

I 平成 30 年度業界動向並びに活動概況

1 一般概況ときもの

国内経済は、インバウンドを含む底堅い個人消費、公的需要による内需の下支え、雇用環境も「人手不足」が顕在化する一方、海外経済の減速から輸出が低迷して製造業を中心に設備投資の伸びも鈍化するなど潜在する生産量程度での推移となり、もの作りの環境としては年間を通して力強さを欠いた動きに終始した。また、大阪北部地震（6月）、西日本豪雨（7月）、北海道胆振東部地震（9月）、大型台風（21号・24号＝9月）などの自然災害に見舞われたこと、北陸地方を襲った記録的豪雪（2月）、関東・東海地方を中心とした記録的猛暑（7・8月）などの異常気象が多発したことから経済活動にさまざまな影響を及ぼしている（内閣府発表による2018年のGDP成長率は実質0.8%、名目0.7%）。

国際経済は、2017年に世界各国・地域において同時進行で景気が回復し、2018年も世界同時進行の景気回復が続いているとみられるが、アメリカ・ヨーロッパ間での回復の勢いに差がみられる（内閣府「世界経済の潮流」）。OECD（経済協力開発機構）やIMF（国際通貨基金）は、世界経済の成長率見通しを上方修正しており（2018年春）、特に2017年後半以降しばらくは成長率の高まりが継続するとの見方を強めている。アメリカでは、トランプ政権発足以降（2017年）、米国の経済政策に関する不確実性が高まり、米中貿易摩擦や米朝首脳会談を巡る一連の動きなど、政治だけでなく経済への影響も懸念材料として残されている。欧州（ユーロ圏）では、イギリスのEU（ヨーロッパ連合）の離脱を巡る国内外の動きが流動的で、離脱時期の延期など先行きに対する不透明感が増しているほか、ドイツやフランス、イタリアなどでも景気回復の減速感が強まっているなか、個人消費が下支えする形で景気の底堅さが維持されるものとみられる。

繊維産業は、為替（米ドル／円相場）は、110円台前半から100円台後半で推移し、年間通じて安定した基調で推移。糸や生地などの原材料や素材を輸入に依存するメーカー、製造加工業者などはコストの高止まりで収益の圧迫が続く一方、マーケットの低迷による販売苦戦から生産調整（減産）を継続しており、引き続き厳しい環境の中での生産活動（もの作り）を余儀なくされている。小売業界（個人消費）は、訪日（外国人）観光客らによるインバウンド消費が、都市部を中心に堅調な売り上げを持続している一方で、国内消費が低迷しており、百貨店の年間総売上高は一昨年（2017年）のプラス（0.1%増）から昨年（2018年）は再びマイナス（0.8%減）に転じ、地震による営業休止や台風による営業時間短縮等の影響も少なからずあるようだ。チェーンストア（量販店）は、2018年の年間総売上高は0.2%の微減、食料品は、農産物の相場変動により、季節によって売上高が変動した結果、好不調の差が出ている。衣料品、住居関連商品は天候不順の影響を受け、衣料品は1年を通して販売が不調だった。

一方、アマゾンや楽天等のインターネットショッピングサイトが牽引するEC（エレクトリックコマース）市場は、引き続き成長を続けており、これに近年は「ZOZOタウン」など繊維品に特化したECサイトが台頭しているほか、メルカリやヤフオクなど一般消費者同士が商品を売買するCtoCのマーケットも成長を続けている。2017年9月に経済産業省が公表した「平成28年度我が国経済社会の情報化・サービス化に係る基盤整備（電子商取引に関する市場調

査)」によると、平成 28 年度の日本国内の BtoC－E C（消費者向け電子商取引）市場規模は、15.1 兆円（前年比 9.9%増）まで拡大している（注：平成 29 年度・同 30 年度は調査未実施）。物流面では、昨年春以降、運送費に関するコスト増（運送料金の値上げ）が顕著となり、大手をはじめとする各運送業者は運送料金の改定（値上げ）を段階的に実施している。ドライバーの人手不足と運送業界全体の労働環境改善などがその背景にあり、繊維製品等のモノを動かす企業にとっては、運送に関わるコストの上昇は企業経営の面でさらなる負担が増している。こうした国内外の経済状況の中で、昨年（2018 年）の和装市場はどのような推移だったか。時系列（1 月～12 月）で振り返ってみる。

ニッパチ閑散期／和装商慣行改善協議会（高松会談）

和装業界では、古くから 2 月と 8 月は、所謂「ニッパチ」と呼ばれる閑散期に当たる。メーカー（生産者）は、春の新作発表に向けた仕込みの時期に当たり、前売問屋等の流通は在庫商品を販売する現品売りが商いの中心を占める。小売店等の末端市場では、1 月の成人式が終わり、一息つく一段落の時期であること、商品は冬物から春～夏物へと模様替えの準備に入るなど、全体的に商いは静かな推移となっている。

2 月 27 日、香川県高松市のホテルに当会会長を含む和装業界の関連団体のトップが集まり、和装商慣行改善について協議が行われた。和装商慣行改善とは、和装業界特有とされる生産体制の分業制により、複雑、細分化された流通形態の中で、支払い等に対し根拠や妥当性を欠いた「歩引き」「金利引き」といわれる値引きや、長期サイト（150 日以上）の支払手形など一部の業者間取引のなかで今なお恒常的に行われており、こうした業界特有とされる“商慣習”の是正改善が喫緊の課題であると指摘されている。経済産業省がその前年に開催した「和装振興協議会」で取りまとめた「和装の持続的発展のための商慣行のあり方（17 条の指針）」について、川上（産地）、川中（流通）、川下（小売）が商慣行改善の実現に向けてそれぞれ協力し合うことを合意（賛同）した。

民法改正 成人年齢が 18 歳に引き下げられる

通常国会で審議されていた成人年齢を現行の 20 歳から 18 歳に引き下げる民法の改正法案が可決した。4 年の公布期間を経て、2022 年 4 月 1 日から施行される。18 歳を一人の大人（成人）とすることで単独でできる法律行為の分野が拡大する。例えば、ローンの場合、親等親権者の同意（承諾）を得ることなく契約が結ぶことができるなど、少子高齢社会が進む中で 18 歳の男女にも社会人としての責任と自覚を負わせる（喫煙や飲酒は別の法律により現行の 20 歳で変更しない）。これに伴って、現在全国各地の自治体が主催している「成人式」の対象年齢について、18 歳に引き下げるのか、20 歳を継続するのかが問題として浮上している。

毎年約 120 万人が新成人となり、そのうち半分の約 60 万人が女性だが、およそ 9 割（約 54 万人）の女性が晴れ着である「振袖」を着装して式典に出席している。購入、レンタル、ママ振（母親が購入した振袖を）など様々だが、和装業界にとって振袖マーケットの最も重要なターゲットが 60 万人新成人女性である。成人式が仮に 18 歳を対象とした場合、現在の 9 割の需要が見込めるかという点、「高校 3 年生の受験真っ最中に成人式どころではない」「進学のための費用が優先され成人式にかかる費用がない」「小中高の卒業から数年が経ち、久しぶりに幼馴染や旧

友（同級生）たちと再会できる『同窓会』的意味合いが希薄になる」などの影響が起こることは必至である。

全国各地の自治体の動きとして、神奈川県逗子市はいち早く「20歳を対象にした成人式を継続する」と表明した。これに続き、京都市（政令指定都市で最初）、高松市、埼玉県蕨市、愛知県豊田市、同県豊明市、同県岡崎市、山形市、栃木県栃木市、静岡県焼津市も同様の「20歳での開催継続」を表明している（「18歳」を対象にした成人式開催を表明した自治体2019年3月時点ではゼロ）。

きものサミット 9年ぶりに京都で開催

全国の和装関連業者らが一堂に集まり、和装振興発展のための議論を交わす「きものサミット」が9年ぶりに京都で開催された。「和装の持続的発展のための商慣行のあり方」「東京オリンピック・パラリンピックに向けた取組」「きもの日の取組」「成人式への対応」「きもの文化のユネスコ無形文化遺産登録に向けた取組」の5つのテーマについて活発な議論が交わされた。

サミットでは、商慣行改善に対する注目、関心が集まり、サミット宣言文「きもの安全・安心宣言」を取りまとめ採択された。和装振興協議会17条の指針を絞込み明示化したものである。

サミット宣言

1. 買い取り比率を上げサプライチェーン全体で産地への利益配分を増やす。
2. 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。
3. 長期手形、延べ払い、歩引きを順次廃止する。
4. 委託販売、販売員派遣を含めた販売コストをそれぞれ応分に負担する。
5. 消費者にとって、安全・安心でない不適切な業者・コンサルタントとの取引を自粛する。
(不適切とは、和装商慣行改善17条に背く行為を続けることを指す)

きものサローネ in 日本橋／きもの未来会議

昨年で7回目の開催となる、きもの使い手（消費者等生活者）、つなぎ手（問屋等流通）、作り手（メーカー等生産者）が一堂に集うきものイベント「きものサローネ in 日本橋」が10月に東京で開催された。10月5～7日の3日間には、日本橋室町の野村ビル YUITO で「きものカーニバル・きものマルシェ」「きもの100体コーデ」が行われた。12日には、きものサローネ実行委員会主催による「きもの未来会議」が開催され、「和装業界の商慣行改善」「未来に向けたきもの市場」の2つのテーマでパネルディスカッションが開催された。

きもの日 消費者に認知度向上のためのイベントを実施

11月15日「きもの日」は、業界内ではある程度認知されているものの、一般消費者に対する認知度をさらに向上させようと、近年は消費者参加型のイベントが催されている。京都織物卸商業組合が主催した「11月15日きもの日2018in京都」では、きものを着て参加（一般消費者含む）し、京都タワーライトアップの点灯式、タワー内の飲食店で食事を楽しむイベントを企画（一昨年に続き2回目）、若い人たちを中心にきものに対する関心、注目を高めてもら

う効果を狙った取り組みとして実施した（参加者約 100 名）。

卒業式シーズン 小学生の袴姿が増加

3 月は卒業式のシーズンであり、振袖や二尺袖（袴）などを着装して式典に出席する女子大生が多いことから成人式に次いで需要の高まるシーズンと位置付けられる。しかし、袴需要の大半はレンタル（貸衣装）であり、販売（購入）に関しては従前からごく一部の消費者が購入するのにとどまり、その割合が極めて僅少であるため、ビジネスの面では成人式ほどの盛り上がりはないのも事実である。今後も卒業式の袴需要もレンタルを中心であることは変わらないと思われる。しかし、一昨年あたりから小学生などの卒業式に袴等を着装して出席する女子生徒が増加している、との一部マスコミ報道があり、注目され話題となる一方で、「華美になりすぎだ」「（着慣れない）袴の裾を踏んで転倒した」など、その是非を巡っては賛否交々の声が起きている。

2 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。中心事業として会員の皆様の絶大なるご支援とご協力により「第 13 回きもの文化検定」を実施しました。春日程試験では東京と京都の他に福岡で行い、秋日程試験は、12 地区 18 会場で実施することができました。

（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 13 回目を迎え、6 月 13 日（水）、に実施した春日程試験、11 月 4 日（日）実施の秋日程試験を合わせて 1,939 名（受験申込者 2,131 名）、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 3 社・8 校で、222 名（申込者数 194 名）でした。受験申込総数は、2,353 名で前年比約 92% でした。

「きもの学・京都（大学コンソーシアム・京都）」は、昨年度まで京都学園大学への寄付講座として開講していたが、同大のカリキュラム終了のため休止となりました。なお、2019 年度より京都産業大学への寄付講座として開講予定です。「きもの学・東京（早稲田大学）」は、11 回目を迎え、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。

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」も引き続き実施しました。

宣伝啓発事業については、当会発足時に制定した“きもの日”である 11 月 15 日に、全国各地をきもので埋め尽くし、業界に追い風をおこす企画を引き続き実施しました。本年は更に多くの方に“きもの日”を周知するための手段として、“きもの日”専用のホームページとソーシャルネットワークキングサービス（SNS）のフェイスブックページを利用し、「きもの日」の告知に努めました。

2020 年に開催される“東京オリンピック・パラリンピック”で表彰式介添人にきものを着用いただけるよう、「クールジャパンきものムーブメント」を引き継ぎ、実現化に向け交渉を進め

ています。

また、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。

調査広報事業については、フェイスブック、インターネット・ホームページの内容更新に努めました。更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」事業を軸に、様々な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おります。

(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。

最後に、平成25年より行ってきた公益目的支出計画の実施が平成30年3月31日に完了したことを平成30年8月に内閣府より確認を得たことを報告します。

II 事業報告

1 知識普及事業

(1) 「第13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13回きもの文化検定」を実施した。

受験者総数は、2,133名（受験申込者2,353名）であった。内訳は、11月4日実施の一斉試験では、全国12地区の一般会場と6箇所の学校受験会場で1,728名（申込者数1,907名）が受験し、1級42名の合格者をはじめとした1,229名が合格した。また、春日程試験を東京・京都・福岡で6月13日（水）に行い、211名（申込者数224名）が受験し203名が合格した。年間を通して受験できる別日程試験制度（5・4級試験のみ）を利用した法人・学校は、3社・8校で、222名（申込者数194名）が受験し、117名が合格した。

(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、今年度は東京（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、（公財）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、規程に基づき後記の通り共催・後援・協賛を行った。

(3) 「和装振興協議会」への参画

経済産業省製造産業局長主催の研究会「和装振興研究会」による提言を具体化するため、研究会を発展的に解散し、平成 27 年 11 月に「和装振興協議会」が立ち上げられ、当会会長が参画している。研究会において出された以下の論点のうち、より深い議論が必要なものについて分科会を設置し活発な意見交換が行われている。

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

(4) 「KIMONO ROBOTO」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「KIMONO ROBOTO」に当会会長が実行委員として参画した。

(5) 「きもの日」のきもの着用の呼びかけ

創立 50 周年を迎えた平成 28 年より、当会発足時に制定した“きもの日”である 11 月 15 日に、会員団体を中心に全国各地のきもの業界関係者や省庁や地方公共団体にきものを着用し出勤などをするよう呼びかけ、全国各地をきもので埋め尽くし、業界に追い風を起こす企画を実施している。

平成 29 年には、更に多くの方に“きもの日”を周知するための手段として、“きもの日”専用のホームページとフェイスブックページを立ち上げた。フェイスブックでは、きものを着用するだけでなく、きもの知識を深められるよう、毎週「きもの豆知識」を掲載し、4,300 名以上のフォロワーを得ている。さらに京都織物卸商業組合が作成した「千社札シール」、「きもの日ブック表紙アプリ」を利用し「きもの日」の告知に努めた。平成 30 年 9 月 5 日（水）に開催された「きものサミット in 京都 2018」でも『11 月 15 日の「きもの日」』について取り上げられ、11 月 1 日から 11 月 15 日までを「きものウィーク」として設定することが宣言された。これを受け当会も「きものウィーク」期間中、多くの方にきものを着ていただけるよう呼びかける。

2020 年には東京オリンピック・パラリンピックが開催され、きものを世界に向けて発信する絶好の機会であるため、今後も継続していく。

ホームページ：<http://www.kimononohi.org>

フェイスブック：<https://www.facebook.com/kimononohi.org>

(6) クールジャパンきものムーブメント

クールジャパンきものムーブメントは、2020年に開催される“東京オリンピック・パラリンピック”で表彰式介添人にきものを着用いただけるよう、盛夏の開催時期に合わせ、快適に着装できる全国で作られる「夏きもの」を提案し、日本各地の風土や気候から生まれた“きもの文化”を、日本代表を務めた元アスリート達と共に世界のアスリートや外国人観光客に認知してもらおうと同時に自国の人々にも再認識してもらおうことを目的としている。平成30年1月に佐竹美都子氏を代表発起人としてスタートした「クールジャパンきものムーブメント」から、上記目的の実現化に向け様々な課題をクリアしていく上で、当会に協力依頼があり、平成30年9月に当会が引き継ぐこととなった。当会会員や業界団体、行政等に対して事業協力依頼を取り纏め、事業実現化に向け交渉を進めている。現在、本事業の主旨に45団体から賛同を得ている。

(7) 書籍監修

きものに関する書籍の監修を行った。

1. 「着物の教科書」

発行日 平成30年12月15日

発行元 新星出版社

価 格 本体1,900円＋税

内 容 きもの初心者の悩みや疑問に答える入門書。各部の名称から種類と格、着付けや立ち居振る舞い、購入するときの流れ、購入後のお手入れ方法まで解説。全国きものガイド、和の色、和の文様集など知識を深める資料付き。

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) ホームページ・フェイスブックの充実

更新と内容の充実に努めた。

・ホームページアドレス <http://www.kimono-net.or.jp>

・フェイスブックアドレス <https://www.facebook.com/alljapankimononet/>

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

会費収入に頼る運営には限界があるため、「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た。