

I 令和2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、令和2年初から3月にかけて拡大した「新型コロナウイルス（以下、コロナと称する）」感染症の影響により、令和2年4月7日、同ウイルス対策の特別措置法に基づく「緊急事態宣言」が7都府県に発令され、同月16日には全国へと対象が拡大。海外渡航制限、百貨店やチェーンストア、ショッピングモールなどの小売業では臨時休業や時短営業など経済活動の自粛を余儀なくされた。更に、夏に開催が予定されていた「東京オリンピック・パラリンピック」の1年延期が決定されるなど、国民生活のポジティブマインドが大きく低下した。同宣言が解除された6月以降、経済活動は感染防止対策（マスク着用、ソーシャルディスタンス、手指消毒、検温等）を取りながらコロナ以前の正常化に向け、社会経済活動のレベルを引き上げていく模索が続けられている。

大きく変化したのが個人消費。それまで実店舗で買い物をしていた消費行動がコロナによって大幅に制限され、「巣ごもり」「イエナカ」などの言葉に代表されるように、インターネットショッピング（Eコマース）で買い物をする消費行動へと大きくシフトした。そして、何より大きかったのがインバウンド消費の消失である。日本を訪れていた外国人観光客がコロナによって入国規制され、ホテルや旅館、民泊など空室状態が続出、閉鎖撤退、経営破綻に至るケースが目立った。また、内需（国内消費）の落ち込みをインバウンドでカバーしていた百貨店や量販店などでも雑貨や身のまわり品（化粧品や宝飾品など）を中心に数量、金額ともに大幅に落ち込んでいる。

このように、日常の消費生活において、過去に経験したことがない「環境の著しい変化」がコロナによってもたらされた1年だった。

一方、国際経済も米国、欧州を中心にコロナの急速な感染拡大によって国や地域ごとにロックダウン（都市封鎖）を発令、感染拡大を封じ込む措置が講じられるなど、経済と社会活動に急ブレーキがかかった。為替市場も大きな影響を受け、ドルやユーロが売られ、比較的风险の低い円やスイスフランが買われ、円高に動く基調が局地的にみられた。円相場（対米ドル）は、100円台前半から後半を行き来し、年間を通して大きな乱高下はなかった。令和2年11月のアメリカ大統領選挙では、共和党から民主党に政権が交代。新大統領のもと硬直化していたアメリカの対中国政策に対する変化の期待が持たれる一方、世界経済に影響力、存在感を増している中国の動きに対し、欧州各国が警戒感を強める動きがみられるなど世界経済の秩序、パワーバランスが変化した1年だった。

きもの産業もコロナによって様々な影響を受けた。コロナ感染拡大が言われ出した昨年2、3月時点は生糸や白生地の在庫が丹後や長浜などの産地に相当数あり、流通内では比較的楽観ムードが漂っていた。しかし、緊急事態宣言が解除された6月以降、サプライチェーン（流通間）で商品の動きが上向くことなく、停滞状態が続いた。メーカーや問屋などが所有していた流通在庫（現品商品）を中心とした商取引が主流を占め、きもの生産は極力抑えられた状況が続いたため、丹後や長浜などの白生地産地は週休3日、4日制が断続的に実施され、生産調整が続けられた。

丹後織物工業組合（京都府京丹後市）と浜縮緬工業協同組合（滋賀県長浜市）が公表している令和2年の白生地生産数量をみると、ともに生産の減少に歯止めがかからず、丹後が前年比39.1%減の15万4,333反、長浜が同62.5%減の1万852反となっている。

京都市内できものを生産する京友禅や西陣織の生産現場でも一昨年以上に減産が進んでいる。

京友禅協同組合連合会調べによる令和2年度（令和元年12月1日～令和2年11月30日）の生産数量は25万5,521反で、前年に比べ9万6,880反、率にして26.0%減少した。10年前（平成22年度）を100とした場合では53.8%と半減近い規模にまで落ち込んでいる。また、西陣織の令和2年（1月～12月、西陣織工業組合）の生産数量は、帯が26万360本で前年比31.5%減、着尺が3万3295反で同14.3%減となったほか、金襴やネクタイ、和装ショール・ストール等もそれぞれ減産傾向が続いている。

また、きものメーカー（染織呉服製造卸）、前売問屋（呉服卸）などの中間流通では、4・5月の緊急事態宣言による得意先（百貨店・スーパー・小売店）の臨時休業等を受け、納品予定だった商品の出荷を見合わせる一方、委託商品の返品が一部で発生するなど全体的に商況は停滞した。この間、持続化給付金や雇用調整助成金などを活用しながら、時短勤務、従業員の在宅勤務を継続して雇用の維持に努めている。売上げの落ち込みから資金繰りに支障が生じている中小企業を支援するセーフティネット（一定期間無利息無担保のコロナ関連融資など）が導入されているほか、金融庁が全国銀行協会に対し、支払手形の取り扱いについて、不渡事故を出さないよう一定の猶予をするよう働きかけ、企業倒産の発生が抑制されている（繊維関連企業の倒産発生件数235件、前年比93件減、率にして22.2%減＝㈱信用交換所調べ）。

きもの関連企業の倒産 京洛和蒼㈱（京都市、きものレンタル、破産手続）、東京山喜㈱（東京、リサイクルきもの「たんす屋」運営、民事再生手続）、㈱きもの倶楽部（横浜、呉服・和装品小売、破産手続）、㈱丸富美（東京、呉服・和装品小売、特別清算）など
和装事業から撤退 ㈱川中（京都、西陣織物産地問屋）、小森貫㈱（同、染呉服製造卸）など

小売市場は、一昨年まで訪日外国人観光客らによるインバウンド消費が、内需（国内消費）の落ち込みをカバーする構図で、百貨店・量販店などを中心に堅調な売上げを上げていたが、この構図がコロナで一変した。昨年の百貨店の年間総売上高（既存店ベース＝店舗数調整後）は、令和元年のマイナス（1.4%減）からマイナス幅がさらに拡大（25.7%減）。一昨年10月に施行された消費増税以降消費が落ち込んでいたところに、コロナ感染拡大による時短営業、緊急事態宣言による臨時休業などが影響し、同宣言が解除された6月以降も感染対策を講じながらコロナ前の正常化に向けた営業を行っているが、総じて来店客数の前年割れが続いている。一方、チェーンストア（量販店）の年間総売上高（同）は、0.9%増と前年のマイナス（令和元年1.8%減）から微増ながらプラスに転じている。百貨店と同様、コロナ感染拡大、緊急事態宣言等による時短営業や臨時休業があったものの、食料品をはじめとする生活必需品を自粛生活のために「買いだめ」購入する消費行動が販売を押し上げている。また、日本通信販売協会が発表した年間売上高は1兆4672億200万円、前年比5.3%のプラスで、家庭用品、食料品を中心に販売が伸長している（衣料品は3.6%増）。

アマゾンや楽天等などが牽引するEC（エレクトリックコマース）市場は、コロナ自粛、菓

ごもり需要によって、さらなる市場規模の成長拡大が見込まれている。これにアパレルを中心に繊維品に特化した「ZOZO」などのECサイトのほか、「メルカリ」や「ヤフオク」など一般消費者が直接個人間で商品売買するD to C（D2C）のマーケットも成長を続けている。経済産業省が令和2年7月に発表した「電子商取引に関する市場調査」によると、令和元年度の日本国内B to C－EC（消費者向け電子商取引）の市場規模は19.4兆円（前年18.0兆円、前年比7.65%増）、B to B－EC（企業間電子商取引）市場規模は353.0兆円（前年344.2兆円、同2.5%増）それぞれ拡大している。

2 活動概要報告

昨年度末より続くコロナの感染拡大防止のため、「第15回きもの文化検定 春日程」、東京・京都で例年実施している「きもの学」などを中止しました。

上記以外の知識普及・宣伝啓発・調査広報及び会員対策事業については可能な限り実施するとともに、中心事業である「第15回きもの文化検定 秋日程」は11地区17会場で行いました。

（1）事業概要

知識普及事業については、広く一般の人たちに「きもの」を学ぶことを通して「きもの文化」への理解を深め、より「きもの」に親しんでもらうことを目的に実施している「きもの文化検定」が15回目を迎え、11月1日（日）に実施した秋日程試験では受験者数が1,543名（申込者数1,715名）、年間を通して受験できる法人受験・学校受験制度（5・4級試験のみ）が2社・5校で、109名（申込者数117名）でした。受験者申込総数は1,832名で前年比約86%でした。

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」事業についても引き続き実施しました。

宣伝啓発事業については、多くの方に“きものの日”を周知するための手段として、“きものの日”専用のホームページとソーシャルネットワークワーキングサービス（SNS）のフェイスブックページを利用し、「きものの日」の告知に努めました。

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、和装産業の縮小やコロナによる経済活動の停滞の影響、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。

Ⅱ 事業報告

1 知識普及事業

(1) 「第 15 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 15 回きもの文化検定」を実施した。

受験者総数は 1,652 名（受験申込者 1,832 名）・合格者は 1,124 名であった。内訳は、11 月 1 日（日）実施の一斉試験では、全国 11 地区の一般会場と 6 箇所の学校受験会場で 1,543 名（申込者数 1,715 名）が受験し、1 級 27 名の合格者をはじめとした 1,059 名が合格した。また、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、2 社・5 校で、109 名（申込者数 117 名）が受験し、65 名が合格した。

6 月 24 日（水）に東京・京都・福岡の 3 地区で実施を予定していた春日程試験については、新型コロナウイルスの感染拡大防止のため中止した。

(2) 「きもの学」の開講

新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止

(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

新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止

(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。

(4) 「きものの日」、「きものウィーク」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 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、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た。

平成 29 年に“きものの日”を周知するための手段として立ち上げた“きものの日”専用のホームページとフェイスブックページでは、「きものの日」や「きものウィーク」についてだけでなく、きものに関する情報を発信した。

〔ホームページ：<http://www.kimononohi.org>
フェイスブック：<https://www.facebook.com/kimononohi.org>〕

(5) 「きもの安全・安心推進会議」の事務受託

平成 29 年に経済産業省和装振興協議会にて策定された「和装の持続的発展のための商慣行のあり方について(17 条の指針)」をわかりやすく、かつ現実的に表現し直した「きもの安全・安心宣言(9 項目)」を業界が主体となって実行推進していくことを目的として、約 240 事業者の賛同のもと設立された「きもの安全・安心推進会議」の事務を令和元年度より受託している。

会員は、メーカー、問屋、小売がほぼ均等（同数）に偏りなく集まり、小売りでは上場企業、百貨店、NC（ナショナルチェーン）、LC（ローカルチェーン）、地域一番の専門小売店などとなっている。

《きもの安心スローガン》

- ・産地への安心：産地が安心して物づくりができる環境を整える
- ・消費者への安心：価格や販売方法等、消費者の不信感を払拭する
- ・業界人への安心：業界に従事する人が安心して働ける環境づくり

《きもの安全・安心宣言》

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. すべての取引について、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が応分に負担する
5. お客様に対し、わかりやすい価格・品質表示を徹底する

6. お客様に対し、根拠のない二重価格表示をしない
7. お客様に対し、販売意図を隠した勧誘をしない
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ない
(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)

(6) 書籍監修

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

発行部数 13,000 部（本年度増刷 3,000 部）

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や関係者の慶弔に対し、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。