

◆概要

○アベノミクス効果で、売り上げを伸ばしている業界もあるが、まだまだ呉服業界にはそれほどの効果は出ていない。大手NCの売り上げ動向を見ても横ばいか微減の状態である。

消費税率の3%引き上げまでに10日余りとなった。増税後の買い控えは予測される。しかし、景気が良くなれば問題は無いのではとの声が聞かれた。

○日本の文化である着物は廃らない。しかし、織と染め、そして関連業種のもの作り現場が無くなると元に戻ることが難しい。その中でバランスの取れた再構築が必要である。若い世代は現状を把握し危機感を持って対処することが必要であり、作り手と売り手がそれぞれの立場で流通を見直し情報を共有して、よりよい物をお客様に届けることが大切であるとしている。業界をあげて着物を着たいと思ってもらえる取り組みとともに、パートナーを選定して自社ブランドを構築することが求められている。

◆流通・販売

○NCや量販店を主とする白生地問屋は、実需期に入って動く時期であるが、非常に遅いのが実情。そのため生地屋に溜まっており安売りをしている。

糸価の高騰による白生地のアップ分が転嫁できていない。機屋も一杯一杯でやっているが値を上げさせてもらうことができていない。

誂え品を扱う問屋では、百貨店や専門店の高額品が微増の状況で市況は落ちていない。白生地の値上がりで単価が変わったこともあり、売り上げが5~10%ほど伸びている。

○染め潰し問屋では、作る側が減少し、需要に対して供給がタイトになっている。下げ止まりを感じており、どん底は終わったと思う。高額品と安い物の両極端であるが、和装品の総売上は、今期は前期を上回り3000億円を超えると見ている。

○小売店では、販売だけではなく着付けに力を入れている。さらに、悉皆での生地直しなど困っていることへの対応で集客をしている。京都市内の地直し屋は多忙である。

また、2分の1成人式など記念日や行事を増やし、着物に触れてもらう企画で需要拡大が進められている。業界をあげて着物を着たいと思ってもらえる取り組みが必要である。

○前売り問屋では、昨年12月までは比較的良かった。催事のウエイトが大きい。その後は、良かったり悪かったりであるが、高額品が売れた。アベノミクスの経済効果が多少あったようだ。振袖は、ブランドを絞り込むことで健闘している。レンタルのウエイトが高まったが、下げ止まりを感じている。着物の普及の観点からはレンタルも良いことだ。百貨店の高額品がいいようだ。消費税の増税もあることから今年に入って動き出した。

◆生産・商品

○白生地の品質は、良質の生糸と良い機場によって得られる。完成撚糸も良い物を使う必要がある。ここに来て、加工下など何にでも使える物は値が通りにくくなっている。それに対して大柄など大胆な特徴のある商品開発が求められている。大柄を作るには紋紙代も高く付くことから、以前の大柄と新しい地紋などを組み合わせることでリニューアルしている。

また、先染めと後染めの複合、野蚕糸やゼンマイ真綿などを組み合わせた表情と素材感、新しい柄づくりが必要である。さらに、一柄1反の対応や多品種小ロットでスピード感を求めている。紋紗や模紗など薄物に根強い人気がある。

○振袖では、染め潰し・前売り共に自社ブランドには丹後物を使用している。それ以外は海外物である。ベトナムの振袖素材の生産量は前年比で127%と作りすぎの状態在庫が多くなっている。ジャカード物は着尺へとシフトしている。

潰しから問屋への振袖の提案は年1回であったが、ここに来て年間で前倒しとなり、見本を作って通年の取り組みとな

っている。染色は板場が減少してインクジェットが増加している。板場の型紙は、一柄が100万円程度する。これに対してインクジェットは初期投資や図案代はかかるが約半分の経費ですむ。職人の減少で板場が減少することからインクジェットがますます増加する。

○染め潰しでは、同じ物を展示会において問屋や小売店に提案していたが、同じ物では下のぐり合いとなり小売店のメリットがない。そこで、各小売店のオリジナル化を進め、プライベートブランドとして提案する。そのためには、生地屋、染め工場を選定して自社ブランドを構築していく。

○合織の訪問着や小紋の表地、長襦袢が好調である。売れ先は着物学園や着付け教室での使用が多い。合織は丸洗いができ色落ちしないことからメンテナンスのやりやすさからリピート客を増やしている。

また、合織の振袖は、アンテナショップでのユーザーの要望で企画した。正絹にはない色遣いや大胆な個性的な柄表現が好まれ、買い取りをするユーザーが増えている。

◆西陣メーカー

○市況はますます厳しさを増しているが、昨年末の産地問屋の展示会は総じて思っている以上に良かったようだ。消費税の増税前の駆け込みを意識して新しい物を求めている。しかし品不足の状態であった。

例年の1、2月の振袖商戦はレンタルに押され、帯地も買い取りよりレンタルのウエイトが大きくなっている。小売りは相変わらず「借りて」の商いが続いている。

これに対して、専門店や百貨店ではセット物の高額品が動いている。増税前の駆け込み需要があったようだ。

○2月の雪の影響で売り出しにお客が来なかったところもあるが、新しい物を求めて小売りも仕込みに掛かるなど比較的健闘しているメーカーもあり、もの作りができているところにお客が集中している。

市況は好転していないが、機場の減少で全体の生産量が落ちていることから、中級品から下の物の機場はフル稼働で、上級品も3月の展示会に向けて止まっている機はない模様。しかし、生産のキャパをオーバーしているため納品までの期間が長くなっている。

○生糸価格については為替も関係するが、中国の糸価が高くなっている。要因は、人件費や物価の上昇もあるが、生糸検査の機関が無くなり自社検査に移行したことから、品質が落ちている。そのため日本向けの高品質の生糸が少なくなり、高価なプレミアムとなっている。金銀糸については、為替の安定から石油価格が落ち着いている。しかし、生産現場の減少で品薄となり値上がりは続いている。

○消費税については、増税後の買い控えはかなりきついのがあるとしている。しかし、家や車など価格のはっきりした物に対して、元々値段がわからないのが呉服業界である。消費税のアップ分は、お客様感謝デーとして値引きでフォローするのではないかの声が聞かれた。

○西陣メーカーは織手さんの確保を最重要としている。出機は下請けではなく社員として人材を確保する。保険や厚生年金の支払い、給料制（最低賃金の補償）と歩合制の導入、さらに設備投資の資金援助を検討している。

○小幅シャトル織機の製造が20数年ぶりに再開した。西陣織会館において3月12日から31日まで組み立てと製織の研修が実施される。新しい織機の確保や部品の調達が可能となった。また、購入・更新時には、京都府が最大250万円を補助する制度がこの4月からスタートする。