

繊維産業に係る平成21年度情報調査業務
「日本製織物の対中国市場輸出について」
調査結果報告書

平成22年2月



目 次

I. 事業概要

- 1. 目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2. 実施方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (1) 検討委員会の設置・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (2) 中国アパレル・SPA企業の実態調査・・・・・・・・ 3

II. 調査実施状況及び調査結果

第一部 文献調査

- 1. 中国の経済成長とアパレル消費・・・・・・・・・・・・ 6
 - (1) GDPの推移と見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 6
 - (2) 収入と国内消費の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 7
 - (3) 衣料品消費の推移・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 8
 - (4) 繊維消費の見通し・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
 - (5) 富裕層の増加と贅沢品消費・・・・・・・・・・・・・・・・ 9
 - (6) 中国における贅沢品の売上高・・・・・・・・・・・・ 11
- 2. 中国のアパレル市場・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
 - (1) アパレル市場の規模・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
 - (2) アパレル消費・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
 - (3) アパレル業界の状況及び最近の動向・・・・・・・・ 13
- 3. アンケート調査の対象の抽出・・・・・・・・・・・・ 14

第二部 アンケート調査

- 1. 調査方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
 - (1) 調査票の作成・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
 - (2) 調査票の配布・回収・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
- 2. アンケート調査結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
 - (1) 単純集計結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 17
 - (2) 解析・分析結果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 39

第三部 インタビュー調査

1. 調査方法	51
(1) 実施状況	51
2. 調査結果	52
(1) 調査対象について	52
(2) アパレルブランドの企画時期について	52
(3) 日本製生地に対する意見	52
(4) 共同開発について	53
(5) 中国ファッショントレンドについて	53

III. 結論と提言

1. 本調査の特徴	54
(1) 調査内容：具体的な商売を意識した内容	54
(2) 調査実務：中国アパレル業界の協力	54
(3) インタビュー調査	54
(4) 結果分析	54
2. 調査結果(結論)	55
3. 日本生地の中国進出に対する提言	55
4. 模倣品防止のための中国の法制度	57

IV. 添付資料

資料1. アンケート調査票 (中文/日文)	59/65
資料2. 調査回答社リスト	74
資料3. インタビュー調査記録	79
資料4. 意匠等保護についてのアドバイス	87
資料5. 調査協力団体リスト	93

I. 事業概要

1. 目的

近年中国での1人当たりの平均繊維消費量は、年率6.7%で成長し続けており、2010年には18Kgに達するとの試算もある（出所：中国国際貿易促進委員会紡織行業分会）。この中国市場のアパレル企業数は8万社を超えたとされており、少なくともこのアパレル企業総数の10%がブランド展開を行っていると言われている（出所：石獅日報2009年3月4日紙面）。このブランド展開を行う全国8,000社のアパレル企業のうち1~2割が高級ブランドを展開していると推測される。この800社~1,000社程度が高級織物のユーザーになり得ると見込まれる。

一方で中国国内製織物は、品質、デザイン性の面でまだこのユーザーのニーズを十分満たしておらず、高級ブランド、特に一級ブランド商品に使用する織物は輸入織物に依存している。こうした状況から、日本の織物製造業者、染色加工業者等が中国アパレル業界を適格に把握し、その行動パターン、ニーズ等に的確に、積極的に対応できれば、日本製織物が中国ブランドに数多く採用される事も可能と予想される。

このような状況にある中国市場は、以前から日本製織物の販路として期待されており、日本製織物の販路開拓のため、中国各地の展示会への出展が行われている。しかし、中国のアパレル業界の状況、動向に対し十分な理解がないまま、不用意に展示会へ出展する事で、競合する中国織物製造業者の目に日本製織物を曝す事となり、結果として中国織物製造業者への模倣品作成の機会提供となり、日本製織物の模倣品の作成が行われてしまう問題が生じている。この問題の防止対策として、中国アパレル、SPA企業の実態調査により、本当に日本製織物のユーザーとなり得る中国アパレル企業のリストの作成を行い、的確な企業の選定を行う等の対策が有効であると考えられる事から、中国アパレル・SPA企業の実態調査を行う事が望まれている。

以上の状況を踏まえ、日本製織物の潜在ユーザーである中国アパレル・SPA企業の実態、行動パターン、彼らが求める織物ニーズ等を調査し、調査結果の報告会を実施する事で、調査結果から作成した日本製織物の中国市場での模倣品問題の解決、販路開拓の可能性をより高いものとするための情報や提言を、日本の織物製造業者、染色加工業者等に周知する事を目的に事業を実施した。

2. 実施方法

(1) 検討委員会の設置

本業務では、事業全般のより効果的な実施のために検討委員会を設置し、アンケート調査、現地でのインタビュー調査、結果報告会の前後に合わせ、3回の委員会を開催した。委員会メンバー、開催時期等については以下の通りである。

① 検討委員会メンバー：

特に中国での市場調査であることから、中国の繊維産業関係者、中国のアパレル事情に精通した専門家、対中国織物輸出経験者を含めるものとした。

委員長	神田 範明	成城大学 大学院経済学研究科 経済学部経営学科 教授
副委員長	米良 章生	日本繊維輸出機構 代表
委員	鍵山 博哉	日本化学繊維協会 業務調査グループ 主任
〃	池田 喜好	日本綿スフ織物工業連合会 専務理事
〃	兼巻 豪	日本毛織物等工業組合連合会 専務理事
〃	鐘ヶ江 憲治	日本絹人織織物工業会 常務理事
〃	新島 和雄	社団法人日本アパレル産業協会 参事
〃	湯 敏儀	中国粤港澳服装服飾商会 会長 広州菲純品牌策划有限公司 董事総経理
〃	池 慧杰	浙江省永嘉県服装協会 副会長 東蒙製衣有限公司 総経理
〃	馮 瀟	北京晨元明商務有限公司 董事長 株式会社チャイナリンク 代表取締役 社長
〃	許 海	北京晨元明商務有限公司 経理
オブザーバー	橋爪 優文	経済産業省製造産業局繊維課 課長補佐
〃	照沼 勝彦	経済産業省製造産業局繊維課 課長補佐
〃	望月 慶子	経済産業省製造産業局繊維課 織物係長
〃	片田 泉	経済産業省製造産業局繊維課 織物係長
〃	矢作 美輪子	独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営基盤支援部繊維産業支援室
〃	島津 渉	独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営基盤支援部繊維産業支援室 専門員
事務局	小村 恒夫	日本繊維輸入組合 専務理事
〃	國信 榮司	日本繊維輸入組合 事務局長
〃	神谷 典宏	日本繊維輸入組合 書記

② 委員会開催日程：

第1回検討委員会

日時：2009年7月1日（水） 10：00～12：00

議題： 事業内容及び今後の実施方法等について
その他

第2回検討委員会

日時： 2009年11月11日（水） 14：00～16：00

議題： 事業の進捗状況及び今後の予定等について
日本製織物の中国での評価等の意見交換
その他

第3回検討委員会

日時： 2010年2月4日（木） 14：00～16：00

議題： 報告書案について
その他

(2) 中国アパレル・SPA企業の実態調査

① 調査内容

日本の織物製造業者、染色加工業者等が、日本製織物の潜在ユーザーである中国への輸出における模倣品問題を起こさずに、販路開拓活動等に資する事のできる情報の収集を目的とした、中国アパレル業界の実態調査を実施した。模倣を防ぐ販路開拓活動の提言、中国アパレル業界の実態、行動パターン、織物ニーズの分析、日本製織物のユーザーとなり得る中国アパレル企業のリスト等の日本製織物の対中国市場輸出のためのマーケティング分析を行い、対中国輸出における販路開拓活動における提言の作成等を実施した。

② 調査対象及び地域分布

ア) 調査対象

日本製織物の潜在ユーザーである、中国高級アパレル・SPA企業の実態を調査した。これらのアパレル企業の属性は、ブランド展開を行い、中国内販向けで、SPA展開型のアパレルである。商品分野は紳士、婦人、スポーツ・カジュアル、子供の各分野に渡る。

イ) 地域分布

次の各商品ゾーン別の生産基地を調査の中心とした。

- ・ 婦人物；深圳、広州、上海、北京、杭州、大連
- ・ 紳士物；寧波、温州、晋江、上海、他
- ・ スポーツ・カジュアル；広東省、福建省、浙江省、青島、他
- ・ 子供服；SPAブランド展開企業（全国上位ブランド、特定地域には集中せず）

③ 調査手法

ア) 文献調査

- ・ 中国アパレル市場規模の調査と分析。
- ・ 中国アパレル生産基地の分布の状況及び特徴を研究、調査したうえ、全国アパ

レル企業 8 万社のうち、調査対象となるトップゾーンにあるアパレル企業の生産基地を抽出。各生産基地の服装協会等から有効なデータを入手し、トップアパレル企業を絞り、これをアンケート調査のコアな対象とした。

- ・ 実施時期：2009 年 7 月下旬～8 月下旬。

イ) アンケート調査

- ・ 調査票配布数は 1,028 社。上記の文献調査より選定したトップゾーンにあるアパレル企業を中心に 1,028 社とした。

- ・ 調査票の回収は 221 社で、回収率は 21.4%である。

但し、今回の回収に当たっては調査票のボリュームや内容等から回答者の自発的協力を多くは期待できず、各地の服装協会等の協力を得てこの調査の趣旨に沿ったアパレル企業（日本の生地ユーザー）という視点で回答者を選定し、回答に協力を得た結果としての 221 社である。

また統計学的にもこの 221 社という数は有効で実態を反映できるものである。

- ・ アンケート調査の具体的調査項目については、第 1 回委員会において検討したものを基に作成した（資料 1 参照）。
- ・ 調査は、この調査の実施に十分能力のある北京晨元明商務有限公司に委託して実施した。（委託先は中国の繊維産業事業の調査及び日本製織物の中国への販売業務等に関して実績を有している。）
- ・ 調査の開始にあたっては、事務局が訪中し、在中国検討委員、研究員、委託先等と内容、実施方法、実施期間等に関し、協議、確認を行って実施した。
- ・ 調査の進捗等に関しては調査委託先から高頻度に報告を得、期間内に調査を完了した。
- ・ 実施時期：2009 年 9 月上旬～2009 年 12 月下旬。

ウ) インタビュー調査（中国現地でのヒアリング調査）

- ・ 回収したアンケート調査の結果から、日本の高品質の織物の買い手となり得る可能性の高いアパレル・SPA 企業を各商品ゾーン、各地域分布、及び各規模の企業等のばらつきを考え、また、各アパレル産地の分布状況も考慮し 52 社（業界団体、関係者も含む）選定し調査を実施した。

- ・ 中国アパレル業界の行動パターン、求める織物ニーズの分析等の日本製織物の対中国市場輸出のためのマーケティング分析、対中国販路開拓活動における提言の作成等に必要ならぬ情報の収集や、定量化できない情報等を得るために実施した。

- ・ 実施地域

- 珠江デルタ：3～4 都市（広州、深圳、トンガン、福州）
長江デルタ：4 都市（上海、杭州、寧波、温州）
華北地区：4 都市（北京、大連、天津、青島）

- ・ 調査は、アンケート調査と同じく北京晨元明商務有限公司に委託して実施した。
- ・ 調査の開始にあたっては、事務局が在中国検討委員、研究員、委託先等と内容、実施方法、実施期間等に関し確認を行う一方、実際に訪中し、一部企業のヒアリング、インタビュー調査に同行し、内容通りに調査が実施されるかどうか等の確認をして実施した。
- ・ 調査の進捗等に関しては、調査委託先から高頻度に報告を得、期間内に調査を完了した。
- ・ 実施時期：2009年11月上旬～2010年12月下旬。

エ) 統計結果の解析・分析とまとめ

- ・ 統計学の解析手法を駆使し、情報の数量化解析により、調査結果の本来の意味を読み取り、より客観的に実態を反映させるために、単純集計以外に、数量化Ⅲ類、ポジショニング分析等を専門家の指導のもと実施した。
- ・ 本解析により日本製織物が中国でのユーザーのマップのどの位置にあるか明確に把握する事ができ、これに基づいてまとめを実施した。
- ・ 日本製織物のユーザーとなり得る中国企業のリストを作成し、また、今後の販路開拓活動等についての提言の作成を実施した。
- ・ 実施時期：2009年10月下旬～2010年1月下旬。

オ) 成果報告会の開催

- ・ 内容：作成した調査結果報告書をもとに、中国アパレル・SPA企業の実態、行動パターン、彼らが求める織物ニーズ等、販路開拓の可能性をより高いものとする為の情報や提言、ユーザーとなり得る中国アパレル企業リストの等の報告。
- ・ 目的：参加者である日本の織物製造業関係者に調査結果に基づく情報や提言の提供を行い、日本製織物の対中国輸出における販路開拓活動に資するものとして活用できるものとする事。
- ・ 開催日／場所：
 - 2010年2月10日（水）／ 大阪（繊維輸出会館 BM階会議室）
 - 2010年2月12日（金）／ 福井（福井県協ビル Aホール）
 - 2010年2月15日（月）／ 名古屋（一宮地場産業ファッションデザインセンター 4F視聴覚室）
 - 2010年2月16日（火）／ 桐生（桐生織物会館 2階会議室）
- ・ 開催時期：2010年2月。
- ・ 参加者：各地域共に50名程度を想定

各繊維産地関係各団体等の協力を通じ開催のアナウンスを行い、日本製織物製造業者、染色加工業者等の日本製織物の対中国輸出について等に興味のある企業等。

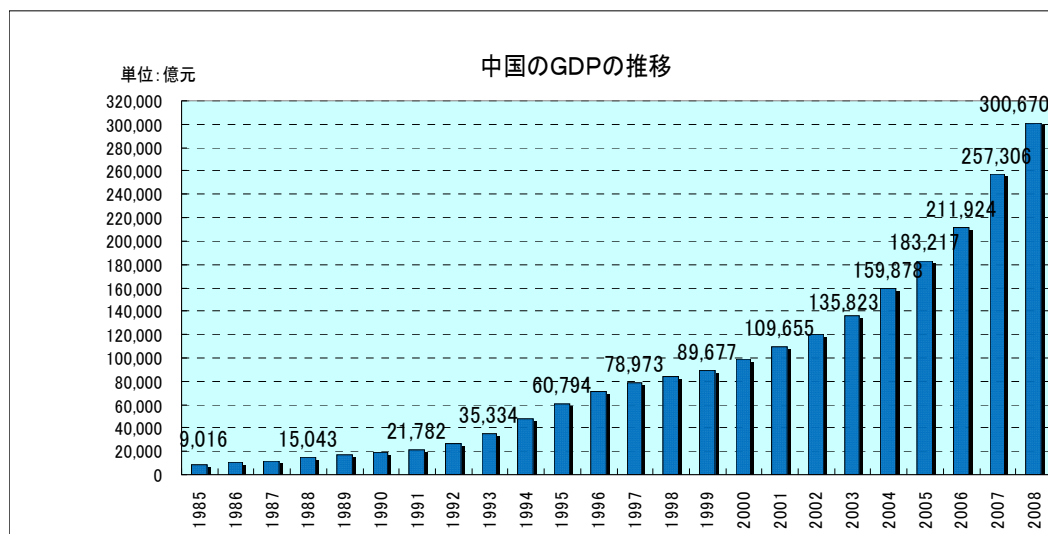
Ⅱ. 調査実施状況及び調査結果

第一部 文献調査

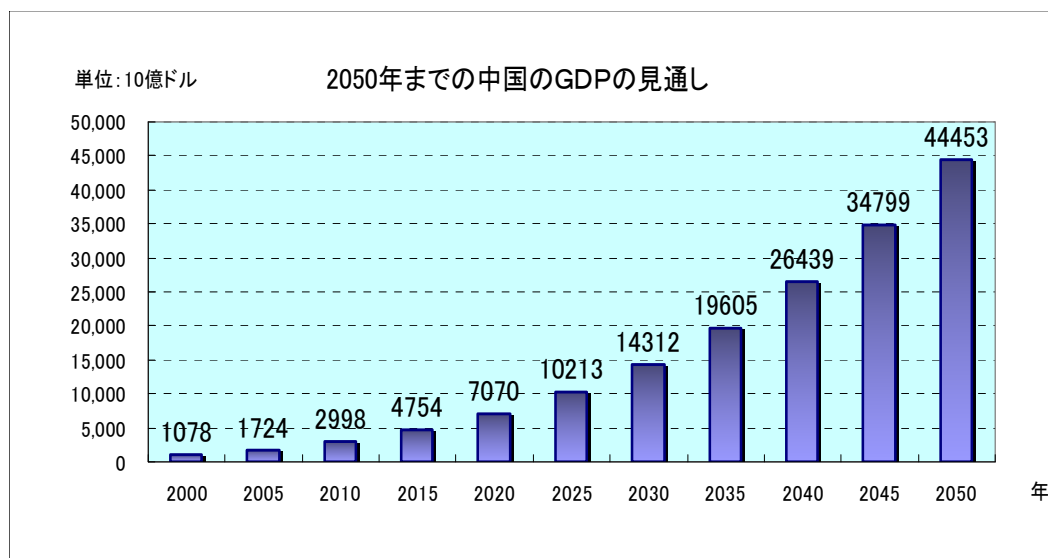
1. 中国の経済成長とアパレル消費

(1) GDPの推移と見通し

中国の経済は近年高い成長率を保持しており(図表-1)、将来もこの経済成長の勢いが続く見込みである(図表-2)。また、金融危機による欧米諸国のマーケットの冷え込みの影響により輸出型主導が行き詰まり、内需主導型へ転換を図っており、中国国内市場がこの経済成長を支えている形となっている。



図表-1 中国のGDPの推移 (出所: 中国統計年鑑)



図表-2 2050年までの中国のGDPの見通し

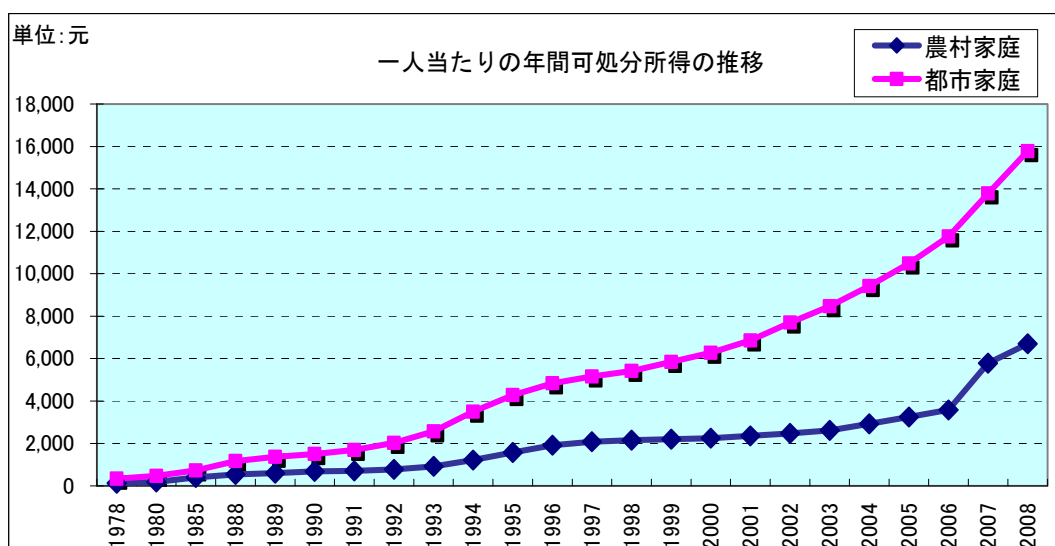
(出所: Dreaming With BRICs “Goldman Sachs”)

(2) 収入と国内消費の推移

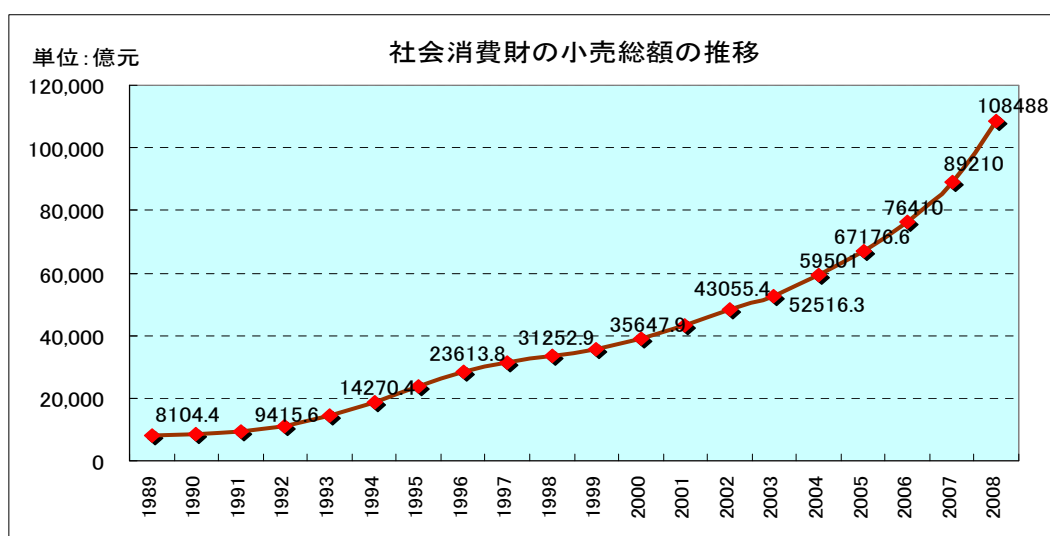
中国の経済成長はめざましく、国民の一人当たりの可処分所得の増加、収入の増加に伴う国内消費の増加も著しく、中国の市場としての魅力が世界に認識され、中国は市場としても位置づけられるようになってきている。

2008年の都市家庭の一人当たりの年間可処分所得は15,781元（日本円換算208,300円；1元=13.2円）で、10年前の1998年5,425元の約3倍となった。都市家庭だけでなく、農村家庭でも一人当たりの可処分所得も2007年から大幅に増加している（図表-3）。

国内消費の増加も著しく、国内全体の社会消費財の小売総額（図表-4）で見ると、2008年の社会消費財の小売総額は108,488億元で、1998年の33,378億元の3.25倍となった。



図表-3 所得増加の推移（出所：中国統計年鑑）

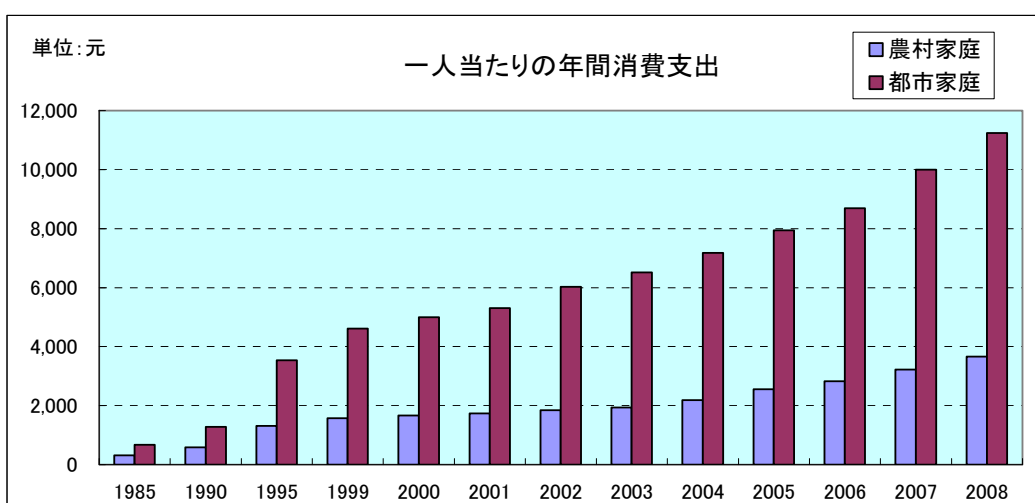


図表-4 社会消費財の小売総額の推移（出所：中国統計年鑑）

個人消費をみても、一人当たりの年間消費支出金額が年々大幅に増加している(図表-6)。2008年の都市家庭の一人当たりの年間消費支出金額は11,243元で、1999年の2.4倍となった。(図表-5)。

	1985	1990	1995	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
農村家庭	317.42	584.63	1,310.36	1,577.42	1,670.13	1,741.09	1,843.30	1,943.30	2,184.70	2,555.40	2,829.00	3,223.90	3,660.70
うち:衣料	30.86	45.44	89.79	92.04	95.95	98.68	105.00	110.30	120.20	148.60	168.00	195.90	211.80
都市家庭	673.20	1,278.89	3,537.57	4,615.90	4,998.00	5,309.00	6,029.90	6,510.90	7,182.10	7,942.90	8,686.60	9,997.50	11,242.90
うち:衣料	98.04	170.90	479.20	482.40	500.50	533.70	580.90	637.70	686.80	800.50	901.80	1,042.00	1,165.90

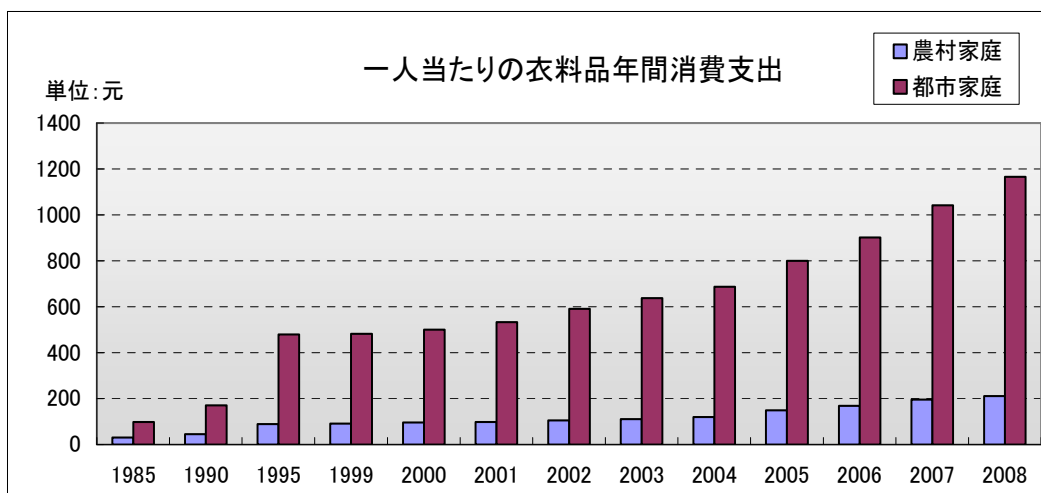
図表-5 一人当たりの年間消費支出 (出所: 中国統計年鑑)



図表-6 一人当たりの年間消費支出 (出所: 中国統計年鑑)

(3) 衣料品消費の推移

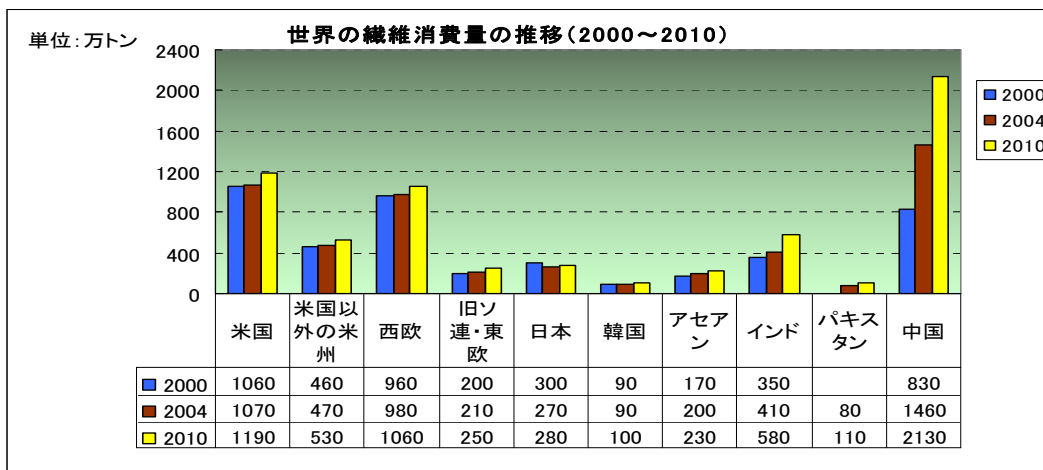
個人消費が増加する中、衣料品の消費も右肩上がりの状態である。2008年の都市家庭一人当たりの年間衣料品消費支出は1,166元で、1999年の2.42倍となった(図表-7)。



図表-7 一人当たりの衣料品年間消費支出 (出所: 中国統計年鑑)

(4) 繊維消費の見通し

日本繊維化学繊維協会が2007年にまとめた2000～2010年の世界の繊維消費量の推移(図表-8)では、中国の繊維消費量が2010年には2130万トンになると予測されている。この数字を中国の人口13.52億人(国連予測中位)で割ると、一人当たりの繊維消費量は15.75kgとなり、日本、米国等の先進国並みの繊維消費量となる。



図表-8 世界の繊維消費量の推移

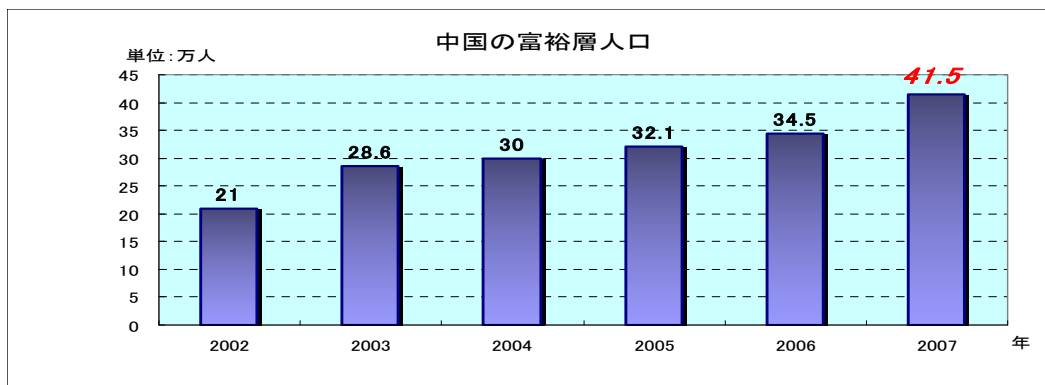
(出所:2008年1月4日付け織研新聞。日本化学繊維協会がまとめた数値で2010年は予測。)

(5) 富裕層の増加と贅沢品消費

経済成長に伴い、富裕層人口が年々増え続けている。メリルリンチの報告では、2007年の中国の富裕層人口は41.5万人、前年同期比20.3%増(図表-9)である。

「富裕層」とは、100万ドル(約9000万円)以上の個人資産(住宅・土地を含まない)の所有者であり、ちなみに、日本の2007年の富裕層人口は147万人である。

最新の報告では、2008年の中国の富裕層人口はイギリスを超えて、米国・ドイツ・日本に次ぎ、世界第4位になるとされている。

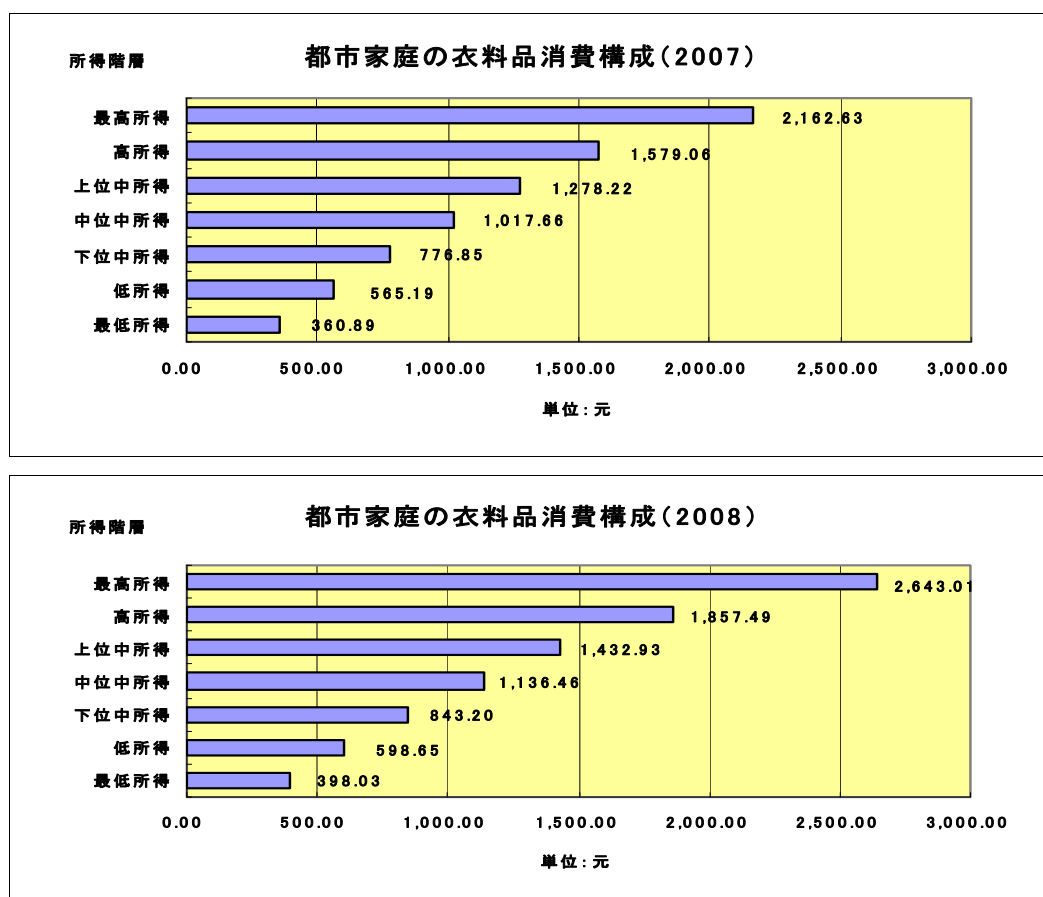


図表-9 中国の富裕層人口

(出所:メリルリンチ・キャップジェミニ「World Wealth Report」)

また、中国国民の所得格差は大きく、中国国家统计局のデータでは、都市住民の所得を「高・中・低」のランクに分け、さらにこの高中低をそれぞれ細分して、「最高所得、高所得、上位中所得、中位中所得、下位中所得、低所得、最低所得、困難戸」の8階層に分類している。毎年中国統計局が抜き取りで一定の数の家庭の収入・支出を調査する際、調査サンプルの状況に応じ一定の割合で階層に分けている。分類基準としての絶対金額の設定はなく、各階層の割合は、① 最低所得家庭 — 家庭全体の10%、うち困難戸5%を含む(統計上「困難戸」は「最低所得層」に入っている)。② 低所得家庭 — 10%。③ 中位中所得、下位中所得、上位中所得家庭 — それぞれ20%。④ 高所得家庭、最高所得家庭 — それぞれ10%となっている。

2007年と2008年の都市家庭の各階層別の一人当たりの年間衣料品消費構成は、2007、2008年最高所得者の衣料品消費は、それぞれ最低所得者の6倍、6.6倍になっている。また、2008年の都市家庭の衣料品消費の対前年比は平均で12%の増加であるが、最高所得家庭では20%の増加となっており、特に富裕層の購買が高まっており、消費の大幅な増加は、衣料品消費の面でも明らかである。



図表－10 2007、2008年都市家庭の衣料品消費構成 (出所：中国統計年鑑)

別のデータでも、中国市場の消費潜在力を窺わせるものとなっており、マッキンゼー社¹の調査データでは、2008年の中国の裕福な世帯（年収25万元超）数は160万世帯あり、今後毎年16%で増加していき、2015年にはアメリカ、日本、イギリスに続く400万世帯以上に増える見込みである。

また、Ernst & Young会計師事務所²の調査では、中国大陸の高級ブランド品の消費者は総人口の13%を占め、約1.6億人にのぼり、そのほとんどが25～50歳のホワイトカラーと、民間企業の所有者、有名芸能人とされ、中国は既に贅沢ブランドの消費国の第3位であり、世界売上総額の12%を占めている。2015年には中国は日本を上回り、世界最大のブランド品の消費市場になると推定されており、その消費総額は115億ドルで、世界消費量の29%になる見込みである。

データによって多少異なるが、こうした富裕層の増加を背景とした贅沢品の消費量の増加は衣料品消費の面においても同じで、ファッション好きで購買力を持つ中産階級層が約2.5億人近くいると推定されており、このうちの1.95億人は高級贅沢品のユーザーで、主に、北京、上海、広州、杭州等の大都市に集中しているとされている。

(6) 中国における贅沢品の売上高：

- ・ 2008年：30億ドル（約2700億円）、世界全体の25%を占める。
- ・ 2009年：50億ドル（約4500億円）と予想。

（出所：月刊「中国NEWS」09年12号）

¹ マッキンゼー・アンド・カンパニー(McKinsey & Company.)は、1926年にシカゴ大学経営学部教授のジェームズ・O・マッキンゼーにより設立されたアメリカ合衆国に本社を置くコンサルティング会社。

² Ernst & Youngは、1903年米国で設立されたErnst & Ernst社（1979年にErnst & Whinneyとなる）、1894年設立のArthur Young社が1989年に合併された会計会社。現在140カ国で700事務所を構えている。

2. 中国のアパレル市場

(1) アパレル市場の規模

中国紡織工業会の統計データでは、2009年中国の衣料品生産量は400億枚。このうち布帛製衣料は138億枚、ニット製衣料は263億枚で、それぞれ前年同期比-10.97%、-14.10%の減少となったが、中国のアパレル生産規模は極めて大きい。

一方、中国の衣料品の輸出量と輸入量は下記の図表-11、図表-12の通り。2009年の中国の衣料品の輸出量は、ニット製衣料、布帛製衣料及び毛皮革製衣料の合計で277.7億枚。同輸入量は、約1.57億枚。世界経済不況の影響で輸入、輸出共に前年より減少した。

上記のデータは出所と統計対象が違うので単純計算できないが、中国アパレル市場の規模が窺われる。

商品名	輸出数量 (万枚)	前年比 (%)	輸出金額 (億USD)	前年比 (%)
衣料品全体			1070.8	-10.63
ニット製衣料	1,820,897	-13.87	480.7	-11.88
布帛製衣料	954,339	-12.67	446.3	-11.26
毛皮革製衣料	2,108	-13.20	13.9	11.22
その他の衣料	4,577,794	1.56	1.8	-4.12
衣料付属品			8.9	-5.65
帽子			2.2	-4.8

図表-11 2009年中国衣料品輸出統計（出所：中国海関統計、中国紡織品進出口商会作成）

商品名	輸入数量 (万枚)	前年比 (%)	輸入金額 (億USD)	前年比 (%)
衣料品全体			18.4	-19.05
ニット製衣料	10,205	-63.06	5.7	-24.20
布帛製衣料	5,435	-60.80	9.0	-17.16
毛皮革製衣料	14	20.61	0.4	-8.44
その他の衣料	101,953	-0.73	0.7	-8.64
衣料付属品			2.4	-17.68
帽子			0.2	-14.50

図表-12 2009年中国衣料品輸入統計（出所：中国海関統計、中国紡織品進出口商会作成）

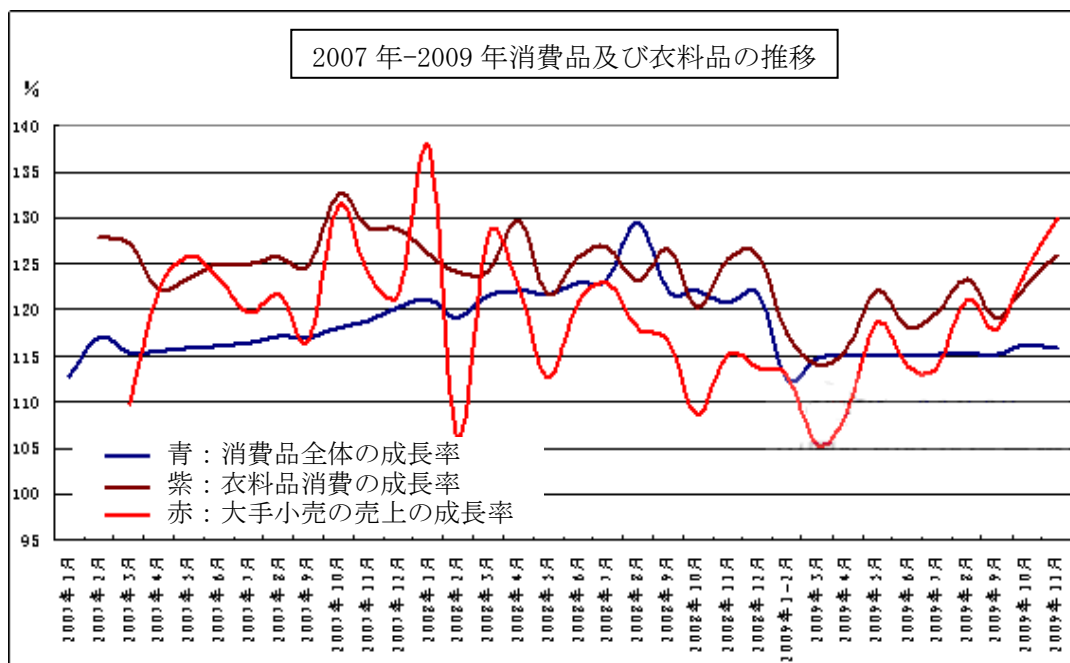
(2) アパレル消費

衣料品消費の状況からみると、国家統計局の発表したデータでは、2009年1月～9月、中国都市家庭と農村家庭の一人当たりの衣料品消費はそれぞれ924元と162.6元、前年同期比それぞれ10.07%、8.68%増である（中国国家統計局）。

2009年度全国の統計対象（注）となる、衣料品、ニット品、履物、帽子等の衣着品類の小売金額は4622億元、前年比18.8%増で、このうち、10月、11月、12月の増加率はそれぞれ22.4%、24.7%、21.8%である。（注：統計上一定の条件以上の企業を統計対象とし

ている。卸売業の統計対象条件は、年間売上高 2000 万元以上、期末従業員数 20 人以上。小売業の統計対象条件は、年間売上高 500 万元、期末従業員数 60 人以上。)

輸出が減少する中、国内消費の増加が中国の経済成長を支えている形となっている。2009 年の中国アパレル業界全体での利益は 416 億元となり、前年比 21.3%の増益となった。



図表-13 2007年～2009年中国消費品及び衣料品の推移

(出所：国家統計局統計、中国紡織工業協会のまとめたデータを引用)

(3) アパレル業界の状況及び最近の動向

中国現有アパレル企業数はおよそ 8 万社あり、このうち年商 7,000 万円 (500 万元) 以下の中小アパレル企業は 6.7 万社あると言われている (出所：世華財消息情報部、和迅ネット)。

中国アパレル生産量トップ 5 の地域は広東省、浙江省、江蘇省、山東省、福建省であるが、現在全国に 151 か所の繊維アパレル産業集合群 (「生産基地、特色市、特色鎮に分けられている) が形成されている。このうち、服装産業集合群は 55 か所あり、珠江デルタと長江デルタに集中している。これらの産業クラスターは、中国繊維産業経済総量の 4 割以上を占めている。このうち、婦人物産地として、深圳、広州、トンガン (虎門鎮)、杭州、上海等があげられる。紳士物産地としてあげられるのは、広東省、福建省、浙江省の寧波、温州等。紳士物には巨大企業や著名ブランドが多数ある。また、元々情報発信地や消費地としての華北 (北京、天津)、東北地区 (大連) 等にもアパレル企業が集中してきており、アパレル産業としてその存在が無視できなくなっている。

これまでは香港、台湾系資本のアパレル生産企業が多かったが、2009 年はアパレル分野における外国投資、特に香港・台湾系資本の大陸アパレル業への投資は 2 ケタの減少とな

った。これらアパレル生産分野での外国投資の減少は、中国アパレル生産業における転換期が来ているともとれる。

一方、中国は市場としての魅力が世界中に注目され、世界中の贅沢品ブランドや著名ブランドが次々と中国に進出し、中国現地企業と提携して現地調達、現地販売を行っている。

中国国内アパレルブランド企業も積極的にこの大競争に加わり、企業をグループ化、大規模化し、世界中から専門的な人材や管理経験者を導入し、企業経営やブランドのグレードアップを図っている。中国現地アパレル企業が外国の提携先として最も多く選んだのはEUと韓国である。人材交流、マーケット、繊維素材の面における提携や情報共有を行っている。一方、日本はEUと韓国と比べるとこの面においてやや遅れを取っている。

また、中国富裕人口の若年化という傾向に対し、中国アパレルは機敏にこの変化キャッチして、若年層向けの高級ブランドを打ち出している。

経済成長に伴う購買力の向上、消費者の高級ブランド、高品質嗜好等の状況に応じ、中国アパレル業界では高品質、ハイデザインな高級織物に対する需要が高まっている。しかし、中国国内製織物は、品質、デザイン性の面でまだこのユーザーのニーズを十分満たしておらず、高級ブランド、特に一級ブランド商品に使用する織物は輸入織物に依存している場合が多い。こうした状況から、日本の織物製造業者、染色加工業者等が中国アパレル業界を適格に把握し、その行動パターン、ニーズ等に的確に、積極的に対応できれば、日本製織物が中国ブランドに数多く採用される事も可能と予想される。

3. アンケート調査の対象の抽出

中国アパレル産地は、主に東南沿海地域の珠江デルタ及び長江デルタに分布し、これらの地域は中国の高級ブランドを展開しているアパレルの集中地でもある。このため、これらの地域のアパレル業界団体に依頼し、日本製織物のユーザーとなり得るアパレル企業をおよそ1,000社選定してもらい、アンケート調査票の配布先とした。

アンケート調査対象企業の名簿選定の依頼先は：広東省服装デザイナー協会、浙江省服装行業協会、江蘇省服装行業協会、北京服装デザイナー協会、福建省紡織服装協会、上海服装行業協会等の業界団体を主としている。