

令和元年度
商慣行改善自己診断アンケート
集計結果

きもの安全・安心推進会議

調査概要

1. 調査の目的

きもの安全・安心推進会議では、3つのスローガンを掲げ、9項目からなる「きもの安全・安心宣言」を実行するため、会員企業に対して商慣行改善自己診断アンケート調査を実施することとなりました。

2. 調査対象と方法

令和2年1月に235会員に「商慣行改善自己診断アンケート」調査票を郵送し各会員が記入し、提出した結果を集計しました。自己診断形式のアンケート調査にした理由は、回答のし易さが、回収率の高さにつながり、自己診断いただくことで自社の取引形態を見直すきっかけになると考えました。会員企業は業種業態や取引、販売形態についても多岐にわたり、一定の基準を設けて調査することが困難であること、また、商慣行の進捗度合いにも大きな差があることを踏まえ、着実に、かつ、ある程度のスピード感をもって適正な商慣行取引に改善できる第一歩とするため、この方法をとりました。

3. 調査票の回収

調査対象…235会員 回収…190会員 回収率…81%

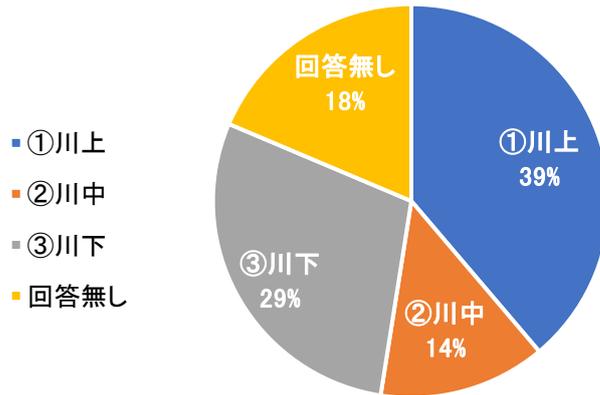
※240会員のうち5会員は団体であるため、今回の調査からは対象外としました。

4. 調査内容

- 設問 1 : 買取比率
- 設問 2 : 契約の書面化
- 設問 3 : 支払関係
- 設問 4 : 販売コスト
- 設問 5・6 : 価格の表示
- 設問 7・8 : 勧誘や接客
- 設問 9 : コンサルとの取引

- ・ 設問1～4の割合の集計については、全体を0～25%、26～50%、51～75%、76～100%の4区分に分け集計。
- ・ 同一の会社で、川上・川中・川下の複数の回答があった会社はそれぞれ分けて集計したため、回答会員数を上回っています。

	社数
①川上	94
②川中	33
③川下	70
回答無し	45
合計	242



第1回アンケート調査では、会員235社中190社から回答を頂き回収率81%と初回から8割を超えたことは当初の目的である回収率の高さはクリアできたのではないかと思います。

設問1から4までの回答を50%以上の達成度合いでみると、買取比率については約6割、契約の書面化は約7割5分、支払いに関しては約7割という状態であり、概ね商慣行の改善傾向がみられます。販売コストの負担割合は業態によりバラつきがあり、川上で2割弱、川中で5割強、川下で4割強との結果にさらに詳しく調査してみる必要があると感じました。

設問5から9までは全ての項目において9割を超えており、消費者への直接販売に対して意識の高い企業が会員として登録していることが改めてわかりました。

最後に、商慣行に対する意見を求めたところ、現場の状況がわかるような内容が多かったため、主な意見を業態別にまとめました。

次回の第2回アンケート調査は、商慣行に対する進捗度合いも集計するため今回との比較を取りまとめて参りたいと考えておりますので、引き続きアンケート調査にご協力賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

**きもの安全・安心推進会議
商慣行改善自己診断アンケート**

以下の設問にお答えください。回答は、右欄にお書きください。

令和2年3月31日迄にご回報下さい。[FAX№.075-353-1101]

回答者情報

会員法人名		回答者	
貴社は、主に川上、川中、川下のどの段階に該当しますか。		①川上 ②川中 ③川下	

9項目進捗状況

1	貴社の買い取り比率はどれくらいですか。	%		
2	貴社の取引について、契約書、発注書、請求書、納品書等の書面化はどれくらい進んでいますか。	%		
3	貴社は、長期手形、延べ払い、歩引きの改善はどれくらい進んでいると考えますか。	%		
4	貴社は、販売員派遣などの販売コストをどれくらい負担していますか。	%		
	①川上の場合は、川中に対して			
	②川中の場合は、川上、川下に対して		川上に対して	%
			川下に対して	%
③川下の場合は、川中に対して	%			
5	お客様に対し、わかりやすい価格・品質表示の提示をしていますか。	①している ②していない ③直接消費者と接していない		
6	お客様に対し、根拠のない二重価格表示をしていますか。	①していない ②している ③直接消費者と接していない		
7	お客様に対し、販売意図を隠した勧誘をしていますか。	①していない ②している ③直接消費者と接していない		
8	お客様に対し、お客様が強引と思ったり、圧力を感じる販売をしていませんか。	①していない ②している ③直接消費者と接していない		
9	お客様にとって、安全・安心でない不適切な業者・コンサルタントとは取引していませんか。 (不適切とは、和装商慣行指針17カ条に背く行為を続けることを指す)	①していない ②している		

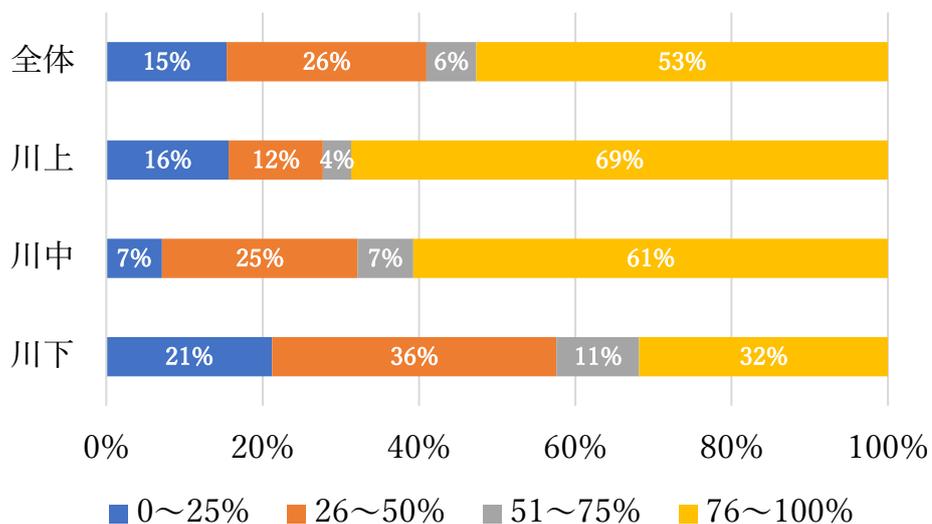
商慣行改善の具体的な取り組みやその他ご意見があればご記入ください。

ご協力ありがとうございました。

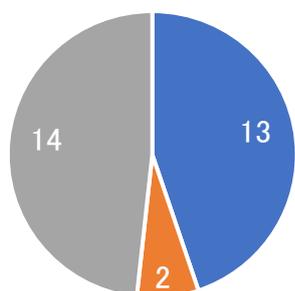
設問 1

貴社の買い取り比率はどれくらいですか。

	件数
0～25%	29
26～50%	48
51～75%	12
76～100%	99
合計	188

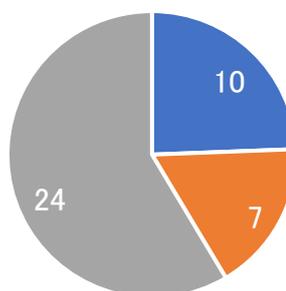


0～25%(件数)



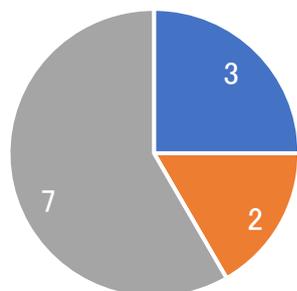
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

26～50%(件数)



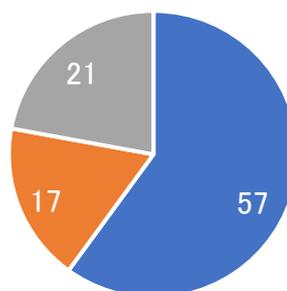
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

51～75%(件数)



■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

76～100%(件数)

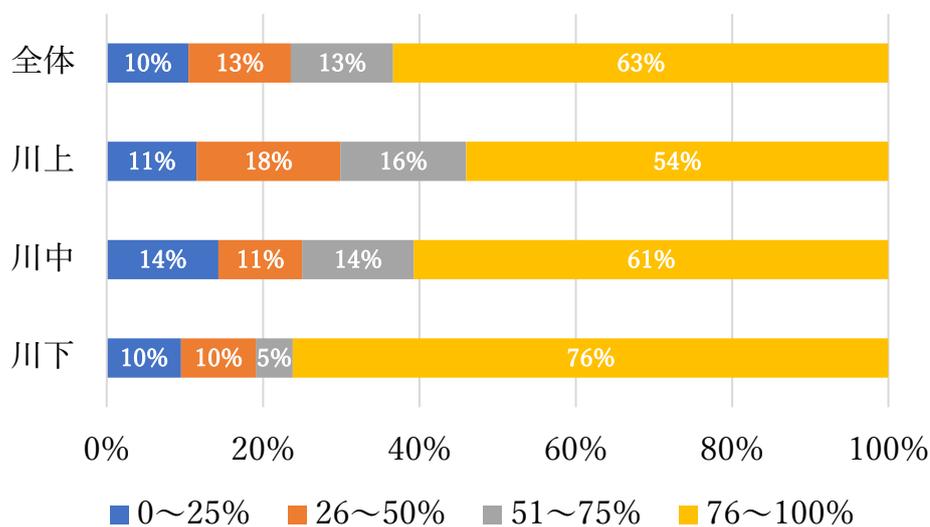


■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

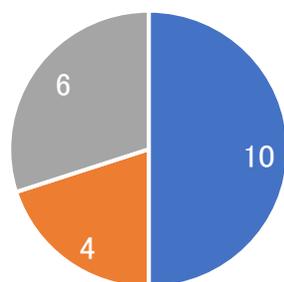
設問 2

貴社の取引について、契約書、発注書、請求書、納品書等の書面化はどれくらい進んでいますか。

	件数
0～25%	20
26～50%	25
51～75%	25
76～100%	121
合計	191

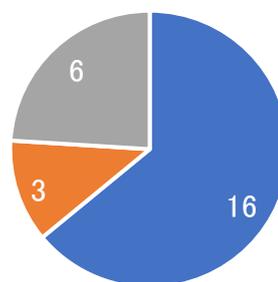


0～25%(件数)



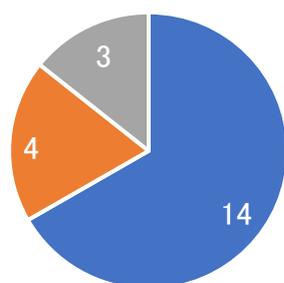
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

26～50%(件数)



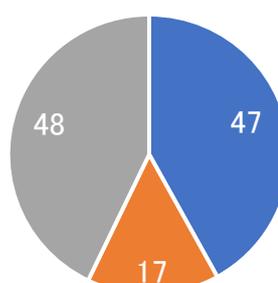
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

51～75%(件数)



■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

76～100%(件数)



■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

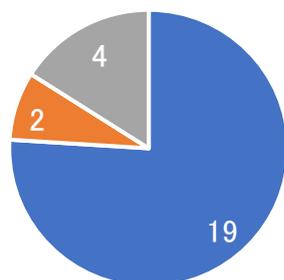
設問 3

貴社は、長期手形、延べ払い、歩引きの改善はどれくらい進んでいると考えますか。

	件数
0～25%	25
26～50%	26
51～75%	25
76～100%	112
合計	188

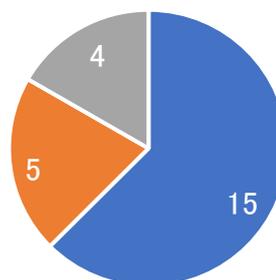


0～25%(件数)



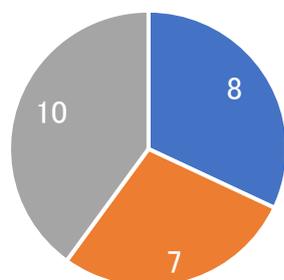
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

26～50%(件数)



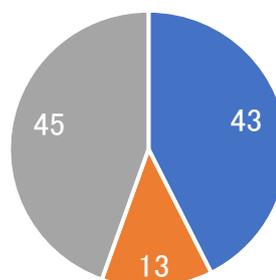
■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

51～75%(件数)



■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

76～100%(件数)



■ 川上 ■ 川中 ■ 川下

設問 4

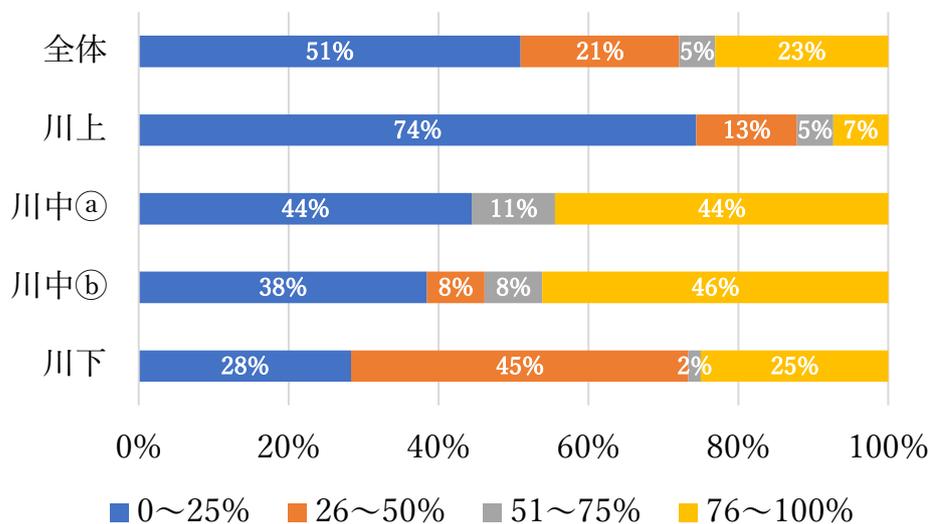
貴社は、販売員派遣などの販売コストをどれくらい負担していますか。

①川上の場合は、川中に対して

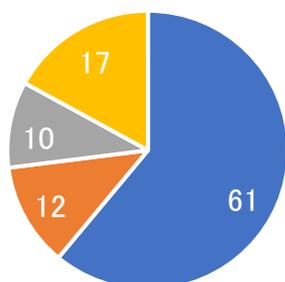
②川中の場合は、㉑川上に対して、㉒川下に対して

③川下の場合は、川中に対して

	件数
0～25%	106
26～50%	44
51～75%	10
76～100%	48
合計	208

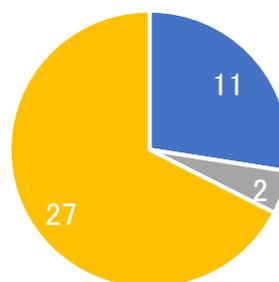


0～25%



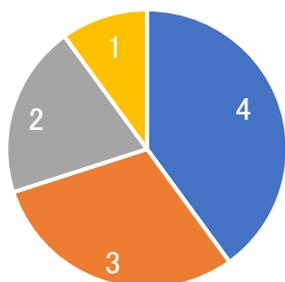
■ 川上 ■ 川中㉑ ■ 川中㉒ ■ 川下

26～50%



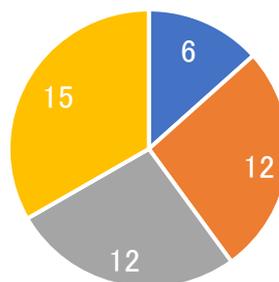
■ 川上 ■ 川中㉑ ■ 川中㉒ ■ 川下

51～75%



■ 川上 ■ 川中㉑ ■ 川中㉒ ■ 川下

76～100%

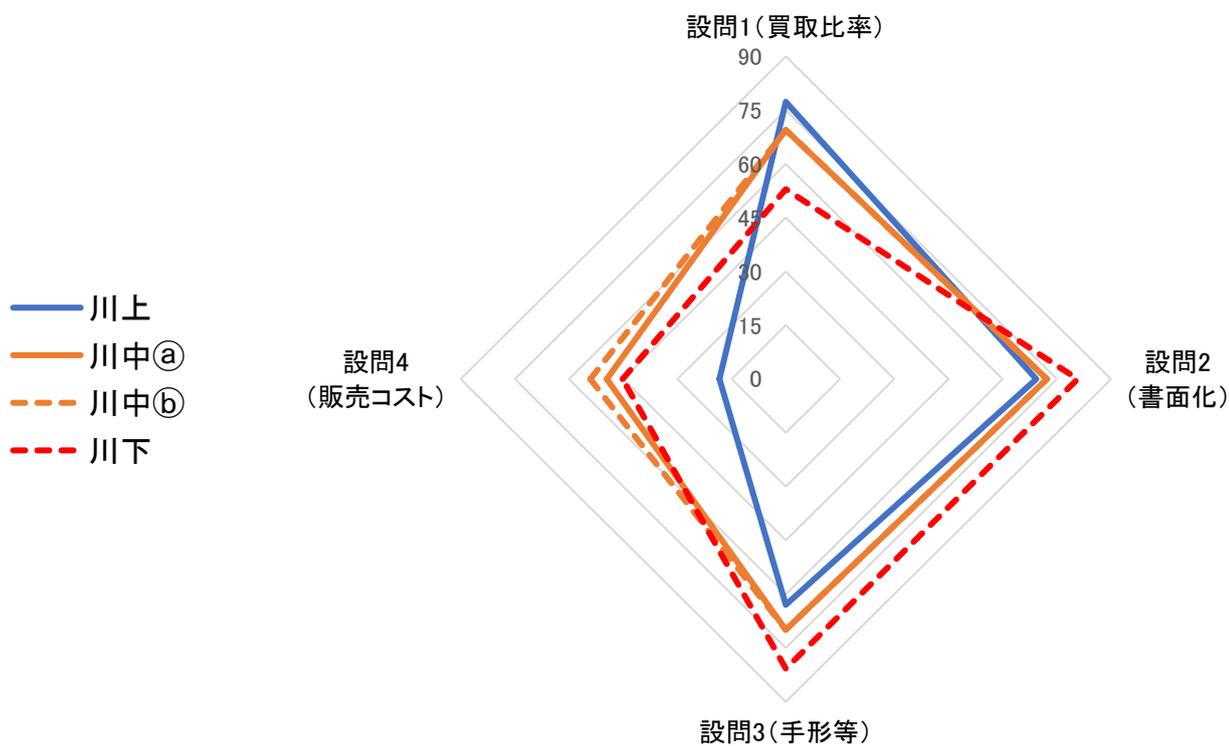


■ 川上 ■ 川中㉑ ■ 川中㉒ ■ 川下

設問 1～4 業態別

	設問 1 (買取比率)	設問 2 (書面化)	設問 3 (手形等)	設問 4 (販売コスト)
川上	77%	69%	63%	18%
川中①	69%	72%	70%	50%
川中②				54%
川下	53%	81%	81%	45%

※ 各業態の平均値



設問 5～9

設問 5. お客様に対し、わかりやすい価格・品質表示の提示をしていますか。

①している ②していない ③直接消費者と接していない

設問 6. お客様に対し、根拠のない二重価格表示をしていませんか。

①していない ②している ③直接消費者と接していない

設問 7. お客様に対し、販売意図を隠した勧誘をしていませんか。

①していない ②している ③直接消費者と接していない

設問 8. お客様に対し、お客様が強引と思ったり、圧力を感じる販売をしていませんか。

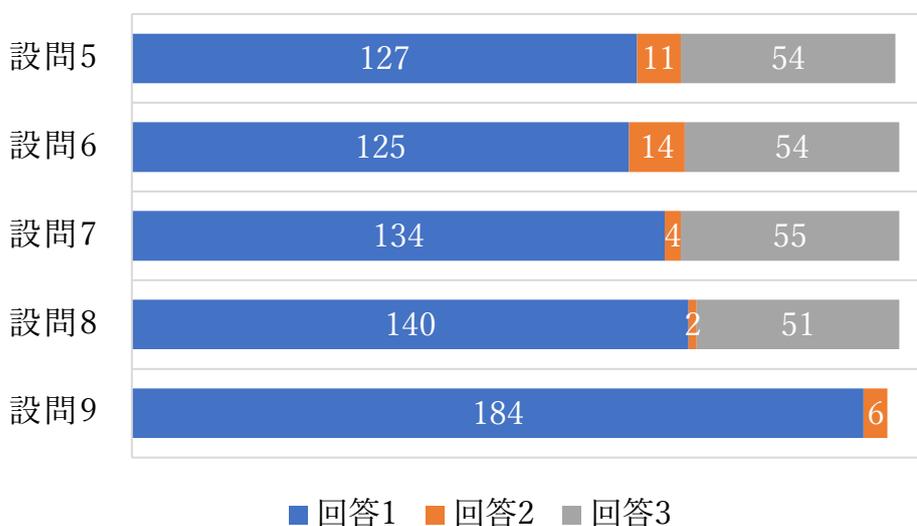
①していない ②している ③直接消費者と接していない

設問 9. お客様にとって、安全・安心でない不適切な業者・コンサルタントとは取引していませんか。(不適切とは、和装商慣行指針 17 カ条に背く行為を続けることを指す)

①していない ②している

	設問 5	設問 6	設問 7	設問 8	設問 9
回答 1	127	125	134	140	184
回答 2	11	14	4	2	6
回答 3	54	54	55	51	
合計	193	193	193	193	190

(件数)



ご意見

アンケートに記載された商慣行改善の具体的な取り組みやその他ご意見を業態別（川上、川中、川下）に、1. アンケートの内容 2. 推進会議への意見 3. その他意見に分類した。

川上からの主な意見

1. アンケート内容

- ・ 設問3に関して、当社の過去を振り返ってみると、改善した時は、公正取引委員会の影響が特に強かったように感じます。
- ・ 設問3に関して弊社自身は以前より全く問題ないと思いますが、お客様から弊社に対してはほとんど改善されていません。
- ・ 設問3の意味がよくわかりません。弊社の支払いに対してなのか、集金に対してなのか…。
- ・ 設問3に関しては、川下での改善が無ければ、川中も改善出来ないという図式。
- ・ 設問6に関しては表示価格が常識をはずれた率で設定されている。値引きはされている。
- ・ 設問9はコンサルが入っている川下も相応数ある。
- ・ 設問9は把握出来ていませんがほとんどの会社が背いている気がします。
- ・ 設問9はどこの会社がそのような行為を行っているのかわからない。

2. 推進会議への意見

- ・ 自社がこの趣旨に賛同しているのが明確にわかるような「賛同証」や「適正マーク」のような物がほしいです。自社サイトや名刺に表記したり、この証が無い企業は何か問題の有る企業だと判断材料にしたいです。
- ・ 推進会議発足後、何社改善していますか？（支払い関係、書面関係）
- ・ 買取り支払いと催事販売支払いの支払い方が違う場合、内容（割合等）はどのように違いますか？
- ・ 消費者からの印象の改善が目的ですので、消費者へのアンケート調査を検討されてはと思います。

3. その他意見

- ・ きもの安全安心の取り組みの効果で、各得意先の対応がいい方向へと変わっています。
- ・ 昨年、歩引きは全てなくしてもらいました。
- ・ 書類作成の手間をどれだけ簡略化でき、発行を確実にすることが大切だと思います。
- ・ 川中、川下に対しての定期的な指導は組合を通して行います。
- ・ 地方の小売店で、何年も未払いの会社が数件ある。
- ・ 歩引きがなぜなくなるのか？長期サイトの手形では、物作りしづらい。価格も抑

えられない。

- ・川中（問屋）からの支払いについては、なかなか改善が進んでいない。
- ・手形の期間短縮をお願いしましたが、怒鳴られて終わりました。後、歩引き 3%はどうにかしてほしい。
- ・原材料の仕入れはすべて現金で行っているが、業界内においては川中から川上への支払いはいまだに長期手形で行われており、改善が進んでいない。
- ・未だに昔からの歩引・ゼロハン引きなどが有り、無くならない限りは、こちらも致し方なくしなければならず、改善の方向へ向かうように全体で考えていただきたい。またメーカーは原材料など全額買い取りですが川下、川中に対しほぼ委託による催事販売。委託するだけでも時間、労力など人件費もかかる。
- ・主に歩引き廃止の願いをするが拒まれることも多い。理由を聞くがはっきりしない。発注書の発行をお願いしたら社印など正式なものは税務署が入った時に云々と拒まれた。せめてメモ書き LINE 等で記録が残る形でお願いした。過去に小売店に買い取ってもらったことがあるが、1 年ほどたつとネットで安売りされて大変だった。

川中からの主な意見

1. アンケート内容

- ・川上、川中がどの業種を指すのかわかりません。

2. 推進会議への意見

- ・前売り問屋同士で良い意味での談合をしていただき、団体名で小売店からの販売経費負担や支払い条件について申し入れをしてはどうですか？
- ・改善に取り組んで成功した会社の事例やセミナーを開催して欲しいと思います。
- ・期限を設けて進捗状況を確認しないと、この会議の意味はないと思われます。一目でどういう取引をしてる会社かわかるぐらいの組織を作ることが必要ではないでしょうか。

3. その他意見

- ・スピード感が大切。歩引きの早期廃止、手形サイトの短縮や延べ払いの改善は資金が必要だが、計画的に一時的な仕入抑制や金融機関より長期運転資金の調達などして改善。流通に於いて川中が一番重要だと考えるのは、小売店より件数が少ないが取引は多いので、改善実行の効果やスピードなど期待できる。
- ・弊社製品には上代価格を設定し、下札による表示を 100%実施しております。
- ・標準では無い適性小売価格に於ける、流通各段階の利益分配を考査する必要があると思う。
- ・契約書等のやり取りはしていませんが、仕入先、販売先とも適正な取引を行っているため、支払いの問題や不当返品等はほとんどありません。書面化が進めば進むほど弁

- 護士費用等を負担でき、力関係が強い会社が優位になるリスクがあると考えています。
- ・ 延べ払い、歩引きといった呉服業界特有の商慣習は廃止すべきである。

川下からの主な意見

1. アンケート内容

- ・ 設問3の長期手形は何日を指すのか。回答は、手形120日を長期と判断せずに回答しています。
- ・ 川上、川中、川下という表現を変えたほうがよい。
- ・ 設問5~9は自己診断する意味がないと思います。
- ・ 設問6の根拠とは？

2. 推進会議への意見

- ・ 業界関連の法人、個人に定期的に具体的に改善を訴える文章や呼びかけを流してほしい。
- ・ アンケート内容について、自己診断だと店舗によって解釈の違いによりかなりばらつきがある回答になることが予想されます。このアンケートが何の為に行われるのか、ただ「活動してます」という理由で行っているようにさえ感じてしまいます。根拠のない二重価格はどのような価格をさすかいわゆる通常価格とうたっているものを指しているのだと思いますが、これは殆どの小売店が行っている販売手段ではないでしょうか。それを行っている会社が、どれだけこの「根拠のない」という言葉に重みを感じているのかははなはだ疑問です。問屋、メーカーも同じです。分かりやすい、という表現も同様です。何をもちょうきやすいのでしょうか。売り方やお客様との関係性を創り上げていくことに関しては立派な経営者や問屋さん、メーカーさんでも、インクジェットやスクリーン、草木染め、江戸小紋、結城など、きちんとしたことをきちんと伝えたがらない方も多く見受けられるのも事実ですが、自己診断ですと実態は見えないままではないかと思います。弊社としては、現時点では改善しきれておりませんのであまり偉そうなことは言えませんが、これから時間をかけて正しい商売の道を目指していきたいと考えています。しかし、私が見ている景色には、そのように考えて商売をしている会社は非常に少ないと感じています。また、進度をパーセンテージで回答する設問も、信ぴょう性は皆無とってしまうほど根拠のない数字しか出ないのではないのでしょうか。基準を設けていない、と記載がありますが、何故基準を設けないのでしょうか。明確なゴールをもっと示すべきだと思います。このアンケートがどのような結果になるのかは分かりませんが、何を目標しているのか、何の為のアンケートなのかを考えられた方がよいのではないかなと思います。私としても着物業界が、もっとクリーンで夢のある業種になって欲しいと思います。その一環で商慣行の改善は不可欠だと思いますが、それを率先する立場の人たちがどれだけその改善に向かっているのかまでは何も感じられません。

- ・販売価格の決定者が問屋か自社か、原価に対しての販売価格の取り決めに把握して見てはどうか。

3. その他意見

- ・取引条件などは各社違って良いと思う。特にそろえる必要はない。
- ・昨年の秋以降の川下における極度の催事売上の不振により、業界の疲弊度は急速に高まっているように感じる。サプライチェーンを死守するために商慣行の改善をスピード感を持って取り組むと共に、業界を挙げて次世代の富裕層をきものファンに育成するための取り組みを行うべきである。