

織物卸売

織物の需給は幾分、改善の動きがみられる。ただ、収益面では、価格が総じて弱含みであることや、オリジナル商品の企画・提案の強化に伴う経費の増加などから引き続き厳しい。

需要が量的に頭打ちとなる中、より付加価値の高い織物の扱いや、アパレルなど製品分野への取り組み強化が課題となっている。

業界概要 当業界が扱う織物の素材は、綿と合織を中心に、ウール、麻、絹など多岐にわたっており、ニット生地を扱う業者も少なくない。

織物卸売業は単に仕入れた織物を販売するだけでなく、自社のリスクでデザイン企画を行い、織物の織りや染色・プリント加工も外注する。さらに、織物での販売に加えて、アパレルや寝装品などに製品化して販売する企業も増えている。

織物の調達には、機屋・同業の卸売業者・紡績メーカー（織布部門をもつ）から織物を購入する場合と、自社で企画し、機屋に賃織りさせる場合とがある。このほか、商社を通じてまたは直接、海外から織物を調達する場合も増えている。

また、中国などに縫製工場や自社の支店を持つ企業では、現地で調達した織物の一部やわが国から輸出された織物で製品化まで行い、輸入する例もみられる。上記のような織物の輸出は近年、増加傾向にある。

織物の販売先は織物二次卸売業者やアパレルメーカー・縫製業者などであるが、近年は後者の割合が高まっている企業が多い。なお、一部のアパレルメーカーは織物での仕入に加えて、製品での仕入を増やしている例もみられる。

大阪の地位 織物卸売業は、全国的には大阪、東京、名古屋、京都に集積している。大阪の特色は、染色加工や縫製などの生産機能も持つ企業が多いことと、集散地問屋の機能をもち、地方の二次卸売業者などに販売する企業も少なくないことである。

大阪の織物販売額の対全国シェアは、近年高まっている。これは、他の都市では織物専門の業者数が減少していること、特に東京などではアパレルの扱い割合が高い業者が増えていることを反映している。

平成 14 年における大阪府の織物卸売業をみると、商店数 1,066(対全国比 24.5%)、従業者数 11,593 人(同 31.9%)、年間販売額 2 兆 869 億円(同 53.6%)である(大阪府統計課『大阪の商業』速報、経済産業省『商業統計速報』)。

販売は下げ止まりから持ち直しへ 国内織物製造業の出荷量を対前年同期比で見ると、本年に入って減少幅が縮小しており、さらに、織物の輸入量・輸出量は増加傾向にある。こうした中、織物の流通量は下げ止まりから持ち直しの動きがうかがえる。

綿、合織、ウールなどの織物を幅広く販売する企業では、昨年 11 月頃より販売高が回復しており、本年 4～6 月の販売高も前年同期を上回っている。同社の扱い品で比

較的伸びているのは、ウール（婦人服地用）、高密度織物、ドビー織物（紋様のある織物）である。

また、主として綿織物の生地を系列のアパレルメーカーへ直接販売する企業でも、カジュアル衣料向けを中心に回復傾向を強めている。

商品企画力の強化 各社とも織物二次卸売業者への販売が減る一方で、アパレルメーカーや縫製業者への直接販売が増えている。このため、扱い商品の素材、柄、配色についての商品企画や提案の一層の強化が求められている。

こうした中、シーズンごとに自社オリジナル商品の展示会を開催する例、アパレルメーカーとの共同企画に力を入れる例、見本帳掲載織物生地を拡充するとともに、受注品を短納期で納品できるような在庫・物流システムを構築する例、などがみられる。

なお、近年は各社とも東京への販売割合を高めているが、大阪のアパレルメーカーはミセス向けが多く、東京の同メーカーはヤング向けが多いという特色があるため、これらに対応した商品企画が重要となっている。

流行変化とリスクへの対応 以上のようなファッション性の高い商品は流行の変化が速く、売れ残りとなるリスクも大きい。流行に下火の兆しが見えれば、早い目に対応し、値下げ販売されるが、中には見切り品として大幅な値下げを余儀無くされる場合も少なくない。大手織物業者の場合、これら見切り品は外国系の貿易業者を通じてアジアを中心に世界各国へと輸出されている。

収益は厳しい 需給は幾分改善の動きがうかがえるものの、仕入・販売価格はこのところブームとなる商品がないことや、市場全体として供給過剰傾向にあることから、総じて弱含みのままである。

こうした中、経費面での負担が高まっている企業が多い。前出のとおり自社オリジナル商品の拡充が求められる中、見本生地の試織や、染色・プリントの外注費、見本帳・カタログの作成費などが増大している。

また、アパレル部門をもつ企業では、自社内でのデザイン企画やパターン作成に加えて、海外の縫製工場への委託が主流となる中、縫製技術指導や検品のための人材の育成と、海外工場から出荷後のスムーズな物流システム構築のための投資が必要となっている。

従業員数は正社員を中心に減少傾向 各社とも人件費の削減に取り組んでおり、正社員数は非営業職、事務職を中心に減少している。

雇用形態では、物流（荷捌き）部門を正社員からパート・アルバイトに切り替えた例、コンピュータシステムのデータ入力作業を派遣社員からパート・アルバイトに切り替えた例、がみられる。このほか、正社員の給与は年功制から能力給に移行させつつある企業も多い。

SARSの影響は部分的 本年3月中旬から6月下旬までの間、中国の一部や台湾

などはWHO（世界保健機関）によって新型肺炎SARS感染地域に指定され、これらの国・地域への渡航及び同国・地域内での人の移動が制限された。このため、中国に仕入拠点や縫製工場をもつ企業では、生地見本の収集や技術面での指示ができなくなる例がみられた。また、一部の卸売業者は需給の先行き不安の中、国内の織物産地への発注を増やす動きもみられた。

ただ、幸いなことに4～6月は春夏物と秋冬物の端境期であったこと、物流面もスムーズで納期の遅れもなかったこと、6月下旬には感染地域の指定が解除され、秋冬物に向けて現地への出張が再開されたことから、SARSの影響はこのまま終息すれば部分的で軽微に終わる見通しである。

今後の見通し 織物生地に対する需給は現在のところやや改善の動きがみられるが、今後の順調な回復を期待する企業は少ない。

これまで主な販売先であった地方の織物二次卸売業者が減少しており、近年、販売先として注力されているアパレルメーカーも企業間格差が大きく、一部では業績不安の企業もみられる。

業界では、売上高の量的な増加よりも、利益の確保を重視する企業が多く、ニット生地も含めてより付加価値の高い生地の扱いや、自社のアパレル部門の拡充が課題となっている。

ただ、こうした取り組みはリスクを覚悟する必要があるとあり、販売効率も低い。すなわち、織物生地の企画、品揃え、調達には従来以上に手間がかかり、また、自らアパレル商品に取り組む際は、海外での縫製が中心となる中、人材、情報収集力、資金力、などが重要となる。こうした中、蓄積された営業ノウハウ、資金力などの経営資源を活用しつつ、自社にふさわしい取り組みが模索されている。（松岡）

織物の国内出荷・輸出入（全国）

（単位：千㎡、％）

	国内織物製造業 の出荷量	輸入量	輸出量
平成12年	3,030,657(-10.3)	912,709(-6.5)	545,336(2.9)
13年	2,806,736(-7.4)	833,131(-8.7)	533,418(-2.2)
14年	2,449,542(-12.7)	753,056(-9.6)	549,958(3.1)
15年1～3月	571,556(-8.9)	195,092(2.1)	137,174(7.3)
4～5月	379,514(-6.6)	142,950(20.9)	84,396(-4.1)

資料：出荷量は経済産業省『繊維・生活用品統計月報』。

輸入量、輸出量は日本紡績協会『日本紡績月報』。

（注）出荷量は従業者10人以上の事業所。

（ ）内は前年比、前年同期比。