与を快諾して頂いた。

実施期間：令和5年3月8日～令和5年3月28日

空間設計：TAKiBI 一級建築士事務所/ KiKi 建築設計事務所との連携で、来場者がまるでバ

ッグの中に入ったかのように感じられる仕器と共に製品をご覧頂ける。

オリジナルの仕器は建築設計事務所の設計による可変性の高いもので、今後

様々な用途で長期間利用できるもの。また当社製品に使用しているアップルレ

ザーやリサイクルナイロン等の環境に配慮した素材を使用している。



ストアのイメージ図



ストアのイメージ図  
(上から見た所)

商品のお渡し：バガス（砂糖を生産する際に生じるサトウキビの絞りカス）を原料として製造された「バガス紙」で包んで、商品をお渡し。

加えて、エコバッグ/巾着袋として繰り返し利用できるパッケージに商品を

入れてお渡し。

マーケティング：当社ブランドの認知拡大を目的として、出店前に外部インフルエンサーによるインスタグラム投稿を実施。ブランドイメージの毀損を避けるため特に KPI は設けず、自然な形の浸透を目指した。

また外国人が多い立地を考慮して、外国人向けのリーフレットを製作した。

## (2) 展示製品

### ① アップルレザー製品

原材料の 66% がりんご（南アメリカや中国を主とした世界各国産）由来のアップルレザーを使用。

食用には使われない芯や種からアップルレザーを生産。

アメリカ農務省（USDA）のオーガニック認証と、エコテックス認証（世界標準のトレーサビリティ認証）を取得しているレザーでもある。

※ヴィーガンレザー全般に言えることだが、アップルレザーは畜産の革ではないため、牛のゲップによるメタンガスの発生も抑制できる（温室効果ガスの排出低減に貢献）。さらには製造工程で化学薬品を使わないため、水質保護にも貢献。



アップルレザー & オーガニックコットン  
ナップサック

### ② サボテンレザー製品

メキシコで開発された、サボテンを主原料としたヴィーガンレザーを使用。

サボテンは砂漠等の過酷な環境下でも水をほとんど必要とせず成長も早いいため、環境負荷が低い。原材料の 65% 以上がサボテン由来。



サボテンレザー  
バックパック

### ③マッシュルームレザー製品

ベルギーで、食品廃棄物から糖蜜を生産/菌糸を育成して成長させたキノコから製造されたレザー。

キノコは成長スピードが早いため、ヴィーガンレザーの製造に適している。欧州の化学物質に関する環境基準の REACH 規則をクリアしている。



マッシュルームレザー  
ボディバッグ

### ④コーンレザー製品

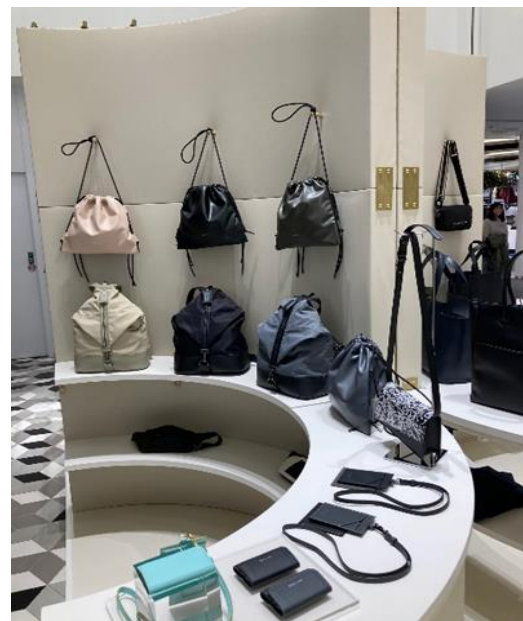
廃棄予定のトウモロコシから作られたヴィーガンレザーで、原材料の 60%近くが植物由来。

アメリカ農務省 (USDA) のオーガニック認証と、エコテックス認証 (世界標準のトレーサビリティ認証) を取得している。



コーンレザー  
グラフィックカメラバッグ

⑤展示の事例





### (3)マーケティング

#### ①インフルエンサーの投稿事例



#### ②リーフレットの事例

外国人が多い立地とインバウンド観光客の回復を見越して、下記のようなリーフレットを制作した。その効果もあり、購入者の34%が外国人という結果となった。

- ・英語版リーフレット



・英語版のヴィーガンレザー紹介用リーフレット



## 5. 今後の展開

来店された多数の方にヴィーガンレザー製品を実際に手に取って頂いて、その良さを理解して頂くことができたのは大きな収穫となった。

また、外国人の方も数多く来店されて強い関心をお持ち頂いた。当社は自社の越境 EC サイトを持っており、エシカル消費が定着している欧米での販売を伸ばすきっかけになることも期待できる。

今回のポップアップストアの成功を機に、他の大型商業施設へのポップアップストア出店も積極的に検討して、国内外を問わずヴィーガンレザー製品における第一人者の地位確立を目指していく。

以上