

日本の繊維産業の現状とシルク振興

(財) 桐生地域地場産業振興センター

専務理事 森山 亨

はじめに

国民総支出（GNE）の60%以上を占める家計支出の減少、輸入品の増加、国内産業の停滞と空洞化、失業者の増加、アジア経済の挫折、グローバル大競争時代の到来、在来社会システムの機能低下、繊維に関して言えば自給率の低下、ファッションのカジュアル化、和装放れなどシルク産業を囲む環境は極めて厳しい。

コストや品質問題などの製造上の問題点のほか、生産者と消費者の情報断絶など流通上の問題点も多い。養蚕から消費までの全行程を視野に入れた対策が求められる。

1. 消費支出の実態

①全国世帯消費支出（単位：円）

	総 額	前年比	指数	被服履物計	前年比	指数	(和装)	前年比
93年	335,246	0.5	100	22,305	-4.5	100	1,297	-4.4
96年	328,849	-0.1	98	19,394	-4.1	87	912	-25.6
97年	333,313	1.4	99	19,336	-0.3	87	880	-3.5
98年 1月	318,023	-2.1	95	19,126	-3.4	86	827	-32.2
2月	293,337	-2.6	87	13,848	-11.9	62	361	-59.6
3月	360,898	-3.5	107	21,569	-15.7	97	1,585	32.7

(総務庁統計局：家計調査)

②大型店衣料品売上高（単位百万円）

全国百貨店衣料品				全国チェーンストア衣料品			
	売上高	前年比	指数	売上高	前年比	指数	
93年	3,640,139	-6.5	100	3,753,517	-6.3	100	
96年	3,612,960	2.2	99	3,565,750	-2.6	95	
97年	3,773,975	-1.6	104	3,480,764	-4.9	93	
98年 1月		-2.3			-5.8		
2月		-7.5			-5.6		
3月		-19.6			-10.1		

(日本百貨店協会・日本チェーンストア協会)

2. 繊維輸入の実態（平成9年1月～12月・糸換算・単位：t）

	輸 入	内 需	自給率
全繊維合計	1,317,350	2,327,342	57%
内天然繊維	250,027	972,806	26%
内絹 糸	2,359	17,293	14%
内化合繊維	1,067,323	1,354,536	78%

（繊維ファッション情報センター）

3. 新繊維ビジョンの視点

①競争環境の革命的变化

市場主義時代の到来

グローバル大競争時代の到来

ニューフロンティア時代の到来

②繊維産業の課題

市場主義時代への対応不全

非効率高コスト・マーケットイン構築途上・クリエーション育成仕組み不全

グローバリゼーション大競争時代への対応不全

国際競争力の低迷・アジア生産拠点化の進展・新グローバリゼーション化の途上

ニューフロンティアへの挑戦の必要性

技術フロンティア開拓不全・技術を支える人材不足・技術先進国の国際戦略不足

繊維産地改革の困難性

量的供給機能の縮小・質的供給機能の深化・分業体制の解体・産地メリット変化

③日本の繊維産業の市場展開の方向

世界差別化商品市場の供給センター化・差別化定番品による高収益産業化
・技術ポテンシャル活用によるフロンティア開拓

4. シルク振興の視点

①テキスタイル素材の差別化が求められている。

②テキスタイル素材は消費者の視点から差別化されなければ意味がない。

- ③消費者の期待する差別化要因を素材業界が知るチャネルを構築する.
- ④差別化特性を流通業者に伝えるチャネルを構築する.
- ⑤生産者と流通業者が素材の差別化を消費者に伝えるチャネルを構築する.
- ⑥養蚕農家や製糸業者が織染加工業者・デザイナー・縫製業者・アパレル業者による生産チームに参加する方法を考える.
- ⑦流通業者が弱体化する中で生産側が販売力を補完し需要喚起に協力する姿勢が必要である.