

# 桐生繊維業界の実態

昭和58年1月～12月

桐生市繊維振興協会

昭和58年12月末現在

## 桐生繊維業界の概況

1. 調査対象団体数 21団体（桐生商工会議所繊維部会除く）

2. 産地収入	(単位万円)	(昨年比較)
(1) 生産高	<del>450億3114</del> 430億8409	<del>(97.5%)</del> (93.6%)
(2) 加工収入高	295億5172	(97.2%)
(3) 販売高	277億2348	(86.9%)
合計	<del>1,023億0634</del> 1,003億5929	<del>(74.5%)</del> (92.6%)

3. 総組合員数（事業所） 1,769社

4. 総従業員数（家族従業員含） 10,801人

5. 一事業所当り従業員数 6.1人

6. 一事業所当り生産販売加工高 ~~5,679~~  
5,783万円

7. その他参考

	(単位万円)	(比較)
54年産地収入	1,078億1166	(100)
55年 "	1,170億6380	(109)
56年 "	1,110億8757	(103)
57年 "	1,083億3093	(101)

1. 組合員数及び従業員数

所 属 団 体	組 合 員 数 件	従 業 員 数				計 人	従 業 員 平均年令
		従 業 員		家 族 従 業 員			
		男 人	女 人	男 人	女 人		
桐 生 内 地 織 物 (協)	379	793	1250	163	176	2382	46
桐 生 織 物 (協)	695	366	400	635	937	2338	46
桐 生 織 物 商 業 (協)	11	43	31	0	0	74	38
桐 生 織 物 産 地 元 売 (協)	28	97	44	11	17	169	43
両 毛 輸 出 織 物 整 染 (工)	29	488	276	0	0	764	48
桐 生 染 色 (協)	44	228	40	29	18	315	45
桐 生 織 維 品 (協)	69	307	1,229	31	13	1,580	28
桐 生 服 地 (協)	11	110	155	8	5	278	49
桐 生 糸 商 組 合	28	28	12	5	9	54	—
東 日 本 編 レ ー ス (工)	50	39	40	54	55	188	45
桐 生 燃 糸 (工)	76	35	61	64	68	228	46
桐 生 婦 人 子 供 服 製 造 (協)	9	23	128	13	12	176	30
両 毛 輸 出 ス カ ー フ (協)	11	10	8	12	14	44	—
桐 生 織 物 整 経 (協)	105	5	37	105	105	252	54
桐 生 意 匠 (協)	48	14	1	16	17	48	46
桐 生 紋 紙 (協)	43	28	5	43	35	111	—
東 毛 ジャ ガ ー ド 刺 繍 (協)	20	27	41	26	31	125	50
桐 生 刺 繍 商 工 業 (協)	68	280	500	146	156	1,082	40
桐 生 金 銀 糸 (協)	13	32	8	0	6	46	40
桐 生 織 物 買 継 商 友 会	27	8	2	29	26	65	44
群 馬 県 綿 ス フ 織 物 (工)	5	219	259	1	3	482	37
計	1,769	3,180	4,527	1,391	1,703	10,801	—

注(1) 桐生服地(協)の数字は、他の組合と重複するため計から除く。

(2) 桐生糸商組合の場合、組合員28社中6社の計です。

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	昨年比較	県内	県外
桐生内地織物(協)	<del>461,165</del> 766,460	47,476	<del>1,008,641</del> 813,936	<del>94</del> 76	0	100
桐生織物(協)	1,588,723	—	1,588,723	90	—	—
両毛輸出織物整染(工)	—	479,952	479,952	101	30	70
桐生染色(協)	—	168,840	168,840	104	60	40
桐生繊維製品(協)	95,500	1,373,800	1,469,300	95	10	90
桐生服地(協)	(430,000)	—	(430,000)	96	0	100
東日本編レース(工)	272,420	—	272,420	152	0	100
桐生撚糸(工)	—	75,450	75,450	94	29	71
桐生婦人子供服製造(協)	52,859	118,461	171,320	167	0	100
桐生織物整経(協)	—	41,193	41,193	77	—	—
桐生意匠(協)	26,891	—	26,891	99	72	28
桐生紋紙(協)	47,309	—	47,309	108	86	14
東毛ジャガード刺繍(協)	75,400	—	75,400	130	4	96
桐生刺繍商工業(協)	800,000	650,000	1,450,000	97	0	100
両毛輸出スカーフ(協)	101,657	—	101,657	100	0	100
群馬県綿スフ織物(工)	481,190	—	481,190	97	0	100
計	<del>4,503,114</del> 4,308,409	2,955,172	<del>7,557,285</del> 7,263,581	<del>95</del> 95	—	—

注：桐生服地（協）の数字は他の組合と重複するため計から除く。

### 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	昨年比較	桐生市内	県内	県外
桐生織物産地元売(協)	880,935	93	0	0	100
桐生織物商業(協)	898,964	89	0	0	100
桐生糸商組合	615,949	—	74	4	22
桐生金銀糸(協)	200,000	87	93	2	5
桐生織物買継商友会	176,500	80	0	0	100
計	2,772,348	87	23	2	75

注：桐生糸商組合は組合数28社中6社分の数字です。

### 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)	938,736	59	649,987	41	1,588,723
桐生染色(協)	102,990	61	65,850	39	168,840
桐生織物商業(協)	275,860	31	623,104	69	898,964
桐生繊維製品(協)	1,429,700	97	39,600	3	1,469,300
桐生意匠(協)	21,630	80	5,261	20	26,891
桐生紋紙(協)	37,309	79	10,000	21	47,309
桐生金銀紙(協)	60,000	30	140,000	70	200,000
桐生織物整経(協)	24,716	60	16,477	40	41,193

5. 各団体の取扱品目

団体名	品 目				
	割 合	割 合	割 合	割 合	割 合
桐生内地織物(協)	着 尺	帯 地	服 地	染加工品	
	8	68	19	5	
桐 生 織 物 (協)	輸出向 婦人服地	内需向け 婦人服地	インテリア 資 材	ネクタイ 生 地	その他
	38	21	28	7	6
桐生織物商業(協)	化合織織物	化合織編物	二次製品		
	80	12	8		
桐生織物産地元売(協)	着 尺	帯 地	服飾工芸	二次製品	その他
	26	54	7	3	10
両毛輸出織物整染(工)	ニ ッ ト	合 織	人 絹	絹	
	56	40	3	1	
桐 生 染 色 (協)	レーヨン	合 織	綿 ウール等	絹	
	33	39	18	10	
桐生繊維製品(協)	ブラウス	ワンピース	コ ー ト	その他	
	70	10	5	15	
桐 生 服 地 (協)	婦人服地	インテリア 資 材			
	90	10			
桐生糸商組合	生 糸	化合織	綿・スフ	その他	
	21	69	5	5	
東日本編レース(工)	カーテン レ ー ス	その他 インテリア	衣 料 レ ー ス	資 材 その他	
	49	5	36	10	

注：桐生糸商組合は組合員28社中6社分の数字です。

桐生撚糸(工)	絹撚糸	人絹撚糸	合織撚糸		
	20	30	50		
桐生婦人子供服製造(協)	婦人 ブラウス	子供服	スカート	ジャケット	
	83	11	5	1	
両毛輸出スカーフ(協)	ジョウゼット スカーフ				
	100				
桐生織物整経(協)	整 経				
	100				
桐生意匠(協)	帯	洋 反	インテリア	夜 具	着 尺 そ の 他
	22	12	14	19	33
桐生紋紙(協)	紋 紙				
	100				
東毛ジャガード刺繍(協)	ワッペン	帽 子	ワンポイント 刺 繡		
	66	14	20		
桐生刺繍商工業(協)	婚礼関係	婚礼加工	ブラウス 加 工	ハンカチーフ	雑 貨
	55	31	7	3.5	3.5
桐生金銀糸(協)	金 銀 糸	関連製品			
	75	25			
桐生織物買継商友会	帯	着 尺	染加工品	二次製品	広巾, 服 地その他
	75	7	7	7	4
群馬県綿スフ織物(工)	硝 子 繊維織物	脱 脂 綿	ガ ー ゼ	生理用紙 綿その他	
	18	20	20	42	

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
桐生内地織物(協)	広巾織機	236	桐生燃糸(工)	イタリー式燃糸機	258
	並巾 "	1,958		リング式 "	4
	小巾 "	403		アップワインダー	6
	レピア "	118		その他	118
	計	2,715		計	386
桐生織物(協)	超自動織機スルーザー	90	桐生婦人子供服製造(協)	本縫ミシン	143
	"レピア	433		ロックミシン	43
	自動及び普通織機	3,409		プレス	4
	計	3,932		特殊ミシン	58
両毛輸出織物整染(工)	精練漂白機	105	桐生織物整経(協)	計	248
	乾燥機	116		整経機	132
	染色機	150		糸繰機	10,560
	幅出機	87		計	10,692
	計	458		拡大機	47
桐生染色(協)	染色機(常圧噴射式)	144	桐生意匠(協)	コピー機	9
	"(高圧)"	47		コンピューター	3
	"(汎)"	49		その他	5
	チーズ及チーク	69		計	64
	計	309		ピアノマシン	131
桐生繊維製品(協)	縫製ミシン	1,800	桐生紋紙(協)	裁断機	40
	プレス	100		編機	56
	計	1,900		ワンプンチ	28
桐生服地(協)	超自動織機	65	桐生刺繍工業(協)	その他	25
	自動 "	42		計	280
	普通 "	165		横振ミシン	2,000
	手織機	12		ジャカードミシン	3,500
	計	284	計	5,500	
東日本編レース(工)	ラッセル機	238	群馬県綿スフ織物(工)	広巾普通織機	175
東毛ジャカード刺繍(協)	ジャカードミシン	71		小巾 "	241
				計	416



7. 最近の推移（58年10月～59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
桐生内地織物(協)			○	—			○	—
桐生織物(協)	後半 ○			—			○	90
桐生織物商業(協)								
桐生織物産地元売(協)			○	93	○			—
両毛輸出織物整染(工)		○		100		○		100
桐生染色(協)		○		104		○		—
桐生繊維製品(協)			○	90		○		100
桐生服地(協)		○				○		
桐生糸商組合								
東日本編レース(工)			○	85		○		
桐生燃糸(工)			○	90		○		
桐生婦人子供服製造(協)	○			130	○			130
両毛輸出スカーフ(協)			○				○	
桐生織物整経(協)		○					○	95
桐生意匠(協)		○				○		
桐生紋紙(協)		○				○		
東毛ジャガード刺繍(協)	○			120		○		
桐生刺繍商工業(協)			○				○	
桐生金銀糸(協)			○	80			○	90
桐生織物買継商友会			○	80		○		—
群馬県綿スフ織物(工)	○			—	○			—
計 (件数)	4	6	9		3	10	6	

## 8. 昭和58年（1月～12月）の状況（事業概要）

### 1. 桐生織物協同組合

#### ○ 商品，消費者ニーズの変化について

一言にして，多品種，短サイクル，小ロットの傾向はいよいよ強くなってきた時代がうかがえる。一つの商品は特殊のものを除きそのサイクルは1年未満である。具体例をあげると，サッカー，オーガンジー類は大巾に後退，ボイルが台頭してきている。比較的命の長いのが，ジョーゼット類であるが，これも分析すると単一なものではなく，組織，糸使い等商品に大きな変化が与えられているのである。特に内需向け婦人服地に天然繊維指向が強い。

#### ○ 状況，事業概要

昭和58年は，国内の不況と海外の不安定要因の中で戦った1年と言える。まず輸出向けであるが，円相場は比較的安定していたのであるが，アフリカ向けマフラの激減，景気回復で期待されていたアメリカ向け並びにオーストラリア向けの不振等で，前年比金額で79.1%に減少した。

内需向けのうち主力である婦人服地は，綿，麻，毛混を中心とする天然繊維指向へのファッション傾向に押され，後半ダレテ前年比14.5%となった。次にインテリア類であるが，住宅関連の長期低迷の景況の中で，桐生大手メーカーが主力で，ファンシーヤーンを使用した，高級品で市場開拓，徹底的な生産の合理化で勝負，他の追随を許さぬ基盤を固め，きんらんは安値安定と言ったところ，その他寝装地，袋物，ネクタイ，雑貨類は，それぞれのメーカーが少なく，地味で利潤は薄い堅調で好不況に大きく左右されることは少ない。

#### ○ 今後の課題

##### (1) 総合的課題

長期展望に立っての桐生織物産地発展策は，何と云っても近々構造改善の実施により，設備を高性能化し，技術革新を行なうことにより他国，他産地との競争に打ち勝つことである。

(2) 輸出向け織物振興策

- ① 商品分野の拡大 ② コストダウン ③ 仕向地別輸出の多角化 ④ 製織技術，仕上げ加工技術の向上 ⑤ 各企業の独自商品開発とその保護
- ⑥ 産地的に中量生産のカジュアル商品開発

(3) 内需向け織物振興策

- ① 婦人服地は，日本でファーストクラスにランクされている商品であるので輸出向けとしての販路開拓も併せて行なう。そのため現在の36" から44" 巾製織可能の織機への入替えが必要
- ② 全内需向け織物に言えることだが，生地売り一辺倒から脱皮し，その素材を活用して完成分野の開拓が必要。そしてそれは付加価値の高いものを狙い，地元縫製業界，刺繍業界ともタイアップすることが，織都桐生の大きな発展につながる。

2. 桐生内地織物協同組合

○ 商品，消費者ニーズの変化について

消費者はフォーマル用として“きもの”を求めており，カジュアルとしての着用は減退している。個性化多様化の傾向が強まっている。

きものとしてもファッション性を加味し，消費者各世代に合ったアピールが必要。

○ 状況，事業概要

(1) 取引促進事業

- ① 秋冬向及び春夏向の新作品求評会
- ② 各集散地に出向いての積極的な移動販売会
- ③ 「冠婚葬祭の桐生」をテーマとしての新需要開拓展

(2) 宣伝事業

- ① 桐生きもの日の展開，高校でのきもの教室推進
- ② 各地宣伝販売会及び消費者宣伝催事への参加
- ③ 桐生紹介の新しいビデオテープの製作

(3) 体質改善を図るための事業

- ① 桐生内地織物産地診断の実施
  - ② 共同販売商事部の強化推進
  - ③ 地場産業振興センター誘致の研究と両織協一体化に関する検討
- 今後の課題
- (1) 技術と伝統ある桐生の和装（きもの・帯）を特長あるものとして守り育てる。
  - (2) 従来の和装以外の新分野の製品づくりをすすめる。  
（桐生はファッション素材基地としての素地が充分ある。）
  - (3) 現状の商取引は不安定  
取引の正常化，取引改善は最大の課題
  - (4) 労働力の確保対策は，産地将来を左右する重要問題。
  - (5) 後継者（青年層）に“熱意と夢を”与える。
  - (6) 桐生産地の総合力を発揮する。  
総力を結集して，新たな時代に生きる“魅力あるファッションタウン桐生”を構築する。

### 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  
和装品の消費者ニーズを考える前に現行の小売販売機構を考えてみる必要がある。衣料小売販売機構は百貨店，一般専門小売店の他にスーパーマーケット月賦店，ナショナルチェーンや最近における無店舗販売即ち訪問販売，通信販売等の発展により，それぞれ角度の違った販売嗜好を持っている，それぞれの販売方法にともなって消費者ニーズの対応にも変化があり複雑さがみられる。
- 状況，事業概要  
当組合における取扱品としては主に帯地，着尺地，和服類，服飾工芸品等で58年度取扱高は別記統計表の通り前年比6.7%減少で現状ではじりじりと減量経営を余儀なくされている，和装振興については消費者ニーズに合せたアイデア商品の開発，製品のファッション化等に真剣に取り組むことが急務で

ある。

○ 今後の課題

総理府発表の統計をみても全国一世帯当り和服類，着尺類は年々金額的に上昇，特に着尺類は52年から落込みながら57年には金額的にピークになっている。然し帯地は数量減の金額増の傾向が強くてきている。このため着尺の大衆化，若い世代への販売戦略が再考されねばならない時にきており，生活環境の変化，和装への関心と認識新しい和装品の開発や市場の開拓に努力すべきであると思う。

4. 桐生染色協同組合

○ 商品，消費者ニーズの変化について

商品（加工受注品）は交通事情の利便さから他地区からのもの，またメーカーサイドの取扱い品目の多様化から従来の商品に加えニット，インテリア，服飾家庭用品が増加し，一方消費者趣向はファッションの個性化，きものの着用機会の減少が見受けられる。

○ 状況，事業概要

- (1) 事業所数は昨年と変化しないが従業員数は減少，各社とも合理化省力化の努力がみられた。また従業員の平均年齢は年々高齢化している。
- (2) 加工高は，数量，金額ともに前年比横ばいに推移し，輸出，内需の割合もほとんど変化しなかった。内容的には両毛その他地区のニット関係が増加し帯，着尺の内地部門が漸減した。したがって合織が増加したことが目立っている。
- (3) 設備状況は加工高が横ばいに推移したこと及び景気の低迷，先行きも不透明のこと等が反映して増減はほとんどなかった。

○ 今後の課題

- (1) 従来の商品用糸に加えニット，インテリア，服飾品用糸の染色加工が増加し素材は天然繊維及びこれらの混紡，撚合わせ等も多く内容はますます多様化複雑になっている。
- (2) ファッションの個性化が顕著でこれに伴い少量多品種少ロット化傾向にあり，また短サイクルのため短期間で仕上げて納入する場合が増加してい

る。

(3) 人件費は毎年上昇し、また染料はじめ諸資材が値上りして経営基盤を圧迫しつつある。

(4) 上記(1)～(3)は何れも時代のすう勢であり、これらは技術的研究と一層の経営努力を図って対応すべきはもちろんであるが工賃面は、もはや企業努力のみでは解決できないところまできている。

## 5. 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

消費需要構造の変化により少ロット生産の中にも素材面が本年に入り、春・夏物について天然指向一辺倒となり、綿、麻が多くデザインと本格的縫技術のものにハンドワーク的な部分の多い商品が望まれ、従来の刺繍等を付加したものは、最近特に少なくなってきました。

### ○ 状況、事業概要

消費不振と流通在庫により受注が極めて少ロット・短サイクル化してきました。又物造りの内に技術力の高いものが要求され流通とのパイプのつながり方も従来に比して益々選別されるきびしさが出て来ております。最近の目玉商品がセーターとニューコートであった関係上、本地区主力のブラウスは多少低迷気味であったかと思えます。今後組合事業の産地振興事業として新商品開発と技術開発を含めた、アタッチメントの改良活用等により、主力であるブラウスが市場での目玉商品となる様、夏物・秋物への期待をかけ努力しております。

### ○ 今後の課題

少ロット・短サイクル・多品種生産への工場経営として品質と合せ効率化をいかにはかるべきかが大きな課題です。設備と技術面でこの地区の商品に合った独自の開発を行い、安定した流通への対応をはかって行くことです。

## 6. 桐生服地協同組合

### ○ 商品、消費者ニーズの変化について

合織・長繊維織物から、天然繊維・短繊維使いのものに主流が移行してい

る。

○ 状況、事業概要

昨年前半は比較的順調に推移したが、後半市場の底迷により悪化した。このため業界としての売上げは若干減少した。組合事業としては10月に三菱アセテートとの原糸研究会、3月に講演会（京王百貨店・長澤美紗子先生）を開催した。

○ 今後の課題

以然として多品種、小ロット、短サイクル受注の現状にあっては、設備の稼働平均化、製織ロスの減少等収益確保が肝要である。天然繊維が主流となり息が長いようであればフィラメント主体の当業界も真剣な対応が必要となろう。

7. 東日本編レース工業組合

○ 状況、事業概要

1月より6月までは、全般的に昨年同様な経過をたどったようであるが、6月以降の下期に入ってから、急激な落ち込みである。特にカーテンレースを含むインテリア製品は、住宅産業の不振によって大きな影響を被った。当地区のレース製品は従来よりカーテンレースが生産の80%強を占めていたが、ここ数年来住宅産業の不振が続いたため年々減少し、次第に衣料、資材、インテリア小物等へ生産の一部を転換し、現状では生産の50%を割るような状態となった。カーテン以外の製品特に衣料関係は種類によっては順調で安定を保っている輸出向けの製品の大半はショールで素材はレーヨンで、一部にはラメ入りも含んでいるが北陸で相当安値で取引している為、当地区はこの影響を被って苦しい経営を強いられている業者もいる。

○ 今後の課題

世界的不況の中で安定成長が定着している現状では量産体制による経営安定は到底望めない。要するに競争激化に対応するためには、いかにコスト低減を実現するかが大きな課題となろう。この為には、合理化による経営管理の確立と、製品の高付加価値化を企図実現以外にない。従って対応策の中で

は、(1)経営管理を柱とした経営力の強化 (2)事業の共同化 (3)人材技術な経営資源の強化等が必要である。中でも経営管理の強化は、業績への貢献度が極めて大きいので経営基盤の充実は不可欠の要因である。

#### 8. 桐生婦人子供服製造協同組合

##### ○ 商品，消費者ニーズの変化について

ニーズの多様化個性が著しくファッション性が高く低価格のものが一般に好まれている。

##### ○ 状況，事業概要

不況のため消費の伸びなやみ価格のダウンが一段と厳しい。

##### ○ 今後の課題

消費不振の状況下で小ロット短サイクル多品種の厳しい生産条件の中でいかに対応していくかが今後の課題である。生産性の向上をはかり技術者の質的向上並びにモラルアップの養成，ユーザのニーズを的確に握み購売意欲を促す信頼性ある商品造りをメーカーと一体となり企画生産していく必要がある。

#### 9. 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

繊維関連もいつのまにか，トヨタカンパニー方式をまねてか在庫をもたない為に原料入荷後納品までの時間が少ないので，作業が非常にやりづらい。

##### ○ 状況，事業概要

年初来，輸出の頭打ちと内需の不足による不景気の為業界全般的に稼働率が非常に悪く60パーセントから70パーセントの業が多かった。11月頃より一部の織物が幾分良くなった。しかし輸出の受注単価低下のため工賃の5パーセント位低下が見受けられ伸び悩みに終わった。

##### ○ 今後の課題

人件費削減の方法として親織や賃織業者が再度の設備近代化を進めているので我々整経業者もこれに対応出来る設備投資と近代化を進めねばやがて時代に取り残されるであろう。



## 10. 桐生意匠協同組合

### ○ 商品，消費者ニーズの変化について

生活環境の変化と染加工部門に製品が流れて織柄の仕事は昨年より更に減少して非常に低調である。物価の上昇と景気の低調より購買力の低下が仕事を減少させているとおもう。夜具等については高級化の傾向のため桐生産地の仕事量が増えた。

### ○ 状況，事業概況

輸出関係は中近東及びアメリカ等円レートの安定が引続いているため仕事は昨年以上に受注があり10月以降例年の通り受注は減少したが全体的には増えた。

内地小巾は昨年と同様激減がそのまま移行してなおさらに減少している。レース関係についてはインテリア関係は低調で服地関係の仕事も染に移行したため低調であった。夜具についてはほとんど山梨産地の仕事であるが昨年桐生内地の減少をこの産地でカバーして来た。織物全体として低調を反映して約1.5%の組合総売上の減少を見たが組合員の減少を考えると前年並に努力したことがうかがわれる。

### ○ 今後の課題

帯その他内需については，なお一層新製品の開発をして他産地より良い製品作りを取組まなければならない。

輸出洋反についてはアメリカ，ヨーロッパ等向きの高級物の開発が望まれる。コンピューター導入という資本の投下に対して行かなければならない状況でこれをどう活用するかが問題である。

## 11. 東毛ジャガード刺繍協同組合

### ○ 商品，消費者ニーズの変化について

物を作れば売れる時代から個人の個性にあった商品をつくらないと売れない時代である。その中でポイントをしぼった商品構成をとり，良い物を安価ではやく供給できるようにしなければならない。

### ○ 状況，事業概要

今までになく厳しい年でした。業界の中で企業格差がはっきりした年だった。1月から4月ぐらいまでは順調な受注がありましたが、5月以降9月ぐらいまで受注そのものが前年比に対し10%ぐらいの減でした。しかし10月以降12月までは、不況の中ではあるが当組合としては逆に35%ぐらいの増であった。

○ 今後の課題

刺繍業界は零細企業中心の中で企業格差がはっきりとした傾向が今後増々強くなる。他の産地に勝つためにも零細企業がまとまり、設備、人材、営業とこの三つに最大の力を入れ、特に人材と営業には最大の投資をしない限り繊維の業界の不況はますます続く。その為にも製造的な考え方をやめ営業的な経営戦略をとらないと生き残れない。

12. 桐生刺繍商工業協同組合

○ 商品、消費者ニーズの変化について

婚礼関係は婚礼人口の減により高級物に変わり、企業努力により取引金額は変わらず数量的には下降をしめした他種類（ブラウス他）は消費者のニーズがプリントに行った為刺繍製品も下降。

○ 状況、事業概要

ブラウス他雑貨加工業者が多く、本年はプリント系統が多く出まわり刺繍が下降したと同時に多頭式ミシンが産地に多数入って来たために値段の競争もあり結果的に下降となった婚礼関係は上記の通り。

○ 今後の課題

(1) 技術者養成

全国的に手造りが見直されつつあります様に今後業界でも横振りミシンの技術者を養成しなければいけないと思いますが、各企業が弱少な為思うにまかせず業者の意識をかりたてる事がまず一番の仕事でありその研究機関の設置が急務と思います。

(2) 市場調査

① 各関係業種の製品の動向調査

㊤ 各関係業種の取引商社の調査

以上が弱体でありますので何とかしなければと思っております。

13. 桐生織物買継商友会

○ 商品，消費者ニーズの変化について

着物離れ現象が明らかになって来ているなかで若向中高年共に目的場所のはっきりしている冠婚葬祭用が中心の動きであり一般商品については趣味性の高い手造り感覚の民芸調と作家物で多量生産性のないものに集中されている。

○ 状況，事業概要

前記数字に表われている様に取引高の状況は下降しているが，その月々に依って荷動きの品種は多少異なるも上昇時の3～4年前の様な新作品発表会等の先取り方式販売の受注は減ってきているが団体等の組織販売が活発になっており，この面での企画は事前に充実していて成果は上って居る。又最近では月々の変化，時節の変化より一年を通してのサイクルで目まぐるしくなっている。

○ 今後の課題

桐生産地が力織機生産の特殊性から100%着物のイメージより和装50%，洋装50%感覚の商品開発が急務であり着物イメージから脱却しなければならぬと痛感します。一部業者においては進行している様子ではありますが，業界一丸となって，又織協主体に他業界と交流をし情報交換して個々の業者の研究意欲を増進させる様資料の提供等運営面でも考えを，いままでと変えなければならぬと思います。

14. 群馬県綿スフ織物工業組合

○ 商品，消費者ニーズの変化について

(1) 中川産業

57年10月より58年10月の1年間はIC用クロスの商品品質基準が引上げられたので，それ以降需要増，供給不足により現在きびしさはやや緩和されている。

(2) 白十字

衛生材料のメーカーとして指定販売業者に販売をゆだね競争はあるも一定のシェアを確保し順調である。

○ 状況、事業概要

(1) 中川産業

建材関連の需要が減少し、それに代ってICクロス需要が大幅に増え現在同社の50%に達している。それに対応するため設備の入替えを行なった。

(2) 白十字

医療の進歩、国民生産の向上により、同社生産品の需要は増大した。しかし一方に全国的の同業者との競争は激化しつつある。

○ 今後の課題

(1) 中川産業

ICクロスの品質基準が現在緩和されているが、今後事業がICクロスに集中しつつあり、供給過剰現象を迎えることが近い将来予想され、それに伴って品質基準が更に引き上げられるので、品質対策を急ぐ必要がある。それと同時に売上単価の上昇は今後あまり期待出来ないで、コストダウンにより原価の増加を押えなければならない。そのためには、新鋭高性能織機の導入が欠かせぬものとなる。

(2) 白十字

全国的に競争が激しいから、更に新鋭設備の導入、人員の削減、新商品開発によりコストダウン及び市場拡大を図らなければならない。

## 桐生市繊維振興協会会員名簿

団 体 名	代 表 者	所 在 地	電 話
桐生内地織物(協)	白石 太市郎	桐生市永楽町 5-1	43-7171
桐生織物(協)	金子 匡男	" "	43-2511
桐生商工会議所 繊維部	木村 一蔵	" 織姫町 2-5	45-1201
桐生織物商業(協)	木村 市雄	" 永楽町 6-6	22-7567
桐生織物産地元売(協)	木村 一蔵	" "	22-9120
両毛輸出織物整染(工)	朝倉 融	" "	22-2775
桐生染色(協)	丸山 茂	" "	22-9661
桐生繊維製品(協)	栗原 守男	" 仲町三丁目 15-20	43-5115
桐生服地(協)	小林 松	" 永楽町 5-1	43-7171
桐生糸商組合	川村 佐助	" 仲町三丁目 15-6	44-4171
東日本編レース(工)	黒沢 岩雄	" 永楽町 6-6	22-3847
桐生撚糸(工)	坪川 二郎	" "	44-9431
桐生婦人子供服製造協	中島 静雄	" 川内町一丁目 47-14	65-7143
両毛輸出スカーフ(協)	古谷 恒	" 浜松町二丁目 8-20	44-1771
桐生織物整経(協)	高久 勇雄	" 永楽町 6-6	22-9184
桐生意匠(協)	柘植 洋二	" "	22-7088
桐生紋紙(協)	高橋 金五郎	" "	22-5854
東毛ジャガード刺繍(協)	朝倉 健太郎	" 新宿三丁目 7-34	43-1166
桐生刺繍商工業(協)	栗原 優介	" 永楽町 6-6	22-7919
桐生金銀糸(協)	今西洋 右	" 新宿三丁目 4-57	22-8539
桐生織物買継商友会	小沢 圭正	" 広沢町二丁目 3125-53	54-0030
群馬県綿スフ織物(工)	松島 武雄	" 永楽町 5-1	43-2511