

家具卸売業

家具の販売は、景気後退から平成3年をピークに減少が続いてきた。18年後半からインテリア性の高い家具の販売が増加に転じるなど底を打った感があるものの、全体として低調に推移している。一部の卸売業者が手がける業務用の特注家具の需要は増加している。

今後も、大阪府内やその近郊には輸入家具主体の大規模小売店の出店が予定されるなどにより、販売先である専門小売店向けの販売減少が見込まれるなど、厳しい状況が続くとみられる。

業界の概要

家具は、材質別に、①木製家具、②金属製家具、③成型家具(プラスチック製)、④籐製家具に大別される。このうち金属製家具は、オフィス向けのスチール机や事務用ロッカー、キャビネットなどが中心で、多くはメーカー直販方式あるいは直系販売会社経由で販売される。また成型家具、籐製家具は業界での扱い量は僅かである。

木製家具を形状で分類すると、①洋服ダンス、整理ダンス、本棚、食器棚などの箱物家具、②応接セット、食堂セットなどの脚物家具、③ベッド、④その他(調理台、流し台などの台類、傘立て、帽子掛けなどの小物類)に分かれる。

量産体制の確立しているメーカーでは販売会社を設けて、小売業者と直接取引を行うケース、小売業者がVC(ボランタリー・チェーン)を組織してメーカーから共同仕入を行うケースなど、近年では卸売業者を経由しない取引が増えている。

近年の家具の販売は伸び悩んでおり、この背景としては婚姻数の減少や生活スタイルの変化がある。かつて婚姻数は、昭和40年代後半には100万組を超えて昭和47年にピークを迎え、婚礼家具の予約が1～2年先まで入るほど活況であったが、その後婚姻数は減少傾向が続いている。

また、婚礼家具を結婚の象徴の一つとする考えが薄れている。かつては婚礼セットとして5点（洋服ダンス、和ダンス、整理ダンス、鏡台、下駄箱）、3点（洋服ダンス、和ダンス、整理ダンス）としての需要があったものが、現在では必要最小限の家具を購入する傾向が強まっており、セット購入するようなケースは大幅に減少するなど、家具の販売は、構造的に低下傾向にある。

大阪の地位

大阪府の家具・建具卸売業は、事業所数817、従業者数8,803人、年間販売額4,497億円で、全国比はそれぞれ10.3%、13.5%、12.4%となっている（大阪府統計課『平成14年大阪の商業』、経済産業省『平成14年商業統計表』）。

業界団体である大阪府家具卸商組合の加盟卸売業者数は、平成2年には81社を数えたが（一部家具小売業者も加盟）、現在では16社に激減している。

売上は低調に推移

家具の販売は、景気後退から3年をピークに減少が続いてきた。18年後半からインテリア性の高い家具の販売が増加に転じるなど底を打った感があるものの、全体として低調に推移している。

販売が低迷している背景として、家具の買い替え期間が長期化していることや、最近では新築マンション

等に作り付けの収納家具が増え、建設業者が家具メーカーと直接取引するケースが増えたこともあって、近年の新設住宅着工戸数の増加が箱物家具(タンス等)の需要に直接結びつきにくくなっていることが挙げられる。このため大阪では、箱物家具でもタンスを主力商品としていた卸売業者の多くが姿を消している。

従来百貨店向けに高級婚礼家具を中心に商いをしてきた業者では、2～3年前までは、300万円を超える婚礼セットもかなり出たが、現在では、3点セットでも売れるケースは年間10組もなく、今では、整理ダンスと鏡台が婚礼セットのようになっているということである。箱物を中心とする婚礼家具の売れ行き不振から、この業者は取り扱い商品を脚物、小物などへも広げて対応している。このため、売上げに占める婚礼家具の割合がかつては4割を超えていたものが、現在では2割以下に低下している。婚礼家具の需要減少から、婚礼家具用のショールームを閉鎖している業者もみられる。

百貨店もこのところ家具売り場を縮小・閉鎖するところが多く、百貨店への販売が減少している業者が多い。

専門小売店の減少が販売減につながる

大阪府内の家具小売業者数は、3年には1,876であったが、近年の安価な輸入家具を中心に扱う大規模小売店の台頭による影響から、一般の家具小売業者では顧客離れが進み売上げが減少しているため、従業者数9人以下の小規模層を中心に年々減少し、16年には950と半減している(大阪府統計課『大阪の商業』)。家具専門小売店は、卸売業者の販売先として大きな割合を占めているため、これらの減少が卸売業者の販売

減少につながっている。

輸入家具の増加

百貨店向け高級家具主体の卸売業者では国産家具の取り扱いが多いが、専門小売店向け販売が主である卸売業者では輸入家具の取り扱いを増加させている。我が国の家具輸入は、18年が4,806億9,700万円で、前年比9.8%の増加となっており、中国製が全体の46.1%を占めている。このほかタイ、台湾、ベトナムなどアジア方面を中心に輸入されている。中国製は、技術的・品質的にはかなり向上してきてはいるものの、仕上げなどの面で国産家具に比べて劣っている。

そうしたなか、業界では質の良い国産家具と安価な輸入家具との取り扱い割合を頻繁に変更させながらも、徐々に輸入家具の取り扱いを増やしてきているところが多い。輸入家具の取り扱い割合が50%程度を占める業者もみられる。さらにそれほど技術力を要さない電話台やテレビ台、ベッドなどを製造する合弁工場を数年前中国に設立した業者も出ている。また、現在は売り上げ全体の数パーセントながらもアジアやヨーロッパから家具を直輸入している業者もあり、輸入は増加傾向にある。

業務用家具の需要は増加

一部の卸売業者が手がけている業務用の特注家具（コントラクト）の需要は増加している。これは、一般の事業所や、ホテル、レストラン・飲食店、エステティックサロン、居酒屋等々の商業施設などが立ち上がる際に内部に配置する家具を受注するもので、受注先は、建築設計事務所やデザイン事務所、ゼネコンなどである。需要は、大阪よりも商業施設等の建設が盛んな東京方面が圧倒的に多く、10年前にコントラクト

専門の東京支店を設置した業者では、専門小売店向けの売上げは減少しているが、コントラクト部門の売上げは年々増加しており、需要先への営業活動強化のための人員も増加させている。

採算は厳しい

家具メーカーでのベニヤ板や金具、塗装費などの価格上昇を受け、仕入れ価格は商品によってはここ1年で10～15%上昇している。しかし卸売価格は、通常年1回程度のカatalog更新時に改定されることが多いため、即座に改定できない。また、同じ商品の価格は据え置かれ、価格改定はデザインや材質を変えた際に行うことが多く、仕入れ価格上昇分を卸売価格に転嫁するのは困難な状況である。さらに輸送費は上昇傾向にあるなど、採算は厳しい。

様々な取組

業界を取り巻く厳しい環境のなか、卸売業者では生き残りをかけたさまざまな取組を進めている。ある業者では、百貨店への販売が減少しているため、数年前から家具・インテリアをインターネットで販売する業者との取引を始めており、現在では同社の家具専門小売店向け売上げとほぼ同等の売上げとなっている。

また卸売業にとってオリジナル家具の取り扱いが利益の源泉として一つの大きな要素であるが、人件費の高い国内メーカーとの取引ではコストが高くなるため、輸入で自社独自の商品を調達する企業もみられる。ある業者では、脊髄を圧迫せず背筋を自然に伸ばすという二つの背もたれをつけた韓国メーカーの椅子（特許製品）を、正規販売代理店契約のもとにスーパーや専門店で供給している。腰への負担を大幅に軽減することで売り上げは好調である。このほか、学習机

や事務机をオリジナル品として輸入している業者もみられる。

また小売への進出を図るケースもみられる。ある業者では、倒産・閉店した家具小売店舗を買い取り、この春から小売を開始している。仕入れ先メーカーの多くとは、商品は自社のみへ供給するという提携でオリジナル性を高め、商品特色を打ち出している。このほか、唐木家具を取り扱う業者では、販売先の大型小売店と共同で唐木の洋家具を企画している。

今後の見通し

家具は、単なる収納の役割を果たすだけでなく、今後は、デザインや材質・仕上げの手間などクオリティ面に配慮していけば、インテリア産業の一端として伸びる余地が大きいとする業者もみられる。しかし、今後も大阪府内やその近郊へは輸入家具主体の大規模小売店の出店が予定されるなどにより、販売先である専門小売店への販売減少が見込まれるなど、厳しい状況が続くとみられる。

(内田 英慈)

家具・建具卸売業の事業所数、従業者数、年間販売額の推移(全数)

	全 国			大 阪 府					
	事業所数	従業者数 人	年間販売額 (百万円)	事業所数	全国比 (%)	従業者数 人	全国比 (%)	年間販売額 (百万円)	全国比 (%)
平成3年	9,687	88,412	5,248,305	1,108	11.4	12,766	14.4	836,136	15.9
平成6年	9,395	85,357	4,592,723	1,080	11.5	12,004	14.1	615,816	13.4
平成9年	7,982	73,940	4,304,075	918	11.5	10,905	14.7	719,693	16.7
平成14年	7,927	65,427	3,630,819	817	10.3	8,803	13.5	449,736	12.4

(資料)：経済産業省『商業統計表』、大阪府統計課『大阪の商業』。