

リサーチセンター 新年特集

2005年 新年号



株式会社 リサーチセンター 岐阜 名古屋 一宮 金沢 浜松 東京 大阪

2005年展望—縫製業界の動向を見る—

経済工学リサーチ

主宰 河内 保二

1. はじめに 2005年何が起こるか

2005年▽日本人ノーベル賞受賞▽富士山噴火災害発生や東海大震災の恐れ▽上陸台風による風害・水害▽領土紛争や宗教民族対立による武力衝突が激しくなる(2000年時点で、世界で36の紛争があった)▽中国人口は13億3,000万人?▽日本総人口推計1億2,770万8千人▽日本はデフレが残る▽世界最高水準のインターネット網の確立(IT国家基本戦略)▽政府は電子政府の相談窓口を新設▽情報通信白書ではネット利用人口が2000年末のおよそ4,700万人から、2005年には8,700万人あまりと2倍近くに増加し、10人中7人がネットを利用すると予測▽科学技術基本計画(5年間で24兆円研究開発予算)による生命科学、情報通信、環境、ナノテクノロジーの研究成果▽東京都人口1214万人でピークとなる—今後は人口減少へ▽常磐新線(東京・秋葉原—つくば)秋開業▽生物素材を利用した生分解性の容器包装が普及▽商品ヒットの5K—近距離、感動、簡便、環境、健康がポイント▽一流ブランド好調続く▽国内の従来型の百貨店、専門店、スーパーなどアパレル小売業は販売不振続く▽中国縫製品輸出盛況—中国の縫製人口は500万人を超過、中国沿岸地区は人手不足、賃金上昇▽韓国は北朝鮮に縫製加工を移し始める▽繊維・アパレル商品の輸出振興策官民協調実施▽中小繊維製造事業者自立事業計画の展開▽日本アパレル業界は量・低価格志向から質・高付加価値指向に▽日本アパレル業界はIT活用・SCM・

短サイクル生産に活路▽介護服が拡大▽J I A M展(韓国、台湾、中国ミシンメーカー出展目立つ)—と予想される。

2. 2005年度経済見通し

2005年度の日本の実質GDP成長率見通しを+1.7%とする見方によると、原油価格上昇が経済に与える影響が昨年度後半から出始めたので、考慮して低めに押さえたとし、ハイテク分野で在庫調整圧力が高まっており、04年度末から05年度始めにかけて、同分野中心に在庫調整が見込まれるとする。今後の日本経済は、海外経済の拡大ペース鈍化などによる輸出の減速、ハイテク分野での在庫調整などから、05年度前半にかけて停滞感が強まるものと予想される。ただし、企業の収益性が大幅に改善していることから、景気は失速は免れようという。就職事情も好転しそうだ。05年度後半には、成長ペースは再び加速しようとする楽観論もある。これに対する慎重論では、すでに景気後退局面に入っていると。その理由として、国内の在庫水準が増加していると、今後の生産の盛り返しが期待しにくいところに、米国、中国、欧州とも先行きの減速観測が強まっているとする。跳ね上がった原油価格は大きな懸念材料で、このまま景気後退に突入する可能性もあるという。さて、繊維・縫製業界はここ十数年縮小し続けているが、こうした経済予測の下では、減少の歯止めはかからないだろう。平成12年国勢調査ではミシン縫製作業者数は361,924人で、5年前調査より

32.2%減と大幅減少し、さらに平成15年工業統計速報では、縫製全体で縫製事業所数は34,263事業所(前年比24.6%減)であり、従業員数は318,522人(前年比26.4%減)であった。昨年も前年比20%を超える減少と見られ、2005年も20%近い減少と推定されるということのほかの厳しさと予想される。さらに10人以上の事業所の統計を見ると、縫製は7,823事業所(前年比7.2%減)で従業員数227,167人(前年比8.5%減)であり、そして重視しなければならないのは従業員1人当たり付加価値であり、製造業平均が1,279万円であるのに、縫製が工業業種中最低の433万円となっている現状である。実は縫製業界の苦境の原因は従業員1人当たり付加価値のこの低さにあるのである。苦境脱出は付加価値最低からの脱出でもあり、そのためには自立することが不可欠となっている。また、縫製業界の再生のためには、自立とともに人材が重要であるが、アパレル人材育成専門機関の規模も小さく、教育学制での人材育成の規模も縮小してしまっている現実がある。

3. 中国の縫製産業

中国縫製の爆伸要素としてWTO割当制撤廃で中国輸出優位がある。輸出先となる先進国とライバルの国々はそのインパクトに脅威を感じている。しかし、

中国の泣き所が指摘されるようになってきている。それは中国の縫製の発展阻害要因として、人手不足、電力不足、水不足、原油不足、外資導入不足である。すでに人手不足により賃金の上昇が見られるようになった。縫製が中国から帰国したり、他国に移ったりすることも考えられる。しかし、中国は世界有数の消費地になりつつあり、繊維・アパレル産業は中国市場への売り込みを“日本繊維産業の命運を掛けて”と言っても決して大げさではないビジネスが始まると報じられている。

4. アジアの縫製産業

アジアの縫製産業は引き続き成長するだろう。その中で、最大の競争相手は中国であるが、2005年には北朝鮮が加わる可能性がある。韓国企業は北朝鮮の開城(ケソン)で造成中の開城工業団地のうち、入居の決まっている工場を稼働する見通しと伝えられた。中国より安い人件費となるだろう。日本からの進出はまだ先だろうが、縫製の加工地としての話題が目立つことになるかもしれない。

5. 世界の縫製産業

世界経済予測の観点では、インドとブラジルの動向が論じらるが、今年1月1日から実施されるクオ

高品質を追い求めるプレス加工

レディスの重衣料をメインに、軽衣料を加えた総合物流業です。検針、検品、プレス、補修、保管、各店出荷までの一元化により、徹底してスピードを強化し、品質・コスト対応にあくなき挑戦しています。

「重衣料を数でこなすカワセ」として、今後も各部門の機能を更に強化し、得意先のニーズに安定供給していきます。

株式会社 カワセプレス

代表取締役 川瀬昌克

本社 岐阜市長良海用町1丁目45番地 TEL 058-294-8168 FAX 058-231-8134
物流センター 岐阜県武儀郡武芸川町八幡雨田162-1 TEL 0575-45-0077 FAX 0575-45-0070

ーター制撤廃に対し欧米繊維・アパレル業界の対応が注目される。WTO（世界貿易機関）がまとめた報告書で、中国はクォータ撤廃後、対米アパレル輸出が3倍に、インドは4倍にそれぞれ増加すると指摘した。中国は一国で、世界のテキスタイルと衣料市場の半分以上のシェアを占める見通しであり、この両国はまた、欧州市場でも主要な位置を占めると予測し、40年続いた繊維クォータ体制廃止後の衝撃の大きさが明らかになる年ということだ。

●米国縫製業界事情—衰退ストップなるか

中国製の繊維・衣料の輸入制限の是非を巡っては、米国の繊維製造業と小売業+縫製業界の対立が鮮明になっているようだ。米繊維業界は苦境の中にあるが、世界繊維メーカーの雄デュボン社の繊維事業子会社、インビスタ社の売却が昨年完了した。売却先は、米エンジニアリング大手、コーク・インダストリーズの子会社2社で、譲渡金額は4.2億ドルと報じられ、続いて米セラニーズ・アセテート社が主製品のアセテートの生産から撤退すると発表した。同社は撤退の理由を、主要用途の裏地などで「代替品への乗換えが進み採算が悪化したため」と説明しているが、米産業の繊維離れを印象づけた。2005年1月の輸入割当枠の撤廃に伴って輸入急増が予想される中、苦しい繊維製造業が米政府に新たな輸入制限の発動を求めているのに対して、中国製の低価格衣

料を集客の武器にしている小売業が「保護主義」に反発する構図となっている。このように米国繊維産業とアパレル縫製業界+小売業界の意見は利害対立して正反対となっている。米労働省の「職業展望ハンドブック 2004-05年版」によると、織物、アパレル、および装身具の労働者の雇用は、2012年まで減少すると予測されており、次のように説明が行われている。アパレル労働者は、経済において最も急速に減少する職業グループのなかに置かれてきており、さらに輸入増大、海外の組み立ての委託および新しいオートメーションによるより大きい生産性が雇用喪失を加速するだろう。また、多くの新しい織物はそれほど生産と処理を必要としていない。しかし、この職業の大きい規模のために、他の職業に移ったり、辞職したり、あるいは他の理由で退職した人たちを補充する必要のために、毎年数千人程度の求人起きることだろう。外国の製造業者が米国市場のより大きいシェアを得たので、国内の織物とアパレルの産業の中の雇用は近年減少していた。国内生産、特にアパレルの生産は、外国に移され続けるであろうし、米国市場への輸入は増大するだろう。アパレル産業が米国製織物の最も大きい消費者であるので、米国アパレル生産の減少は国内の繊維生産において縮小を起こすだろう。アパレルについての市場での激烈な競争は、コストを減らし、より少な



LADIES FASHION CREATOR
YAMASEI CO.,LTD

浪漫街道
ROMANKAIDO

LN
LEGIONEUR

NM
NICE MIDDY

LADIES FASHION CREATOR
株式会社 山 清

本社
〒501-6006 岐阜県羽島郡岐南町伏屋2丁目16番地 TEL 0120-471811
クレアクラス事業部
〒501-6019 岐阜県羽島郡岐南町下印食3丁目47番地 TEL 058-275-4641

い労働者でもっと生産するために強烈なプレッシャーの下に国内のアパレルと織物の会社を置くことだろう。繊維産業はすでに高度自動化されているけれども、それは、労力節約の機械の導入と生産費を減らす新しいファイバーと布の発明を通して労働生産性を増大させることに努め続けるだろう。テクノロジーにおける進歩にもかかわらず、アパレル産業は織物製品の柔軟特性のため広く自動化装置を使用するのが困難であった。産業は、スタイルとシーズンの中の変化による頻繁に変化する多種多様なアパレルアイテムを生産している。より大きい会社の中で何人かの労働者の必要を減らす一方、コンピュータを使ったマーキングとグレーディング、コンピュータでコントロールされたカッター、半自動式の縫い、プレス機械、および自動化されたマテハンシステムなどの技術開発は、アウトプットを増大させた。しかし、アセンブリと縫いは、アパレルの生産において最も多くの労働集約型のプロセスであり続けて、ミシンオペレータの作業数の増大は、外国の低賃金労働者に負かされると予想され、また仕立て屋、洋裁師、および縫子という最も熟練したアパレル労働者も雇用の減少を経験すると予想しているのである。この展望を読むと、日本の状況とよく類似していることを知らされる。米国では2005年にこの縮小

にストップをかけるのは容易でないだろう。

●欧州縫製業界事情—現状維持なるか

ヨーロッパ織物・衣服産業は、創造性、品質、およびファッションで競争力を持っており、EU企業政策の枠組の中でさらなる向上を目指している。EU企業政策は、「持続可能な開発事業を可能にするためにEUの全体ゴールへ向けて企業が成長し、展開するようにする必要がある」とし、「欧州連合からの助成金と貸付金」の便益を得ることができる制度としている。また、様々な加盟国のセクタの活動全体の10～60%までを代表している下請け活動に対しても便益を提供できる。欧州委員会は、2005年1月1日から割当てなしのシステムにスムーズな移行を保証するために中国と中国輸入モニタとの協力を強めることを計画している。提案は、ヨーロッパ繊維産業の競争力を強化し、EUにおいて基幹産業であり続けるようにすることであり、次の7つの行動ポイントを実行することである。①研究と革新の振興②終身教育と職業訓練の保証③予期しない危機をカバーする構造的資金④偽造と海賊行為に対する戦いの強化⑤ヨーロッパ産業の第三国へのアクセス改善⑥ユーロ地中海ゾーンの完成⑦中国との協力の強化である。しかし、「欧州委員会が割当てを撤廃するならば、ヨーロッパ市場は安い中国の製品によって溢れるこ

FASHION CREATOR

株式会社 キャトル・デ・モード

岐阜市此花町6-9太陽マンション1F
TEL <058> 252 - 5905
FAX <058> 252 - 5906

とになる」、「ヨーロッパでの最高 250 万人までの雇用が危険にさらされる心配がある」とし、「いくつかのアジアの不正な取引方法とは戦うべきである」との意見もあった。イギリスの全国統計事務局によると英国の製造業部門は、これまでより低く落ち込んでいる繊維生産によって昨年 8 月に 3 番目の月産高低下となったとし、前月比 0.8 パーセント減少で 8 月は 2002 年 10 月以来減少が最も大きかったと発表した。業界のエキスパートは、記録が 1948 年に始められて以来、織物生産高がその最も低い水準にあり、更新された景気後退は現実の可能性となり、これからも苦境にもがき続けそうに思えると言っている。また、昨年 10 月、ドイツの百年以上の歴史を持つ著名な工業ミシンメーカー、デュルコップ・アドラー社を中国工業用ミシンメーカーが買収したと外電が伝えたが、中国の隆盛とその逆に欧州縫製機器業界の後退が感じ取られたニュースであった。

6. 日本の縫製産業

化合繊維業界を取り巻く環境は、一段と厳しいものになっていると報じら、繊維業界は苦境にある。その例としてカネボウは産業再生機構により本体の経営再建を繊維、食品の両事業を大幅に縮小し、家庭用品、医薬品の 2 事業を中心にして進めるという。こうした動きは今年も高まると見られる。アパレルの分野では、国内の激しい価格競争を背景に生産工場を海外にシフトする、やがて価格競争に行き詰まり、さらに人件費の安い地域へと移す。国内の工場は疲弊し、優れた技術が後世に伝わらない状況になっていると業界紙は伝える。FB 業界関係者の中では「個人消費に回復の手応えは感じられない」という見方が強いというが、これが経済の実態であろうし、繊維・アパレル業界は残念ながら景気回復にはより遠い感じがする。経済予測本では、好調の本命は高級ブランドの特にメンズ商品だとし、本命に対する対抗は紳士服で、大穴は和装品と予想している。これに対して、イタリア・フェスティバルのプロデューサー

として来日のジョルジオ・コンレツジャーリ氏は「男性が作った権力志向の政治・経済・社会が行き詰まりを見せている過去十年間、ファッションも同様、女性の感性・生命を育む力が新しいページを開く」と述べている。米国の近著「ファッションの終わり：アパレル・ビジネスのマス・マーケティング」（テリー・アギンス著）では、今世紀の早い部分でのクチュールとその神格化の起源から第二次世界大戦後のプレタポルテの出現と世紀末として起こった広範な変化までの弧を描いている。それは、グローバルな名士によってのみ衣服がもたらされえたエリート・フランスデザイナー — そのデザインが他のみんなによってコピーされて、従われた — によって、「ファッション」が定義された時代から、ルールが消費者によって定められ、そしてデザイナーが彼らについて行かなければならないという時点に至るまでの弧である。バレンシャガからバナナ・リパブリックまで、クラスからマスまで、エリート主義から大衆化まで、アートから商品まで、「とりわけこれは、マーケティングの勝利の話である」。この書籍ではファッションのマス・マーケティングへの移行を首題としている。これまでの個人経営・手縫い主体の過剰装飾クチュールからシンプルで量指向のマス・マーケティングに移行して、「ファッションの終わり」と説く。日本でも、実用衣料は最小機能、最小品質でよい、「ファッションは無用の長物」といった最近の動きがあると業界紙が指摘する。ファッションに対する見方はいろいろに分かれている。筆者は次のように考える。「ファッションは終わり」というより「ファッションは死んだ」というべきで、マスからパーソナルへの指向を深めて、マーケティングはワン・トゥ・ワン・マーケティングへと進み、生産はカスタマイゼーションへと向かって、「ファッション」は死語化し、ひとり一人の「おしゃれ」というのが本質となっていると見る。そうした中、アパレル商品を扱う百貨店、総合スーパー、専門店の不振が長引いて衰退している。そして、卸業界も

これに劣らず厳しい。しかも、卸業界は縫製工場の発注元であり、発注が減少したり、加工単価が下がれば、縫製工場の死活問題となる。このために、縫製工場の自立が不可避となっている。「中小繊維製造事業者自立事業で、自立はできた」と言う縫製工場の成功例も出ている。経産省の製造産業局繊維課の2005年度概算要求は、前年度予算より5億円多い18億円となり、先行している4プロジェクトに新たに非衣料での技術開発5プロジェクトを加えるという。5億円の増加は技術開発支援を目的とした要求が増えたことが主な要因で、先行している4プロジェクトに2005年度は新たに非衣料での技術開発5プロジェクトを加えるという。

7. おわりに

今後の生産で注目されるニュースがある。オンワード樫山では、特に20代と30代の女性向けのボリューム販売ニットウェア製品を作るためにホールガーマント編み機を使う計画といい、三陽商会ではこのシーズンに向けて「ボール・スチュアート」の婦人服で、ニットアイテム拡充の一環として、ホールガーマントのパーソナルオーダー（PO）ニットを提案することを始めたという。2005年縫製のもの作りの予想では、生産は「工業生産」から「脱工業生産」の時代となっており、そして「客業生産」と名付けた生産の始まりとなると考えている。客業生産とは、「脱工業生産のことで、お客様の満足度を高める理念をもって、量産でなく個産（実需で売れ残りのない生産）が行われるものをいい、本質的に多様性対応のもの作りであり、もの作りが→職人手作業（ARTISAN'S HANDMADE）→手工業（MANUFACTURE）→工業（INDUSTRY）→脱工業（POST-INDUSTRY）→客業（ORDUSTRY）と推移してゆくと見て、筆者により造語された。このように拙著「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」（繊維流通研究会刊）で客業生産を掘り下げて論じている。工業生産

はその性が邪悪で、人類のためにならない面が強く現れていると、吉川弘之・元東大総長は指摘されている。工業とは異なり、客業生産は人類の幸福をフォーカスした生産であると考えている。そうした生産が始まるのが2005年であるだろう。その進め方として、生産はセル生産方式で、コンピュータ制御24時間自動生産であることが望ましい。その方向にあるのが、ニットウェアでは島精機製作所の「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举に変革するものである。95年の発売当初は世界初の無縫製を実現、話題を呼んだが、普及に時間がかかっていた。その後、機種改良と商品開発を重ねた結果、2003年になって大手アパレルメーカーなどが一斉に本格導入した。縫い目がない、従来にないシルエットが可能で、軽いなど「魅力ある商品」を開発でき、先進国型産業の商品として、輸出に乗り出す機運も強いと伝えられている。その一方で、縫製工程が省略されるのでコスト競争力も持てると期待されている。ニットメーカーも、大手が数十台単位で同機種を導入し始めたという。ニットの無縫製時代が始まろうとしている。この装置はニットウェアに対するものであるが、織物衣服の無縫製技術は三宅一生の開発がこれに続いている。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（顧客の多様性への対応）を実現するものと期待されるのである。縫製の生き残りの技術が無縫製技術であるというのは、なんとも矛盾のようだが、革新というものは本来そういうものである。

リサーチセンター

2005年

夏季特集号



アパレル生産の前途展望

経済工学リサーチ
主宰 河内 保二

1. アパレル生産の現況と苦境脱出

少子化により間もなく日本はかつてない人口減少の時代を迎えるが、この事態は経済にとっても、ビジネスにとっても、最も根元的要素である消費者数の減少、客数の減少を意味し、需要の低下を結果することであり、このような「減客化」はますます「少客化」を強めてゆくことになるのである。すでに繊維・アパレル業界は約 20 年の長期にわたり実質的に業界縮小を重ねて、その経済は右肩下がりに陥っている。この事態が繊維・アパレル製造業界を苦境に陥れているのである。このような業界の苦境を脱するための方策を私見 29 項目としてまとめた。

その内容を示すと次ようになる。

- 1) 従来の問屋優位、不透明な取引慣行を官民で是正し、取引近代化を達成し、事業構造の抜本的な改革へ
- 2) 下請けから直売へ工場自立化—下請け脱却でリスク付きだが付加価値向上し、縫製業界体質の改善へ
- 3) 円安（130 円上）と人民元切り上げ—中国製品輸入ブレーキ、国内製品には為替面で輸出チャンス
- 4) 円高（100 円下）では仏・伊・米・中からの輸入品が有利となり、国内製品は競争力喪失で総崩れの恐れ
- 5) 海外生産は中国一辺倒見直し、ベトナムやインドへ移転が目立ち、北朝鮮開城（ケソン）で縫製など...
- 6) 高価値商品を少客となる国内向けに、量的商品を多客の海外向けに販売戦略立案が重要となるだろう
- 7) 国内向け量的商品（コモディティグッズ）はコスト競争激化、付加価値低下で苦境の渦中にますます埋没
- 8) 造り過ぎは売れ残り、たたき売り損—欧米の対中繊維セーフガード発動による生産過剰の日本への影響？
- 9) 造り過ぎない、無在庫・売れ残りのない生産に転換—縫製現場はセル生産方式とホールガメントでカスタムメイドへ！
- 10) 高価値には高イメージのブランド展開、くれぐれも企業イメージを傷つけることのないように...
- 11) 実質的商品価値は顧客満足を高めることで実現するのが正道
- 12) イメージアップで商品価値上昇、ブランドの社会的認知へ—ブランド戦略の日本での遅れが問題
- 13) 顧客の反応を IT（インターネット）活用で即時キャッチ—SCM 構築で迅速供給
- 14) 顧客満足には、非日常性感動をもたらすプライム商品と日常性共感を呼ぶコモディティ商品の開発提供

- 15) ルイ・ヴィトンは感動性商品、ユニクロは共感性商品として成功したように
- 16) 売り切りが理想—マス・カスタマイゼーションの例として、マルイ発売「誂え既製服」「ピサルノ・ビスポーク」
- 17) 縫製業界点検…人(人財育成処遇)一付加価値を増大し、工業界最低給与水準から脱出して人財処遇する
- 18) 縫製業界点検…材料(創造と革新)一新素材利用開拓はデザインクリエイションの基本条件
- 19) 縫製業界点検…マシン(コンピュータ化、ネットワーク化、ロボット化の一方、セル生産方式では「からくり」化とアタッチメント)の活用・使いこなし
- 20) 縫製業界点検…方法(衣服ではニット・織物の無縫製化+後染め・転写・インクジェットプリントなど)一これまでの縫製法について破壊と創造
- 21) 縫製業界点検…マネー(売れ残り値引きロスをなくす)一資金ショート解決
- 22) 縫製経営ポイント…「ナ」一うまく流す(造り過ぎを止める一分業を統業に、多能工化、少量は「一人生産」で)
- 23) 縫製経営ポイント…「ツ」一うまく作る(腕を磨き上達し、アタッチメントや「からくり」を使って品質を高める)
- 24) 縫製経営ポイント…「ト」一うまく注文を取る一脱下請けして、直売し、顧客を囲い込む
- 25) 縫製経営ポイント…「オ」一うまくデザインし新製品を起こす一ブランドを立ち上げ育て、確立する
- 26) 生産は「工業量産」から常識破りの「客業個産」へ
- 27) 縫製経営キーワード「CS」一顧客満足度向上と顧客起点経営
- 28) 縫製経営キーワード「ES」一地球環境満足度向上とエコ経営
- 29) 縫製経営キーワード「ES」一従業員満足度向上と人財経営、特に工業業界最低給与水準からの脱却一企業は人なり、人財処遇が重要となるなどである。

2. アパレル産業苦境脱出策

アパレル産業の苦境脱出には、上記のような多方面からの方策が必要であるが、特にその低付加価値性を打開するために、アパレル商品のブランド確立が切望されているにも拘わらず、日本業界ではブランド戦略が遅れている。これに対して、最近ブランドの確立が次のように取り上げられるようになってきた。

時代のニーズにこたえる感性豊かな素材

DAIKO
LADIES TEXTILE

株式会社 **大 紘**

☎500-8369 岐阜市敷島町1丁目1-1
TEL (058) 253-6021

1) 内閣府の日本ブランド確立案の提言 (2月25日公表)

内閣府の知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会の日本ブランド・ワーキンググループ(座長・牛尾治朗ウシオ電機会長)は、ファッション、食、地域ブランドの分野について日本ブランドを形成するための提言を盛り込んだ「日本ブランド戦略の推進—魅力ある日本を世界に発信—」(案)を取りまとめた。日本ブランドの考え方として、日本の魅力を活かしたブランド構築を国内外に向けて積極的に行うというもの。特にファッションについては日本人の個性発揮の上に、日本人デザイナーに対する評価を高め、日本の糸・織・染色加工技術が世界有数であることに自信を持ち、デザインと素材でブランド力を強化するとし、また、地域ブランドについては、地域独自の文化発信、地域経済の活性化、観光との連携を進めるとしている。この方向で中部地区は繊維・アパレルブランドと地域ブランドの立ち上げと発信が期待される。特に岐阜県では「ORIBEブランド」を持っているという強みがある。

2) 中小企業庁のジャパンブランド開発支援事業

中小企業庁のジャパンブランド・プロジェクトは、既にある地域の特性等を活かした製品等

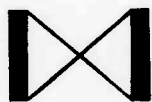
の魅力・価値をさらに高め、全国や海外のマーケットにおいても通用するブランド力を確立すべく、商工会・商工会議所が地域の企業等をコーディネートしつつ、マーケットリサーチ、専門家の招聘、コンセプトメイキング、新商品やデザインの開発・評価、展示会参加、販路開拓等の取組みを総合的に支援する事業であり、全国の商工会議所・商工会等から応募のあった提案書(98件)から平成16年度は31件のプロジェクトを採択し、中部地区では、次のプロジェクトが採択となった。

◆ 岐阜県商工会連合会(岐阜県)は、伝統的な木材加工技術を用いたインテリア商品を欧州地域向けに開発し、「飛騨・美濃匠」ブランドとして市場開拓を図る

◆ 一宮商工会議所、尾西市商工会、木曽川町商工会(愛知県)は、天然の素材(ウール、シルク等)に、環境にも配慮した素材(竹繊維、和紙、トウモロコシ繊維等)を活用した新たな最高級のファッション素材を開発し、欧州のアパレル企業に日本文化が感じられるブランドの確立を図るとしている。

3) ジェトロのジャパンブランド販路開拓支援事業

ジェトロでは、ジャパンブランド確立に向け



婦人服地企画販売

株式会社 テキスタイル小林

■ 各種オリジナル企画のテキスタイル製造・販売

本 社 〒500-8175 岐阜市長住町9丁目4番地
TEL(058)253-6831 FAX(058)253-6255

■ 各種プリントのテキスタイル製造・販売

大阪支店 〒541-0054 大阪市中央区南本町2-4-7 ほていビル2F
TEL(06)6267-0251 FAX(06)6267-0256

た支援を行っており、中小企業のブランド力育成による新市場展開支援では、既存の地域特性を活かして製品等の価値を向上し、全国と海外の市場で通用するブランド力を確立しようとする中小企業を、マーケティングリサーチ、新商品・デザイン開発、販路開拓等で総合的に支援している。04年支援事業の対象となった繊維関係地域産業は次の通りであった。

- ◆ 一宮市：毛織物（ウール、シルク、竹、トウモロコシ）
- ◆ 富士吉田市：紋織り、染色技術
- ◆ 福岡市衣川町：久留米絨
- ◆ 香川県東かがわ市：手袋、縫製技術

4) 経産省の東京コレクション開催

中川昭一経産相は5月末、「東京コレクション」を政府の支援などでスケールアップし、「東京発 日本ファッション・ウィーク」として開催し、アパレル、デザインなどファッション関連業界が協力し、世界に向け新モードやデザインを発信することを明らかにした。東京をパリ、ニューヨーク、ミラノのようなファッションの一大拠点にするプランである。「日本ファッション・ウィーク」は、11月上旬をめどに都心の公園で、大型特設テントを設営し、ファッションショーを約1週間、集中的に開催する。

素材メーカーが新開発の糸や布を展示するコーナーや、商談ができるスペースも確保する。例えば、肌触りが柔らかい伝統的な織り方の布を使った新しいデザインの衣服を若手主導で打ち出したりして、繊維業界の振興につなげる狙いだ。このような動きに、岐阜県では「オリベ想創塾」が東京でプロデュース展「ギフト・デザイン・プレゼンテーション 2005」を6月1～4日、東京・六本木のアクシス・ギャラリーで開催し、岐阜県の作品を一堂に展示したりしている。また、岐阜ファッション産業連合会は産地再構築へ事業推進する計画で、「岐阜ファッションフェア（GFF）」を開催し、産地イメージの高揚と販路拡大・販売促進を図り、ORIBEコンソーシアムなどと連携し、新市場の創出と産地ブランドの高揚を進め、岐阜ファッションマーク（Gマーク）による岐阜製品の広報に努めている。

5) 中小繊維製造事業者自立事業計画

中小企業総合事業団は、繊維産業の構造改革を推進に資する川中の中小繊維製造事業者の自立化への取組を支援しており、主として下請賃加工形態からの脱却を図るための新たなビジネスモデル構築に向けた取組に対して助成を行うものと。

レディステキスタイル



ユタカ産業株式会社

岐阜市六条東1丁目3-16
TEL (058) 268-0220 (代)
FAX (058) 273-5088

04年度（助成総額約50億円）は、269件の申請があり、169件が採択され、その中に岐阜県は3件、愛知県は10件含まれていた。05年度申請件数は295件となり、なかでも近畿、中部の増加が目立つという。

3. 海外と国内の生産棲み分け

日本企業の今後の事業展開について、ジェトロが行った調査では、海外では汎用品の生産、国内では高付加価値品の生産や研究開発と、棲み分けを図る傾向が見られるという。そこで、生産の種類を次の4種に分けて考え、海外と国内に適合する種類を検討してみた。

- ① シングル標準化流れライン生産：マス・マーケティングによる汎用品・コモディティの工業規格大量生産で、海外生産向き。
- ② マルチ・モジュール組立ライン生産：ターゲット・マーケティングによるマス・カスタマイゼーション（イージー・オーダーメイド、パターン・オーダーメイド）の付加価値生産で、国内生産向き。高付加価値化にブランドの確立が求められる。
- ③ マルチ組立セル生産：ワン・ツー・ワン・マーケティングによるカスタマイゼーション（オーダーメイド、カスタムメイド）の高付加価値生産で国内生産向き。ブランドの確立が強く望まれる。
- ④ マルチ自動化生産：マルチ自動化としてコンピュータ制御自動生産でカスタマイゼーションを実現する。この生産はニットウエアでのホールガーメントにより実現されている。国内生産向きで高付加価値化にブランドの確立が重要である。

ここで最近の問題として、海外生産では特にチャイナリスクへの備えが必要である。生産拠点や輸出先として中国の依存度が高まり、アメリカと並ぶ景気の牽引役として中国の動向に注目が集ま

る中、日本経済の先行きに対して懸念の声が広がっている。中国のカントリーリスクについて帝国データバンクの調査では、3社に1社超が計画の見直しを迫られているという。繊維・縫製関係業界では具体的には、

- 中国生産比率は50%になり、業界の受ける影響は大きい。日系企業や対日輸出の会社で働く中国人には大変な精神的ストレスを与えている（被服製造、愛知県）
- 日中間は切っても切れない仲、中国なしの経営は考えられない（繊維製品製造、東京都）
- 今後は様子を見ながらとなりそう（被服製造、兵庫県）
- 経済的な影響よりも国民感情への影響の方が心配である（呉服卸売、京都府）

といった声が聞かれたという。

具体的対策の事例として、工業用ミシンのJUKIは、中国に集中している生産体制を見直し、ベトナムにミシン工場を建設する検討を始めたほか、インドの販売網を強化するためバンガロールに駐在員事務所を開設したと報じられている。

4. 客業生産への転換

国内の高付加価値製品の生産は、工業による大量生産で売れ残りロスを発生させてしまう従来のものづくりによっては、実現は難しい。愛知万博でも、その開催趣旨に「特に日本においては、近代工業社会の終焉と知価社会の出發という重大時期に当たっている」と述べている。生産は顧客に対して適種、適質、適量、適価、適期のものづくりでなければならない。このような顧客起点のものづくりをこれまでの工業生産と区別して、「客業生産」と名付けており、この客業生産が作り過ぎのムダをなくして、高付加価値を産み出すことができると考えている。作り過ぎのムダをなくすには、カスタマイゼーションにすることになるわ

けであり、この達成には、マルチレスポンス＋クイックレスポンスを実現して、顧客のオーダーを自動生産化し、組立作業では工程を一人丸持ちでセル生産するというのがベストとなると考えられる。セル生産現場では、一人丸持ちする人をスーパーマイスターと呼び、技能の超上達者のことをいう。縫製工場においては、スーパーマイスターの大切さは一段と強調される。ここでスーパーマイスターの技をどう伝承するかが日本のものづくりに極めて重要となっている。先月発表された2005年版ものづくり白書においても、「団塊世代」の670万人が07年から60歳定年を迎えて退職し、職場で技能継承に支障が出るという「2007年問題」を初めて取り上げており、若手を確保、育成してもものづくりの技能を継承する取り組みの必要性を指摘している。この点は、例えば、日立製作所ではその技をビデオ撮影した動画に具体的な数値、理論などを組み合わせて、電子教材を作成し、この教材で人材を育成しているという。企業は人なりというが、今後の製造業はスーパーマイスターが会社の人財として客業生産の成立に重要な役割を果たす存在となるであろう。今日では、パソコンから自動車の販売までネットによる注文生産（BTO）の時代となっている。アパレル業界では、自動生産でのマルチレスポンス＋クイックレスポンスの具体化の事例として、住金物産のように、無縫製のホールガーメント製ニット製品の販売量を60万枚と前期実績の倍増を目標とし、一週間で店頭へ納品できる短納期対応力をアピールしていくと発表している。アパレル生産の前途を展望する時、国内生産において「客業生産」への転換が進んでゆくだろうとの思いを強めている。

5. 客業生産で持続可能に

2004年の合計特殊出生率（ひとりの女性が生涯に産む子供の数）は一段と低下し、前年の1.29

を下回る1.28台後半になり、出生数は過去最低の111万1千人となった。日本の人口減少のスピードは止まらず、経済右肩下りの勢いはますます強まると見られ、経済の先行きは悲観的見通しになってくる。しかし、地球環境はこのまま世界人口の増大に耐えられないことは明らかである。工業生産も大量生産し、大量廃棄してゆけば、人類の生存を危うくすることになる。そこで脱工業が叫ばれるのである。同様に地球上で人類の存続を願うならば、これ以上の世界人口の増大は止めなければならない。つまり、地球規模での少子化を人類が行わなくてはならない状況にあるのである。日本を始め、EU諸国、韓国、中国などで少子化が進んでいる。しかし、米国を始め、穏やかな人口増加国からアフリカなどの人口急増を続けている国もある。日本でも人口が増加するという意見が少子化対策の名の下に発表されたりする。地球環境の立場に立てば、持続可能な人類の経済は少子化の右肩下りを、例えば生産性向上をしたり女性や高齢者の就労機会を増加したりして克服し、人口減少に耐えられる経済の構築が求められるのである。工業生産は経済右肩上がりによく機能するが、経済右肩下りでは企業は生産過剰で経営破綻し、工業は量産が量廃を結果して地球環境を破壊し、持続可能ではない。生産は工業生産を超克して客業生産に進むべきであり、経済は人口減少による少客市場の中でも、生活を確保できる道を切り開かなくてはならない。そのために日本民族の総智が結集されるべきであり、知価を高めて、その打開策を人口減少先進国のノウハウとして、世界経済の右肩下りに対して主導的立場で対策指導する日本でありたい。愛知万博の会場を通して感じられるのもこうした点である。これが持続可能な今後の地球経済に対する日本の持たなければならない国家ビジョンにもなるのではないかと思うのである。