

紳士既製服製造（平成14年6月～7月調査）

スーツ需要の低迷と単価の下落により、紳士既製服の販売額は、ここ数年減少基調にある。最近の傾向は、1万円以下の格安スーツと海外の高額ブランド品の二極化が著しく、中高級品は一部に動きがあるものの不振である。

このような状況の下、各企業は、消費者に受け入れられる、ものづくりへの思いを含めた商品を製造し、売上げの確保に努めるとともに、直営店舗の増設や経営の多角化を図り、企業の存続を図ろうとしている。

業界の概要 紳士既製服は通常、スーツ、上衣、ズボン、オーバーコート、礼服の5品目を指す。

紳士既製服製造業は、メーカーが原反を仕入れ、自社工場または外注で裁断・縫製加工を行い、小売業者へ直接卸す、「製造卸」の形態が多い。製造卸は、商品企画を自ら行い、製造する。

大阪の特徴 大阪の製造卸は、大阪府中央区の谷町界隈に集積してきた。昔は自社工場を持たず、縫製加工業者に生産を外注していた。高度経済成長によって市場が拡大した昭和30年代後半から、谷町の製造卸は、生産性や技術の向上を図ることなどを目的に大阪府紳士服近代化協同組合を設立し、枚方市に紳士服団地を建設し、自社工場を持つようになった。同組合によると、当初は41社の製造卸が紳士服団地に進出していたが、現在は生産拠点の海外移転や倒産、廃業等により、17社に減少した。

製造卸により構成される大阪メンズアパレル工業組合の加盟企業数も、平成12年に85社であったものが、現在は77社に減少した。

大阪の特徴としては、主に高級品を中心に扱う企業が多いことであるが、最近では低価格な輸入品の増加の影響などから、製造数量は減少基調にある。

大阪府統計課『大阪の工業』及び経済産業省『工業統計表(産業編)』によると、大阪府の「成人男子・少年服製造業」は、平成12年において事業所数453(対全国比17.1%)、従業者数3,053人(同7.7%)、製造品出荷額等327億円(同12.2%)である。

売上げは減少 紳士既製服の主な販売先は、百貨店、量販店（スーパー）、商店街などに立地する専門店及び郊外型専門店である。大阪の製造卸は高級品を中心として取り扱う企業が多いため、主要な取引先は百貨店や専門店である。

百貨店においては、女性に的を絞って女性向け売場を増やす戦略を打ち出していることから、男性向け売り場は縮小傾向にあり、また都心部に進出してきた低価格を売り物にする郊外型専門店などとの競合もあって、厳しい状態である。専門店についても、多くは立地する商店街の衰退や郊外型専門店や量販店との競合から体力が疲弊し、ついには倒産、廃業に至るケースが見られる。昨年度の大阪メンズアパレル工業組合組合員の売上げは、前年度比は数量で1割以上減少し、金額では販売単価の下落からそれ以上の減少となっている。ヒアリング調査を行った企業の中には、生産が2割近く減少した例も見られた。

また、大規模小売店における紳士服・洋品販売額をみると、ここ数年減少基調にあり、昨年は特に百貨店の落ち込みが大きかった。

最近の消費傾向 最近の傾向としては、海外有名ブランドの高額品と低価格品の二極化が著しい。

低価格品については、価格競争が激しく、今年は大手スーパーが、1万円を切る低価格でスペアスラックス付きの夏物スーツを販売し、売上げを大幅に伸ばそうとしている。郊外型専門店も、スーツにワイシャツ、ネクタイ、ベルトなど5点セットで1万円を切る価格で販売を開始した。このような低価格の商品が供給できるのは、中国や北朝鮮（朝鮮民主主義人民共和国）をはじめとするアジア地区から大量に生産品を輸入しているからである。

大阪メンズアパレル工業組合によると、「高級品の主な購買層である中高年層は購買に動かず、若者は海外有名ブランドか安価なスーツを購入するため、高級品の売れ行きは不振である。」とのことである。

しかし最近、10万円前後の国産スーツの一部に動きが見られるようになった。ある大阪の製造卸は、長年セレクトショップと呼ばれる専門店にスーツを卸していたが、最近は自社ブランドでスーツを販売し、人気を集めている。同社のスーツは、ミシンの回転速度を通常の半分程度に落とし、手作業の多い丁寧な作りである。このような、ものづくりへの思いが込められた商品が消費者に受け入れられ始めている。

商品企画への取組み 量販店、郊外型専門店が、中国をはじめとするアジア地区から生産品を大量に輸入した結果、国内のスーツ供給量は増加傾向にある。こうした状況の中、消費者に購買してもらえよう、魅力的な商品作りに取り組んでいる企業が見られた。

ある企業では、高い評価を得ている縫製技術に磨きをかけ、着心地、上品さを重視した付加価値の高い製品を作り、他社製品との差別化を図ろうとしている。また、百貨店などと共同でコストダウンを図りながら、魅力的な製品を作ろうとしている企業や、パターンオーダーの比率が依然高いことから、パターンオーダーに重点をおいて取り組む企業もあった。

設備投資・雇用は低調 設備投資は、CAD／CAMの高度なものへの更新や増設話が若干ある程度である。また雇用についても、販売員の欠員補充をする程度で、製造、管理部門は削減している企業が見られた。

経費削減への取組み スーツ需要の低迷と単価の下落により、収益は厳しい状況にある。このため、各社とも経費削減に取り組む、収益の確保に努めている。

ある企業では、一部の工場を閉鎖して生産拠点を集約したり、主力工場を人件費の高い大阪から九州にシフトしたりすることにより製造コストを削減し、収益の改善に努めている。また、販売員の派遣等多額の経費が必要な百貨店での販売から撤退した企業もあった。

一方、ブランドを集約したり、作業工程を見直すことによって、生産性の向上を図ろうとしている企業や、徹底した在庫管理を行い、効率を追求する企業も見られた。

ライセンス商品が好調な企業も 売上げが減少する企業が多い中、好調な企業も見られた。

在阪プロ野球球団との契約による承認ライセンス商品を製造している企業は、インターネットとショールームによる販売を行っているが、今年は球団の戦績が好調なことから、売上げは好調に推移している。茨城県から60歳代の夫婦が来店し、夫婦でジャケット、スーツを購入したり、サラリーマン3人がお揃いでスーツを購入したりといった話がショールームでは聞かれた。

新たな事業展開への取組み 全般的に売上げが低迷し、収益が悪化する中、各社は新たな事業展開を模索している。あるスーツの製造卸は、背広の語源ともいわれるロンドンのサヴィルロウに自社企画製品の輸出を開始した。同社では、サヴィルロウに製品が並ぶことによって、海外での知名度が向上し、日本での売上げの向上に寄与するものと期待している。

一方、礼服の製造卸では、自社ビル内にチャペルを設けて、ブライダル産業に進出したが、この事業は現在好調に推移している。チャペルでの牧師による挙式に貸衣装と写真撮影サービスを加えて平日で4万8千円という価格が支持され、月平均100組程度が利用している。現在、東京にも1店舗開設しており、大阪に、もう1店舗開設したいと考えているとのことである。

また、ヒアリング調査を行った企業では、利益率の高い小売直営店を開設・増設したいとの意見が多かった。

今後の見通し 低価格の輸入品と海外の有力ブランドが消費者からの支持を得ている中、高級品を中心として取り扱う大阪の製造卸は厳しい状況にあり、体力のあるうちに廃業し、あるいは小売業に特化したり、自社保有の不動産の賃貸業に転換したりする企業が見られる。一方、中高級品の一部に動きが見られることから、これらの価格帯がどこまで売れるかということが今年の課題であると考えている企業もある。

このような状況の下、各企業は、着心地の良い良質な、ものづくりへの思いが込められた商品を製造し、消費者の支持を得て、売上げの確保に努めるとともに、直営店舗の増設や経営の多角化を図ることによって、企業の存続を図ろうとしている。

(山 田)