

帽子需要は関東以北を中心とした全国的な冷夏の影響で、9月以降も減少している。メーカー段階でも夏物在庫が積み上がり、秋冬物も盛り上がり欠ける状況である。こうした中、秋冬物を素早く供給できたメーカーは売上げを確保できている。一方、輸入は年々増加しており、国内での生産は縮小しつつある。帽子の価格は年々低下を続けているが、メーカーは高品質の製品を手ごろな価格で供給したり、輸入品の取り扱いを増やすことによって、採算確保を図っている。メーカーは消費者ニーズを把握し、ヒット商品を供給できる体制を整えられるかどうか、経営を大きく左右するとみられる。

業界の構造 全国の帽子業界の規模をみると、帽子製造業は平成12年で事業所数753、従業者数4,189人、製造品出荷額等367億96百万円となっている（経済産業省『工業統計表』、全事業所）。

また、従業者4～9人規模の事業所が70.1%を占め（調査対象は従業者数4人以上の事業所）、当業界は小零細企業が大半を占めている。これは、帽子の種類が多く、単品ごとの受注量が少ないことに起因している。

帽子には、型紙でとった布帛を縫製したものと、帽体（縫い目のない帽子のもと）を木型・金型で成形加工するものの2種類があるが、布帛製が大きな割合を占めている。布帛製帽子の生産は、メーカーが原料問屋から生地等の原材料を購入し、企画（帽子のデザイン等）→型紙→裁断→縫製→仕上げ→検品→包装等の工程をとる。このうち、主要工程である縫製は、外注に依存する割合が極めて高い。これは、ほとんどの工程は自動化が難しく労働集約的であるうえ、季節による繁閑の差が大きく、自ら設備を保有しても生産効率が良くないことによるものである。そのため自社内に生産設備を持たないメーカーが多い。

外注先は、職人とその家族を中心とする専門の下請加工業者やミシン1台程度の内職者（主婦が大半を占める）が中心で、縫製の90%程度まではこれら下請加工業者や内職者が担っているとみられる。

しかし、近年では下請及び内職者の高齢化が進み、後継者が不在のところが多く、人材の不足が目立っている。それに伴って、下請加工の質の低下も一部で出てきており、これら下請を組み込んだ生産体制では、需要の多様化、急速な変化に技術的に即応することが難しくなりつつある。

帽子メーカーは大規模層を除けば、紳士帽子もしくは婦人帽子のみといったように、品目ごとの専門者が多いが、卸売業者は複数品目を扱うところがほとんどである。

大阪府の帽子製造業の規模は平成13年（従業者数4人以上の事業所）で、事業所数57、従業者数642人、製造品出荷額等72億43百万円（大阪府統計課、平成13年『大阪の工業』、従業者4人以上）で、全国に占める割合はそれぞれ、21.9%、22.8%、27.0%となっている（大阪府統計課、平成12年『大阪の工業』、全数）。

夏物帽子の需要は冷夏で減少 帽子の需要動向をみると、平成15年春頃まで若者向けのニット帽子やファッション性の高い布帛性帽子が強含み、それ以外は横ばいで推移していた。しかし、7月初旬以降は冷夏の影響で夏物帽子の需要が急速にしぼみ、早くも初秋物が売れ始めた。

9月下旬には秋冬物が若者向け帽子専門店ではやや順調であるものの、夏物の落ち込みを補いきれないでいる。特に、量販店やホームセンター等で販売されている低価格品の落ち込みが大きく、秋物も低調に推移している。一方、若者向けの帽子専門店は全体では横ばいで推移しているものの、個別店舗段階までみると、健闘している店舗がある一方で、売上げダウンの店舗もあるなどシェアの奪い合いとなっている。

メーカー段階では、問屋が夏物を返品したり引き取りをやめるなどの事例も一部でみられ、夏物の在庫が積み上がった企業が少なからず見受けられる。また、帽子メーカーの企画する商品は流行に乗り遅れているとして、問屋が発注を減らす例も出てきている。このため、現在は、秋冬物の出荷がピークを迎えつつあるが、一部メーカーを除いて盛り上がり欠ける状況であり、多くのメーカーの9月の出荷は前年比で2けたを超える落ち込みとなっている。

近年、問屋が海外（特に中国）での現地生産もしくは海外企業との提携により、帽子の輸入を増加させており、国内市場では輸入品が増加している。これに対し、国内帽子メーカーの多くが低価格品を大量に供給する能力が無く、問屋からの受注が縮小し、ゼロとなったメーカーもみられる。

また、問屋が発注に慎重となっており、一部で引き取り遅延の通知を出すところもあり、メーカーでは秋冬物商戦のピークに向けた納入が難しくなるとして、困惑する声も聞かれる。

売れ筋商品の早期供給が鍵 多くのメーカーの販売が落ち込んでいる中、売上げを増加させている企業も見受けられる。この多くが、ファッションセンスのある帽子を企画する能力を持つか、売れ筋商品を素早く投入できるかである。特に7月以降は、秋物が早くも売れ始めたため、夏物に見切りをつけて秋冬物をいち早く投入できたメーカーは売上げをかなり確保できている。

そのため、帽子専門店に足繁く通って売れ筋情報をつかんだり、問屋の注文をこなすだけでなく、問屋の

企画段階に入り込んで積極的な提案を行うなどして、自社商品を納入してもらおう努力をしている。また、社外のデザイナーを活用して帽子の企画に役立てているメーカーもある。

帽子の輸入は引き続き増加 平成14年の帽子(布帛、ニット合計)の輸入は、金額で255億円、前年比は6.4%増と着実に増加している。布帛、ニット以外の帽子及び帽子材料を含めれば319億円で、輸入品は金額ベースでは国産品とほぼ同じとなり、数量ベースでは国産品を大きく上回っているとみられる。

輸入先については中国が圧倒的に多く、輸入金額の53.7%を占め、次いで韓国の12.1%となっている。輸入割合を2年前と比べると、中国が9.9ポイント上昇したのに対して、韓国は3.3ポイントの低下で、中国からの輸入割合が年々上昇している。

中国からの輸入が増加している背景は、輸入品の価格が国内製品の3分の1以下と大幅に安いことがあげられる。しかも、縫製技術もかなりの程度にまで到達している。従来は低価格品がほとんどであったものが、日本の技術指導もあって、今ではハイグレードの帽子でも国内製品と比べてほぼ同程度となり、不良品も少なくなってきた。

輸入品については帽子専門問屋が扱う例が多いが、大手商社やメーカーの中にも手掛ける例が出ている。メーカーの中には、現地資本と提携して技術指導を行い、その製品を輸入する例もみられる。また、従来は海外への最低注文量が国内と比べて大きく、中小メーカーが直接輸入に携わるのは荷が重かった。しかし、最近では、海外、特に中国で小ロット対応ができるようになり、輸入品を取り扱うメーカーも増えている。こうしたことから、国内での生産は縮小しつつある。

製品の価格は引き続き低下 帽子の店頭価格は年々低下を続けており、メーカーは、出荷価格の引き下げを余儀なくされている。特に、輸入品が大きな価格低下圧力となっている。このため、メーカーの採算は総じて悪化している。

これに対し、数量勝負は避けて、新素材の布帛の使用や縫製に工夫を加えたり、若年層向けのデザインの帽子を手ごろな価格で供給することによって、利益の確保を目指すメーカーもあれば、先述のように、輸入品の取り扱いを増やすことによって販売確保を目指すメーカーもある。

ただ、仕入れ量が問屋や商社に対して少ないメーカーが、輸入品をそのまま輸入するだけでは、仕入れ価格が相対的に高くなり、取引先を失うリスクがある。そこで、現地工場に細かいデザインの指示や生地を手配し、検品も厳重に行うなどの差別化を図り、小売段階で受け入れられるよう努めているメーカーも見受けられる。

今後の見通し 帽子の需要自体は若者向けを中心に、まだ伸びる余地があると言われている。しかし、最近、若者をターゲットとした帽子専門店が相次いで開店しており、供給過剰に陥る恐れがあると業界内で指摘する声がある。このため、ヒット商品の素早い供給が、メーカーの経営を強く左右するとみられる。ただ、人材不足から実現には相当な努力が必要と思われる。

一方、小売店への直接販売を試行したり、インターネットのWEB上で消費者へ直接販売したり、帽子をインテリアの一環として提案するなどの試みを行っているメーカーも出てきている。いずれも消費者ニーズを把握することに力を注いでおり、今後の展開が注目される。

(柴田)

帽子輸入実績(布帛+ニット)

(単位:百万円、%)

	平成12年			平成13年				平成14年			
	布帛	ニット	合計	布帛	ニット	合計	前年比(%)	布帛	ニット	合計	前年比(%)
	金額	金額	金額	金額	金額	金額		金額	金額	金額	
韓国	2,946	480	3,426	2,846	493	3,339	-2.5	2,439	643	3,081	-7.7
中国	6,510	3,456	9,965	8,550	3,228	11,778	18.2	9,498	4,171	13,669	16.1
台湾	958	431	1,389	824	319	1,142	-17.7	697	429	1,126	-1.4
ベトナム	849	156	1,005	982	205	1,187	18.2	1,049	194	1,244	4.8
タイ	1,962	129	2,091	1,990	109	2,099	0.4	1,747	96	1,842	-12.2
インドネシア	778	98	876	455	140	595	-32.1	399	153	552	-7.2
輸入合計	16,892	5,414	22,306	18,738	5,205	23,943	7.3	18,766	6,706	25,473	6.4

資料:財務省『日本貿易月表』。