

畳表の消費実態調査報告書

平成 21 年 3 月 25 日

全 国 い 生 産 団 体 連 合 会

〒866-0043 熊本県八代市古城町 2690 番地
(TEL)0965-35-3899 (FAX)0965-35-5780

調査フレーム

1. 調査目的 本調査は、畳表の流通実態、取扱い状況や販売促進状況等を調査し、今後の業界振興計画立案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 畳店経営者
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、約 9,300 事業所より 1,000 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(%)
1,000	120	12.0

なお、「住所不明」「廃業」等により 5 票が返送されました。

6. 調査方法

郵送配布郵送回収法

- *1.住所、事業所名、記入者名を明記のうえご協力いただきました。
- *2.アンケート資材発送後、全国畳材料卸商組合連合会より電話・訪問時等にアンケートの協力要請をお願いしました。

7. 調査期間

平成 21 年 3 月 5 日(木)～3 月 18 日(水)

8. 調査機関

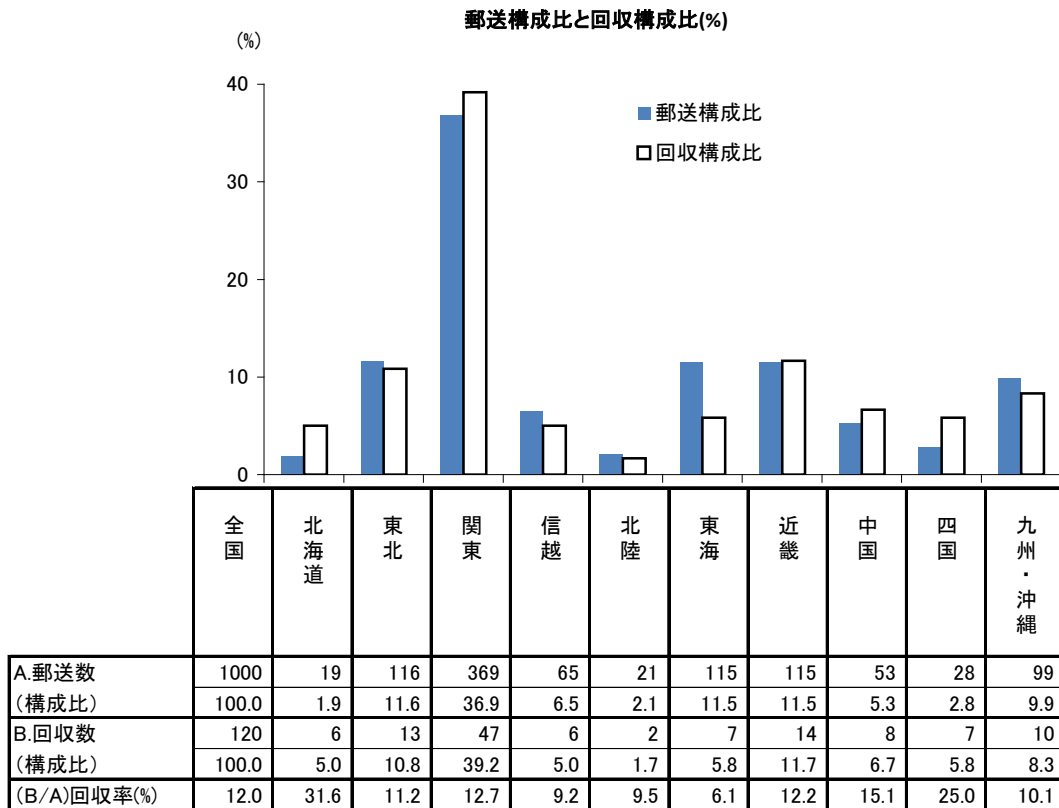
(調査主体) 全国い生産団体連合会
熊本県い業生産販売振興協会
(調査協力) 全国畳材料卸商組合連合会
(調査機関) (株)マーケティング開発

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、コメント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アンケートには多少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。

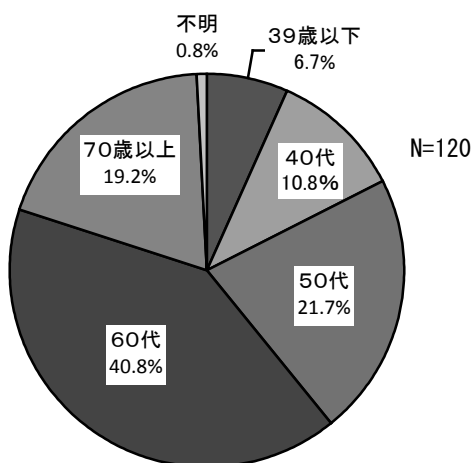
調査結果の概要

1. 地区



全国 1,000 事業所にアンケートを郵送し、120 事業所から回答をいただきました(回収率 12%)。郵送構成比と回収構成比は、地区別にほぼ同傾向値であり、全国各地より回答されています。

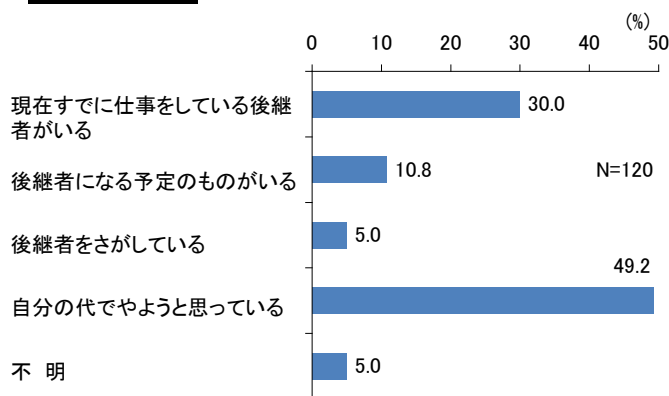
2. 経営者年代



経営者年代は、「39歳以下」7%、「40代」11%、「50代」22%、「60代」41%、「70歳以上」19%と、50～60代が63%を占めています。

平均経営者年代は60.3歳(平成20年調査—以下、昨年調査と略します—は60.6歳)です。

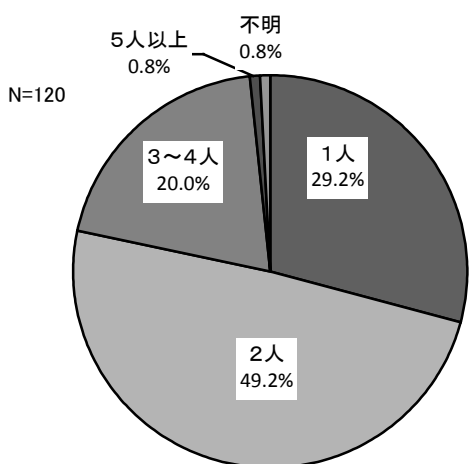
3. 後継者問題



後継者は、「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者がいる」11%と、後継者のいる事業所が 41%（昨年調査 42%）です。

また、「後継者を探している」5%、「自分の代でやめようと思っている」49%となっており、自分の代で廃業を考えている事業所が約半数（昨年調査 49%）みられます。

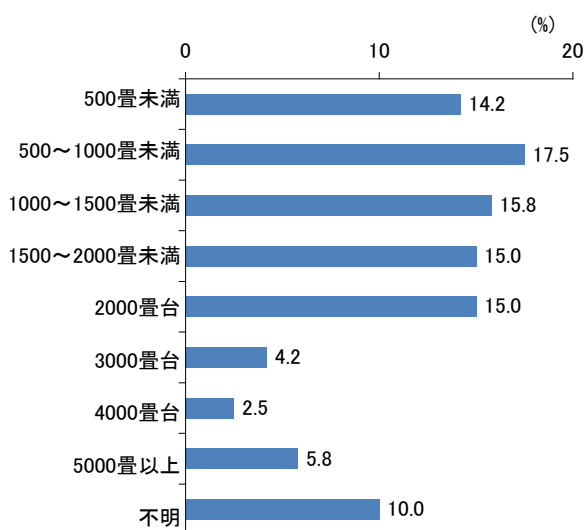
4. 従事者数



経営者を含む総従事者数は、「1人」29%、「2人」49%、「3~4人」20%、「5人以上」1%となっており、1~2人の事業所が 8割を占めています。

平均従事者数は 2.1人（昨年調査 2.0人です）。

5. 平成 20 年(1月~12月)の年間取扱い量数



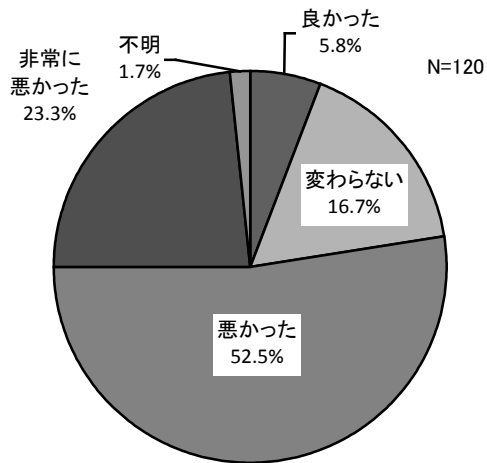
平成 20 年(1月~12月)の年間量表取扱い量数は、「~500 量未満」14%、「500~1000 量未満」18%、「1000~1500 量未満」16%、「1500~2000 量未満」15%、「2000 量台」15%、「3000 量台」4%、「4000 量台」3%、「5000 量以上」6%となっており、2000 量未満が 63%（昨年調査 61%）を占めます。

平成 20 年の 1 事業所当り平均年間取扱い量数は 1,795 量です。これを時系列でみると、平成 17 年 1,938 量、18 年 2,060 量、19 年 2,062 量となっています。

1 事業所当りの平均年間取扱い量数(1,795 量)と全国の量店数(昨年調査、ヒヤリング等より 9,200 事業所と予測)をもとに、平成 20 年の量表年間需要量を求めると 1,650 万量と推計されました。

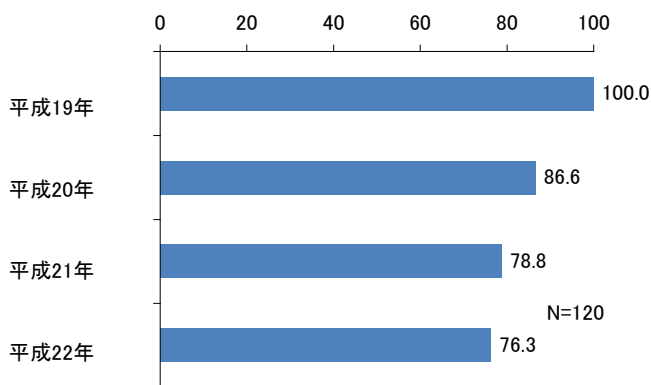
また、平成 20 年(=100)とした 21 年の経営見通し(91.0)より、平成 21 年の年間需要量を推計すると、1,500 万量となります。

6. 平成 20 年(1 月～12 月)の経営実績



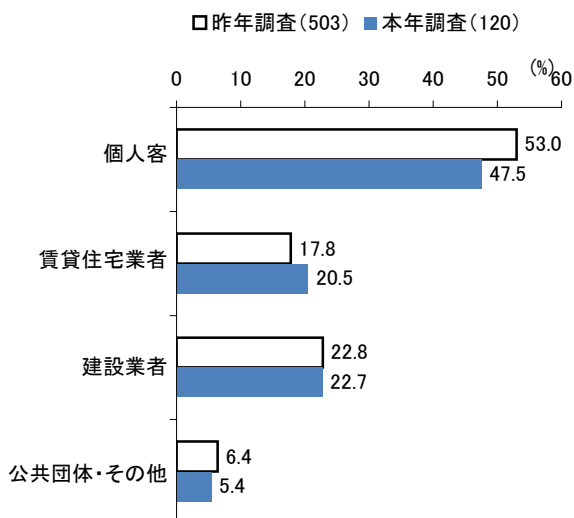
平成 20 年(1 月～12 月)の経営実績は、「良かった」6%(内訳:「非常に良かった」1%、「良かった」5%)、「変わらない」17%、「悪かった」53%、「非常に悪かった」23%と、「良かった」から「悪かった」を差し引いた景気指数は『マイナス 70』と厳しい経営回答となっています。

7. 年間畳数取扱い見通し



平成 19 年(1 月～12 月)の年間畳表取扱い畳数を 100 とした場合、平成 20 年 86.6、平成 21 年 78.8、平成 22 年 76.3 と、厳しい経営見通しが回答されました(因みに、平成 20 年を 100 とした場合、平成 21 年は 91.0 となります)。

8. 業種別畳表取扱い割合

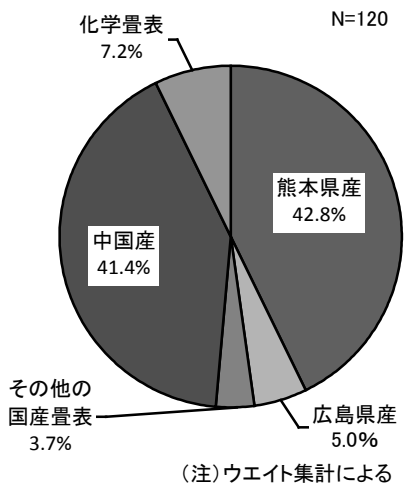


平成 20 年(1 月～12 月)の業種別畳表取扱い割合は、個人客 48%(昨年調査 53%)、賃貸住宅業者 21%(同 18%)、建設業者 23%(同 23%)、公共団体・その他 5%(同 6%)と、個人需要が約半数を占めます。

その個人需要は、景気低迷から昨年調査に比べ 5 ポイント減少しており、畳店経営悪化の大きな要因と考えられます。

9. 産地別畳表取扱い割合

①平成20年(1月～12月)



(単位:%)

	国内産畳表	中国産畳表	化学畳表
平成17年	47.4	47.9	4.8
平成18年	49.3	45.0	5.7
平成19年	54.7	40.4	4.9
平成20年	51.5	41.4	7.2

(注)ウエイト集計による

平成20年(1月～12月)の産地別割合は、「熊本県産」43%(昨年調査 48%)、「広島県産」5%(同5%)、「その他の国内産」4%(同2%)、「中国産」41%(同40%)、「化学畳表」7%(同5%)と、国内産畳表が52%を占めます。

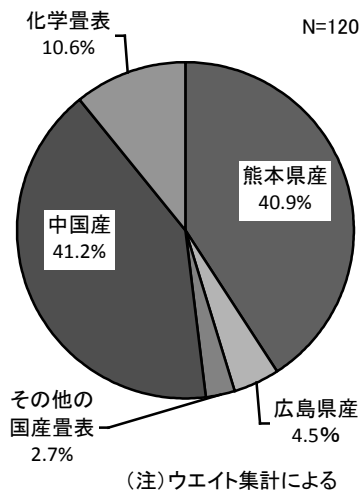
最近2年間の産地別割合は、国内産約5割、中国産約4割、化学畳表約1割の構成です。

国内産畳表生産量を450万畳程度とみると、平成20年(総需要量1,650万畳)の国内産占有率は27%であり、本結果とは24ポイント(400万畳)のギャップがみられます。

この要因としては、最終加工地を「産地」とする表示法(中国から輸入した畳表、い製品を国内で最終加工して「国産」や「日本製」と表示)との関連は否定できません。

おそらく、多くの畳店(消費者)はこの表示についての認識や確認方法がないままに、アンケートでは「国内産」取扱いと回答し、実態以上の高い国内産流通比率になっていると思われます。

②2～3年後



(単位:%)

	国内産畳表	中国産畳表	化学畳表
平成17年	45.0	47.2	7.7
平成18年	48.9	42.2	8.9
平成19年	52.4	38.4	9.2
平成20年	48.1	41.2	10.7

(注)ウエイト集計による

2～3年後の産地別取扱い割合は、「熊本県産」41%程度(昨年調査 44%)、「広島県産」5%(同4%)、「その他の国内産」3%(同4%)、「中国産」41%(同38%)、「化学畳表」11%(同9%)と、国内産畳表が48%を占める予想です。また、はじめて「化学畳表」が1割のシェアを占めました。

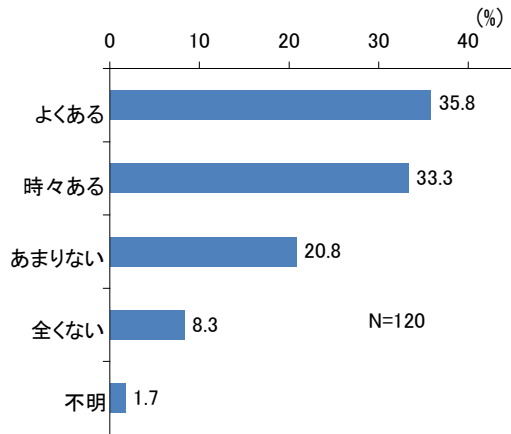
時系列にみると、国内産畳表志向は根強く、今後も5割程度の国内産取扱い意向です。

このことは、現行の産地表示法により、これまで通り「国産」や「日本製」を流通させることにより解決されま

す。しかし、それが消費者保護の立場に立った流通といえるのでしょうか。また、現行表示法を合法的に「中国産を国内産」と表示することにより、産地から畳店にいたる価格破壊連鎖や、い業界全体の疲弊を発生させていることも歴然とした事実です。

これまで産地偽装とらえていた問題を一歩進め、消費者に分かりやすく、消費者サイドに立った産地表示法の改定や取組みを早急に着手すべきと考えます。

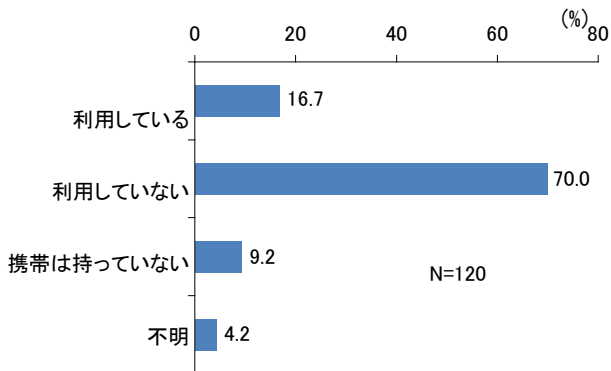
10. 国内産畳表の指定程度



個人客からの国内産畳表の指定程度は、「よくある」36%、「時々ある」33%、「あまりない」21%、「全くない」8%となっており、「よく」と「時々」を合計した国内産指定率は69%を占めています。

11. IT環境について

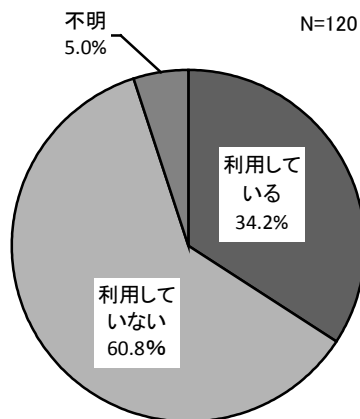
①携帯電話でのメール利用状況



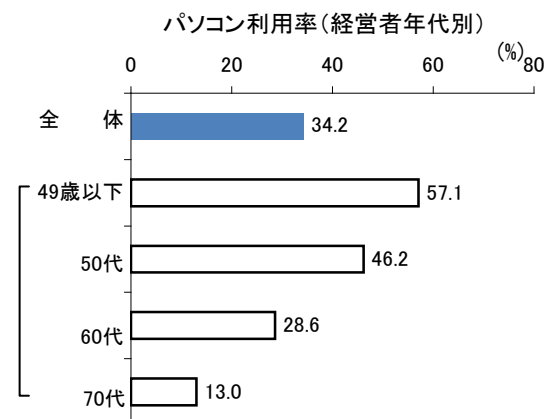
携帯電話の保有率は約9割です（「携帯は持っていない」9%、「不明」4%）。

また、携帯電話を持っており、「（メールを）利用している」は17%、「利用していない」は70%と、畳店業界における携帯メール利用率は2割程度の現状です。

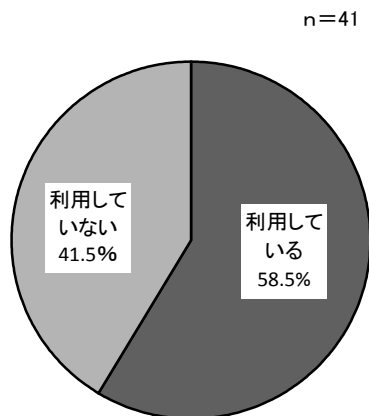
②パソコン利用状況



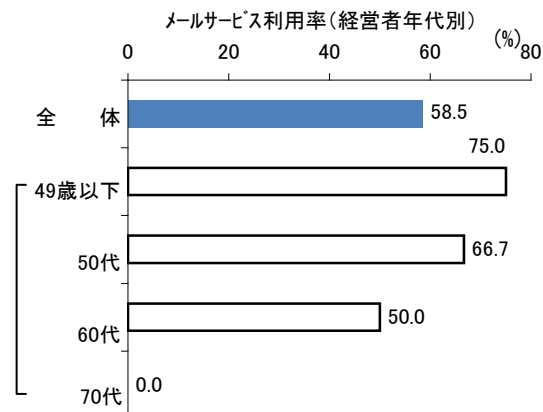
パソコンの利用率は34%であり、経営者年代が50代以下では5~6割の利用率となっています。



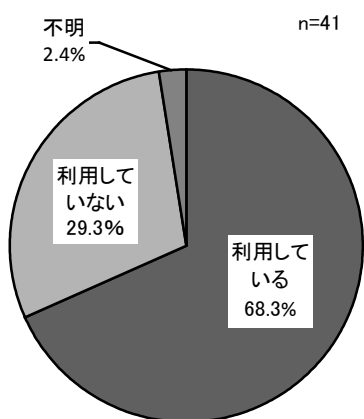
③メールサービスの利用状況



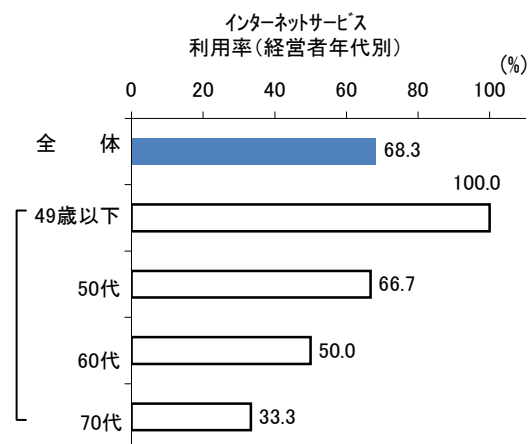
パソコンを利用している41事業所のメールサービス利用率は59%であり、経営者年代が50代以下では7割程度の利用率となっています。



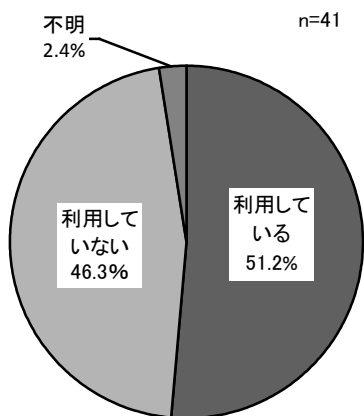
④インターネットサービス利用状況



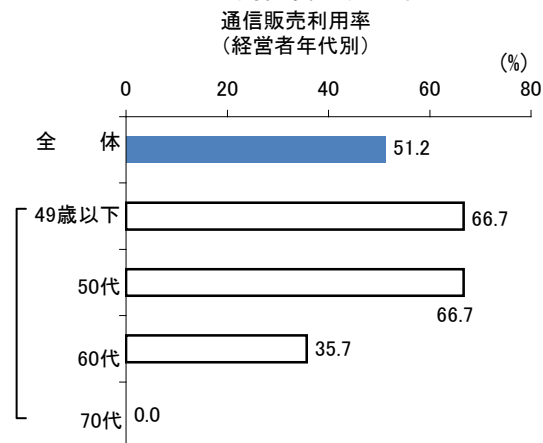
パソコンを利用している41事業所のインターネットサービス利用率は68%であり、経営者年代が50代以下では7~10割の高い利用率です。



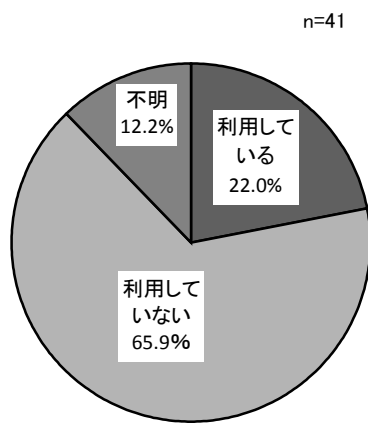
⑤通信販売利用状況



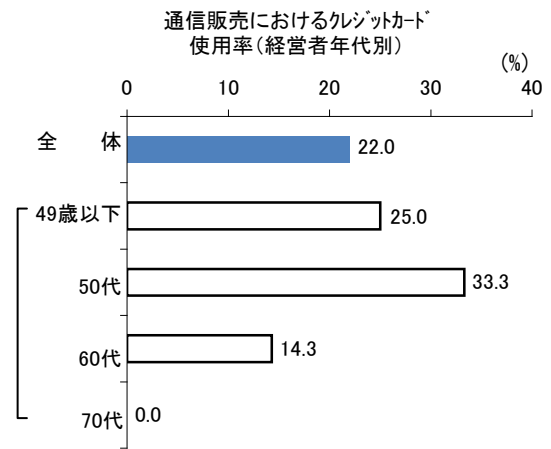
パソコンを利用している41事業所のインターネットを利用した通信販売利用率は51%であり、経営者年代が50代以下では7割程度の利用率となっています。



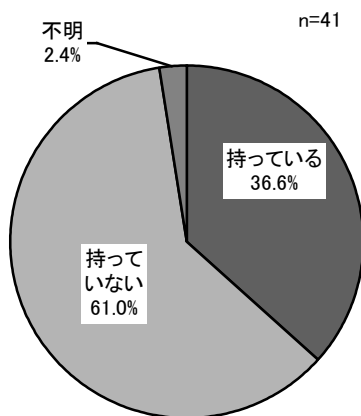
⑥通信販売におけるクレジットカード利用状況



パソコンを利用している 41 事業所の通信販売利用に際してのクレジットカード使用率は 22%です。



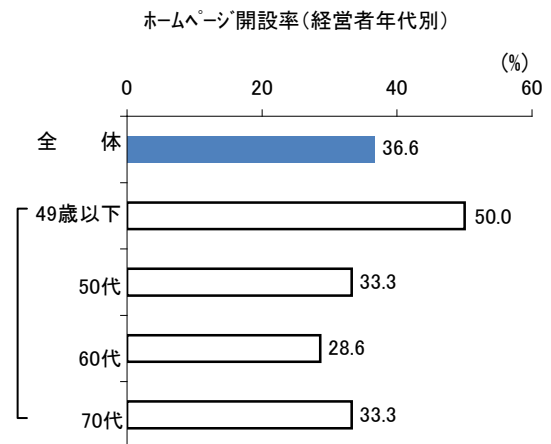
⑦ホームページ開設状況



パソコンを利用している 41 事業所のホームページ開設率(15 事業所)は 37%です。

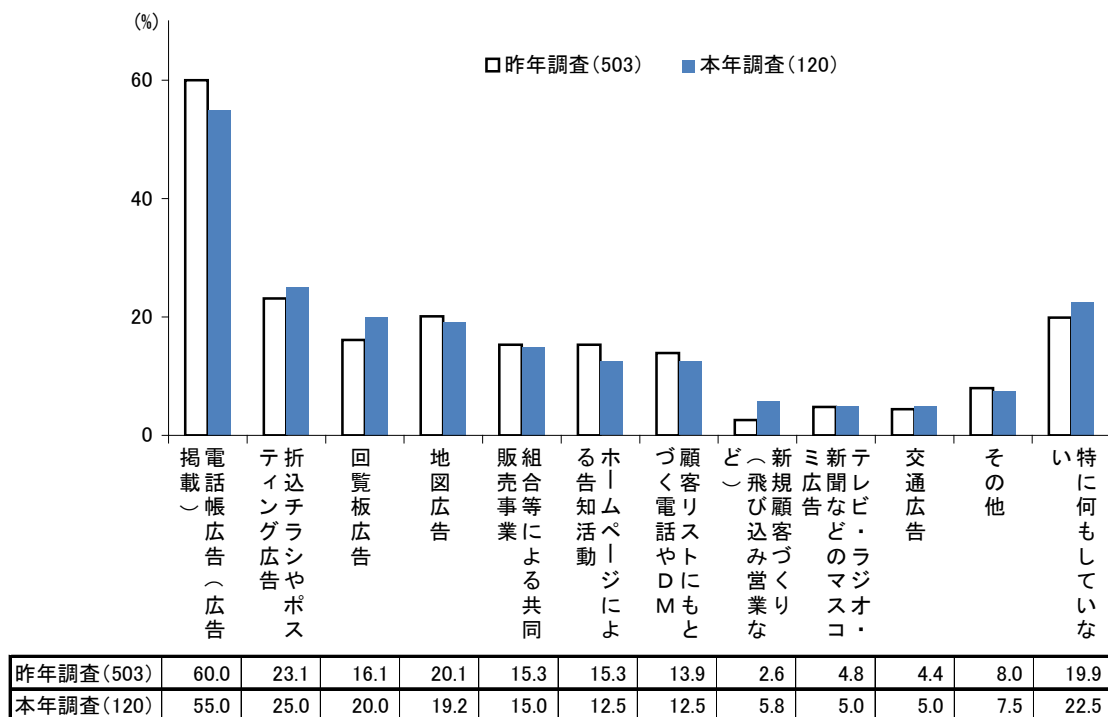
これは全体(120 事業所)ベースに換算すると、13%となります。

経営者年代別には、各年代とも 3~5 割の開設率です。



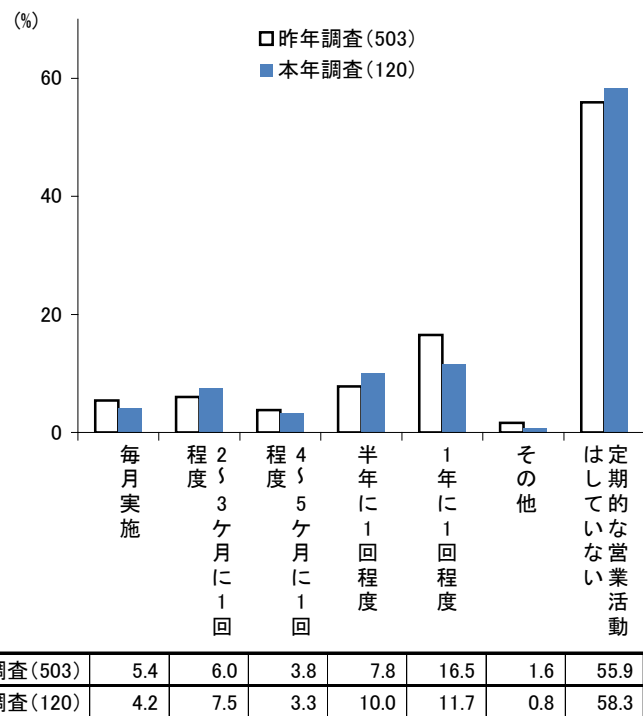
12. 営業活動

① 営業・販売促進活動



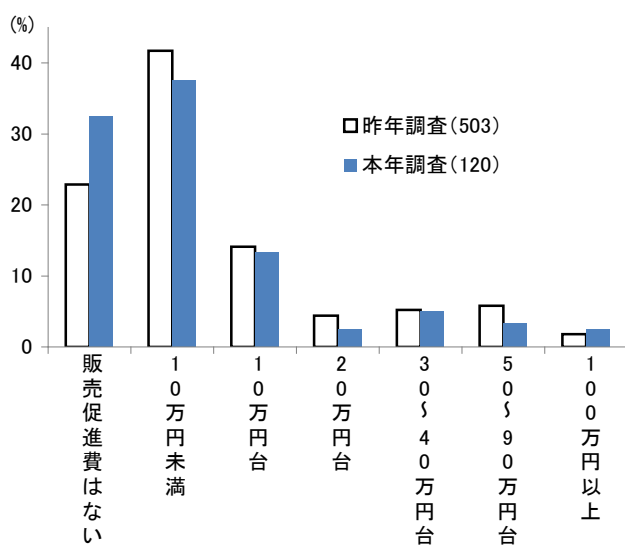
営業・販売促進活動は、「電話帳広告（広告掲載）」55%（昨年調査 60%）が 2 位以下に大差をつけて 1 位にランクされています。以下、「折込チラシやポスティング広告」25%（同 23%）、「回覧板広告」20%（同 16%）、「地図広告」19%（同 20%）、「組合等による共同販売事業」15%（同 15%）と続きます。また、「特に何もしていない」事業所（23% 同 20%）が、昨年同様 2 割程度みられます。

② 定期的な営業活動



定期的な営業活動は、「営業活動はしていない」58%（昨年調査 56%）が 6 割弱を占めます。具体的な活動回数は、「1 年に 1 回程度」（12%、同 17%）が最も多く、「毎月実施」から「半年に 1 回程度」まで広く分布しています。年間平均の活動回数は 1.4 回（同 1.4 回）です。

③年間販売促進費



年間販売促進費(広告料・イベント料など)は、「販売促進費はない」が33%であり、昨年調査(23%)を10ポイント上回っています。

金額別には、「10万円未満」38%(同42%)、「10万円台」13%(同14%)、「20万円台」3%(同4%)、「30~40万円台」5%(同5%)、「50~90万円台」3%(同6%)、「100万円以上」3%(同2%)となっています。

平均販促費は12.0万円であり、一昨年調査20.6万円、昨年調査13.9万円と比較すると、年々減額されています。

昨年調査(503)	22.9	41.7	14.1	4.4	5.2	5.8	1.8
本年調査(120)	32.5	37.5	13.3	2.5	5	3.3	2.5

13. い産業界への意見・要望

- ◇ ひのみどり系は根よりが目立ちます。それから仕上げを丁寧に願います。
- ◇ 中国産(四川)が国産に負けないくらいよくなってきております。頑張ってよい製品を作ってください。
- ◇ 商品の差別化、ブランド化。
- ◇ 時代の流れでしょうか。畳業界もかつての桶屋、提灯屋、唐傘屋みたいな姿になりつつあります。あまりにも悲観的な考えで申し訳ありませんが、私の高齢のためでしょうか。日本の文化、精神の育成のためにも頑張ってもらいたいと思います。
- ◇ 良い品物を作ってください(格安になると良いですが)。
- ◇ 折込みチラシをよくみますが、チラシを出せば出すほど価格競争を広げている気がします。今は数の時代ではなく質の時代。他店との格差は化学量を使用することで価格の安定と品質の向上を図っています。
- ◇ 当店は営業創立75周年になり、国産の熊本畳オンリーです。特に熊本表太麻 JAS1 または糸引 JAS2 等を中心ですが、最近では質が落ちてきた感じがします。現物をみて問屋とのトラブルがありません。織機折目、またはい草の肉厚のばらつき等気になります。安心・安全納入のために営業上プラスになるようご検討を。
- ◇ すべての畳表に証明書(生産者名、品種など)をつけて販売していただきたい。原産地偽装、着色表などが疑われるものの根絶を願います。
- ◇ 生産者からの情報がほしい。い草の生産状況やい草に関する知識など。
- ◇ 国産表のPRをもっとすべき。

- ◇ 消費者が畳替えをしたくなるような CM やエコポイントなども始まったが、そういうものもつけられるシステムなどができるといい。
- ◇ 畳業界全体で大物タレントを起用し、宣伝広報活動をしてはどうか。
- ◇ このアンケートで同じ事業所ばかり調査しては、かたよりが出てしまうのではないか(全事業所を調査しているのなら別だが)。
- ◇ 安定した価格を、安くチラシなどに 5%、10%引きなど書かないで欲しい。また、大口の仕事は 15、20%引きなどお客さまから足元を見られるだけと思います。
- ◇ お客様に対して、ウソをつかないように仕事の中身や材料にいたるまで手を抜かない店作りをすればいいと思います。
- ◇ 適正価格の見直し。洋室から和室にリフォームの勧め方。
- ◇ 今、健康に対し皆が興味を持っている時代です。だからこそ、い草にはイオン、集中力 UP がある、フローリングにはないい草の感触などいい面をもっと大々的にアピールして欲しい。都会から不便な田舎に移り住む人が増えているようにフローリングより畳の方が良いという風に。
- ◇ 後継者がなくなるとこの業界全体が先細りするのではないかと思います。そのためにも適正価格をいただけるよう営業を心掛けています。そして我々の所得水準を少しでも上げていければいいなと思います。
- ◇ タグはとともよいと思う。タグのことをもっとアピールしたほうが良い。
- ◇ 二大産地の国産表も岡山産が植付けをやめ始めて 30 年以上になり熊本産地が変わって一大産地になり、また後に中国表に段々と変わって、熊本産表も危機が迫っている。ここはなんとか熊本産地に頑張っていただき、畳表だけはせめて国産表で日本固有の畳に永久に使うて欲しいと思う。頑張れ熊本。
- ◇ 良い品質で安価なものを作ってください。
- ◇ 人口が減る、畳業界はもっと店が減ると思う。豊川市 20 万人の中に 21 軒の畳屋、この 10 年間で 5 軒残ればよしとする。
- ◇ い草の良さ、国内産の良いところをアピールして欲しい。
- ◇ 全ての畳表に生産者の名前を必ず入れるようにして欲しい。ラベルだけではダメ。
- ◇ カビの出にくい畳表の開発をよろしく。
- ◇ もう少し折込があれば良いと思う。
- ◇ 私共では中国産の使用を 5 年前から中止しております。理由はお客さまからの皮むけの色汚れなど苦情があるのと、国産品を希望される方が多数のためです。現在、熊本のみにて営業しておりますので、良質の表を持続していただきたいと思います。素人の集団が安価で市場を荒らして産地名を大々的に宣伝材料に使っているのも畳の粗悪化をすすめて、畳離れを早めている原因です。産地としての対策を希望します。
- ◇ 付加価値をつけ、安い畳はやらない。
- ◇ 厳しい状況ですが、良い品質の表を生産してください。
- ◇ 新畳、表替えの値段の決め方。いろんな表を持って行き、良い表、悪い表を見てもらって決めてもらう。客の目で中国と国産の違いを、そして国産をすすめて高くいただくこと。後継者作りも同じこと。もっと魅力ある畳屋にしていかなければと思う。儲けて話し方も上手にね。私畳屋の個人の考えです。あまり関係ないと思うけど。

- ◇ 会社は価格の面で中国産かと思われます。個人のお客さまで国産(熊本産)を取扱いと思い行動しているところ です。
- ◇ 国産い草を増やして欲しい。
- ◇ アンケート結果が知りたい。
- ◇ とにかく、新築が建っていない。建ったとしても畳間が1間か2間(6枚~12枚)くらいしかない。畳の無い部屋もある。
- ◇ もっともっとアピールして欲しい。
- ◇ 国産という八代表をよく使っていますが、見分けをもっとわかるようにしていただきたいと思いま す。
- ◇ 良い畳表をお客さまに見てほしいので、畳表のサンプルをどんどん送って欲しいです。
- ◇ 年々、畳の需要が減っております。賃貸住宅も和室から洋室へのリフォームが増えています。これか ら若い客層にインパクトのあるアピールが必要と思います。
- ◇ もっと国産表のメリットを広げて欲しい。
- ◇ 中国産と国産表との区別をはっきりと。
- ◇ 中国産は中国産、国産は国産、正直な取引をお願いします。中国原草を熊本、福岡で織らせて国産 として販売するような業者を告発してください。みんながやっていたら無理かもしれないが！。
- ◇ 品物としては国産のほうが良いと思うが、どうしても単価が高いので中国産を使ってしまう。値段を下 げるほうに努力をしてもらいたい。
- ◇ 一般消費者へのわかりやすい「い草」の効能や機能など、TV やマスコミを通してアピールして欲し い。
- ◇ 熊本国産表もいいですが、私は草の太いほうが好きですね。内の縫着機が悪いのか、草が細いと縫 い目のところが斜めに開くようになり、やはり太い草がいいですね。表替えで1万円もする家がありま せんからね。
- ◇ 材料費が少しも安くならない。石油が下がったにもかかわらず石油製品が下がらないのはなぜか。
- ◇ 値段の割に悪い品物が多い(草切れ)。畳表が台形のものが多い。値段的には中国産には負けるが、 品質で頑張っ て欲しい。
- ◇ 私は国産表にこだわりをもって仕事をこなしています(国産オンリーは松山で2軒のみ)。
- ◇ お客様のところへ、表ござの見本を持っていくと国産表の良いものにほとんどします。国産表の説明 (PR)をすればもっと売れると思います。
- ◇ 一般家庭また知識人は国産表を希望する方が多くなりました。外国産について理解していないよう です。国産表の畳屋専用PR看板を希望します。
- ◇ 新築住宅に畳の良さのPRが大切。畳は空気の浄化作用のあることのPRをテレビ等、たとえばNHK のためしてがっ てん等に取り上げてもらえるように働きかけては。