

1 繊維産地の概況と展望

1 繊維産地の概況と展望

1-1 はじめに

わが国繊維産業は、1980年代以降、先進国繊維産業として常に世界の技術開発の先頭を歩んでいる。日本の技術開発の特徴は、精巧な加工技術に強みがあり、世界から高い評価を得ている。他方、感性の創造力は、未だ欧州の後塵を拝している。

テキスタイル技術について欧米との比較を行うと、中小企業の高感性を実現するための職人的オリジナル技術は、イタリアと日本の綿・毛・絹の天然繊維産地が主力生産地であり、イタリアはデザインの開発とブランドは強いが、近年、品質・技術がやや低下していると技術専門家の中で指摘されており、改めてジャパंकオリティーの技術が注目されている。中堅・大手企業の高機能を発現するハイテク加工技術と複合材料等の先端技術は、北陸化合繊長繊維産地とフランス、ドイツ、米国が競い合っている。先端複合材料のコンポジットまでの加工は、フランス、ドイツの中堅企業が健闘しており、日本の高機能合繊テキスタイルの技術開発は、合繊メーカーの特化系の開発もあって一歩先んじている。

次にファッションの創造については、ミラノ・パリコレクション、ブルミエール・ヴィジョン等が世界のファッション界をリードしており、洋服を着用するようになって1世紀余りに過ぎない日本は、今もって欧米追随の壁を打ち破ることができず、特にアパレルの国際ブランド化が遅れている。しかし、コレクションでは多くの日本人デザイナーが活躍、東京のヤングのストリートファッションがアジア諸国に広まるなど、日本カルチャーに根差したクールなファッションを世界に発信するチャンスが到来した。

このように強みと弱みを併せ持つ日本の繊維産業であるが、昨年来、中国繊維産業の量から質への転換による国際競争のハードルアップ、原油高騰による高コストの構造化、そして国内衣料品マーケットのデフレの継続によって、繊維企業の多くは原料高の製品安で採算が悪化している。川中繊維企業は、川下アパレル・小売業界への価格転嫁に努力しているが、現状では抵抗が強く、今後も経営力の弱い企業の廃業が避けられず、再度構造調整の危機を迎えている。

疲弊が進む国内繊維産地であるが、その中で若手経営者の活躍による自己革新の動きが注目される。オリジナル技術の構築(1)、オンリーワン商品の開発(2)、産学官連携による先端技術の開発(3)、マーケットインの強化(4)、欧米ブランドメーカー等に対する売り込み促進(5)等に取り組む企業が増えており、一部の企業では成果が現れて高収益化するなど、甦りの兆候が出始めている。このような革新的な動きが業界の一部に出て来たことは、日本の繊維産業が新たな先進国繊維産業として生まれ変わる心強い胎動と言えよう。以下、グローバルの視点を加えながら、国内繊維産地の動向と課題について要点を記述する。

自己革新の動き（事例紹介）

- (1) 第5章 先進事例に掲載した、5-1 項の「オールインワン・タスク」染色技術（336 頁）、5-16 項の「世界一流の高品質工場宣言」（384 頁）
- (2) 同 5-3 項の高品質分繊糸（341 頁）、5-4 項の経 FY 緯スパン交織織物（345 頁）、5-13 項の天然こだわり商品の 25 ヶ国展開事例（376 頁）
- (3) 同 5-7 項の国内他産地との連携や欧州企業との連携事例（354 頁）、5-11 項の大学との共同研究事例（369 頁）、5-17 項の炭素繊維複合材料先端技術＝(2)にも通ずる（388 頁）、5-19 項の自立支援事業・CBF を活用した他産地企業との連携（394 頁）
- (4) 同 5-6 項の(3)も備えた官学連携の新連携事例（351 頁）、同 5-14 項の 4 社による「和」のテイストと「洋」のデザインの総合事例（379 頁）、5-15 項のオーダーメイドジーンズと伝統的繊維技術のコラボ（381 頁）
- (5) 同 5-8 項の自社ブランドの米国展示会への出展事例（357 頁）、5-9 項の自立支援事業を活用した欧米ブランド開拓（361 頁）、5-10 項の JC、自立化事業を活用した欧州一流ブランドへの売り込み事例（364 頁）、5-12 項のイタリアモデル導入による海外展開事例（373 頁）

1-2 世界繊維産業の国際競争の動向とわが国繊維産地の推移

1-2-1 国際競争の推移と先進国の構造変化または変動調整

繊維産業は、人類生存の根本である衣食住の一端を担う最も古い産業であると同時に、人々の生活文化を豊かにするファッション産業であり、炭素繊維、アラミド繊維等の複合材料の開発は、材料革命を先導する先端分野の一端を担っている。

世界繊維産業の国際競争の歴史を振り返ると、3つのステージに分類される。第1ステージは、1910年～85年の75年間の「先進国の合理化・高付加価値化対策」と「発展途上国の低賃金」との対決の時代である。第2ステージは、86～99年の「世界繊維センターの東アジア繊維産業」と「その他地域繊維産業」の対決の時代、そして第3ステージは2000年～現在で、「中国繊維産業」と「その他諸国繊維産業」の対決の時代である。

この激動の国際競争の中で、先進国繊維産業において、先ず英国ランカシア産地の崩壊の悲劇が生じ、米国は MFA（多国間繊維取極）の繊維輸入規制対策が功を奏して 2000 年前後まで何とか持ち堪えたものの、その後輸入規制枠の削減とともに規模縮小が進み、90～2005 年の 15 年間の織物生産は 38%減少している。他方、イタリア、フランス、ドイツの産地は比較的健闘している。厳しい発展途上国の追い上げを受けて規模縮小を余儀なくされているものの、ファッションとハイテクで頑張っており、90～2005 年のテキスタイル生産はイタリアが 11%の減、フランスが 43%の減、ドイツが 46%の減産になっている。日本の繊維産業は、東アジア地域の熾烈な国際競争の波に巻き込まれ、90～2005 年の織物生産量は 69%減と、先進国の中で最も厳しい生産減に見舞われている。

1-2-2 わが国繊維産地の推移

わが国繊維産地の発展過程のポイントを国際競争の視点から整理すると次の通りである。

① 概要

わが国繊維産地の萌芽は詳らかでないが、奈良時代に朝廷が主要地域に絹織物の製造を命じたことが「続日本紀」等の記述に見られる。室町時代中期には、綿が琉球から薩摩を経て本州に広まり、江戸時代には太平洋側を主体とした綿織物産地の原型が形成された。また、明治時代の半ばには、尾州産地において毛織物の生産が着手され、同時期に関東・北陸地域では欧米向け絹羽二重織物産地が形成された。大正・昭和戦前時代は、綿織物工業とレーヨン織物工業が関西・東海・北陸の各産地を中心に飛躍的に発展、日本の低コストの良質な織物の輸出拡大は、世界最大の英国繊維産業の斜陽化を引き起こす一因となった。

② 戦後復興期から全盛期

戦後の繊維産地の動向は、大きく分けて 1945～54 年の戦後の復興期、55～74 年の高度成長期、75～92 年の成熟期、93～現在の斜陽期の 4 段階に分類される。

戦後復興期には、外貨獲得で日本経済の復興に大きく寄与、高度成長期は合繊工業の発展、ニット・レース工業、細幅資材工業、縫製業の成長によって、わが国の繊維産地の拡大が進み、70 年代前半には全盛期を迎えた。高度成長期の各繊維産地の動向は、静岡、愛知、大阪、岡山、兵庫等の綿織物産地が、別珍・コール天、ファンシー変り織、インテリア資材、寝装資材、厚地ワーキング、デニム、先染等、それぞれ得意分野で発展した。タオル織物は愛媛、大阪、毛織物は岐阜、愛知の尾州産地及び大阪泉州産地が世界的高品質産地となり、絹織物は京都、北陸、新潟、関東等の日本海側の産地を中心に成長した。化合繊長繊維織物は平織・ドビー織物の量産品が北陸、小ロットの高級婦人服用のジャカード織物は桐生、米沢等の関東、東北の産地が主力産地として発展した。

ニット関係は、短繊維丸編が和歌山、大阪等で大産地を形成、長繊維丸編は北陸、新潟産地に集中、経編・編レースは足利、北陸等で成長した。繊維資材は、マーク、リボン、ゴム入り等の長繊維細幅織物が北陸、テープ、ベルト、ゴム紐、畳縁等の短繊維細幅織物は、静岡、愛知、岡山、広島等で産地が発展した。縫製産地は、テキスタイル集散地の東京、名古屋、大阪及び岐阜、兵庫等を中心に拡大、その後比較的人件費の安い東北、九州等で工場設立が相次ぎ、全国各地に縫製工場が広がった。

③ 第 1 次石油危機から現在まで

1974 年の第 1 次石油危機を契機に、高度成長期から成熟期へ転換、全国各産地は設備近代化による合理化路線から、商品開発を中心とした知識集約化へのシフトを進めた。また、革新織機、編機、撚糸機、染色機、工業用ミシンの性能が世界トップクラスになり、その結果、わが国テキスタイル産地、縫製産地の技術力・商品開発力は欧米諸国と肩を並べる水準に達した。80 年代に入ると、東アジア繊維産業が急速に発展、1985 年のプラザ合意に伴う急激な円高によって、全国各産地は国際競争力の弱化が進み、大幅な内需転換を実施した。

1993 年のバブル崩壊以降、国内縫製業の中国、アセアンへの工場移転が増加、95 年の

超円高もあって衣料品輸入が急増し、この影響を受けてテキスタイル産地は軒並み大幅な減産となった。2000年代に入ると、中国繊維産業が大増設を実施、国際競争力の弱い企業の倒産・廃業が急増、全国の各産地はバブル崩壊後の「失われた10年」の間に5割の規模縮小に見舞われた。

わが国繊維産業は、過去に経験したことのない塗炭の苦しみを余儀なくされたが、その混乱の渦の中で、東アジアと競合する量産品・不採算商品からの思い切った撤退、経営規模の縮小等の徹底したリストラ対策が実施された。また、企業毎の得意分野への生産特化、多品種・小ロット生産・クイックデリバリーの構築等の懸命なサバイバル対策が行われ、その結果、2003年前後からオリジナル技術開発に基づく高感性・高機能テキスタイルを製造する企業の国際分業が明確になり、若手経営者の企業を中心に収益改善が進み、2005年以降やや落ち着きが出て来ている。

参考までに、各織物の生産ピーク時を示すと図表1の通りである。綿織物、レーヨン短繊維織物は、戦後早くから中国、インド、パキスタン等の追い上げが始まり、60年には生産がピークになり、70年前後には合繊短繊維織物、毛織物の生産がピークを迎え、短繊維織物の減産は70年代後半から徐々に進行した。レーヨン・アセテート長繊維織物は、合繊長繊維織物との繊維間競合が強まり、レーヨン長繊維織物は64年、アセテート織物は69年にそれぞれピークに達した。合繊長繊維織物は、70年代後半から韓国・台湾の追い上げが始まり、高速ジェット織機の導入によってコスト競争力の強化を図り、84年には生産がピークに達した。しかし、85年の円高で競争力が落ち、韓国・台湾・アセアン・中国のジェット織機の大量導入もあって、93年以降厳しい減産に見舞われた。また、ニット業界は、高度成長期に目覚ましい発展を遂げ、75年前後に丸編機、経編機、横編機の設置台数がピークに達した。しかし、80年代の韓国、台湾からのニット製品の輸入急増、90年代の中国からの輸入急増によって、その後急速に規模縮小に向かった。

図表1 わが国織物生産量・設備台数推移

区分	過去最高		高度成長末 (1974年)	円高ショック (1985年)	バブル(A) (1990年)	中国大増設 (2000年)	2006年 (B)	B/A	
	年	生産・設備							
織物合計	1970年	7,749,807	6,373,684	6,325,861	5,587,170	2,644,976	1,736,816	-68.9%	
織物 生産 千 ㎡	綿織物	1961年	3,383,223	2,163,484	2,060,873	1,765,218	663,598	399,697	-77.4%
	毛織物	1972年	478,619	356,618	325,601	334,935	*98,914	*70,817	-78.9%
	ビスコース織物	1957年	1,135,517	545,580	476,306	429,776	181,067	95,783	-77.7%
	合繊短繊維物	1970年	1,459,599	1,244,087	1,391,758	1,053,683	459,221	287,142	-72.7%
	絹織物	1959年	221,586	166,550	114,538	83,664	33,444	17,122	-79.5%
	レーヨン長繊維物	1964年	887,099	339,820	179,998	197,909	60,104	38,211	-80.7%
	アセテート織物	1969年	177,341	102,934	62,989	70,644	31,954	26,298	-62.8%
	合繊長繊維物	1984年	1,861,222	1,377,437	1,657,822	1,614,201	1,113,528	795,754	-50.7%
設備 台	綿スフ織機	1974年	356,666	356,666	255,541	182,173	53,664	27,814	-84.7%
	絹人織織機	1974年	316,491	316,491	212,460	170,680	62,932	41,565	-75.6%
	毛織機	1972年	33,624	33,050	25,165	21,891	*5993	*3112	*
	丸編機	1974年	23,352	23,352	15,997	13,760	7,622	5,717	-58.5%
	経編機	1976年	1,734	1,639	1,393	1,114	906	873	-21.6%
	横編機	1974年	33,560	33,560	18,177	16,578	8,065	4,563	-72.5%
	工業用ミシン	1980年	231,357	216,791	223,971	227,622	155,859	97,528	-57.2%

(出所) 経済産業省「繊維(生活)統計年報」

(注1) 設備統計は、織機が従業者10人以上の工場、編機は従業者20人以上の工場、工業用ミシンは従業者30人以上の工場。

(注2) 毛織物の生産統計は、2000年以降、調査対象工場の削減により1999年以前と不連続。(*)印。

1-2-3 繊維区分別の変化

図表1で1990年から2006年の縮小率を見ると、綿織物が77.4%減、毛織物78.9%減、合繊短繊維織物72.7%減と太平洋側の天然繊維織物の生産規模が4分の1に縮小、日本海側の合繊長繊維織物は50.7%減、レーヨン長繊維織物は化繊メーカーの生産撤退によって80.7%減となった。ニット関係の設備（従業者20人以上の工場）は、丸編機がスパンニット産地の縮小幅が大きく58.5%減、経編は車両資材等の産業資材及びインナーの健闘で減少率が低く21.6%減、横編機はニット製品の輸入急増の影響をもろに受けて72.5%減、縫製関係は工業用ミシンの設置台数（従業者30人以上の工場）が57.2%減少している。

1-3 繊維産地の規模縮小の問題点と繊維産地の対策

産業の衰退現象は、一般的に斜陽化と表現されるが、それは多分に感覚的に捉えられている。データで斜陽化を判断する方法としては、経済産業省の工業統計表の事業所数、従業員数、製造品出荷額の3つのデータが減少に陥った状況をもって判断するのが最も簡易な方法と言われている。

図表2は、1975年以降の事業所数、従業者数、製造品出荷額の推移を工業統計表のデータで示したものである。事業所数、従業者数は70年代から減少に転じ、製造品出荷額は高付加価値化の進展によって91年にピークに達した。3つのデータが揃って本格的な減少局面に入ったのは93年であり、この年をもって斜陽期入りしたと判断される。工業統計表はニットの品目分類が94年に行われ、統計が不連続になったことから、1995～2005年の過去10年間の事業所数、従業者数、製造品出荷額を見ると、繊維工業（テキスタイル）の3つのデータは何れも48%前後の減少を示し、衣料・その他繊維品製造業は事業所数が48%減、従業者数と製造品出荷額は58%前後の減となっている。業種別の出荷額では、織物業57%減、ニット業44%減、染色加工業52%減、撚糸・仮撚業56%の減少である。

以上のように、わが国繊維産業の規模縮小は10年間で半減したが、この原因と繊維産地がこれまで行ってきた対策を整理すると以下の通りである。

図表2 繊維産業の事業所数・従業者数・製造品出荷額の推移

(単位：従業者数＝人、製造品出荷額＝億円)

区 分		1975年 成熟期に 突入	1991年 バブルの ピーク	1995年 斜陽化の 深化	2000年 中国の大 増設開始	2005年 国際分業 の構築	過去10年 間の変化 05/95年
繊維工業合計	事業所数	114,111	75,975	47,842	34,817	24,235	-49.3%
	従業者数	995,669	611,488	326,984	229,742	167,010	-48.9%
	製造品出荷額	64,573	82,881	44,459	31,620	23,294	-47.6%
紡績業	事業所数	1,206	736	603	566	375	-37.8%
	従業者数	155,211	52,774	30,635	16,956	10,610	-65.4%
	製造品出荷額	12,093	8,744	4,767	2,630	1,488	-68.8%
撚糸・仮撚業	事業所数	10,372	7,474	6,150	4,243	2,642	-57.0%
	従業者数	52,708	31,722	25,666	17,756	11,098	-56.8%
	製造品出荷額	2,527	2,672	2,170	1,480	957	-55.9%
織物業	事業所数	58,410	29,602	21,686	14,607	10,219	-52.9%
	従業者数	299,192	133,314	93,170	61,476	43,305	-53.5%
	製造品出荷額	17,127	17,675	11,524	7,384	4,959	-57.0%
ニット生地 製造業	事業所数	17,985	17,864	*3,109	*2,279	*1,408	-54.7%
	従業者数	203,491	193,470	*16,100	*12,241	*8,573	-46.8%
	製造品出荷額	12,299	21,935	*2,539	*1,884	*1,433	-43.6%
染色整理業	事業所数	9,774	7,737	6,474	5,247	3,880	-40.1%
	従業者数	147,697	102,130	83,988	59,411	42,880	-48.9%
	製造品出荷額	10,151	15,350	11,152	7,858	5,397	-51.6%
その他	事業所数	16,364	12,562	9,820	7,875	5,711	-41.8%
	従業者数	137,370	98,078	77,425	61,902	50,544	-34.7%
	製造品出荷額	10,376	16,505	12,306	10,385	9,060	-26.4%
衣服・その他 繊維品製造業	事業所数	43,194	50,952	*56,546	*45,461	*29,328	-48.1%
	従業者数	530,802	625,621	*644,258	*432,685	*273,720	-57.5%
	製造品出荷額	21,802	51,078	*53,770	*36,743	*22,242	-58.6%
化学繊維製造業	事業所数	76	117	105	96	63	-40.0%
	従業者数	62,633	25,889	23,247	17,533	8,080	-65.2%
	製造品出荷額	7,662	10,080	8,778	7,304	4,537	-48.3%
合 計	事業所数	157,381	127,044	104,493	80,374	53,626	-48.7%
	従業者数	1,589,104	1,262,998	994,489	679,960	448,810	-54.9%
	製造品出荷額	94,037	144,039	107,007	75,668	50,072	-53.2%

(出所) 経済産業省「工業統計表」

(注1) 上記統計は、繊維工場全数調査のデータ。

(注2) ニット業および衣服・その他製造業の*は、ニット衣料が1993年までニット業に含まれ、1994以降は衣服・その他製造業に含まれ、統計が不連続であることを示す。

1-3-1 東アジア地域の激しい国際競争と日本の国際分業対策

東アジアの国際競争は、1980年代後半から韓国、台湾、アセアン、中国が目覚ましい設備増設を行い、東アジア地域が世界の繊維センターに躍進、各国間の激しい競争が展開された。2000年代に入ると、中国が第10次5ヵ年計画の下に、合繊プラント、紡績機、革新織機、編機、染色機の大増設を行い、2006年には世界のテキスタイル生産の過半を占めるに至った。参考までに、中国の過去10年間(1995～2005年)の増産率を算出すると、綿糸2.4倍、綿織物1.6倍、合成繊維6.0倍、合繊長繊維織物5.9倍と急拡大を示している。中国の大増産・輸出増に対して、韓国、台湾、アセアンの繊維産業は、停滞もしくは斜陽化を余儀なくされ、日本も地理的に近いこともあって競争の渦に巻き込まれ、前述のごとく大幅な構造調整を強いられた。

繊維産業の国際競争の勝敗を決する主な要素は、「コスト競争力」、「品質」、「技術開発力」、

「消費者訴求力」、「時間対応」の 5 つで構成されている。わが国繊維産業が縮小した最大の要因は「コスト競争力」の喪失である。日本の人件費、エネルギーコスト、物流費等は世界の中で最も高く、業界は省エネ対策に総力を挙げ、政府も電力・水道等の料金の低減に努めているものの、そのギャップは余りにも大きく、今もって深刻なコスト差が残っている。

「品質」は、染色堅牢度等の物性、無欠点、リピート対応能力、品位、風合等であるが、日本は世界で最も強い競争力を持っている。「品質」が価格面でどの程度有効であったかを、合繊長繊維織物の輸出で検証すると、例えば同一規格の擦糸織物の場合、日本品と韓国品の価格差が 15～20%までであれば、バイヤーは日本の品質を評価して発注し、それ以上の価格差になると韓国品に流れるケースが過去において見られた。多くの量産品は、アジア内の厳しい競争によって価格が大幅にダウンし、日本品との価格差が 3 割以上開き、日本はこの分野から全面撤退を余儀なくされて来ている。

日本の国際分業対策の中で、効果的であるのは「技術開発力」と「消費者訴求力」、「時間対応」の 3 つである。日本の大手・中堅企業の高機能・先端分野の「技術開発力」は、世界のトップクラスの開発力を有しており、特に北陸産地を主体としたカーシート、エアバッグ等の自動車内装資材、電磁波シールド材・電気部品印刷用ハイメッシュ・研磨布等の情報家電資材、土木建築資材、航空・宇宙関連資材等の産業資材、細番高密度・超薄膜コーティング加工等の高機能テキスタイルは、東アジア競合国との一定の距離を保っている。また、中小繊維企業のオリジナル技術に基づく小ロット高感性のオンリーワン商品の開発、すなわち「消費者訴求力」は、大規模経営を主体とする東アジア競合国との分業に有効な手段となっている。クイック開発、クイック生産、クイックデリバリーの「時間対応」は、国内ビジネスにおいて非価格競争力として有効に働いており、特に縫製業の 1 週間以内のデリバリーは川下アパレル・小売業界の天候不順等のリスク軽減に大きなプラスとなっており、一部に海外縫製から国内縫製への回帰が出ている。一方、テキスタイル輸出の「時間対応」は、韓国等の近距離国向けには有効であるが、欧米・中東等の遠距離の地域は、航空便はコストが高く、船便では輸送時間がかかることもあって、効果は余り出していない。

特筆すべきことは、90 年代末から急速に進んできた多品種小ロット生産が、国際分業対策として予想外の大きな効果を示したことである。多品種小ロット生産を行うには、商品開発の的中率を考えると非常に多くの開発点数が必要とされる。日本の夥しい開発によって、東アジア競合国はどの商品をコピーすれば儲かるのか判断できず、過去の日本後追い型のコピー戦略が困難になっている。

1-3-2 衣料品輸入の急増と国産品の QR・マーケットイン対策

日本の衣料品輸入の急増問題は、東アジア諸国の縫製業の発展と密接に連動して来ている。東アジアの縫製業が欧米向け中級品生産基地として確立したのは、60 年代後半の韓国、台湾、香港の極東三国縫製の成長によるものであった。70 年代後半には、香港縫製の中国

広東省への工場シフトによって、中国の欧米向け衣料品輸出の基礎が築かれ、同時期にアセアンの縫製企業の拡大と品質レベルが徐々に高まり、東アジアが世界の縫製センターに躍進した。

日本の衣料品輸入は、国内消費者の厳しい品質要求もあって、80年まで輸入比率は先進国の中で最も低率で推移してきた。しかし、85年の円高を契機として、韓国・香港等からの輸入が増加、93年春先から円相場の高進が始まり、これを引き金として国内アパレルメーカーの輸入戦略が強化され、国内縫製工場の中国への急激なシフトもあって、衣料品輸入の急増が始まった。図表3は、85年以降の衣料品輸入量、国産衣料の生産量及び輸入比率を示したものである。この表の国産衣料の生産は、従業者30人以上の工場の衣料生産量であり、29人以下の小規模零細工場の生産量が含まれておらず、輸入比率が高めに表示されている。輸入比率の推移を見ると、85年の25.8%（29人以下の工場の生産量を加えた推定輸入比率は約15%）は、90年には49.9%（同、約35%）にアップ、その後輸入比率は急速に上昇して95年71.1%、00年85.7%、06年94%（同、約90%）に達している。なお、衣料品輸入の国別シェアは、中国が90%と圧倒的な比率を占め、残りの10%は韓国、香港、アセアン、インド、欧米等の衣料品となっている。

以上のように、数量ベースの国内衣料品市場の構成比は、輸入衣料品が9割、国産衣料品が1割というシェアで、国内繊維産地としては極めて憂慮すべき状態である。しかし、金額ベースになると国産品のシェアは大幅にアップする。

図表3 国内衣料品（外衣+下着）市場の数量ベースの推移

	供給合計 千点	国産衣料品 千点	輸入衣料品 千点	国産比率 %	輸入比率 %
1985年	1,514,110	1,123,031	391,079	74.2	25.8
1990年	1,945,259	973,663	971,596	50.1	49.9
1995年	2,941,801	833,125	2,108,682	28.3	71.7
2000年	3,578,932	510,622	3,068,310	14.3	85.7
2001年	3,564,537	424,096	3,140,441	11.9	88.1
2002年	3,348,319	363,221	2,985,098	10.8	89.2
2003年	3,558,337	311,692	3,246,645	8.8	91.2
2004年	3,749,484	282,122	3,467,362	7.5	92.5
2005年	3,804,333	246,248	3,558,085	6.5	93.5
2006年	3,866,346	231,728	3,634,618	6.0	94.0

（出所）経済産業省「繊維（生活）統計年報」、財務省「貿易月表」

（注1）国内市場投入計＝国産衣料品＋輸入衣料品

（注2）国産衣料品は、従業者30人以上の工場の生産データ。

図表4は、国内衣料品市場の金額ベースの規模（国産出荷額＋輸入額－輸出額）を示したものである。2005年の国内衣料品市場規模は3兆3,550億円で、輸入衣料品は2兆1,190億円、63%のシェア、国産衣料品は1兆2,660億円、37%のシェアであり、これが小売店頭の上代価格ベースになると3～4倍の大きな市場規模になっている。

図表4 国内衣料品市場（外衣+下着）の金額ベースの推移

(単位：10億円)

		1997年	2000年	2002年	2003年	2004年	2005年
国産品 出荷額	布帛外衣	1,939	1,371	991	908	837	769
	ニット外衣	796	558	407	388	327	315
	下着	420	327	219	212	193	182
	計	3,156	2,256	1,617	1,509	1,357	1,266
輸入額	布帛外衣	864	879	949	964	977	1,011
	ニット外衣	656	663	643	677	737	801
	下着	245	281	284	284	290	306
	計	1,766	1,822	1,875	1,926	2,005	2,119
輸出額	布帛外衣	17	15	14	13	15	15
	ニット外衣	7	8	16	19	22	12
	下着	3	3	3	3	3	3
	計	26	26	34	35	40	30
国内市場 総額	布帛外衣	2,786	2,235	1,925	1,859	1,799	1,765
	ニット外衣	1,446	1,212	1,034	1,047	1,043	1,105
	下着	663	605	500	492	481	486
	計	4,895	4,053	3,458	3,400	3,323	3,355
輸入比率	布帛外衣	31.0%	39.3%	49.3%	51.9%	54.3%	57.3%
	ニット外衣	45.4%	54.7%	62.2%	64.7%	70.7%	72.5%
	下着	37.0%	46.4%	56.8%	57.7%	60.3%	63.0%
	計	36.1%	45.0%	54.2%	56.6%	60.3%	63.2%

(出所) 経済産業省「工業統計表」、財務省「貿易月表」

(注1) 国内市場総額＝製造品出荷額+輸入額-輸出額

(注2) 各データは、10億円未満を四捨五入しているため計が合わない。

国産衣料品は、金額ベースで大きな市場規模を持ちながら、全国の繊維産地が低収益に甘んじているのは、① 国内衣料市場のデフレの継続によって衣料品の小売価格が低迷していること、② 生産・流通におけるロスの問題等の非効率な供給体制の残存が主因となっていることによるものである。後者については、1990年代後半から国の繊維ビジョンの提言に従って、最終マーケットと分断された生産・流通構造の是正と各段階における在庫削減、実需対応型への転換による見込み発注・生産の縮小、返品等の取引の改善、生産リードタイムの短縮等のQR(クイックレスポンス)、マーケットイン、自立化対策に取り組んで来ている。QR、マーケットインの進捗については、産地間、企業間、業種間に格差が出ているものの、過去10年間にかなり促進されてきている。しかし、繊維企業の収益改善に結び付くには今一步の状況となっている。

ちなみに、テキスタイル業界の川下へのマーケットイン・自販の実情について述べると、関東、東北の横編産地は、比較的早くから東京の間屋、アパレルメーカーへの売り込みを展開、90年代後半以降には、愛知、岐阜、和歌山、大阪の丸編業界の東京市場への売り込みが積極化するなど、ニット産地の主力企業を中心にマーケットインが先行している。他方、織物産地の自販は遅れ、全国織物生産量の5割弱を生産する北陸化合繊長繊維織物産地は、生産量の4割を合繊メーカーの委託加工生産に依存、北陸を含む播州、尾州、浜松等の各産地の中小織物企業も、一部の企業で自販が進んでいるが、未だ産元商社の委託生産に依存している。ただし、02年度から実施された国の自立支援事業は、同事業に参加しなかった中小織物企業にも大きな刺激を与え、各産地の若手経営者の企業を中心にオリジ

ナル商品の自販への努力が始まり、ジャパン・クリエーションの展示会がそれを後押しするなど、業界の自助努力と政府の支援の効果が徐々に現れてきている。

1-3-3 国内縫製業の空洞化と持ち帰り輸出対策

輸入衣料品の内訳を大別すると、① 中国、インド、パキスタン、韓国、台湾、アセアン等のテキスタイル使用の衣料品、② 委託加工減免制度による持ち帰り輸入の衣料品、③ ヨーロッパブランド品の3つに分類される。②の持ち帰り輸入とは、国内縫製企業の中国等の海外縫製基地へのシフトによって、日本の縫製技術が現地企業に浸透、委託加工減免制度（日本からテキスタイルを海外縫製企業に輸出し、縫製加工して日本に持ち帰るとテキスタイル相当分が無税扱い）を活用して衣料品を輸入することである。1990年代の持ち帰り輸入衣料は、日本から中国に持ち込まれるテキスタイルが定番品中心であったために、主に量販店の中級ゾーンの商品として販売された。しかし、2000年代に入ると日本人技術者の指導する中国の縫製企業の技術水準が、日本と遜色ないレベルに到達、それと同時に日本から持ち込まれるテキスタイルがグレードアップして、ミドル高級品の差別化定番の使用が主体となり、国内の量販店の高級ゾーン及び百貨店のリーズナブルプライスゾーンの店頭に大量に並べられるようになった。その結果、国内衣料品マーケットの構成は、トップ高級ゾーンがヨーロッパのブランド品、高級ゾーンが国産品、ミドル高級ゾーンが国産テキスタイル使用の持ち帰り品、中級品が韓国・台湾・中国等の良質テキスタイル使用の中国産衣料、低級品は中国等の低品質テキスタイルを用いた中国等のアジア品の5層構造となっている。

ちなみに、加工再輸入減税制度（持ち帰りビジネス）は、70年代に西ドイツが賃金の安い東欧縫製を活用することで始まり、その後、EU全域、米国に拡がり、米国はカリブ海縫製とNAFTAによるメキシコ縫製の活用によって、米国南部テキスタイル産地のサバイバルを図っている。日本の繊維業界も、93年の国の繊維ビジョンに基づいて官民一体となった取り組みを行い、持ち帰りビジネスが順調に拡大している。織物の持ち帰りビジネスの推移を中国について見ると、図表5の通りである。中国向け輸出比率（中国向け輸出／国内染色加工量）は90年の2.3%から2000年には18.6%の8倍に急増、2006年には26.5%に拡大している。中国向け織物輸出に占める持ち帰りの比率は、概ね7割前後と推定されており、この中国を中心とした加工再輸入減税制度は、国内繊維産地の規模縮小緩和の方向に作用している。

図表5 過去21年間の織物生産・染色加工量と輸出量の推移

(単位：千㎡)

区分		1985年	1990年	1995年	2000年	2006年
織物合計	生産量	6,325,861	5,587,170	3,803,591	2,644,976	1,736,816
	染色加工量(A)	6,412,995	5,877,299	4,468,537	3,402,709	2,338,865
	輸出量	2,649,383	1,384,777	1,153,893	1,494,545	1,225,416
	中国向け輸出(B)	104,389	134,594	424,908	632,688	618,750
	比率(B/A)	1.6%	2.3%	9.5%	18.6%	26.5%
綿織物	生産量	2,060,873	1,765,218	1,029,281	663,598	399,697
	染色加工量(A)	1,878,802	2,008,168	1,551,662	1,114,577	672,152
	輸出量	450,877	456,727	377,204	334,576	315,623
	中国向け輸出(B)	4,612	43,865	105,152	169,548	165,280
	比率(B/A)	0.2%	2.2%	6.8%	15.2%	24.6%
毛織物	生産量	325,601	334,935	249,262	98,153	70,817
	染色加工量(A)	350,209	341,773	257,893	174,512	112,958
	輸出量	26,335	30,514	47,369	58,968	49,597
	中国向け輸出(B)	781	8,047	28,945	44,869	39,500
	比率(B/A)	0.2%	2.4%	11.2%	25.7%	35.0%
合繊長織物	生産量	1,657,822	1,614,201	1,369,358	1,13,528	795,754
	染色加工量(A)	2,240,134	1,974,890	1,609,985	1,342,592	1,051,477
	輸出量	1,453,947	950,798	1,048,242	777,184	582,944
	中国向け輸出(B)	85,637	62,278	210,851	293,555	307,351
	比率(B/A)	3.8%	3.2%	13.1%	21.9%	29.2%
合繊短織物	生産量	1,391,758	1,053,683	680,233	459,221	287,142
	染色加工量(A)	1,364,367	973,689	677,864	520,876	371,815
	輸出量	504,647	210,482	171,167	166,444	447,965
	中国向け輸出(B)	9,982	14,433	57,975	76,796	73,173
	比率(B/A)	0.7%	1.5%	8.6%	14.7%	19.7%
レーヨン・アセ テート長織物	生産量	304,198	266,287	154,218	92,058	58,509
	染色加工量(A)	284,225	330,898	208,369	148,364	84,738
	輸出量	125,308	174,968	146,785	115,511	74,363
	中国向け輸出(B)	2,663	1,722	9,261	25,820	22,131
	比率(B/A)	0.9%	0.5%	4.4%	17.4%	26.1%
レーヨン短 織物	生産量	476,306	429,776	181,067	181,067	95,783
	染色加工量(A)	177,206	159,561	99,011	64,279	24,973
	輸出量	73,050	105,008	61,000	34,035	9,863
	中国向け輸出(B)	267	3,485	10,817	18,017	5,887
	比率(B/A)	0.2%	2.2%	10.9%	28.0%	23.6%

(出所) 経済産業省「繊維(生活)統計年報」、日本繊維輸出組合「TEXTILE EXPORT JAPAN」

1-3-4 円相場の高進と裏目に出た内需転換対策

わが国テキスタイルの輸出比率(輸出/国内染色加工)は、2006年実績で織物が52%(輸出量12億2,542万㎡/国内染色加工量23億3,887万㎡)であり、そのうち中国向け比率が26%、中国を除くその他地域向けが26%である。ニット生地は輸出比率は36%(輸出量1億8,887万㎡/染色加工量5億1,752万㎡)であり、中国向け比率が20%、中国を除くその他地域向けは16%となっている。(図表6)

図表6 過去7年間のわが国のテキスタイル染色加工量及び輸出量の推移

(単位：千㎡)

区 分		2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年1～10月	
									数 量	前年比
織物合計	染色加工量 (A)	3,402,709	3,159,088	2,808,018	2,619,017	2,469,016	2,328,387	2,338,865	1,873,302	-3.4%
	輸出量 (B)	1,494,545	1,446,966	1,404,165	1,317,690	1,295,839	1,220,280	1,225,416	947,422	-4.1%
	中国向け輸出 (C)	632,688	680,832	637,776	644,183	651,281	617,758	618,750	456,510	-7.5%
	その他向け輸出	861,857	766,134	766,389	673,507	644,558	602,522	606,666	490,912	-0.7%
	輸出比率 (B/A)	43.9%	45.8%	50.0%	50.3%	52.5%	52.4%	52.4%	50.6%	***
	中国比率 (C/A)	18.6%	21.6%	22.7%	24.6%	26.4%	26.5%	26.5%	24.4%	***
綿織物	染色加工量 (A)	1,114,577	1,016,614	900,837	835,012	763,050	689,157	672,152	499,768	-10.1%
	輸出量 (B)	334,576	331,882	356,929	348,437	354,329	324,416	315,623	229,728	-8.6%
	中国向け輸出 (C)	169,548	175,547	172,258	185,354	181,826	170,395	165,280	112,216	-13.3%
	その他向け輸出	165,028	156,335	184,671	163,083	172,503	154,021	150,343	117,512	-3.5%
	輸出比率 (B/A)	30.0%	32.6%	39.6%	41.7%	46.4%	47.1%	47.0%	46.0%	***
	中国比率 (C/A)	15.2%	17.3%	19.1%	22.2%	23.8%	24.7%	24.6%	22.5%	***
毛織物	染色加工量 (A)	174,512	164,130	145,983	130,877	126,879	112,510	112,958	85,851	-9.3%
	輸出量 (B)	58,968	67,889	64,080	55,513	58,800	54,198	49,597	37,805	-8.4%
	中国向け輸出 (C)	44,869	52,284	50,193	44,466	47,289	41,863	39,500	28,999	-10.8%
	その他向け輸出	14,099	15,605	13,887	11,047	11,511	12,335	10,097	8,806	0.5%
	輸出比率 (B/A)	33.8%	41.4%	43.9%	42.4%	46.3%	48.2%	43.9%	44.0%	***
	中国比率 (C/A)	25.7%	31.9%	34.4%	34.0%	37.3%	37.2%	35.0%	33.8%	***
合繊長織物	染色加工量 (A)	1,342,592	1,257,575	1,130,726	1,070,409	1,032,013	1,010,114	1,051,477	874,123	1.0%
	輸出量 (B)	777,184	751,956	697,828	638,441	611,502	569,130	582,944	450,082	-5.3%
	中国向け輸出 (C)	293,555	332,114	297,028	297,672	305,923	296,103	307,351	233,394	-6.0%
	その他向け輸出	483,629	419,842	400,800	340,769	305,579	273,027	275,593	216,688	-4.6%
	輸出比率 (B/A)	57.9%	59.8%	61.7%	59.6%	59.3%	56.3%	55.4%	51.5%	***
	中国比率 (C/A)	21.9%	26.4%	26.3%	27.8%	29.6%	29.3%	29.2%	26.7%	***
合繊短織物	染色加工量 (A)	520,876	508,272	451,439	417,610	402,116	382,330	371,815	312,713	-0.7%
	輸出量 (B)	166,444	164,029	159,221	163,563	166,678	167,050	181,330	149,783	5.0%
	中国向け輸出 (C)	76,796	74,663	70,799	78,124	78,613	74,402	73,173	54,559	-4.7%
	その他向け輸出	89,648	89,366	88,422	85,439	88,065	92,648	108,157	95,224	11.5%
	輸出比率 (B/A)	32.0%	32.3%	35.3%	39.2%	41.5%	43.7%	48.8%	47.9%	***
	中国比率 (C/A)	14.7%	14.7%	15.7%	18.7%	19.5%	19.5%	19.7%	17.4%	***
ニット生地	染色加工量 (A)	751,980	699,230	655,891	627,378	579,619	518,481	517,517	426,421	-0.3%
	輸出量 (B)	***	***	***	170,558	177,748	181,659	188,870	***	***
	(B/A)	***	***	***	27.2%	30.7%	35.0%	36.5%	***	***

(出所) 経済産業省「繊維(生活)統計年報」、日本繊維輸出組合「TEXTILE EXPORT JAPAN」、日本化学繊維協会「繊維ハンドブック」

(注) 染色加工量は後染織編物の数量。輸出数量は後染織編物、先染織編物、生機の合計の数量。

図表5に戻って、織物輸出を詳細に分析すると、過去16年間、年間12億～15億㎡のほぼ横這いの輸出をキープしており、輸出比率は4～5割の高率を維持している。しかし、その内訳は大きく変化しており、1990年の輸出は、13億8,478万㎡のうち中国向け輸出が10%弱、その他地域向け輸出が90%強であったのに対して、2006年の輸出は12億2,542万㎡のうち中国向けが50%強、その他地域向けが50%弱と半々になっている。

すなわち、持ち帰りビジネスを主体とする中国向け輸出は、過去16年間に約4.5倍の伸びを示したものの、欧米、中東、アジア等への純輸出は半減している。純輸出が急減した要因は、①1993年春先から始まった円高が、1995年4月には1ドル80円割れの超円高になり、国内テキスタイル産地が一斉に内需転換を進めたこと、②東アジア競合国の革新設備増強によって国際競争が激化したこと、③テキスタイル輸出の専門商社の相次ぐ撤退や、世界に貿易網を張り巡らす総合商社の戦略転換(テキスタイル輸出部門の縮小とアパレル輸入部門の拡大)によるものである。しかし、円高対策としての内需転換の推進策は、前述のごとく国内縫製工場の海外縫製基地へのシフトで空洞化が進み、加えて国内衣料品

市場がバブル崩壊後の価格破壊で混乱するなど裏目に出てしまった。円相場は、1996年末には115円台に戻り、複合繊維テキスタイルの開発、機能加工技術の高度化等によって国際分業が進んだものの、商社の輸出体制の弱体化により純輸出の再復活は行われずに推移して来ている。

1-4 今後の展望と課題

1-4-1 マクロ面では先進国繊維産地に甦りのチャンス

繊維産業は、高機能テキスタイルの開発によって、寒暖に対して快適な衣料を供給するとともに、美しく着飾りたいという人間の欲求に応じて華麗な衣料を提供し、インテリアも含めてトータルな生活ファッション商品の中核産業としての位置付けを担っている。また、自動車・情報家電等の工業資材、土木建築資材、農業資材、安全防護資材等の産業資材を製造し、特に炭素繊維、アラミド繊維等のスーパー繊維の複合材料は、航空機、自動車等の先端材料開発の尖兵として重要な役割を果たしている。

さらに、世界人口は毎年8,000万人増加しており、加えて人口の4割を占めるBRICs諸国の目覚ましい経済発展による富裕層の急速な増加によって、繊維需要は大幅な量の拡大と高付加価値ゾーンの需要増が期待されている。また、地球温暖化に伴う砂漠化・水不足等の地球環境問題の深刻化が進み、繊維産業の緑化技術、水処理技術等に対して、環境技術として大きな期待が高まっている。

21世紀を展望すると、世界繊維情勢は、新たな繊維需要の増加をめぐって、量産分野は中国、アセアン、インド、パキスタン等のアジア繊維産業の国際競争が一段と厳しさを増すものの、他方、世界富裕層の高感性需要とハイテク高機能・産業資材、先端繊維分野は、先進国繊維産業の独占領域であり、先進国は20世紀の構造調整の歴史から大きく脱皮して、安定経営の時代が訪れるであろう。特に、富裕層向けの職人的技術集約度の高い高感性テキスタイルと、ニッチの微細加工技術が必要とされるハイテク高機能・産業資材、先端繊維分野においては、中小企業の独創的なオンリーワンの高度技術を持っているイタリア、フランス、ドイツ、日本等が有利であり、先進国中小企業繊維産地に新たな甦りのチャンスが到来している。

ちなみに、イタリア、フランス、日本の繊維産地の概況を見ると、イタリアの北部繊維産地は、ファッション・デザインのクリエーション、高度な職人技術による独創的な高感性商品の開発、多数のテキスタイルコーディネータの存在、インパナトーレの効率的なデザイナー・繊維企業間の有機的なオーガナイズ機能、海外に広く配置するエージェント等により、過去10年間(1995～2005年)にテキスタイル輸出は17%増、アパレル輸出は46%増加している。

フランスのオートクチュールを支えてきたリヨンを中心とするローヌ・アルプ地方の繊維産地は、衰退を打開する方策として、1990年代から高機能スポーツ、車輛資材、航空・

宇宙資材、防護資材等のハイテク高機能・産業資材産地に大きく転換、若い技術者の増加が進み、大学・繊維化学技術院・大手中堅企業の緊密な産学官連携が推進され、世界トップクラスのハイテク技術の開発によって産地の再生が促進されつつある。

日本の繊維産地も、前述のごとく 1990 年代末から西欧型の多品種・小ロット型産地に転換している。静岡、愛知、大阪、兵庫、岡山、愛媛等の綿・毛のспанテキスタイル産地、関東、東北の横編・複合繊維織物産地は、主にイタリア型のオリジナル技術による小ロットの高感性テキスタイルの開発を進めている。これら小ロット高感性テキスタイルは、産地毎に固有の「巧みの技」が構築されており、磨き上げられた職人のオリジナル技術と日本人特有の感性と品質へのこだわりは、ジャパルクオリティーとして世界から高く評価されている。また、北陸の石川産地はイタリア型の高感性を追求するとともに、近年は産業資材分野の育成にも力を入れており、福井産地は 1990 年以降、行政と業界が一体となってフランス型のハイテク高機能・産業資材への転換を積極的に推進している。

以上のように、長期のマクロの視点から見ると、わが国繊維産業は先進国繊維産業の一員として、その前途に一筋の光が差して来ている。しかし、目前のわが国繊維産業を取り巻く環境を見ると、全国繊維産地の存立を根底から揺るがす問題が表面化しつつあり、この環境変化の激変を乗り越えるには、わが国繊維産業は弱点を徹底的に改革するしかなく、真の先進国繊維産業としてサバイバルができるかどうかの大きな分水嶺を迎えている。当面の環境変化の要点をまとめると次の通りである。

1-4-2 当面の問題点

わが国繊維産業は、2006 年下半期から繊維産地を取り巻く環境が急速に厳しさを増しており、再び大きな岐路を迎えている。

① 高コスト構造

その環境変化の第 1 点は、原油価格の高騰に伴う電気・重油等のエネルギーコスト、染料・薬品等の諸資材のコスト、物流コスト等の上昇である。この高コスト問題は、原油の枯渇問題、BRICs 諸国の目覚ましい経済発展に伴う原油需給の逼迫、大量の投機資金の流入等から起こっており、今後長期にわたって継続する可能性が高い。また、国内の衣料品市場には、年間 38 億 6,635 万点、(2006 年)の外衣と下着が投入され、国民が消化できないオーバーサプライの構造問題を抱えており、そのため衣料品の価格はデフレ状態を続けている。したがって、川中テキスタイル業界がコストアップ分を川下に価格転嫁しようとしても、川下アパレル・小売業の抵抗が強く、原料高製品安によって繊維産地の収益が悪化している。

② 国際競争激化

第 2 点は、中国繊維産業がいよいよ「量から質へ」の大転換を始め、中級品以上のテキスタイルの国際競争が強まることである。中国のテキスタイル企業は、日本、韓国、台湾からの繊維技術者の雇用を強化しており、合繊糸の品質向上、テキスタイルの品質のレベルアップが着実に進んでいる。中国は人件費の高騰、人民元の切り上げ、輸出時の増値税

還付率の引き下げ、労働法の見直し、公害防止コストの増加等、大幅なコストアップが進行、また中国の低級品を主体としたテキスタイル輸出は、2005年から世界市場で飽和状態になり、中国繊維産業としては中級～ミドル高級ゾーンへの転換が不可避となっている。このような中国の本格的な品質アップ戦略は、第2ステージの国際競争の激化を招き、この中国の圧迫を受けた韓国、台湾、アセアン、インド、パキスタン等も、今後、一段の高付加価値化を推進することになり、わが国から中国に輸出されている加工再輸入用（持ち帰り用）テキスタイル輸出、欧米・中東等への純輸出は、厳しい対応を余儀なくされることになる。

1-4-3 わが国繊維産地の課題

国内繊維産地は、2003年前後に国際分業体制が整い、その後徐々に収益改善が進み、償却前の企業が大幅に減少、一部に高収益化した企業が見られるものの、大部分の繊維企業の採算はボーダーラインの低収益を余儀なくされている。このままの状態で推移するならば、前述のごとく中国の本格的な品質アップによる国際競争激化と、高コスト問題の長期継続によって、再度、繊維産地は大幅な構造調整に見舞われることになるであろう。

これに対処するためには、価格主張力の強い商品の開発と高価格を実現する販売体制の構築が最も重要な対策になっている。わが国繊維産地がイタリア、フランス、ドイツの産地に比較して価格主張力が弱く、そのため低収益を余儀なくされているのは、富裕層マーケットに対するグローバル販売が遅れていることと、商品のブランド力が弱いことが主因となっている。すなわち、イタリア、フランス、ドイツの高感性品、ハイテク高機能・産業資材、先端複合資材等は、EU域内ばかりではなく、米国、アジア、中東等の富裕層マーケットや自動車、情報家電等のハイテク企業に広範に販売されており、ブランド力もあって強い価格主張力を持っている。

他方、わが国繊維産地は、世界トップクラスの高感性・高機能商品、ハイテク産業資材等を開発しているものの、国内市場への依存度が高く、国内市場のみでは市場規模が小さく、そのため厳しい企業間競争が展開され、これが収益低下をもたらす大きな要因となっている。加えて国内の衣料品市場全体のデフレ傾向が価格主張力の低下に大きく拍車をかけている。また、日本の弱みであるブランド力の構築についても、世界の富裕層に売り込み、高い評価を得て初めて可能であり、グローバル販売の強化は不可欠の対策となっている。EUのブランドメーカーの間でジャパंकオリティの評価が高まり、アジアの近隣諸国の富裕層が増大している今こそ絶好のチャンスであり、製造業者の「工」と貿易を担う「商」が一体となったグローバル販売体制の構築に邁進しなければならない。

第2章のアンケート結果において、産地活性化への取り組みを聞いたところ、「他機関主催の展示会・求評会への参加」はテキスタイル産地で73.0%が実施しているとの回答であった。また、先進事例においても、海外一流ブランドへの素材供給や自社ブランド品の輸出展開を実践して成果を挙げている企業が多かった。

なお、産業構造審議会繊維産業分科会は、2007年5月に新繊維ビジョンの「繊維産業の

展望と課題 技術と感性で世界に飛躍するために「～先端素材からファッションまで～」と題して、中間とりまとめを策定、わが国繊維産業が取り組むべき課題と国の役割を簡潔に示している。その主な対策のポイントを示すと、次の通りである。

- ① 構造改善の推進として、産地企業の自立化、取引慣行改善や IT 活用による生産性向上、企業の再編・企業統合、中小事業者の総合支援拠点の整備等を促進する。
- ② 技術力の強化として、研究開発投資の重点化（政府の支援）、産学官連携による中小企業イノベーション拠点網の整備、異業種との開発協力を促進する産業クラスターの形成、技術流出対策等を推進する。
- ③ 世界に対する情報発信力・ブランド力の強化として、国内からの情報発信強化（日本ファッション・ウイーク（JFW）、ジャパン・クリエーション（JC）、TOKYO FIBER 等のアジア最高峰の情報発信拠点づくり）、海外市場の開拓等を推進する。
- ④ 国際展開の推進として、WTO/EPA 交渉等を通じた海外市場の障壁削減、国際展開のリスク軽減支援、知的財産保護の強化、世界の繊維産業との連携強化等を推進する。
- ⑤ 人材の確保・育成として、技術者・技能者、ファッション人材、国際事業展開に必要な人材等の確保・育成、資料館（アーカイブ）の整備、子供に対する産地・産業教育の実施等の人が育つ環境の整備を推進する。

以上の新繊維ビジョンで、わが国繊維産業の取り組むべき課題と国の役割が全て網羅されており、これらの課題を繊維業界が着実に対処すれば、世界のリーディングインダストリーとして、わが国繊維産地の再生が進むであろう。各繊維企業としては、新繊維ビジョンの指摘している項目を精査して、自社の経営資源を冷静に見直し、強みと弱みを洗い出すことが必要である。特に、繊維企業がグローバルに飛躍するためには、国内及び国際間の「企業連携」が今後の大きな課題と言えよう。

今回のアンケート結果（52 頁～）では、企業間連携しているとの回答が 37.3%あったが、「情報交流・収集」「商品企画・開発」「生産」の連携が多く、「仕入れ」「販売」の連携はまだまだのようであり、これからの進展が期待される。

繊維企業の高収益のポイントは、ハードルが高いが、企業規模の大小にかかわらず自社の強みを深掘りしてマイクロ分野で世界ナンバーワンになり、マーケットに感動を呼び起こすニッチオンリーワンの商品をクリエートすることである。そのためには、技術面で自社の足りない部分を大学、公設試験場等との連携によって解決することが必要である。特に大手・中堅企業のハイテク分野においては、西欧等の繊維企業とのグローバルな工程間連携を求めることも新たなクリエーションを行う上で有力な手段の一つである。また、ニッチオンリーワンの商品を可能な限り世界富裕層にグローバルに高価格で販売することが、高収益をより確実にできる方法である。そのためには、若手の経営者が商社等と連携しながら自らが海外へ出かけてバイヤーと直接のコンタクトを取り、バイヤーとの間に信頼できる人間関係を構築（連携）しながら、自社の技術力をアピールすることが販路の開拓と価格主張力強化の唯一の方策と言えよう。第 5 章の先進的な取り組み事例にいくつかの具

体的なヒントが示されている。

1-5 おわりに

最後に、「繊維産地間の連携」について述べて、本章のまとめとする。

わが国の繊維産地は、日本海側を主体とする長繊維テキスタイル産地と太平洋・瀬戸内を中心とする短繊維テキスタイル産地に大きく分かれている。繊維機械と繊維技術は長繊維と短繊維で異なり、また、全国各産地はそれぞれ特徴ある技術と生產品種を持っており、基本的には産地内で完結した分業体制を持っている。

繊維産地間の連携は、1990年代以降、企業の転廃業によって産地規模が大幅に規模縮小し、そのため小規模産地を中心として産地内の分業連携システムに支障が出始め、その補充を他の産地に求める動きが増加している。また、高付加価値推進のための産地間連携は、関東、東北の横編産地が早くから行っており、80年代には特殊加工の糸を求めて全国レベルでの他産地企業との連携が本格化した。90年代に複合繊維化の流れが強まると、日本海側長繊維産地と太平洋側スパン産地の間にも産地間連携が始まり、2000年代に入ると、織編企業の個々のオリジナル技術開発が進み、自社のオンリーワン商品を最高度の高感性、高機能に加工する方法として、国内の最良の染色企業との連携を模索する動きが本格化し、全国レベルの企業間連携へとシフトしている。他方、近年、インテリア等の分野では、EUの企業との間での生産・販売連携が始まり、ハイテク産業資材分野では、フランスのリヨン産地の産業資材企業との連携を技術面・販売面で模索する動きも始まるなど、国際産地間連携がスタートしている。このような、全国レベルでの企業間の生産連携と国際産地間連携の推進は、わが国繊維企業の持てる能力を最大限に発揮するための有効な手段として、今後ますます重要となろう。これらの連携を促進するためには、個々の企業の得意技術・商品を国内及びグローバルに紹介する企業要覧が必要である。一部の産地組合ではホームページで企業紹介を行っているが、全国の産地組合の積極的なサポートが求められている。