

Stakeholder Engagement Report (方針・活動報告書)

No. 1 Leather, Animal welfare and our company management direction, 皮革と動物愛護、我々の経営方針

集中活動期間 2021年10月～2023年4月

我々は創業以来、ハンドバックやカバン、財布やステーションナリーなどのファッション小物といった日用品から、自動車内装、家具、アミューズメント向けなどの産業資材などの加工・製造を行っています。そしてその内、直近の2023年4月期決算において、年間売上の60%近くが「レザー（動物皮革、牛革）」で構成されています。2020年以前は、この比率が100%に近い状況でした。

我々は、我々の地域コミュニティであるこの東京都（*）が、およそ400年前の江戸時代から盛んであったレザー産業の歴史の中で事業活動を行ってきたことも起因してか、目の前にレザー素材があることを当たり前として疑問に思うことも少なくなってきました。

（*1960年代には全国の約半数の製革工場所在地が東京、という報告がある）

しかし、1980年代前後バブル期以降の大量生産というビジネス慣習、2000年前後のファストファッションの台等、2020年以降のコロナ禍における断捨離などで、使い捨てなどの廃棄行為も日常化しているように感じています。そのような背景の中で、2020年には世界の革製品市場は約3,941億2,000万米ドル、2021年から2027年には5.9%以上の成長率が見込まれています**。一方で、2000年からのMDGs発信、2015年からのSDGs発信が全世界規模となったことで、企業も個人も、さまざまなステークホルダー（ビジネスや取引における利害関係にある自然環境、人、地域・社会、）に目を向け、多様な問題意識を持ち始めるきっかけとなっているのも、また事実です。（**<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003209.000067400.html>）

SDGsの17のゴールは、何か一つのゴールだけを達成する一方で、他のゴールは対応しない、というようなトレードオフをしないことがルールとされていますが、我々も、ゴール15（Life on land）を出発点に全てのゴールに向き合った経営を進めるべく、舵を切ることを決断いたしました。SDGsの指標である2030年まであと10年に迫った2020年、レザーに関する自社の既存知識や固定概念をゼロベースで見つめ直し、「何をしたら良いか分からない」という思考停止の状態から、圧倒的多数の課題が出揃って「ここまでやらなければビジネスの世界市場にも、世界市民のゴールへの軌道にも乗れない」という状態に至りました。

その経営方針や戦略基盤となったのは、「B corporation（略称 Bコープ）」という認証です。世界でも最も厳しい認証の一つと言われ、資本主義を最大限に活用、変革しながら自然環境、人、地域・社会により良いベネフィットを還元していけるかを徹底的に問われます。

B corporationに認証され且つ世界のB corporation企業と協働するためにも、我々は「動物皮革」にあらためて一から向き合い続けることといたしました。その活動の結果と我々の方向性を、第一回「Stakeholder Engagement Report（方針・活動報告書）」にて、全てのステークホルダーの皆様と共有させていただければと思っております。

第一回： テーマ「動物愛護・動物福祉（Animal Welfare）」

1. リサーチ協力先

日本国内 従来型タンナー
日本国内 先進型タンナー「LWG認証企業 Silver」
日本国内 理想型タンナー
海外 進歩型タンナー「LWG認証企業 Gold」
海外 牧畜・遊牧民

2. リサーチ内容

レザーのサプライチェーンにおける皮革の考え方
レザーのサプライチェーンにおける標準的な透明性レベルの把握
レザーのサプライチェーンにおける標準的な動物愛護・動物福祉のCase study
レザーのサプライチェーンにおけるBest practice事例

■ レザーのサプライチェーンにおける皮革の考え方

- ・レザーは畜産物からの副産物である。（我々人間が食べる為の肉を取った後に残るもの）
- ・この考え方は、日本だけに限らず、北米など海外でも通じる主要な考え方である。
- ・つまり、レザー商品を作るだけの為に、動物の命をいただくわけではない。
- ・日本の業界団体やNPOなども上記と共通の見解を持つ。（日本皮革産業連合会など）
- ・日本では、人間による狼の絶滅などが起因して、古来からの生態系・生物多様性が崩れたことで、特定の動物が増加し、農作物被害が一部で深刻化している。（2021年度の全国の農作物被害は約155億円*）。上記対策として、やむなく捕獲せざるをえない動物の原皮を活

用したレザーに価値を見出すことで、圧倒的多数で食用および皮革利用となるウシやブタの屠畜を低減しようという試みがある。

- ・一方で、海外では東アフリカの著名な遊牧民や牧畜で生計を立てる原住民のように、古来より牛乳を主食としながら、肉食も屠畜もしない**というライフスタイルを継続しているケースもあり、結果としてレザー（皮革）の使用も少ない、という実践事例もある。日本のように高度経済成長以降、自身を先進国とする国において、肉食とレザー使用を高付加価値として考える習慣が先進的と言えるかは、動物愛護や生物多様性をはじめとする自然環境への影響を鑑みれば、大きな疑問を持たざるを得ない。

*参照： 農林水産省 https://www.maff.go.jp/j/seisan/tyozyu/higai/hogai_zyoukyou/

**祭礼時のみ例外

■ レザーのサプライチェーンにおける標準的な透明性レベルの把握

「透明性」の対象 = 動物の生育、輸送する際の方法、飼料の内容や方法、屠畜の方法

- ・日本国内であれば、行政や業界団体（農協など各種協同組合）と協力して詳細の確認は可能だが、誰もが聞けるわけではない。
- ・日本国内では、動物の生育から屠畜の全ての工程がどのように行われているか、基本的にはタンナーが直接関与することは一般的ではない。
- ・一方、LWG認証を取得した先進型企業の場合は、日本国内であれ海外であり、透明性レベル（Traceability）が高く、「どこの牧場で育ち、どのような飼料が与えられ、いつ、どこで、何歳で屠畜され、どのように輸出されたか」などがしっかりと管理され把握できる仕組みになっている。
- ・ただし、従来型の企業（タンナー）であれ、LWG認証を取得した先進型企業であれ、牧場や農場の場所が特定の国である場合、以下の情報に関しては、把握することが極めて困難である。
 1. 牧場や農地はどこにあるか、森林伐採や湿地帯の農地化を行った場所ではないか
 2. 動物の屠畜方法は、動物に恐怖や苦痛を与えたり、与え続けたりする形で行われていないか（動物の尊厳は遵守されているか）
 3. 動物を自動車などで輸送する際は、動物に恐怖や苦痛を与えたり、与え続けたりする形で行われていないか（動物の尊厳は遵守されているか）
- ・この把握困難な（透明性が低い）地域の一つにブラジルが含まれることを一連の研究で認識し、後述の市場調査に繋げている。

■ レザーのサプライチェーンにおける標準的な動物愛護・動物福祉のCase study

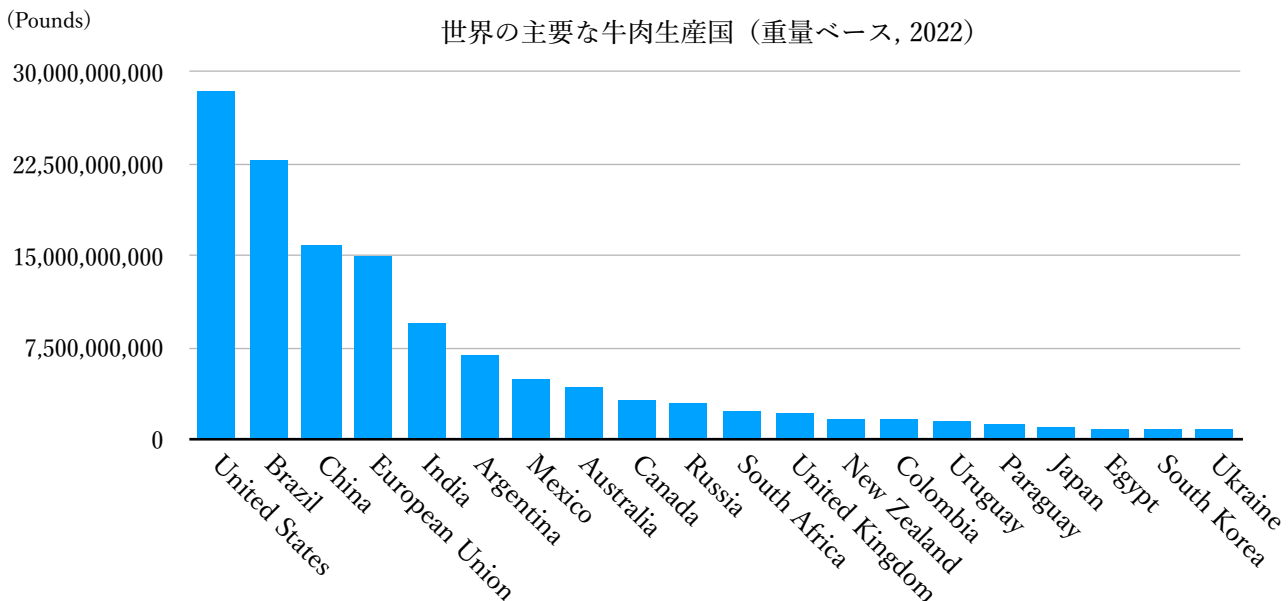
- ・ 上述の「透明性」の理由もあり、タンナーなど皮革関連企業でさえ、ウシなど動物の生育や屠畜に関しての実態情報が認知されていないことも多いため、動物愛護や動物福祉的な視点が少ないという状況である。
- ・ 先進型のタンナーにおいては、レザー生産において大量に使用される「水」を、いかに使用削減できるか、いかに「化学品」の使用を削減できるか、に重点が置かれるため、動物愛護や動物福祉の優先順位が相対的に低く、意識が向いていない可能性がある。（レザーの生産や加工という工場の任務ではなく、牧場や農場の任務と考えて線引きをしている）
- ・ 世界最大の牛肉輸出国*であるブラジルにおいては、動物の尊厳や福祉への対応が根本的に欠落しているというような極めて強い疑念を抱かせる慣行や制度が報告されている**。
- ・ 上記に関してブラジル当国のタンナーに実際の状況や慣行について問い合わせたものの、一度も回答を得ることができなかった。
- ・ 他方、日本国内のcase studyとして、屠畜の前に屠畜場の環境に慣れさせ、不安を無くしてから屠畜することを徹底するなど、動物愛護の視点での方法も広がってきている。

*ベンチマーク指標/各種統計数値 世界の主要な牛肉生産国および主要輸出国、輸出先国

レザーが畜産物（食肉）からの副産物である、というのが共通の見解である以上、その食肉の出所や世界的な傾向、市場を理解することが肝要と考え、以下の各種統計や課題をリサーチし、その上で弊社の今後の経営方針を打ち出すことと致しました。

①世界の最多牛肉生産国および輸出国 (USDA、2022年統計)

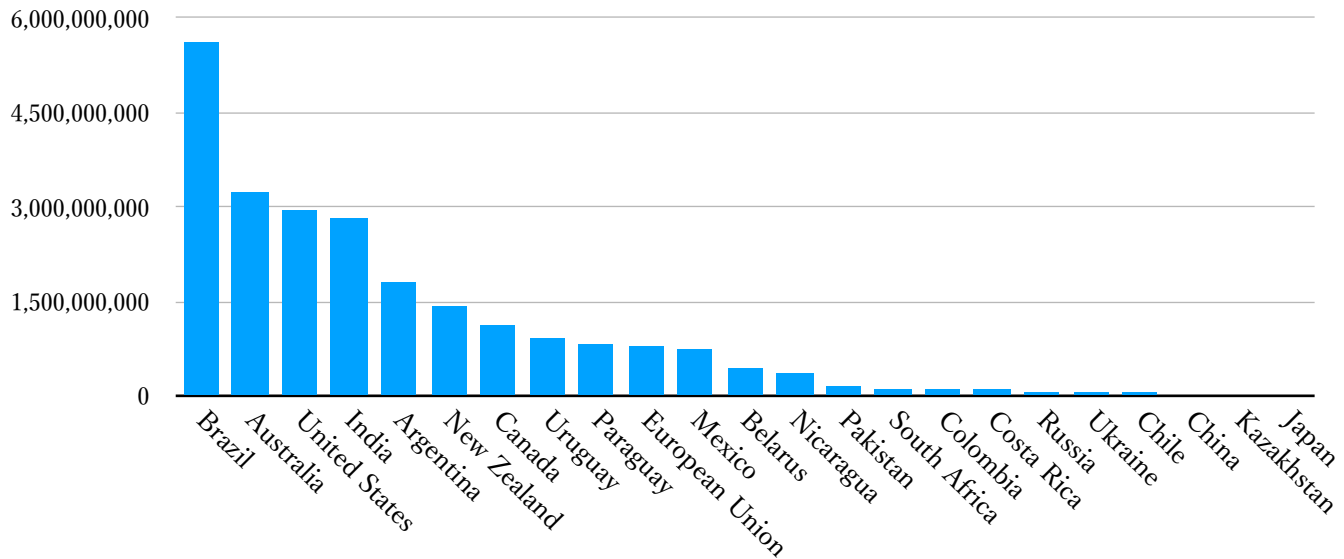
- 生産国： アメリカ、ブラジル、中国 (日本は17位)
- 輸出国： ブラジル、オーストラリア、アメリカ (日本は23位)



(Source: FAS/USDA, <https://beef2live.com/story-world-beef-production-ranking-countries-0-106885>)

(Pounds)

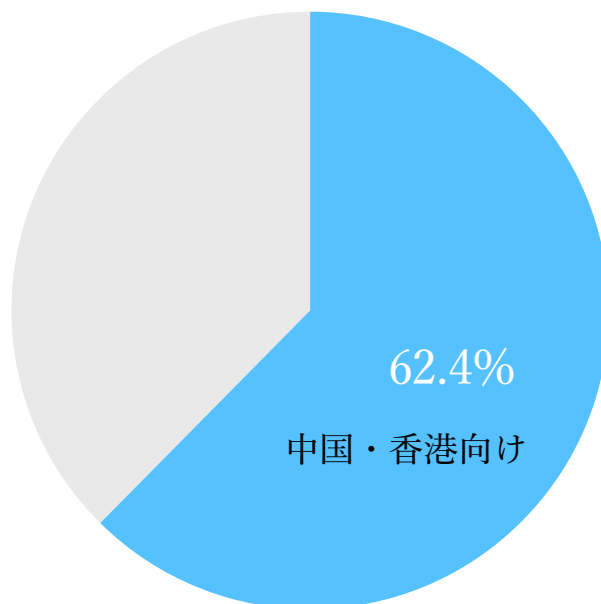
世界の主要な牛肉輸出国（重量ベース、2020）



(Source: FAS/USDA, <https://beef2live.com/story-world-beef-exports-ranking-countries-0-106903>)

②世界輸出トップ ブラジルの牛肉輸出総量

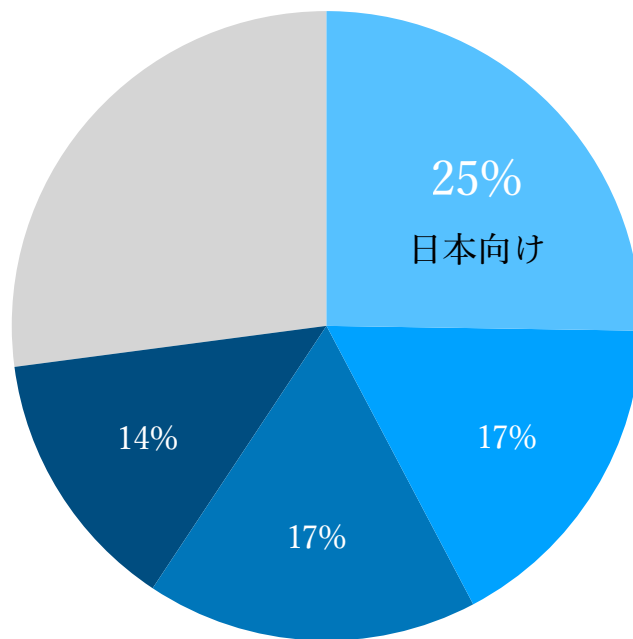
- およそ172万4200トン（2020年、前年比増）
- その内、62.4%が、中国・香港向けで、急増。



参照：独立行政法人 農畜産業振興機構 https://www.alic.go.jp/joho-c/joho05_001950.html#:~:text=2020年のブラジル産,向けが占めている。

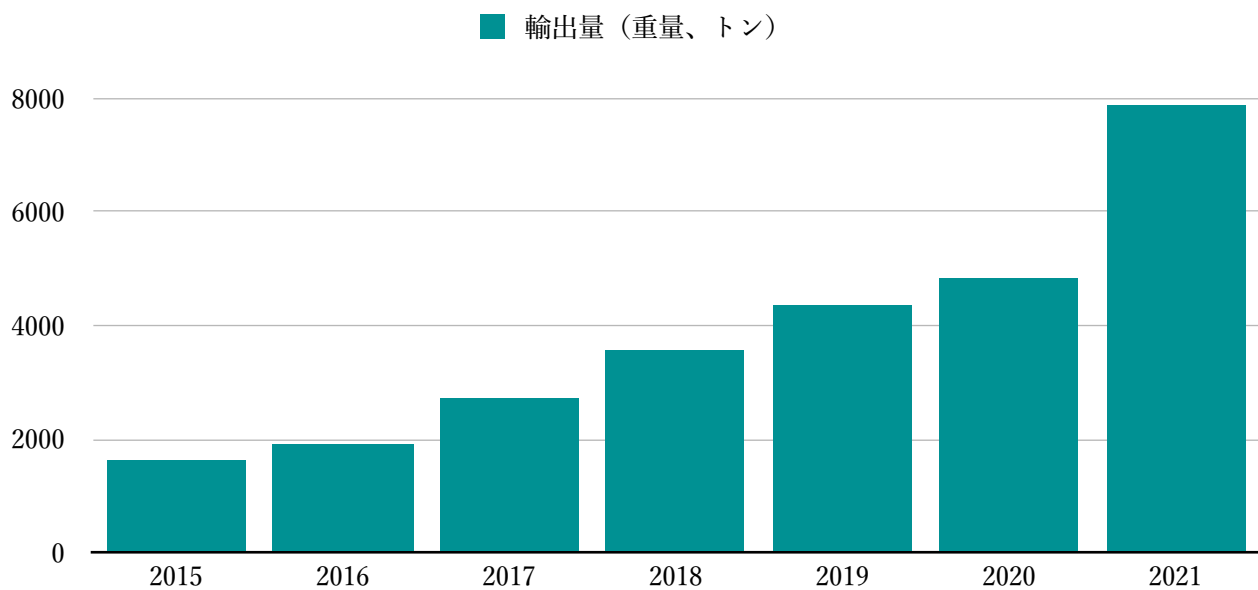
③世界輸出トップ3 アメリカの牛肉輸出総量は、およそ140万トン（2020年、前年比増）

- その内、25%が日本向け。



参照：農林水産省
https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kaigai_nogyo/k_syokuryo/attach/pdf/itakur3-24.pdf
https://www.maff.go.jp/j/kanbo/tpp/pdf/151104_sankou_part3.pdf

④日本の牛肉輸出総量は、およそ4,845トン（2020年、上昇し続けている）



参照：農林水産省、財務省「貿易統計」
<https://www.maff.go.jp/j/council/seisaku/tikusan/attach/pdf/211224siryō-11.pdf>

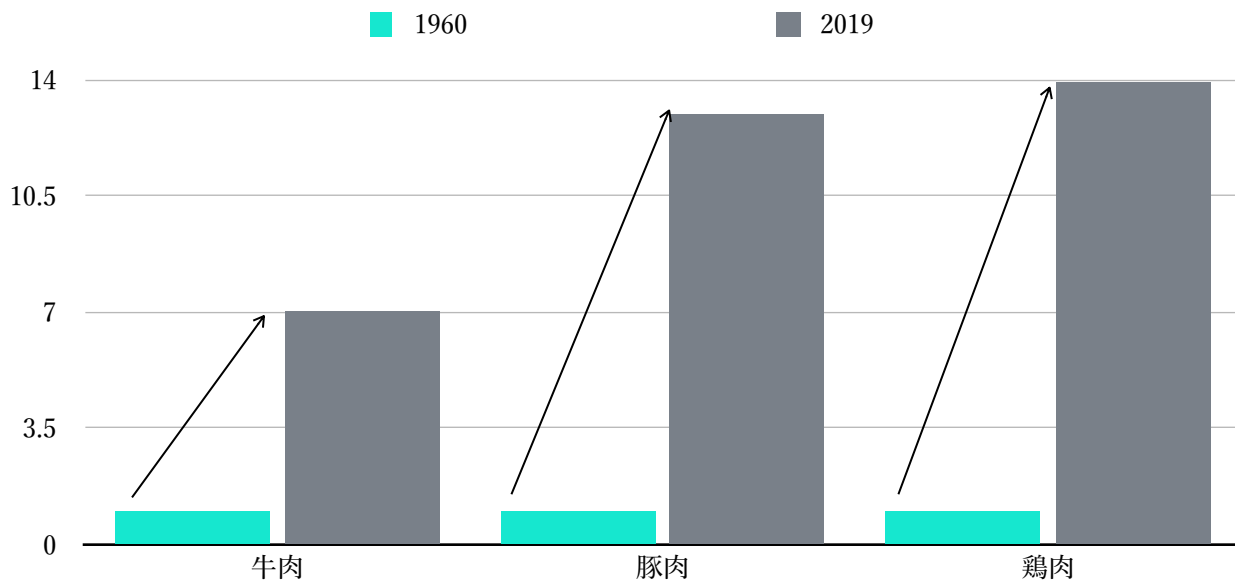
⑤日本人の1人・1年当たりの食肉消費量の推移

1960年（高度経済成長期の始まり）から、2019年にかけて

牛肉を食べる量： 6~8倍 （※BSE（牛海綿状脳症）の影響を踏まえた中央値）

豚肉を食べる量： 10倍以上

鶏肉を食べる量： 10倍以上



⑥日本の主要食肉の国内自給率（2019年）

牛： 9 %

豚： 6 %

鶏： 8 %

動物のエサとなる飼料の国内自給率 25 %

（動物のエサ（飼料）を海外からの輸入に依存しており、上記の低い自給率の原因にもなっている。）

参照：農林水産省、https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/zikyu_ritu/ohanasi01/01-04.html

****ブラジル畜産業・食肉加工業による牛への屠畜慣行、熱帯雨林や湿地帯の破壊への関与**

我々は、グリーンピース・インターナショナル（2021年3月発表）、アニマル イクオリティ（動物福祉NPO）、Unearthedなど、複数の団体やメディアから、深刻な懸念が報告されていることを認識しています。

まず、世界最大の湿地帯（そして世界最大の生物多様性を有する地域）であるブラジルのパントナールとセラードにおいて、2020年に大規模な森林伐採が継続的に行われており、報告書によれば、ブラジルの大手食品加工会社や地元の牧場主、畜産業者が関与しているとのことを認識しています。

また、2017年にはブラジルで妊娠中の雌牛を食用として屠畜することを認める法律が制定されています。

■ 我々が参考にする、レザーのサプライチェーンにおけるBest practice事例

日本国内（四国地方）の畜産農家が取り組む動物愛護の実践（豚）

- ・母豚、子豚ともに自由に動ける豚舎環境。故に、人を恐れない。
- ・豚舎の床は、堆肥におがくず、もみがらなどを混ぜた「バイオベッド方式」を採用
- ・スノコやコンクリートの床に比べて豚がより自然に近い状態で過ごせる環境
- ・バイオベッド方式に含まれる微生物がふん尿を発酵分解し汚水を出さない
- ・汚水による環境負荷を軽減し、感染症のリスクを減らした衛生的な環境
- ・体調を24時間見守る体制
- ・海外の動物愛護団体から動物博士に依頼し、後頭部への適切な電流により苦痛を伴わず眠るような屠畜を実証している。（業界慣習となっている従来の苦痛を伴う屠畜方法とは全く異なる）

リサーチの内容は以上です。

■ 我々のコミットメント

皮革の調達における「動物愛護・トレーサビリティ・環境保全」基本方針

上記のすべての研修活動を通して、レザーは食肉からの副産物であるかどうかを問わず、その源流にある動物への福祉を必須課題とし、我々は以下の基本方針をもとに事業を行うことをコミットします。

1. 動物愛護に関する方針

お客様にご提供する商品においてレザー（動物皮革）を使用する場合、弊社は以下の点においてサプライチェーン上の動物愛護に関して確認を行い、透明性の有無や、実践の有無を確認した上で、弊社サービスやプロダクトをご提供する。

第一 遵守されている状況であることが文書や数値で明確であること

第二 遵守に向けた具体的、現実的で十分な計画と進捗が文書や数値で明確であること

■ 確認点

- ・ 出生地、育成地、育成者、屠畜地、屠畜年齢、屠畜方法、輸送方法が明確であること
- ・ 皮革として使用される動物が、自然分娩での誕生であること
- ・ ケージの中での飼育において、尊厳・自由・移動、が過度に制限されていないこと
- ・ 牛であれば屠畜時に、2歳半以上の成牛であること、その他動物であればそれに準ずること
- ・ 屠畜においては、一瞬・一撃死させるとともに、苦痛を与えない方法で行われていること（害獣駆除目的を背景に製造された皮革も上記4同様の屠畜であること）
- ・ 苦痛を与えない屠畜方法においてbenchmarkが必要であれば、我々のリサーチによるBest practiceを紹介し、導入することを積極的に検討する。
- ・ 輸送においては、尊厳・自由・移動、が過度に制限されていないこと

2. 環境保全に関する方針

お客様にご提供する商品においてレザー（動物皮革）を使用する場合、弊社は以下の点においてサプライチェーン上の環境保全に関して確認を行い、透明性の有無や、実践の有無を確認した上で、弊社サービスやプロダクトをご提供する。

第一 遵守されている状況であることが文書や数値で明確であること

第二 遵守に向けた具体的、現実的で十分な計画と進捗が文書や数値で明確であること

■ 確認点

- ・原皮の調達から製造、加工、仕上げまでの各工程で環境負荷低減を実現していること
- ・環境負荷とは、水資源利用（節水・排水の削減）、化学品利用を指し、これに限らない
- ・旧来の自然環境を本来の役割とは大きく異なる形で土地変容させ、犠牲にしていないこと（例：森林伐採や湿地帯の埋め立てなどで作られた牧場からの皮革、など）
- ・LWG認証タンナーであること（上記3点が証明できればこれに限らない）

基本方針完遂目標

我々NKは、2026年7月までに下記を完遂するよう、ステークホルダーの皆様のお知恵とご協力を賜りながら、経営を進めて参ります。

- 達成率

- | | | | |
|-------------|-----------|-----------|--------------|
| ・ 2023年7月時点 | 動物愛護 50% | 環境保全 60% | トレサビリティ 5% |
| ・ 2026年7月 | 動物愛護 100% | 環境保全 100% | トレサビリティ 100% |

- 年間進捗目標

2024年7月	動物愛護 65%	環境保全 70%	トレサビリティ 25%
2025年7月	動物愛護 75%	環境保全 80%	トレサビリティ 50%
2026年7月	動物愛護 100%	環境保全 100%	トレサビリティ 100%

- 進捗目標設置背景

・弊社売上のおよそ40%を占める顧客様が、弊社全体で使用する動物皮革の90%を占めております。弊社の事業を左右する重要な顧客様であるからこそ、上記の弊社基本方針をすでに重ねてお伝えしており、基本方針に沿った調達、ないし代替素材への切り替えにおいて概ね合意を頂いております。

・弊社売上のおよそ8%を占める顧客様が、弊社全体で使用する動物皮革の10%を占めております。弊社基本方針をすでに重ねてお伝えしており、基本方針に沿った調達、ないし代替素材への切り替えにおいて概ね合意を頂いております。

- 最後に

我々NKが、長らく帰属してきた動物・皮革関連産業が向き合ってきた問題や課題は、動物愛護や環境保全のみにとどまりません。ですが、特に動物愛護における問題は、我々人間社会や株主利益の最大化を目的とする資本主義経済の発展のみを最重要視してきたがために、優先度を落としてきた点が否めないと我々は考えております。

それゆえに、この第一回Stakeholder Engagement Reportにて皆様と共有させていただくトピックを、動物愛護や環境保全にいたしました。

次回は、また弊社が直面する問題や課題、取り組み続けている事業活動をお伝えさせていただく予定です。

2030年のSDGsのtarget yearを待つことなく、今日から、ゴールを達成できるよう、状況を改善することを目指し、業界企業との連帯を深めることで、持続可能な産業構造と動物福祉の両立を実現させて参ります。