

桐生繊維業界の実態

平成7年1月～12月

桐生市繊維振興協会

桐生市繊維業界の概況

1. 調査対象団体数	20団体（桐生商工会議所繊維部会除く）
2. 産地収入	（昨年比較）
(1) 生産高	460億2,767万円（84%）
(2) 加工収入高	104億 59万円（88%）
(3) 販売高	169億3,846万円（94%）
合 計	733億6,672万円（87%）
3. 総組合員数	822事務所
4. 総従業員数（家族従業員含む）	5,934人
5. 一事業所当り従業員数	7.2人
6. 一事業所当り生産販売加工高	8,925万円
7. その他参考	

54年産地収入	1,078億 1,166万円（100）
55年	1,170億 6,380万円（109）
56年	1,110億 8,757万円（103）
57年	1,083億 3,093万円（101）
58年	1,023億 634万円（95）
59年	976億 1,960万円（91）
60年	917億 1,760万円（85）
61年	853億 4,182万円（79）
62年	804億 5,848万円（75）
63年	783億 8,548万円（73）
元年	841億 7,076万円（78）
2年	931億 1,687万円（86）
3年	908億 7,740万円（84）
4年	1,001億 1,232万円（93）
5年	893億 2,611万円（83）
6年	845億 3,438万円（78）

1. 組合員数及び従業員数

所 属 団 体		組 合 員 数 事 業 所	従 業 員 数				従 業 員 平 均 年 齢	
			従 業 員		家 族 従 業 員			計
			男 人	女 人	男 人	女 人		
桐 生 織 物 (協)	広 幅 協 議 会	227	235	240	205	390	1,070	53
	内 地 協 議 会	161	346	560	170	160	1,236	52
桐 生 織 物 商 業 組 合		10	27	20	0	0	47	44
桐 生 織 物 産 地 元 売 (協)		12	16	5	0	5	26	-
両 毛 輸 出 織 物 整 染 (工)		26	415	192	55	13	675	48
桐 生 染 色 (協)		34	205	34	15	20	274	48
桐 生 織 維 製 品 (協)		63	281	805	23	30	1,139	37
桐 生 糸 商 組 合		17	40	21	18	12	91	45
東 日 本 編 レ ー ス (工)		22	63	39	28	26	156	48
桐 生 撚 糸 (工)		27	5	32	30	33	100	58
両 毛 輸 出 ス カ ー フ 組 合		5	2	2	5	5	10	-
桐 生 織 物 整 経 (協)		52	1	7	64	57	129	60
桐 生 意 匠 (協)		22	8	5	3	13	29	45
桐 生 紋 紙 (協)		20	16	2	27	20	65	-
東 毛 ジャ ガ ー ド 刺 繍 (協)		11	21	33	14	21	89	43
桐 生 刺 繍 商 工 業 (協)		72	161	258	115	103	637	45
桐 生 金 銀 糸 (協)		13	30	15	0	4	49	48
桐 生 織 物 買 継 商 友 会		20	4	4	23	17	48	46
(協)シルク・ルネッサンス桐生		15	0	0	0	0	0	-
桐生テキスタイル商業グループ		8	30	30	0	0	60	40
桐 生 織 伝 統 工 芸 士 会		52	0	0	0	0	0	-
計		822	1,906	2,304	795	929	5,934	-

注 (1) 平成7年1月13日群馬県綿スフ織物(工)解散し退会。

(2) 平成7年5月17日桐生織伝統工芸士会が入会。

(3) (協)シルク・ルネッサンス桐生、桐生織伝統工芸士会は、他の組合と重複しているため、計算に含まず。

2. 生産,加工高及び受注(出荷)先区分(工業部門)

単位 万円

所 属 団 体		生 産 高	加 工 高	計	昨 年 比	取 引 先 区 分	
						県 内	県 外
桐 生 織 物 (協)	広幅協議会	1,065,253		1,065,253	104	0	100
	内地協議会	637,144		637,144	95	2	98
両毛輸出織物整染(公)			386,309	386,309	82	35	65
桐 生 染 色 (協)			178,292	178,292	99	58	42
桐 生 織 維 製 品 (協)		1,714,742	74,500	1,789,242	80	0	100
東 日 本 編 レ ー ス (公)		490,000		490,000	95	56	44
桐 生 撚 糸 (公)			17,965	17,965	79	90	10
桐 生 織 物 整 経 (協)			25,327	25,327	90	85	15
桐 生 意 匠 (協)		24,190		24,190	90	73	27
桐 生 紋 紙 (協)		26,818		26,818	92	85	15
東毛ジャガード刺繍(協)		69,024		69,024	95	4	96
桐 生 刺 繍 商 工 業 (協)		262,636	357,666	620,302	88	2	98
両毛輸出スカーフ組合		12,960		12,960	100	0	100
桐生テキスタイル商業グループ		300,000		300,000	94	100	0
計		4,602,767	1,040,059	5,642,826	85	16	84

3. 販売高及び出荷先区分 (商業部門)

単位 万円

所 属 団 体	販 売 高	昨 年 較 比	桐生市内	県 内	県 外
桐生織物産地元売(協)	200,000	90	0	0	100
桐生織物商業組合	201,800	93	15	0	85
桐生糸商組合	970,000	95	64	6	30
桐生金銀糸(協)	135,000	100	90	5	5
桐生織物買継商友会	187,046	89	0	0	100
計	1,693,846	94	46	4	50

4. 内需向,輸出向区分

単位 万円

所 属 団 体	内 需 向		輸 出 向		計
	金 額	割 合	金 額	割 合	
桐生織物(協)広幅協議会	842,889	79	222,364	21	1,065,253
桐生織物商業組合	121,800	60	80,000	40	201,800
両毛輸出織物整染(工)	332,411	86	53,898	14	386,309
桐生染色(協)	133,897	75	44,395	25	178,292
桐生繊維製品(協)	1,789,242	100	0	0	1,789,242
桐生刺繍商工業(協)	619,723	99	579	1	620,302
桐生金銀糸(協)	135,000	100	0	0	135,000
両毛輸出スカーフ組合	259	2	12,701	98	12,960
桐生織物整経(協)	21,781	86	3,546	14	25,327
桐生意匠(協)	23,101	95	1,089	5	24,190
桐生紋紙(協)	25,477	95	1,341	5	26,818
計	4,045,580	91	419,913	9	4,465,493

5. 各団体の取扱品目

団体名	品目				
	割合	割合	割合	割合	割合
桐生織物協 (広幅協議会)	合織織物	人絹織物	絹織物	アセテート織物	
	39	36	8	17	
桐生織物協 (内地協議会)	帯地	広幅織物	服飾工芸	着尺	
	72	11	10	7	
桐生織物商業組合	服地	二次製品	その他		
	73	17	10		
桐生織物産地元売協	帯地	着尺	二次製品	服飾工芸	その他
	70	15	5	5	5
両毛輸出織物整染(工)	合織	ニット	人絹	絹	
	38	32	28	2	
桐生染色協	合織	レーヨン・キュプラ等	綿・ウール等	絹	
	49	30	11	10	
桐生繊維製品協	ブラウス	ニットシャツ	スーツ	ジャケット	その他
	69	13	5	3	10
桐生糸商組合	化合織	レーヨン	綿・スフ	絹	
	55	30	9	6	
東日本編レース(工)	カーテンレース	衣料レース	資材		
	72	18	10		
桐生撚糸(工)	合織撚糸	人絹撚糸	絹撚糸	金銀糸	
	60	37	2	1	

団体名	品目				
	割合	割合	割合	割合	割合
両毛輸出スカーフ組合	スカーフ				
	100				
桐生織物整経協	整経				
	100				
桐生意匠協	インテリア	洋反	金蘭	帯	その他
	26	23	21	16	14
桐生紋紙協	紋紙	エンドレスペーパー	フロッピー(直織式)		
	100				
東毛ジャガード刺繍協	ワッペン	Tシャツ	ワンポイント刺	トレーナー	その他
	40	27	16	7	10
桐生刺繍商工業協	婚礼関係	ブラウス加工	婚礼加工	ハンカチーフ	雑貨
	33	24	15	12	16
桐生金銀糸協	金銀糸				
	100				
桐生織物買継商友会	帯	二次製品	着尺	広巾・服地 その他	
	85	8	2	5	
桐生テキスタイル商業グループ	婦人服地				
	100				

6. 生産加工部門の現有設備状況

所属団体	設備名	数量	所属団体	設備名	数量
桐生織物(協) (内地協議会)	広巾織機	131	桐生織物 整経(協)	整経機	61
	並巾 "	1 148		ワインダー	3,680
	小巾 "	220		計	3,741
	レピア "	214	桐生意匠(協)	拡大機	14
	計	1,713		コピー機	14
		デザインシステム		29	
桐生織物(協) (広幅協議会)	超自動織機スルーザー	66		計	57
	" レピア	728		ピアノマシン	58
	自動及び普通織機	1,508	桐生紋紙(協)	裁断機	25
計	2,302	編成機		38	
両毛輸出織物 整染(工)	精錬漂白機	86		ワンパンチ	27
	乾燥機	119		その他	69
	染色機	145		計	217
	仕上機	67	桐生刺繍 商工業(協)	横振りマシン	762
	計	417		ジャガードマシン	1,650
		計		2,412	
桐生染色(協)	染色機(常圧噴射式)	132			
	" (高圧 ")	42			
	" (汎 ")	43			
	チーズ及びチーク	69			
	計	286			
桐生織維 製品(協)	縫製マシン	1,490			
	プレス	75			
	裁断機	80			
	計	1,645			
東日本編レース(公)	ラッセル機	136			
東毛ジャガード 刺繍(協)	ジャガードマシン	60			
桐生撚糸(公)	イタリー式撚糸機	78			
	合撚式 "	37			
	アップワインダー	6			
	長谷式	6			
	計	127			

7. 最近の推移 (7年10月~8年2月)

所属団体		受注・引合の状況				販売(加工)単価の状況			
		増	変わらず	下降	前年対比	上昇	変わらず	下降	前年対比
桐生織物(協)	広幅協議会		○		100		○		100
	内地協議会		○		100		○		100
桐生織物商業組合				○	93		○		100
桐生織物産地元売(協)				○	90			○	90
両毛輸出織物整染(工)				○	87			○	82
桐生染色(協)				○	95			○	99
桐生繊維製品(協)				○	80			○	93
桐生糸商組合				○	97			○	98
東日本編レース(工)				○	90			○	90
桐生撚糸(工)				○	80			○	90
両毛輸出スカーフ組合			○		100	○			115
桐生織物整経(協)				○	90			○	90
桐生意匠(協)				○	80		○		100
桐生紋紙(協)				○	92		○		100
東毛ジャガード刺繍(協)				○	94			○	95
桐生刺繍商工業(協)				○	80			○	90
桐生金銀糸(協)			○		100		○		100
桐生織物買継商友会				○	80		○		100
桐生テキスタイル 商業グループ				○	85			○	95
計		0	4	15	-	1	7	11	-

1. 桐生織物協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

服地においては国内、輸出の区別が最近無くなって来ている。又廉価品の要求が高くなって来ている。

先進国型に近づく程カジュアル志向が強くなって来る。

アセ・レーヨンの風通物から薄く光沢感のあるサテン、タフタ系統のものに流行が変化して来ている。

和装も個人需要が減少し、貸衣装関係が増加傾向にあり、売上の減少に拍車をかけている。

★ 状況、事業概要

平成3年と比較して4年が96%、5年が83%、6年が78%、7年が78.4%と下降の一途をたどったが漸く底をつき、上昇に転じはじめた。輸出服地、内需服地が5%程度回復に向かったが和装関係はまだ低落傾向が続いている。

7年度事業として和装展示販売会、和装新製品開発事業、海外見本市事業、インターストップ展事業、国内需要開拓事業等々展開して来たが長引く世界的な経済変化に対前年比100%と低調に推移した。

★ 今後の課題

この不況を乗り切るには産地全体で対応し、産地機能をフルに生かした情報収集、新商品開発を行っていく以外にない。

2. 桐生織物商業組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

繊維品の多くは輸入物で大体間に合う状況であるから、その中で何か一味違った（例えば色柄等で）商品を常に求めていると言うのが一般的見解であると思う。

★ 状況、事業概要

年初よりの極端な円高の為輸出織物は激甚な影響を受けた。秋口よりの円安により好転を期待したが、それ程の効果はなかった。その様な訳で組合員は挙げて内需物の取り扱いにシフトしつつあるが、服地を初め全般的に沈滞した市況の為、苦勞している現況である。

★ 今後の課題

桐生地区輸出織物の内で従来品は世界的な需給構造の変化に依り、今後努力しても成果は望めぬと思う。即ち桐生の特産品的な新規商品を開発して全世界の市場に訴えて行く以外、今後残る道はないと思う。

内需向けに対しても全く事情は同一である。

3. 桐生織物産地元売協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

前年同様に不況と言われる呉服業界では、不安定な日本経済状況の中、趣向品的要素の強い和装品には、消費者の感心度は低く益々離れていく様に思われます。

★ 状況、事業概要

昨年（平成6年）以上に沈滞した一年では、なかったかと思われます。特に関西大震災の影響は、現在でも大きく響いていると思われます。関西地区だけでなく世情不安の感じが強く、

購買意欲は上向き事なく推移しているように思われます。

★ 今後の課題

生活様式の変化と多様化により、実用性の薄くなった呉服に対する考え方が、趣味的に変わってきています。安定した生活の中で、人間性や、日本文化的要素が和服に求められてくると思われます。大量生産、大量消費は考えられず、本物志向により一層の要求度が高まると思われます。

桐生産地としての特色を創り出すことが必要と思われます。

4. 両毛輸出織物整染工業組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

最近インターネット（通信販売）が相当目に付いてきています、アメリカの通信販売を直接相手に照会するということが増え、特に若い人は何の抵抗もなく活用、注文すると一週間位で品物が入ってきます、このまま続けていって良いのだろうか、という危機感をもっています。

★ 状況、事業概要

長引く衣料の消費不振が織物業者や加工業者など、繊維の川中部門に重くのしかかっている。受注減や加工賃の低迷、円高による輸出不振、製品の輸入増がこれらの流れを加速している、最近、円高がやや修正されてきたとはいえ、織物生産の不振は染色加工業者を直撃し、残念ながらまだ先の見えない不安定な状態であります。

★ 今後の課題

繊維産業構造改善、そしてQRといろいろと勉強して参りましたが、昔のように大量の同じ物が常に注文がくるということはまずないだろう。これからは、恒常的に多品種少量、短納期になるという前提のもと生産の仕組を考えて、技術開発、生産の段取り、生産受注全体の課題に取り組む努力が必須となってまいります。

5. 桐生染色協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

国内の景気が低迷し全般的に購買意欲が低下しているためか染色加工受注量は減少傾向である。

★ 状況、事業概要

中国、韓国及び東南アジア等から我が国へ大量の繊維製品が輸入されている現状においてこれらのものと競合しない染色加工に努めているが、現状はきびしく受注量は下降気味で小ロットのものが多。

輸出関係は円安基調になったとは言え仕向地は限定され数量は少ない。

★ 今後の課題

- ①産地情報システムの検討、差別化事業及びクイックレスポンス等体制作り。
- ②上記事業を実施するための人材養成及び確保。
- ③小ロットに対する省力化の技術的対応。
- ④排水処理、煤煙等の公害対策等に今後の課題は誠に多い。

6. 桐生繊維製品協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

輸入品の値段が標準となりつつあり、国産のグレードの高い商品も安い価格で買いたい。それでもあまりほしがらない。

★ 状況、事業概要

相変わらず不況が底をつき、購売力は上がらず少々売れると思われるものも少量で、グレードの高いものも安くが希望で、結局コストを下げて少量でも受注しなければならない。実に大変なり。

★ 今後の課題

- ① 小ロット、短サイクルをどう実践するか。
- ② 組合内の情報交換をより活発にして仕事の相互交流をはかる。
- ③ 提案型、自社ブランドの開発に意を注ぐ。

7. 桐生系商組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

輸入物の価格・量、両面からの圧迫は引続き増大し、特にマフラー等衣料品が影響を受けた、レース、カーテン等の室内装飾品は苦戦乍ら安定推移した。

★ 状況、事業概要

輸入品に対抗、差別化商品作りの為の種々素材、糸の開発が盛んに行われた。

★ 今後の課題

価格競争には限界があるので「質」重視の物作りによる付加価格の追求が必要である。

8. 東日本編レース工業組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

カーテンレース業界は1~5月横這い推移から6月以降、軟調、10月下降推移と厳しい環境に入り、今年に継続されている。

これは数量的に衣料レース（注.カーテン専門ニッター）

★ 状況、事業概要

生産関係が激減している。特に平成8年度春夏物の減少にある。これは前年度の生産過剰の反動であると言われている。

この為にレースカーテン地に悪い影響を与へ特にジャガード落下板生地に値下げ、競争が起きている（量販店向既成カーテン）。これには超高速機（コンピューター付きジャガード落下板回転数420回/分現高速機の2倍の生産量）、東日本編レース工業組合地区内に約10台強導入が有り、競争に拍車をかけている様です。

チェーンラッセルレース地もジャガードレース地におされて価格も多少影響を受けて、安くなっている様です。

★ 今後の課題

全般的には、下期低調推移で厳しい状況である。衣料レース関係では広巾、細巾共に、前半横這い後半低調推移で現況厳しい。他マフラスツール低調厳しい環境にある。薄物ショール低調に終り、秋冬物に入っているが厳しい見透を立てている。資材他も全般的には前半横

這い、後半低調で厳しい状態です。以上厳しい環境の中特殊工芸感覚的な製品で堅実に推移している企業も一部あります。

経編業界は量産中心である為これからは、稼働時間の短縮や休日の増加等で生産量を安定させ、商品開発に力を入れて販売（特に量販店）先からつけ入れられぬよう各企業が努力して行かねばならないと思う。むりな競争を避けて組合員力を合せて進んで行って、もらいたいと願望します。

9. 桐生撚糸工業組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について
多品種少量の特殊撚糸が要求されてきた。

★ 状況、事業概要
絹、金銀糸は落込みが激しい。
人絹数量工賃共に下降
合織は横ばい状態

★ 今後の課題
設備の改善による特殊撚糸への移行

10. 両毛輸出スカーフ

★ 状況、事業概要
円高等の影響による、生産量の低下の反動で単価が上がってきている。

11. 桐生織物整経協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について
経糸の加工なので、良くわからないのが現況です。

★ 状況、事業概要
各繊維業界の低迷により、織物業界も、受量の多品種、小ロット化にて、受注も下降ぎみで、対応に苦慮している。

★ 今後の課題
明かるいきざしも出て来たようだが、年々高齢化の為、仕事もはかどらず、対応に苦勞している。

12. 桐生意匠協同組合

★ 状況、事業概要
経済不況の波をかぶり仕事量はますます減少している。特に輸出関係の減少が目立つ、又他産地からの受注や帯関係の仕事量が落ち込んでいる。組合員の高齢化と後継者が少ない。組合員の一段の減少にともない各企業間の格差が目立って来ている。しかし各事業所の企業努力に依り今回の成果迄にこぎつける事ができた。

★ 今後の課題
桐生織物協同組合を母体とした関連団体の組織強化を望む。
デザインシステムを活用して依り高度な意匠技術と、手作りに依る味わいのある意匠技術を

確立して行きたい。

これからも組合員相互の情報交換を行い、より親睦の和を深め団結した組合としたい。

13. 桐生市刺繍商工業協同組合

★ 商品、消費者ニーズの変化について

ニーズ諸国のブラウス、セーター等の刺繍製品の輸入増加に伴い、受注・販売共に昨年続き減少、最近の状態でも相変わらず続いております。

価格破壊により、外国ニーズ諸国の製品の売れゆきが優先し、国内の製品の価格が高すぎて追いついてゆけない状態です。

★ 状況、事業概要

底入れ景気の影響を受けて減少やまず、横這い状態が今だ続いております。徐々に脱出傾向にあります。商品1点単価も安くなっておりましてさらに減少傾向です。ともに消費者の上級志向が減少した観有り。

★ 今後の課題

① 零細企業が多いため情報交換親睦場として未加入者への組合加入増強を積極的に推進してゆく。

② 技術者の養成等、技術研修をおこなう。

群馬県繊維工業試験場において群馬県中小企業技術者研修（高級刺繍技術課程）を県の協力をえて講師は当組合員の大沢紀代美（県アドバイザー卓越技能士）により開催予定。

③ 展示会や宣伝活動（例えば紙上活用）等積極的に展開する。

④ 青年部（後継者）の養成、指導。

14. 桐生織物買継商友会

★ 商品、消費者ニーズの変化について

社会的不安定事情もあり（神戸震災、オーム）消費者の購買ムードの低下で一層厳しく推移フォーマル、カジュアル共に不調で当産地のカジュアル向低価格種には今後更に厳しさが感じられる。

★ 状況、事業概要

上記の状況で各社共に売上延びず、来期に望みをかける。

★ 今後の課題

生産者、販売業者が市況を把握、連絡を密にして一つ一つの商品の中身を濃く充実した物造りをして、価格に於ても取引条件でも安定した取引ができる様に心掛けるべきである。

15. 桐生テキスタイル商業グループ

★ 商品、消費者ニーズの変化について

前年後半きびしい受注環境でしたが、平成8年初頭より円安（105 -）による輸入品の割高感及び小ロット、期近（クイック・レスポンス）グレード信頼感の見直しで国内物の見直し起きています。

現在不況に依る受注減と言うより、消費予測の把握による商品開発と桐生商品の割高感の解消努力が課題。

★ 状況、事業概要

前半桐生広巾織物の80%を占めたアセテート／レーヨン強撚糸織物が受注好況でした。
後半他産地の低価格による市場滞捲とアパレル業界の目先期近対応による受注の減少にきびしい産地の環境でした。

★ 今後の課題

婦人服地の業界でも桐生の商品はイタリアの商品とたえず比較される高級品ゾーンです。
そういう意味で今後の課題は

- ①徹底した商品開発の為のマーケティング→企画→開発のシステム作りと強化。
- ②国際サイズである145cm巾（W巾）での受注態勢。
- ③マルチメディアの確立によるQR。