

和装振興協議会（第5回）-議事要旨

日時：平成29年11月13日（月曜日）13時00分～15時20分

場所：経済産業省国際会議室

出席委員：※五十音順、敬称略

デービッド・アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
池田 佳隆	全国染色協同組合連合会 理事長
奥山 功	日本きもの連盟 会長理事
きくち いま	エッセイスト、イラストレーター
近藤 尚子(座長)	文化学園大学服装学部 教授、和装文化研究所 所長
佐々木 ベジ	公益社団法人全日本きものコンサルタント協会 会長
中村 健一	東京山喜株式会社 代表取締役社長
野瀬 兼治郎	一般社団法人全日本きもの振興会 会長 ／日本織物中央卸商業組合連合会 副理事長
又吉 直樹	株式会社よしもとクリエイティブ・エージェンシー
丸山 伸彦	武蔵大学人文学部日本・東アジア文化学科 教授
矢嶋 孝敏	一般財団法人きもの森 理事長
吉田 満梨	立命館大学経営学部 准教授
渡邊 隆夫	一般社団法人日本絹人織織物工業会 会長

議題

1. 「和装業界の商慣行に関する指針」の周知・取組状況のフォローアップ
 - ①経済産業省からの報告
 - ②各団体からの報告
2. 和装振興策について
 - ①関東経済産業局からの報告（「絹のみち広域連携プロジェクト」）
 - ②委員からの報告
 - ③意見交換
3. その他

【議事要旨】

1. 「和装業界の商慣行に関する指針」の周知・取組状況のフォローアップ

<「商慣行指針」への考え方>

- 全面的に賛同。具体的に実施に向けて、まず、標準的な契約書をつくり、組合事業として実施する。
- 現実に、今すぐ全てがこの通りにはいかないが、方向としてはこの方向で取引を正常化、あるいは改善していくということに、異論はなく賛成。それをこれから周知徹底していくという段階に入っていくが今その段階。
- 挙げられている問題すべてをクリアするには時間がかかり、その意味で全面的に賛同と言いがたい。

<価格について>

- 同じ品物でも、A社とB社の力関係または様々な条件等で仕入れ価格が変わることがあるため、きものの価格・上代が違ってくる。ただし、あまりに露骨な価格付けは恐らく消滅してきており、良識的になってきていると思う。

- 価格は、製品価格と最終販売価格を分けて考える必要がある。製品価格とは、ものづくりをしている産地が作っている価格のこと。最終販売価格とは、顧客に手渡せる時の価格のこと。その場合には仕立代や裏地が入っていたりすることがある。製品価格が同じなのに、販売価格が違ってくるということが実際に起こっている。
- 作り手の立場からみると、価格というものは、工業的なものと工芸的なもの、工芸的なものに関しては、例えば人間国宝と普通のそうでない人とで値段が違ってくる。一方、手描きのものは高いとか、型染めは安いとか、インクジェットは安いとか、簡単な問題ではない。また、何ををもって「品質が高い」というのか、染色堅牢度なのか、そこを末端の消費者の人がなかなか理解出来ていないのは問題であり、きちんと伝えていかないと誤解を生むことになる。
- 業界としては、明確に消費者に対する説明責任がある。自分たちの責任の説明よりも、消費者が納得できる形で説明できないと、最終的には市場の健全な発展は望めないと思う。

<販売方法>

- 相方がニューヨークに活動の拠点を移したが、その際、きものを持って行きたいが何を買えば良いか相談を受けた。回答に悩んだが、ネットで調べるよう伝えた。彼は洋服がとても好きで、質が良ければいくらでもお金を出し、良くなければ安くても買わない（こだわりがある人）ため、バランスを考えると自分では見極められないと思い、「調べてみたらいろいろあると思う」と答える事しか出来なかった
- 例えば、これは何かこだわりがあってこういう流れをくんでいるから、これが適正な価格だと説明できるものがあれば、それぞれが自分でしっかり判断することができるようになって感じている。
- 初心者が何を選ぶかについては、例えば、洗濯機で洗えるのがいいのか、天然素材がいいのか、仕立て上がっているのがいいのか、それともマイサイズに仕立てた方がいいのか、どのようなシチュエーションで着たいのかはそれぞれで変わってくると思う。それをきちんと説明できるお店、用途に合ったものをしっかりと勧められる小売店がもっと増えてくれれば、安心して敷居の高さを感じずに行けるようになるのではないかと思う。
- （一般消費者は）きものに関する知識が圧倒的に少ないということは確かにある。そういうことをクリアしていくということは、ユーザー側にも求められるのではないか。
- 高級品（高額のもの）の場合、何をかうかというよりも誰からかうかという要素が非常に大きいということを感じたことがある。きもの場合、当然インクジェットのような安価なものから、手描き友禅のような高価なものまであり、その高価なものを誰からかうかということ。
- 小売店も、様々な意味で価格の問題などを真摯に取り扱っているお店だけが残ってきているのではないか。
- 基本的には催事販売と、それに基づく高額販売、催事に作り手が販売に参加することで手間暇かかり過ぎだということが1番の問題だろうと思う。本来、生活文化として気楽にきものというものを楽しんでもらうということが、1番ではないかと思っている。

<商慣行の改善と和装振興に関する考え方>

- 「市場創造なくしては和装振興なし」と強く思っている。着物市場の一番の特徴は、潜在需要は無尽蔵であり、この潜在需要を喚起して顕在化することで和装振興をする。そのことが結果的には産地振興につながる。当然国内もだが、インバウンドも含めて健全な潜在需要の顕在化、これこそが和装振興の最大のポイントであり、結果、産地を含め業界全体が潤ってくるというトレンドではないかと思っている。
- 和服も遊べるような値段で、柄を遊び、色を遊び、色をあわせて遊べる和服があってよい。
- 「きもの振興」と「持続的発展のための商慣行のあり方」がなぜ一致するのかという意見も多々あったと思うが、もともとは生産者、消費者との間の流通というものがあるからこそ、消費者へ本来は安く、タイムリーに非常に良い形で商品が手に入るということだと思う。市場規模が大きく縮小したが、それ以上に産地の取り分はどんどん減っている。この問題がきもの振興に関しての商慣行のあり方の最大の問題点だろうと思う。
- 消費者に安く売ることばかりを論議して、消費者に安く売ったら消費者に喜んでもらえるかという、私は決してそうではないと思う。むしろ高くても満足して買っていただけるものを消費者は望んでいる。安くしてもいらぬものはいらぬ。従事する人数を増やしていけるようなことを考えて、しっかりとした適正な収益が各段階に

ないといけない、そのような論議を推進していきたい。

<表示・説明責任>

- 商品のトレーサビリティ、原産国表示、例えば、絞りだけが韓国であるとか、刺繍は中国であるとか、縫製がベトナムであるとか、一部加工も含めて原産国表示を製品、明細書にしっかりと表示すること。あるいは製品のインクジェットという表示を明確にすること。
- 説明責任を果たすことで、すぐに市場がどうということではないが、工業製品の良さも、工芸製品の良さも守られて、手作り市場もしっかり育成されながら、消費者にとって買いやすいマーケットが広がっていくと思う。
- 一番の問題は情報弱者である消費者に対してどのように業界が理解させるかである。わかりにくいからといってそこにつけ込んだような商いは絶対許してはいけない。当然、倫理性を業界が持ち、産地を守るために、価格の問題に関して消費者に対する説明責任を果たせるような、生産工程の開示が大変重要ではないか。
- 「説明責任」という言葉が多く出ている。これは重要なこと。

<サプライチェーンに関する全般的な考え方>

- 委託販売自体は一つの取引のあり方だと思うが、その結果、所有権が流通事業者に移転しないので、（催事に関しては）結果的に作り手が直接売り場に出向いて個々の消費者と係わることとなる。流通の間を卸や小売が仲介した「効率化をする」という機能がほとんど実現できていない現状と思っている。その結果、販売努力やMDの力などが落ちてきてしまう、という問題も合わせて起こっているのだろうと理解をした。
- 上代を作り手の立場で設定していく動きがあることは、非常に好ましいことだと思う。
- 最終的な買い手となるユーザー・消費者にとって、定価（販売価格）を適正化していく努力がとても大切であると考えられ、それをメーカー側から打ち出していくことができれば、全体最適にとって重要。
- 一方で、小売店の事情を考えると、単価が非常に高い商財のため、販売管理費、例えば、幅広い品ぞろえ、仕立て、メンテナンス、消費者教育のようなサービスを担っているところというのも、サプライチェーン全体と合わせて最適化していくこと、新しいあり方を模索していく必要があることではないかなと考える。
- 三つの問題がある。まず、総じて商品価格が高過ぎるということ。もう一つは、高価なものであっても、実際に製造した人にお金が出てないという別の問題。三番目として、製造者は別として、企業の経営規模が小さ過ぎる一方、実際の事業所数としては多過ぎるという問題がある。

<指針のフォローアップ>

- 商慣行の指針については、各団体においても継続的に取り組んでいただきたいと思います。協議会でも、引き続きフォローしていきたいと考えている。また、賛同宣言については、事務局でリストを公表する。今後も賛同される方々を受け付けて、継続的に取り組んでいきたい。各委員にもよろしく願い申し上げます。

2. 和装振興策について

<絹のみち広域連携プロジェクトについて>

- 北原明参事官（関東経済産業局産業部観光地域資源活用担当）から、資料5に沿って、取り組みの紹介。

<和装振興に向けた取組>

- きもの文化のユネスコ無形文化遺産登録に向けた運動として、「和装（きもの文化）ユネスコ登録推進・連絡協議会」という名称でスタートする。
- 我々の事業を一生懸命やることにより和装振興に繋がると考える。
- 「チーム着物 2020」としての活動と、「チーム j-culture2020」として、着物だけでなく、お茶、お花、畳という四つの業界で、「きものサローネ」の10月6日に、日本橋三井ホールでファーストセッションをさせていた

だいた。「チーム j-culture 2020」では、「気仙沼フューチャーセッション」を、復興五輪ということにも絡めながら、気仙沼から和装振興をとということで計画している。

- 11月15日きもの日に、全国に着物を着ましようという呼びかけをしている。京都では、歌手の倉木麻衣さんを「きもの大使」として認定式を行い、京都タワーの点灯式を行う。十二単の色から重ね色で、紫と緑色に京都タワーの色が変わり、京都の人にきもの日を宣伝する。着物姿で数百人の人が集まる。
- 京都の舞妓さんが貼っている千社札や、スマホで着物ブックの表紙に自分の着物姿が合わさって写せるというアプリも業界紙の協力を得てつくった。もちろん無料でダウンロードできる。
- 全国の夏素材産地のきものを、オリンピック表彰式の介添えの女性に着ていただくということを、全日本きもの振興会事業として実施していく。
- チーム着物 2020 ともぜひ協力していただければ。

- 和装振興について、17条の遵守を進め、取引の書面化の100%実行と、手形の全廃、月2回の現金払いへの移行を済ませること。
- また、産地後継者育成に対して、17年度から加賀友禅、18年度から大島紬、19年度からは結城紬という産地に後継者育成事業をしていく。特に大島紬に関しては、九州経済産業局並びに奄美市、鹿児島市、鹿児島県の行政とも連携を図る中で、事業として取り組むという方向が見えてきている。

- 個人的には、現在はきもの市場は導入期にあつてこれから成長する可能性のある市場と思っている。最初の時期にいる、私も含めて着る方はマニアだと思っており、それをいかにマスにしていこうかが課題。恐らく現在きものに少しは関心があるかもしれないが、実際には使ったりかかわったりされていない方も、持っている時間、お金、エネルギーなどのリソースをこちらに振り向けていただき、仲間というかパートナーを増やしていくような取り組みができればいいと考える。
- 文化学園大学さんの取り組みはすばらしいと思う。私も大学にいる人間として、例えば業界の方々が一生涯懸命に振興策を考えてくださっているが、マーケティングの企画をするのは私達が学生に教えていることで、やらなければいけないことだと思っている。ぜひそういう外部のリソースを業界の中に持ち込めるようなことができればいい。
- もろもろ楽しみだが、特に個人的には文化学園大学の取り組みについて、若くて柔軟な感覚を持っている人が、和装をどういふふうにはファッションとして捉え、そこから今後どういふものが立ち上がってくるのかすごく興味がある。

- 文化学園大学の和装の取り組みについて、和装文化研究所の取組として、研究と教育と広報、要するに裾野を広げていくという活動をしていこうと思っている。
- 「ゆかたウィーク」は、毎年7月の1週間、浴衣を着て学校に行きましようという取り組みで、学生の実行委員会「和装企画集団 紬」が企画・運営している。「きものサロネ in 日本橋」の「学生きものデザインコンテスト」もそうである。
- 文化学園の教職員と学生を対象として、アンケートを行った。その結果多かった意見として、イベントの開催、現代風の自分たちに合ったデザイン、俳優やモデル、アーティストなどのファッションリーダーがきものを着てくれて、それを、SNSなどで広めてほしい、というような意見が突出して多かった。日常着として着られるように、自由に着られるように、それを認めて欲しいというような意見が多かった、ということをお報告しておく。
- 和装振興に関しても、この協議会の事業の取り組みの一つであり、今後も継続的に考えていきたいと思う。また、多方面での連携ということができてくることを期待している。

- きものを振興するには、やはり業界の人は年に1枚は新調しないと、と思う。
(委員の大半、傍聴席の約半数が拳手)
- きものの販売は非常に大変でドラマがある。一反の反物にドラマがあり、涙が出てくるようなときもある。買われた方も感動する方もいらっしゃる。物を売るというのはすごく大切な立場にもある。川上も大変だということ

はもちろん承知の上だが、売る人間たちがいま非常に苦勞している。消費者の方たちも喜ばれるような、きもの振興のために、小売部門が真摯に取り扱っているというところも重要視していただきたい。

- ファッションリーダーということで、是非又吉委員に何か御協力をいただければと思っている。
 - 是非できることは。

(以上)

お問合せ先

製造産業局 生活製品課

電話：03-3501-0969

FAX：03-3501-0316