

I 平成 27 年度業界動向並びに活動概要

1 一般経済概況ときもの

我が国と世界の経済状況に「きもの」消費が、左右される割合は年々少なくなっているようです。それは、きものが今や、消費財の中核的な位置からは遠い存在となっているからであり、一般経済の動向よりも、特殊個別の要因に影響されるものとなっているからにほかなりません。きもの消費環境が一般経済に最接近した事象として記憶されるのは、今から 44 年前の 1972 年（昭和 47 年）に起こった「シルクショック」でしょう。この年の年末からきもの素材の生糸は、相場が異常高騰を見せ始め、その波はやがて製品である「きもの」の思惑買いにまで波及します。きもの関連業界の在庫の棚が全て空になったといわれる、空前絶後の出来事でした。1 年後に「オイルショック」が起こるのですが、近代経済を動かす石油が不足する恐怖に世界中が震撼します。きもの業界は、世界を揺るがしたこの経済変調の余震的な動きを、「シルクショック」という形で体験していたわけで、経済指標の先導役を担っていたともいえます。その後、きもの動向が一般経済の先導役を果たすまではなかったものの、きもの業界と一般経済の伴走は続きます。

30 年以前に歴史の針を戻すと、1986 年（昭和 61 年）12 月から 1991 年（平成 3 年）2 月までの 51 か月間、日本経済は資産価格の上昇とそれに伴う空前の好景気、一般に喧伝される「バブル景気」に沸きます。そして、その後は一転しての「デフレ不況」に突入と、ジェットコースターのような激しい景気変動の波を経験します。景気後退はその後も長引いて、底なしの深みに落ち込んで回復の端緒は容易に見つかりませんでした。なかでも、1990 年代から 2000 年代前半、あるいはその後も続く「失われた 10 年（あるいは 20 年）」の景気停滞期は、社会全体に閉塞感が広がり、実態以上の不況感にうちひしがれることとなります。

きものもこのデフレ不況の洗礼を浴び、ここまで、きもの消費マインドを支えてきた「財産価値」としてのきもの消費にひびが入り、その上、消費後退の挽回を焦るあまりの異常な「きものローン」を武器にした「過量販売」が社会的糾弾を受けるに至ったのは記憶に新しいところです。この歪みによる消費の“ひび”は今日に至るも全快はせず、これを契機にきもの消費と一般景気動向とのあいだに大きな“断層”が生じています。このように、きもの消費はオイル（シルク）ショックからバブル景気を経て、その反動のデフレ不況に至る道筋までは一般経済動向と同調した動きを見せてきたものの、リーマンショック以降の世界経済の後退局面では、一般景況とは離れてさらに極端な低空飛行を余儀なくされ、その状態が今日まで続いているのが現状です。

2 きもの業界の環境

きものマーケットの縮小傾向が止まりません。矢野経済研究所調べでは、2014 年のきもの小売業の売上規模は 2,855 億円としています。一般に流布されているところでは、ピークの市場規模は、今から 35 年前の 1981 年（昭和 56 年）の 1 兆 8 千億円とみなされていますから、この間、きものマーケットはピークの 15.8%にまで激減していることとなります。しかも、この減少傾向は止まっていません。

市場の緊縮で、きもの産地では機音が消え、きもの問屋街の社屋がマンションに建て替えられている風景が今では日常のものとなっていることから考えても、これらの市場規模数字は実感とかけ離れてはいません。そして、実はもっとショッキングな数字が和装産地の生産統計に現れています。たとえば日本一の白生地産地「丹後」と、その生地を染め上げる「京友禅」のそれぞれの組合統計によれば、昨年 2015 年度（平成 27 年）の丹後ちりめんの年間生産量は、前年比 12.2%減の 351,309 反、一方、京友禅生産数量は 2.1%減の 413,527 反でした。この数字をピーク時（昭和 48 年と昭和 46 年）と比較すると丹後ちりめんは約 3.5%、京友禅は約 3%にまで落ち込んでいます。

この数字を見る限り、消滅寸前ともいえる状況が読み取れますが、実際、両産地とも企業経営の内実に立ち入ると、後継経営者の不足や職人の高齢化など「人」とともに、設備の老朽化や生産に欠かせない道具類の供給までもがままならなくなっているのが現状です。縮小再生産を強いられながらも、伝統技術保持への作り手の意地と努力でかろうじて生産が維持されています。伝統のきもの流通業も産地と同様にきものマーケットの減少傾向に歯止めがかからないことから、企業存続に懸命の苦戦を強いられています。

小売業では、過量販売問題の後遺症が癒えきらず、強引な勧誘にストップがかかり、また、ローン販売にも規制があるなど、身動きに制約が働いて、ともすれば販売意欲にも水が差される現状があります。といて、催事販売に代わる有効な販売展開も見つかっていないのも現状です。ただ、少ない例ながら、IT 技術を活用して顧客の新しい掘り起こしや組織化に取り組む動きや、独自ローンの開設など周辺ソフト面の充実で成果を上げているケースも見られ、他方、きものサロン・パーティ、きもの散策企画などの顧客囲い込み策で成果を上げている店も見られます。

また、注目される動きとしては、若い世代へ向けて「きものレンタル」事業が積極的に取り組まれていることがあげられます。販売との兼業や、専門事業として取り組むケースも散見され、また、問屋業で、新たにレンタル事業を立ち上げるところも現れています。都市部では、きものに限らず日本の伝統文化に関心を寄せる「和ガール」とも呼ばれる若い層がそれなりに増えています。きものを特別視せず、気軽に、日常的に着る若者の増加が、きものレンタルを含む新しいきものビジネスや市場活性化のアプローチを誘発するきっかけとなる期待を抱かせます。

3 活動概要報告

当会は、「きもの文化検定」を中心に、知識普及・宣伝啓発・調査広報及び会員対策の 4 項目の事業を実施しました。中心事業として 10 回目を迎えた「きもの文化検定」は、会員の皆様の絶大なるご支援とご協力により全国 12 地区 18 会場で実施することができました。また、今回も引き続き海外（アメリカ合衆国ロサンゼルス市）で試験を実施しました。

（1）事業概要

知識普及事業については、今年度「きもの文化検定」が 10 回目を迎え、11 月 1 日（日）、全国 12 地区 18 会場において合計 2,469 名（受験申込者 2,730 名）の受験者を得て実施しました。5・4 級試験のみ別日程で実施できる「法人受験」「学校受験」を実施した会社・学校は、2 社・8 校

で、234人（申込者数260人）、海外試験（アメリカ合衆国ロサンゼルス市）では、3名（受験申込者3名）の受験を得ました。受験申込総数は、2,993名で前年比約109%で昨年を上回りました。

14回目を迎えた「きもの学・京都(大学コンソーシアム・京都)」と9回目を迎えた「きもの学・東京(早稲田大学)」は、学生及び一般社会人を対象に前年に引き続き開講し、好評を博しました。

一方、高校生対象の「和服着装教育」と専門家対象の「きものコンサルタント育成」は幾つかの課題を持っており、知識普及事業全体としての整合性や体系が求められています。

宣伝啓発事業については、東京、京都の2地区で実施された「きものの女王大会」や会員団体企業の実施する催事に後援・助成を行いました。

広報事業については、インターネット・ホームページの内容更新に努めましたが、さらなる充実を図るため会員からの情報の提供を期待しています。

会員対策事業では、関連する団体及び会員の慶弔に対し、規定に基づき対応しました。

（2）組織の拡大と財政基盤の確立

財政については、団体会員の傘下組織員の減少や団体財政の厳しい環境により、団体会費が減少し厳しい財政状況での運営が続いております。会費に頼る財政運営は今後一層難しくなることが予測されることから、「きもの文化検定」事業を成功させることを通じて財政の確立を図ることが益々重要となっています。

（3）運営・管理

当会の設立趣旨に基づき会員に支持される活動を実施するために、より多くの会員各位の英知を集め行動することの必要性を訴えてまいりました。例年の「きもの文化検定」の実施にあたっては、委員はじめ多くの会員の皆様の絶大なるご支援ご協力を賜っていることを心より感謝いたしておりますが、きもの業界が嘗て無いほどの厳しい状況の中にあって新しい活路を見出すために、私達は川上から川下までを包含する全国唯一のきもの振興団体としての責務を自覚し、「きもの憲章」の精神に則り皆様に育てていただくことを切に期待しております。

又、経費の節減と事務の効率化を図るために、平成17年1月から、事務運営を京都織物卸商業組合に委託しておりますが、同組合の物心両面に亘るご支援とご協力によって無事運営ができましたことを心から感謝申し上げる次第です。

Ⅱ 事業報告

1 知識普及事業

(1) 「第10回きもの文化検定」事業

「きものに関する知識」やきものにまつわる「歴史・文化」について、知識の習得を通して「きもの文化」への理解を深めていただくことを目的に、「第10回きもの文化検定」を実施した。日本国内は12地区18会場(第9回は13地区18会場)で実施し、合計2,469名(受験申込者2,730名)が受験した。年間を通して別日程で受験できる法人受験・学校受験制度(5・4級試験のみ)を利用した法人・学校は、2社・8校で、234人(申込者数260人)が受験した。海外ではロサンゼルス市で試験を実施し、3名(受験申込者3名)が受験した。

(2) 「きもの学」の開講

「きもの」の視点から日本の文化、生活を見つめ直し、「きもの」が日本の歴史と風土の中で磨かれてきた衣装としての変遷、伝統的な形態の中に表現される美の追求と、多様で清新な文様、色彩、染織技術の創造力、それらを生み出す職人や工芸家の姿など、日本文化の本質ともいえる多彩な価値の集積を各方面から幅広く学ぶことのできる講座として、今年度も京都(キャンパスプラザ京都)・東京(早稲田大学 早稲田キャンパス)で開講した。

(3) 学校教育和服着装事業

「継続的なきもの教育と資格の得られる着装教育の実施を」との高等学校からの要望により、公益財団法人全国高等学校家庭科教育振興会の後援を得て「学校教育和服着装教育」を昭和52年より実施している。講習は、地元の小売店やきもの学院の協力を得て実施し、一定の成績を修めた生徒には合格証の交付を行った。

(4) 「きものコンサルタント」育成事業

一定の条件を満たす当会正会員のきもの学院各校では、きものコンサルタントの育成授業が行なわれており、当会は、学院の申請により認定試験を実施し、合格者には当会会長名の認定証を交付している。合格者は、きものに関する専門的知識や着装技術を兼ね備えた「きもの指導者」として多方面で活躍中である。

2 宣伝啓発事業

(1) きものの女王大会(地区)への支援

昭和42年から実施してきた「全日本きものの女王全国大会」は、平成20年3月22日の「第41回全日本きものの女王全国大会」をもって一旦休止した。

なお各地で実施される「きものの女王大会」等事業の実施については、地区の判断に委ねている。本年度は2地区において開催され、支援を行った。

(2) 共催・後援・協賛

当会会員並びに関連団体等からのきもの振興事業実施に伴う、名義使用等の申請に対し、規程に基づき共催・後援・協賛を行った。

(3) 「和装振興研究会」「和装振興協議会」への参画

「和装振興研究会」は、和装に関わる製造・小売業者や大学教授などの有識者による経済産業省製造産業局長主催の研究会で、「きもので日本の魅力を向上する」を目的に立ち上げられた。全5回の会議で「きもの新規需要のためには何が必要か」「地方創生に向けて、地域資源としてのきもの活用策を考える」という二つの論点について意見交換を行い以下の提言がなされた。

提言1 潜在市場開拓のための新たなビジネスモデル構築を促進すべきではないか

提言2 きものを着るシーンを増やすべきではないか

提言3 きものを活用した地域振興をもっと進めるべきではないか

提言4 国内外へ「きもの」を発信して日本の魅力を向上すべきではないか

これらの提言を具体化するため本年11月16日に「和装振興協議会」が立ち上げられ、当会会長が参画し、現在活発な意見交換が行われている。

(4)「着物×きもの×KIMONO プロジェクト」への参画

全国各地のきもの産地の職人技による最高級のきものを制作し、そのすばらしさを公開することにより、より多くの人々に日本を代表する伝統文化、伝統工芸である「きもの」の魅力を発信し、着る機会を増やし、結果、失われつつある伝統の技そのものを未来に向け継承することを目的として立ち上げられた「着物×きもの×KIMONO プロジェクト」に当会会長が実行委員として参画した。

3 調査広報事業

(1)調査事業

1)調査資料の収集

各種団体等で実施されている調査資料の収集を行った。

(2)広報事業

1)インターネット・ホームページの充実

更新と内容の充実に努めた。

4 会員対策事業

(1)組織強化活動

組織強化を図る上で、現状に対する共通認識と将来に対する課題を共有することは不可欠である。「きもの憲章」の精神を徹底し、共有の輪を広げるために「きもの憲章」と「シンボルマーク」の普及に努めた。

(2)表 彰

本年度対象なし。

(3)慶 弔

関連する団体および会員の慶弔に対し、規定に基づき対応した。

Ⅲ 組織拡大と財政基盤の確立

1 組織の拡大

(1) 会員募集活動

会員増強にむけ個別に勧誘活動を行った。

(2) 他団体との事業協力への取り組み

当会の関連団体と連携し、きもの振興に関わる事業について協力を行った。

2 財政基盤の確立

傘下会員組織の弱体化に伴い、会費収入に頼る運営には限界が見られる。そこで「きもの文化検定」等事業の再構築を図りながら、事業収入による安定した財政再建の施策を検討している。