

## 人 造 真 珠 硝 子 細 貨

海外市場における中国製品の台頭により輸出は減少し、輸出先もアメリカから、アジア、中近東にシフトしている。内需もほぼ横ばいで推移している。輸出には多くを期待できないところから、素材やデザインを工夫して、国内通信販売向けに売上げを伸ばしている企業や、関東方面など、積極的に内地ルートの開拓に取り組み、国内向け売上げを伸ばしている企業がみられる。今後は、安価な中国製品と、これらの企業によるバラエティーに富んだ高級な我が国製品とは、さらなるすみ分けが進んでゆくものと思われる。

**製品の特徴** 人造真珠とは、ガラス玉、プラスチック玉、貝玉を原材料として、それにパールエッセンス（真珠箔）を数回反復塗装したもので、ネックレス、イヤリング、ブレスレット、ブローチなどに用いられるほか、装飾材料アクセサリーの組み付け部品としても使用されている。一般にガラス玉やガラス細工と共に、これらを総称して人造真珠硝子細貨と呼ばれている。

人造真珠の製品は、礼装用などのネックレスやイヤリングを中心とするフォーマルものと、色パール、塗りもの（原玉にラッカー塗装をする）、金・銀もの（原玉に金・銀のめっき塗装をする）などのファッションもの（ファンシーもの）に分かれ、ファッションものは、大玉から小玉、変形玉など、サイズ、形状も様々で、バラエティーに富んでいる。

**業界の概要** 業界の主な特徴として、第1に、受注生産の閑散に対応するため分業が発達し、それぞれの生産工程が細分化され、各工程とも手作業への依存度が高いことである。生産形態は、一般に人造真珠メーカーと呼ばれる塗装仕上げ業者を中心に、ガラス生地業者、原玉業者（貝、ガラス、プラスチック）、及びメーカーの外注工程である針金通し、枠張り（いずれも塗装前）、糸通し、結び加工（いずれも塗装後）などを行う加工屋やその傘下の内職者、およびこれら業者間の仲介をする原玉仲買人などが存在する。

分業が発達しているため、人造真珠メーカーは、家族従業者を主体とした小零細規模の企業が多い。

第2に、輸出比率が高いことである。とはいえ、業界へのヒアリングによれば、売上げに占める輸出向けの割合はこのところ減少しているところが多く、従来65%程度とみられてきた当業界の輸出比率は、現在では、輸出検査も廃止となっていて、推測のための手がかりとなる数値実績はないものの、かなり低下しているものと思われる。

第3に、大阪府和泉市に全国の7割近くの業者が集中していることである。これは、明治のはじめに堺や大阪玉造のガラス細工技術が和泉地方にもたらされ、当地を中心にガラス玉産地が形成されたことに起因している。

業界の企業数を、日本人造真珠硝子細貨工業組合の企業数でみると、平成15年10月現在で37社である（これらのなかには、ガラス生地など原材料業者等も少数含まれている）。組合員37社の地域分布は、和泉市25社、堺市3社、大阪市2社、高石市2社、岸和田市1社、大阪府以外（兵庫、香川、岡山）に4社立地しており、依然和泉市を中心とする大阪府に集中している。ただ、組合員数は、10年前の平成5年末には67社であったものが、このところの業界の低迷や後継者難による廃業等から、大幅な減少となっている。

**輸出は減少** 業界へのヒアリングによれば、売上げに占める輸出向けの割合は、期間の差はあるものの、ここ2、3年、あるいは6、7年のあいだには、輸出向け60%、国内向け

40%であったものが輸出向けが徐々に減少し、現在輸出向けは20%以下の企業、輸出向けと国内向けが半々であったものが、現在は輸出向けが20%程度になっている企業、輸出向けが90%から70%あまりに減少している企業など、輸出向けの割合が低下しているところが多い。

業界にとって従来主力であった輸出が低迷している背景には、ファッショントレンドの変化や流行という需要自体の要因もあるものの、ここ10年あまり前からの中国製品の顕著な躍進がある。中国では自国の工場や、多くの台湾企業、一部の香港企業が設立した合弁工場で生産されている。規模の大きなところは、我が国で言えば体育館のような床面積の広い工場や、数階建てからなる工場で、従業者200~300人規模による一貫生産が行われているという。

中国製品は日本製品に比べ、現状では、依然品質面では劣っているが価格面では有利で、ヨーロッパと異なり、多少の品質の違いよりも価格を重視する傾向のアメリカ市場においては、そのシェアを著しく拡大させている。アメリカでは、消耗品的な一般の大量汎用品は、現在ほぼ中国から調達されている。

このため、我が国の輸出仕向地としては、従来アメリカが多かったものが、このところは、中国のほか、香港やインドなどアジア向けや、中近東向けが増加している。あるメーカーでは、中近東向けに半丸型や小判型の変形プラスチック玉輸出が増えており、金玉や銀玉を主力とするメーカーでも、特にシリアやドバイなどに輸出が増えているという。これらの地域に輸出されるのは半製品としての部品のものも多く、現地での消費のほか、これらの地で加工され、アメリカに回るものも多いとみられている。

ただ受注量については、1回数十万円程度の受注が多い状況のもとで、久しぶりに300万円程度の受注があったというケースや、平均すれば、現在月100万円とか、200万円から300万円の受注で、10年余り前の最盛期に比べれば10分の1程度というケースなど、かつてのような大量の受注はみられない。最盛期には、1年分の輸出向け受注残があったというものが、現在は多くて1か月あまりの繰り返しであり、途切れることもあるという。

**内需への対応** 国内向けは、輸出向けに比べ受注にはそれほど大きな変動がないものの、欧米などから輸入される模造宝石、チェーン等との競合があることや、受注が多品種、小ロット、短納期であり、輸出向けに比べ販売条件や価格面での厳しさがある。最近では、1ダース単位、何個単位のロットで、翌日納入といった受注も珍らしくなくなっている。多少ヒットした商品としては、一時期携帯電話のストラップが動いたが、現在では中国製品の台頭で下火になっており、国内向け需要は、全体としてほぼ横ばいである。

ただこうしたなか、輸出には多くを期待できないところから、素材やデザインを工夫して国内通信販売向けに完成品の売上げを伸ばしている企業や、関東方面など、積極的に内地ルートの開拓に取り組み、完成品、部品の国内向け売上げを伸ばしてしている企業がみられる。

人造真珠をはじめ、各種素材のアクセサリ完成品、部品を生産するメーカーでは、数年前から関東方面の服飾メーカーに、自社の製品パンフレットを配布したうえ、多品種、短納期に対応できることなどを積極的にPRして販路を開拓し、そうした服飾メーカーから問屋抜きの受注が徐々に増えている。この結果、かつては輸出向けと国内向けが半々であったものが、現在では、国内向け売上げが8割を超えるに至っている。同社では、多種

の原材料を、中国、インド、ブラジル、南アフリカ等海外各地から輸入し、国内向けへの、多品種少量の受注に対応している。

また同社では、数年前に上海に合弁企業を設立、安価なものや、手間のかかるものを、日本から原材料を送ったうえで加工、生産している。ただ、この場合原材料と加工製品の往復の日数に10日程度かかり、短納期には対応できないなどの問題があるという。

やはり多種のアクセサリ完成品、部品を生産するメーカーでは、関東方面への進出の足がかりとして、数年前に現地の服飾メーカーへの販売を目的とした東京支店を開設した。さらに2年くらい前からは、ビーズ手芸がマスコミ等で取り上げられてブームとなり、現在多数のビーズショップが並ぶ浅草橋に、昨年、一般消費者への小売直営店舗を開設している。単に輸入商品をそのまま販売しているというショップが多いなか、当店では、製品にバラエティーをもたせるために、チェコ、中国、インドなど、海外から輸入している多種の原材料をもとに、自社で加工、製造した数千アイテムにのぼるオリジナル商品を扱っており、売上げは好調に推移しているという。その後、同社へは大手デパート売場からも声がかかるなど、小売売上げは増加している。現在、総売上げに占める小売の割合は15%程度であるが、京都、大阪にも実験的な店舗を出しており、今後は更に小売の割合を高めていきたいとしている。

**収益は低迷** コスト面では、プラスチック玉は国内メーカー数の減少や規模縮小により、価格はここ2、3年やや上昇傾向にあるとはいえ、さほど大きな問題ではない。貝玉は、小粒のものを除いて国内での調達が難しいためベトナムなどからの輸入品が多く、ガラス玉やプラスチック玉も、情勢によっては中国などから輸入しているところもみられる。この場合、价格的には支障がないという。このほか、パールエッセンス（真珠箔）や溶剤価格は横ばいである。

このように、コスト面では特に大きな問題はみられないが、売上げ全体が伸び悩みのうえ、製品販売価格の上昇も難しく、収益は冴えない。

資金繰りの面では、輸出向けは現金回収であり、国内向けも受取りは手形は少なく、振り込みが大半であるため回転はまずまずである。ただ、各種の受注に対応するためには、多種の原材料をストックしておく必要があり、このための資金手当てがやや苦しい場合があるというケースもみられる。

**特許製品開発** 業界では、積極的に公的機関を活用するなどして研究を重ね、特許製法をとった人造真珠メーカーも出ている。同社では、府立産業技術総合研究所の発足後、経営者が当研究所の研究スタッフと共に試験・研究を重ね、平成9年9月に、菌やカビの発生や発育を防止する「抗菌防カビ人工真珠」、汗、水、雨からのべたつきを防止する「撥水人工真珠」の特許出願を行った。その結果、13年6月に特許原簿に登録され、同社と大阪府との共同開発により特許製法化された商品となった。同社は、大阪府産業デザインセンターとのつながりも深く、デザイン面でも公的機関を有効に活用している。今のところ、特許製品の売上げは全体の1割程度であるが、今後はPRと共に、常に製品の改良、改善に取り組み、売上げを増やしていきたいという。

**今後の見通し** 業界では、規模を縮小したり、後継者がいないところなどは廃業する動きがみられ、産地として企業数や、輸出高、生産高は減少傾向にある。ただ今後に前向きなところでは代替わりが進んでおり、上にみたような積極的な経営者は、いずれも30歳代、

40歳代の後継者である。インターネット上でホームページを開設するなど、情報発信も積極的に行っている。

ある企業では、正規社員として雇用した20歳代の男性従業員2名が原玉の塗装工程を担当している。塗装は、枠の針金に通した原玉を塗装液の入った容器（バット）に漬ける。一般には、バットを電動で数回上下移動して玉を浸漬し、塗装しているが、同社では、産地として、塗装技術の後継者が途絶えないためにも、この若い従業員が、ハンドル操作により手でバットを上下移動して塗装を行い、塗装のこつや微妙な感触をマスターしているなど、ものづくりへのこだわり、配慮をしている。

今後、このような前向きに頑張っている企業が途絶えない限り、安価な中国製品と、これらの企業によるバラエティーに富んだ高級な我が国製品とは、さらなるすみ分けが進んでゆくものと思われる。

（内田）

人造真珠等身辺細貨類の仕向地別輸出推移(全国)

(単位:千円、%)

	アメリカ	イギリス	イタリア	ドイツ	サウジアラビア	香港	台湾	韓国	中国	その他共計
平成12年	990,457	41,250	38,554	22,194	167,669	758,383	212,572	389,579	180,465	3,557,442 (37.9)
13年	843,582	82,142	70,892	37,911	116,024	624,944	184,632	335,435	137,725	3,169,851 (-10.9)
14年	795,095	83,490	70,108	40,275	119,677	634,631	186,219	314,938	128,159	2,953,095 (-6.8)
15年1～7月	445,002	17,270	56,007	14,218	89,856	389,211	151,935	165,531	107,231	1,738,649 (-8.7)

資料:財務省『日本貿易月表』。

(注) ( )内は前年比。