

畳表の流通実態調査報告書

平成 17 年 10 月

熊本県い業生産販売振興協会
熊本県八代郡氷川町鹿島 1144-11
(電話)0965-52-3637

はじめに

本年は熊本県内でい草栽培が始められ、500周年の節目にあたり、2月に「くまもとの畳表創業500周年記念大会」、4月に「岩崎神社春季大祭—創業500周年の記念塔の除幕・建立」を開催致しました。

「畳が好き 日本文化を 未来につなぐ くまもとの畳」のスローガンのもと、畳表替え需要拡大キャンペーン、畳シンポジウム、い草・い製品 品評会、全国に公募した畳川柳の表彰、八代出身の歌手八代亜紀さんに「くまもとの畳表を愛する会」の会長委嘱やトークショーなどを展開し、い産業界や消費者の方々に「くまもと畳表」を再認識していただけたのではないかと考えています。

畳表は、日本の自然、風土になじみ、日本の伝統文化、いわゆる「和の文化」には不可欠な居住空間をつくります。また、近年は畳表の芳香性(リラックス効果)や二酸化窒素やシックハウス症候群の原因とされるホルムアルデヒド等を吸収する機能などが見直されています。

一方、住宅着工数の減少、住宅の洋風化や畳替え意識の希薄化等により、い産業界は厳しい経営環境に置かれています。

このような背景のなか本アンケートは、全国の畳店の皆様の畳表流通状況、経営動向や製品表示等の実態をお伺いし、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681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に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、後継者問題、畳表総需要量の減少のなかで中国産や化学畳表のシェアアップ、価格競争の激化、産地表示問題などが浮き彫りとなっています。

い産業界を取りまく環境は依然厳しいものがありますが、本アンケートが少しでも皆様の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17年10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、産地イメージ、「ひのさらさ」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「ハローページ」より重複掲載分をチェックし、11,192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	681	34.1

なお、「住所不明」「廃業」等により20票が返送されました。

11,192事業所より2,000事業所にアンケートを送付して、20通(1%)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11,080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17年5月30日～6月27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

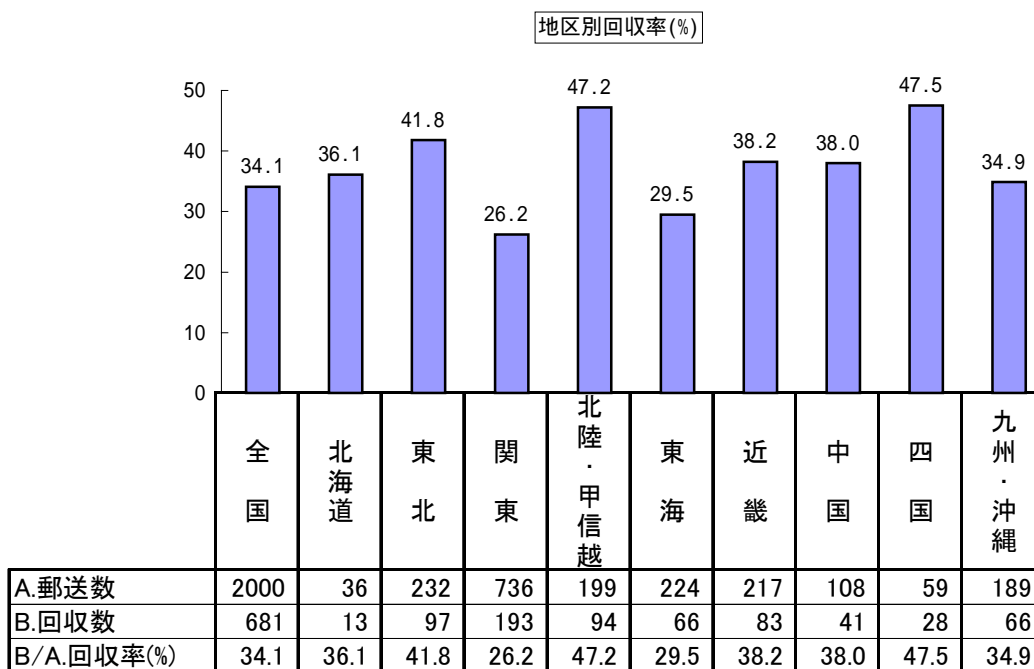
- ①集計(%)は小数点第2位を四捨五入して第1位まで表示していますが、分析では原則として実数(小数点第1位を四捨五入)表示しています。そのため、グラフ・表とコメントの数値が異なる場合がありますのでご注意ください。
- ②図表中にあるNもしくは()内数値は、比率(パーセント、平均値)算出上の基数(標本数)です。
- ③アンケートでは必ず統計誤差が発生します。今回の回収数(681サンプル)の場合、信頼度95%レベルでは±4～5%程度の統計誤差のあることをご理解のうえ、レポートをお読みください。

調査結果の概要

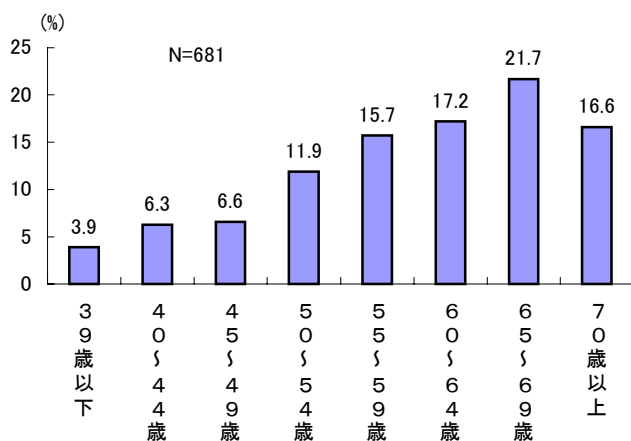
1. 地区

全国2,000事業所のうち681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、関東で若干低いものの他地区は3～4割台の回収状況となっています。



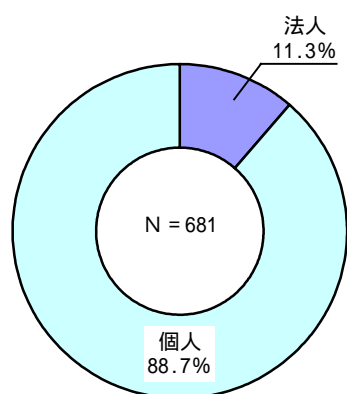
2. 経営者年代



経営者年代は、「39歳以下」4%、「40代」13%、「50代」28%、「60代」39%、「70歳以上」17%と、50～60代が7割を占めています。

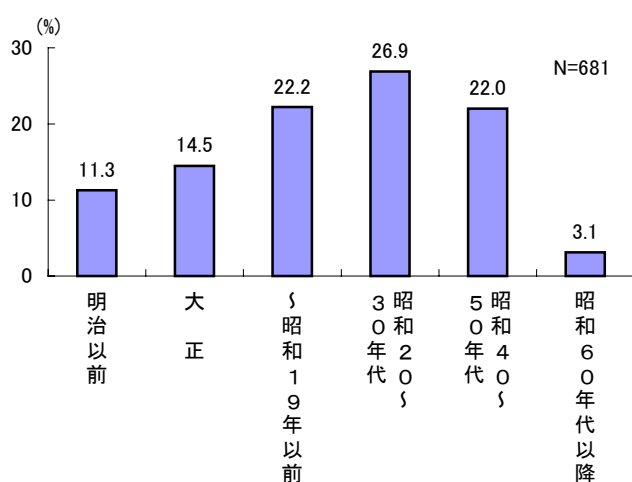
平均年齢は60.0歳です。

3. 経営組織



経営組織は、「法人(内訳:株式会社0.9%、有限会社10%)」11%、「個人」89%と、個人経営が9割を占めています。

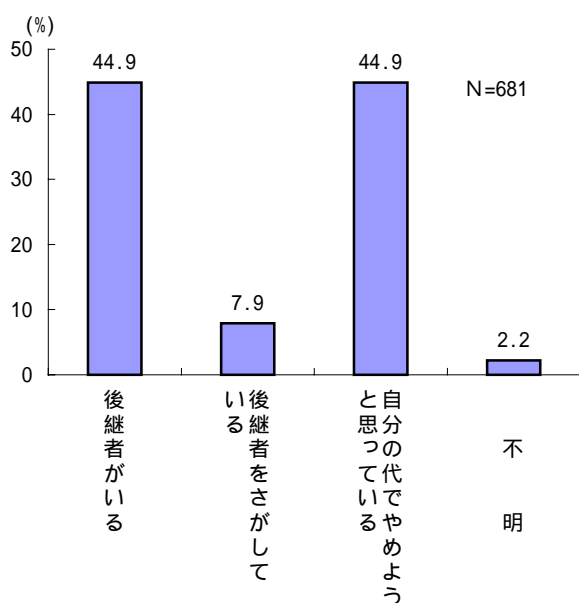
4. 創業年



創業年は、「明治以前」11%、「大正」15%、「～昭和19年以前」22%、「昭和20～30年代」27%、「昭和40～50年代」22%、「昭和60年以降」3%と、昭和20年以降の創業が5割強占めます。

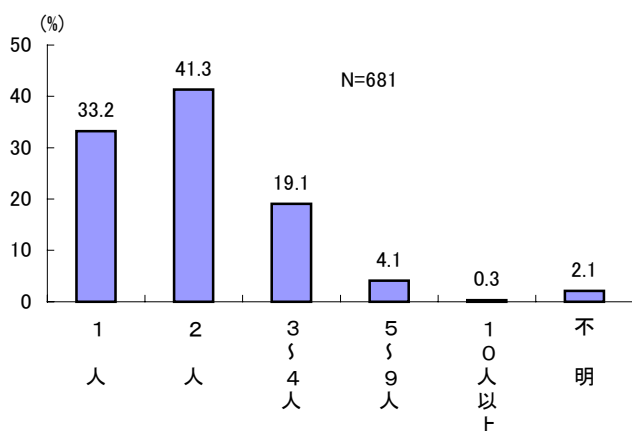
また、昭和60年以降約20年間の創業率は3%と低く、新規創業(参入)は極めて少ないといえます。

5. 後継者の有無



後継者問題については、「後継者がいる」45%(内訳:現在すでに仕事をしている後継者がいる30%、後継者になる予定のものがいる15%)、「後継者をさがしている」8%、「自分の代でやめようと思っている」45%と、自分の代で廃業を考えている事業所が4割強を占めています。

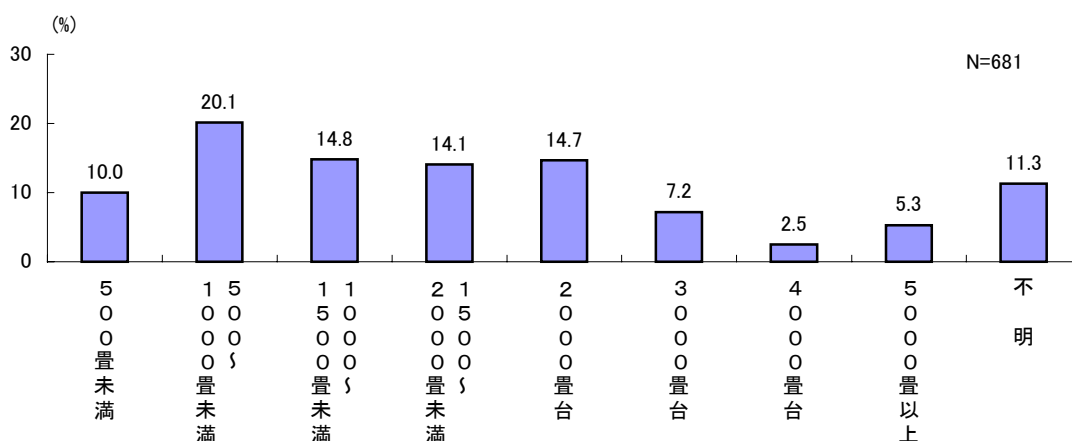
6. 総従事者数



経営者を含む総従事者数は、「1人」33%、「2人」41%、「3～4人」19%、「5～9人」4%、「10人以上」0.3%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2.2人です。

7. 平成16年の年間取扱い量数



平成16年(1月～12月)の年間取扱い量数は「500量未満」10%、「500～1000量未満」20%、「1000～1500量未満」15%、「1500～2000量未満」14%、「2000量台」15%、「3000量台」7%、「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。

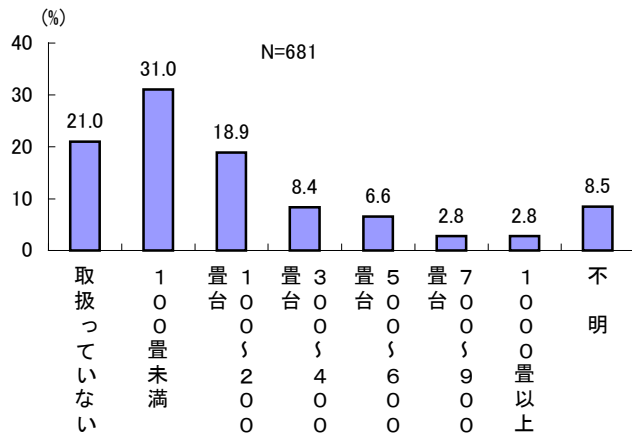
1事業所当りの平均年間取扱い量数は1895量です。

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、1482量となります。

中央値(1482量)と平均値(1895量)に400量程度の差があることは、年間取扱い量数が1万量以上など大規模事業所が平均値をあげていると解釈されます。

ここで我国における量表の年間需要量を平成16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:1895量)×(全国の量店数:11,080事業所)≒2100万量〕。

8. 平成16年の年間JAS規格表取扱い量数

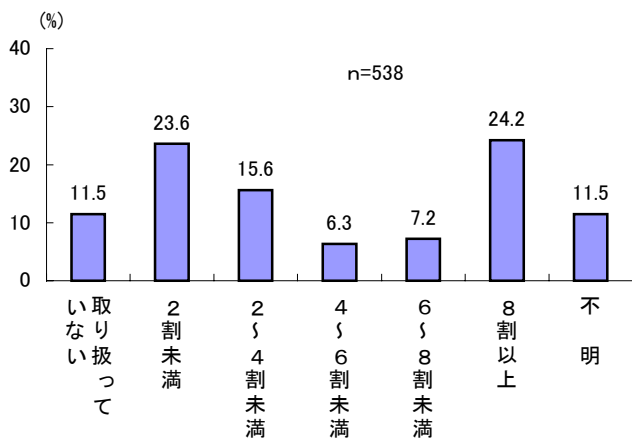


平成16年(1月～12月)のJAS規格表は、取り扱っていない事業所が21%を占めています。

年間取扱い畳数は、「100畳未満」31%、「100～200畳台」19%、「300～400畳台」8%、「500～600畳台」7%、「700～900畳台」3%、「1000畳以上」3%となっており、300畳未満(取り扱っていないを含む)が7割を占めます。

1事業所当りの平均JAS規格表取扱い畳数は216畳です。

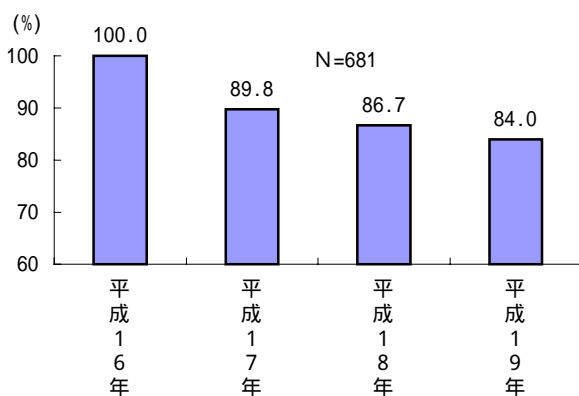
9. 平成16年のJAS規格表のうちの国産品割合



平成16年(1月～12月)のJAS規格表年間取扱い畳数のうちの国産品割合は、「取扱いがない」12%、「2割未満」24%、「2～4割未満」16%、「4～6割未満」6%、「6～8割未満」7%、「8割以上」24%と、4割未満(取扱いがないを含む)が過半数を占めます。

平均国産品割合は4.2割です。

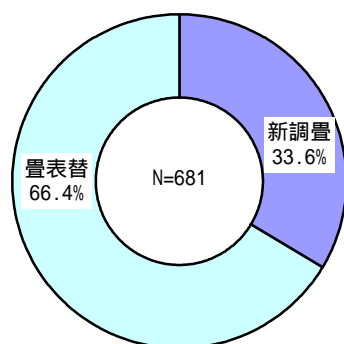
10. 年間畳表取扱い見通し



平成16年(1月～12月)の年間畳表取扱い畳数を100とした場合の今後の見通しは、平成17年89.8、平成18年86.7、平成19年84.0と、逡減傾向がうかがえます。

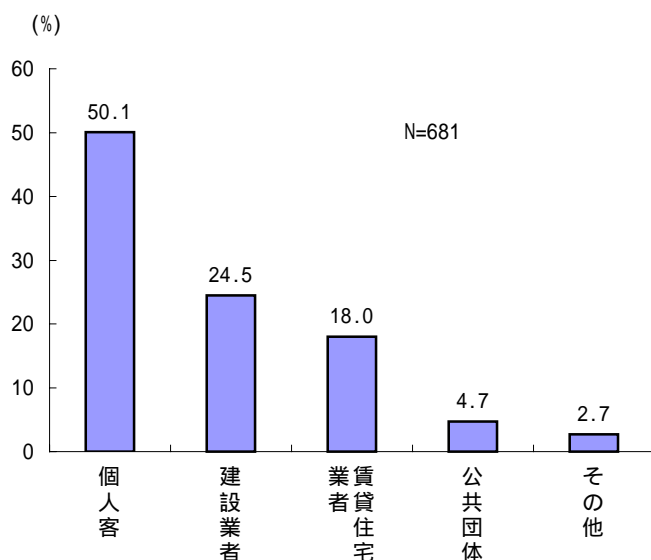
11. 平成16年(1月～12月)の畳表取扱い構成割合

① 新調畳と畳表替え



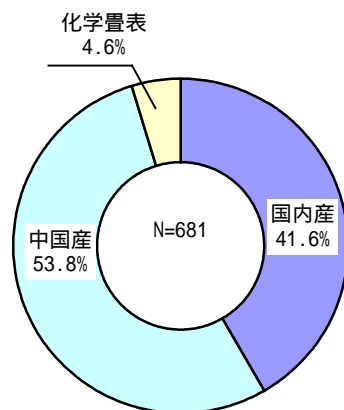
平成16年(1月～12月)の年間畳表取扱い量に占める新調畳と畳表替えの構成比は、「新調畳」34%、「畳表替え」66%とほぼ『3対7』の割合です。

② 業種別割合



平成16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」50%、「建設業者」25%、「賃貸住宅業者」18%、「公共団体」5%と、個人需要が過半数を占めます。

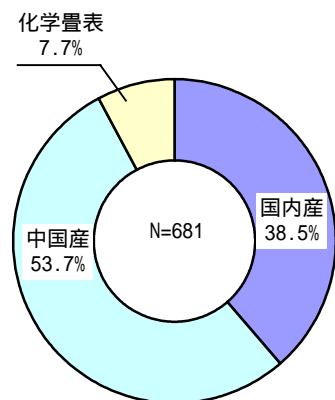
12. 平成16年(1月～12月)の畳表取扱い構成比



平成16年(1月～12月)の年間畳表取扱い量の産地別構成比は、「国内産」42%、「中国産」54%、「化学畳表」5%となっています(なお、前述したように統計誤差があるため、数値は多少幅をもって読み込みください)。

(注)ウエイト集計による

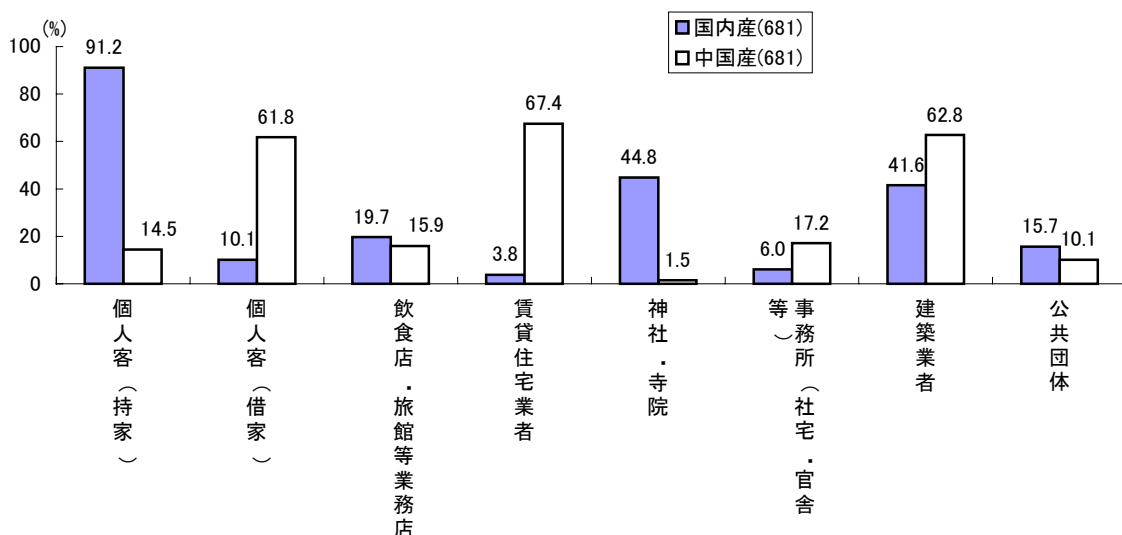
13. 2～3年後の畳表取扱い構成比



2～3年後の年間畳表取扱い量の構成比は、「国内産」39%、「中国産」54%、「化学畳表」8%と、現在にくらべ「国内産」が後退し、「化学畳表」がシェアアップする予測結果です。

(注)ウエイト集計による

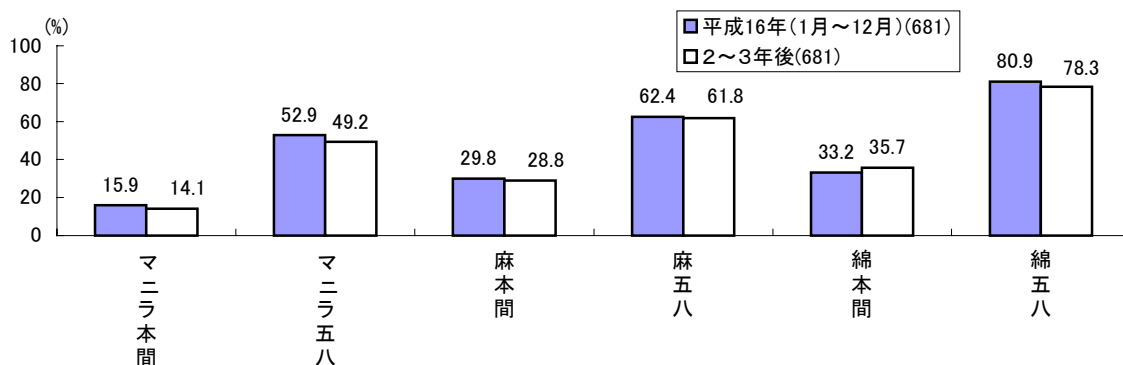
14. 主な利用者



国内産畳表の主な利用者は、「個人客(持家)」91%、「神社・寺院」45%、「建築業者」42%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者は、「賃貸住宅業者」67%、「建築業者」63%、「個人客(借家)」62%がベスト3です。

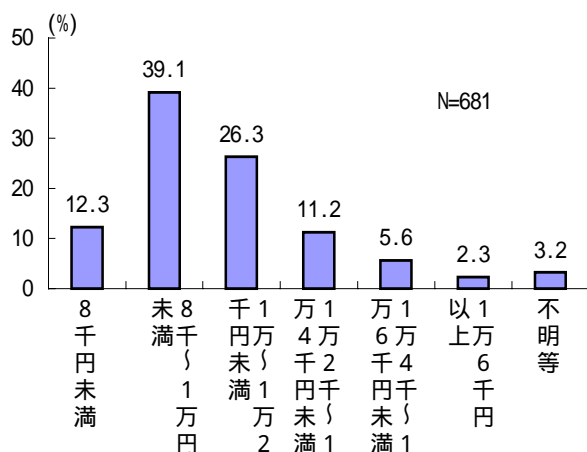
15. 主要量表取扱い品目



平成16年(1月~12月)の主要量表取扱い品目は、「綿五八」81%、「麻五八」62%、「マニラ五八」53%、「綿本間」33%、「麻本間」30%と続きます。

また、今後2~3年後の主要量表の取扱い意向品目は、「綿五八」78%、「麻五八」62%、「マニラ五八」49%、「綿本間」36%、「麻本間」29%と、現在の取扱い状況と大きな変化はみられません。

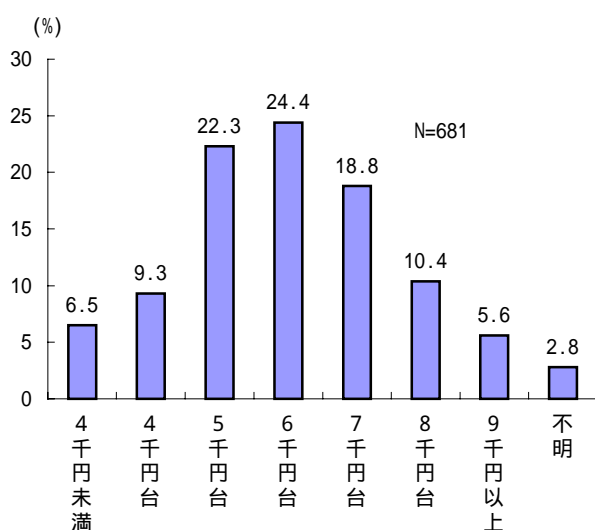
16. 新調量の1畳当り価格



新調量の1畳当り価格(消費税込み)は、「8千円未満」12%、「8千~1万円未満」39%、「1万~1万2千円未満」26%、「1万2千~1万4千円未満」11%、「1万4千~1万6千円未満」6%、「1万6千円以上」2%となっており、8千~1万2千円未満が65%を占めます。

平均価格は1万212円です。

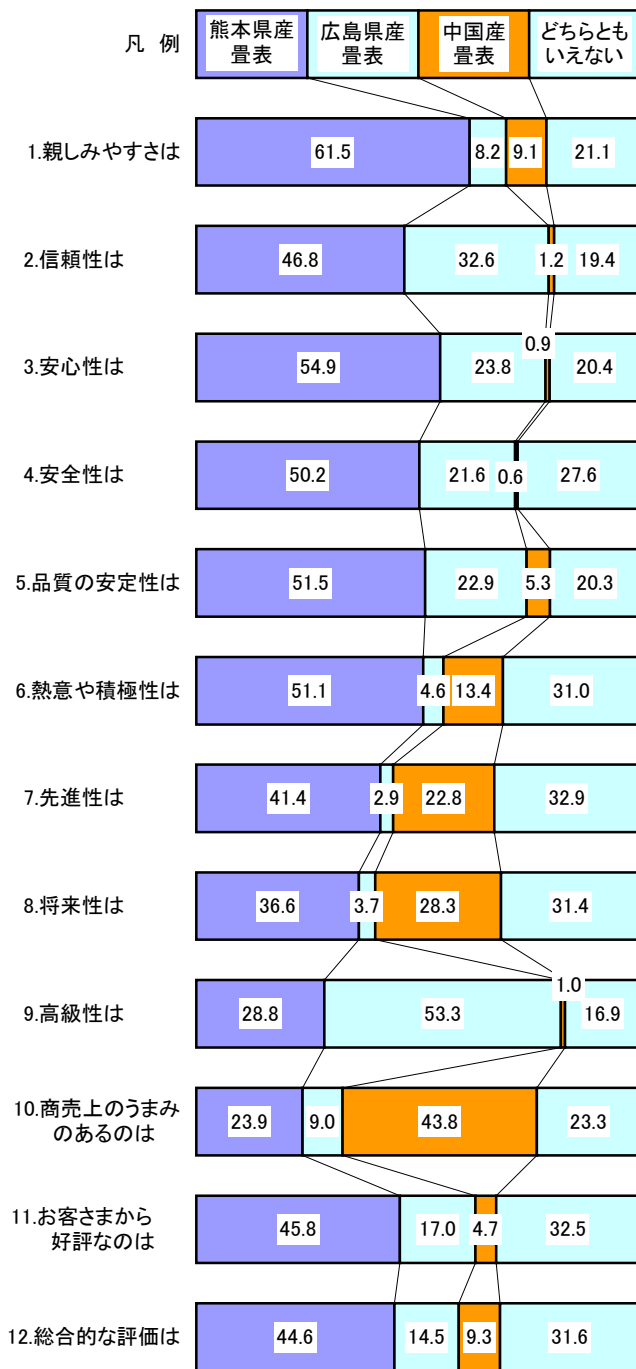
17. 畳表替えの1畳当り価格



畳表替えの1畳当り価格(消費税込み)は、「4千円未満」7%、「4千円台」9%、「5千円台」22%、「6千円台」24%、「7千円台」19%、「8千円台」10%、「9千円以上」6%となっており、5千~7千円台が66%を占めます。

平均価格は6461円です。

18. 産地イメージ（各項目とも N=681）



産地イメージを12項目について尋ねたところ、「親しみやすさ」「安心性」「安全性」「品質の安定性」「熱意や積極性」は、5～6割の高率で熊本県産産表の評価が高くなっています。

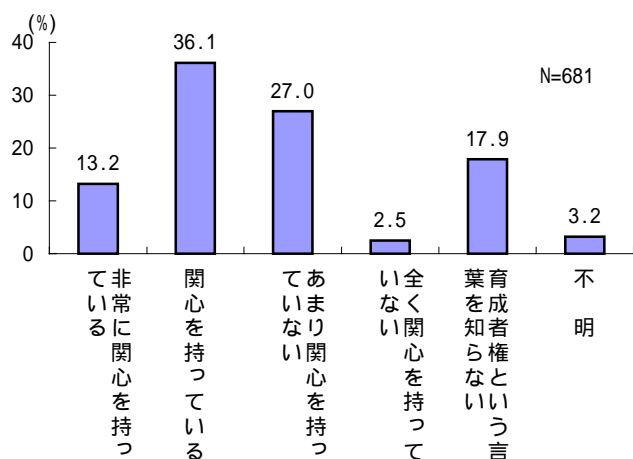
また、「信頼性」「先進性」「お客さまからの好評さ」や「総合評価」も熊本県産産表は、他産地を上回る高評価です。これはほぼ全国各地から均等にいただけているイメージです。

広島県産は、「高級性」が5割強と高く、「信頼性」「安心性」「安全性」「品質の安定性」も2～3割のイメージ比率を確保しています。これらのイメージは、関東、近畿、東海等大消費地での比率が高い特徴がみられます。

中国産は、「商売上のうまみ」が4割強と高く、「先進性」や「将来性」イメージも2割～3割の比率です。この「商売上のうまみ」「先進性」や「将来性」については、全国各地でいただけている中国産イメージとなっています。

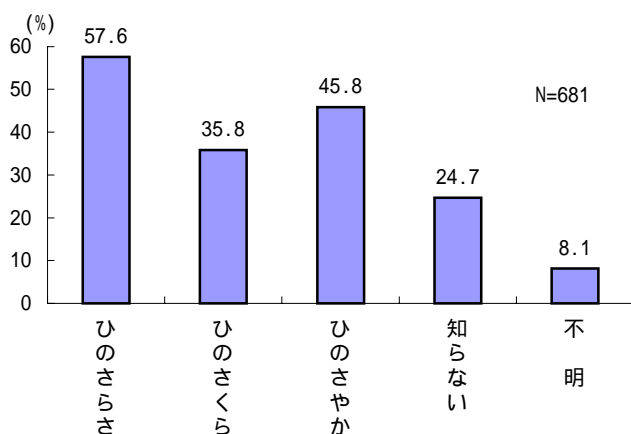
一方、どちらともいえないと回答した比率が、各項目20～30%程度みられ、産地イメージに対して消極的な意見（産地イメージが形成されていない、産地間にイメージ差が認められていないなど）も無視できません。

19. 種苗法育成者権の関心度



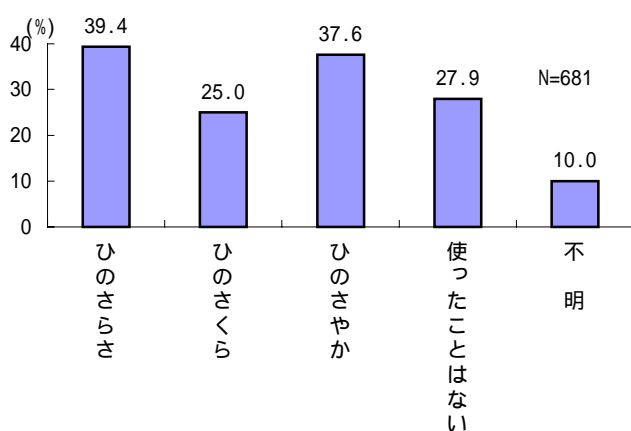
種苗法育成者権の関心度は、「非常に興味を持っている」13%、「興味を持っている」36%、「あまり興味を持っていない」27%、「全く興味をもっていない」3%、「育成者権という言葉を知らない」18%となっており、「非常に興味を持っている」と「興味を持っている」を合計した関心率は49%です。

20. 「ひのみどり」の銘柄別認知率



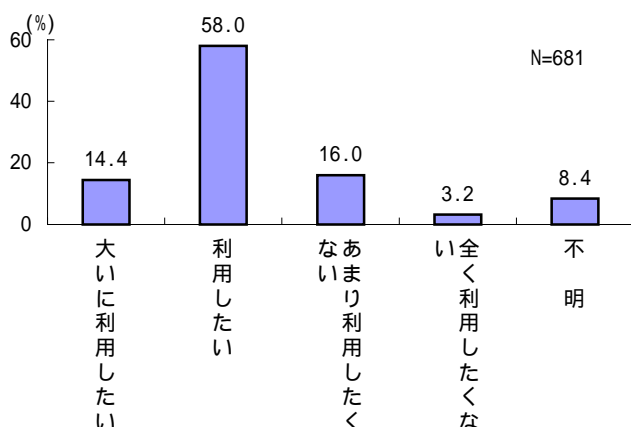
「ひのみどり」の銘柄別認知率は、「ひのさらさ」58%、「ひのさくら」36%、「ひのさやか」46%、「知らない」25%となっています。

21. 「ひのみどり」の銘柄別利用率



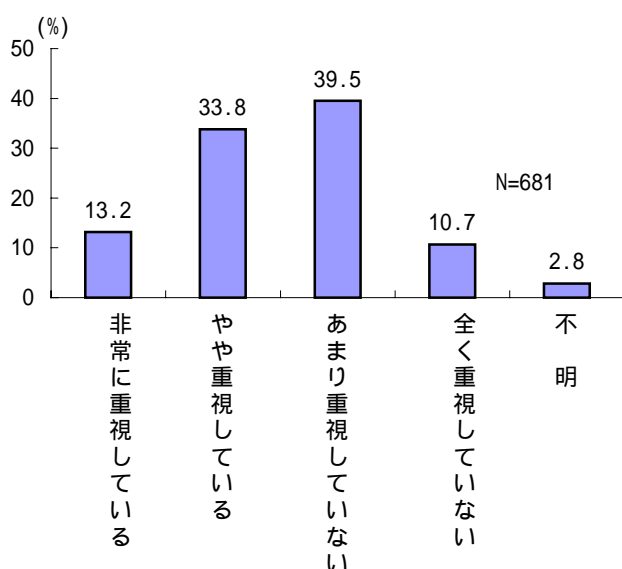
「ひのみどり」の銘柄別利用率は、「ひのさらさ」39%、「ひのさくら」25%、「ひのさやか」38%、「使ったことはない」28%となっています。ちなみに、「使ったことはない」と「不明」回答を差し引いた利用率は62%となります。

22. 「ひのみどり」の利用計画



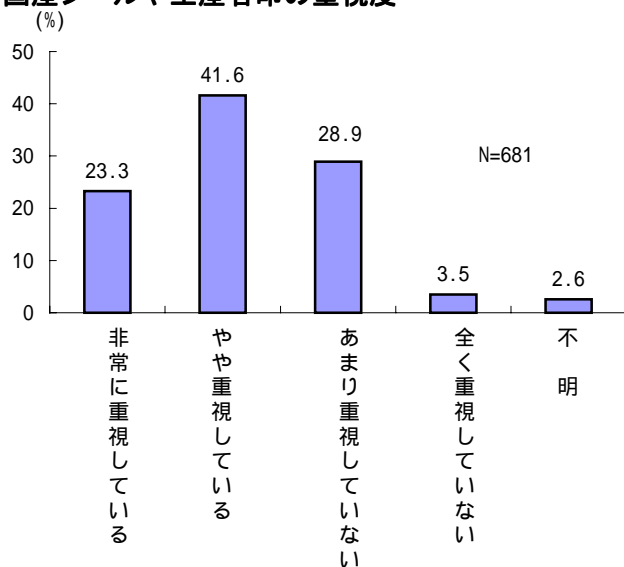
「ひのみどり」の利用計画は、「大いに利用したい」14%、「利用したい」58%、「あまり利用したくない」16%、「全く利用したくない」3%と、「大いに利用したい」と「利用したい」を合計した利用計画率は72%です。

23. JAS表示の重視度



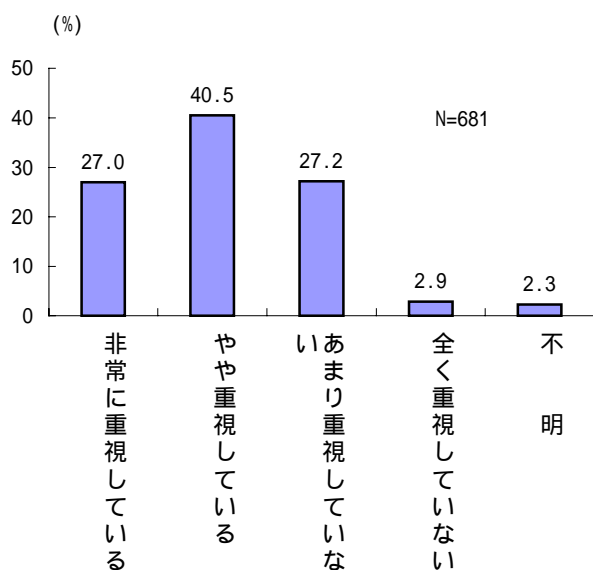
畳表仕入れ時にJAS表示は、「非常に重視している」13%、「やや重視している」34%、「あまり重視していない」40%、「全く重視していない」11%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は47%です。

24. 国産シールや生産者印の重視度



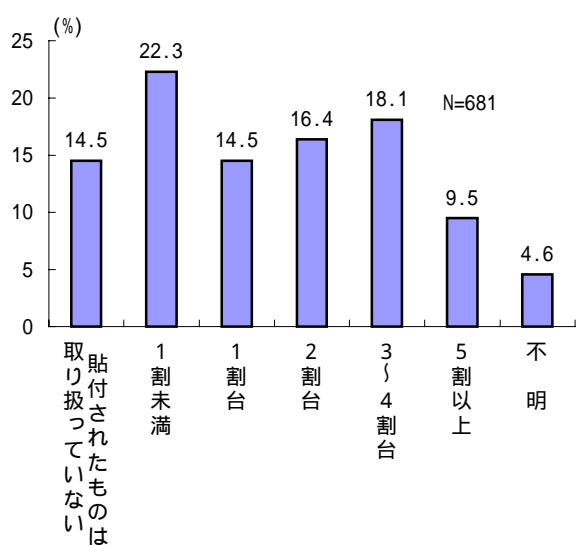
畳表仕入れ時に国産シールや生産者印は、「非常に重視している」23%、「やや重視している」42%、「あまり重視していない」29%、「全く重視していない」4%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は65%です。

25. 製品表示(出荷証明)票の重視度



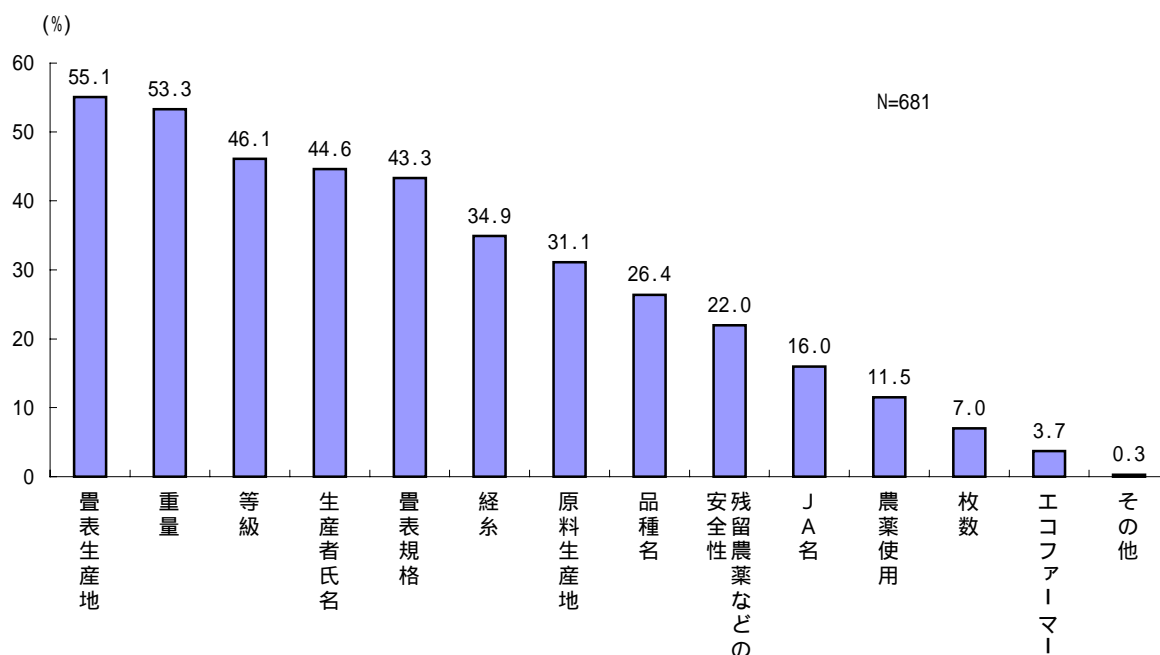
畳表仕入れ時に製品表示(出荷証明)票は、「非常に重視している」27%、「やや重視している」41%、「あまり重視していない」27%、「全く重視していない」3%と、「非常に重視している」と「やや重視している」を合計した重視率は68%です。

26. 製品表示(出荷証明)票の貼付割合



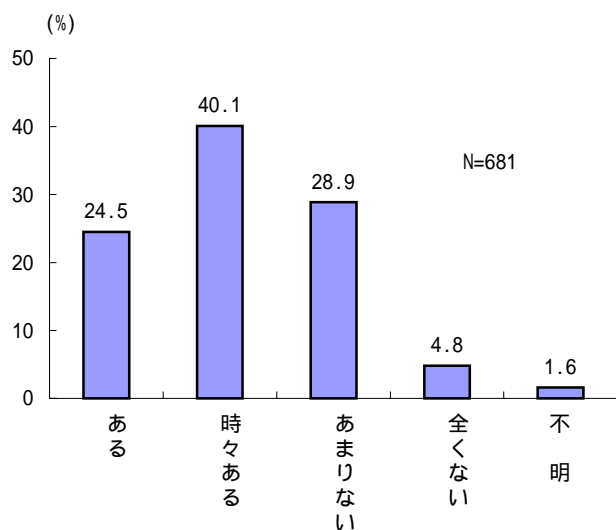
平成17年(1~5月)の畳表取扱い畳数のうち、くまもと畳表の製品表示(出荷証明)票の貼付割合は、「貼付されたものは取扱っていない」15%、「1割未満」22%、「1割台」15%、「2割台」16%、「3~4割台」18%、「5割以上」10%となっており、平均貼付割合は2.0割です。

27. 製品表示(出荷証明)票の重視項目



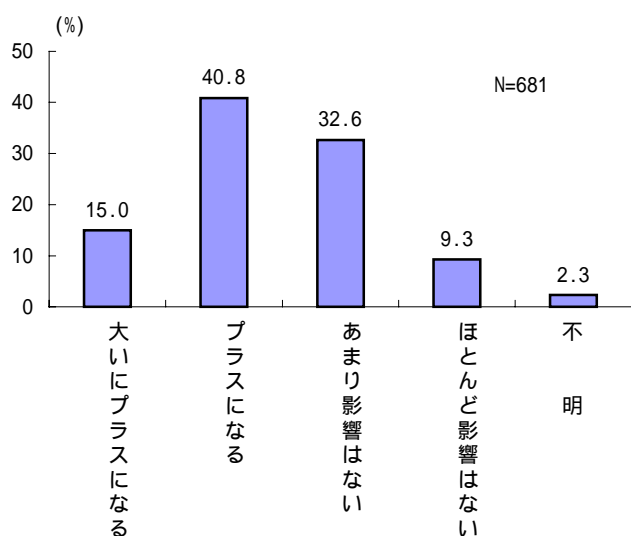
くまもと畳表の製品表示(出荷証明)票の重視項目は、「畳表生産地」55%、「重量」53%、「等級」46%、「生産者氏名」45%、「畳表規格」43%がベスト5であり、以下「経糸」35%、「原料生産地」31%、「品種名」26%、「残留農薬などの安全性」22%などと続きます。

28. 国産畳表の指定程度



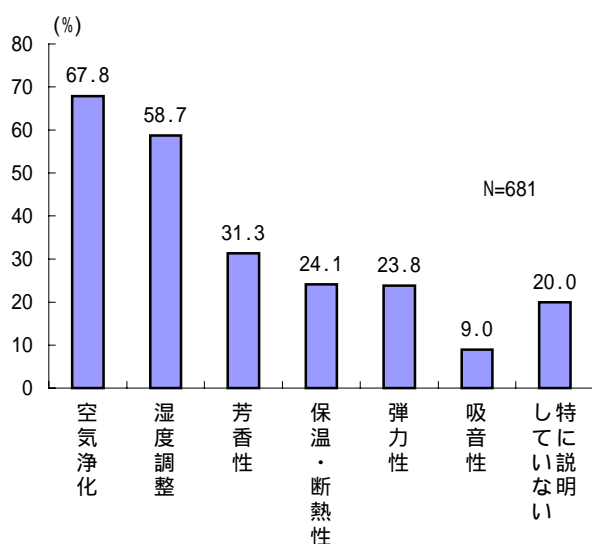
畳表替え時などにお客さまからの「国産畳表」の指定程度は「ある」25%、「時々ある」40%、「あまりない」29%、「全くない」5%となっており、「ある」と「時々ある」を合計した指定率は65%です。

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」41%、「あまり影響はない」33%、「ほとんど影響はない」9%と、「大いにプラスになる」と「プラスになる」を合計した影響度は56%を占めます。

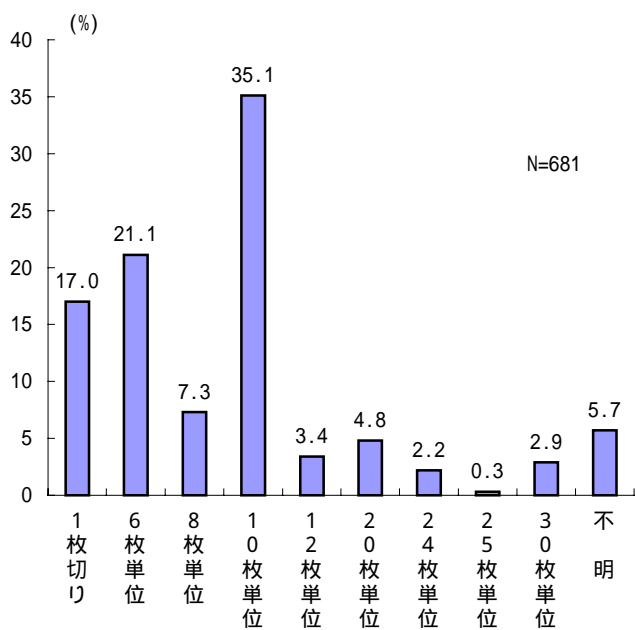
30. い草・畳表の機能説明



畳表替え時に説明している「い草・畳表」の機能は、「空気浄化」68%、「湿度調整」59%、「芳香性」31%、「保温・断熱性」24%、「弾力性」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、「特に実施していない」事業所も2割みられます。

31. 畳表の包装単位



「これからの畳表の包装は、何枚単位のものが良いと思われますか」として、「1枚切り・6枚単位・8枚単位・10枚単位・その他」の5つの選択肢を設けて尋ねたところ、「10枚単位」35%、「6枚単位」21%、「1枚切り」17%、「8枚単位」7%と続き、「10枚単位」と「6枚単位」で過半数を占めます。

また、「その他」として「12枚から30枚単位」も分散回答されています。

調査結果の要約と今後の課題について

本アンケートは平成17年5～6月、無作為に抽出した全国の畳店2000事業所に郵送調査法により実施し、681事業所から回答をいただきました。

畳店経営者は50～60代が7割を占め、平均年齢は60歳です。創業年は昭和19年以前が半数であり、後継者については「後継者がいる」と回答した事業所が45%、一方「自分の代でやめようと思っている」事業所も45%みられます。このまま推移すると、畳店経営者の高齢化が進み、畳店の減少ということになり、後継者育成とともにい産業界全体でこの現実に対する対応策の立案が是非とも望まれます。

平成16年(1月～12月)の1畳店当り年間平均取扱い畳数は1895畳であり、その結果をもとに全国の畳表年間需要量を推計すると約2100万畳となります。また、平成16年の年間畳表取扱い畳数を100とした場合の今後の見直しは、平成17年90、平成18年87、平成19年84と遞減傾向がうかがえます。最盛期には4500万畳といわれていた年間需要量が5割以下になった理由としては、住宅着工数の減少、住宅の洋風化や畳表替えの減少などの住宅業界や畳替え意識の変化などとの関連が大きな要因としてあげられますが、い産業界全体で需要創造に対する努力を怠ってきたことは否定出来ません。全国レベルの需要創造にはテレビや新聞などによる広告、畳替えを実施したお客さまに抽選で〇〇プレゼントなどの販売促進活動が不可欠です。これは産地だけで解決出来る問題ではなく、業界のヒト・モノ・カネの総力をあげて需要創造に取り組むべきです。また、日常生活面でとらえると生産者、産地の業界関係者、消費地の流通関係者、畳店等「ご自分の家の畳替えをされませんか」、すなわち「まず隗より始めよキャンペーン」、そして、親戚、友人・知人と地道に拡大していくお客づくりを確実に実践していくべきと考えます。

これからの畳表は、国内産4割弱、中国産5割強、化学畳表1割の需要予測が回答されました。今回のアンケートで特筆すべき点は化学畳表が拡大してくる予測です。これまでのアンケートを総合すると、国内産の主な利用客は「個人客(持家)」、中国産の利用客は「賃貸住宅業者」「建築業者」「個人客(借家)」、とある面棲み分けされていました。これに化学畳表は「飲食店・旅館等業務店」を中心にひとつのマーケットを形成する勢いです。このことは、国内産と中国産という農産物での競争にくわえ、農産物と工業製品の競争と、複合化してくることを意味します。そのため、いぐさ・畳の「空気浄化」「保温・断熱性」「湿度調整」「弾力性」「芳香性」「吸音性」の機能のPRや国産品であることの「製品表示」「国産表示シール」「生産者氏名の押印」等をいま一度再検討することが望まれます。これは、近年マスコミでも一部取りあげられている「産地偽装問題」との関連もあり、生産履歴の公表までを見越した検討も必要と考えます。

熊本県産畳表の産地イメージは、「高級性で広島県産」「商売上のうまみで中国産」におとっている以外は、良好なイメージ形成をしています。また、「ひのみどり」の銘柄別認知率、利用率も着実に実績をあげています。しかしながら、「ひのさらさ ひのさくら ひのさやか」の違いはどこにあるのか、どのさくらが高級なのかといった素朴な質問も現実にも聞かれます。さらに、産地イメージに関して、産地イメージが形成されていないや産地間にイメージ差が認められないといった「どちらともいえない」回答が各項目ともに2～3割みられ、熊本県産畳表のブランド戦略再構築の必要性が指摘されます。

※ は30%以上の項目

	1 親 し み や す さ は	2 信 頼 性 は	3 安 心 性 は	4 安 全 性 は	5 品 質 の 安 定 性 は	6 熱 意 や 積 極 性 は	7 先 進 性 は	8 将 来 性 は	9 高 級 性 は	10 商 売 上 の う ま み は	11 お 客 さ ま か ら 好 ま れ る は	12 総 合 的 な 評 価 は
熊本県産畳表	61.5	46.8	54.9	50.2	51.5	51.1	41.4	36.6	28.8	23.9	45.8	44.6
広島県産畳表	8.2	32.6	23.8	21.6	22.9	4.6	2.9	3.7	53.3	9.0	17.0	14.5
中国産畳表	9.1	1.2	0.9	0.6	5.3	13.4	22.8	28.3	1.0	43.8	4.7	9.3
どちらともいえない	21.1	19.4	20.4	27.6	20.3	31.0	32.9	31.4	16.9	23.3	32.5	31.6

現在貼付されている製品表示(出荷証明)票の重視項目は、畳表生産地55%、重量53%、等級46%、生産者氏名45%、畳表規格43%がベスト5です。また、製品表示(出荷証明)票の重視度は7割を占め、前述した生産履歴までを考慮した表示法は、ブランド形成には重要な役割を果たすものと思われます。

現在、生産・流通・販売等業産地関係者により「熊本県いぐさ・畳表活性化連絡協議会」を結成し、21世紀の産地活性化や再構築策を検討しています。本協議会では「畳表表示」「熊本畳表のPR」「ブランド力強化」等を原点に戻り検討を開始しています。これまでの因習にとらわれることなく、新しい業産地や産業界を見据えた計画と実行を切に望みます。