衣服製造業の現状と飛躍への夢

The Situation of Apparel Industry in Japan and a Dream of Recovery

島崎 恒 藏

1. はじめに

平成3年5月の景気後退に始まったバブル不況から未だに本格的な立ち直りができないわが国の経済の中で、産業界では二極化が際立ってきているように見える。これはいうなれば、戦後の高度成長を謳歌したわが国の産業構造が制度疲労を起こし、構造改革を余儀なくされたものの、全体としてはまだ対応が充分ではなく、苦しみながら新しいシステムを模索している現状を反映したものであろう。これからの期待分野の方向はITといわれ、政府もIT革命を発展軸にして、国内の産業を活性化しようとしている。この波に乗ってIT関連企業の中には、過去最高益を達成した企業さえ少なからずある。しかしこのような波に乗り切れない企業の落ち込みは、逆にかえって大きくなっているように思われる。アパレル産業においても、IT革命は魅力あるキーワードではあろうが、個人消費の拡大がもっと明瞭に見えてこないと立ち直りが難しいように思われる。

2. 衣服製造業の現状

平成11年度の工業統計速報(平成12年10月5日付、近代縫製新聞)によれば、衣服その他の繊維製品製造業の事業所数(4人以上)は、2万5815件で前年比11.6%の減、従業者数も43万9397人で前年比10.7%の減少となった。国内の製造業全体が減少傾向にある中でも、衣服関連産業の減少幅は、件数、従業員数ともにこれまでの最大となっている。そして給与総額も前年比11.6%減で、全製造業22業種の中で最下位となっている。これらの統計からは、明るい将来展望も持てず、やがて体力を消耗しきって、廃業していく構図が読み取れる。このように衣服製造業が置かれている状況から、まさに構造改革による淘汰の波に洗われている姿が浮き彫りになって見える。

3. 衣類製造業の今後への期待

上記のような衣服製造業の現状からは、将来を展望するといっても悲観的にならざるを得ない。しかし衣服製造業の全てが悪いのかといえ、決してそういうものでもない。たとえば外資を含めてSPA(製造小売り直結)型の企業では高収益を挙げている例が目立つ。近頃はカジュアル衣料で快進撃を続ける「ユニクロ」ブランドのファーストリテイリングなどは、最も元気な目につく企業の一つであろう。これらの高収益企業に共通していることは、過去の業務構造を打ち破る発想の転換があったことと、顧客のニーズに徹底的に応えている点であろう。見方を変えれば、旧態依然のシステムの中で、その延長線上に打開の糸口を見いだそうとしても、なかなか難しいことを示している。

現在、衣服製造に関して厳しいしわ寄せを受けているのが、国内の縫製工場(縫製会社)である。仕事を請け負って加工賃をとるだけというような労働集約的業務形態では、これからは時間の問題で淘汰される運命にあると見てよいだろう。縫製品質の差別化が、海外拠点の技術力向上で圧倒的優位性を保てなくなった点も大きい。したがって縫製産業がこれから国内で成り立っていくためには、衣服の付加価値をもっと享受できるようなシステムを構築していく必要がある。縫製現場の海外移転は、技術面、納期の短期化などが改善され、現在はそれなりに役割は大きいといえるが、しかし実際に商品供給のフレキシビリティや品質という観点から考えれば、これからの国内の生産拠点のある程度の確保は必要であろうと思われる。

現在は、個人消費が低迷して衣類が売れない状態である。これは紛れもない事実ではあるが、消費者がお金を持っていないわけではない。衣類に限らず、高級品がそれなりに売れている点や、携帯電話のように消費者のニーズに合致した製品は、大きく伸びていることを考えてみればよい。衣服に関していえば、消費者は「買いたい衣服がない」のが現状であると考えられている。しかし筆者には、ここに大きな見落としがあるように思えてならない。たとえばこれから増える一方の高齢者、あるいは身体の不自由な人々に満足を与えるような衣服をメーカーは提供できているのだろうか。今までファッションに無関心だった人々にその素晴らしさを感じさせるような衣服を提供できているのだろうか。このあたりの業界の意識改革が、「飛躍への夢」に結びつくような気がしてならないのであるが……

KOZO SHIMAZAKI
日本女子大学 家政学部 教授
〒112-8681 東京都文京区目白台 2-8-1
Tel: 03-3943-3131
e-mail: simazaki@jwu.ac.jp