

自 平成29年4月 1日  
平成29年度 ( ) 会務報告書  
至 平成30年3月31日

一般社団法人日本絹人織織物工業会

1. 会員異動

	本年度初	増 加	減 少	本年度末
会 員 数	34	0	0	34

2. 業務報告

(1) 一般概況

日本経済は、堅調な世界経済を背景とする輸出・生産の回復などで企業収益は改善しております。しかしながら、「戦後第2位の長期回復」であるにも関わらず、成長ペースが穏やかで、長い踊り場を挟んでいることから、回復の実感に乏しいとの声が多いのも事実である。

一方で、繊維産業を取り巻く事業環境は依然として厳しく、生産、消費、貿易等多くの指標はリーマンショック前の水準を大きく下回っておりますが、国内外の動きをチャンスとして活かすべく、日本の繊維産業の技術力、意匠力を発揮できる製品をマーケットに訴求し、日本素材の価値を共有しながら、新しい価値の創造を推し進めていく必要がある。

和装業界については、従来より、長期の手形や「歩引き」に象徴されるような近代的な取引慣行や、「高売り」、「値引販売」、「圧迫販売」とも言われるような不透明な販売手法等が指摘されており、常識を逸脱しているとの厳しい指摘もある。こうした旧態依然とした商慣行の問題については、消費者の不信感や「きもの離れ」をもたらしている一因とも指摘されている。

経済産業省では和装振興に取り組むべく和装業界の商慣行に着目し、平成27年11月に和装振興協議会を立ち上げ、平成29年5月に「和装業界の商慣行に関する指針」（17項目）が公表された。和装の持続的発展を図るためには、川上・川中・川下の各事業者が適切に機能を発揮し、サプライチェーン全体にわたる適切な取引の確保と付加価値の向上を図るとともに、自らの目先の利益にとらわれるのではなく、消費者本位の商品・サービスを提供し、消費者との継続的な信頼関係を構

築することが不可欠であり、和装業界が自主的に実施することが望ましいとされている。当会も、全面的に賛同し、産地組合でも取り組みへの議決、取引先への申入れ、契約書の統一化など具体的な取り組みが始まっている。

平成29年（暦年・以下同）の化合織（長）織物の生産量は632,169千㎡と前年比1%の増加、輸出は452,742千㎡と前年比3.8%の増加、輸入は352,306千㎡と前年比100%で推移した。

一方、絹織物の生産量は7,522千㎡と前年比2.1%の減少、輸出は4,786千㎡と前年比3.2%の減少、輸入は4,897千㎡と前年比5.9%の減少で推移した。

## （2） 主要問題

### ① 産地振興対策

一般社団法人移行後の平成24年度からは、公益目的事業計画に絹・合織織物の普及を目的とした「展示会開催等助成事業」及び「展示会出展支援事業」において、広く事業実施組合及び展示会参加者を公募し、事業を実施している。

平成29年度の「展示会開催等助成事業」は全国37の産地組合から37件の申請があり、その事業内容は、展示会等24件、新商品開発事業等9件、広告・PR事業等4件で事業総額295,407千円に対して、本会から193,750千円を助成した。

### ② 生糸・絹織物問題

生糸の輸入については、平成20年度から関税割当制度に移行したが、その適用期限が平成30年3月31日まで延長となり、平成29年度の繭及び生糸の関税割当枠は、798トン、生糸換算では13,300俵となった（平成29年4月3日付け28国際第1384号関税割当公表第85号の2）。本会関係は12組合28件で合計601トン、生糸換算では10,013俵の関税割当申請を行ったが、これは全体割当枠の75.3%であった。

平成29年（1月～12月）の生糸の全輸入実績は7,559俵、前年比115.5%と増加、絹燃糸の全輸入実績は、14,560俵、前年比120.4%と増加した。

### ③ 各種振興事業

#### （イ） 人材育成事業

人材育成事業については、産地組合が独自に実施する海外研修事業等への助成を行っているが、29年度はアメリカ（ニューヨーク・サンフランシスコ・ロサンゼ

ルス)、中国・台湾を市場調査した組合からの申請により、組合事務局役職員の渡航費等に対して助成を行った。

#### (ロ) 需要振興事業

##### 1) 海外展

一般財団法人織質会館の助成を得て、今年度は「The Japan Observatory」at Milano Unica（会場：ミラノ市 Rho Fieramilano）へ2回の海外展出展を行った。

7月11日～13日に開催された2018 A/Wには、米沢、福島、桐生、山梨、石川、福井の6産地組合11企業+1グループがシルク・化合繊素材中心に1,100点を出品。2月6日～8日開催の2019 S/Sには福島、山梨、石川、福井、丹後の5産地組合6企業がシルク・化合繊素材中心に700点を出品した。

輸出実績の豊富な参加企業が、日本の優れた絹・化合繊織物素材を紹介し、訴求力の高い商品群によって海外市場への販路開拓に務め、世界各国の有力アパレルやビッグメゾンから、サンプルスワッチの送付や着分発注の依頼が相次いだ。

##### 2) 国内展

全国の繊維産地・企業が一堂に集結する国内唯一の繊維総合見本市である「JFW-ジャパン・クリエーション2018」は、11月28日～29日の2日間、東京国際フォーラムで開催された。

今年と同フェアの出展状況は過去最多を更新し、来場者数も約17,500人と過去2番目を記録、最新素材を求めるバイヤーで会場は埋め尽くされ、各ブースでは熱心な商談が繰り広げられた。

日絹ブースにおいても出展者数こそ前年よりやや減の86社となったが、その出展規模は過去最多となり、17産地組合が61小間のブースに出展した。各ブース内においては出展者による意欲的なプロモーション、来場者との活発な商談が行われた。また、併催されたPTJの関連プログラム「Textile Workshop～日本の素材を学ぼう～」に、日絹会員である桐生産地と福井産地の機業から講師2名が出席し、ジャカードとベルベットについてレクチャーを行った。

#### (ハ) 表彰事業

各産地組合及び関係団体においては、絹人織織物の需要開拓のため織物求評会・展示会等を開催しているが、平成29年度は5組合3関係団体9事業の優秀作品等に対して本会会長賞を交付した。

## (二) 情報提供事業

日絹月報、月次統計データ、年次統計データ（年報）を引き続き作成した。また、中国シルク原料（生糸）の安定供給を願う立場から、毎月、中国の蚕糸絹事情に関する最新情報「中国シルク情勢」の提供を行った。

### ④ 蚕糸功労者表彰受賞者

本年度における栄えある蚕糸功労者表彰受賞者の本会関係者は、次のとおりであり心よりお祝い申し上げます。

蚕糸功労賞 田村 直之 様 (伊勢崎組合)

蚕糸功労賞 大塚 誠 様 (小千谷組合)

蚕糸功労賞 服部 正毅 様 (西陣組合)

### ⑤ 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について

経済産業省では和装振興に取り組むべく、製造・卸・小売など各工程を代表する業界関係者、きもの業界に見識の深い学識者、ユーザー代表等の幅広いステークホルダーの参加を得て、和装振興にかかる情報共有・議論の場として「和装振興協議会」を平成27年11月に立ち上げた。

平成29年2～4月に開催した「和装振興協議会 商慣行分科会（全3回・非公開）」における議論を踏まえ、和装の商慣行のあり方について検討を行い、和装の持続的発展のために和装業界が自主的に実施することが望ましいと考えられる指針として公表された。

#### 和装業界の商慣行に関する指針

##### (事業者間取引)

1. 取引上優位な地位に立つ事業者が取引先事業者に不利な取引条件を押しつけるのではなく、サプライチェーン全体で（川上・川中・川下の事業者全体で）付加価値の向上を図り、適正な利益の配分及びコストやリスクの分担に取り組む。
2. 取引対価は、取引数量、納期の長短、代金の支払方法、品質、材料費、労務費等の要素を考慮し、合理的な算定方法に基づき、受注事業者の適正な利益を含むよう、受注事業者及び発注事業者が協議して決定する。

3. 全ての取引について、契約書、発注書、請求書、納品書等により書面化する。
4. 代金はできる限り現金で支払う。手形により代金を支払う場合、手形のサイトは90日以内とし、将来的には60日以内とするよう努める。
5. 手形により代金を支払う場合、その現金化にかかる割引料等のコストを受注事業者に負担させることのないよう、代金の額を取引先事業者と十分協議して決定する。
6. 歩引き取引は、いかなる名目であれ、不透明・非効率な慣習であり、これを廃止する。また、いわゆる「延べ払い」を廃止する。
7. 発注した商品について、自己都合により正当な理由なく返品や受領拒否を行い、または販売員の派遣や協賛金の支払い等の経済上の利益の提供を強いるなど、受注事業者に一方的に不当なコストを負担させることを禁止する。
8. 販売方式（買取販売または委託販売）については、製造事業者及び販売事業者が適切にコストやリスクを分担し、双方で付加価値の向上を図る観点から、個々の商品の特性等も踏まえつつ、双方で十分協議して最適な販売方式を決定する。その際、委託販売は、製造事業者が金融コストや売れ残りリスクを負担する一方、販売事業者はこれを負担しないものであることに特に留意するものとする。

#### **（消費者との取引）**

9. 消費者本位の商品・サービスを提供することにより、消費者の和装に対する理解の促進、消費者からの品質・価格等に対する信頼性の向上を図り、消費者との継続的な信頼関係の構築に取り組む。
10. 消費者の知識・経験、属性、ニーズ等に照らし、消費者にふさわしい種類・品質・価格の商品を販売する。消費者にとって高額と考えられる商品を販売する場合、消費者に真にふさわしい商品を販売しているか、特に留意するものとする。
11. 消費者との間の情報や交渉力の格差（非対称性）に鑑み、商品の品質・特性、価格の合理性等、消費者が購入を判断するために重要な事項について、消費者の知識・経験、属性、ニーズ等に照らし、分かりやすく説明する。消費者にとって高額と考えられる商品を販売する場合、若年者や高齢者に販売する場合については、上記事項について消費者の十分な理解を確実に得るものとする。
12. 製品の産地・仕立地（縫製地）、組成（絹、綿、ポリエステル等）、製法（手描き染、型染、インクジェット等）、事業者の連絡先等を明瞭に表示する。
13. 根拠のない「通常価格」等を提示した後、「値引き」等を行って購入を誘引し、または、根拠のない「問屋価格」や「特別価格」等を提示して購入を誘引するなど、商品の販売価格が実際と異なって安いという印象を消費者に与えるような表示を禁止する。
14. 同一の商品について、消費者の知識・経験や販売チャネル等の如何によって不当に差別的な（高額の）価格を提示することを禁止する。

15. 反物の価格表示に際しては、消費者のニーズ等に応じ、仕立代、小物代等を含めた、消費者にとっての最終的な負担を分かりやすく説明する。
16. セミナーやイベント等に参加を募る際、その場で商品の販売を行う意図がある場合、参加者に事前に当該意図を明確に示すものとする。
17. 消費者を長時間拘束し、または威迫するなど、強引・執拗な勧誘を禁止する。

⑥ その他

(産地間連携)

本会は、引き続き関東織物産地連絡協議会（米沢、伊勢崎、桐生、秩父、八王子、村山、十日町）及び全日本帯地連盟（桐生、西陣、博多）を通じて会員相互の情報を共有し、産地間連携を図った。

以上のとおり、平成29年度において事業を実施したが、繊維業界及び産地を取り巻く事業環境は極めて厳しい状況が続いている。

本会は、展示会、新商品開発、新市場の創出、人材育成など産地組合が行う積極的な各種事業に対して、引き続き支援して参りますので、会員各位のより一層のご理解、ご支援をお願いいたします。