
かばん卸売業

従来減少傾向にあった売上げは、3年ほど前から回復基調となっていたが、平成20年4月以降、消費の減退から弱含みとなっている。

得意分野を強化しながら、新しい取引先を増やし、売上げ確保を目指す動きや、利益を確保できる商品の取扱いを増やす取組が進んでいる。

業界の概要

かばん（鞆）と袋物は同じ売場で売られることが多いが、業界の成立ちが異なることから区分されている。旅行かばんなどから発展したかばんは「学生用、ビジネス用、旅行用、スポーツ用などのかばん」と、巾着袋などから発展した袋物は「ハンドバッグ、ショッピングバッグ、財布などの小物類」と分類される。業界団体は日本かばん協会と日本ハンドバッグ協会があり、それぞれ製造業者組合と卸売業者組合などで構成される。実際には、かばんと袋物の両方を扱う卸売業者も多い。

この業界では、卸売業者主導で商品の企画・開発を行うことが多く、卸売専業、製造卸売業、卸小売業に分かれる。卸売専業でも、自社で企画した商品を契約製造業者に委託生産することが多い。

かばん卸売業では、ライセンスブランドの取扱い数が売上げに大きく影響する。ライセンスブランドが多ければ、取引先小売店の数が増える上に、各売場内の商品シェアが高まるからである。一つのライセンスブランドの取扱いが一時中断しただけで、その期間は売上げがかなり下がることもある。

このような影響を小さくするため、ライセンスやメ

一カー品に頼らず、自社企画の商品（プライベートブランド）を強化している企業が多い。アウトドア用のかばんやスーツケースなど、自社の得意分野の商品を強化することで、他の卸売業者との違いを出すことを狙っている。この場合でも、一つの分野に偏らず、何本かの柱を持つところが多い。

アパレル業界など他業種からの参入もあり、かばん・袋物卸売業の商品販売額は減少傾向にある。

大阪の地位

平成 19 年における大阪府内のかばん・袋物卸売業の規模は、事業所数 323、従業者数 3,324 人、年間商品販売額 1,567 億 31 百万円、全国に占めるシェアはそれぞれ 23.0%、25.2%、27.5%で、いずれも東京都に次いで第 2 位である（経済産業省『平成 19 年商業統計表（速報）』、大阪府統計課『大阪の商業平成 19 年速報』）。従業者数と年間商品販売額は、14 年は 9 年より増加していたが、19 年は 14 年より大きく減少し、9 年を下回った。事業所数は 14 年、19 年と減少が続いている。

売上げは回復基調にあったが先行きは弱含み

企業により時期は異なるが、3～5 年前まで売上げが減少傾向にあったが、販路の新規開拓や新商品の取扱いなどにより、近年は回復傾向にあったとする企業が多い。

ヒアリング先では、直近決算期の売上げは前年比で微増からふた桁増であった。ただし、かばんの売上げは横ばいで、財布などの小物類の増加が大きいとする企業が多くみられた。

しかし、20 年に入ってから、食料品や生活必需品の価格上昇により、消費意欲が減退し、かばん業界全体の売上げは弱含みとなっている。ヒアリングによる

と、20年4月以降、独自の価値観を持つ新富裕層（比較的若い、ベンチャー企業の経営者、外資系企業の社員、投資家など、自分で資産を形成した富裕層）向けブランドの高価格商品の売上げが不調となっているとする企業があった。

売れ筋の特徴

バブル期のように、あるかばんに人気が出ると、その類似品も良く売れるという大きなトレンドは起きなくなっている。最近のトレンドとしては、従来の商品を、既成の概念にとらわれずに使用する傾向にある。また、持ちやすさや、環境に配慮し植物タンニンでなめした皮革など、付加価値の高い高価格の商品も受け入れられつつある。

学生が使用することの多かった、スポーツバッグやメッセンジャーバッグを社会人も通勤に使用する傾向がある。ビジネス用かばんでもカジュアルの要素を持たせたシリーズや、メンズブランドでもユニセックス（男女どちらでも使用できるデザイン）の商品を女性が購入するなど、従来の区別は曖昧になり、そのような商品が好調な企業が多い。

キャリーバッグも、旅行だけでなく、ビジネスでも用いられている。また、高校生も修学旅行等でキャリーバッグを使用するようになってきている。そのため、キャリーバッグの取扱いブランドを増やしたり、高校生向けの低価格の商品を用意したりしている。

高付加価値化している商品の例としては、ランドセルがあげられる。少子化の中、販売数量は減少傾向にあるが、肩ベルトの形状などの工夫により、背負っている時の身体への負担を軽くしたものや、ファッション性を重視したものなど、高機能の商品が普及してき

ている。一方、あまり機能にこだわらず、手ごろな価格のランドセルにも根強い需要がある。

流通形態の変化

この数年、関西では大型の郊外型ショッピングセンターの開設が続いている。卸売業者にとっては、ショッピングセンターに取引先小売店が出店することで、売上げの拡大が見込める。一方、ショッピングセンター近辺の既存の取引先小売店の売上げが減少したり、郊外から都心部に買い物に行く人が減ったため、都心部の百貨店での売上げが減少したりしている。

また、インターネット店舗への卸売も増加している。インターネット店舗では、内容に興味を持った全国の消費者が自分で情報を確認し、購入につながることから、素材や仕様にこだわりのある商品はインターネット販売に向いている、とする声が聞かれた。

このように流通形態が変化し、従来のかばん専門小売店や百貨店、量販店のかばん売場への売上げは減少している。そこで、卸売業者では、セレクトショップ、雑貨店、書店などにも新たに販路を広げている。また、セレクトショップやアパレルショップのOEM製品（相手方ブランドによる受注生産）の企画と製造手配を手がける企業もある。そのような販路の拡大が成功し、売上げが回復基調になった企業が出てきている。

コストの増加で利益率は低下

材料の天然皮革、合成樹脂、化学繊維、ファスナー等の金属など、それぞれ価格が上昇していること、日本、中国とも加工賃が上昇していることから、仕入価格は上昇している。技術の高い職人を引き留めるためには加工賃の上昇も仕方がないとの声が聞かれた。

仕入価格、流通経費、人件費などすべてのコストが

増加しているが、小売価格への転嫁を極力控えるため、素材メーカー、製造業者、卸売業者と、業界内で少しずつコスト増を吸収しているとする企業が多い。そのため利益率は低下しており、それでも限界を超えた場合には、型の変更を行い、小売価格を変更することもある。

高機能でそれに見合った適正価格で売ることができ、収益を確保できる商品の取扱いを増やしていくとする企業が多い。

輸入拡大は続くが、日本製を守る動きも

輸入は、数量、金額とも増加している。14年と19年を比べると、数量で33.0%、金額で46.8%増加している（商品分類4202の内、ハンドバッグ、財布等を除いたものの合計）。

国内のかばん・袋物卸売業者の年間商品販売額は、19年は14年と比べ27.7%減少しており、国内流通に占める輸入品の割合はかなり上昇していることが推測できる。

国内製造業者からの仕入れでも、卸売業者と製造業者が企画した商品を製造コストの面から中国等海外で製造するケースが多い。ナイロン製の低価格品からポリカーボネート製のスーツケースまで、多様な商品が海外で製造されている。

他方で、日本製の安心感を求める消費者もいるとして、自社製造又は国内の製造工場との取引比率を高める企業がある。日本の職人の手作りの高級品として売り出し、量産はできないものの価格を維持し利益が確保できる商品として、取扱いを増やしたいとしている。

しかし、国内の製造工場も、高い技術を持った職人も、ともに減少している。卸売業者は、発注が途切れ

ないようにして、職人が製造を続けることができ、後継者も育つように配慮するほか、製造側も適正な利益が上げられるように、商品企画、ターゲット、販路、小売価格を検討している。

雇用は現状維持

採用は欠員補充程度の現状維持とする企業が多いが、業績が上がれば増員したいとの声もあった。

各社共通して企画部門の強化を望んでいるが、正社員で人員増を進める企業、まずは契約社員として雇用し、自社の個性に合うかの判断の上、良ければ正社員として採用するという企業、営業担当者の企画能力を向上させるという企業等様々である。

今後の見通し

食料品、生活用品の価格が上昇しており、不要不急品ともいえるかばんは、今後も需要の減少が見込まれる。少子化、人口減少もあり、縮んだ需要を、いかに獲得するか、あるいは喚起するかが重要となる。

消費が二極化しており、高付加価値の高価格品と安価な商品との二分化が進むとの声も聞かれ、価値と価格のバランスが消費者に受け入れられるものとなっているかが重要である。

ターゲットを分析し、企画力を強化し顧客満足度の高い、トレンドに左右されない特色のある商品を取り扱うことに加えて、営業力を強化し、取引先に対し販売方法の提案を行い、取引先の売上げを伸ばしていくことが求められる。

(瀬川 博美)

かばん・袋物卸売業の概要

	大阪府			全国		
	事業所数	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (百万円)	事業所数	従業者数 (人)	年間商品 販売額 (百万円)
平成 9年	436	3,872	197,144	1,603	16,400	872,096
14年	388 (-11.0)	4,017 (3.7)	252,649 (28.2)	1,569 (-2.1)	15,359 (-6.3)	787,831 (-9.7)
19年	323 (-16.8)	3,324 (-17.3)	156,731 (-38.0)	1,404 (-10.5)	13,178 (-14.2)	569,852 (-27.7)

資料：経済産業省『商業統計表（産業編）』各年版

- (注) 1. 平成19年の数値は速報値。
2. () 内は対前回比 (%)。

かばん輸入の推移

	数量 (ダース)	価額 (百万円)
平成14年	40,867,066	234,298
15年	41,483,684 (1.5)	234,615 (0.1)
16年	42,317,680 (2.0)	248,156 (5.8)
17年	45,367,175 (7.2)	271,262 (9.3)
18年	50,313,397 (10.9)	313,329 (15.1)
19年	54,364,881 (8.1)	343,852 (10.1)

資料：財務省『貿易統計』より作成

- (注) 1. 商品分類4202の内、ハンドバッグ、財布等を除いたものの合計。
2. () 内は対前年比 (%)。