

第1節 生活用品用具

135 衣服・履物

1 概要

(1) 対象となる動産

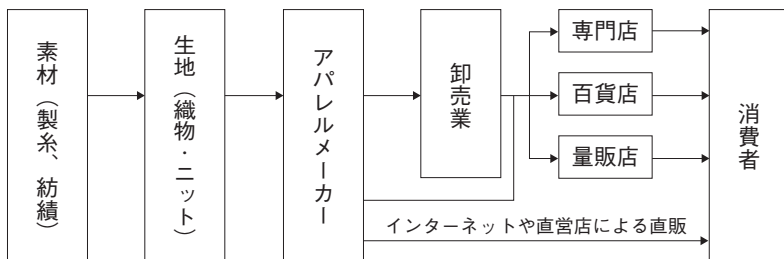
衣服とは、織物製やニット製など各種素材でつくられたワイシャツ、背広服上衣・ズボン、オーバーコート、ワンピース、スカート、セーター、カーディガン、下着、事務・作業・衛生・スポーツ・学校服などの衣服類を指す。一方、履物とは、各種用途にあわせて皮革や合成皮革、ゴム・プラスチック、各種繊維、木材などの素材で製造される履物類である。

なお、衣服については一般的に「アパレル」と呼ばれ、日本標準産業分類において「アパレル産業」は「繊維工業」に分類される。

(2) 商流および市場特性・特徴

衣服・履物の代表的な商流は、図表135-1のとおりである。生産は素材の調達に始まり、生地（染色等を含む）、メーカーによる加工が行われ、消費者へ販売される。消費者への販売は従来、商社等を経て専門店や百

図表135-1 衣服の代表的な商流



(出所) 筆者作成

貨店等で行われてきたが、近年ではメーカーによる直販も増加している。

衣服・履物は防護服や安全靴など一部特殊用途のものを除いて、総じてファッション性が高く、製造・販売においてデザインや色などの流行に影響されやすい。また、季節によって需要が大きく変動するなど、季節性がきわめて高い。衣服・履物の製造では、下請分業化が進んでいるため、中小企業の割合が高く、製品の企画・立案から製造・販売まで流通構造が複雑化している。また、典型的な労働集約型産業として、早い時期から生産コストの低い中国やベトナムなど海外への生産拠点の移転が進んでおり、産業全体における輸入比率が非常に高くなっている。

近年は、消費者の低価格志向が続いている半面、ニーズや価値観の多様化も進んでいることから、強い企画力・販売力を持ち、需要の変化をいち早くくみとれる大手メーカーが流通における強い発言権をもっている。一方、低価格で高品質な製品を独自で企画・製造し、傘下の直営店を通じて販売する製造小売業者（SPA）も台頭し、市場全体における存在感を高めている。

(3) 資金需要

衣服・履物の製造では見込生産が中心となっているうえ、年間の製造サイクルを春夏物、秋冬物の販売シーズンにあわせる必要があるため、原材料の仕入れや製品の製造が特定の時期に集中する傾向がある。一般的なスケジュールとして、春夏物は11～1月に製造、2～4月に出荷するのに対し、秋冬物は5～7月に製造、8～10月に出荷する。このサイクルのうち、製造のピーク時から販売代金回収までの期間が運転資金需要の最も強い時期といえる。

また、製造小売業者（SPA）の展開においては、設備資金や在庫見合の資金需要が考えられる。

(4) その他

① 在庫リスク

衣服・履物は流行に影響されやすいため、顧客ニーズに迅速に対応するには商品のデザイン、サイズ、色などを充実させる必要があるが、それに伴っ

て一定の在庫リスクが発生する。また、メーカーや卸売商社と小売業者との取引形態は、買取販売と委託販売に大別されるが、委託販売については返品リスクが高く、メーカーや卸売商社にとって滞留在庫が発生する要因となる。

② 助成金

衣服・履物として固有の補助金等はないものの、中小企業であれば、一般的に適用される助成金や特定の業種を対象とした補助金はある（JAPANブランド育成支援事業助成金、皮革産業振興対策事業費補助金）。

③ 関連する法律

繊維製品（家庭用衣料品）を対象とした安全性等を直接的に規定している法律として「有害物質を含有する家庭用品の規制に関する法律」があり、ホルムアルデヒドの樹脂加工および有機水銀化合物等の抗菌加工等について、化学物質ごとに有害な化学物質の使用を規制している。

(5) 関連情報

- ・経済産業省、繊維・生活用品統計

<http://www.meti.go.jp/>

- ・日本アパレル工業技術研究会、アパレル統計データベース

<http://www.jat-ra.com/>

- ・日本ケミカルシューズ工業組合、統計データ

<http://www.csia.or.jp/>

- ・日本ゴム履物協会、統計資料

<http://www.jrfma.gr.jp/>

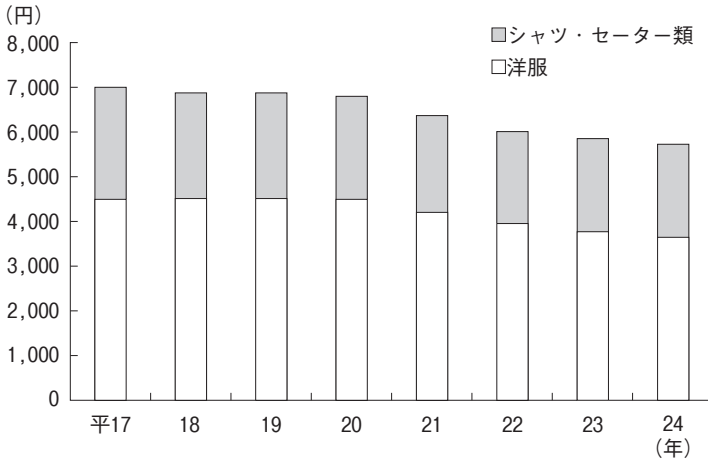
2 代表的な動産

(1) カジュアル衣料

① 動産概要

フォーマル衣料に対する概念であり、「堅苦しくない」「気楽な」衣料という意味で使用されている。代表的なカジュアル衣料としてジーンズ等があ

図表135-2 1世帯当り1カ月間の支出（総世帯） 衣料品抜粋



(出所) 総務省「家計統計年報 家計収支編」

り、ジーンズとはコットン製の厚手の生地を使用し特殊な縫製を施している製品で、もともとは米国における作業着として普及したものである。また、過去にはインディゴ等の染料で濃紺に染められているものが主流であったが、昨今その他の色に染められるケースも多く、広義ではほかの色の綿物や厚手のニット生地もジーンズに含めることがある。

② 業界動向

総務省の家計調査では1世帯当りの衣料品に対する支出額は減少傾向が続いている(図表135-2参照)。これは長引く景気の低迷により消費者の消費マインドが落ち込んでいることに加え、衣料品の低価格化が進んだことによるものと考えられる。

また、カジュアル衣料の代表的な商品であるジーンズにおいても、過去にはプレミアムジーンズがブームとなり、高価格帯の商品が売れた時期もあったが、近年では1,000円以下の商品も発売されており、その他のカジュアル衣料と同様に低価格化が進んでいる。

③ 担保実務上のポイント

カジュアル衣料に担保を設定する場合には、通常、保管場所である倉庫や店舗等を特定したうえで、保管されているすべての衣料品を「集合動産」として取り扱う。保管場所や数量を指定することで、衣料品の一部を担保として取得することも可能ではあるが、特定した場所以外に保管されているものは集合物譲渡担保の効力が及ばないため、所在場所等の限定はできる限り避けたほうがよい。また、担保取得時には所有権留保や商事留置権等の確認が必要であり、それらの権利が存在する場合、担保取得は避けるべきである。

評価のポイントとしては流行性の有無、実用品か趣向品か、長期滞留在庫（不良在庫）ではないか等の確認が必要となる。さらに、商習慣としてメーカーがいったん販売したもののなかで、量販店等で売れ残った商品は返品されることがあり、在庫として保管しているケースも珍しくない。そのため、返品されたものは市場性等を勘案し相応の評価額とすべきである。

④ 換価処分時のポイント

衣料品についてはセカンダリーマーケットが確立しているものの、ファッション性の高い商品は売上げが流行に左右されるため、与信時の担保評価と処分価格に齟齬を発生させる危険性がある。季節性のあるものに関しては処分時期が問題となるため、流行性や季節等を総合的に判断して担保処分を行う必要がある。

また、衣服は搬出が容易なものが大部分であり、債務者が破産した場合には他の債権者や従業員等による不当な搬出が予測されるので、早急に引渡しを受けたり、即時取得が発生しないように明認方法を施し別途保管する等の対策が必要となる。

一方、店舗で保管している商品を担保処分する際には債務者協力のもと、その店舗で「処分セール」等を行うことにより、一定の価格を維持しつつ早期売却が可能となるケースがある。

(2) 作業服

① 動産概要

作業服の領域は幅広く、一般的な作業現場で使われる制服のほか、作業効

率性や安全性を兼ね備えた難燃服、防寒服・コート、夜光ベスト、帯電防止安全ベストなど特殊な機能性をもつものもある。また、事務職用のユニフォーム（事務服）、医療・食品業界向けの白衣等がある。

動産の特性上、カジュアル衣料品のような高いファッション性はなく、品質などが劣化することも特にはない。しかしながら、近年は主要販売先である製造業や建設業等へ従事する労働者の減少や取引先の経費削減から受注が落ち込んでいる状況のなか、多様化する顧客のニーズに応えることで他社製品との差別化を図りつつある。具体的には伸縮性や消臭、抗菌、防汚効果、吸汗、速乾、UV対策の機能面を充実させ、他方、事務職用のユニフォームではデザイン性の向上等を進めている。従来の定番品に加え、デザインやカラーなどのバリエーションがふえており、製品のライフサイクルが短くなる傾向にある。

② 業界動向

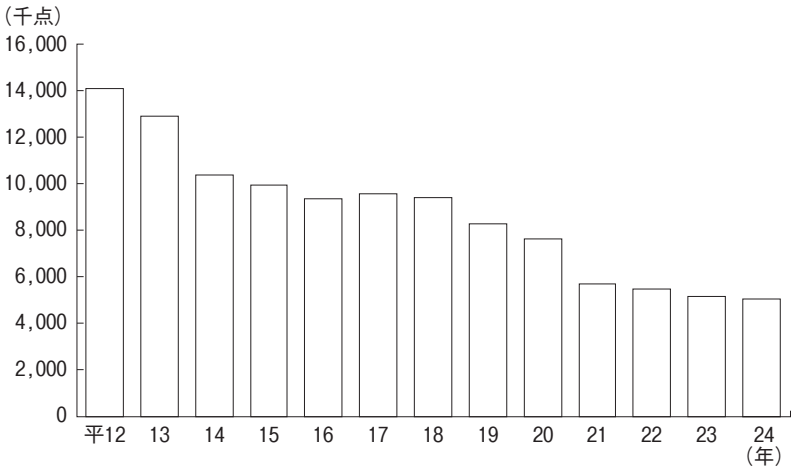
国内の作業服メーカーは岡山県と広島県に集中しており、両県をあわせた生産量は全国の約5割にのぼる。業界全体では、従業員数100人以下の企業が90%以上を占めており、中・小規模事業者によって支えられる業界構造となっている。また、コスト削減などの目的から海外への生産拠点の移転も進められているため、国内の事業者数は長期的に減少傾向となっている。

作業服の最大の需要先は製造業や建設業とされるが、製造業では生産の海外シフトが続いている一方、建設業界は民間・公共投資の削減で長期的に伸び悩んでいる。こうした厳しい事業環境から、作業服に対する需要も低迷している。経済産業省の「繊維・生活用品統計」をみると、制服・作業服・事務服の平成24年の生産量は前年比約2%減少の504万点にとどまっている。生産量のマイナス推移は7年間連続となっており、生産規模は約5,000万点だった平成2年の1割程度まで縮小している（図表135-3参照）。

③ 担保実務上のポイント

作業服は使用される業種、用途などによって種類が細分化され、その大半は特定の用途に向けてデザインされたものとなっている。他の用途への転用

図表135—3 制服・作業服・事務服の生産量の推移



(出所) 経済産業省「繊維・生活用品統計」

は困難であるため、担保取得時には在庫数量のみならず、製品の回転率などを分析できる情報として、種類や用途ごとの販売データや構成比率などもあわせて入手することが望ましい。

カジュアル衣料等と同様に担保取得時には、通常、保管場所である倉庫や店舗等を特定したうえで、保管されているすべての衣料品を「集合動産」として取り扱う。

なお、作業服は海外生産が主流となっており、海外から仕入れた商品を賃貸倉庫等に保管しているケースがある。倉庫業者等の第三者が担保の目的物を保管することは、万一の場合、目的物の占有が容易となるメリットがあることから有効である。しかし、設定者の承諾がない状況で倉庫業者等が債権者へ担保目的物の引渡しを行った場合、設定者から損害賠償を求められることも考えられ、あらかじめ三者間（譲渡担保権者、設定者、倉庫業者等）で一定の条件が発生すれば譲渡担保権者の請求により倉庫業者等の第三者が担保の目的物の引渡しに応じるものとし、設定者は異議を申し立てない旨の特約を結んでおく方法がよい。また、この場合、倉庫業者に対する保管料の未払

いにより商事留置権が発生する可能性があることに留意が必要である。

④ 換価処分時のポイント

作業服は用途が特殊であるほど、換価処分時において売却候補先が限定される可能性が高いと考えられる。また、カジュアル衣料品ほどファッション性などによる影響は大きくないものの、モデルチェンジが行われた場合には旧モデルの売却が困難となる可能性がある。

(3) 婦人靴

① 動産概要

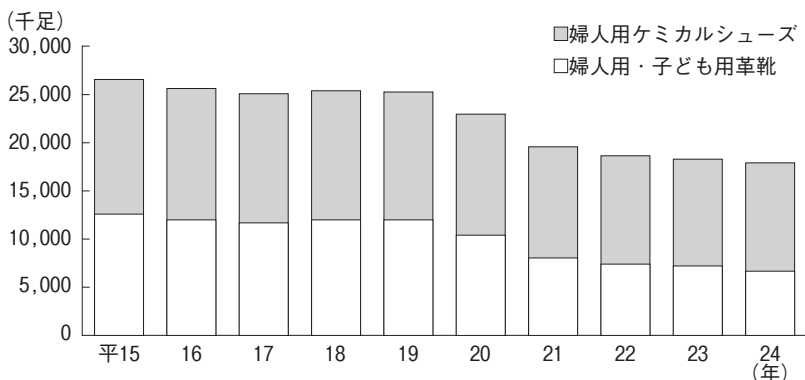
婦人靴にはパンプス、ブーツ、サンダル、スニーカーなどの種類がある。紳士靴と比較するとファッション性が高く、特に若年層をターゲットとした婦人靴については嗜好性がきわめて高い。このため、流行の終了とともに販売が困難になる場合が多く、売残り品の発生するリスクが高い。また、同じタイプのもので、さまざまなデザイン、色、サイズをそろえる必要があるため、婦人靴の製造・販売業者は多品種かつ多量の在庫品を保有することとなり、在庫品の管理が非常に煩雑になっている。

② 業界動向

人口の減少や消費者の節約志向などにより、婦人靴の国内市場規模は縮小傾向を示している。経済産業省の「繊維・生活用品統計」によれば、平成24年の婦人・子ども用「革靴」の生産数量は679万足と、前年比6%減少している。婦人・子ども用の「革靴」の生産数量は、平成13年～14年は約1,600万足であったが、それ以降は減少が続き、リーマンショックの影響を受けた平成21年には1,000万足の大台を割り込んだ。また、合成皮革などが使用される「ケミカルシューズ」についても、革靴と同様に生産数量は減少傾向にあり、日本ケミカルシューズ工業組合の統計によれば、婦人靴の生産数量は前年比0.8%減の1,120万足となっている（図表135-4参照）。

一方、履物の輸入数量は増加している。財務省の「貿易統計」によれば、平成24年の履物輸入数量は約6億2,900万足となっており、平成12年と比較すると約37%増加している。特に中国などから輸入される廉価製品の増加が

図表135—4 婦人用・子ども用革靴、婦人用ケミカルシューズの生産数量の推移



(出所) 経済産業省「繊維・生活用品統計」

顕著であり、消費者の低価格志向を示す結果となっている。婦人靴に限定した輸入の統計数字は公表されていないものの、履物全体の動向に連動していると推測される。なお、総務省の家計調査でみると、平成12年以降の婦人靴の平均価格（支出金額÷購入数量）の下落傾向が続いており、平成24年時点の平均価格は4,874円と、平成12年の5,748円から約15%下がっている。

③ 担保実務上のポイント

婦人靴は流行に左右されやすく、サイズや色なども多種多様であることから、商品の陳腐化によって滞留在庫が発生するリスクが高い。このため、担保取得後もモニタリングを通じ、在庫品の製造時期やシーズン商品の有無などについて継続的に確認する必要がある。

④ 換価処分時のポイント

婦人靴の換価処分においては、靴卸売業者、靴小売チェーンなど比較的多数の売却候補先が想定される。しかしながら、市場規模の縮小を背景に業界全体の流通在庫には余剰感があると指摘されており、処分のタイミング（季節など）や処分品の数量によっては候補先が限定され、大幅な価格ディスカウント要請を受ける可能性もある。