

平成19年度

生糸・絹製品に関する情報収集事業報告書

平成 20 年 2 月

社団法人 日本絹業協会

## 目 次

1	調査の目的	.....	1
2	調査の方法	.....	2
3	調査結果	.....	3
	(1) 絹織物産地の生産概況	.....	3
	(2) 絹織物産地の流通の概況	.....	9
	(4) 日本の絹マークの普及状況	.....	14
4	新たな蚕糸対策の実施と純国産絹製品の表示について	.....	18
5	日本の絹マークの今後の推進方策	.....	20
6	海外調査		
	中国の生糸・絹織物の需給状況及びシルクマークについて	.....	22

## 1. 調査の目的

わが国における織物・きものをはじめとする絹・絹製品の生産、流通、消費は、長い歴史をもち、その過程で優れた技術や芸術性を培いながら貴重な伝統文化を形成してきている。

近年、外国産生糸・絹製品の輸入増加により、このような絹文化を担う蚕糸・絹業の各産業が厳しい状況下におかれている。

このため、社団法人日本絹業協会は、国産絹製品の消費拡大を図るため農林水産省及び経済産業省の指導の下に関係業界の協力を得て、「日本の絹」マーク（以下「絹マークという。）を平成14年度に制定し、その普及を図っているところである。

しかしながら、絹マークの普及の進展が十分に見られないため、平成17年度に織物産地等の協力を得て、絹マークの普及状況について調査を行った。その結果、白生地については、白生地生産の大半を占める丹後及び長浜の両織物産地組合が平成14年の絹マーク制定時から絹マークの表示を積極的に取り組み、両産地が他の産地をもリードしたかたちで白生地全体の表示率を高めほぼ100%の普及率となっている。先染織物の和装反物、帯については、米沢、桐生、西陣等の産地で絹マークの表示が行われるようになり桐生では反物で35%、帯で20%程度普及率となっている。後染織物では、十日町と京都の手描き友禅など一部の製品に表示されている。しかし、白生地以外の先染織物、後染織物は全体的には低い普及率となっている。

その要因として一般消費者に絹マークが認知されていないこと、認知されているとしてもその意義が十分に理解されていないことのほか、絹マークの表示方法、絹マーク表示素材の見直しの必要性等多くの課題が提起された。

平成18年度は、先染製品産地を重点に絹マークの普及を推進するとともに産地のブランド表示の実態等について調査を行い、産地ブランド表示と日本の絹マークの一体的な表示のあり方などについての方策等を検討した。

平成19年度は、絹マークの普及が進んでいない先染製品及び後染製品の普及を図るために産地の流通の実態等を調査するとともに、生産者と流通・販売が連携して絹マークを普及していくための方策等を検討した。併せて、中国における生糸、絹織物等の需給状況及びシルクマークの制定とその管理状況について調査した。その内容は、次のとおりである。

## 2 調査方法

- (1) 調査方法 調査員による現地聞き取り調査
- (2) 調査対象 先染産地 5産地（米沢、桐生、西陣、博多、鹿児島）  
後染産地 2産地（十日町、京都）

## 3 調査結果

### (1) 絹織物産地の生産概況

#### (ア) 概況

蚕糸業についてみると、平成18年の養蚕農家数は1,337戸で高齢化、収益性の低さもあって近年は年率で10数%の減少を続けている。繭の収繭量は平成18年は502トンで最近5か年間の年率の減少率は約13%となっている。生糸の生産数量は生糸原料の国産繭と輸入繭がともに減少していることから最近5か年間の年率の減少率は約21%となっている。

絹業についてみると、平成18年の絹人織機の設定台数は41,700台で、生糸の消費数量は38,983俵、絹織物の生産量は18,506千平方メートルである。絹織物の生産量は最近の5か年間では年率約9%で減少している。

国内の絹織物（絹交織を含む。）の生産内訳についてみると広幅織物の減少率が小幅織物の減少率を上回っており、最近の5か年間でみると広幅織物の年率減少率は約9%、小幅織物の年率減少率は約6%となっている。平成18年の絹織物種類別生産量は、小幅織物が9,180千平方メートルで総生産量の約50%を占め、うち、ちりめん類が6,030千平方メートル、先染類が3,349千平方メートルとなっている。小幅織物は先染類の減少率が最も少なく最近の5か年間の平均減少率は3%で、ちりめん類は7%となっている。「その他の後染」の最近の5か年間の平均減少率は10%となっている。広幅織物は6,108千平方メートルで総生産量の33%を占め、うち、羽二重類が2,732千平方メートル、クレープ類が1,728千平方メートル、先練（先染）が1,647千平方メートルとなっている。他に「その他の後染」が3,053千平方メートルで総生産量の16%を占めている。広幅織物の羽二重類、クレープ類、先練（先染）の3種類ともに同程度の減少率で年率10%程度となっている。

#### (イ) 米沢産地

米沢織は、米沢市、長井市、置賜地方で生産されている絹織物の総称で和装用品のほか、洋服、インテリア、その他の幅広い分野で使用されている。いずれも生糸・玉糸・つむぎ糸などの先染め糸を主体とする織物である。

米沢織の特徴は、「多品種少量生産」体制を基盤とした「先染織物」産地ということができる。婦人服地から和装、帯、裏地、座布団地、ネクタイ、マフラー、小物グッズなど

の多彩な各種織物を生産している。加えて、撚糸、染色、整理、意匠、紋彫などの関連産業や、流通段階での原糸商、織物買継商を全て産地内に持つという全国でも数少ない産地であるということは特筆される。伝統的な絹織物にとどまらず、天然繊維と化学繊維による服地、呉服地などの総合的な織物産地であり、最近では縫製、ニットなどを含め繊維製品の総合産地になっている。このように地域内での生産体制を確立することによりそれぞれの業種が連携を保ち技術力の向上と蓄積が図られ付加価値の高い多品種少量生産を可能にしている。

#### (ウ) 桐生産地

織物産地としての桐生の歴史は古く、今から1300年前とされている。桐生は足尾山麓を源とする渡良瀬川と、その支流の桐生川との流域に囲まれている地域で、耕地面積は少なく土地もやせていた関係で養蚕、機織りなどを副業として生活をしてきたという。

その渡良瀬川の左岸が足利地方で、右岸が新田地方になる。室町時代は両毛地区の雄である足利幕府が天下をとっていたので、桐生は足利家とのかかわりの中から織物産地として発展することとなった。このことは桐生の豪族彦部家（足利家の一族）に伝わる幕府からの織物の注文書（1575年）が歴史的に証明している。

江戸時代後期には手工業的な生産システムを分業化しマニファクチュア制度を確立した。桐生地域は赤毛山麓であり品質の良い蚕が沢山とれ、やがて絹織物の市が立ち大変賑やかに行なわれ、織物の産業都市となった。

そして桐生が更に発展したのは、元文3年（1738年）に西陣から高機が入ったことが契機だった。腰掛けて織る高機になり紗綾織の技術がもたらされ、高度な織物が織れるようになった。明治になると紋様を織り出すジャカードやピアノマシンも移入や輸入により導入された。

明治20年（1887年）、在来の機織法を一掃した日本織物株式会社が創立。これは純然たる西洋の経営法を採用した大工場で桐生織物業の工場工業化の始まりとなった。産地の特徴として西陣が小幅伝統織物織機の機械動力化を推進し桐生は海外輸出を想定しながら広幅の織機を導入し動力化しました事だろう。

桐生織物業の工場工業化の本格的な展開は第一次世界大戦中（大正3年～大正7年・1914年～1918年）における需要の急激な増大、ことに輸出および移出に対応するため、大正7年に大企業が相次いで設立され織機も力織機に変わっていった。

こうして桐生織物業は、顕著な発展を遂げる。大正12年（1923年）の関東大震災は従来の服装に一大変化を与え洋服が著しく普及した。昭和10年（1935年）には、ジャカードを装置した力織機は9820台、ドビーを装置した准紋織機は、1128台で総力織機の58%となり、

桐生織物は意匠柄合、組織の複雑な紋織物に変化し、原料は主として生糸を使用したが高次廉価の人絹糸を使用するようになっていった。

桐生の織物業は壊滅状態で終戦を迎えたが、桐生はいち早く織物を手がけるようになり、半木製織機という織機でガチャガチャと織りはじめた。その時のレーヨンマフラーという輸出向けの商品が戦後復興に大きな貢献をし、あっという間に桐生は「織物の街・桐生」として復活したのだった。

このように、織物産地としての桐生は時代の変化を先取りする形で発展してきたが、その過程で小巾に加えて広巾を、原材料も生糸から人絹、化繊と巾をもたせ、内地用から輸出も加えて織物の総合産地の形態を整えてきた。

桐生織物は昭和52年10月に通産省から伝統的工芸品の指定を受け。以来、それをベースとして和装だけでなく、ファッション産業の素材発信基地として海外輸出見本市、国内見本市、内地求評会などの様々な展示会を国内外で展開してきた。

また、桐生織物は良く知られるお召しの技術のほかに、緯錦（よこにしき）、経錦（たてにしき）、風通（ふうつう）、浮経（うきたて）、経縞紋（たてかすりもん）、捩り（もじり）、紹（ろ）、羅（ら）といった多彩な技術をもっており、それを素材の特性を生かしながらバラエティ豊かな織物を生産している。

以下、和装に絞って概況を見てみよう。

和装産地としての桐生のピークは昭和50年の166億4500万円だった。このときの内訳は着尺が34億円、帯地が95億円、服飾工芸品が9億6千万円、金襴などの広巾が26億円であった。

以降は他産地と同様に出荷額は減少傾向を続け、平成18年の和装の出荷額は34億3300万円、ピーク時のほぼ20%の水準となっている。しかし、この水準は他の絹織物産地と比較するとむしろ健闘している部類に属している。高級絹織物産地ほど、ピーク時と比較して10%を切っているケースも多いのである。

このうち、23億円を占めるのが帯地であり、現在の和装産地・桐生の主力商品の座を固めている。

帯地の内訳は丸帯、袋帯、祝帯、九寸名古屋、京袋帯・八寸、黒共帯、軽装帯、小袋帯、角帯、踊帯、ひとえ八寸、ひとえ六寸と非常に幅広いアイテムを生産している。

面白いのは、素材別で分析してみると、正絹は9万7129本で10億9千万円に対し、人絹・合化繊は43万8千本で12億2千万円と、点数では4倍強の開きがあるのに金額では僅かな差しか付いていないということだろう。

さらに人絹・合化繊の帯の内訳をみると、小袋帯が12万本で2億7千万円、京袋帯が11万7千本で4億8千万円と、この2つのアイテムが10万本の大台を超えている事実だろう。

高級な正絹帯は西陣にはいくらでも競合製品があるが、低価格の人絹・合化繊について

は桐生産地の独壇場であることが判る。

ちなみに着尺は生産のほとんどが正絹である(平成18年で5457反、金額で1億9943万円)。

また、服飾工芸品とは、きもの・帯以外の商品の総称を指す。具体的には和装小物、インテリア、兵児帯、作務衣、半纏ほかの染め加工品である。

なお、現在の和装部会の組合員は47社で、そのほとんどが帯の生産に携わっており、文字通り帯は桐生産地の主力商品となっている。

#### (エ) 十日町産地

十日町織物の源流は、古墳時代中期の遺跡から機織り用具が発見されたことから、遙か1500年前に遡るといわれる。当時は、苧麻を原料とする「越後布」が織られていた。「越後布」は今から約300年前の江戸時代、寛文年間に技術的な改良が加えられ、強撚による爽やかな地風や縞・格子などの模様が織り出されるようになる。これが昭和61年に国の重要文化財に指定された「越後縮」であり、麻織物の集大成といわれる。

こうした「越後縮」の技術を受け継ぎ、今から約170年前(文政年間)、麻から絹への素材の転換を遂げて今日に至っている。19世紀の中頃、独特の縞模様を織り出したのが「十日町縞」であり、そして大ヒットの「明石ちぢみ」を生み出す。

「明石ちぢみ」は、緯糸に強撚をかけたセミの羽のような薄地風を特徴としており、その後も改良が加えられ昭和7年には年産27万反を記録するなど高級夏着尺として全国に流行し一世を風靡した。

戦前の十日町産地のもう一つのヒット商品が「意匠白生地」で、これにより工場制生産の基盤確立と通年生産が可能となった。戦時、戦後の混乱の中、絹織物の統制が撤廃された昭和24年以降、十日町は、「十日町小縞」「マジョリカお召」といった新規商品の開発に成功し、飛躍的な成長を遂げることとなった。

今日の産地の全貌を形づくる決定的な役割を果たしたのが昭和30年代後半から始められた染め加工への進出だった。振袖、訪問着、留袖などいわゆるフォーマル着としての染め商品は、それまで京友禅の独壇場だったが、PTAルックと呼ばれ、最盛期には110万点の生産をあげた黒羽織を端緒として、十日町は昭和40年代から、そうしたフォーマル着の市場にも本格的に参入していくこととなる。

また、京都の分業体制に対して、工場一貫生産という他のきもの産地には類例のない生産システムを確立することで、業界の中で独自のポジションを獲得する。

染めの歴史はわずか40年ほどだが、今や京都と並ぶ生産地となっている。十日町は「紬縞」に代表される伝統的な織りの技術と、「振袖」「訪問着」に代表される染めの技術の両輪を併せ持つ、全国随一のきもの総合産地といえる。

絹に転換してから今日までの十日町産地の歴史は、絶えざるイノベーションの歴史と言え、長い伝統におぼれず常に時代の先端を走るファッション感覚をその衣装に活かしているのも十日町商品の特徴といえる。

このように、おそらくきもの産地としては最もダイナミックな変革の歴史を辿ってきた十日町産地は、ピークの生産高580億円に対して、昨年の平成18年はその10%水準まで落ち込むなど、深刻な常態に置かれている。しかし、結果として苦難を乗り切ったメーカーは、それぞれが独自技術によるオリジナルブランドをもち、売れ筋のベターゾーンを受注生産するという非常に手堅い企業体質を持っているのが特徴である。

また、ほとんどの産地が後継者難という問題を抱えているなかで、十日町はいち早く企業体質強化を実現し、多くの後継者が育ち、経営者の若返りが進んでいることは特筆される。

#### (オ) 西陣産地

西陣織はほぼ1000年の間、政治・文化の中心であった京都の歴史の中で培われた伝統技術を基に、高度の技法を駆使して作られている様々な先練り紋織物類の総称で、織物の品種は綴錦、経錦、緯錦、緞子、風通織、絣織、紬織、縮緬など多種多様なものがある。これらは、いずれも絢爛豪華で、精緻な高級イメージを持っており、主な用途に帯地、着物地、金襴、緞帳などのほか、ネクタイや室内インテリア用品も含めて幅広い分野で使われている。

平成18年度の西陣帯の生産数量は112万8,392本で、ピーク時の昭和47年対比では14.4%となった。きもの(先染めきもの)は86,239反で、同じくピーク比では2.2%にまで落ち込んでいる。また、産地の出荷額に占める西陣帯のシェアは昨年度43.5%で、一昨年(48.0%)に次いで、50%を割り込んだ。これは、西陣の他品目に比べて西陣帯単価の低下の一端を現している。

西陣産地の主力商品である帯は、これまできものとは不即不離の独自性の高い動きが特徴で、博多や桐生など競合他産地より抜き出た高級イメージできもの不況を乗り切ってきた。しかし、最近の状況は、そうしたことを許さない厳しさに直面している。すなわち、企画性が優先される売り方となって、帯単独の商品訴求がきかなくなったことに加えて、きもの価格との比較で自ずと帯価格の上限が制限されるようになったことからきものマーケット変調の影響をもろに被っている。ことに顕著なのが振袖の帯で、振袖、帯その他20から30品目をセットして販売する方法が常態化したうえに、セット価格をセールスポイントとする売り方が強まって、そのしわ寄せが帯にも及んで極限の価格指向が要求されるに至っている。



売場が緊縮して流通滞貨が目立つ中で、西陣帯にも価格志向が顕著となった。そのため、新しい創作や意匠開発が後回しとなり、産地内ではヒット商品のコピーが出回るなど、西陣帯の生命線だった個性的な意匠・商品開発力に陰りがみられる。メーカーの新作展示会がほとんど開かれなくなったことにも現れている。

一方、商品流通は産地問屋や集散地問屋をたよってきた従来型の商品流通だけでは目詰まりを起こしているとして川下指向が強まっている。西陣織工業組合による、百貨店での常設売り場の開設などはその嚆矢で、メーカー個々のファクトリーショップの試みは随所で見られるようになった。また、産地メーカーの間で、この間「日本和装」との直取引が多く見られるのも特徴である。

#### (カ) 京染め呉服産地

京都産地の京友禅きものは、需要の減退から、年々生産加工量が減少し、平成18年度の加工量は743,269反で前年比10.5%減であった。これは昭和46年のピーク時に比べると4.5%に過ぎない。

生産加工数量の推移を見ると、平成6年に前年を若干上回り(2.3%)、それまでの急減から底入れに入ったと見られたが、次年度以降、再び二桁の減少が続いている。平成18年には大型小売店の倒産もあって、きもの市場が緊縮し、更に過量販売問題などがマスコミにたびたび取り上げられ、消費者のきものに対するイメージ悪化が加わって販売不振があらわになっている。そのため、流通市場では在庫調整と仕入れ抑制により、市況は極度に低迷したままで推移している。これまでの呉服販売の中心だった「催事販売」が、不振で、加えてローン販売規制(本人確認の徹底、審査基準の厳格化など)もあって、市場価格は低迷したままで、新規染め発注が大幅に手控えられ、有名老舗染め工場の倒産・廃業が相次いだ。

#### (キ) 博多産地

博多織の基は、宋の国に渡り、織物の製法を習得して1241年に帰国した博多の商人、満田弥三右衛門によってもたらされた。織物技術は家伝として工夫・改良が加えられ製品は、はじめ博多唐織と呼ばれていたが、長い年月を経て現在の博多織となった。

博多織は、大別して平地織物と紋織物の2種がある。平地織物は博多献上帯の柄に代表されるように主に経糸を浮かして柄を表現している。帯は身体の横方向に巻いて使用するので細かい経糸を密に織った博多織の帯は締め心地がよく、着崩れしない特徴を持っている。紋織物は経糸を基本とし、緯糸で柄を表現したもので、経糸・緯糸の色が微妙に組み合わせられて独特な色彩の帯に仕上がっている。

博多産地の帯の生産量は、年々低下しており、平成18年度の生産量は約20万本で、ピークの昭和50年の10分の1ほどに落ち込んでいる。他の和装産地と比較すると「まだ元気な方」といわれている。

その理由としては、①主力商品がしゃれ帯の比較的買やすい価格の製品で市況の流れに合致していると見られること。最近のきもの販売は催事販売が振るわず、商品的には高額フォーマル品が特に不振で、店頭販売重視と買やすいカジュアル商品が重視される傾向がある。こうした流れに博多帯が向いている。

②博多帯は、低価格で流行変化を受けやすい面もあって、海外に生産が流出しなかったことがある。関係業者は海外に逃げ道を求めないで不況に耐えてきたことが現在の生産量につながっている。

③博多帯メーカーは「前売り指向」があり、既存の流通ルートの低調、流通に力をもっていた産元問屋の力が低下したこともあり、メーカーは自然に「自社で売る」という方向を強めてきた。九州地方は「きもの学院」が隆盛で、これらを対象としてメーカーの直売りも盛んであった。この教室販売からさらに、自社ショップをもち、直接消費者販売に乗り出す動きも強まってきている。メーカーの直小売販売が強まっている。

#### (ク) 鹿児島産地

本場大島紬は、1300年に及ぶ長い歴史の中で培われてきた伝統技法をもとに、島に自生する植物の染料や鉄分の多い土壌を利用し、多くの工程を経て作られた手織りの先練り平織物で、すっきりとした緻密な緋模様の美しさと渋い風格を持つもので高級なおしゃれ着、普段着などのほか、女物では付下げまで幅広い和装分野で愛用されている。

鹿児島産地での大島紬の生産量は、平成18年は5万8千反で、昭和51年のピーク時の70万3千反に対して約8%の水準に落ち込んでいる。

従来からの強いブランド力を背景に、催事販売や訪問販売などで集中的に売る売方が低調になってきたことを示している。そのため高級・高額商品の荷動きが鈍化し、問屋筋の在庫意欲も著しく減退している。仕入れに来県する問屋の数は減少しており、小売店や消費者を産地に招待して販売する「産地セール」も経費倒れとなって小規模・散発化が目立つ。最近の動きとして、NC等の大島紬と帯とのセット販売等の商品企画と価格設定を巡って産地内に混乱もみられる。

#### (2) 織物産地の流通の概況

(ア) 米沢産地

米沢産地の生産高は、ピークが昭和48年の300社、200億円に対し、平成18年は60社(20%)、70億円(35%)となっている。昭和61、62年の設備の共同廃棄に応じた企業を考慮すると、他の染織産地と比較すると健闘しているといえる。

現在は生産高の65%が広幅、35%が和装で、平成18年からの呉服過量販売による末端消費の低迷の影響を受けている。広幅織物は、平成19年は比較的順調な受注で、全体としては縮小を余儀なくされつつも頑張っている産地といえる。

和装で最も有名なのが男物の正絹袴地でこれは全国の90%のシェアを持っている。また、紅花に代表される草木染めの紬は知名度も高く、高品質なものとしてブランド力を有しており、小売段階での競争力は強い。

需要拡大については、米沢織物工業協同組合など関連団体とともに積極的に取り組んでいる。和装関係については基本的には以下のようなものである。

産地 → 買継商組合 → 集散地問屋 → 小売店 → 消費者

産地の需要拡大事業は買継商と一体となって集散地問屋に対して行っている。具体的には、次のようなものがある。

【京都；米沢織物新作発表会】

輸出事業 マテリアルワールドへの参加

名古屋織物卸商業組合事業への参加

大阪織物卸商業組合事業への参加

東京；米沢服地素材展

東京織物卸商業組合事業への参加

東京；ジャパンクリエーションへの出店

東京；米沢織きもの新作発表会

東京；米沢織きもの消費者販売会

東京；テキスタイルデザイナーとの交流会

東京市場では、直接の得意先である問屋向けの発表会と、さらにその先の小売店の顧客である消費者向けの販売会社実施しており、この販売会は実績があり、安定した販路と位置づけられている。

新商品の開発は活発に行っているが、平成19年10月20、21日には米沢新産業祭りに「米沢の男もやるもんだ」をキャッチフレーズにメンズ製品の試作品を発表して注目を集めた。

#### (イ) 十日町産地

十日町産地の流通のタイプは次の3タイプに分けられる。

タイプ1 メーカー → 産地買継商 → 集散地問屋 → 小売店 → 消費者

タイプ2 メーカー → 集散地問屋 → 小売店 → 消費者

タイプ3 メーカー → 小売店 → 消費者

十日町産地のきものの流通は、かつては圧倒的にタイプ1であった。メーカーは産地買継商と一体となって集散地問屋に販売し、買継商は金融機能や倒産リスクを一部負担することでその存在意義を示していた時代が長く続いた。

続いて、時代の変遷とともに大手問屋の出現とメーカー自身が力を付けてきたことによってタイプ2の流通が浮上する。

さらに、大手ナショナルチェーンや大手販売店が登場すると、タイプ3の流通が脚光を浴びるようになる。

タイプ3の流通で最も明快なのが大手量販店との振袖取引であろう。通常の商品の場合、大手小売業は催事展示会比率が高く、メーカーは問屋経由の催事委託が中心になっていたが、一部の力を付けた企業は全量を買取り、早期の現金清算を条件に、直接メーカーと取引して成果を上げている。

この場合、メーカーは新作品を優先的に提示し、一定の量の買取りを前提に相手先OEMの形で供給している。

昨年来の呉服過量販売報道とクレジットの規制により、展示会への顧客の動員、高額商品の販売が大苦戦を余儀なくされており、市況の低迷が著しいが、この例外が振袖となっている。

現実的には、各メーカーは自社の販路や得意な商品という要因を勘案して、上記の流通を使い分けているのが実情で、流通面でも多様化しているといえる。

また、年に一度、産地で開催される「十日町きものフェスタ」は400社前後の得意先卸、小売が参加するほか、求評会も地元消費者600人以上が審査員として参加するビッグイベントとなっている。

京都や東京など集散地で行う産地の出張販売会も頻繁に行っているほか、平成19年には商工会議所と産地買継商の主導により東京で消費者販売会も開催しており、小売上代で1億3千万円を売り上げる等の成果を上げた。次のこの販売会は名古屋で予定されている。

#### (ウ) 桐生産地の流通

和装としての桐生織物の流通は、従来型の買継商経由、そして商社・問屋との直取引、更に小売商との取引と、各メーカーの事情及び販売戦略によってマチマチというのが現状

である。

これに関しては組合でも詳しい統計は把握していないようで、基本的にはどの産地でもみられるように、流通段階が果たす機能とリスク分担によって、徐々に変化が見られるということだろう。

個々のメーカーが得意先に単独で行う販売活動を除くと、組合ベースで行う桐生織物の集散地市場に向けての宣伝販売会としては、桐生織物織姫展がある。

これは組合員の有志を募って、東京と京都で年二回づつ開催している展示会で、商社や問屋、小売店を対象として新作発表会、顧客や消費者の情報収集などを行い、次の商品開発に役立てようと云う内容だ。

これとは別に、桐生地域地場産業振興センターが桐生製品の優れた製品を一堂に集めた「桐生テキスタイルプロモーション」（桐生TPS）が東京青山で開催されている。

これは戦略的なディスプレイと商品の構成により新しい販路の開拓を目指し、ひいては桐生地域全体の地場産業全体の底上げを図るもので、もちろん和装もこれに出品している。

ところで、きもの小売業界では、平成18年に大手小売業の愛染蔵、たけうちグループが呉服過量販売のマスコミ報道で倒産して以来、文字通りの地殻変動が起きている。

つまり、この報道により、クレジットの与信規制が非常に厳しくなり、展示会を中心にした顧客へのクレジット販売が難しくなり、大手小売業ほど展示会から店頭販売へ、高級呉服からリーズナブルなカジュアルきものへのシフトを鮮明にしている。

こうした中で、セットで5万、10万、15万といった価格訴求商品を量販するという動きが顕著になり、メーカーには何よりも、センスの良いデザインと共に、価格を重視したモノづくりが求められるようになっている。

こうした業界の流れは、多彩な素材と価格競争力をもつ桐生のメーカーにはある意味では追い風の環境にあり、その意味では、やりようによっては今はむしろチャンスと捉えることも出来る。

## （エ）西陣産地

西陣帯の流通で目立つのは産地問屋の機能低下で、従来、産地供給量を調節する役割を担ってきたが、その機能は著しく低下している。有力メーカーでは、産地卸を経由しないで、あるいは、経由したとしても伝票上だけで実質的には集散地卸や大手小売との直接企画による流通が増えている。そのため、産地問屋の売り上げ規模も大幅に縮小しており、盛時には、100億円超の年商を誇った大手3社の売上も、現在では3社合計で100億円に満たない状況となっている。

大手小売店たけうちの倒産以降、市況の冷え込みが一段と進み、産地問屋、集散地問屋

を問わず、問屋筋では在庫調整を先行させて新規仕入れを抑制する動きが強まった。そのため、西陣の帯メーカーでは自ら販売機能を持つことが生き残りの条件との考えから様々な形での販売網の敷設に取り組んでいる。

なかでも、西陣帯地メーカーとの取り組みが特殊的に進展しているのが「特定催事販売会社」との取引である。同社の初期段階から取り組んだメーカーがあったことからの進展で、京都の地の利や、ものづくり現場と販売会場が提供できるなどを通じて直販の体制が出来上がっている。会場機能を持つ大手機業を中心に徐々に参加企業数が増えている。

○ 従来型流通

① 機屋 → 産元問屋 → 集散地問屋 → 地方問屋 → 小売店  
→ 地方問屋 → 小売店

○ 産地問屋を経由しない流通

② 機屋 → 集散地問屋・大型小売店 → 消費者  
(企画商品) (催事などの企画コーナー販売)  
↑↓ (伝票経由のみ↑)  
産元問屋

○ 「特定の催事販売会社」との取り組み

③ 機屋 → 特定の催事販売会社 → 着付け教室参加者  
↓  
機屋 ← ← ← ← ← ← (支払い)

(オ) 京都産地

京染め呉服

染呉服の一般的な流通ルートは下図のように図式できるが、全般的な傾向として言えるのは、ロットが少量となったことから、主に染め加工卸を中心とした染工場の系列化・グループ化の紐帯が弱まってきており、元卸・前売卸・小売店に関わらず、数量リスクを負うところとの染工場直生産が増えている。さらには染工場や流通各段階で売場・消費者接近が目立ってきている。

染工場 (手描き友禅) → 染め呉服專業前売り卸 → 呉服専門店  
→ 百貨店  
↑  
染め悉皆 (染匠) → 一般前売り問屋  
↓

染め加工元卸 → 一般前売り問屋  
↓  
↓ → 地方問屋 → 呉服店  
↓ → NCなど大型小売店

#### (カ) 博多産地

博多帯は、産元問屋を通ず流通が100%に近いとされ、有力3産元ごとの機屋系列が出来上がっていた。しかし、最近では主に産元問屋の販売、財務、ものづくり、企画機能などの低下から、流通支配力は目に見える形で弱体化している。そのため、メーカーの販売機能の強化が喫緊のものとなり、集散地卸や大手小売店との距離が縮まっている。産元を経由するものも形式的なものとなりがちで、個別性を帯びたものづくりにより直接、集散地卸や小売り直販を先行させるメーカーが増えている。

他方、産元問屋も、博多帯だけでは企業維持が困難なことから、京都の染め呉服や大島紬などに扱い品目を広げて総合卸の色彩を強めている。そのこともまた、従来のような産地メーカーと産元卸しの一体感を薄める要素となっている。

機屋 → 産元問屋 → 集散地問屋 → 地方問屋 → 小売店  
→ 地方問屋 → 小売店  
機屋 → 集散地問屋・大型小売店 → 消費者  
(企画商品) (催事などの企画コーナー販売)  
↑↓  
産元問屋

機屋=小売機能 → きもの着付け学院 → 学院生徒(消費者)  
→ 消費者

#### (キ) 鹿児島産地

大島紬の産地は、大消費地からは遠隔の地(交通手段が未発達だった時代は今とは比べ物にならない距離感があった。)に立地していたことから歴史的に意匠面を問屋に頼るものづくりが行われ、機屋と問屋の結びつきは強かった。しかし、経済成長に伴って”憧れ”の商品だった大島紬の浸透・大衆化が始まるとともに、新規の問屋筋が一斉に取り扱いを開始して、需給が逼迫し、価格高騰を来した。機屋産地の大規模化がこの頃(昭和40年半ば以降)から始まり、生産量が拡大した(ピークは51年)。問屋の誂えに頼らない生

産が誂え品を上回ったのもこの頃で、商品は投機性を増すことになった。流通市場は、非誂え商品が圧倒し、比較的規模の大きい機屋と流通大手とが組む市場商品が市場を席卷した。このような結果、売場での大島紬キャンペーン販売（集中大量販売）や大規模産地セールなどの企画販売が主流を占めるようになった。

一方、誂え商品は、「専門問屋」と呼ばれる大島紬の取り扱い経験の古い問屋とそれらの問屋からの図案供給などを通じて強い結びつきを保つ技術力のある誂え機屋との間で生産が続けられてきたが、市場品の量的攻勢から趣味性・逸品性を売り物にする守りの販売姿勢となってきた。

しかし、平成に入って以降、市況は変調を来し、市場品・誂え品ともにマスプロ・マス販売が通用しなくなっており、機屋から集散地問屋、さらに地方問屋・百貨店小売店という旧来の流通ルートも乱れがちとなっている。「やまと」を筆頭とするNCのダイレクト企画生産の流れが強まっている。一方、産地機屋の自己防衛的な売り場接近も強まっており、様々な流通が見られるようになっている。

（誂えルート）

機屋 ← （図案） ← 専門問屋  
→ 専門店・百貨店 → 消費者  
→ （商品） → 専門問屋

（市場品ルート）

機屋 → 産地仲買 → 産地問屋 → 地方問屋 → 専門店  
→ NC・組織販売など大手小売  
→ 様々な企画販売（催事・産地セール）

機屋 → 産地仲買 → NC（低価格大島の企画品）

（商品） （催事などの企画コーナー販売）

↑ ↓

産元問屋

機屋＝小売機能 → きもの着付け学院 → 学院生徒（消費者）

→ 消費者



(4) 日本の絹マークの普及状況

(1) 絹マーク使用許諾件数の推移

年 度	登 録 許諾数	製品区分別許諾数 (延数)						
		白生地	裏地	先染	後染	和装小物	洋装品	計
14	35	7	6	6	24	0	0	43
15	6	5	0	2	3	0	0	10
16	11	4	0	2	2	0	3	11
17	4	0	0	0	1	0	3	4
18	3	2	1	2	0	2	1	8
19	3	2	0	1	3	0	0	6
計	62	20	7	13	33	2	7	82

(2) 日本の絹マークのスタンプ、シール及びタグの配布数

年 度	スタンプ	シール	タグ
17	0	112, 430	111, 800
18	0	85, 100	13, 550
19	1	161, 045	14, 950

(3) 絹マークの製品分野別普及状況

①白生地

絹マークの制定当初から白生地産地は絹マークの表示に取り組んできた。白生地の生産量として最大規模の丹後産地では平成14年の制定時からマークの表示率はほぼ100%となっている。同じく長浜産地でも同じくほぼ100%と日本の白生地生産の大半を占める両産地が他の産地をもリードしたかたちで全体の表示率を高くしている。

白生地産地における日本の絹マークの表示は、輸入白生地との差別化を図る手段として産地組合と組合員に高く評価されたためと考えられる。

裏絹産地でも当初から関心は高く、裏絹の生産で主産地として知られる福井では75%と絹マークの普及率は高く、他の群馬県生絹産地などの裏絹産地も高い普及率となっている。しかし、裏絹の場合は、メーカーから問屋へは生機売り（反物売り）で、小売段階で輸入品と混売される場合も多いため流通からむしろ絹マークの表示を断られている例もある。

## ②和装品

### ②-1 先染製品

#### (ア) 米沢産地

米沢産地では、和装関係組合員34社のうち10社が絹マークを貼付して出荷している。米沢産地の場合、素材の糸から生地、加工までを産地内で行うケースが多いことから、他産地から生地を購入するケースは少なく、これが比較的普及している原因でもある。

絹マークが貼付されている製品は、着尺、袴地、帯などで、袴地を出荷しているメーカーで仕立てを受注した場合でも、仕立て上がりの製品に絹マークを貼付して渡しているメーカーもある。しかし、自社ブランドをもっているメーカーで絹マークは、その必要がない、流通から要望が少ない、などの理由を挙げるケースもある。

米沢織物のテキスタイル、服地は、ほとんどがアパレルメーカーから受注を受けて、素材を提供するというポジションのため絹マークの貼付はない。

#### (イ) 十日町産地

十日町織物工業協同組合には、現在十日町産地の27社のメーカーが組合員として加盟しているが、このうち、13社が「日本の絹」マークを製品に貼付して出荷している。

当初からマークを貼付している機業が大半であるが、平成19年から新たに大手2社が貼付するようになり、徐々に増加傾向にある。

「日本の絹」マークを添付するまでには至っていない大手の組合員などには、機業独自のオリジナルブランドを持ち、それが流通段階でも認知されているからという考えがある。

また、特に染め物の場合、十日町産地は丹後や長浜の白生地産地から生地を購入して、それを自社加工しているが、既に白生地段階で「日本の絹」マークのスタンプが押印されていて、二重表示になるという判断もある。

#### (ウ) 桐生産地

桐生産地では、和装関係組合員30社のうち9社（うち1社は白生地へのスタンプ）が該当商品に「日本の絹」マークのシールを添付して出荷している。

初年度は4社がこれを導入してスタートしたが、その後、流通や前売りからの要望もあって、次第に参画するメーカーが増加して9社になっている。

桐生産地は、生産量は数の上では絹よりも人絹・合化繊が相当多いために、絹に限っているマークだけに添付できる該当製品は自ずから限られるという事情もある。

#### (エ) 西陣産地

先染製品の主産地である西陣産地が組合として組合員が生産した帯、反物、ネクタイ等に絹マークを表示していくことを決めるとともに機関紙等で使用啓蒙するなど積極的に取り組んだこともあって組合員数603の10%に当たる61組合員が表示するようになった。なかには、製品の大部分に表示している組合員もいる。

#### (オ) 博多産地

博多織工業組合では、絹マーク表示について理事会で説明した段階である。絹マークの表示に積極的に取り組む業者はいない。現状では、「産地マーク」と「伝産マーク」の貼付で手一杯で、それ以上に貼るスペースがなく、意義も感じないという意見も多い。また、海外糸を使用して絹マークを貼付した場合、消費者からクレームがくれば、売り場で混乱し、説明に窮する、という懸念の声もある。

#### (カ) 鹿児島産地

奄美大島産地は、19年度より数社の組合員が絹マークの表示を行っている。

鹿児島産地は、産地組合として大島紬の絹マーク表示の許諾は得ているが現在のところ絹マークの貼付製品は皆無となっている。

絹マークが大島紬反物に貼付されない理由は、「産地証紙の旗マークだけで十分」という考えが強く、「絹マークをつける積極的な理由がない」というのが会員の共通した意見となっている。

一部には「商品の差別化に絹マークは有効性を持つ」という意見もあり、付加価値の高さをイメージ付ける絹マークの貼付に意欲を見せているメーカーもある。

### ②-2 後染製品

#### (ア) 京都産地

京都は京友禅で知られるように後染めの産地でもあるが、京都工芸染匠協同組合員の手描き友禅を除いてほとんど利用されていない。その理由として、京都で染加工される後染反物のかなりのもので輸入白生地が使用されているため、仮に絹マークを表示するとしたら自社製品の半分程度に絹マークが表示できないという事情も考えられる。

京都工芸染匠協同組合は、「手描京友禅証紙」を制定し、絹マークと同じように輸入白生地を用いたものは表示の対象外としているため、手描京友禅証紙が貼付されている製品には、絹マークも100%表示されている。

#### (イ) 複数の企業が提携して開発した製品に生産履歴を付加表示した絹マークの表示

大手百貨店が農業団体（繭生産農家）、製糸、機業、問屋等と提携してのオリジナルブランド製品を開発し、その製品に生産履歴を表示した絹マークを貼付し、各方面から注目

されるようになった。

こうした取り組みは、福島県の呉服専門店でも大手の間屋等と提携して独自の商品を開発し、その製品に生産履歴を表示した絹マークを貼付するようになるなど後染製品で広がりを見せつつある。

### ③洋装品

洋装品では、ニット製品製造の4社、洋装品関係5社、1組合製糸が絹マークの表示を行っている。これらの会社では、表示の対象となる製品には絹マークを表示している。

#### (5) . 絹マーク普及推進していくうえでの課題

絹マークを普及していくうえで、これまでに寄せられた主な課題は次のようなものである。

○百貨店、専門小売店の店員、スタッフ等に絹マークの貼付の目的、内容が正確に理解されていない。

また、消費者の絹マークに対する認知度は非常に低く、正確に理解している人は少ない。

○絹マークの表示の対象は、日本で製織された白生地及び日本で染織りされた和装品並びに製織、加工、縫製された洋装品となっていて素材の生糸等は輸入品であっても問わないことになっている。消費者の大半が和装品は素材の生糸から日本製であるというイメージをもっており、外国産生糸使用の可能性がある絹マークは消費者に誤解を与えることも考えられることから絹マークに積極的に取り組まない小売店もある。

○先染産地等では、産地組合のブランド名が消費者に認知されていて、産地ブランドの表示だけで十分であるとの考えが強い産地もある。

また、後染産地では、白生地にすでに絹マークのスタンプが押印されて、シールまで表示すると二重表示になり、その必要もない。

## 4 新たな蚕糸対策の実施と純国産絹製品の表示について

国内の和装需要の減退、安価な生糸や二次製品の輸入の増大等などによる生糸価格の低迷などから養蚕農家や製糸業の経営状況が悪化したことから養蚕農家、繭生産量も5年間で半減するなど危機的な状況にある。

こうした危機的状況から脱却し、わが国の蚕糸業を産業として発展させていくために新たな蚕糸対策が今年の3月から蚕糸・絹業提携支援緊急対策事業として実施されることに

なった。

事業の内容は、蚕糸・絹業双方の発展を図る観点から、生産・流通・販売に関わる事業者の連携の下、消費者から適性に評価される、国産の特徴を活かした純国産絹製品づくりを推進し、これに純国産絹製品であることを表示するための純国産絹マークを定めて普及していくこと等となっている。

この純国産絹マークの考え方は次のとおりである。

#### (1) 純国産絹マークの目的

社団法人 日本絹業協会（以下「絹業協会」という。）は、国産の繭から繰糸した生糸等を用いて国内で製織、染織、加工及び縫製された絹製品の消費拡大を図るために純国産絹マークを制定し、貼付して消費者にアピールすることとした。

#### (2) 純国産絹マークの表示の対象

純国産絹マークの表示の対象は、

①国産の繭から繰糸した生糸（紬糸等を含む）（以下これらを総称して「生糸」という。）を用いて、

(ア) 国内で製織された白生地及び国内で染織された和装品（きもの（反物及び仮絵羽）帯のほか絹業協会が認めた和装小物）、

(イ) 国内で染織（製編）、染色・加工及び縫製された洋装品（アパレル製品及び服飾品）で絹業協会が認めたもの、

②蚕糸業（養蚕農家・製糸業者、生糸流通業者等）と絹業（織物業者・流通業者等）の提携によって開発された生産履歴が明確な製品で国産の繭又は生糸の特徴あるいは希少性が活かされているもの、

とする。

#### (3) 純国産絹マークの使用のための手続き

純国産絹マークの使用は、絹業協会の純国産絹マーク商標使用許諾を必要とする。

純国産絹マークの使用の許諾を受けようとする者は、純国産絹マーク商標使用許諾申請書を絹業協会に提出する。

申請者は、蚕糸業（養蚕農家・製糸業者）と織物業者・流通業者等が提携して統一的な企画の下に国産の繭又は生糸の特徴あるいは希少性を活かした製品開発に取り組むグループの代表者とする。

#### (4) 生産履歴の表示

製品には生産履歴を明示することとし、表示項目を届けることとする。

表示項目と業者名

繭生産	****	製糸	****
製織	****	染色・加工	****

(5) 提携グループによる製品開発企画書の提出

国産の繭又は生糸の特徴あるいは希少性を活かした製品の特長とセールスポイントなどを内容とする企画書を提出する。

## 5. 日本の絹マークの今後の推進方策

### (1) 絹マークの趣旨、意義の徹底と普及推進

絹マーク表示の普及状況は、産地組合、企業の絹マークに対する考え方、取り組みによって違いはあるが、丹後、長浜等の白生地産地ではほぼ100%表示されており、西陣、米沢、桐生等の先染産地で普及の進展がみられるようになり、百貨店、呉服専門店が生産履歴を表示した絹マークを表示するなど生産から流通、小売の段階まで絹マークに対する理解はかなり深まってきている。

また、特に最近では、食品分野で産地偽装や品質、期限表示の偽装、輸入食品の安全性に関することなどの社会問題が次々と発生したことから、商品の生産履歴、品質表示などについて一般消費者等の関心が高まってきている。

こうした中で、これを機会に、絹マークの表示の対象としている絹製品は、国内の伝統ある優れた技術で染織、加工した製品であることなど絹マークの内容と、趣旨、意義などについて一般消費者等に対し徹底していくことが重要である。

絹マークの趣旨、意義の徹底と併せて、これまで推進してきた白生地、先染製品や後染製品等については、引き続き普及推進していくこととする。

### (2) 生産と流通が提携した絹マークの普及

19年度には、生産と流通・販売が提携して絹マークの普及を推進するために織物産地の流通の実態を調査するとともに、各産地でこうした取り組みの中心となるような企業を選定し、その推進方策について検討を行った。その要点は、次のとおりである。

①鹿児島産地では、同産地を代表するような機屋と大手の間屋が提携し、機屋のオリジナル製品に絹マークを貼付して間屋を通じて傘下の複数の専門店で販売する。

②織物集散地では、産地の間屋が中心となって製糸と機屋、染色・加工業者と提携し、間屋が傘下の複数の専門店と提携して、それぞれの専門店のオリジナル製品を製造し、その製品に絹マークを表示して販売する。

③西陣産地のネクタイ製造メーカーの場合は、これまで取引していた産地問屋が機能しなくなったため、新たな取引先として異業種と連携して、異業種の傘下の小売店でメーカーのブランド商品に絹マークを表示して販売する。

④博多産地の場合は、機業が製糸と提携して国産の生糸を用いて自社オリジナル製品を製造し、その製品に絹マークを表示して機業自ら経営している小売店で販売する。

今後、こうした取り組みを推進することによって、生産から小売まで繋がったかたちで国産絹製品を消費者にアピールすることができ、絹マークの普及も広がっていくと期待される。

### (3) 絹マークのPRの強化

絹マークを普及推進していくためには、絹マークの表示の趣旨、意義等について一般消費者等の理解を深めるためのPRを強化が重要である。

・絹マークのPRは、絹マークの意義を明確にして、産地組合、組合員、流通関係者、消費者等を対象に効果的に実施する。

・絹マークのPR媒体は、イベント（産地組合、地域、百貨店、関係業界）、電子媒体（インターネット）、紙媒体（パンフレット、ポスター、パネル、ファッション誌、業界紙等）を積極的に活用する。

消費者等の対象をしばって効果的に実施する。

・絹マークのPR媒体は、イベント（産地組合、地域、百貨店、関係業界）、電子媒体（インターネット）、紙媒体（パンフレット、ポスター、パネル、ファッション誌、業界紙等）を活用した特集記事、座談会等の実施

## 6. 海外調査

中国における生糸・絹織物の需給状況及びシルクマークについて

### (1) 国家商務部繭絲綢調節弁公室

同室副主任、市場運行調節司 王 北鷹、

同室処長、市場運行調節司 魏 波

(調査概要)

中国におけるシルク類（蚕種、繭、生糸、絹織物、絹製品等）の行政は、商務省にある本弁公室が一元的に所掌しているが、生糸及びシルク全体の需給関係情報は、主に中国シルク協会（数年前までは、国の一機関であった。）が扱っていることから、ここでは、昨年末から今年にかけて中国政府が直轄で実施した、生糸の政府買入れによる需給調整について及び中国が実施している「高級シルクマーク」に対する政府の考え（実施は中国シルク協会が行っている。）について聞くことにした。その概要は、以下の通りである。

(政府による生糸の買入れについて)

- 中国シルク協会が買入れする仕組みもあるが、今回は政府が直接買入れを行った。政府が生糸流通に本格的に介入して大量に買ったのは、今回が初めてである。
- 仕組みとしては、先ず、政府（弁公室）がどのぐらいの量を、どのぐらいの価格で、いつから買うかについて、公開でニュースとして流した。それでも生糸価格の低迷が収まらなかったため、期日が来たら製糸会社が生糸を政府に売り渡し、政府が在庫した。買入れ量が一定量になったところで、生糸価格の状況を見ながら市場に放出した。
- この仕組みは法律ではなく、関係者と相談して実施した。内規はあるが、秘密事項で公開はしていない。
- （今回の買入れの量及び現在の在庫はどの位かの質問に対して）市場に影響があるので、言えないとのことであった。買入枠の総量は公開しているが、どの位買ったところで、すなわち、どの位の生糸価格に回復したところで買入れを止めて、いつから、どの位の量を、いつ、どこに、どの位の価格で売り渡したのかを知りたかったが、言



えないとのことであった。

- 2人とも過去に会った事があり、その際、求めに応じて日本の繭糸価格安定制度の長い歴史やその仕組みについて、資料を提供したり詳しい説明もした経緯があり（今回の対策は、日本の過去の仕組みと類似している。）、粘って聞いてみたが、今回の措置は政府としては初めてのことであり、全体の総括が終わらないと公表できないので、その時期が来たら日中間で情報交換をしたいとのことであったので了知した。

（中国の高級シルクマークについて）

- 中国の高級シルクマークは、シルク製品としての品質の良さを明示したマークを、権限のある組織（中国シルク協会）が発行することにより、国内の絹需要拡大を図ろうとして発足したもので、中国シルク協会が責任主体として実施している。行く行くは、世界のシルク貿易の中で、良いシルク製品を示すブランドとして認知されるよう、地位を向上させていきたい。
- （中国では、地域や企業による品質格差が大きいと聞いているが、地域や企業間でシルクマークの運用について摩擦等がないかとの質問に対し）国内需要を高めていくことは、生糸・絹織物・シルク製品の需給状況を拡大均衡させるもので、ひいては繭や生糸の価格に大きく寄与し、関係者の収入を多くすることになるのであるから、シルク関係者が対立するためのものではない。問題は無いし起きてもいないと思う。詳しくは中国シルク協会にて聞いて欲しい。
- （日本では繭・生糸の生産が急速に減少し、生糸の自給率が5パーセント、絹自給率は1パーセントを切っており、国産繭から作ったシルク製品であることを示すシルクマークの制定を望む動きがあることについて、率直な意見を聞いたところ）養蚕、製糸に関する日本の先進技術を導入してきたことが、中国のシルク産業の発展に繋がってきたことに間違いはなく、そのような日本の養蚕・製糸が今後も小さくなっていくことは良いことではない。貿易摩擦に繋がるものでなければ、特に問題はない。
- （中国の生糸検査を、官能検査から機械（電子）検査に移行させる動きに関して、日本で使用される生糸の大半は中国からの輸入生糸であり、機械検査の導入に当た

っては、検査方法、スタンダード等について、日本の生糸需要者の意見を十分聞く必要があるとの意見を言ったところ）生糸の電子検査の技術については、以前から日本の研究が進んでいることは承知しており、昨年行われた中国シルク協会での日中交流の会議でも話されたように、技術交流を通じ意見交換をしていきたい。今回の杭州での中国国際シルクフォーラム 2007 でも、この課題に関する国際シンポジウム（生糸電子計測技術専門研究会）があるので、活発な交流を期待している。

- 今後とも、昨年行われた中国シルク協会と日本絹業協会との会合で合意されたように、中日間の情報交流を活発に行っていきたい。

## （2）中国絲綢協会

同会会長	弋 輝
同会秘書長	錢 有清
同会高級工程師	廖 夢虎

### （調査概要）

今回の調査のテーマである、中国における繭、生糸、絹織物等の需給（生産と消費）の状況及び中国におけるシルクマークに関する情報は、上述のように、中国シルク協会が中心となって行われていること、また、中国シルク協会と日本絹業協会は、日中間の情報交換の窓口になっており、関係情報の入手が他の機関に比べ比較的容易であることから、今回の調査は、中国シルク協会を中心に行った。

なお、日本国内でも容易に入手できるデータ関係については、別添資料を見ていただくとして、本報告では、当日中国シルク協会から説明を受けた内容を中心に報告する。その概要は以下のとおりである。（中国における繭、生糸、絹織物、染色した絹織物、シルク二次製品（アパレル等）等に関する生産、国別輸出、消費等についての詳しい内容については、後述の「中国国際シルクフォーラム 2007」において、中国シルク協会秘書長の錢有清氏が、「中国シルク産業発展計画」に沿って詳しい発表を行っており、今回の中国シルク協会の調査の際にその「中国シルク産業発展計画」を入手して和訳したので、そ

ちらも参考にされたい。

(繭・生糸・絹織物等の需給関係)

#### ① 近年の中国のシルク関連産業の位置

繭及び生糸生産は世界の70パーセント前後(別添3)、絹織物(白生地)の生産は45パーセント強で、いずれも世界1位である。生糸及び絹織物の輸出量は、国際市場における貿易量の、それぞれ80パーセント、60パーセントを占める(別添4)。染めた絹織物及びシルク二次製品といった加工度の高い製品についても、近年急速に増加している。(2006年から2007年にかけて、イタリアが中国の織物・二次製品に対して、セーフガードを発動しようとする騒ぎがあり、二国間協議で解決したことは記憶に新しい。)

#### ② 繭の生産・消費

中国政府(商務部)は、昨年「東桑西移」プロジェクトを実施し、これまでは中国の中心的な養蚕地帯だったが現在は工業発展が著しい江蘇(蘇南)、浙江(浙江杭嘉湖)等の沿岸地帯(高品質生糸(繭)の生産地で、日本ではA産地といわれており、日本への輸出生糸の大半を占める。別添5)の桑園を、それぞれ蘇中、蘇北、浙西へ、同様に広東(広東珠江三角洲)は北西に移動し、沿岸部は、織物やアパレル等の加工度の高いシルク製品の中心地にすることを推進しており、この政策はかなりの実績を挙げているが、沿岸地帯の繭生産は、全体としては減少している(この政策がなければ、沿岸地帯は大幅に減少していたはずであり、世界の生糸需給にかなり影響を与えたのではないかと主張していた。)

地域として増加しているのは広西省、雲南省等の山間地で、大規模な桑園が開発されており(これらの繭の新産地は、繭品質は悪く、したがって生糸の品質も低く、主にインド等への輸出及び国内需要に回っている。)、中国全体としては、2004年は大幅に減少したが2005年はやや増加し、昨年(2006年)は19パーセントの大幅な増加となった。中長期的には横ばい傾向になっている。

繭の需給は天候に左右され、生糸価格の刺激もあるので常に不安定であり、一昨年

は繭戦争が起きたほど不足したし、昨年は政府が買入れしたように極めて緩んだ。現在は均衡が取れた状況であるが、いつどうなるかは予想がつかないのが現実である。これはどこの国でも同じであると思う。

### ③ 生糸の生産・消費

生糸の生産は、繭生産と時期がややずれるが同じ傾向であり、2005年は減少、昨年（2006年）は前年6パーセントの増加となり、家蚕生糸は150万俵以上になり、今年（2007年）は1～8月で11パーセントの増加であり、このため昨年から今年前半にかけて生糸価格が下がり、政府買入れを行ったわけである。今は需給が均衡化しつつある。

生産量は、四川省、江蘇省、浙江省等が多い。急激に製糸工場を増やさないように指導している広西省も、繭が増えていることもあり急増しているが、品質が良くないので、四川等の生糸とともにインド等への輸出や国内需要が中心になっている。

生糸類の輸出数量は、昨年（2006年）は前年同期比39パーセントの減少、金額で19パーセントの減少になったが、今年（2007年）は、1～8月で見ると、野蚕を含んでインド中心に大幅に増加し、量は2.2倍、金額は1.8倍になっており、家蚕生糸もかなり増加し、需給均衡に寄与すると思われる。（別添4）

なお、中国シルク協会の話では、日本、欧州等へ的高级生糸の輸出単価は、30ドルでは赤字であり、労賃が上昇している沿岸各省では、元高もあり40ドルでもきつくなっているとのことであった。赤字輸出になっているところもあり、織物や二次製品と合わせてバランスをとっているとのことであった。

### ④ 絹織物の生産・消費

絹織物の生産も順調に伸びているが、急激な輸出の増加は欧州等との貿易トラブルになることから、その増加率は数パーセントにとどまっている。最近時の2007年1～8月では、3パーセントの増加である。輸出は、85パーセント以上シルクの織物で、2006年が17パーセント減少、2007年1～8月で1パーセントの減少となっている。

## ⑤ その他

中国では、上述のように沿岸地帯を中心に、加工度の高い染めた絹織物、シルク二次製品（アパレル等）等の生産・輸出に力を入れており、別添2の「中国シルク産業発展研究報告」にその詳しい考え方が記述されているので、参考にされたい。

また、生糸、絹織物、シルク製品等の貿易についても、輸出国別にその数量、金額、単価等についても同報告に詳しく述べられているので、参考にされたい。

なお、中国シルク協会の説明では、中国国内でのシルク品の内需は、近年の高度成長から生産の約30パーセントにまでになっている。政府としては、特に繭の品質にあまり影響されない寝具への利用を進めており（最近繭生産が増加している広西省は、繭生産量が2005年から中国1位の地域になっているが、繭の品質が悪い。）、所得の高い沿岸地域を中心に需要が大幅に伸びている。

さらに、最近インドでは、経済の高度成長に伴い絹需要が大幅に増加しており、繭・生糸の国内生産もかなり増加しているが、それでも追いつかず中国からの輸入が増加している。（2007年10月16日発表の中国紡織品進出口商会シルク部会が作成した統計を分析した資料を入手したので、別添11を参照されたい。）

（中国の高級シルクマークについて）

- 中国においては、中国シルク産業をブランドによりグレードアップ化する道をスタートさせるため2003年に高級シルクマークを制定し、同マークの登録管理団体である中国シルク協会は、その後その普及に力を入れている。
- 今回、中国シルク協会を訪問し、日本のシルクマーク関係資料を渡すとともに、中国のシルクマークに関する考え方や管理状況の現状等について情報交換をした。その内容は以下の通りである。なお、中国シルク協会が定めた「高級シルクマーク管理規定」及び「高級シルクマーク品質ハンドブック」を入手し、和訳したので、詳細については別添12及び13を参照にされたい。
- このマークは、中華人民共和国商標法と国家工商行政管理総局の定める商標登録管理規則に基づいて登録認可され、マークを制定した中国シルク協会は唯一の専用使用権を有する登録管理団体として、同マークの利用手続き、審査手続き、審査・検査基準等を

定めて法的管理を厳格に実施している。

- マークの制定の目的は、中国シルク文化を発揚し、シルクのイメージを向上させ、シルク製品の科学技術化を推進するとともに、シルクの国内市場を安定化してシルク国際市場での競争力を増強することにある。
- マークそのもののデザインは、中国語の「高档絲綢」(高級シルクの意味)と英語の「HIGH QUALITY SILK」の文字が併記され、蚕、繭、生糸及び絹織物を構成する抽象的な図案から成り立ち、優雅さと自然回帰との調和性をイメージしている。マークの色調は2種類あり、緑色のものは生糸100%使用、黄色味がかった藍色のものは生糸70%以上使用しているシルク製品に用いられる。
- マークを使用したい企業に対しては、当該企業の適格性及び申請シルク製品の適格性を審査することし、前者については中国シルク協会自らが審査を行い、後者については指定検査機関(3ヵ所及び同協会が適正と認める省クラスの検査機関)の所用の検査を受検させ、その検査結果をもって同協会が審査することとしている。具体的には、このマークを取得するには、次の4つの条件をすべて満たされなければならない。
  - ① 品質が良い。
  - ② 流行している。
  - ③ 売ってからのフォローアップが良い。
  - ④ 生産工程が環境にやさしい。(禁止している薬品を使っていない、国が定める環境基準以下の工場で生産されたものは不可等の要件がある。養蚕及び製糸の工程は含まれず、それ以降の工程が対象となっており、申請があれば、対象の工場に検査に入っている。)

申請企業及び申請製品が一定の要件を満たした場合、同協会は「高級シルクマーク使用証明書」(別添14)を当該企業に発行するとともに、「高級シルクマーク使用協定書」を当該企業との間で署名することとしている。これら証明書とマークの使用有効期間は2年間とし、2005年度には中国国内企業20社がこの高級シルクマークの使用権利を取得している。さらに、2007年までには、28の企業が同権利を取得するに至っている。(下表参照・・・この数値は、中国国内のシルク関係企業数との比較で見ると、極めて厳しい要件を果していることを示していると思われる。)

- 既にマークを使用している企業や製品に対しては、その生産現場及び販売市場の両面からサンプリング検査を行って品質を監視していくこととし、品質が要件に合致しない

場合又は規則に違反した場合は、使用協定を停止して、証明書とマーク・ラベル（別添 15）を没収するほか、必要がある場合は関係監督管理機関に摘発のために報告し、提訴することもできるようになっている。

- 中国シルク協会が定める高級シルクマーク管理規則は、上述のようなマークの有効な管理の根拠法規、マークの管理体系とその機能、使用条件、申請手続き、申請シルク製品の検査手続き、同マークの保護される事項等について述べられており、また、高級シルクマーク品質ハンドブックには、マークの定義、マークを使用する製品の主要品質特性、マークを使用する製品の範囲、マークを使用する企業の具備条件、適正な製品が保有しなければならない品質指標、指定検査機関等の細則を定めている。
- なお、多岐にわたる中国シルク協会の業務を紹介した同協会のパンフレットをいただいたので、別添 16 を参照にされたい。

中国高品質シルクマーク<sup>①</sup>の使用許可を受けている企業名簿

1上海絲綢集團股份有限公司	15湖州翔順工貿有限公司
2江蘇奔仙絲綢服裝有限公司	16鑫緣繭絲綢集團股份有限公司
3浙江凱喜雅國際股份有限公司	17浙江金達創業股份有限公司
4吳江絲綢股份有限公司	18上海真絲商廈有限公司
5達利絲綢(浙江)有限公司	19吳江飛翔印染有限責任公司
6富潤控股集團有限公司	20江蘇新民紡織科技股份有限公司
7杭州紅繩紡織品有限公司	21江蘇華佳投資集團有限公司
8山西省吉利爾服裝公司	22江蘇蘇豪國際集團股份有限公司
9杭州金富絲綢化纖有限公司	23江蘇相府絲綢有限公司
10浙江湖州梅月針績(ニット)有限公司	24江西省綠冬絲科實業有限責任公司
11浙江米賽絲綢有限公司	25浙江虹絹繭絲綢集團有限公司
12深圳華絲企業股份有限公司	26鉄嶺市永發繭產品有限公司
13万事利集團有限公司	27湖北夢絲家綠色保健製品有限公司
14杭州喜得宝集團有限公司	28蓋州市暖泉絹紡廠

(3) 蘇州大学

副学長（中国シルク標準分会委員長等）	白 倫
材料工程学院絲綢研究院院長（学部長）	陳 国強
同院教授（中国シルク標準分会委員、 江蘇省絲綢協会常務理事等）	陳 慶官
国際合作交流処副処長	陸 恵星

（生糸品質、生糸検査等）

- 蘇州大学は、シルクマークの要件に深く関連する生糸の品質及びその検査に関する研究が進んでおり（中国では最も研究水準が高い。日本では既に生糸検査所が無くなり、研究陣容が極めて薄くなっていることを考えると、世界一といえる。）、生糸検査技術、検査方法、スタンダード（生糸検査規則）作成における格付理論、特に今後中国が導入しようとしている機械による生糸検査（中国では電子生糸検査と呼んでいる。）と従来の官能検査との比較理論の研究に卓越している大学（研究機関）である。
- したがって、今回の訪問では、生糸品質、生糸検査等に関する現在の研究状況や、生糸電子検査に基づくスタンダード作りの状況を中心に調査を行った。

（白副学長及び陳慶官教授は、スタンダード案を策定する際の根拠となる資料作成の一翼を担うとともに、スタンダード案について、それを利用するシルク産業側から検討する国家レベルの組織である技術検討会シルク分科会の中心人物である。スタンダードそのものは国家検験検疫総局が策定するが、関係データに基づきその理論的根拠を分析し、シルク業界として受け入れることができる案か否かを検討するのは上記技術検討会である。この技術検討会の事務局は中国シルク協会であるが、実質的に活動するのは蘇州大学を中心とする研究者である。）

- 生糸検査は、品質の向上に欠かせない仕組みであり、すなわちシルクマーク設置の目的もここにあるのであり、したがって後述の「中国国際シルクフォーラム2007」において、特別に「生糸電子計測技術専門研究会」が組まれたのであるが、蘇州大学での調査内容については、この専門研究会の内容とほとんど重複するので、そちらの報告を参照にされたい。



- 訪問の際に、蘇州大学のパンフレットをいただいたので参照にされたい。

#### (4) 浙江大学

経済学院教授 顧 国達  
(繭・生糸の需給分析)

- 浙江大学経済学院(学部)は中国屈指の経済学部で、特に繭・生糸を中心とした中国蚕糸・絹業経済研究の中心的大学であり、その中でも顧教授は、繭、生糸等の経営分析では日本でも知られた中国を代表する研究者である(最近まで、東京大学大学院に交流研究員として在籍していた。)
- 顧教授からの情報は、近年同教授が著作した「蚕業経済管理」(別添19)に詳しく書かれており、その本をいただいてきたので、それを参照にされたい。

#### (5) 浙江絲綢科技有限公司

常務総経理 王 海平

(浙江省における高級シルクマーク及び企業固有のシルクマークの普及・管理現状)

- 浙江省は中国におけるシルク産業の中心地であり、中国で生産されるシルク製品の50パーセントが浙江省で行われており、シルク製品輸出の42パーセントが浙江省のシルク製品である。
- 浙江省は、江蘇省と並んでシルクの品質管理では中国でも進んでいるところである。浙江省は、2002年の中国高級シルクマークの検討時から参加しており、2003年の制度発足のときから、幾つかの企業が導入している。現在28の企業が使っているが、そのうち17企業が浙江省の企業であり、本公司も使っている。真綿、生糸、絹織物、染めた絹織物、服飾(アパレル)等、すべてのシルク製品に使っている。
- (28という企業数は、中国全体のシルク関係企業数と比較して見ると、資格を取るのがかなり厳しいようだが、企業側から見てどうかとの問いに対し) そのとおりで、条件が厳しく、その条件を満たすにはかなりのコスト高になる。特に環境要件を満たすには大変である。また、小さな企業にとっては、中国シルク協会の年会費2万元は、かなりの負担になっている面もある。このため、最初に仕組みができたときは、浙江省、江蘇省を中心に有力企業が参加したが、その後は増えていない。しかし、厳しいから価値もあるのであり、この高級シルクマークは大事にはしてい

るが、最近では個別企業ごとの競争が激しくなっており、有力企業はみんなこのマークを持っていて差別化にはならないので、浙江省ではむしろ個別企業のトレード（ブランド）マークに力を入れる傾向にある。こちらの方が消費者に通りが良いので、商談の時も、企業はトレードマークの方を強調することになる。（別添20参照。高級シルクマークの紹介の後のページは有力企業の宣伝であり、個別企業ごとのトレードマークを強調している。アパレル製品の商談、特に輸出の際は、このトレードマークがないと商談が進まないと言っていた。）

- 現状を素直言うと、浙江省や江蘇省の有力企業は、中国シルク協会のマークより「省馳（著）名商標」に力を入れている。このマークは、シルク製品に限らずすべての工商業製品が対象になっており、省工商行政管理局にある委員会（23～25人の専門家で構成されている。）で認められると、「浙江省著名商標」がもらえる。更に良いものは、国家工商行政管理総局の審査により「国家著名商標」がもらえる。このマークは数が少なく、極めて高いブランド性がある。また、この著名商標になると、省のマークは省から、国家のマークは国から奨励金がもらえるのも魅力である。
- 現在、浙江省のシルク産業で省の著名商標をもらっているのは10数件、国家のものも2件で「万事利」と「金富春」であり、この2件は、全国レベルでの有名シルクブランドになっている。われわれもこれに続くべき努力をしているところであり、特に国内需要が高まっている真綿の分野での取得に力を入れている。
- 全国のシルク産業で国家レベルの著名商標をもらっているのは、生糸が3件、シルク製品が4件、真綿が1件であり、いずれも中国シルクを代表する有名ブランドになっている。

(6) 浙江省出入境検疫局糸類検査センター（浙江省の輸出入生糸の検査センター）

同センター主任 王 俊

同センター総合科長 董 鎖曳

独立行政法人農林水産消費技術センター横浜センター検査技術研究官

宮下昌則

同センター検査技術研究官 森 良種

中国における生糸検査は、各省にある輸出入品検査機関の中にある糸類検査センターで

行っており、日本へ輸出される高級生糸の多くは、浙江省杭州市にあるこの生糸検査センターと江蘇省無錫市にある生糸検査センターが輸出検査を行っている。また、前述の蘇州大学と並んで、生糸電子検査の研究開発の中心機関となっている。さらに、このセンターと日本の独立行政法人農林水産消費技術センター横浜センター（旧横浜生糸検査所）の生糸検査研究部門とは、2年前から生糸電子検査（日本では生糸機械検査）に関する共同研究をしており、今回の訪問では、横浜センターの検査技術研究官2名にも加わっていただき、共同研究の情報交換や今後の進め方等についても話し合った。

（最近の生糸検査の現状について）

- 一日で40件（400俵）の検査をしており、最近は若い検査官が少なくなっていて大変である。特に、沿岸部の工業発展地帯の生糸検査センター（浙江省、江蘇省、山東省等で、いずれも輸出生糸検査の中心センター）は、若い優秀な検査官を確保することが難しくなっており、生糸電子検査導入の一要因にもなっている。
- 生糸検査に対する最近の要望は、日本からのクレームは少なくなっているが、欧州のユーザーからは、「抱合」と「つなぎの強さ」についてクレームが多くなっている。特に強く撚糸をする際に、つなぎ目がほどけて抜けてしまうことに対する不満が寄せられている。

（生糸電子検査について）

- これまで横浜センターとはデータの交換等を通じて共同研究をしてきたが、目的は一つで、生糸電子検査における正しい世界のスタンダードを作るためである。また、日本には浙江省の生糸がたくさん輸出されており、日本のユーザーの意見を聞くことは大事なことなので、2008年は横浜センターとの協力を、より密接にやっていきたい。
- 電子検査の機械については、最近の研究で関係機関（蘇州大学、江蘇省無錫の生糸検査センター、浙江省シルク研究所及び本センター）の意見が合ってきて、本センターの方式に集約されつつある。本センターとしては、ウースター方式を評価しているものの、節の検出には不十分であることは認識している。

（ウースターは、スイスの世界的な検査機器メーカーであり静電容量方式使っている。この方式は「織度偏差」の検査には適しているが、日本の織物業者が重要視してい

る「節」の検出には不十分であり（きものの生地に節があると染め欠点ができる売物にならなくなってしまうことから、生糸の品質では最も重要な項目になっている。）、日本側からは、電子検査の議論の初めから（1990年代初頭から議論されている。）この点を指摘し、この節の検出が容易にできるセンサー方式の機械を開発し、その原理の導入を中国側に主張してきた経緯がある。一方、中国は、ウースター社から高価な検査機械を、数か所の各省の生糸検査センターや関係研究所に無料で提供されてきた経緯がある。）

そこで、静電容量方式にセンサー方式も加味した本センターの方式（日本の「計測器工業」が当センターに提供したものをベースに、当センターが改良したもの。）の機械を中心に研究を進めてきた。ウースター型が入っていたところにも本センター型の機械が入り、研究が進められ、概ね中国の生糸検査関係の研究機関では、意見が揃ってきている。

- この仕事は世界の生糸の品質にかかわる重要な仕事であり、早く研究を進め、早く使えるようにしていきたい。なお、これまでの研究成果については、今回の中国国際シルクフォーラム2007の「生糸電子計測技術専門研究会」で発表するので、そちらでの検討に加わっていただきたい。
- 日本側からは、中国は生糸生産の大国であり、世界の生糸輸出の大半を占めることから、中国のスタンダードは世界のスタンダードになるのであり、消費国の意見を十分聞いて欲しい旨述べるとともに、事前に両国の研究者間で検討してきた「生糸電子（機械）検査に関する試料交換計画（案）」について打合せを行い、合意に達した。
- 当センターに導入されている生糸電子検査機械装置を見学したが、以前写真で見たものよりは、かなり完成度が高いものになっており、この機械が、ウースターの機械に代って関係研究所にも入っているとのことであった。

#### （7）中国国際シルクフォーラム2007

今回のフォーラムは、日本のシルク産業関係者（製織業者や白生地問屋、染漬問屋（きものメーカー）等）の関心が高い、すなわち、生糸、絹織物（白生地）等中国からの輸入の多い、シルクの素材や一次製品に関するテーマは少なく、中国シルク産業の関心が、染めたシルク織物、衣料（アパレル製品）等のような、より加工度の高いシルク製品になっていることから、ファッションや品質商標が中心であった

- 参加各国が行ったシルク類（繭、生糸、絹織物等）の生産・流通状況等の状況報告については、中国からの報告を除いて特段に報告する事項はなく、中国の報告についても既に上記の中国シルク協会での報告で述べているので、詳しくは別添2を参照にされたい。  
なお、今回の中国シルク協会調査のアポイントを取った際に、本フォーラムで日本の情勢の報告をして欲しいとの要請があったので、大会初日の基調講演の一人として講演を行った。（別添24）
- 本フォーラムで多くの時間を割いた、デザインやファッション関係は、本報告の主題ではないので省略する。また、品質商標関係についても、上記のシルク協会や浙江絲綢科技有限公司等の報告で既に述べたこととほとんど重複しているので、そちらを参考にされたい。
- 中国シルク協会の弋会長より、国際シルク協会（I S A）がなくなった現在、今回のようなシルクフォーラムを定期的を開いてはどうかとの声を方々から聞くが、中国国内の調整が必要だが、個人的には今後2年に1回程度、原則として中国で開催してはどうかと考えていること、最初は小さい会合から始まり少しずつ大きくしていくつもりであること、このような考えをまとめて各国に提案するつもりであることとの話があった。
- 私からは、判断を伴う発言ができる立場にないが、その構想については良いアイデアであり、昨年中国シルク協会を訪問した大日本蚕糸会会頭が、今年日本絹業協会の会長にも就任したので、高木会長に伝え、誠実に検討する旨回答するとともに、今回の提案をペーパーにして高木会長あてに送ってくれるように申し入れ、了承された。

（生糸電子計測技術専門研究会）

本専門研究会には、主査を務めた白倫蘇州大学副校長（副学長）をはじめ、中国における生糸電子検査関係の研究者のほとんどが参加しており、検査データの数学的解析をベースにした格付理論を中心に、かなり高度で専門的な内容のワークショップであった。数学的内容を詳しく述べることは本報告の主旨ではないので省略するが、その代わりに本専門研究会で報告された主な報告を和訳して添付したので、それを参照にされたい。

なお、中国浙江省生糸検査センターと横浜センターが、昨年から今年にかけて同一検査資料を交換して行った生糸機械（電子）検査のデータ比較によれば、両検査結果はかなり類似しており、また、従来の官能検査とも大きな差はないことも今回の発表で明らかになり、生糸電子検査の実現が近いことが、今回の専門研究会の出席者の共通認識となったよ

うであった。

(主な参加者)

銭有清	(中国シルク協会秘書長)(本専門研究会主催者)
廖夢虎	(同協会高級エンジニア)
白 倫	(蘇州大学副学長)(主査)
陳慶官	(同大学教授)(日本語通訳)
陳宇岳	(同大学教授) 他蘇州大学関係者多数
董鎖曳	(浙江省生糸検査センター) 他無錫、四川、重慶等の生糸検査センター の関係者多数
周 穎	(浙江省シルク研究所所長) 他同研究所関係者多数
宮下昌則	(独立行政法人農林水産消費技術センター横浜センター検査技術研究官)
森 良種	(同横浜センター検査技術検査官)

以上の他、浙江省シルク会社をはじめ中国各省のシルク会社関係者多数、中国製糸会社関係者多数が参加した。また、オランダ等の欧州シルク関係者、インドのシルク関係者、香港のシルク関係者等も参加した。