

景気回復…アパレル縫製産業の前途



経済工学リサーチ
主宰 河内 保二

本稿は近代縫製新聞に連載の「アパレル縫製産業苦境脱出へ」と題する論説の第100号特集(平成18年10月5日発行)の内容に加筆し、図表写真を挿入したものである。(平成18年10月25日)

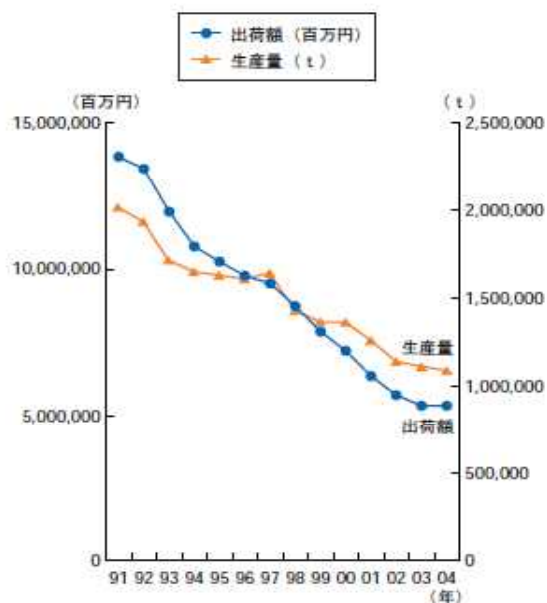
1. デフレ脱却宣言で明るい日本経済

日本経済は、理想的な安定成長局面に入りつつあるといわれる。日銀によるデフレ脱却宣言も近く、国内の需要と供給の差を表す需給ギャップや消費者物価指数など物価関連の指標が着実に上向いているため、日本経済のデフレは1998年から始まったとされ、脱却は約8年ぶりとなる。雇用情勢も明るく、7月失業率4.1%に低下し、有効求人倍率は1.09倍となったと発表された。2006年10月の時点で、景気拡大期間が「いざなぎ景気」を抜き、戦後最長となることが確実視されているといわれる。

2. 景気回復に取り残される繊維・アパレル業界

日本経済のデフレ脱却と共に繊維・アパレル業界の苦境脱却が期待されるのだが、現状は次のように厳しさが続いている。日本の繊維製造業はいまだに縮小の歯止めがかからないといわれ、繊維の伸びを予想する企業は少ないと報じられている。天然繊維では産地の疲弊が目立ち、化学繊維では汎用品は利益の出る構造にない状態という。紡績では繊維事業の苦戦が続いている。テキスタイル製品では品物の良し悪しより値段だけが問題という(コモディティ)業界になってしまったと嘆いている。染色加工場はすでに倒産、廃業するところが続発している。コスト上昇を吸収しきれなくなったためだ。染色業界は存亡の危機にあると報じられるほどだ。このように国内の紡績、織布、染色・整理加工場は中国をはじめとする東南アジア諸国に追い上げられ不振を極めている。これを経産省の平成18年7月の繊維・生活用品統計による繊維工業の動向でみると、平成12年を100として7月生産(季節調整済指数)で繊維は63.8%に縮小し、衣類は

図1420-2 繊維製品全体の出荷額と生産量の推移



資料：経済産業省「工業統計表(従業員4人以上の事業所)」、「繊維・生活用品統計年報」

47.9%と半減以下になっている。さらに平成 18 年の商業販売統計によると、全体の小売業販売額は平成 16 年 7 月を底としてプラスに転じているが、織物・衣類・身の回り品ではプラス転化が遅れており、本年に入ってから小売業販売額は前年比 1 月が 3.6%減、2 月 2.5%減、3 月 1.9%減、4 月 2.4%減、5 月 2.5%減、6 月 1.5%減、7 月 1.3%減、8 月 1.6%減というように不振続きであり、繊維・アパレル業界の苦悩は深い。日本経済の景気回復が明らかになる中に、統計数字を見て、産地の嘆きを聞いてどこまで減少が続くのかと心配し、他の業種がよくなっているだけに、繊維・アパレル産業が苦境のまま取り残され、不況残留業種の衰退業界になってしまうのではないかと一段と懸念されるのである…。

日本だけでなく、韓国でも繊維産業は「斜陽産業」と考えられているようだ。1990 年代までは年間 200 億ドル（約 2 兆 3400 万円、総輸出の 23%）に達していた繊維輸出も、今では 140 億ドル（約 1 兆 6400 億円）程度にまで落ち込んで、苦境の最中にある。韓国繊維は、生産設備の海外移転により国内企業の輸出と生産が減少する見通しで、韓国経済の先行きに対する内外エコノミストの見方は厳しい。中国の急成長と日本の回復の狭間にあつて、韓国経済がさらに没落することを予想する。大統領の指導力不足や政策の不在、原油高、長期の労使紛争、弱い内需と投資低迷などを理由に、アジア経済大国からの脱落予言も聞かれる。産業資源部は、2015 年を目標に「素材大国の実現に向けた発展ビジョンと戦略」も発表しているが、敬遠される長期投資と人材育成を伴うだけに、果たして巻き返し成るか懸念されている。

3 . 繊維離れ、衣服離れの事例

アメリカの大手繊維企業であったデュポン社がその繊維部門を子会社のインピスタ社に統合した上で、コーク・インダストリーズ社に売却し、繊維離れして業界を驚かせたのは、2004 年 4 月 30 日のことであった。繊維事業に見切りを付けたこのケースは日本の業界にも追随が見られるようになった。この 4 月の大手繊維商社やメーカーの機構改革では、「繊維」から「ライフスタイル」や「ブランド」へ、そして「衣」から「医」を含む資材関連への流れが急だと報じられ、繊維原料や衣料用繊維に頼っているのは経営の発展はない、とする組織の変革だといわれている。合繊メーカーの繊維事業はファッション衣料分野を縮小し、機能性が生きる分野を強化するのが基本戦略としている。原料の石油価格の高騰は合繊生産を益々厳しくする。

衣料用を中心に国内産地がますます疲弊しており、特に川中のテキスタイル製造業は、輸入品に食われ数量減少に歯止めがかからず、これを原料高の製品安が追い討ちをかける格好で、存続の危機ともいわれ、紡績各社に共通した動きとして、非繊維事業の拡大が上げられる。大学も繊維学部のあるのは信州大一校になってしまった。ファッション衣料離れはますます加速すると見られている。

4 . 中国に完敗でお手本モデルの消滅

これまで日本の繊維・アパレル業界はビジネスモデルをアメリカやヨーロッパに求めてきた。しかし、最近はこちらの国が 2005 年 1 月 1 日より発効した WTO 輸入規制撤廃による中国の輸出品激増に追い上げられて、完敗してお手本となくなってきた。

アメリカ流モデルは 1960 年代にアパレル産業の最盛期を迎えて、労働集約的繊維・アパレル製品が盛んに輸出され、産業のお手本と見られた。これは経済学的に、「レオンチェフのパラドックス」という学説から裏付けられたと見ることができる。この学説では、一般に資本の豊富な国は資本集約的商品を輸出し、労働集約的商品を輸入すると考えられていたのに、当時のアメリカは労働集約的商品を輸出し、資本集約的商品を輸入するという逆の現象が見られたことから、経済学者ワシリー・レオンチェフの唱えた逆説である。しかし、その後はアメリカの繊維・アパレル産業は衰退の道を辿ることになり、最近の状況は縮小の一途である。2006 年 3 月に失業率は 4.7 パーセントまで改善し、経済全般が 211,000 人の雇用を増加したのに、米国衣服製造業者と織物製造業者にとって、傾向はすべて下り坂であった。織物工場は 3,100 人減で 203,000 人の雇用となり、織物製品工場が 1,200 人減で 173,100 人の雇用となり、衣服製作者が 300 減で 253,000 人の雇用となった。アメリカでも繊維・アパレル製造業の苦境は続いており、アメリカ経済の活況を横目に取り残されている。アメリカ流モデルはお手本となくなかった。直近の統計データもこの状況を明らかにしている。国際競争力ランキングではアメリカは 1 位から 6 位に落ち、EU 向け繊維・アパレル製品輸出国ランキングでは 12 位（金額ベース、トンベースでは 10 位）と振るわない。

イタリア流モデルがこれに代わって、お手本とみなされるようになった。イタリアでは 2004 年の数字で、繊維が 1.4 兆円、家具が 1.2 兆円、食品が 0.7 兆円の輸出超過、そして 2005 年の数字で、フランスでは食品が 0.9 兆円の輸出超過、スウェーデン、フィンランドといった北欧諸国でも家具が輸出超過産業となっている。また、これらの欧米諸国では、低価格品の輸入も多いため、各商品分野ごとの貿易収支では輸入超過となっても、輸出額は日本よりも大幅に大きく、輸出産業としての国際競争力を有している」と経産省「2006 年新経済成長戦略」で述べている。イタリアの繊維産業が国際競争力の点で、日本の繊維産業のお手本モデルのように取り上げられている感じである。しかし、2005 年のイタリア経済成長率は 0% であった。06 年の経済成長率は 1.0 ~ 1.5% 程度とみられている。イタリアの不景気はヨーロッパの中でも際だっており、「欧州の病人」といわれ、現状どうにもならない状態に追い込まれているようだ。イタリアの繊維産業も日本と同様、中国からの安い製品が流入し、厳しい状況を強いられており、産地は行き詰まりを見せているという。このような現地の情報により、イタリアでは国際競争力低下や財政赤字拡大等の構造的な問題が根本的に解決しておらず、景気回復局面にマイナスの影響を与えると見られていたところに、さらに、去る 8 月 30 日のニューヨーク外国為替市場で、欧州通貨のユーロが対円で一時、1 ユーロ = 150 円 44 銭まで上昇し、1999 年のユーロ導入以来の最高値を更新したというニュースである。日本向け伊ブランド品にとっては大打撃となっている。イタリアの宝飾ブランド「ブルガリ」は今年に入ってユーロ高により販売価格を 3-4% 値上げしている。イタリア経済の不況脱出の方はユーロ高が暫く続くという観測もあり、構造不況の根が深く、容易ではないとの見方が強い。伊繊維機械セクタは回復のきざしを見せるというニュースが 10 月 2 日に次のように伝えられた。イタリア繊維機械製造協会 (ACIMIT) によると、イタリア繊維機械輸出は上半期に 9 億 41 百万ユーロ (11 億 9000 万米ドル) 以上となり、6% の増加となったという。やっと明るいニュースであるが、景気回復にはほど遠い。イタリア流モデルもこうしたことと、中国からの輸入品に完敗となったこと

で、お手本とならなくなりました。その状況を直近の統計データが明らかにしている。スイスのIMD(国際経営開発研究所)およびWEF(世界経済フォーラム)は、相次いで2006年の国際競争力の国別ランキングを公表した。WEFの発表した**世界経済競争ランキングでイタリアは42位に落ち**、対米貿易では上位を中国に奪われ、本年上半期の数字でイタリアはアパレル輸出が15位、繊維輸出が5位であった。2006年の時点で、お手本のビジネスモデルは日本の業界が自ら切り開き、打ち立てなくてはならない現実となっている。

2002年の日本の世界経済競争力は30位だった。スイスの世界競争力ランキングによれば、1980年には総合1位であったのが、2002年には主要49ヶ国中、総合30位、過去最低となった。因みにイノベーション関連の詳細項目を見ると、起業家精神49位、有能なマネジャー46位、大学教育49位、会社設立48位、経営者層45位、知識移転41位、競争の規制33位であった。アジアではシンガポール、香港、台湾、マレーシア、韓国より下位、中国31位に肉薄されていた。当時、国際競争力強化の要因としてのイノベーション環境について日本の社会構造はイノベーションを切り開くベンチャー企業には非好意的であると指摘されていた。その概況は次のようであった。*社会主義的構造(規制、浪費型政策、官僚主導)、*大学の研究(実社会への無関心、非協力)、*教育(マネジメントとビジネス教育欠如、ベンチャー教育なし)、*社会風土(流動性の低さ、社会的連携意識の低さ、横並び意識)、*ベンチャー精神の低さ。こうした条件が構造改革により打開が図られることになった。イノベーションの研究を企業化するための「大学発ベンチャー」設立を2001年に経産省は1000社計画を打ち出し、2006年には1500社を超えた。しかし、経営感覚の薄さや資金不足に悩むケースが多く、その足腰は決して強いとはいえないといわれる。構造改革の結果が「大学発ベンチャー」設立ではひとまず目標を超えた数字を示している。こうした結果、2006年のランキングでは日本は7位となった。アジアではシンガポールが5位、日本が7位にランク付けされて主導し、香港(11)と台湾(13)がすぐこれに続いている。これらの経済は高質なインフラストラクチャー、柔軟で効率的市場、健全で教養がある労働力、およびハイレベルの技術的態勢と革新的能力によって特徴付けられているというWEFの評価である。

2006年は今度はイタリアが42位に落ちて苦境にある。イタリアの競争状態は、2006年のレポートで4位低下させて42位に落ち、ここ数年にわたる一貫した下降傾向が続いていた。問題の項目は多い。イタリアの潜在的なマクロ経済環境はこの2000年以来続いて財政赤字に陥ったことのため弱体化している。財政状態は2000年以来ずっと厳しく悪化しており、公債レベルはGDPの100%のかなり上で、世界で最も高い水準のなかにある。イタリアの財政の貧窮な状態は、財政支出効率、政府規制の重荷、およびより一般に公共の企業組織の質などの要因のために低いランキングで示される、より根深い制度上の問題をそれ自身反映しているかもしれないと、WEFは評価している。

世界経済フォーラム(WEF)が発表した2006年-07年世界経済競争力ランキングで、ランキングベストテンは以下の通り(カッコ内は昨年度ランク)。1位スイス(4)、2位フィンランド(2)、3位スウェーデン(7)、4位デンマーク(3)、5位シンガポール(5)、6位

米国(1)、7位日本(10)、8位ドイツ(6)、9位オランダ(11)、10位英国(9)となり、香港11、ノルウェー12、台湾13、アイスランド14、イスラエル15、フランス18(12)、韓国24、マレーシ26、イタリア42(38)、インド43で、南ア45、中国54、メキシコ58、ロシア62であった。

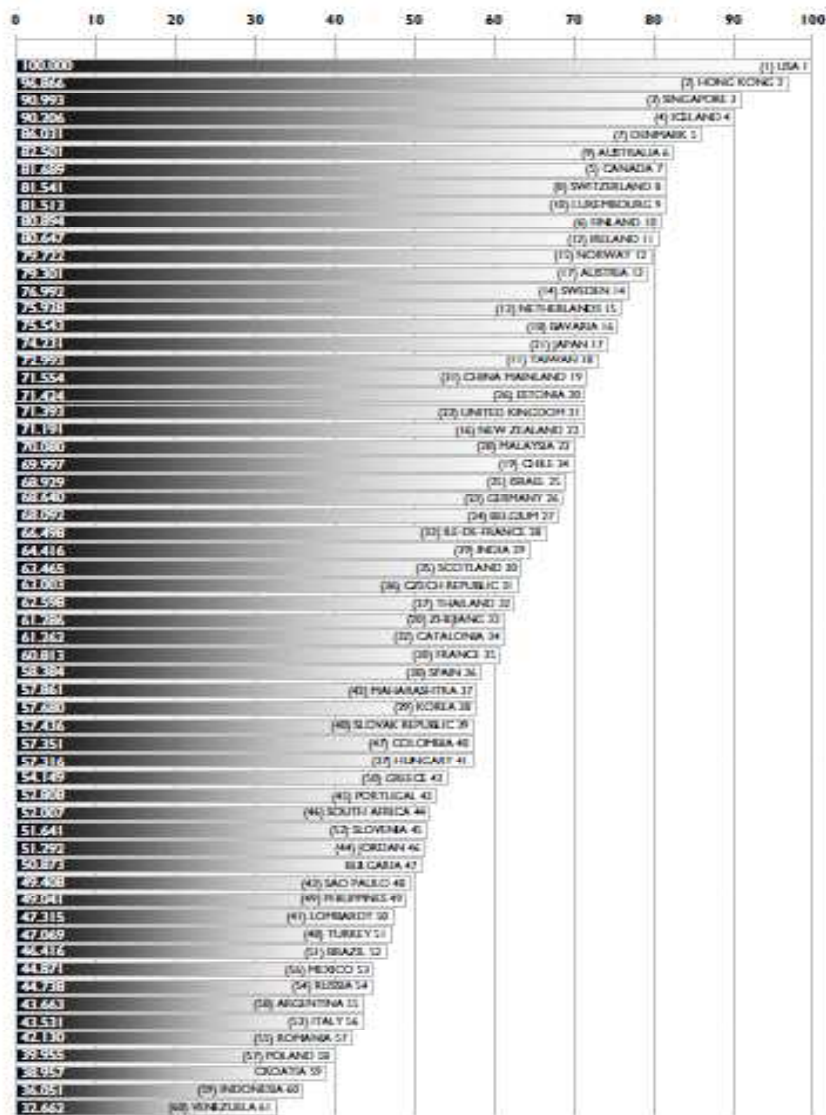
Table 1: Global Competitiveness Index rankings and 2005 comparisons

Country/Economy	GCI 2006 Rank	GCI 2006 Score	GCI 2005 Rank	Country/Economy	GCI 2006 Rank	GCI 2006 Score	GCI 2005 Rank
Switzerland	1	5.81	4	Azerbaijan	64	4.06	62
Finland	2	5.76	2	Colombia	65	4.04	58
Sweden	3	5.74	7	Brazil	66	4.03	57
Denmark	4	5.70	3	Trinidad and Tobago	67	4.03	66
Singapore	5	5.63	5	Romania	68	4.02	67
United States	6	5.61	1	Argentina	69	4.01	54
Japan	7	5.60	10	Morocco	70	4.01	76
Germany	8	5.58	6	Philippines	71	4.00	73
Netherlands	9	5.56	11	Bulgaria	72	3.96	61
United Kingdom	10	5.54	9	Uruguay	73	3.96	70
Hong Kong SAR	11	5.46	14	Peru	74	3.94	77
Norway	12	5.42	17	Guatemala	75	3.91	95
Taiwan, China	13	5.41	8	Algeria	76	3.90	82
Iceland	14	5.40	16	Vietnam	77	3.89	74
Israel	15	5.38	23	Ukraine	78	3.89	68
Canada	16	5.37	13	Sri Lanka	79	3.87	80
Austria	17	5.32	15	Macedonia, FYR	80	3.86	75
France	18	5.31	12	Botswana	81	3.79	72
Australia	19	5.29	18	Armenia	82	3.75	81
Belgium	20	5.27	20	Dominican Republic	83	3.75	91
Ireland	21	5.21	21	Namibia	84	3.74	79
Luxembourg	22	5.16	24	Georgia	85	3.73	86
New Zealand	23	5.15	22	Moldova	86	3.71	89
Korea, Rep.	24	5.13	19	Serbia and Montenegro	87	3.69	85
Estonia	25	5.12	26	Venezuela	88	3.69	84
Malaysia	26	5.11	25	Bosnia and Herzegovina	89	3.67	88
Chile	27	4.85	27	Ecuador	90	3.67	87
Spain	28	4.77	28	Pakistan	91	3.66	94
Czech Republic	29	4.74	29	Mongolia	92	3.60	90
Tunisia	30	4.71	37	Honduras	93	3.58	97
Barbados	31	4.70	—	Kenya	94	3.57	93
United Arab Emirates	32	4.66	32	Nicaragua	95	3.52	96
Slovenia	33	4.64	30	Tajikistan	96	3.50	92
Portugal	34	4.60	31	Bolivia	97	3.46	101
Thailand	35	4.58	33	Albania	98	3.46	100
Latvia	36	4.57	39	Bangladesh	99	3.46	98
Slovak Republic	37	4.55	36	Suriname	100	3.45	—
Qatar	38	4.55	46	Nigeria	101	3.45	83
Malta	39	4.54	44	Gambia	102	3.43	109
Lithuania	40	4.53	34	Cambodia	103	3.39	111
Hungary	41	4.52	35	Tanzania	104	3.39	105
Italy	42	4.46	38	Benin	105	3.37	106
India	43	4.44	45	Paraguay	106	3.33	102
Kuwait	44	4.41	49	Kyrgyz Republic	107	3.31	104
South Africa	45	4.36	40	Cameroon	108	3.30	99
Cyprus	46	4.36	41	Madagascar	109	3.27	107
Greece	47	4.33	47	Nepal	110	3.26	—
Poland	48	4.30	43	Guyana	111	3.24	108
Bahrain	49	4.28	50	Lesotho	112	3.22	—
Indonesia	50	4.26	69	Uganda	113	3.19	103
Croatia	51	4.26	64	Mauritania	114	3.17	—
Jordan	52	4.25	42	Zambia	115	3.16	—
Costa Rica	53	4.25	56	Burkina Faso	116	3.07	—
China	54	4.24	48	Malawi	117	3.07	114
Mauritius	55	4.20	55	Mali	118	3.02	115
Kazakhstan	56	4.19	51	Zimbabwe	119	3.01	110
Panama	57	4.18	65	Ethiopia	120	2.99	116
Mexico	58	4.18	59	Mozambique	121	2.94	112
Turkey	59	4.14	71	Timor-Leste	122	2.90	113
Jamaica	60	4.10	63	Chad	123	2.61	117
El Salvador	61	4.09	60	Burundi	124	2.59	—
Russian Federation	62	4.08	53	Angola	125	2.50	—
Egypt	63	4.07	52				

(cont'd.)

IMD 版の日本の国際競争力順位は全 61 カ国(地域含む)中 17 位(昨年版では 60 カ国中 21 位)、WEF 版の順位は全 125 カ国中 7 位(昨年版では 10 位)である。それぞれの「競争力」の概念をみると、IMD は国の競争力を考えるに際し、「企業の活動を支援する環境がどの程度整っているか」という観点を重視し、WEF は、「技術を含めた経済や国のシステム全体」としての競争力を考えている。ランキングの作成においては、両機関とも公表されている各種統計データと、独自に行うアンケート調査の結果を組み合わせることによる。

THE WORLD COMPETITIVENESS SCOREBOARD 2006



(2005 rankings are in brackets)

EU向け繊維・アパレル製品の輸出は次の通りで、順位で日本は20位（金額ベース、トンベースでは22位）であり、中国1位、インド3位、インドネシア6位、台湾7位、韓国8位、USA 12位（金額ベース、トンベースでは10位）、香港13位、タイ15位に対しても、劣勢にある。

EU25 IMPORTS of Textiles and Clothing from main partners in January to June 2005/2006					
	TONS			Value in 1.000 €	
	January - June 2006	January- June 2005	Variation January-June 05/06	January - June 2006	January - June 2005
WORLD+	8 830 073	9 962 513	-11,4%	74 706 365	72 373 284
Extra-E25+	4 813 274	4 868 226	-1,1%	37 911 804	33 790 192
Extra-E25 - China+	3 647 595	3 616 900	0,8%	28 062 059	24 589 360
China	1 165 680	1 251 325	-6,8%	9 849 745	9 200 832
Turkey	606 950	591 285	2,6%	5 634 658	5 368 132
India	438 470	427 235	2,6%	3 204 559	2 671 880
Bangladesh	307 135	273 922	12,1%	2 250 566	1 638 165
Pakistan	259 290	255 936	1,3%	1 111 239	982 679
Indonesia	142 004	121 171	17,2%	875 195	650 504
Taiwan	131 979	111 040	18,9%	348 391	302 494
South Korea	131 861	139 687	-5,6%	517 176	512 145
Romania	113 724	114 207	-0,4%	1 894 162	1 884 118
USA	113 041	166 415	-32,1%	708 825	633 311
Vietnam	81 367	36 547	122,6%	493 846	297 924
Tunisia	77 850	84 072	-7,4%	1 379 868	1 433 493
Hong Kong	74 090	36 148	105,0%	1 407 724	409 528
Morocco	66 793	71 524	-6,6%	1 153 151	1 182 083
Thailand	66 069	68 943	-4,2%	575 070	492 585
Egypt	64 781	68 135	-4,9%	356 047	330 713
Switzerland	63 545	67 103	-5,3%	721 708	733 944
Malaysia	63 008	47 432	32,8%	233 551	181 730
Sri Lanka	55 369	48 264	14,7%	480 362	362 756
Bulgaria	52 757	46 033	14,6%	675 758	611 068
Australia	50 869	58 154	-12,5%	180 887	207 978
Japan	36 942	40 269	-8,3%	277 937	280 628
Syria	34 734	39 874	-12,9%	89 740	86 367
Uzbekistan	33 239	57 379	-42,1%	47 738	70 900
Israel	32 958	31 205	5,6%	168 176	163 045
New Zealand	32 417	31 536	2,8%	88 961	88 715
Brazil	30 501	45 343	-32,7%	109 737	137 650
Belarus	29 455	27 186	8,3%	83 953	85 395
Kasakhstan	27 196	17 515	55,3%	31 041	17 359
South Africa	25 235	31 589	-20,1%	113 671	136 328
Russia	24 545	27 224	-9,8%	95 851	97 098
Ukraine	21 794	24 997	-12,8%	220 802	215 370
Philippines	20 618	15 399	33,9%	150 660	112 132
Tadjikistan	19 644	19 137	2,6%	28 700	25 141
Mauritius	16 046	15 610	2,8%	232 585	232 026
Iran	15 939	11 354	40,4%	94 313	92 677
Cambodia	15 630	14 916	4,8%	218 387	181 270
Macao	15 460	7 070	118,7%	196 564	100 097

繊維・アパレル製品輸出から見た日本の繊維・アパレル産業の順位は、2006年前半期で米国向けアパレルは51位、繊維は8位、繊維製品は19位となっている。

USA 2006 年前半期	USA 2006 年前半期
アパレル製品主輸入国と輸入額(千ドル)	USA 繊維主輸入国と輸入額 (千ドル)
World Total 34,570,619	World Total 3,713,335
China 8,277,123	Canada 498,191
Mexico 2,741,711	China 530,312
India 1,873,945	South Korea 304,208
Indonesia 1,699,404	Mexico 282,909
Viet Nam 1,544,827	Italy 268,564 5位
Hong Kong 1,401,614	Pakistan 229,278
Bangladesh 1,334,256	Taiwan 169,973
Honduras 1,196,173	Japan 190,329 8位
Philippines 960,464	India 171,784
Cambodia 950,299	Germany 137,646
Thailand 899,559	United Kingdom 83,675
Guatemala 849,557	Turkey 74,837
Sri Lanka 823,534	Israel 78,776
Dominican Republic 759,719	France 74,176 14位
Italy 727,414 15位	Thailand 57,802
Canada 681,684	Indonesia 83,396
Pakistan 663,384	Belgium 45,433
Macau, SAR of China 636,386	Brazil 45,993
El Salvador 621,052	Spain 30,026
Jordan 575,475	Switzerland 37,798
Taiwan 488,103	Netherlands 33,932
South Korea 482,597	Hong Kong 11,558
Peru 391,899	New Zealand 14,089
Nicaragua 381,992	Luxembourg 20,912
Turkey 357,138	Australia 12,811
Malaysia 320,782	Greece 17,186
Egypt 289,148	Malaysia 18,800
Colombia 238,676	Finland 13,965
Costa Rica 222,254	Portugal 10,980
Haiti 204,614	Austria 10,563
Lesotho 171,674	Sweden 8,506
Israel 128,736	Egypt 9,680
Kenya 122,402	Malta 11,638
France 118,511 34位	United Arab Emirates 10,125

Madagascar 102,663				
United Arab Emirates 97,959				
United Kingdom 68,129	37位			
Singapore 68,066				
Swaziland 62,669				
Brunei 58,448				
Mauritius 56,701				
Romania 51,139				
Mongolia 49,033				
Morocco 48,671				
Bahrain 46,087				
Portugal 45,929				
Brazil 45,616				
Switzerland 39,807				
Russian Federation 34,544				
Bulgaria 32,422				
Japan 32,094	51位			
Nepal 29,970				
Jamaica 26,793				
Tunisia 25,790				
South Africa 25,149				
Germany 23,870				
Spain 23,676				
Poland 19,677				
Turkmenistan 17,480				
Namibia 17,358				
Bolivia 16,882				
Botswana 15,259				
Australia 12,746				
Slovenia 12,481				
Argentina 12,323				
Oman 11,938				
Chile 10,573				
Ukraine 10,511				
Moldova, Republic of 10,457				
Belize 10,123				
			USA 繊維製品主輸入国と輸入額(千ドル)	
			World Total 7,192,999	
			China 3,092,353	
			India 912,143	
			Pakistan 750,662	
			Mexico 370,556	
			Canada 276,613	
			Turkey 221,905	
			Brazil 155,112	
			South Korea 131,544	
			Portugal 93,349	
			Thailand 85,713	
			Taiwan 92,123	
			Egypt 94,633	
			Italy 69,664	13位
			Belgium 79,798	
			Iran 64,071	
			Israel 61,320	
			United Kingdom 62,922	17位
			Bangladesh 62,766	
			Japan 43,322	19位
			Germany 36,985	
			Netherlands 32,217	
			France 29,650	22位
			Indonesia 25,398	
			Spain 24,833	
			Viet Nam 29,553	
			Philippines 23,969	
			Hong Kong 18,398	
			Nepal 18,540	
			Colombia 18,738	
			Czech Republic 16,251	
			Sri Lanka 19,185	
			Bahrain 10,702	

5 . 中国リスクの浮上

中国の当面のリスクは人件費の上昇である。昨年は、全国の労働者の平均給与が前年比 14.1

%増と跳ね上がった。今年は地方政府ごとに決める労働者の最低賃金の大幅アップが相次いでおり、この引き上げは、胡錦濤政権の弱者保護政策にも沿ったものとされる。給与水準で全国トップの上海市が約9%増で、広州、北京、天津、大連など外資の集中する各都市も軒並み二ケタ台の引き上げを決めたと報じられている。中国華東地域や華南地域では、産業構造の転換を進めたい政府の後押しもあり、毎年のように最低賃金が上昇するなどコスト上昇圧力が高まっている。この動きを受けて、ベトナムでは日本向け、米国向けとも新規縫製工場の進出が続いており、従来の韓国、台湾、日本以外に香港や中国本土、タイからも進出が始まっているという。生産拠点を中国からベトナムなどへ移すことも考えなくてはならない時期を迎えている。さらに、中国の10年後のリスクとして考慮すべきは、中国社会全体のリスクと中国ビジネスのリスクの2つがあるという。前者はサーズ感染のような公衆衛生問題と環境破壊問題のリスクであり、後者は現在主流の労働集約的仕事が変わるリスクで、政府の保護下でデザイン・研究開発、ブランド構築といった次のステージに移ろうとすることであり、国際競争力強化のため、ハイテク産業優先といった選別姿勢を強めるのではないかとの見方もある。従って、中国に対してはそうしたリスクに備えた経営戦略が必要ということであり、日本の繊維・アパレル業界が今後とも中国を頼りとして製造して行けるかどうかよくよく考えなければならない。

6. アパレル縫製産業の今後の縮小

繊維ビジョンとして2003年7月、産業構造審議会繊維分科会でとりまとめられた「日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策」では内在する弱点について分析し、次のように述べている。日本の繊維産業は、多品種少量生産の必要性が指摘されてきたが、量産体質を根強く残している。しかし、2006年以降は、我が国の総人口は減少し、特に15歳から60歳の主力購買層が大きく減少する。このため、金額ベースは景気の如何によるものの、数量ベースでは国内市場が縮小していくと予想される。数量ベースで国内市場が縮小し、川中企業において後継者が不在の割合が6~7割程度に及ぶことも考慮すれば、当面、企業数等の減少は避けられない。これまで過去10年間、繊維製造業の事業所数と従業員数は、それぞれおよそ4割、5割減少した。また、60歳以上の経営者の割合は7割程度以上と見込まれる。さらに、中国の繊維産業が急速な発展を続けている。これらを考慮すれば、日本の繊維産業にとって先行きは極めて厳しいものがある。このような日本の繊維・アパレル産業の今後の縮小については、野村総研では、「縮小するアパレル産業での競争力強化の方向」(2005年12月発表)、「2010年に7-8兆円へ縮小する日本のアパレル小売市場規模」(2006年2月発表)などで予測している。人口減少や高齢化、所得の2極化などの要因によりアパレル市場規模は2000年の9.6兆円から2010年には6.8-8.5兆円に縮小すると見込んでいる。

7. なぜ弱体化したか

「日本の繊維産業 なぜ、これほど弱くなってしまったのか」と題する一橋大学商学部伊丹敬之教授他著の本がある。伊丹教授は前述審議会繊維産業分科会基本政策小委員会会長を務めた。本書の内容は、かつてリーディング産業であった繊維産業がいまあえいでいる。

これが日本産業の未来の姿なのか、再生の道はあるのか。多角的な分析によりその本質に鋭く迫るとして、次の目次により解説する。

総論 日本産業の先駆けか、例外か

- 1章 栄光と凋落と 日本の繊維産業の概要と小史
- 2章 国際環境の変化と日本の輸出入、海外進出
- 3章 小さすぎる規模、複雑すぎる構造 川上・川中の産業構造
- 4章 進む技術、迷走する戦略 川上・川中の技術と戦略
- 5章 内向きの構造、弱いつながり アパレル産業の構造とつながり
- 6章 「逃げる」と「借りる」 アパレル産業の戦略と技術
- 7章 地域社会が、国際競争力が 揺れ動く繊維政策



日本の花形産業だったアパレルから合繊・紡績までを含む繊維産業はなぜ凋落の一途をたどったのか。同書によると、次の3つの原因を上げている。

政府の過保護政策

合繊業界など川上主導の産業構造

欧米ブランド頼みのアパレル業界の企画力不足

日本繊維産業側の見方と比べると、ずいぶん厳しい観点に立って分析している。

繊維ビジョンでは、日本の繊維産業にとって、今後5年間は、最後の改革期間であり、この間に構造改革を本格的かつ集中的に行うことが必須であるとし、次の項目を実施する。

構造改革の推進...中小繊維製造事業者自立事業の実施

技術開発の推進

人材育成の推進

そして、経産省製造産業局は去る5月26日、次期繊維ビジョンとして「日本の繊維産業が進むべき方向と取るべき政策（繊維ビジョン）」を検討し、2006年内に取りまとめることを明らかにした。日本繊維産業連盟（前田勝之助会長）は10月3日、タスクフォースの初会合を開き、08年度以降における繊維政策の基本となる新繊維ビジョンの検討を業界として正式にスタートした。業界団体などからの提案を受け、早ければ2月にも産業構造審議会繊維産業分科会（馬場彰会長）を開き、基本政策小委員会を新設して正式な審議を開始、08年度予算要求や政策に反映させるため、策定のめどを07年5～6月に設定、実質的な議論は基本政策小委員会で行い、産業構造審議会繊維産業分科会が最終決定するとしている。

これに対して考えなければならないのは、政策の具体性である。繊維ビジョンにはこれまで方向や政策が示されても具体的な数値目標や達成への工程表が設定されず、従って政策結果の検証も行われず、つまり使い捨て政策となっていて、何度でも効果のなかった政策項目が採用されるという欠陥が引き継がれている。厚生労働省は、**たばこを吸う成人を減らすため、2010年度までに達成すべき喫煙率の引き下げの数値目標を新設する方針を固めた**というが、繊維ビジョンでも一例を挙げれば輸出額の数値目標を掲げるなどして具体性を持った産業政策に脱皮させる機会とすべきではなからうか。衣服製造業でいえば、平均給与が工業全体平均給与の半分以下で最低の現状を、かつての池田内閣の倍增政策にならって引き上げるなどが重要であろうと思っている。本文では、数値目標設定に役立つよ

うにできるだけ最近発表された輸出の数値や国際競争力の観点での国別順位、工業業種別付加価値額や付加価値労働生産性の数値を示して参考となるようにしている。

8. 低付加価値は低装備の指摘

我が国では、繊維、木製品、食品等の産業は、労働集約的で付加価値が低く国際競争力が弱いと考えられ、実際、輸入超過産業（繊維 2 兆円、家具 0.5 兆円、食品 1 兆円の輸入超過）となっている。そしてアパレル縫製産業は工業業種が 24 ある中で、付加価値労働生産性が最低になってしまっている。下表は従業員 10 人以上の事業所を対象として、工業全体を含めて 25 業種の付加価値労働生産性（付加価値を従業員数で割った値）について順位を示している。最下位グループに繊維工業、なめし革・同製品・毛皮製造業、そして衣服・その他繊維製品製造業となっている。これでは産業として存続することは困難であると指摘されることになるのである。

平成 17 年工業統計（従業員 10 人以上の事業所）付加価値労働生産性順位

No	工業業種	付加価値労働生産性	No	工業業種	付加価値労働生産性	No	工業業種	付加価値労働生産性
1	石油	3685	1 0	窯業	1334	1 8	印刷	1044
2	化学工業	3306	1 1	パルプ	1323	1 9	金属	988
3	飲料・煙草	3239	1 2	一般機械	1293	2 0	木材	836
4	鉄鋼	2995	1 3	電機	1221	2 1	家具	829
5	輸送機器	1638	1 4	その他	1190	2 2	食品	809
6	情報機器	1595	1 5	ゴム	1157	2 3	繊維	781
7	非鉄金属	1479	1 6	精密機械	1145	2 4	なめし革	652
8	電子機器	1424	1 7	プラスチック	1071	2 5	衣服	429
9	工業全体	1362			万円			万円
		万円						

平成 16 年工業統計（従業員 4 人以上の事業所）による繊維工業の付加価値労働生産性、平均給与、装備費（設備費を従業員数で割った額）の表

工業業種	付加価値労働生産性 万円	平均給与（年収） 万円	装備費 万円
工業全体	1255	437	856
繊維工業全体	715	337	525
化学繊維	628	334	865
染色整理	769	361	545

ここで平均給与（年収）を見ると、繊維工業が 300 万円台、衣服・その他繊維製品製造業で 200 万円前後という低水準であり、工業業界の中の最低水準となっている。これでは織

維・アパレル製造業界に有能な人材といっても、この業界に希望する人は極めて少ないだろう。先ず、このような状態を打開しなければならない。

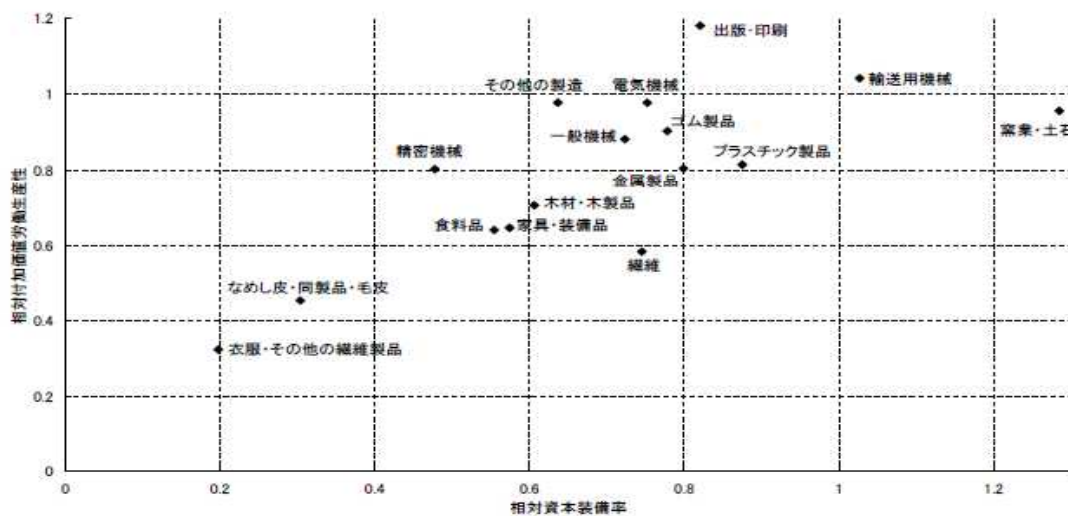
平成 16 年工業統計（従業員 4 人以上の事業所）による衣服・その他繊維製品製造業の工業の付加価値労働生産性、平均給与、装備費（設備費を従業員数で割った額）の表

工業業種	付加価値労働生産性	平均給与（年収）	装備費
	万円	万円	万円
衣服・その他	411	214	138
織物衣服	357	197	102
ニット衣服	392	210	119
下着	361	202	125
和装	442	221	115
その他衣服	500	235	204
その他繊維	531	249	216
分類のない製品	445	243	128

それには付加価値を高めなければならない。この課題については次のように取り上げられている。

慶応義塾大学では経済学部辻村和佑教授と溝下雅子特別研究員の論説「わが国繊維産業の現状と課題」で次のように分析している。繊維産業といえば我が国で産業空洞化の進行が著しい業種であり、分析結果によれば、最終工程である縫製工程の付加価値生産性の低さが産業全体の空洞化を招いている点が指摘される。付加価値労働生産性を国際比較したところ、国際的に比較劣位にあり、この原因として生産性向上に不可欠な資本設備の恩恵に欲していないことがあげられる。付加価値生産性と資本装備率の分析では、次の比較優

付図25(続き) 比較優位指標(日本、2000年)(その2)

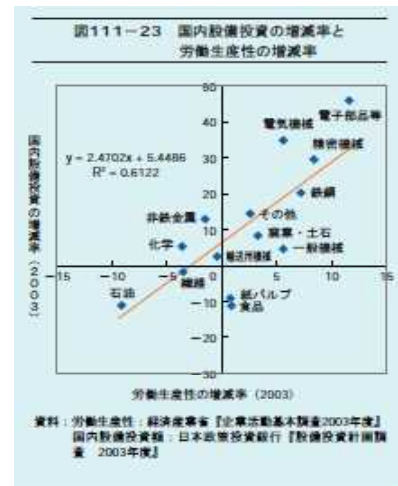


位指標（付図 25 続き）に示されるように、資本装備率が 1 上昇すると、付加価値生産性

が約 0.7 上がると推定される。したがって資本装備率を上げること、言い換えれば人の手で行っている作業を資本に代替させるように、資本装備率の上昇こそが生産性向上の鍵ある と論じている。

ものづくり白書では、「生産性の向上と設備投資の増加」として、我が国製造業について、業種別の労働生産性の伸びと国内設備投資の動向の相関関係をみると、電気機械や精密機械など労働生産性の伸びが高い業種ほど国内への設備投資増加の意向をみせる傾向が強く、両者には正の相関関係がみられる（図 111-23）として低装備では低付加価値であることを示している。

なお、筆者は 1986 年 11 月発表の論説「アパレル生産の現状と今後」(衣生活誌)で、縫製業界の従業員 1 人当たり有形固定資産と付加価値の相関図を作成して検討を行ったことを思い出す。繊維・アパレル産業におこした装備費と付加価値生産性の分析が大学の研究や白書などに取り上げられ、ようやく一般化したなと感じている。



9. アメリカ業界のチャレンジ

現在米繊維・アパレル産業の進めている構造改革は SCM の構築である。米国繊維業界衰退対策として 2003 年繊維・アパレル産業再生の開発プロジェクトとして ” D A M A ” が進められた。米国業界は A M T E X (アムテックス：米国繊維・アパレル連携組織) を結

成して D A M A (実需対応生産仕組み) の開発を行ったのである。この開発で米業界は繊維・アパレル産業の原材料から消費製品までの全段階をより速く、より簡素にして、必要な競争力を持つことを目指すものであった。これは次頁に示されるプロジェクトである。この開発結果は現在の S C M に引き継がれている。そして今日、米国業界が直面する中国



【事例】

- ・在庫水準が4週間から3日に圧縮
- ・売上 **30~60%増**
- ・在庫回転率 **30~90%増加**
- ・年間**130億ドル**効果創出
- ・生産リードタイム **60~75%削減**
- ・**350億ドル/年**の付加価値を消費者へ創出

(出典) カーツ&アソシエイツ社レポート 1997年度

輸出繊維製品の追い上げに対して、対中国セーフガード発動については米繊維産業と米アパレル産業の意見が一致せず、米政府はこの調整に労しているように見える。こうした中で、2006 年、米国繊維産業が挑戦に立ち向かう として伝えられるのは、次のような長期的政策への転換である。米国への中国のインポートに対するセーフガードの発動と 2 か国間の双務協定のその後の交渉は、2005 年米国織物生産量が安定するのを手助けした。しかし、これは短期にはよいように見えるが、米国繊維産業はより多くの長期的脅威と考えるものに取り組むのに大きな政策転換を政府に要求し続けている。その具体的な産業政策は

今後の課題である。

10. EU業界のチャレンジ

EU織物と衣料産業の概要は、次のように述べられている。織物と衣類のセクタ(または「T/Cセクタ」)は、ハイテク合繊系から毛織物まで、綿ベッドリネンから産業用フィルタまで、またはおしめからハイファッションまでの多種多様な製品をカバーする多様で、異質の産業である。最終製品のこの多様性は工業プロセス、企業、または市場構造の多数さと一致している。T/Cセクタは、2002年に200万人を超える人々を雇用する約177,000の企業で生産された2000億ユーロ以上の生産量を持つヨーロッパの製造業の重要な部分であり、雇用数は2004年5月のEU拡大(EU-15からEU-25に拡大)の後に270万まで増大している。織物と衣類はEU-15における全体の製造付加価値の約4%と製造業の雇用の7%を占めている。(注:EU-25の2005年統計では雇用数2,218,729人、企業数154,866となっている)。ヨーロッパの織物と衣類のセクタは技術変革や異なるコストの進展、および重要な国際的な競争相手の出現などの組み合わせにより、最近数年の間に一連の根本的な変化に左右された。そのような変化は、当分の間続きそうで、2005年1月1日に過去40年間適用されてきた輸入割当のシステムの最終的な撤廃は外部からの競争付加をもたらすことになった。過去の競争挑戦に呼応して、ヨーロッパの織物と衣類の産業はリストラクチャリング、近代化、および技術進歩の長いプロセスを行った。会社は、大量生産と簡単なファッション製品を大幅に減らすか、取り止めて、代わりにより高い付加価値による多種多様な製品に専念することによってそれらの競争力を改善した。さらに、ヨーロッパ製作者は高いデザイン性を持つ高品質の衣服のためのだけでなく、技術/産業用織物と不織布(例えば自動車産業または医学のセクタのための産業のフィルタ、ジオテキスタイル、衛生用品、または製品)の市場で世界的リーダーである。



COMMISSION OF THE EUROPEAN COMMUNITIES

Brussels, 21.11.2003
SEC(2003) 1345

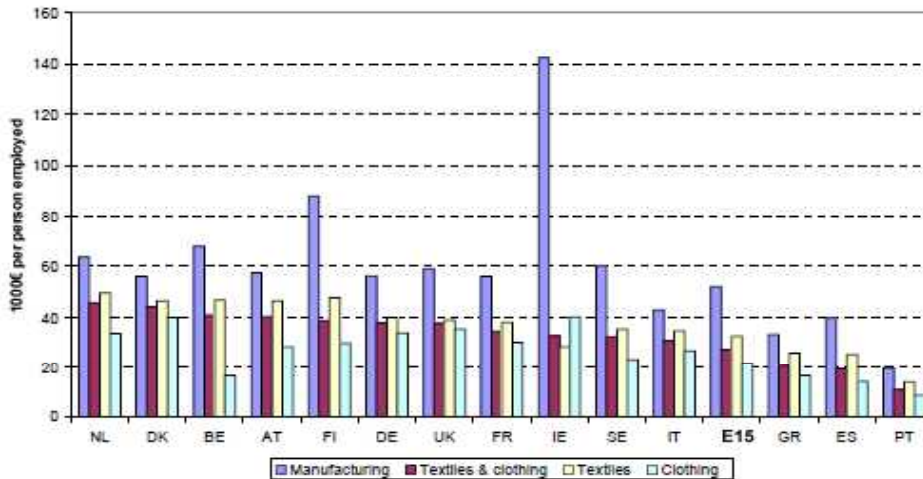
COMMISSION STAFF WORKING PAPER

**Economic and Competitiveness analysis of the European textile and Clothing Sector
in support of the Communication
“The future of the textiles and clothing sector in the enlarged Europe”**

競争力は、また、EU加盟の同意州と候補者国を含めて、主にユーロ - 地中海ゾーンのよ

り低い労働コストを持つ国の会社に衣服メーカーなどの労働集約的な活動に対して下請け契約または生産設備の移転によって保持されている。EU における織物と衣類セクタの競争力優位は品質とデザイン、革新、およびテクノロジーと高付加価値製品の上のフォーカスにおいて現在見出される。同時に、グローバル化と技術進歩は、織物と衣料産業のクラスタ化戦略を考え直す必要をもたらしていた。いくつかの活動のためにまだ重要な役割を果たす間に、ローカルで、地区、または地域のレベルでの協力は、ますます、生産の

Labour productivity (1000€ per person employed) in 2002

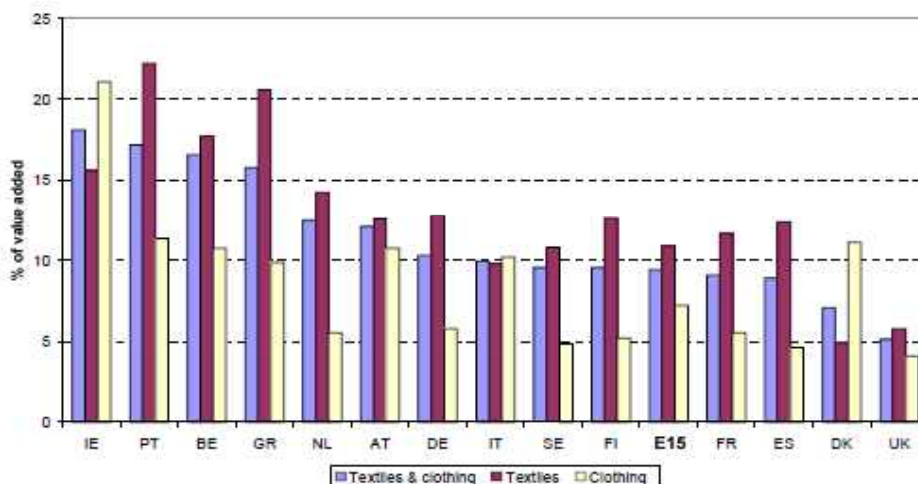


チェーンがヨーロッパ市場に密着した地理的近接にとどまっていると保証することに不十分であることが判明した。

従って、そのままその多彩な活動のクラスタリングは、今またより広い地理上の区域(すなわちユーロ地中海ゾーン)に基づいている。

ヨーロッパ製品は一般にポジティブな品質のマークアップを持っている。等しく、EU 産業は技術織物などの新製品の開発において主導的役割を持っている。ヨーロッパの織物と衣類のセクタが、競争力を保つことになっているならば、より高い付加価値製品へのこれらの傾向は、引き続き加速される必要がある。

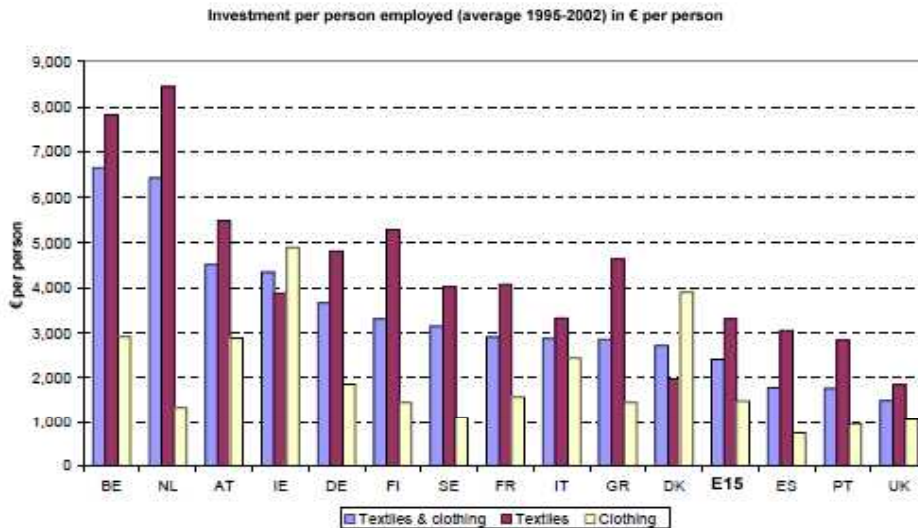
Investment/Value added (average 1995-2002)



EU がまだ織物製品の世界最大の輸出業者であっても、25 か国体制の衣類と織物の産業は、低価格の競争と格闘し

続ける。欧州のテキスタイルメーカーは中国生産の増加が影響して厳しい経営環境が続き、縮小・撤退する企業が少なくない。例えば、イタリアの苦境と共に、スペインの繊維産業

も厳しい状況になっている。19-20 世紀には繊維工業発祥の地である英国マンチェスターと肩を並べるほど繊維産業が盛んだったスペイン北東部のカタルーニャ州は、20 世紀末以降アジアの安値攻勢に押され、衰退の危機に直面しているという。さらにユーロ高で欧州のテキスタイルメーカーの弱体化が進む。EU 繊維・アパレル産業セクタの変革促進会議では、産業政策はビジネスが繁栄するように枠組を作成することで果たすべき重要な役割



を持って
いると期
待する。
去る 6 月
9 日欧州
繊維産業
連盟
(
EURATE
X) は欧
州繊維産
業の今後
の生き残

り戦略について以下の通り概括した。

Table 1: Core data on the European Textile and Clothing industry in 2002

	E15	FR	NL	DE	IT	UK	IE	DK	GR	PT	ES	BE	LU	SE	FI	AT
Number of enterprises (in thousands)																
Manuf.	1,834	219	43	222	600	157	5	20	25	80	240	38	1	54	27	25
T/C	177	16	3	9	72	10		1	3	14	25	3		3	2	2
Textiles	70	5	1	4	28	5			1	4	10	1		2	1	1
Clothing	107	10	2	5	44	5			2	9	15	1		1	1	1
Turnover or gross premiums written (in million of €)																
Manuf.	5,485,080	909,471	217,088	1,419,685	859,567	726,418	104,615	77,226	30,697	69,727	409,666	178,801	8,381	161,197	130,885	111,931
T/C	203,683	26,121	3,879	23,326	78,303	20,198	856	1,750	2,271	7,985	15,275	9,096	597	1,430	1,216	3,397
Textiles	115,600	15,552	3,221	14,341	36,712	12,739	493	1,177	1,226	4,321	9,384	7,196	593	1,117	678	2,528
Clothing	88,083	10,569	658	8,984	41,591	7,458	363	572	1,045	3,664	5,891	1,900	4	314	538	869
Value added at factor cost (in million of €)																
Manuf.	1,494,306	217,793	54,981	405,410	206,326	224,843	36,003	26,309	9,919	16,970	105,823	44,544	2,475	47,738	38,646	35,558
T/C	56,761	6,767	1,173	6,718	18,907	7,440	312	539	871	2,516	4,658	2,118	227	456	448	1,096
Textiles	35,517	4,130	981	4,833	10,801	4,697	174	377	468	1,366	2,880	1,949	225	377	279	834
Clothing	21,244	2,636	212	2,085	8,106	2,743	137	162	404	1,150	1,778	189	2	79	169	262
Number of persons employed (in thousands)																
Manuf.	28,660	3,884	863	7,194	4,801	3,794	253	468	298	958	2,651	655	33	791	440	618
T/C	2,072	196	26	177	613	198	10	12	42	227	237	52	1	14	12	27
Textiles	1,092	109	19	116	312	120	6	8	18	96	113	42	1	11	6	18
Clothing	980	87	6	62	301	77	3	4	24	131	124	10		3	6	9
Personnel cost (in million of €)																
Manuf.	967,893	153,471	30,010	308,470	122,867	133,206	8,150	17,586	5,436	11,063	65,353	26,358	1,521	30,885	18,652	23,803
T/C	40,748	5,922	769	5,195	12,390	4,873	208	379	562	1,878	3,679	1,414	81	357	333	829
Textiles	24,622	3,299	634	3,546	6,973	3,230	121	267	278	907	2,056	1,233	79	294	183	615
Clothing	16,126	2,624	135	1,649	5,417	1,642	87	112	284	971	1,623	181	1	63	150	214
Gross investment (in million of €)																
T/C	5,034	602	155	744	1,579	385	31	41	137	431	429	289		35	45	131
Textiles	3,509	447	141	612	842	267	24	18	93	321	324	255		32	36	97
Clothing	1,525	155	14	132	737	118	7	22	45	110	105	34		3	9	34
Extra-EU Exports (in million of €)																
Manuf.	934,238	124,399	49,135	285,137	117,736	115,629	31,050	16,474	4,894	4,964	33,574	59,181	1,535	38,262	21,467	30,804
T/C	43,047	5,444	1,824	9,638	13	3,670	210	828	621	801	2,130	2,134	121	613	316	1,273
Textiles	26,862	3,073	1,554	7,111	6,593	2,338	113	423	223	532	1,310	1,912	116	432	198	936
Clothing	16,185	2,372	270	2,527	6,854	1,332	97	405	379	269	820	222	4	182	118	335
Extra-EU Imports (in million of €)																
Manuf.	916,728	111,345	97,650	220,251	103,987	161,978	17,821	12,336	14,659	7,849	49,468	56,154	2,948	22,229	12,341	25,713
T/C	69,207	8,607	4,647	18,282	9,401	13,977	446	1,691	585	456	3,521	4,143	98	1,585	499	1,268
Textiles	18,922	1,770	1,056	4,409	3,690	3,071	116	375	396	386	1,243	1,394	48	403	141	483
Clothing	50,285	6,837	3,591	13,873	5,711	10,906	330	1,376	189	70	2,278	2,749	50	1,182	358	785

研究開発活動への更なる注力

EU の新化学品規制 (REACH) 案 (特に染色整理企業への負担が大きい) 等、産業の競争力を弱めるような環境規制には反対

輸出拡大のための WTO ラウンド交渉での市場アクセスの改善の達成

中国からの輸入への対応および中国との連携強化

知的財産権保護の強化

成長するテクテキスタイル市場への製品供給の拡大

産業の利益を守るべく、WTO 交渉、技術開発、人材育成等の各分野での他産業との連携強化

以上のような項目についてチャレンジして行くという。

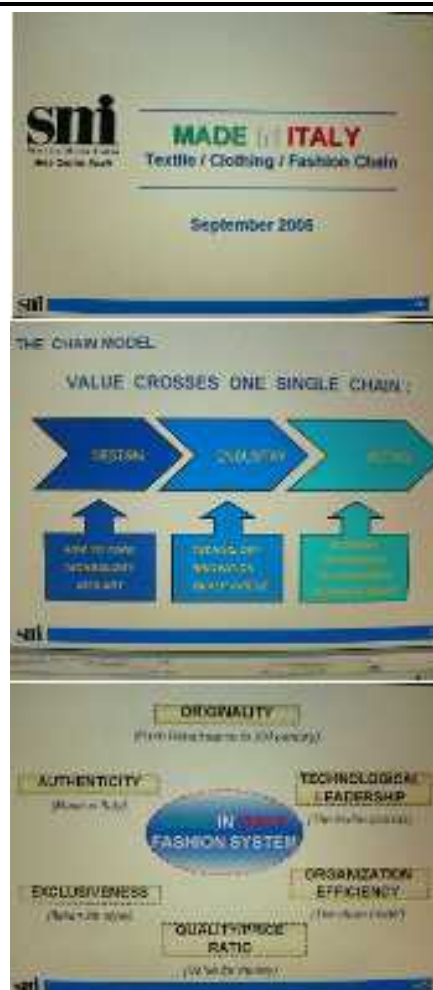
11. 2018年には繊維産業消滅？

予測小説のジャンルを創始した作家、堺屋太一著「平成三十年」下（平成14年、朝日新聞刊）を読み返してみた。2018年における産業の浮沈が取り上げられている。同書の29頁には次のように記している。「コンピュータ画面に映る表には、尻尾を巻いた負け犬印の下に、鉄鋼、石油化学、通信機器や映像以外の電子機器、医薬品など、昭和を支えた産業が並んでいる。繊維や家具雑貨の製造部門はとうの昔にこの国から姿を消し、負け組にさえ入っていない。」 何とも厳しい話だが、こうした予測になっていてショックである。



12. 伊業界の「メイド・イン・イタリア」プロジェクト

イタリアでは2005年9月、システム・モーダ・イタリアが「メイド・イン・イタリア」プロジェクトを発表した。イタリアにおいて消費性向への産業の関心は独立小売業者の有意義な存在により連携された小売りシステムの実存により支えられていた。21世紀初期の小売りのシステムは、製作者--小売店--消費者のより強い相互作用、繊維・衣服生産の全サイクルを通しての新しい構造（SCM）だけでなく、新しいITを必要としている。この方向に、投資の大きな流れが動いており、再編成プロジェクトがイタリア各社において生産パイプラインの至る所で行われている。そしてデザインにおいて「如何にテクノロジーを芸術へ向かわせるか」により、生産において「テクノロジー、イノベーション、品質/価格」により、小売りにおいて「顧客に唯一のイメージを届けるために」を、それぞれテーマにして価値を生み出すとしている。「メイド・イン・イタリア」ファッション・システムは、独創を（ルネサンスから21世紀まで）により、本物を（メイド・イン・イタリア）により、独占性を（イタリア・ライフ・スタイル）により、技術主導を（繊維地場産地）により、組織効率を（チェーン・モデル）により、品質/価格を（通貨価値）により実現しようとしている。右上の図は「メイド・イン・イタリア」の構想を示し



ている。

13. EU2020年繊維・衣服産業ビジョン

欧州では2020年繊維・衣服産業ビジョンがEURATEX（欧州繊維産業連盟）から2004年6月に発表された。中国よりの輸入品の攻勢に生き残りをかけ、工業生産のコモディティ化による価格崩壊に対処し、繊維・アパレル製品の価値を高めるために、次の技術基盤を構築し、産業のあるべき方向を描いて、2020年ビジョンが策定されている。

3つの技術基盤構築

コモディティを脱却し、柔軟なハイテク繊維製品による特殊化高付加価値技術基盤

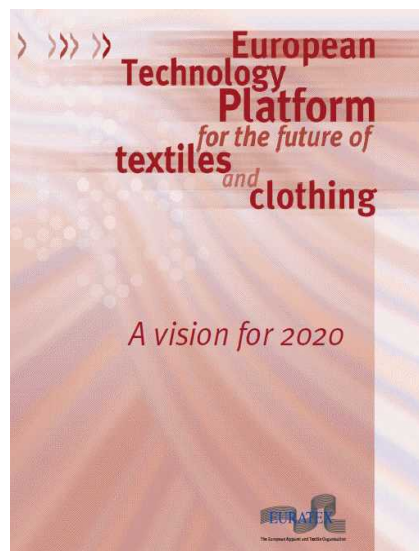
従来型適用分野（衣服やインテリア）から脱却拡大し、環境などを含めた新たな広い適用分野を開拓し、適用選択素材としてのテキスタイルの技術基盤

繊維製品大量生産時代を終わらせ、カスタマイゼーション、パーソナル化、知的な生産、ロジスティクス、および流通の新しい枠組みへの技術基盤をそれぞれ確立するとしている。

大量生産からカスタマイゼーションへ

不特定多数の消費者を相手に見込みで大量生産し、その製品はコモディティ化して価格崩壊し、多大な

産業ロスを発生させている。そこで大量生産を止めて、パーソナル・カスタマイゼーションを行って、顧客満足度を高め、見込み生産での売れ残り産業ロスをなくす。顧客への地理的、文化的に近接した欧州の立地はEU繊維・衣服産業にとって最良の位置にある。これを実現するには、顧客ニーズと好みをよりよく把握し、利用し、管理するためのテクノロジーにおける最近の進歩、高性能CAD、バーチャルなプロトタイプ・ソリューション、柔軟なカスタマイズされた生産システム、知的なロジスティクス、インターネット通信システム等によって可能となる と説明している。



14. 日本の進路とは

アメリカ繊維・アパレル産業は衰退に対して長期的脅威となるものに挑戦する方向であり、欧州では2020年ビジョンが打ち出されている。日本の進路についても考えなければならない。

朝日新聞の安井孝之編集委員は、日本の進路について論じているが、筆者が要約すると次のようである。「日本産業の競争力は中国や韓国などアジアの新興国の追い上げにより比較劣位となっている。これを比較優位に高めるには高付加価値のモノやサービスによる競争で、ナンバーワン、オンリーワンの分野を増やす」こととして、その事例に「ホールガーメント（無縫製ニット）」を取り上げて、「95年に島精機製が商品化したときには欧米のアパレルメーカーが「産業革命に匹敵する発明」と評価し、エルメスやグッチなど海外ブランドがこの編み機を導入し、これまで4000台売れ、うち2800台が欧米市場

に、1200台が国内で稼働中だが、国内アパレル業者の動きはまだ鈍い」という。そして、同氏の指摘する国際競争力を高めるための日本の課題は、

付加価値の高いモノ作りのために、製造現場の力を鍛え伸ばすこと

世界的な知のネットワークを広げ、高水準の技術革新を維持すること

知的財産の保護制度の確立や、技術の国際標準づくりに向けて、日本が主導的な役割を果たすこと となっている。

筆者は繊維学会編「繊維便覧 第3編」(丸善刊)に縫製の技術革新として次のように述べた。「国内縫製が生き残れる世界初の画期的開発が行われた。島精機製作所の「完全無縫製型横編機」であり、生地裁断や縫製などの工程を不要にして、編み糸から直接に服を編み上げる自動装置である。縫製の労働集約作業を装置作業に一挙に変革するものである。この装置はニットウェアに対するものであるが、三宅一生のA-POC(エイポック)のプロジェクトは、「無縫製型衣服直織装置」の開発を目指すもので、山梨県の実験工房で研究されている。糸から直接



作る製法の無縫製のもたらす効果は、サイズや素材を自在に変えられることで消費者の多様な好みに対応でき、手作業を極力省き、生地在庫も不要で、「個の大量生産」が実現される。製品の付加価値を高めて競争力を強化するとともに、この衣服革新は、高度のマルチレスポンス(顧客の多様度への対応)を実現するものと期待される。縫製の生き残りに無縫製が道を開くというのは皮肉なことだが、変革とは本来そういうものかと感じさせられる」こうした記述が今日現実化しており、三宅一生の「無縫製」(ニット)は、オンワード樫山が新ブランド「ジェリープラス」として2007年春発売するという。

15. モード・ジャパンの可能性

日本業界のファッション発信の動きとは別に、パリの本場で日本のモード革新のデザイナーの活躍が評価されて、モード・ジャパンの可能性が光り輝く。しかし、これは個々のデザイナー、個々のブランドとしてまだらに光るだけで、日本の業界が全体として評価されているかという点と全く評価されていないのが現実のようだ。先進国の中で、日本ほど衣類の輸出の少ない国はないといわれているほどである。

海外からの日本のモードへの関心がクールビズに向けられているというニュースが伝えられた。日本のクールビズを英国でも。7月の最高気温を更新するなど猛暑の英国で、最大のナショナルセンター、労働組合会議(TUC)が企業に対し、夏の間、日本に倣ってネクタイなどの服装規定を緩めるよう求める運動を始めたということである。このクールビズの提唱と成功で小池百合子環境相がFEC賞(日本ファッション・エディターズ・クラブ主催)特別賞を受賞した。日本ファッション業界に関係のない人が受賞し、英国の反響もあったということは考えさせられる。

モード・ジャパンを代表する川久保玲さん、山本耀司氏は西洋流の均整美や優雅さに疑義を投げかけ、三宅一生氏は一枚の布の可能性に挑戦するという革新性が光る。これに対して、日本趣味で服の本場に刺激を与えた森英恵さんは穏やかで心地よい旧来の服の路線に

沿うもので革新性に乏しいといわれた。生き残りには、イノベーションを要する。これは西洋美術史のルネサンスからバロックへの転換によく似ていると思われる。ルネサンスのコンセプトは「調和と秩序」とされ、次のバロックは「対立と闘争」といわれるように、森さんはルネサンス式モード、革新性モードはバロック式ということができ

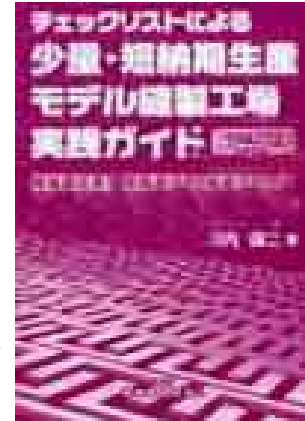


る。今日は革新性が求められている。しかし、国内では革新性が評価されない。あたかも西洋でバロックが長い間、異様なもので一段低い評価しかされなかったという史実とよく似てる。2006年9月の「東京発 日本ファッション・ウィーク（JFW）」の開催に当たり、JFW実行委員で、イッセイミヤケ・太田伸之社長は「日本の市場は『売れるかどうか』が最優先され、新進ブランドが世に出づら」と説明したという。百貨店などではこれまで、面白いものへの投資を惜しまない欧米と異なり、バイヤーが目新しいブランドを見つけても、売り上げ予測が読み切れず、結局、世評の通ったブランドを選択するケースが少なくなかったと伝えている。また、繊維・ファッション産業の支援体制が構築される中で、本来の「創」「匠」「商」連携に向けようやく本格スタートしたJFW（東京発 日本ファッション・ウィーク）だが、その三位一体の道は残念ながら遠そうだと報じられた。2回目の「東京発 日本ファッション・ウィーク（JFW）」は、国内では前回以上の関心を集めたものの、課題も残された。海外の報道関係者は80人ほどに増えたが、バイヤーは前回の10人が20人に増えただけだった。招待した世界のファッション界に影響力を持つインターナショナル・ヘラルド・トリビューン紙のスージー・メンクスさんも「日本のデザイナーの成長を感じた」としながら、「世界を目指すには、国内だけでなくアジアの著名なデザイナーを呼ぶことが必要」と、“看板”不足を指摘した。また、JFW後の支援の重要性を訴える意見もあった。期間中、新進デザイナーの合同ショーを開いた「アンビアンス」の主宰者、荒木節子さんは「ショーをしても、ブランドが定着しない。欧米と違って短時間で売り上げという結果を求めるバイヤーが多いためだ。お金は無いがアイデアはあるというデザイナーが育たない」と漏らした。将来のJFWの質を左右する問題だけに、運営とは別に耳を傾けるべきかもしれないと指摘もされた。モード・ジャパンの可能性はあるが、国内では育ちにくいといえるだろう。JFWの大きな課題の一つに海外での知名度の低さがあると指摘される。ニューヨーク、パリなど世界のファッションカレンダーの先陣を切った第3回のコレクション(2006年9月4 - 8日開催)には、JETRO（日本貿易振興機構）の呼び掛けにより海外からの来場者も増加。ファッション戦略会議事務局の発表によると、来場した海外メディアは、台湾や中国、韓国などのアジア勢をはじめ、AP、ロイターなどの通信社を含む報道陣約130人。雑誌では、英「i-D」、「TIME」、仏「ロフィシエル」などの著名誌も取材に訪れたという。バイヤーでは約50人が来場し

たという。とはいえ、今回海外から訪れたバイヤーの多くは中国などのアジア圏が中心。JFWの魅力を高めるためには、ファッション先進国である欧米地域からのバイヤーを呼び込む「実力」を培う必要がありそうだと報じられた。つまり、世界への発信は始まったばかりという感じなのである。

16. 最後に筆者の主張：「客業生産」

これまでに繊維・アパレル産業の今後に関して各種のビジョン、戦略、進路、政策を紹介してみた。筆者は拙著「チェックリストによる 少量・短納期生産 モデル縫製工場 実践ガイド」に論じたように、生産そのものが「工業生産」から「客業生産」へシフトして行くという立場である。例えば、付加価値を高める「装備率との相関」の研究についても、そのデータは工業生産からのものであれば、対策は当然工業生産内のものとなり、中国の工業生産との太刀打ちは困難である。生産の直面する最大のリスクにコモディティ化がある。コモディティ化とは、高価だった製品が、新しい製造・販売・流通形態の確立によって、一般消費財のように安く手に入れられ、日用品化する意味で用いられている。そして工業製品が今日のようにアリキタリで有難味のないコモディティ（日用品）化により価格崩壊となれば、産業としては破綻してしまうので、生産の在り方の見直しが先ず必要となる。ここでは工業生産そのものが問われている。「脱工業社会」に関心が集まっている理由であり、その生産を筆者は「客業生産」と呼んでいる。これはパーソナル・カスタマイゼーションを実現する生産のことである。まさに欧州ビジョンが目指している「大量生産からカスタマイゼーションへ」と合致する考え方だと思っている。「客業生産」は2002年の造語であるが、この生産パラダイムが欧州のビジョンに見られることは感慨深いものがある。



<p>・「技術巨人」の存在 河内保二</p> <ul style="list-style-type: none"> -1986年 次代社会の生産論において「共感生産のすすめ」を論じる -1988年 JUKI マガジンにおいて「共感生産」「個産」を論じる -1988年11月 JUKI マガジンにおいて「供業生産」として「多高短少生産」と造語して論じる -2002年5月 アパレルビジネスマガジンにおいて「客業生産」と造語して論じた -2004年5月 著書「チェックリストによる 少量・短納期生産 モデル縫製工場 実践ガイド」において「客業生産」を詳論した <p>1976年 中国（北京、広州）、香港...北京で 国営縫製工場に自動ミシンの導入指導</p> <p>1982年 台湾（台北、高雄）...縫製管理技術指導</p> <p>1991年 台湾（台北）...自動縫製セミナー講演</p> <p>1993年 台湾（台北）...自動縫製技術指導</p> <p>1994年 台湾（台北、高雄）...自動縫製指導</p> <p>1995年 中国（上海、杭州、寧波）...自動縫製顧問として縫製指導</p> <p>2001年 中国（上海、南通）...縫製工場指導</p> <p>2002年 韓国ソウルツアー</p>	<p>[PDF]</p> <p>「日本の JUKI と中国上工企業について」著者：鹿児島国際大学助教授 康賢淑 経済学博士は、「客業生産」造語の経緯を左図のように紹介されている。</p> <p>(http://rio.andrew.ac.jp/cms/20050924kang.pdf)</p>
---	--

21 世紀の生産が「工業生産 (Industry)」から「客業生産 (Ordustry)」に変革して行くことが立証されるものと信じている。 【おわり】