



## アパレル

### ▼国内生産回帰の動き

大手アパレルメーカーは2021年11月、百貨店などで販売する高価格帯商品の生産について、中国や東南アジアから日本に切り替える方針を発表した。現在、約4割の国内生産を今後3〜5年のうちに5割以上に引き上げる予定である。

この背景には、以下に挙げるとおり、海外生産による問題を減らしたいという要因があった。

第一に新型コロナウイルスに伴うロックダウンで東南アジアにある生産拠点の稼働率が低下したことに加え、海上輸送用のコンテナが不足したことにより約2割の商品の到着が遅延するという問題が発生したことである。

第二は海外で生産する場合のデメリットである。海外生産の場合、商品サンプルのチェックや海上輸送などに時間がかかるため、国内で販売するまでに2カ月程度要する。しかも、一括発注による生産であるため、売れ筋商品の追加生産ができず、販売機会を逃したり、売れ残りによる値引き販売や廃棄による損失が発生したりするリスクがある。国内生産だと販売までのリードタイムを短縮し、売れ行きに応じた生産も可能になる。

第三は生産コストの問題である。中国や東南アジアでは人件費や原材料価格が上昇し、国内生産とのコスト差が縮小していることに加え、直近の円安を踏まえ、急激な為替変動に左右されない体制を構築したいとの意向が働いたと考えられる。

## 皮革

### ▼大手セレクトショップ、播州織と連携

兵庫県皮革産業協同組合連合会は、アパレル関連企業や協同組合等との連携により「ひょうごレザー」のブランド化推進に取り組んでいる。

一つは2020年6月の大手セレクトショップ運営会社との連携による取り組みだ。21年2月にゴルフアイテム8種類、11月にはTシャツ、ポーチ、靴など12種類27商品、22年10月には衣料やバッグなど6種類の商品が製作され、同セレクトショップの東京と神戸の店舗で販売された。この衣料・バッグ類は23年1月開催のパリのファッションウィークに出展される予定で、ひょうごレザーの需要拡大を目指している。

もう一つは播州織工業協同組合と連携したことである。ひょうごレザーと播州織のコラボにより、21年に乳幼児用のファーストシューズ、22年に同ファーストバッグを開発した。22年3月にはパリのショップで展示され、12月には「東京レザーフェア」に出展した。また、播州織の有名デザイナーが手掛けるブランドとのコラボが実現し、シューズ4点とバッグ2点を製作、東京にある同ブランドの直営店で展示した。これらの展示品について今後の商品化を目指している。

(※) 原皮から生産した皮を100%使用し、兵庫県内でなめたもの。排水などの廃棄物処理が適正に管理された工場で製造された革だけが認定される。

## 乾麺

### ▼「播州乾麺」輸出拡大へ産地一丸でPR

2021年5月、兵庫県手延素麺協同組合と兵庫乾麺輸出拡大協議会が設立された。「播州乾麺」ブランドにより、25年度の乾麺輸出量を20年度比1.5倍の2千トンとする目標を掲げている。

同協議会は、加盟事業者に欧米や東南アジア向けの商品開発を呼びかけ、各社は21年度中に唐辛子を練りこんだうどんや抹茶そばなど16種類の海外向け新商品を開発した。これらの商品は22年3月以降、国内開催の展示会に2回出展された。22年6月の「日本の食品」輸出EXPO」ではコロナ禍の収まりを受け海外からバイヤーが多数来場し、彼らから具体的な要望を聴取できた。また、10月にシンガポールで開催された「Food Japan 2021」は、日本食に特化した海外展示会であるため商品への関心度は高く、有意義な出展となった。



Food Japan 2022 出展ブースの様子

また、海外の市場調査を兼ねて一部商品のテスト販売を9月からシンガポールで開始、12月には英国とベトナムに拡大させるなど、更なる輸出拡大を目指した取り組みを行っている。