



中堅・中小企業向けモンゴル進出支援ご提案  
～エシカル皮革を用いたペット製品の製造販売～

96193788



## <提案内容>

エシカル皮革を用いたペット製品の製造販売

## <モンゴルの社会課題>

モンゴルの主要産業は鉱業、牧畜業、流通業、軽工業などがある。近代化により、特に首都ウランバートルでは主要な産業はサービス業や工業と変化した。地方では依然として牧畜業の比率が高く、賃金はサービス業や工業に比べて低い。そのため、都会での職を求めて多くの人が移住し、ウランバートルの人口過多と都市と地方の経済格差が問題となっている。

## <提案の背景>

地方の主要産業である、牧畜業、特にこれからの需要も期待できる皮革産業に注目した。

モンゴルの皮革産業においては大きく4つの課題がある。以下の課題を解決しなければモンゴルの地方における皮革製品は低価格の取引が続き、人口問題や経済格差は解決しないと考える。

- ✓ 輸送手段不足による適切な市場への未到達
- ✓ 古い技術の利用による、河川等の環境問題
- ✓ キズや加工技術の低さによる低品質評価
- ✓ 製品に対するデザイン力不足

一方、日本における皮革産業の売上は年々減少しており、技術者人口も減少している。そのため、新しいマーケットの探求や技術伝承の必要がある。

そこで、当提案では、日本の人材や技術をモンゴルに持ち込み、モンゴルの技術力向上や雇用確保をし、日本にも新しいマーケットや人材確保を行う。特に、「やさしい革」という会社は皮革の加工過程で排出される有害物質を抑制した加工技術を提供しているため、環境破壊の問題も解決できると考えている。

## <ターゲット顧客と製品詳細>

環境破壊に関心が高い層として、Z世代や富裕層が挙げられる。皮革製品のターゲットとしても富裕層が挙げられるため、ターゲットは富裕層とする。皮革製品の需要は今後も増加傾向である一方、コロナ禍で外出が減り、アパレル業界は苦境である。ただし、中でもペット用品の売上が増えていることから、「富裕層に向けたペット用の皮革製品」とした。

# 背景

# モンゴルの社会課題

ウランバートルと地方の経済格差、ウランバートルの人口過多やそれに伴う環境問題、地方人口の流出が問題になっている。

	主要産業	賃金	人口
ウランバートル (首都)	サービス業・工業	高い	過多
地方	牧畜業	低い	減少

地方の牧畜業を生かした企業を設立し、産業の活性化や雇用の確保を実現する。  
牧畜業の中でも主要産業のひとつである皮革製品に注目した。

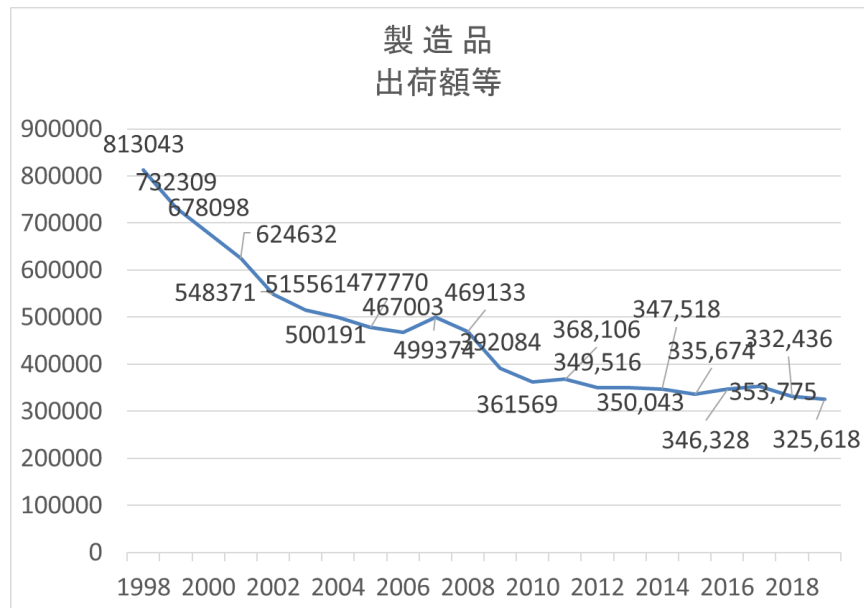
# モンゴル皮革の問題点

以下の理由から、低価格で取引されている

- ・輸送手段不足による適切な市場への未到達
- ・皮革のなめしの古い技術(ウェットブルー加工)の利用による、河川等の環境問題
- ・キズが多いこと、加工技術の低さによる最終加工に至らないことによる、低品質評価
- ・製品に対するデザイン力不足

# 日本の皮革産業の衰退①

出荷額が減少

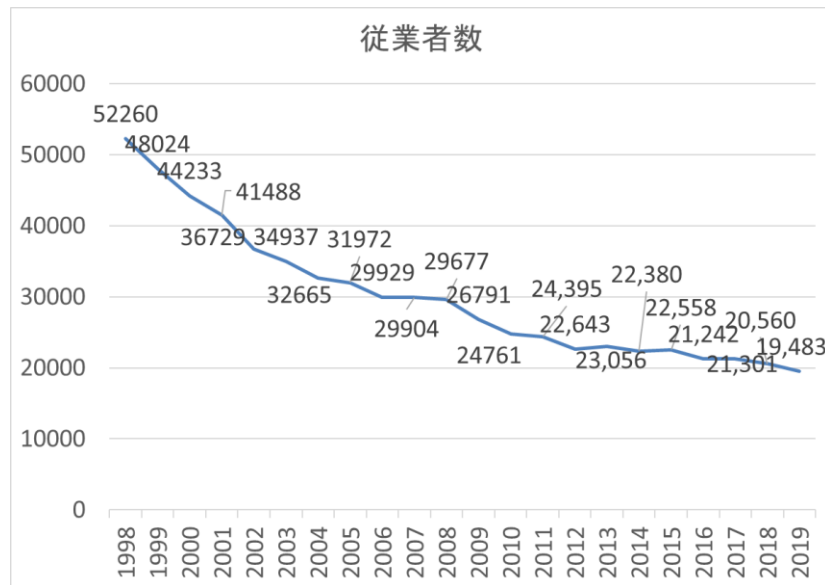
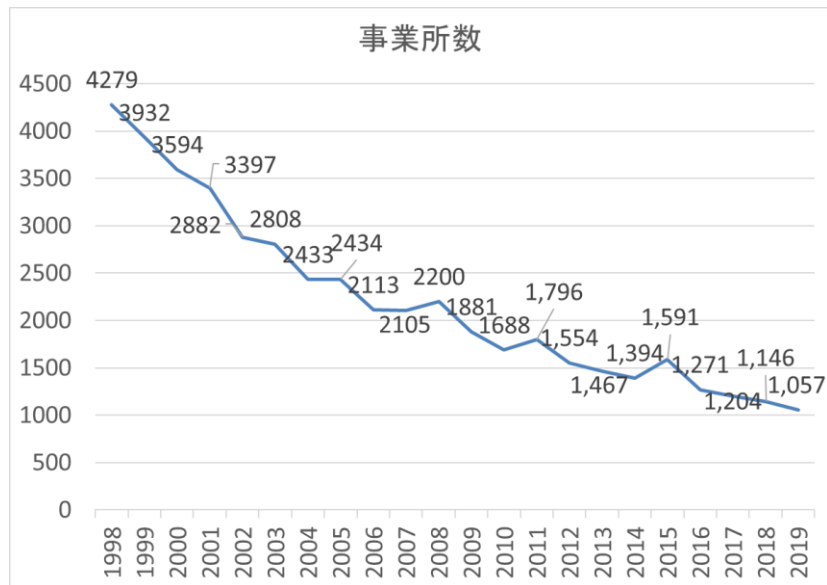


出典元：経済産業省 工業統計調査 項目「なめし革・同製品・毛皮製造業」

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/result-2.html>

# 日本の皮革産業の衰退②

皮革産業従事者も減少→このままでは伝承者を失い、技術を失ってしまう。

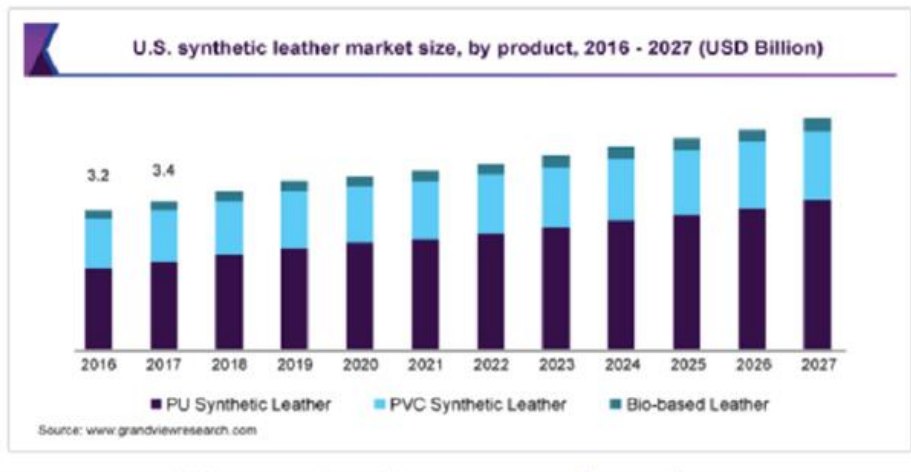


出典元：経済産業省 工業統計調査 項目「なめし革・同製品・毛皮製造業」

<https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/result-2.html>

# 世界の皮革市場

世界の皮革製品に対する需要は増加の見込み。  
一方、SDGsの観点から規制や批判も増加傾向。



## (1) ファッション・皮革関連産業とサステナビリティに関する動向

### ①サステナビリティを求める動き

#### 欧米諸国のファッション関連業界におけるサステナビリティへの関心の高まり

- 近年、食品や日用品など、普段利用している製品がどのように生産され、それが環境や動物、生産地の社会や人々に与える影響に関心を持つ消費者が欧米を中心に増えつつある。製品の価格や品質だけではなく、製造工程が社会問題を引き起こさない(または社会問題の解決につながる)ことが消費行動の基準軸に加わりつつあるといえる。サステナビリティもその基準軸の一つであり、製品および製造工程が環境や動物に配慮されていることが求められるようになっていく。
- ファッション関連業界も例外ではなく、業界や各社でサステナビリティに対応してきた。たとえば、ファッション関連産業は製造段階で大量の水を消費すると同時に、原料や製品の製造工程で使用される農業や染色用薬品、衣料洗剤を使用することから環境に悪影響を与えているとしてNGOなどから批判されてきた。自然保護団体のグリーンピースはアハレルやスポーツ用品ブランドの繊維加工工場の排水から有害化学物質を検出し、企業に取り組みを求める「デトックスキャンペーン」を2011年から開始した。アハレルやスポーツブランドも対応を進め、プーマ(独)やナイキ(米)、ファーストリテイリング(日)などは有害化学物質の使用・排出をゼロにすることを発表した。
- 売上の一部を自然保護団体に寄付したり使用するコットンをオーガニックコットンにするといった取り組みを1980年代からはじめたパタゴニア(米)や、使用する全素材をサステナブルなものにする方針を打ち出すH&M(スウェーデン)など、欧米のファッションブランドはサステナビリティへの対応を進めていることから、欧米ではファッション業界と消費者の間でサステナビリティの認知度は高まっている。こうしたトレンドは今後も続く予想され、サステナビリティへの対応がファッション業界や関連産業の発展に必要不可欠であるといえる。

#### サステナビリティへの取り組み強化

- ファッション業界や関連産業のサステナビリティへの主な対応方法としては、以下のものが考えられる。
  - ・ ブランドや素材各社による自主的な対応
  - ・ 業界による自主的な対応
  - ・ サステナビリティを満たしていることを証明するための認証
  - ・ 政府による規制
- 本事業では、欧米を中心とする海外主要国のファッション業界と特に皮革関連産業(皮革製造業(革なめし)業、皮革製品製造業等)を取り巻くサステナビリティやアニマルウェルフェアについての動向(トレーサビリティを含む)や、皮革関連産業への影響・対応等について、文献等を基に調査を行った。以下、欧米諸国における消費者のサステナビリティへの関心の状況やそれに対するファッション業界や皮革業界の取り組み、取り組みの一つとして重要な位置を占める認証制度のうち特に広まりを見せるLeather Working Group (LWG)とIstituto di Certificazione della Qualità per l'Industria Conciaria (ICEC)について、EUのアニマルウェルフェアに関する法規制と皮革業界の取り組みについて整理する。

7 Mitsuishi UFI Research and Consulting



出典元：valuepress 合成皮革の市場規模、2019年には293億米ドルに達し、2020年から2027年のCAGRは4.4%で拡大予測  
<https://www.value-press.com/pressrelease/251337>

出典元：経産省 令和元年度 皮革産業振興対策調査等(海外主要国における皮革関連産業のサステナビリティ活動等の動向・対応調査) 調査報告書  
[https://www.meti.go.jp/meti\\_lib/report/2019FY/000373.pdf](https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2019FY/000373.pdf)



提案

# 私たちの提案

食用肉の余った皮革を使った、ペットと飼い主のペアルック皮革製品

- ・ ペット産業の売上は増加
- ・ 新型コロナウイルス感染症による外出制限によってペット用品の需要は更に増加が見込まれる
- ・ 散歩（防寒、熱されたアスファルト）や災害時用にペット用アパレル品の需要増加
- ・ ペット用品に絞ることで、ターゲット層を明確化
- ・ 食肉用の余った皮革により、ごみ処理の解決と不要な折衝の解決 →ブランド価値にも繋がる



# 市場戦略

## 4P

### 製品 (Product)

- ・エシカルな革を使用した革製品
- ・ペットとお揃いの靴、服
- ・販売した商品の修理

### 価格 (Price)

- ・エシカル商品を製造するために適切な価格設定
- ・ペットとのお揃い商品にセット割りを適用

### 流通 (Place)

- ・自社のオンラインストアでの販売
- ・やさしい革Web Shopでの販売
- ・自社のオンラインストアやE-Mailによる修理受付

### 販促 (Promotion)

- ・ホームページ、SNS、メールマガジンによる販促
- ・（一社）やさしい革のサポーターとして販促
- ・エシカル協会に入会し、会員の紹介記事による販促

売り手の視点

## 4C

### 顧客の価値 (Customer Value)

- ・エシカルな革製品を安心して購入できる
- ・ペットを家族の一員として受け入れている

### 顧客のコスト (Customer Cost)

- ・エシカル消費には低価格でなくても容認できる
- ・ペット関連商品の消費に抵抗がない
- ・店舗を買い回る時間的コストはかけたくない

### 利便性 (convenience)

- ・ワンストップで複数商品の購入ができる
- ・劣化した商品の修理を依頼できる

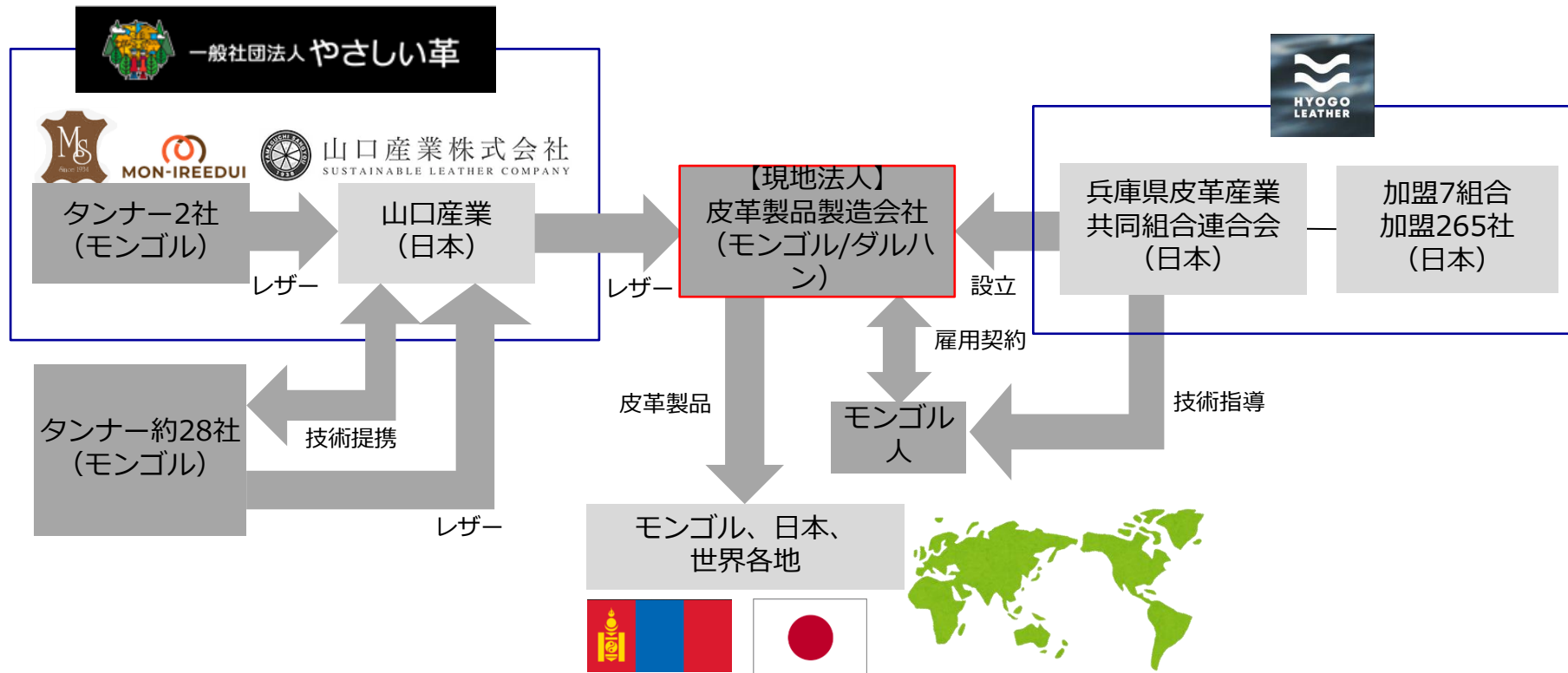
### コミュニケーション (Communication)

- ・新商品の情報を入手できる
- ・商品の手入れに関する情報を入手できる

買い手の視点

# ビジネスモデル

モンゴルでのエシカルレザーの製造拡張に取り組み、  
皮革製品の製造・販売に参入する



# モンゴル国のベネフィット

- ◆技術力向上に伴うモンゴルのブランド力向上
- ◆経済の活性化
- ◆雇用創生と所得水準の向上
- ◆外貨収入増加
- ◆環境汚染改善

# 日本のベネフィット

- ◆中小企業の活性化
- ◆地方創生
- ◆伝統産業・技術の維持
- ◆特殊技術を持つ職人の活躍の場の拡大
- ◆労働力人口の確保

# 収支計画（前提条件）

## ■ イニシャルコスト

- ・ 工場・土地賃借手数料 20万円
- ・ 設備費（裁断機、ミシン等） 300万円
- ・ 現地調査費 200万円
- ・ 人材育成費 3日間150万円（補助金利用で実費50万円）
- ・ 運転資金（ランニングコスト3ヶ月） 405万円
- ・ その他経費 20万円

**（合計） 995万円**

## ■ ランニングコスト（販売数が靴、衣料が20の場合の月額）

- ・ 工場・地賃借料 20万円
- ・ 人件費 655,400円/月（約66万円）  
日本人1名30万×1名 = 30万円  
中間管理職51,800円×1名 = 51,800円  
エンジニア（中堅技術者）56,200円×2名 = 112,400円  
ワーカー（一般工）47,800円×4名 = 191,200円
- ・ 初期費用返済費 10万円
- ・ 広告宣伝費 10万円
- ・ その他諸費用 10万円
- ・ 原材料費 19万円  
羊革、山羊革  
ペット用靴1製品当たり（45デシ（約2,500cm<sup>2</sup>）3,000円×1枚）×20 = 6万円  
ペット用衣料1製品当たり（45デシ（約2,500cm<sup>2</sup>）3,000円×2枚）×20 = 12万円  
縫製用糸 1製品当たり 250円×40 = 1万円

**（合計） 135万円/月**

## ■ 収入（販売数が靴、衣料が20の場合の月額）

- ・ 靴 7,500円×20 = 15万円
- ・ 衣料 15,000円×20 = 30万円

**（合計） 30万円/月**

# 収支計画（3カ年）

単位：円

科目	1年目	2年目	3年目
<b>売上</b>	5,400,000	16,200,000	64,800,000
靴販売数	240	720	2,880
靴販売額	1,800,000	5,400,000	2,1600,000
衣料販売数	240	720	2,880
衣料販売額	3,600,000	10,800,000	43,200,000
<b>原材料費</b>	2,280,000	6,840,000	27,360,000
<b>その他ランニング費用</b>	12,720,000	12,720,000	12,720,000
<b>利益</b>	-9,600,000	-3,360,000	2,472,000

3年目の販売数量の状況により、設備、エンジニア、ワーカーの追加を検討する



# 非市場戦略


項目	内容
法人所得税の節税	モンゴルの法人所得税は10%であるため、日本（15.0~23.2%）よりも節税が可能となる。
優遇措置の適用	モンゴルでは戦略産業に投資した企業に対して所得税の減税措置や関税の軽減等の様々な優遇措置を定めているが、戦略産業に軽工業が含まれているため、優遇措置を受けられる可能性がある。
国庫補助の活用	<p>国庫補助の活用により、現地の技術指導・人材育成にかかる費用を削減できる。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>■（一社）海外人材育成協会（AOTS）の提供サービス</li></ul> <p>【専門家派遣制度】 現地子会社等（「指導先企業」）に対し、出資または取引関係にある日本の企業等（「派遣元企業」）の従業員をAOTSの専門家として派遣し、技術指導や人材育成を行う事業。 派遣元企業が中堅・中小企業の場合、派遣経費のうち、2/3が国庫補助金でカバーされる。</p> <p>【案件募集型（企業提案型）海外研修】 AOTSが日本企業や産業団体等から案件を募集し、企業や団体等が主体となり実施する海外研修。 日本の民間企業の現地子会社等で必要とされる基礎的または専門的な技術や知識について、短期間で多くの現地人材（現地従業員等）を教育したい場合に非常に有効。 補助対象経費として認められる海外研修実施費の3分の2に国庫補助金が適用される。</p>

# カントリーリスク

## 本提案における最大のカントリーリスク ：口蹄疫の流行による皮革の輸入禁止

モンゴルにおいては過去に口蹄疫が何度か起こっている。

口蹄疫の発生により、モンゴルの皮革製品に対するレピュテーション低下や輸入禁止になるリスクはある。



原価が上がるが、口蹄疫の流行の間は兵庫県皮革産業協同組合連合会（兵皮連）から、日本産の皮革を購入する。

# APPENDIX

# プランに関わる企業の概要と事業内容

ステークホルダー	概要	事業内容	役割	関わるメリット
山口産業 <a href="https://www.yamaguchi-sangyou.co.jp/">https://www.yamaguchi-sangyou.co.jp/</a>	1938年創立の墨田区のタンナー	1990年から植物タンニンで皮をなめす独自のなめし技術である「ラセッター」製法を開発しラセッターレザーを製造。 2015年より製造する全ての革をラセッターなめしに切り替え。	モンゴルのタンナーへの技術提供 エシカルレザーの販売	技術提携料の増加 なめし革の販売量増加
モンゴルシェブロ <a href="https://www.mongolshetro.mn/">https://www.mongolshetro.mn/</a>	1934年創立のモンゴルのタンナー	革製品の製造販売。 山口産業と技術提携しており、ラテッシーなめし技法によりエシカルなレザーを製造している。	エシカルレザーの製造	品質向上による販売量増加 安定した販路の確保
モン・イレードウイ <a href="https://www.monireedui.mn/">https://www.monireedui.mn/</a>	2005年設立のモンゴルのタンナー	革製品の製造販売。 山口産業と技術提携しており、ラテッシーなめし技法によりエシカルなレザーを製造している。	エシカルレザーの製造	品質向上による販売量増加 安定した販路の確保
兵庫県皮革産業協同組合連合会（兵皮連） <a href="http://www.hyohiren.or.jp/COMPANY.html">http://www.hyohiren.or.jp/COMPANY.html</a>	1980年設立の兵庫県の皮革産業の組合 7組合、265社が会員	県下の業界の一体化を図り、厳しい経済環境に対し、産地振興事業を実施。	皮革製品製造会社の設立 モンゴル人への技術指導	皮革加工技術者の確保 皮革加工技術の継承 日本以外の販路の確保
皮革製品製造会社	皮革製品の製造・販売	エシカルレザーを使用してモンゴル国内で皮革製品を製造・販売。モンゴル国内での販売、海外への輸出版売。	皮革製品の製造・販売	安定した原材料の調達

※モンゴルでエシカルレザーを製造するタンナーは上記2社以外にも拡張する予定

# 資金調達方法の概要

調達方法	金融機関	概要	調達額
海外展開・事業再編資金 <a href="https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/kaigaitenkai_t.html">https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/kaigaitenkai_t.html</a>	日本政策金融公庫	経済の構造的変化などに適応するために海外の地域における事業の開始、海外展開事業の再編などに取り組む中小企業者を支援。  直接貸付 別枠14億4千万円（うち運転資金9億6千万円） 代理貸付 別枠1億2千万円 基準利率（上限3.0%）	1,500万円
兵庫県皮革産業共同組合連合会の加盟企業からの出資	-	1口30万円×40社 = 1,200万円	1,200万円

合計 2,700万円

## 調達した資金を

- ・イニシャルコスト：995万円
- ・1,2年目の赤字1,296万円  
(合計2,291万円)

に充填する。