

# 畳表の流通実態調査報告書

平成 18 年 12 月

熊本県い業生産販売振興協会

〒866-0043 熊本県八代市古城町 2690 番地

(電話)0965-35-3899 (FAX)0965-35-5780

(E-mail)info@tatamize.or.jp

<http://www.kumamoto-tatami.com/>

はじめに

マスコミでは戦後最長の「いざなぎ景気(1965～70年)」をこえる好景気が続いていると報道されています。い産業界も、この景気の波に乗り、新たな船出をしたいと希求致しております。

さて、私共熊本県い業生産販売振興協会では、毎年畳表の総需要量を調査しておりますが、最近3カ年は2100万畳程度で推移していることが把握されました。

い産業界を取り巻く環境は確かに厳しいものがありますが、年間総需要量は減少しておらず『需要安定期』の局面にあるといえます。

高度成長期やバブル景気の頃の需要量を期待することは、住宅着工数、住宅の洋風化や畳表替えの減少等により難しいとは思いますが、畳表需要安定期の現状をふまえ、これからのい産業界振興にむけ、本年9月に第32回熊本県い業大会を開催致しました。

い業大会において「生産振興プロジェクトでは生産技術の向上、加工技術の向上、組織化の推進」「流通販売プロジェクトでは産地市場の合理化、新たな県産畳表の共通表示(QRコードの導入)、安定した出荷システムの確立」「需要拡大プロジェクトでは情報の整理と掲示、QRコードを活用した産地偽装防止策の確立、QRコードを利用した需要拡大(安全・安心な畳表のPR)」などの実施計画が発表されました。

また、具体的な実行チームとして、本年10月に生産者・JA・産地い業関係団体や行政からなる「熊本県いざ・畳表活性化連絡協議会」を結成致しました。

畳表の年間需要量が横バイで推移しているなかで、産地熊本県は生産・流通・需要拡大にむけて行動を開始致します。

本アンケートは、全国畳店の皆様の経営動向や畳表の流通状況等の実態を伺い、今後の業界活性化の基礎資料とする目的で実施致しました。アンケートにご協力いただいた事業所は722店にのぼり、貴重なご意見を伺うことが出来ました。この場を借りまして、アンケートのご協力を厚くお礼申し上げます。

アンケート結果は、経営者の高齢化に伴う後継者問題や今後の厳しい経営見通し等が昨年同様に明確となっています。また、産地偽装問題はそのまま「藪のなか」ではすまされない現実も浮かび上がっています。

本アンケートをい産業全体で直視して、業界振興・活性化に少しでもお役に立てれば幸甚に存じます。

本事業推進にあたり、ご協力いただいた関係各位に重ねて厚くお礼申し上げます。

平成18年12月

熊本県い業生産販売振興協会

会 長 加 来 誠 一

## 調査フレーム

1. 調査目的 本調査は、畳表の流通実態、販売促進活動、産地イメージや製品表示の効果等について調査し、今後の業界振興計画の基礎資料とする目的で実施致しました。
2. 調査地域 全 国
3. 調査対象 畳 店
4. サンプルング方法 NTT「タウンページ」より重複掲載分をチェックし、10,894事業所より2,000事業所を系統抽出しました。

### 5. 回収状況

抽出数	回収サンプル数	回収率(%)
2,000	722	36.1

なお、「住所不明」「廃業」等により17票が返送されました。

10,894事業所より2,000事業所にアンケートを送付して、17通(0.9%)が「住所不明」「廃業」等により返送されたことにより、全国の畳店(母集団)は10,800事業所程度と推計されます。

6. 調査方法 郵送配布郵送回収法
7. 調査期間 平成18年10月27日～11月22日
8. 調査機関 (調査主体)熊本県い業生産販売振興協会  
(調査機関)株マーケティング開発

### 9. レポートご利用上のご注意

- ①集計(%)は小数点第2位を四捨五入して第1位まで表示していますが、分析では原則として実数(小数点第1位を四捨五入)表示しています。そのため、グラフ・表とコメントの数値が異なる場合がありますのでご注意ください。
- ②図表中にあるNもしくは( )内数値は、比率(パーセント、平均値)算出上の基数(標本数)です。
- ③アンケートでは必ず統計誤差が発生します。今回の回収数(722サンプル)の場合、±4～5%程度の統計誤差のあることをご理解のうえ、レポートをお読みください。

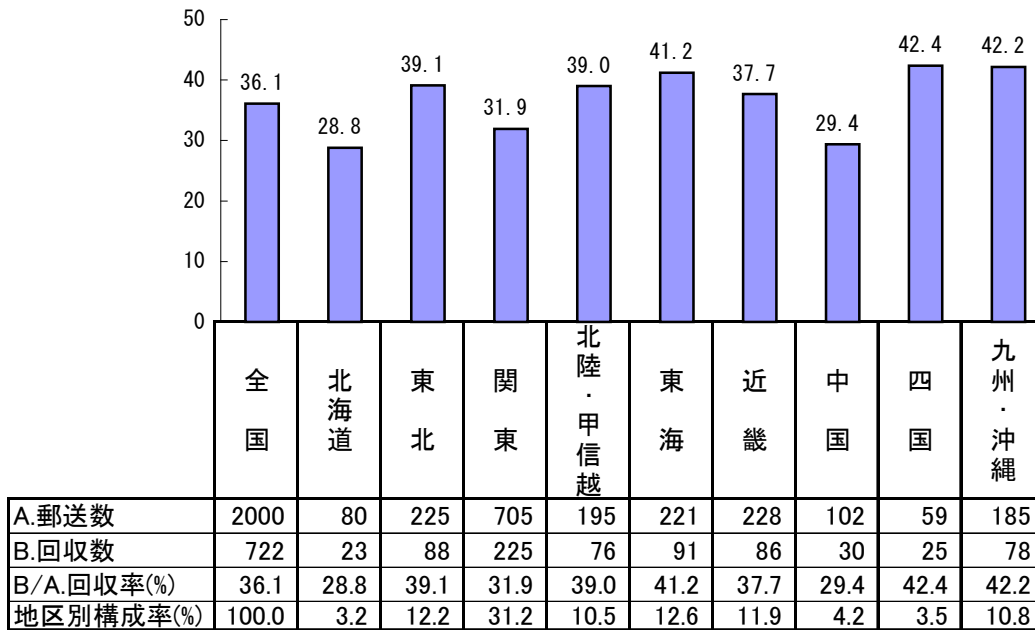
## 調査結果の概要

### 1. 地区

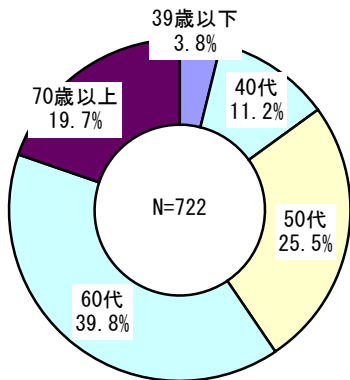
全国2,000事業所のうち722事業所から回答をいただきました。

地区別にみた回収率は、各地区から3～4割台の回収状況となっています。

地区別回収率(%)



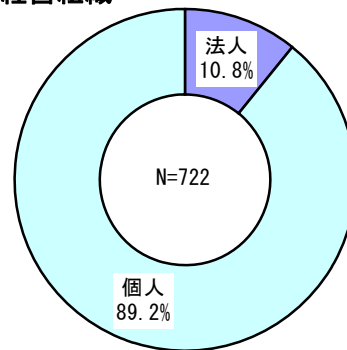
### 2. 経営者年代



経営者年代は「39歳以下」4%、「40代」11%、「50代」26%、「60代」40%、「70歳以上」20%と、50～60代が65%を占めています。

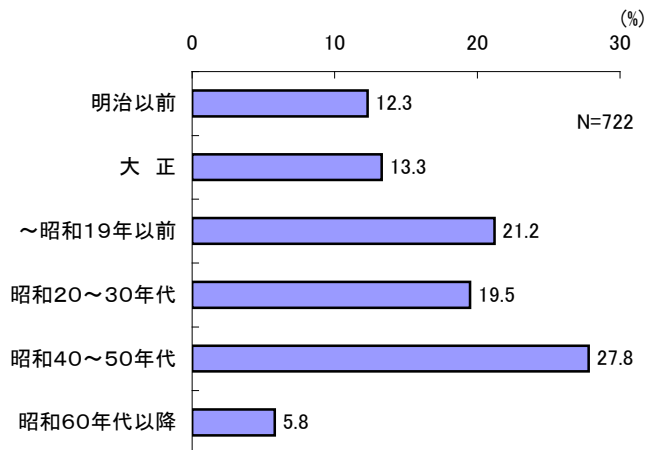
平均年齢は61.0歳です。

### 3. 経営組織



経営組織は、「法人(内訳:株式会社1.4%、有限会社9.0%、合名・合資会社0.1%、企業組合0.3%)」11%、「個人」89%と、個人経営が9割を占めています。

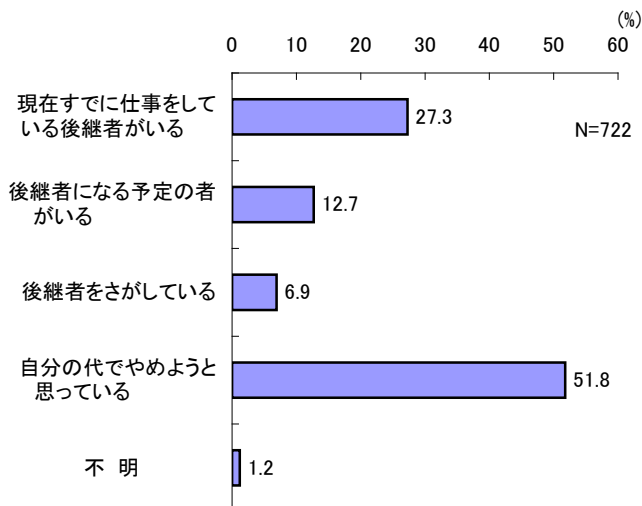
#### 4. 創業年



創業年は、「明治以前」12%、「大正」13%、「～昭和19年以前」21%、「昭和20～30年代」20%、「昭和40～50年代」28%、「昭和60年以降」6%と、昭和20年以降の創業が53%を占めます。

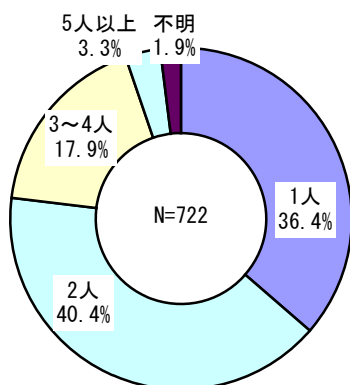
また、昭和60年以降約20年間の創業率は6%です。

#### 5. 後継者の有無



後継者問題については、「後継者がいる」40%（内訳：現在すでに仕事をしている後継者がいる27%、後継者になる予定のものがある13%）、「後継者をさがしている」7%、「自分の代でやめようと思っている」52%と、自分の代で廃業を考えている事業所が過半数を占めています。

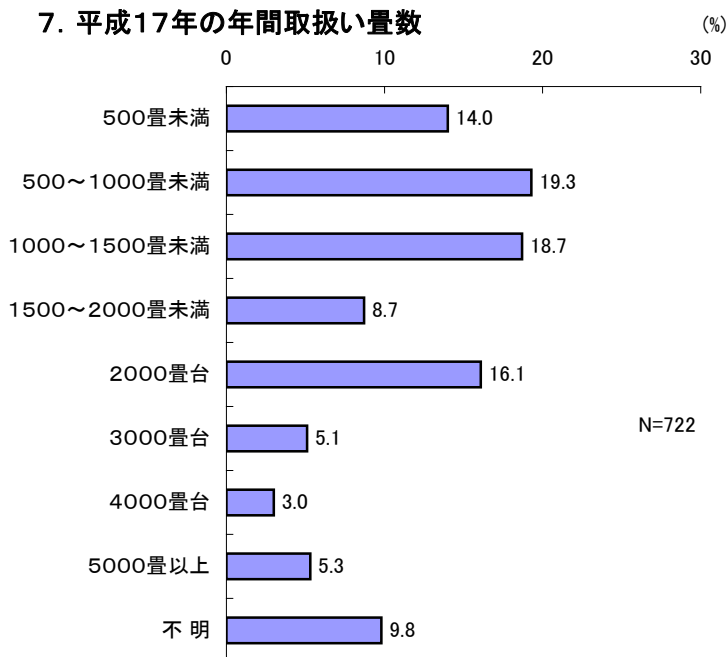
#### 6. 総従事者数



経営者を含む総従事者数は、「1人」36%、「2人」40%、「3～4人」18%、「5人以上」3%となっており、1～2人の事業所が全体の7割強を占めています。

平均従事者数は2.1人です。

## 7. 平成17年の年間取扱い量数



平成17年(1月~12月)の年間取扱い量数は「500量未満」14%、「500~1000量未満」19%、「1000~1500量未満」19%、「1500~2000量未満」9%、「2000量台」16%、「3000量台」5%、「4000量台」3%、「5000量以上」5%となっており、2000量未満が約6割を占めます。

1事業所当りの平均年間取扱い量数は1938量です。

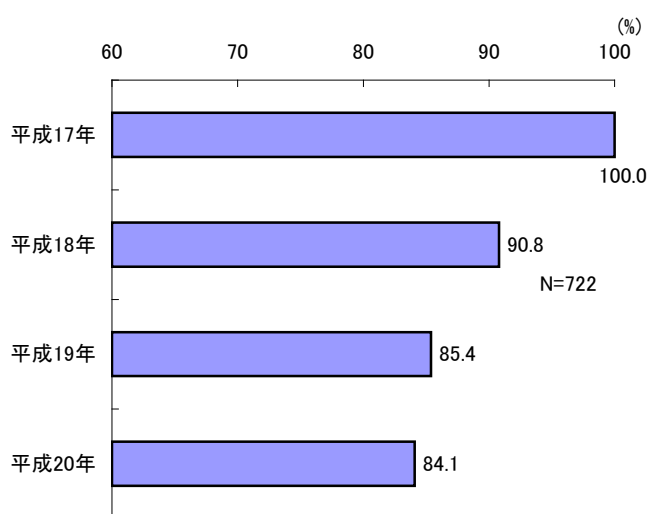
最近2年間の年間平均取扱い量数をみると、平成15年1783量、平成16年1895量となっており、時系列でみると取扱い量数は増加傾向にあります。

また、年間取扱い量数を大小順に並べ替えて真中の値(中央値)を求めると1200量であり、月間100量・年間1200量の事業所が標準的な規模といえます。

ここで我国における量表の年間総需要量を平成17年ベースで推計すると、約2100万量となります。

(1事業所当り平均年間取扱い量数:1938量)X(全国の量店数:10,800事業所)÷2100万量  
年間総需要量の約2100万量は最近3カ年間横バイで推移しています。

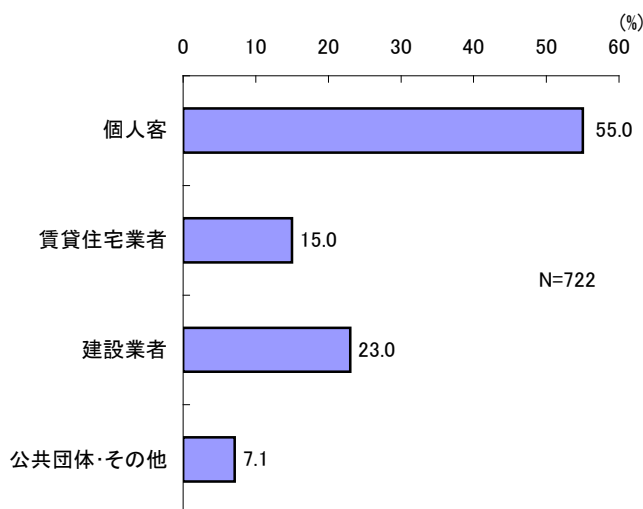
## 8. 年間量表取扱い見通し



平成17年(1月~12月)の年間量表取扱い量数を100とした場合の今後の見通しは、平成18年90.8、平成19年85.4、平成20年84.1と、逡減傾向がうかがえます。

ちなみに、平成19年の売上目標(平成17年=100)は、80%未満24%、80%台20%、90%台18%、100%台15%、110%以上7%、不明17%となっています。平成19年の平均売上目標(85.4)に対し、マイナス指標の事業所は4割、プラス指標の事業所は4割と拮抗しています。

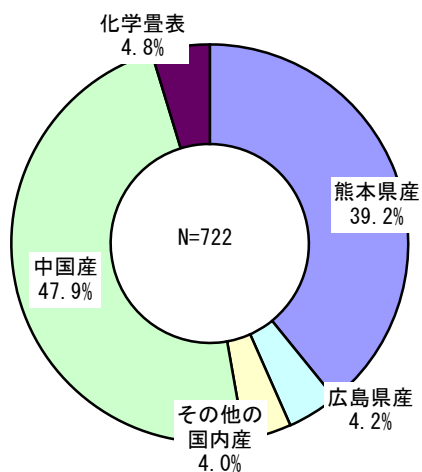
## 9. 平成17年(1月～12月)の畳表取扱い構成割合



平成17年(1月～12月)の年間畳表取扱い量に占める新調畳と畳表替えの構成比は、「新調畳」31%、「畳表替え」69%とほぼ『3対7』の割合です。

平成17年(1月～12月)の年間畳表取扱い量に占める業種別構成比は、「個人客」55%(昨年調査50%)、「建設業者」23%(同25%)、「賃貸住宅業者」15%(同18%)、「公共団体・その他」7%(同7%)と、個人需要が過半数を占めています。昨年にくらべ5ポイント個人客のウエイトが高くなり、いわゆる「業者」の構成比が低下しています。

## 10. 平成17年(1月～12月)の畳表取扱い構成比

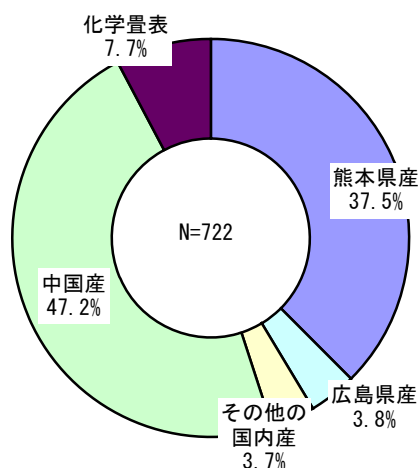


(注)ウエイト集計による

平成17年(1月～12月)の年間畳表取扱い量の産地別構成比率は、「熊本県産」39%、「広島県産」4%、「その他の国産」4%、「中国産」48%、「化学畳表」5%と、国内産が47%を占めています。

これは年間総需要量2100万畳のうち約1千万畳に相当します。それだけの量を国内で生産しているのでしょうか。流通在庫や統計誤差も考慮しなければなりません。現状の生産量と需要量(流通量)には400万畳程度のギャップがみられ、産地偽装問題が内包されていると言わざるをえません。

## 11. 2～3年後の畳表取扱い構成比

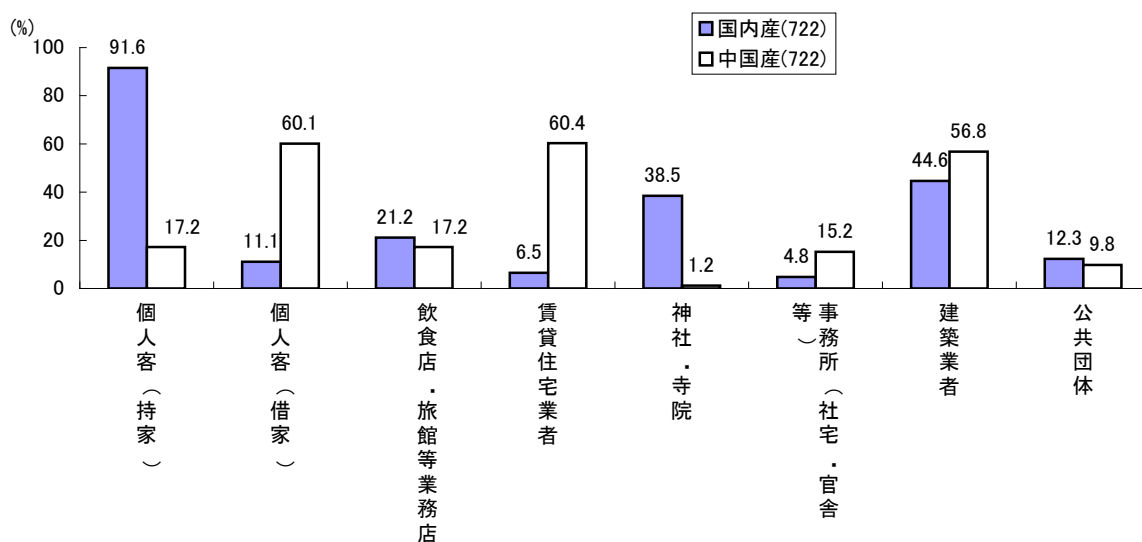


(注)ウエイト集計による

2～3年後の年間畳表取扱い量の構成比は、「熊本県産」38%、「広島県産」4%、「その他の国産」4%、「中国産」47%、「化学畳表」8%と、国内産が減少し、化学畳表がシェアアップする予測です。

また、国内産のシェアは減少する予測ではありますが、総需要量の4割強の占有率は現実離れた数値であり、産地偽装問題解決にむけた対策が望まれます。

## 12. 主な利用客

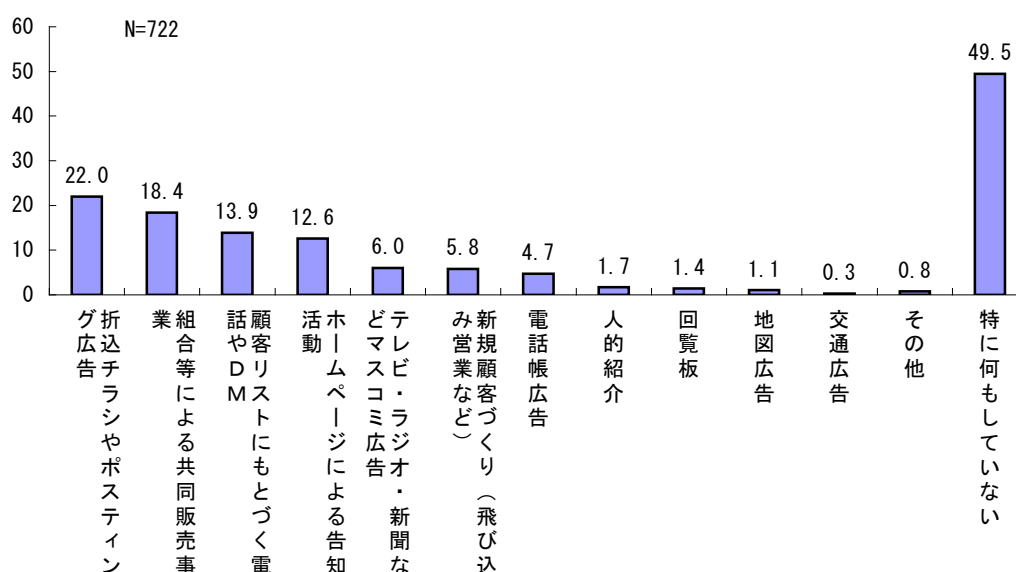


国内産畳表の主な利用客は、「個人客(持家)」92%(昨年調査91%)、「建築業者」45%(同42%)、「神社・寺院」39%(同45%)がベスト3であり、なかでも「個人客(持家)」が突出しています。

中国産畳表の主な利用客は、「賃貸住宅業者」60%(同67%)、「個人客(借家)」60%(同62%)、「建築業者」57%(同63%)がベスト3です。



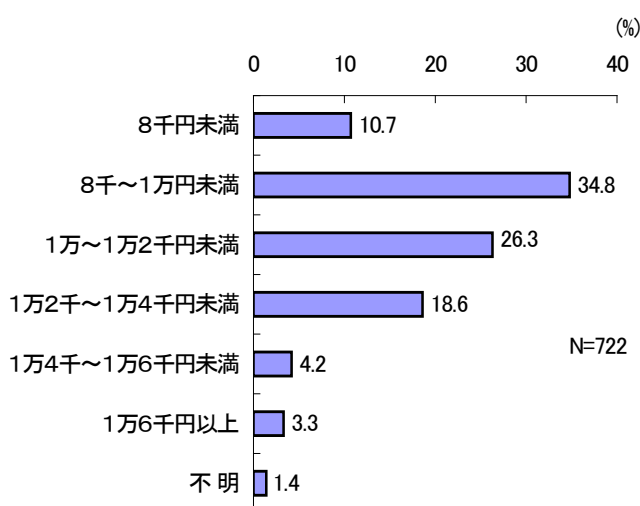
### 13. 販売促進活動



現在実施している販売促進活動は、「折込チラシやポスティング広告」22%、「組合等による共同販売事業」18%、「顧客リストにもとづく電話やDM」14%や「ホームページによる告知活動」13%と続きます。

一方、「特になし」が5割を占めています。

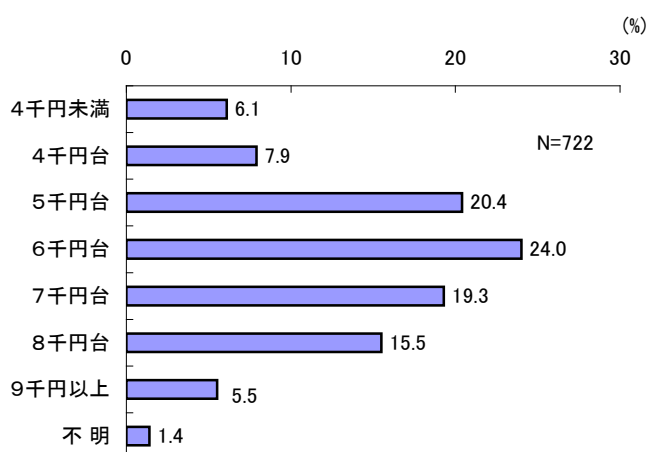
### 14. 新調量の1畳当り価格



新調量の1畳当り価格(消費税込み)は、「8千円未満」11%、「8千～1万円未満」35%、「1万～1万2千円未満」26%、「1万2千～1万4千円未満」19%、「1万4千～1万6千円未満」4%、「1万6千円以上」3%となっており、8千～1万2千円未満が61%を占めます。

平均価格は1万606円です。平成16年調査では1万181円、17年調査では1万212円であり、価格は微増傾向にあります。

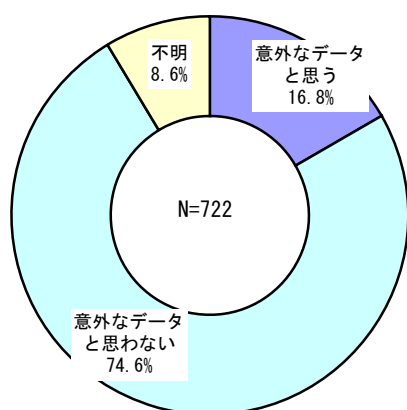
## 15. 畳表替えの1畳当り価格



畳表替えの1畳当り価格(消費税込み)は、「4千円未満」6%、「4千円台」8%、「5千円台」20%、「6千円台」24%、「7千円台」19%、「8千円台」16%、「9千円以上」6%となっており、5千～7千円台が64%を占めます。

平均価格は6626円です。平成16年調査では6361円、17年調査では6461円であり、新調査と同様に価格は微増傾向にあるといえます。

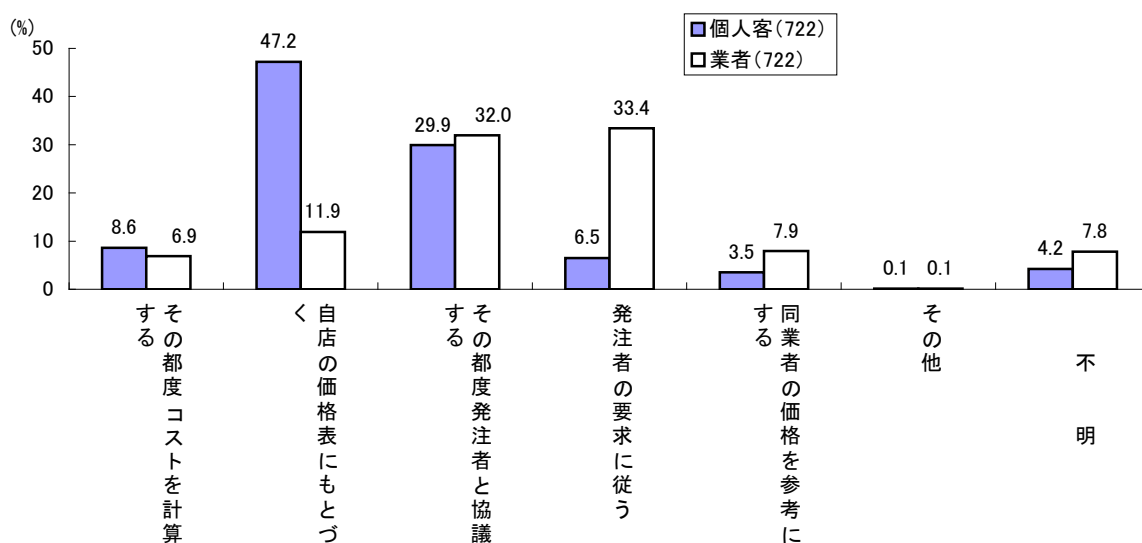
## 16. 消費者情報について



「平成18年1月 全国畳表展示会における来場者アンケートでは、消費者の知りたい畳表情報の第1位は2位以下に40%以上の差をつけ『畳表替え料金(70%)』でした。この結果について1つだけ○印をつけてください」と尋ねたところ、「以外なデータと思う」17%、「意外なデータとは思わない」75%の回答結果です。

すなわち、お客さまは畳表替えの料金を知らないことを知っている畳店が7割強を占めていることになります。

## 17. 受注価格について

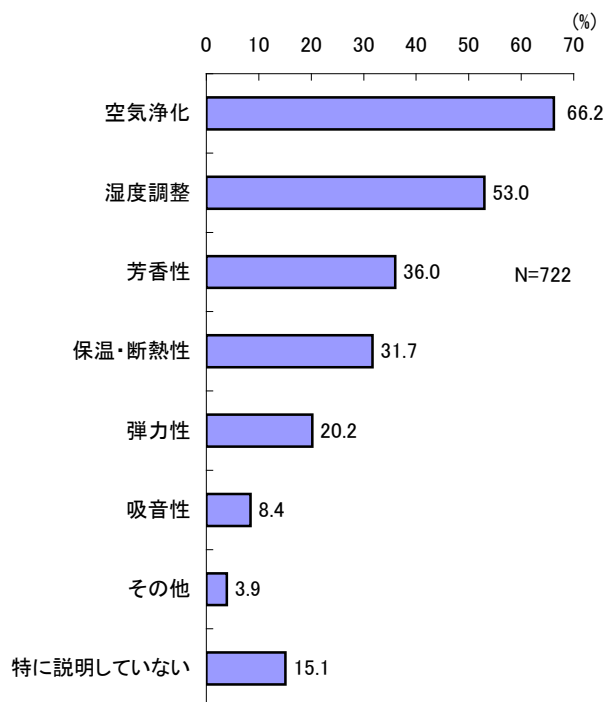


個人客の受注価格は、「自店の価格表にもとづく」(47%)と「その都度発注者と協議する」(30%)が2大決定法です。

業者の受注価格は、「発注者の要求に従う」(33%)と「その都度発注者と協議する」(32%)が2大決定法となっています。

このようにみると、個人客の場合は「豊店主導」、業者の場合は「発注者主導」の構図がうかがえます。

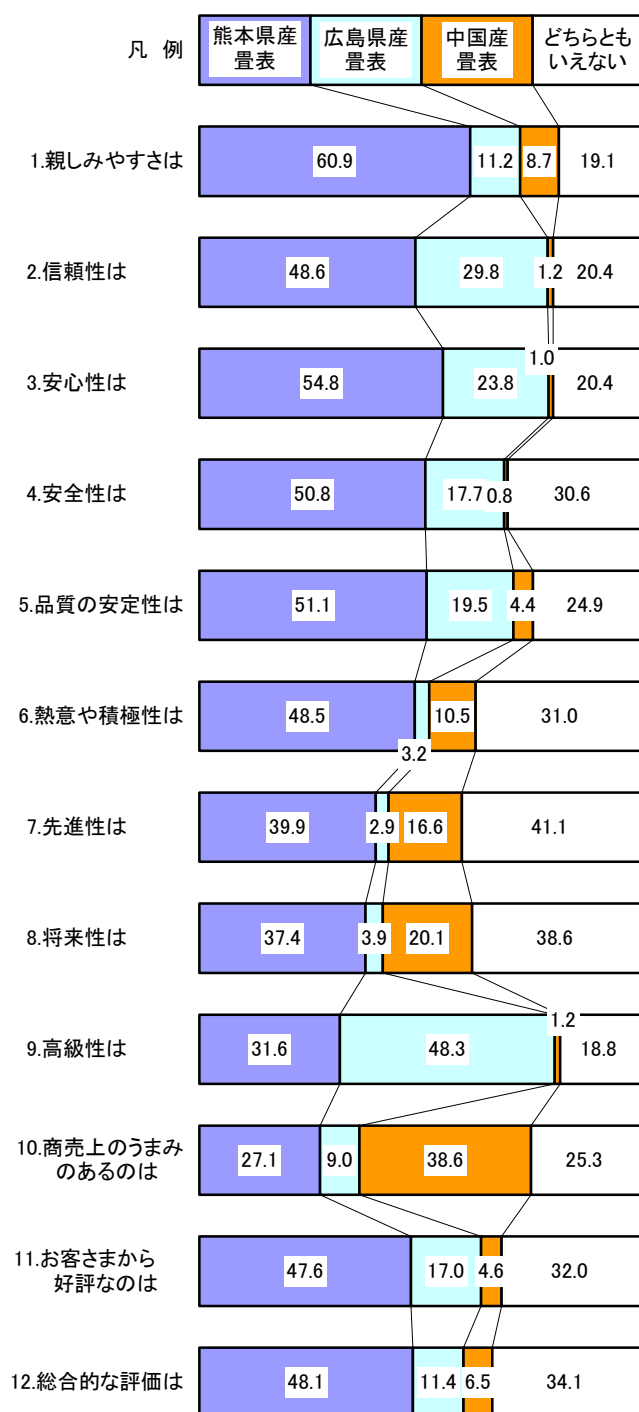
## 18. い草・畳表の機能説明



畳表替え時に説明している「い草・畳表」の機能は、「空気浄化」66% (昨年調査68%)、「湿度調整」53% (同59%)、「芳香性」36% (同31%)、「保温・断熱性」32% (同24%)、「弾力性」20% (同24%)と続き、「空気浄化」と「湿度調整」が2大機能として説明されています。

一方、「特に説明していない」事業所も15% (同20%)みられます。

## 19. 産地イメージ (各項目とも N=722)



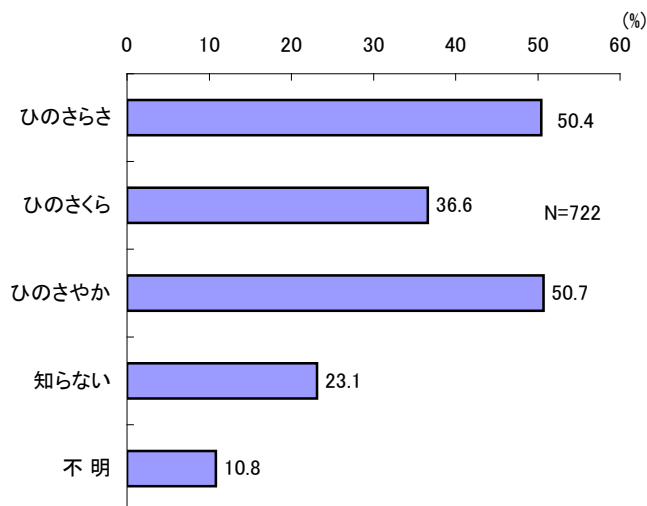
産地イメージを12項目について尋ねたところ、熊本県産産表は「親しみやすさ」「安心性」「品質の安定性」「安全性」は、5～6割の高い評価を得ています。また、「信頼性」「熱意や積極性」「先進性」「将来性」「お客さまからの好評さ」や「総合評価」も他産地を上回る高評価です。これら評価はほぼ全国各地から均等にいただられているイメージとなっています。

広島県産は、「高級性」が約5割と高く、「信頼性」「安心性」「品質の安定性」も2割台のイメージ比率です。これらのイメージは、関東、近畿、東海等大消費地で比率が高い傾向がみられます。

中国産は、「商売上のうまみ」が4割と高く、「先進性」や「将来性」も2割前後の比率です。「商売上のうまみ」は、全国各地でいただられている中国産の代表的なイメージとなっています。

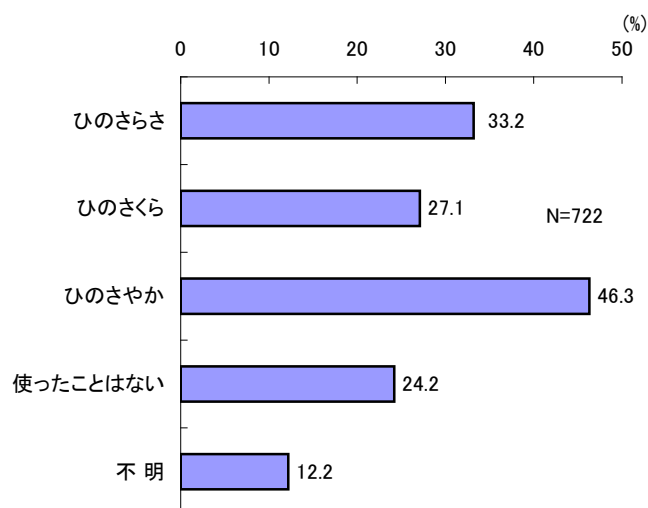
一方、各項目に「どちらともいえない」の回答率が2～4割あり、産地イメージに対する消極的な意見(産地イメージが形成されていない、どの産地も一緒など)もかなりみられます。

## 20. 「ひのみどり」の銘柄別認知率



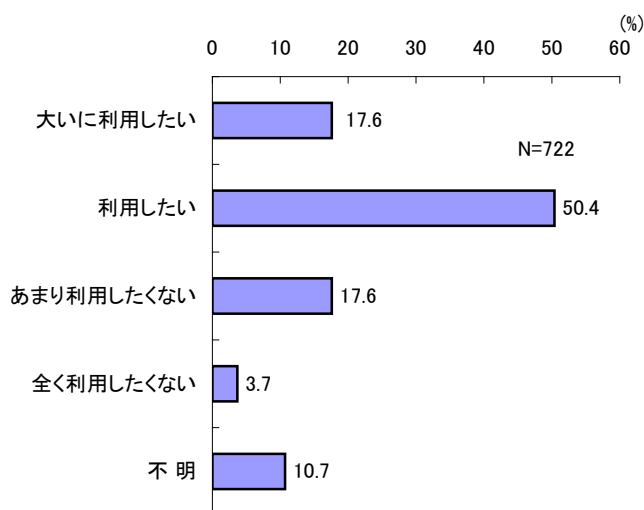
「ひのみどり」の銘柄別認知率は、「ひのさらさ」50%、「ひのさくら」37%、「ひのさやか」51%、「知らない」23%となっています。

## 21. 「ひのみどり」の銘柄別利用率



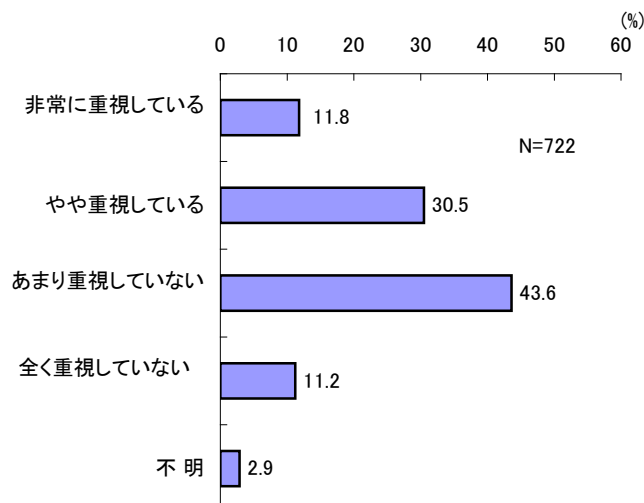
「ひのみどり」の銘柄別利用率は、「ひのさらさ」33%、「ひのさくら」27%、「ひのさやか」46%、「使ったことはない」24%となっています。ちなみに、「使ったことはない」と「不明」回答を差し引いた利用率は64%（昨年調査62%）です。

## 22. 「ひのみどり」の利用意向



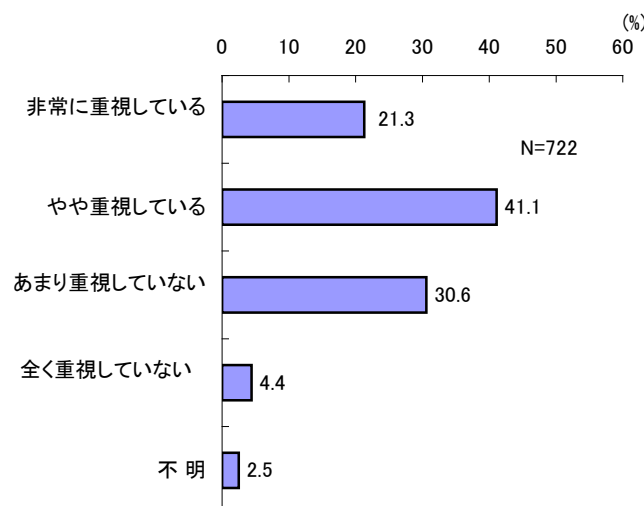
「ひのみどり」の利用意向は、「大いに利用したい」18%、「利用したい」50%、「あまり利用したくない」18%、「全く利用したくない」4%と、「大いに利用したい」と「利用したい」を合計した利用意向率は68%（昨年調査72%）です。

### 23. JAS表示の重視度



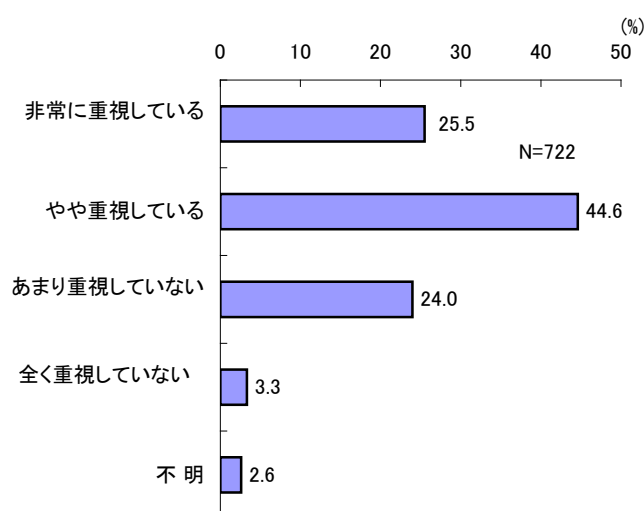
畳表仕入れ時にJAS表示は、「非常に重視している」12%、「やや重視している」31%、「あまり重視していない」44%、「全く重視していない」11%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は42%(昨年調査47%)です。

### 24. 国産シールや生産者印の重視度



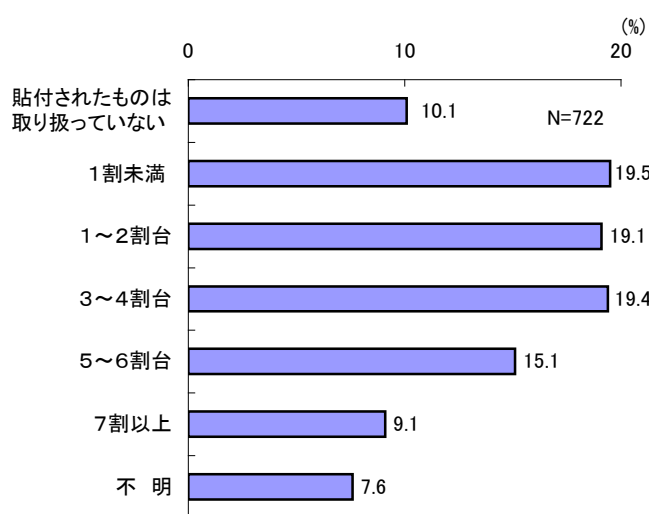
畳表仕入れ時に国産シールや生産者印は、「非常に重視している」21%、「やや重視している」41%、「あまり重視していない」31%、「全く重視していない」4%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は62%(昨年調査65%)です。

### 25. 製品表示(出荷証明)票の重視度



畳表仕入れ時にくまもと畳表の製品表示(出荷証明)票は、「非常に重視している」26%、「やや重視している」45%、「あまり重視していない」24%、「全く重視していない」3%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は70%(昨年調査68%)です。

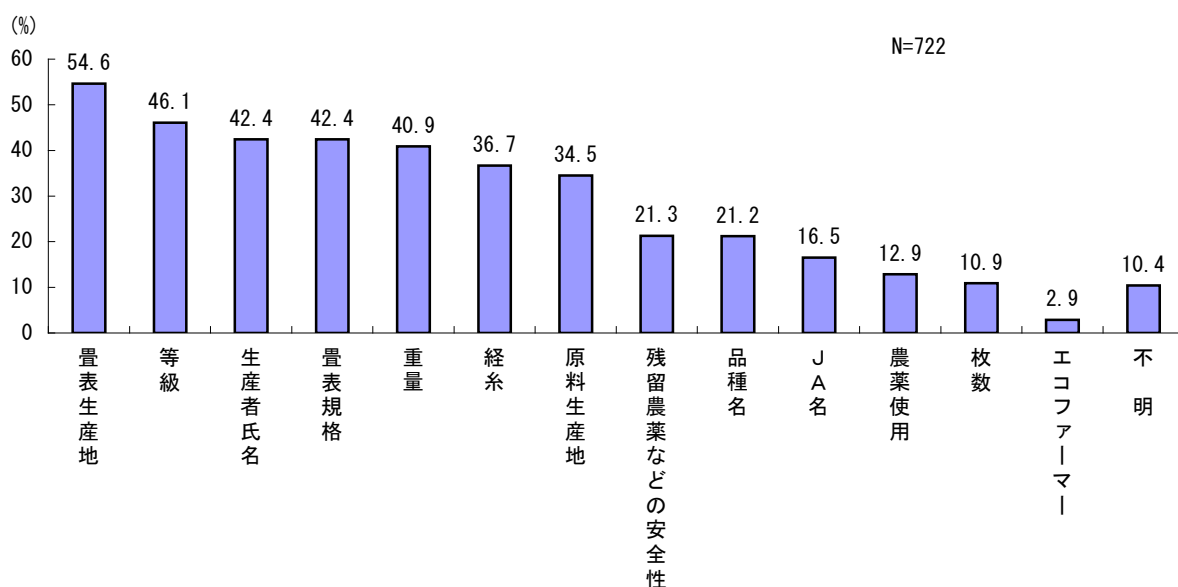
## 26. 製品表示(出荷証明)票の貼付割合



最近1年間のくまもと畳表の製品表示(出荷証明)票の貼付割合は、「貼付されたものは取扱っていない」10%、「1割未満」20%、「1～2割台」19%、「3～4割台」19%、「5～6割台」15%、「7割以上」9%となっており、平均貼付割合は3.1割(昨年調査2.0割)です。

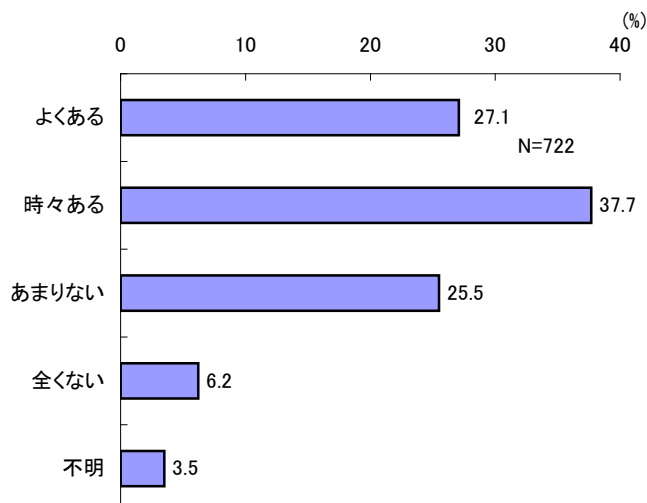
また、「製品表示(出荷証明)票は貼付されているが、裏面の全項目に記入してほしい。記入していないものは表示・証明票としての価値を持たない」といった意見や要望が数多く寄せられています。

## 27. 製品表示(出荷証明)票の重視項目



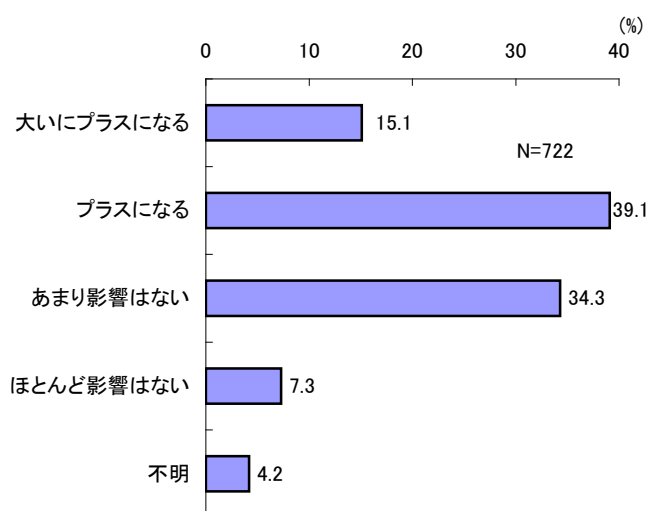
くまもと畳表の製品表示(出荷証明)票の重視項目は、「畳表生産地」55%(昨年調査55%)、「等級」46%(同46%)、「生産者氏名」42%(同45%)、「畳表規格」42%(同43%)、「重量」41%(同53%)、「経糸」37%(同35%)と続き、昨年にくらべ「重量」をのぞきほぼ同傾向な重視率となっています。

## 28. 国産量表の指定程度



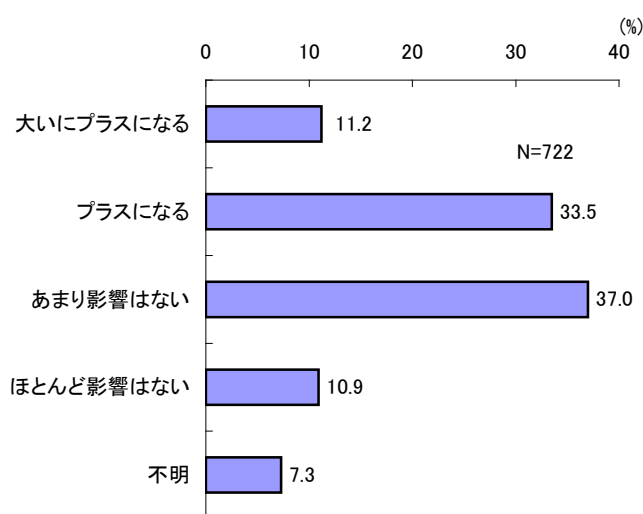
畳表替え時などにお客さまからの「国産畳表」の指定程度は、「よくある」27%、「時々ある」38%、「あまりない」26%、「全くない」6%と、「よくある」と「時々ある」を合計した指定率は65%（昨年調査65%）です。

## 29. 製品表示(出荷証明)票の影響度



くまもと畳表の製品表示(出荷証明)票の営業面での影響度は、「大いにプラスになる」15%、「プラスになる」39%、「あまり影響はない」34%、「ほとんど影響はない」7%と、「大いにプラスになる」と「プラスになる」を合計した影響率は54%（昨年調査56%）を占めます。

## 30. QRコード(2次元コード)



「熊本県では平成19年の製品表示(出荷証明)票をより高度なQRコード(2次元コード)」の導入を検討しています。QRコードにより生産履歴や安全性などが適格に把握されます。貴事業所ではこのQRコードを営業面でどのように評価されますか」と尋ねたところ、「大いにプラスになる」11%、「プラスになる」34%、「あまり影響はない」37%、「ほとんど影響はない」11%と、「大いにプラスになる」と「プラスになる」を合計した影響率は45%の回答です。



## 調査結果の要約と今後の課題について

2005年の国勢調査で日本の総人口が04年より減少に転じ、我国はいよいよ人口減少の時代に突入しました。

高度成長時代(1960年代)の人口はまさにどっしりとしたピラミッド型を形成していました。当時は3人に1人は15歳未満の子供がいて、65歳以上は20人に1人の割合で若さにあふれた時代でした。

それが現在では、不安定なひょうたん型となっています。15歳未満の年少者は14%にすぎず、高齢者が2割を占めています。このデータは全国平均であり、高齢者が3～5割を占める地域も数多く見られる現状です。

いわゆる少子高齢化の進展が社会や経済に大きな影響を与えはじめました。

少子高齢化はい産業界にも影響を与えています。

今回のアンケートで豊店経営者の平均年齢は61歳、自分の代で廃業を考えている事業所が過半数を占めます。産地でも後継者問題は深刻です。さらに、産地・消費地間屋や関連業界もこの課題をかかえています。

日本文化に豊は不可欠です。大袈裟な表現ですが、我国の文化継承をかけて、たとえば異業種に勤務されている方、リタイアされた方、フリーターの人、外国籍の方など広く人材を求め、育成、実務経営へと展開していくことが強く望まれます。

我国の豊表の年間総需要量は最近3ヵ年2100万豊程度で推移しています。

3年前の平成16年調査では、平成15年を100とした場合、平成18年は83の年間豊表取扱量の見通しでした。その頃の年間総需要量は2100～2200万豊でしたから、本年は1700～1800万豊になっているはずですが、アンケート回答予測は見事にはずれています。これは不思議なことのようにですが、ひとつの集団心理がこのような結果を引き起こしたと考えます。業界の人々が会うたびに「厳しい」「これから先はもっと悪くなるのでは…」「価格競争が激しくてやっていけない」などが伝播して、先細りのアンケート回答となったのではないのでしょうか。

確かに、豊店の事業所数は減少していますが、1事業所当りの年間取扱い豊数は平成15年1783豊、平成16年1895豊、平成17年1938豊と増加傾向にあります。

数字は正直です。嘘を言いません。「厳しい・苦しい・悪い……」がログセになり、業界全体が落ち込んでいると思われがちですが、最近の需要動向からマーケットは『需要安定期』の局面にあると考えます。

『需要安定期』の特徴は、これから先を厳しいと考える事業所と好転すると考える事業所が混在することです。本年のアンケートにおいても、平成19年の売上目標(平成17年＝100 平均目標85.4)を9割以下と回答した事業所が4割、9割以上が4割と拮抗しています(なお、不明回答が2割あります)。

俗に言うマイナス思考とプラス思考でビジネスは180度変わります。バブル期の我国の年間総需要量は4500万豊ありましたので、その頃の半分程度のマーケットです。しかし、最近3ヵ年2100万豊程度で推移していることは、底を打った安定期と現状をとらえるべきです。マイナス思考では売上はしばみず。プラス思考で望めば売上は拡大します。

一説に我国には5億畳の畳表替えマーケットがあるといわれています。

畳表替えをせずに、古い畳のうえにカーペットや上敷き等を敷いている「死に畳」の存在です。たとえば、10年に1回畳表替えをすると、年間に5千万畳の需要が発生します。

外国ならば別ですが、我国には需要は必ずあります。

しかしながら、今回のアンケート調査では販売促進活動を何もしていない畳店(電話待ち営業)が5割程度みられます。

ある畳店から業界振興策として「今まで畳の良さの宣伝がほとんどされていなかった。これからでも遅くない。下紙1枚に5円でも10円でも宣伝費として集めてやってもらいたい」という意見が寄せられました。

生産者サイドでもこの意見に賛同される方も多いと思います。反対にマイナス思考で「私達は生産者。良い畳表を作れば良い。売るのは私達の知らぬこと」という方もいらっしゃると思います。

ピーク時にくらべ需要量が半減し、中国産の畳表が大量に輸入されるようになり、生産者(い業経営者)の経営も決して良いとはいえません。同様にい産業界全体が厳しい環境におかれています。

需要安定期だからこそ需要を創っていく活動が必要です。マーケットは「死に畳」としてあるのです。需要を掘り起こす『需要深耕戦略』を業界をあげて是非とも取り組むべきと考えます。

ここ数年の間に団塊世代の大量停年が発生します。

金融、観光、住宅などほとんどの業界はこの団塊マーケットを狙ったビジネスを展開しています。

い産業界も団塊マーケットを早急に標的とすべきです。住宅の建替え、二世帯世帯の建設、勤務していた都市から故郷への住み替えといった大きな人生の節目から停年に伴う畳表替えまでの『節目需要』が発生します。

今回のアンケートでは、個人客(持家)の畳表替えは国内産が9割と突出した比率で利用されています。

また、国産シールや生産者印の重視率は62%、製品表示(出荷証明)票の重視率は70%、畳表替え時にお客さまから国産品指定率65%など、国産品志向は根強いものがあります。

一方、今回のアンケートでは年間畳表総需要量2100万畳に対し、国内産畳表が1千万畳程度流通しているデータが把握されました。統計誤差や流通在庫等を考慮せねばなりません、国内産の生産量と流通量には400万畳程度のギャップがあります。

まさに産地偽装が公然と行われているといわざるをえません。過去に何回も調査・検討されてきたことですが、一部の心ない業者により業界全体が疑われる大きな問題となっています。

これまでは「藪の中(関係者の言うことが食い違っていて、真相が分からないこと)」で済まされてきましたが、業界のモラルの範疇<sup>はんちゆう</sup>をこえ犯罪の領域として検討しなければなりません。

「国内産畳表の要望が高い。だから偽装する」「〇〇でもしているからウチも良いだろう」といった無責任な行為に対して、畳表も食品同様法的な罰則を実施しなければ、い産業界全体の存立が不可能な時代となります。

団塊世代をターゲットとした需要深耕は、異業種の動向をみてもあきらかなように有望な戦略です。ですが、団塊の世代は「クレーム世代」ともいわれているように、生産地や生産履歴には敏感な世代であり、業界内部に巣くっている産地偽装問題に断固対応すべきと考えます。

今回のアンケートで「産地の方々も厳しい状態とは思いますが、消費地の畳屋においても一部業者の安売り販売でかき回されています」「大型畳店が出来もしない単価と表示違反のような値引きをしている」など価格競争に関するご意見も多く寄せられました。

また、「ここ数年は団塊の世代の人たちは畳のよさを分かるので高級志向で動くように思います。畳表も上物が動くと思われれます。値段は少しくらい高くても私共プロが納得できる畳表を作っていただきたい」というご意見もいただきました。

畳表替えの1畳当り平均価格(消費税込み)は、平成16年調査6361円、17年調査6461円、18年調査6626円と微増傾向です。

一方、お客さまアンケートでは消費者が知りたい畳表情報の第1位は2位以下に40%の差をつけて「畳表替え料金(70%)」でした。お客さまは「畳表替えを最近していないから、料金がわからない」「料金がわからないから、畳表替えをしない(高額な料金がかかるのでは……、畳店を知らないので高額な請求をされるのでは……)」といった悪循環も想定されます。

インターネットが普及しているとはいえ、パソコンを持たない、使えない人々には「畳表替えの価格」は重要な情報であり、わかりやすく、畳表替えをしたくなるようなPR活動も畳店サイドでは重要なテーマといえます。

また、「製品表示を重視するなら入れるだけでなく記入してください。記入されていないものがたくさんあります」「出荷証明証は裏面が白紙のものが多い。記入していないものはお客さまに渡すことが出来ない！」というくまもと畳表製品表示(出荷証明)票に対するご意見も寄せられています。

産地偽装問題を発端に平成16年10月よりくまもと畳表の製品表示(出荷証明)票を貼付することになりましたが、今回アンケートによる貼付割合は3.2割であり、具体的な記入のないものが多い実態です。

何のために製品表示(出荷証明)票を作り、貼付するのか、上記のように畳店様よりご指摘いただくのは当然です。

作れば売れる時代は終わりました。今は責任ある表示をして自信をもって売る時代です。さらにいえば、作って売る時代から販売先を決めてから作る時代へと変わっていることも認識すべきです。

あたりまえのことをあたりまえにやるが出来ていない、とあえて生産者サイドに指摘します。

少子高齢化時代に入り、畳表は需要安定期にあります。そのため、需要深耕(掘りおこすこと)が大切なことです。それには、産地偽装問題をい産業全体で撲滅する行動や法的対策も行政と共に確立すべき「時」です。また、製品表示(出荷証明)をQRコードにより高度化することも時代要請です。

以上のストーリーは間違っていない。あとは『あたりまえ』のことを真剣に考え、確実に実施することです。

文責:(株)マーケティング開発 代表取締役 小澤孝夫