

## 和装振興協議会（第4回）-議事要旨

日時：平成29年5月29日（月曜日）14時00分～15時50分

場所：経済産業省別館2階238 各省庁共用会議室

### 出席者

池田委員、きくち委員、小林委員、近藤委員、中村委員、野瀬委員、又吉委員、六ツ崎委員代理、矢嶋委員、吉田委員、渡邊委員

### 議題

#### 1. 委員からの報告

- ①「和装（きもの文化）」のユネスコ無形文化遺産登録の実現について（要望書）（池田委員）
- ②「チーム着物2020」について（中村委員）

#### 2. 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について

- ①商慣行分科会からの報告
- ②協議会における報告書案の取扱いについて
- ③今後の周知・フォローアップについて

#### 3. その他

### 議事概要

#### 1. 委員からの報告

##### ①ユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組について

- 「和装（きもの文化）」のユネスコ無形文化遺産登録の実現について、経過報告する。午前中に文化庁長官あて要望書を提出した。着物業界で全国組織を持っている10団体に賛同いただいた。業界が一つとなって動いていきたい。
- ユネスコへの登録申請できるのは、早くても2020年となる。全国の関係者の協力をお願いしたい。
- 関係者が、競争ではなく、連携、協力してやっていければよい。
- ユネスコ登録を理由に値段が上がるイメージがある。消費者は敏感なので、きちんとした対応をしてほしい。

##### ②チーム着物2020について

- 東京オリパラに向け、着物がどういった貢献をできるかについて議論した。 「チーム着物2020」を4月3日に設立した。業界でいろいろな動きがあるが、1企業、団体単位では訴求力が弱いので、オリパラの全てのステージで、どういった場面で貢献できるか具体的な提案をしていきたい。

- また、きもの、お茶、お花、畳の4つが一体となり、チーム J-Culture として今後活動していく。まずは、着物のすばらしさをオリパラを契機に訴えていきたい。プロジェクトのキーワードとしては、バリアフリー、多言語対応、マスメディアに対する訴求力。
- 暑い季節であることを逆に生かし、高温多湿の日本全国にある絹、紗、羅、縮、上布等といった夏素材の復刻/開発を各産地にお願ひし、メーカー、問屋・小売がこれを買っていく形をとっていただくと考える。これらの夏素材を使い、日本選手団のユニフォームに未来を予見させるような着物をデザインし、涼やかに、鮮やかに入場行進をしてもらえたら素晴らしいと考える。
- 着物ユーザーは、ほかの着ている人の着方や素材など、とてもよく観察しているので、そういう人達にむけ、着物業界としてきちんと発信できたらよい。
- その他、事業者の取組、学生のアイデア等、オリンピック・パラリンピックに向けた取組を様々な場で行っていると思うが、連携して新しいものを発信していければと思う。

## 2. 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について

### ①商慣行分科会からの報告

- 「世耕プラン」と同調するものとして、景気循環を中小企業にまで波及させる、というもので、着物業界だけが問題と言われているわけではない。まずは前文の精神が重要。
- ポイントは3つ。①和装市場規模の減少、職人高齢化と産地の疲弊、それによる全国のサプライチェーンの持続可能性の懸念。②前近代的な商慣行や不透明な販売手法が着物離れを招いている可能性がある。③経済産業省の調査によれば、前の2つの状況にもかかわらず、特に若い世代を中心に、可能性があることが示されている。
- 事業者間取引と消費者との取引を相互に関係づけ、一体としてとらえるという、今までになかった視点での報告である。従来の業界では、川上は川上、川下は川下、といった考え方が主であったが、川上から川下まで一体となり、全体が直結して問題を解決していけるのではないかと。H28年6月とりまとめのアパレルサプライチェーン研究会報告を見ると、一層理解がすすむので参照してほしい。
- 海外生産比率は低下している。内需拡大が止まり、生産地のアジアも日本向けのみを生産から撤退している。国内で完結しているということは、川上での改善が川下に直結するということを示している。
- 商慣行の改善は、今までも言われてきたことであるが、団塊の世代が交代、30~40代が新世代として登場していることで、進んでいくと考える。時代が一新されるタイミングに、次世代への指針として本報告書が議論され、すみやかに実施されることが重要。
- 報告書についてはよくできていると思うが、これをどのように業界に周知し、消費者に活かしていくかが問題である。結局は当事者の意識次第となる。
- 産地として売上は減少しているが、50社ほど売り上げが減少していない企業もある。これは産地や消費者のためになるかは別として、一つの成功したビジネスモデルといえるのではないかと。

- 消費者はきものに対して非常に興味を持っており、これは和装業界の「希望」と言える。その「希望」を絶やさないうために、産地としては量の確保が重要、同時にリスクの分散という意味で、取引関係の改善を実行していく勇気が必要である。
- 手形や延べ払いは、言い換えると私的にお金を貸し借りしているようなものである。この問題をすぐに解決することは難しいだろうが、まずは買い手と売り手の双方に問題意識を持たせることが重要となる。
- 商業論として言うと、サプライチェーンにおいて事業者が担う役割として、商流、物流、情報流とがある。「消費者本位」という考え方において、この業界に一番機能していないと思うことは、消費者のニーズの情報が作り手に伝わらず、また作り手のこだわりや想いやストーリーが消費者に伝わっていないこと。情報流がうまく機能するにはサプライチェーン全体の連携が必要であると考え。阻害要因として各段階で負担を押しつけ合っている、という状況が理解できた。いただいた提言については賛成だが、どのように実践する体制を整えるが極めて大事である。
- 新しいビジネスシステムやサプライチェーンの改革は、大手の小売事業者を中心に起きてきているが、業界の特殊性として、小規模生産者が多く、また小規模分散的な小売店も多い。これを繋いでいく仕組みをどのように作るか、セットで議論を深めていく必要があると考える。
- 消費者からすると、商品がどのようなものかがはっきりしていることは重要。何度か協議会に参加した中で、仕事のやり方やシステムを変えることにパワーがいるだろうことは理解できるが、消費者としては、はっきり商品がわかることで、安心して買えるのでとても助かる。
- きものを買う上で店によって与えられる商品情報などが違うことが一番怖い。一度でも裏切られたと感じるとそこには行かなくなるし、一度いい思いをすれば、また安心して入っていきたい、恐怖感がなくなる、ということがある。業界全体でこうした消費者の不安を解消し、間口を広げることはいいことだと思う。
- 上代は同じなのに店により仕立代が違うのは、消費者としてはやはり不安に思う。その理由について国内縫製だから、海外でのミシン縫製だから、裏地が違うから、等の明確な説明があれば、こういった問題は起きてこないと思う。小売店は、消費者が不安にならないような店作りをするために、消費者の立場に立って、もっと突き詰めた意識改革をして欲しい。
- 商慣行分科会に参加して、歩引きの問題等をはじめ、取引に衝撃的な事実がたくさんあった。糸屋や機屋など作り手に正当な対価が支払われていない状況をいち早く解決し、作り手を守る商慣行を早く実現してもらいたい。
- 分科会の議論ではB to Bに関するものが多かったが、和装振興の観点では今後のB to Cの対応、問題解決の議論が不足していると思う。きものには無尽蔵の潜在ニーズがあるので、それを顕在化するためには、ある種起爆剤として消費者に提案する部分の改善が大事となる。商慣行分科会でガイドラインができたことはすばらしいと思う。B to Cの分野でも改革・改善・革新があれば、なお一層和装振興に繋がる。
- 小規模な呉服店であるが、仕立代については手間賃だと説明している。店によって仕立代に差があることについては、大工の棟梁と見習いでは費用に差が出るように、仕立て技術による差だと説明す

るとわかってもらえる。

- 手形や延べ払いを含めたお金の動きについては、これを肯定するわけではないが、ある意味で和装業界の文化の一つと考える。2兆円の市場が1/10にまで減少したのに、そういった環境変化の中で手形取引等の商慣習がそのまま残っている状況があるので、問題が顕在化してしまっている。買取、延べ勘、委託など、取引形態が違えば、（同じ商品でも）金額が変わるのは当然のこと。自分としては全て買取の取引をしているが、取引方法を決めてしまうというのは疑問。このままにしておいてよいという意味ではないが、市場が大幅に縮小した中で、それぞれの立場でそれぞれのやり方があるため、この内容で今すぐに一つの方法でやれ、というのは難しいと思う。
- 報告書については、議論を網羅しており素晴らしいと思う。問題は具体化である。課題を解決する上でサプライチェーン全体が一体となっていくことが大事である。しかし、解決するためには各業界の連携が必要と考え、今までとは違う手法が必要になると思うため。それを経済産業省含め業界全体で考えていきたい。
- 純国産の絹として、一つのブランドとして川上から川下までつなげて、一つのグループを作っている。また、純国産絹マークを付けることにより、消費者にも品質を訴えている。そのような取組によりサプライチェーンが出来上がっているといえるが、様々な課題の解決となるとまだまだ不十分な点はある。各段階にも立場があり、ビジネス上ではそれぞれのやり方・考え方があるので一律でやるのは難しいと思う。川上から川下までで様々な組み合わせがあるので、モデルを作っていければと思う。
- 指針の1 1番目（消費者に分かりやすい説明）について、小売店の商売にさまざまな方法があるのは理解しているが、ホストみたいな接客をする小売店や、無料で旅行に連れて行く過剰なサービスする小売店が好きな消費者もいると思う。そういった小売店や販売方法を消費者側が区別できるような下地となる提言だと思う。
- それぞれやり方・立場はあると思うが、進めていける部分はあると思うし、そこは進めていただきたい。

## ②協議会における報告書案の取扱いについて

- 商慣行分科会報告、資料4「和装の持続的発展のための商慣行のあり方について」を、和装振興協議会として了承。
- 和装振興協議会として、商慣行分科会の報告と同一の内容のものを、協議会の名前でとりまとめて公表することで一致。

## ③今後の周知・フォローアップについて

### 事務局からの提案

- 全国染色協同組合連合会、日本きもの連盟、日本織物卸商業組合連合会、全日本きもの振興会、日本絹人織物工業会等において、文書等送付や、各種会合（総会、理事会等）により、傘下団体や会員企業等に対して本指針の趣旨や内容を周知。必要に応じて、会員企業や関連事業者への説明会等を実施。経済産業省は協力、説明会等へ職員を派遣。

- 指針を踏まえた取組状況のフォローアップ。例えば、各所属和装業界団体及び傘下団体等において、総会、理事会等の会合の場で取組状況を確認・議論、傘下団体や会員企業等に対するヒアリングやアンケートを実施、本指針に賛同する事業者をリスト化して公表、和装業界団体やそのうちの有志の会員企業等において、本指針を踏まえた具体的な「自主行動計画」を策定するなど。
- 取組状況について。各和装業界団体等に所属する委員等から本協議会に年 1 回報告・議論することで、継続的なフォローアップとする、等。

#### 議事概要

- ビジネスモデルについて、古いやり方でも新しいやり方でも、そもそも儲かっていることは、そこに商品が集まっていると言うことであり成功だとは思ふ。しかしそのビジネスモデルについて、金儲けだけでなく産業として消費者に支持され、喜んでもらえるものでないといけない。
- 高額のものを買ってしばらく経つのに商品が手元に届いていなかったり、ネットで注文したら実際の物と違ったりといった相談がある。報告書の方針が徹底されれば消費者に役立ち、産地や業界も活性化すると思う。この利用方法を各団体で共有していきたい。それぞれの企業がしっかりと決意を持って取り組んでいけば、消費者に伝わると思う。
- 作り手の物への考えや想いが消費者に伝われば物は売れる。それを出来るだけ伝えられるように努力している。また、逆に消費者の意見をものづくりに反映させるよう、情報をつなぐことも大切な役目だと思う。
- 高級な帯を取り扱っており、7 割がオリジナルや自社提案の他社と競合しないもの。商売の仕方は様々で、自身のポリシーに基づくものであり、それが自由競争というもの。商売は、売り手と買い手でリスクなど納得した上の取引であれば基本的に自由だと思う。そこで時流に合わないのであれば自然に淘汰される。今回議論と違う方向の意見かもしれないが、一律にこうあるべき、というのは違うと思う。もちろんなにをやっても良いというわけではない。
- 方針については和装業界の基本的なことのため、団体企業に広めていきたい。また、いろいろな意見、異論もあるかもしれないが、それを吸い上げていき、議論を深めていくことが重要である。
- 結局は消費者と小売店にしっかりと信頼関係があれば問題はない。アナログかつ前時代的な考えかもしれないが、そこが重要だと思う
- いままでの意見に出ているように、お互いによければ取引としては成立していると考えられる。しかし、作り手としては、ある程度の量を作らないとコストがあわない。そのため、多少悪い条件でも（量を確保するため）引き受けないといけなくなってしまい、気がついたときには多くの負債が残ってしまうことがある。問題のある支払条件のところはそれほど多くはないが、例えば職人さんは、仕事出来るだけで満足してしまっているような面もある。
- 商いは自己責任というのは自由社会のルールそのものであるが、法治国家においては下請法など法律を周知・徹底していかなければならない。しかし、（和装業界において）実情それがなされていない。今回の報告が和装振興の全てだとは思わないが、全体的に守らないといけないルールの確認を

するためには重要だと思う。

- きものを買わないと言われてきた30代の購入者が増えてきており、新しい消費者層が育ってきている。これは過去何十年間購入者が減少してきたのとは違う傾向で、大きなチャンスである。きものはアパレルと違い海外生産が少ないので、購入者が増えるとそのまま国内生産化が進む。また、物作りの産地でも世代交代が進んでおり、40代半ばの職人が各産地の中心となってきている。新しい産地メーカー像、新しい消費者像の中で、議論が進んでいくことを望む。
- 報告書をイラスト化や文書化することにより、消費者に対して、悪い店がなくなることを周知できるようなきっかけを作って行きたい。
- 店舗や着付け教室などでの消費者の怖い体験は聞いているが、そのような企業は自然淘汰されて、まともな企業としか取引しない企業ばかりになってもらいたい。今回指針を守れないところには業界から退場してほしい。
- 作り手においても、フェアトレードの考えがしっかりできていないと次の世代が育たない。しっかりとした物作りをし、作り手にしっかりと支払いをし、安心できる業界であることを広めていきたい。
- まずは和服を周りに薦めていきたい。もしなにか提案があれば、出来る限りのことは積極的に進めていきたいが、まずは自分で着ること。また一つの提案となるかわからないが、きものを売ることばかりでなく、似合っていないものははっきりと似合っていないと言えるような店が増えて欲しい。そういうことで店と消費者の信頼関係は少しずつ結ばれていくのではないかな。
- 事務局からの提案があったフォローアップの中で、報告書に賛同する企業のリストをつくるようなことはすばらしいと思う。B to Cにおいてこういったことが可視化されると助かる人は多いと思う。

### 3. その他

各委員からの報告、和装の持続的発展のための商慣行のあり方について

- (傍聴者も含め) 皆様へお願いとして、ドレスコードがきものや浴衣のイベントを開催して欲しい。多くの人の目に触れることが一番の広告塔になる。ぜひきものや浴衣を着て楽しんでもらいたい。
- 文化学園では7月18日から22日までは浴衣を着て登校するように促している。授業期間なのでお祭りのようなことは難しいが、いろいろなイベントを企画しているので、ぜひ皆様にも足を運んでもらいたい。
- 京都パープルサンガでは、何年か前からは浴衣観戦デーを企画している。多くの他のスポーツでも浴衣デーが開催されており、夏の風物詩の一つとなって欲しい。オリンピック・パラリンピックを待たずして、和装文化はスポーツイベントに対しいろいろと取り組んできている。
- 去年の11月15日は各産地や経済産業省できものを着てもらい、うれしく思う。無理をせず着物を着てもらい、きものは楽しいという運動をはじめており、今後も進めていきたいので、皆様にはご協力いただきたい。
- 今年度から立命館大学ではきもの授業をゼミ形式で始めたが、定員を超える学生が集まった。マーケティングの授業であり業界に対し新たな提案ができないか、研究していきたい。

お問合せ先

製造産業局 生活製品課

電話 : 03-3501-0969

FAX : 03-3501-0316