

タ オ ル

消費低迷に加え平成 15 年年秋口頃からの綿糸相場急騰により、15 年末の需要期にデフレ環境下で価格転嫁が難しく、打撃を受けた企業も少なくない。綿糸相場は現在では幾分値下がりもあり落ち着いているが、厳しい状況は変わらない。

海外からのタオル輸入は相変わらず増加しており、その影響を受けて企業数の減少傾向には歯止めがかからない状態である。このような環境下ではあるが、新鋭機導入や新製品開発に取り組み、着実に成果を上げる企業もあり、業界全体としての取り組みは活発化している。

業界の概要 タオルは布面にループ状のピイル（輪奈）を有する織物で、ピイルにより吸水性、通気性に優れ、肌触りも良いことから浴用・洗面・汗拭きなどに用いられる。品種別に見ると浴用タオル、フェイスタオル、バスタオル、おしぼり、タオルケット、タオルシーツなどがある。製造工程の違いによって先晒タオルと後晒タオルに分けられる。先晒タオルは原系の段階で精練、漂白、染色して織り上げるものでバスタオル、タオルシーツなどジャガード織（編）が主である。後晒タオルは織り上げた後で漂白、染色するもので浴用タオル、おしぼりや、これらに名を入れたタオルなどが多い。製造工程による製品特性は、先晒タオルがデザイン性に優れ、後晒タオルは吸水性、肌触りに優れており実用性が高いとされている。

タオルは生活必需品として日常生活に浸透しているが自家消費よりも贈答用に購入されることが多く中元期や歳暮期が季節変動の山をなしてきた。しかし、最近は中元期の需要が減退してきている。法人向け・業務用では飲食店でおしぼりが使われるほか、宣伝・販促活動用に企業などの名称をプリント・織り込みした名入れタオルが使われている。

タオル産地は、大阪（泉州産地）と愛媛（今治産地）が 2 大産地で、これらで企業数・生産量共に全国の 9 割を占める。

業界は、中国を中心とした輸入タオルの増勢に直面しており、平成 13 年 2 月に緊急輸入制限措置繊維セーフガード（TSG）の発動要請を行った。また、同年 8 月には「タオル業界構造改善ビジョン」作成した。TSG の発動は見送られた状態にある。

止まらぬ輸入量の増加と企業数減少 大阪タオル工業組合の組合員数はピーク時の昭和 58 年には 694 社を数えたが、平成 15 年末時点では 158 社へと減少した。生産量のピークは平成 2 年前後の 3 年間で年約 4 万トンであった。この時期の輸入量は約 1.7 万トン程度であったが、平成 4 年には 2 万トンを、6 年に 3 万トンを、7 年には 4 万トンを、11 年に 5 万トンをそれぞれ超え 15 年には約 7.3 万トンに達した。そのあおりを泉州産地は受けて、8 年には 3 万トンを割り、さらに 12 年には 2 万トンを割り、15 年には約 1.3 万トンとピーク時の 3 割強の水準まで激減した。今治産地でも同様の傾向があり平成 5 年の企業数 321 社だったものが 15 年には 183 社へと減少し、生産量も 5 割を切る水準まで減少している。

輸入品の市場浸透と競争激化 タオル製品（タオル・タオルケット）の市場規模を大阪タオル工業組合が作成した内需=流通量（国内生産量 + 輸入量 - 輸出量）で見ると、約 11 万トンと安定した状態が長く続いている。しかし、輸入品の市場浸透率は平成 12 年を境に 5 割を超え、15 年には 71.8%（約 7.8 万トン）に達した。この輸入品の内、中国からが 8 割以上を占めている。

タオル業界の激変は、デフレ現象の中、中国製品が価格の安さと品質の向上を武器に、主に白タオルや比較的低価格品を中心とする、大阪タオルに正面からぶつかり一気に市場を奪っていった結果といえる。特に大口需要家は中国への発注を増加させている。しかも、中国製の品

質も日本製に見劣りしないものへと向上し続け、低廉な労働コストと新鋭の設備によって競争力を高め、さらに日本市場へ浸透しようとしている。このような、環境下に泉州産地では高付加価値品の開発と新鋭設備への転換を図ることで競争力を高めようとの取り組みがみられる。

業界としての取り組み 厳しい環境下に、業界は組合を中心として幾つかの取り組みを実施している。「大阪グリーンタオル生産クラブ」は、産地の取り組みとして、生産工程の中でサイジング、原糸糊付け工程・製織・糊抜工程において一切の化学薬品を使用せずにタオルを生産する取り組みである。消費者に対して環境に配慮した安心・高品質な日本製品であることをアピールするものであり、これからのものづくりにおいて企業の社会的責任（CSR）の実現のためにも必然性が高い活動である。これにはタオルメーカー、サイジング業者、染色・晒し業者と府立産業技術総合研究所、日本タオル検査協会が参画している。

また、組合では大阪タオル産地総合展「OSAKA TOWEL SYMPHONY」を毎年開催し、脱量産型として消費者ニーズにあった提案型商品のアピールの場としている。また、常設展示場とアンテナショップを設置して、直接に消費者ニーズを探る活動などを行っている。

企業の取り組み 企業では、厳しい環境下の新たな設備投資は極めてリスクが大きく、大手を除いて投資に踏み切るところは少ないようである。それでも、小規模であっても保有織機を最新鋭機に全て転換することで、人件費コストの削減と高速化による短納期対応に取り組む企業も存在する。問屋や需要家に対して、デザインやコピーなどの企画提案力を強化し、顧客の囲い込みに取り組む企業もある。また、特殊な織り手法の開発や新しい糸をメーカーと協力して開発するなど、新製品開発に積極的に取り組むところもある。このようにして開発した製品を自社のアンテナショップにおいて販売し消費者ニーズを捉える試みを行っている企業などもある。

大手企業を中心としたグループでは、抗菌、防災などの各種機能を有した付加価値商品を開発している。

新しい試みとして、グループで大阪タオルの吸水性の良さなどの機能を格付けして、消費者にアピールする活動なども始まっている。

今後の見通し タオル製品の輸入量の伸び率は、セーフガード発動要請以降は一桁台の伸びにとどまっているものの、ベースの数値が大きく、実輸入量では年間3~5千トンの増加を続けている。タオル輸入量の増加分だけで、大阪タオルの平成15年度分に占める割合は3~4割分に該当するほどの量である。今後も輸入の増加は続くと思われることから、先行き厳しい状況が続き、企業数の減少と、垂直分業による産地の生産構造への影響も懸念されるところである。

企業は、現状を打破するために、競争優位と棲み分けでの対応を進めており、新製品開発及び小ロット短納期対応と情報システムによるクイックレスポンス(QR)によって、個別企業として、あるいはグループとして積極的に取り組む姿勢を強めている。

(肥山)

輸入浸透率の推移(タオル・タオルケット)(単位:トン,%)

	国内生産	輸入	輸出	内需 (流通量)	輸入浸透率
平成 10	59,497	48,333	254	107,576	44.9
11	56,918	56,311	494	112,735	49.9
12	48,569	64,997	460	113,106	57.5
13	41,918	69,081	293	110,706	62.4
14	36,325	72,329	216	108,438	66.7
15	30,870	78,098	146	108,822	71.8

資料：大阪タオル工業組合

注：内需は在庫も含む

大阪タオルと全国タオル輸入輸出量推移(単位:トン,%)

	大阪タオル		全国タオル輸入・輸出量		
	組合員数	生産量	輸入量	前年比	輸出量
平成 10	222	26,180	43,960	100.5	223
	209		51,170	116.4	469
	200		58,918	115.1	430
	186		63,661	108.1	251
	172		67,240	105.6	177
	158		72,609	108.0	131
			13,054		

資料：大阪タオル工業組合