

「インテリアファブリックス産業の動向と可能性」
に関するアンケート調査集計表

質問2 貴社の概要について伺います

1) 創（設）立年

	回答数	回答割合
1945年以前	5	31.3%
1965年以前	10	62.5%
1966年以降	1	6.3%
計	16	100.0%

2) 資本金

	回答数	回答割合
1億円以下	4	25.0%
10億円以下	5	31.3%
50億円以下	3	18.8%
50億円超	4	25.0%
計	16	100.0%

3) 従業員数

	回答数	回答割合
100人以下	4	25.0%
500人以下	4	25.0%
1000人以下	5	31.3%
1000人超	3	18.8%
計	16	100.0%

4) 取り扱い商品・サービス

	回答数	回答割合
インテリアファブリックス関連商品・サービス		
窓関連商品	13	81.3%
床関連商品	10	62.5%
壁関連商品	8	50.0%
その他インテリアファブリックス関連商品	11	68.8%
施工	6	37.5%
インテリアファブリックス以外の商品・サービス	7	43.8%
計	55	343.8%
回答社数	16	
1社あたり回答数	3.4	

5) 昨年度の貴社の取扱商品別の売上高をお示し下さい（連結子会社がある場合は連結の数字）
（回答各社の記入数字を合計）

	回答数	回答割合
窓関連商品	144,064	28.4%
床関連商品	133,603	26.3%
壁関連商品	92,501	18.2%
その他インテリア関連商品	56,114	11.1%
その他事業	80,877	15.9%
計	507,159	100.0%
回答社数	16	

質問3 貴社のインテリアファブリックス関連商品の生産・仕入について伺います

1) 貴社はインテリアファブリックス商品を製造する自社設備をお持ちですか（「自社」には資本関係のある関係会社を含みます）（該当するものに○印）

	回答数	回答割合
国内に持っている	9	56.3%
海外に持っている	2	12.5%
持っていない	7	43.8%
計	18	112.5%
回答社数	16	
1社あたり回答数	1.1	

2) 自社設備がある場合、その製品は何ですか（いくつでも○印）

	回答数	回答割合
窓関連製品	5	55.6%
床関連製品	3	33.3%
壁関連製品	2	22.2%
その他インテリアファブリックス関連製品	0	0.0%
計	10	111.1%
回答社数	9	
1社あたり回答数	1.1	

3) 自社設備がある場合、その製品はインテリアファブリックス関連商品の総売上高の何パーセントくらいですか

	回答数	回答割合
20%以下	3	33.3%
40%以下	1	11.1%
60%以下	2	22.2%
80%以下	2	22.2%
80%超	1	11.1%
計	9	100.0%

4) 貴社がお取り扱いのインテリアファブリックス関連商品の内、国産品の割合は総売上高の何パーセントくらいですか

	回答数	回答割合
20%以下	2	13.3%
40%以下	0	0.0%
60%以下	0	0.0%
80%以下	3	20.0%
80%超	10	66.7%
計	15	100.0%

5) 輸入品（海外生産品を含む）がある場合、その輸入先はどのようなようですか（いくつでも○印）

	回答数	回答割合
中国	11	78.6%
中国以外のアジア	12	85.7%
欧州	13	92.9%
米国	3	21.4%
その他	1	7.1%
計	40	285.7%
回答社数	14	
1社あたり回答数	2.9	

6) 貴社は海外にインテリアファブリックス商品製造の自社工場（100%出資）や合弁工場（一部出資）、協力工場（資本関係なし）などを持っていますか（いくつでも○印）

	回答数	回答割合
自社工場あり	1	12.5%
合弁工場あり	3	37.5%
協力工場あり	6	75.0%
計	10	125.0%
回答社数	8	
1社あたり回答数	1.3	

7) 前問で「持っている」場合、どの地域ですか (いくつでも○印)

自社工場

	回答数	回答割合
中国	0	0.0%
中国以外のアジア	0	0.0%
欧州	0	0.0%
北米	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	0	0.0%
回答社数	0	
1社あたり回答数	0.0	

合弁工場

	回答数	回答割合
中国	2	66.7%
中国以外のアジア	1	33.3%
欧州	0	0.0%
北米	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	3	100.0%
回答社数	3	
1社あたり回答数	1.0	

協力工場

	回答数	回答割合
中国	4	66.7%
中国以外のアジア	3	50.0%
欧州	3	50.0%
北米	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	10	166.7%
回答社数	6	
1社あたり回答数	1.7	

8) 貴社は海外に支社・駐在員事務所・営業所などを持っていますか (1つに○印、国名記入)

	回答数	回答割合
ある	4	26.7%
ない	11	73.3%
計	15	100.0%

※ある場合の所在国

	回答数	回答割合
中国	2	50.0%
米国	2	50.0%
計	4	100.0%
回答社数	4	
1社あたり回答数	1.0	

持っている場合、その機能は何ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
情報収集	2	50.0%
生産・仕入関連	2	50.0%
販売関連	4	100.0%
その他	0	0.0%
計	8	200.0%
回答社数	4	
1社あたり回答数	2.0	

質問4 貴社のインテリア関連商品の販売について伺います

1) 貴社のインテリア関連製品の売上と利益の動向について伺いますここ3年程度の状況をお答え下さい（それぞれ1つに○印）

売上高

	回答数	回答割合
10%以上増えている	0	0.0%
多少増えている	0	0.0%
変わっていない	1	6.3%
多少減っている	11	68.8%
10%以上減っている	4	25.0%
計	16	100.0%

利益

	回答数	回答割合
10%以上増えている	0	0.0%
多少増えている	3	18.8%
変わっていない	0	0.0%
多少減っている	9	56.3%
10%以上減っている	4	25.0%
計	16	100.0%

2) 貴社のインテリア製品の競合状況について伺います（それぞれ1つに○印）

国内市場における競合

	回答数	回答割合
非常に激しい	12	75.0%
少し激しい	1	6.3%
どちらとも言えない	3	18.8%
あまり激しくない	0	0.0%
全く激しくない	0	0.0%
計	16	100.0%

外国市場における競合

	回答数	回答割合
非常に激しい	1	7.7%
少し激しい	3	23.1%
どちらとも言えない	5	38.5%
あまり激しくない	0	0.0%
全く激しくない	0	0.0%
輸出していない	4	30.8%
計	13	

3) 貴社の販売先とその割合（金額ベース）、および取引の増減傾向をお示し下さい資本関係のある販売店がある場合には、その販売店の販売先をお示し下さい（いくつでも○印）

A. 販売先別割合（金額ベース）

	回答数	回答割合
卸売企業	10	76.9%
小売企業	10	76.9%
消費者	4	30.8%
建築会社	4	30.8%
輸出	4	30.8%
その他	2	15.4%
計	34	261.5%
回答社数	13	
1社あたり回答数	2.6	

B. 金額割合

	回答数	回答割合
卸売企業		
20%以下	3	33.3%
40%以下	0	0.0%
60%以下	1	11.1%
80%以下	1	11.1%
80%超	4	44.4%
計	9	100.0%
小売企業		
20%以下	3	33.3%
40%以下	1	11.1%
60%以下	2	22.2%
80%以下	0	0.0%
80%超	3	33.3%
計	9	100.0%
消費者		
20%以下	3	75.0%
40%以下	1	25.0%
60%以下	0	0.0%
80%以下	0	0.0%
80%超	0	0.0%
計	4	100.0%
建築会社		
20%以下	3	75.0%
40%以下	1	25.0%
60%以下	0	0.0%
80%以下	0	0.0%
80%超	0	0.0%
計	4	100.0%
輸出		
20%以下	4	100.0%
40%以下	0	0.0%
60%以下	0	0.0%
80%以下	0	0.0%
80%超	0	0.0%
計	4	100.0%
その他		
20%以下	1	33.3%
40%以下	0	0.0%
60%以下	2	66.7%
80%以下	0	0.0%
80%超	0	0.0%
計	3	100.0%

C. 増減傾向

	回答数	回答割合
卸売企業		
増	0	0.0%
不変	0	0.0%
減	10	100.0%
計	10	100.0%
小売企業		
増	1	10.0%
不変	1	10.0%
減	8	80.0%
計	10	100.0%
消費者		
増	1	25.0%
不変	0	0.0%
減	3	75.0%
計	4	100.0%
建築会社		
増	0	0.0%
不変	1	25.0%
減	3	75.0%
計	4	100.0%
輸出		
増	3	100.0%
不変	0	0.0%
減	0	0.0%
計	3	100.0%
その他		
増	1	50.0%
不変	0	0.0%
減	1	50.0%
計	2	100.0%
計		
増	6	18.2%
不変	2	6.1%
減	25	75.8%
計	33	100.0%

質問5 貴社のブランド戦略、知的財産権戦略について伺います

1) 貴社で使用されているブランドの種類はどのようなのですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
企業ブランド	12	92.3%
製品ブランド		
アイテム別単品ブランド	12	92.3%
トータルコーディネートブランド	4	30.8%
デザイナーブランド	5	38.5%
その他	3	23.1%
小計	24	184.6%
合計	36	276.9%
回答社数	13	
1社あたり回答数	2.8	

2) マーケティング活動 (マスコミ広告、店頭広告、POPなど) で重点的に表示されるブランドはどちらですか

(1つに○印)

	回答数	回答割合
企業ブランド	5	38.5%
製品ブランド	8	61.5%
計	13	100.0%

3) 貴社では商標登録したブランドを何件お持ちですか

企業ブランド

	回答数	回答割合
5以下	7	70.0%
10以下	0	0.0%
20以下	1	10.0%
20超	2	20.0%
計	10	100.0%

製品ブランド

	回答数	回答割合
5以下	2	16.7%
10以下	3	25.0%
20以下	1	8.3%
20超	6	50.0%
計	12	100.0%

4) 貴社では海外市場に対してどのようなブランド戦略を採っておられますか（今後海外開拓する場合のお考えを含む）（いくつでも○印）

	回答数	回答割合
国内と同じ自社保有ブランドを使用	10	76.9%
国内とは違う自社保有ブランドを使用	1	7.7%
海外小売店などのブランド（=OEM供給）	1	7.7%
その他	1	7.7%
計	13	100.0%
回答社数	13	
1社あたり回答数	1.0	

5) 貴社では特許を何件お持ちですか

	回答数	回答割合
0件	4	33.3%
5件以下	2	16.7%
10件以下	0	0.0%
20件以下	0	0.0%
20件超	6	50.0%
計	12	100.0%

質問6 貴社の経営課題と革新について伺います

1) 貴社における最優先課題は何ですか（1つに○印）

	回答数	回答割合
売上	3	21.4%
利益	11	78.6%
その他	0	0.0%
計	14	100.0%

2) 貴社では右に掲げたような経営革新に取り組んでおられますか（主要なもの5項目まで○印）

	回答数	回答割合
販売チャネルの拡大	10	62.5%
販売ルートの中抜き	0	0.0%
消費者への直販	2	12.5%
ネット販売の展開	3	18.8%
リフォーム等への注力	4	25.0%
自社施工の拡大	2	12.5%
クリーニング受託等の展開	2	12.5%
輸出への注力（情報収集等輸出努力を含む）	5	31.3%
取引条件の改善	3	18.8%
見本帳の削減	2	12.5%
展示場の増設・内容充実	0	0.0%
コストの合理化	11	68.8%
生産・在庫管理の徹底	10	62.5%
納期の短縮化	1	6.3%
ITによる情報化の推進	4	25.0%
商品のデザイン向上	5	31.3%
商品のバリエーション豊富化	2	12.5%
商品への感性工学採用	0	0.0%
新商品分野への進出	3	18.8%
商品のトータルコーディネート化	3	18.8%
寝具など他業界との提携	0	0.0%
エコロジー対策の強化	9	56.3%
インテリアアパレル以外への進出	2	12.5%
その他	1	6.3%
計	84	525.0%
回答社数	16	
1社あたり回答数	5.3	

3) 質問1) で例示した各項目の中で、実現に業界としての取り組みが必要なものはどれでしょうか（いくつでも○印）

	回答数	回答割合
販売チャネルの拡大	1	6.7%
販売ルートの中抜き	0	0.0%
消費者への直販	1	6.7%
ネット販売の展開	3	20.0%
リフォーム等への注力	5	33.3%
自社施工の拡大	0	0.0%
クリーニング受託等の展開	0	0.0%
輸出への注力（情報収集等輸出努力を含む）	3	20.0%
取引条件の改善	4	26.7%
見本帳の削減	5	33.3%
展示場の増設・内容充実	2	13.3%
コストの合理化	1	6.7%
生産・在庫管理の徹底	0	0.0%
納期の短縮化	0	0.0%
ITによる情報化の推進	4	26.7%
商品のデザイン向上	1	6.7%
商品のバリエーション豊富化	1	6.7%
商品への感性工学採用	0	0.0%
新商品分野への進出	0	0.0%
商品のトータルコーディネート化	1	6.7%
寝具など他業界との提携	4	26.7%
エコロジー対策の強化	11	73.3%
インテリアアパレル以外への進出	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	47	313.3%
回答社数	15	
1社あたり回答数	3.1	

4) 質問1) で例示した各項目の中で、実現に国の協力が必要なものどれでしょうか
(いくつでも○印)

	回答数	回答割合
販売チャネルの拡大	0	0.0%
販売ルートの中抜き	0	0.0%
消費者への直販	0	0.0%
ネット販売の展開	1	7.1%
リフォーム等への注力	1	7.1%
自社施工の拡大	0	0.0%
クリーニング受託等の展開	0	0.0%
輸出への注力(情報収集等輸出努力を含む)	6	42.9%
取引条件の改善	1	7.1%
見本帳の削減	1	7.1%
展示場の増設・内容充実	0	0.0%
コストの合理化	0	0.0%
生産・在庫管理の徹底	0	0.0%
納期の短縮化	0	0.0%
ITによる情報化の推進	3	21.4%
商品のデザイン向上	0	0.0%
商品のバリエーション豊富化	0	0.0%
商品への感性工学採用	0	0.0%
新商品分野への進出	0	0.0%
商品のトータルコーディネート化	0	0.0%
寝具など他業界との提携	1	7.1%
エコロジー対策の強化	12	85.7%
インテリアファブリック以外への進出	0	0.0%
その他	1	7.1%
計	27	192.9%
回答社数	14	
1社あたり回答数	1.9	

質問7 貴社のインテリア関連商品の輸出について伺います

1) 貴社はインテリア製品の輸出はありますか(1つに○印)

	回答数	回答割合
ある	11	73.3%
ない	4	26.7%
計	15	100.0%

2) インテリア製品の輸出が「ある」企業に伺います

2-1) 現状の輸出額は貴社のインテリア製品売上の何%くらいですか

	回答数	回答割合
1%以下	5	71.4%
5%以下	1	14.3%
5%超	1	14.3%
計	7	100.0%

2-2) 輸出先はどの地域ですか(いくつでも○印)

	回答数	回答割合
北米	7	63.6%
欧州	7	63.6%
中国	7	63.6%
中国以外のアジア	8	72.7%
その他	2	18.2%
計	31	281.8%
回答社数	11	
1社あたり回答数	2.8	

2-3) 輸出商品は何ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
窓関連商品	6	54.5%
床関連商品	3	27.3%
壁関連商品	3	27.3%
その他インテリア関連商品	1	9.1%
施工	0	0.0%
計	13	118.2%
回答社数	11	
1社あたり回答数	1.2	

2-4) 輸出先国の取引相手の業種は何ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
卸売業	10	90.9%
小売業	0	0.0%
最終ユーザー	2	18.2%
その他	2	18.2%
計	14	127.3%
回答社数	11	
1社あたり回答数	1.3	

2-5) 輸出の形態はどのようなですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
当社が直接輸出している	7	63.6%
国内エージェント(商社)を起用している	3	27.3%
現地エージェントを起用している	3	27.3%
その他	1	9.1%
計	14	127.3%
回答社数	11	
1社あたり回答数	1.3	

2-6) 輸出のきっかけは何ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
海外展示会に参加した	5	50.0%
国内展示会に参加した	3	30.0%
海外出張して売り込んだ	4	40.0%
先方から日本に買い付けに来た	6	60.0%
その他	4	40.0%
計	22	220.0%
回答社数	10	
1社あたり回答数	2.2	

2-7) 輸出先からは、貴社商品のどのような要素が評価されているとお考えですか (3つまで○印)

	回答数	回答割合
価格	3	30.0%
品質	9	90.0%
納期	1	10.0%
ロット	0	0.0%
商品のデザイン	9	90.0%
商品のバラエティ	1	10.0%
機能性	6	60.0%
日本的な感性	1	10.0%
インターナショナルな感性	2	20.0%
現地にあわせた感性	0	0.0%
日本製であること	2	20.0%
当社のブランド力	1	10.0%
その他	0	0.0%
計	35	350.0%
回答社数	10	
1社あたり回答数	3.5	

また、今後輸出を伸ばすためにはどのような要素を強化するのがよいとお考えですか
(3つまで○印)

	回答数	回答割合
価格	6	66.7%
品質	2	22.2%
納期	2	22.2%
ロット	1	11.1%
商品のデザイン	3	33.3%
商品のバラエティ	1	11.1%
機能性	0	0.0%
日本的な感性	1	11.1%
国際的な感性	3	33.3%
現地にあわせた感性	2	22.2%
日本製であること	0	0.0%
当社のブランド力	4	44.4%
その他	0	0.0%
計	25	277.8%
回答社数	9	
1社あたり回答数	2.8	

2-8) ここ2~3年の輸出取引の動向について伺います (1つに○印)

	回答数	回答割合
年率10%以上増加している	1	9.1%
年率10%未満だが増加している	4	36.4%
ほぼ横這いである	3	27.3%
年率10%未満だが減少している	1	9.1%
年率10%以上減少している	2	18.2%
計	11	100.0%

2-9) 前問で、特に動きが激しいのはどの国ですか

輸出の増加が大きい国

	回答数	回答割合
中国	3	60.0%
インド	1	20.0%
オーストラリア	1	20.0%
計	5	100.0%

輸出の減少が大きい国

	回答数	回答割合
北米	3	60.0%
欧州	1	20.0%
サウジアラビア	1	20.0%
計	5	100.0%

2-10) 輸出における問題点は何ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
市場情報が入手しにくい	7	63.6%
現地の嗜好にマッチする商品開発が難しい	3	27.3%
建物のサイズ基準が違う	0	0.0%
価格・決済条件などの取引条件が合いにくい	5	45.5%
建物がスクリン渡しのためまとまった取引になりにくい	0	0.0%
その他	1	9.1%
計	16	145.5%
回答社数	11	
1社あたり回答数	1.5	

2-11) 貴社では今後、さらに輸出を伸ばそうと考えていますか (1つに○印)

	回答数	回答割合
伸ばしたいと考えている	10	90.9%
現状維持で行こうと考えている	1	9.1%
縮小を考えている	0	0.0%
どうするか、まだ決めていない	0	0.0%
計	11	100.0%

3) 輸出がない企業に伺います。輸出しないのは何故ですか (いくつでも○印)

	回答数	回答割合
輸出ワークをする余裕がない	1	33.3%
製品が外国市場にむいていない	2	66.7%
価格・決済条件などの取引条件が合わない	1	33.3%
ロットなどの数量条件が合わない	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	4	133.3%
回答社数	3	
1社あたり回答数	1.3	