

第4章 製造業

1. 繊維・アパレル

中国繊維・アパレル産業の2021年は、欧米アパレル市場の新型コロナウイルス禍からの回復と、ASEAN地域などから中国への“生産回帰”の追い風があった一方、原料高や海運コストの高騰、人民元高、電力供給制限、国内市場の成長鈍化などの逆風が吹く、山あり谷ありの1年となった。

中国繊維品の輸出は、欧米市場の回復と中国への生産回帰が、マスクや防護服等のコロナ特需反動減の影響を大きく上回り、2014年以来7年ぶりに過去最高を更新した。一方で、収益が悪化した企業も多かった。

21年半ばから新型コロナ禍で苦しむベトナムなどからの生産回帰が始まり、縫製工場や生地工場の稼働率が大幅に高まった。設備投資も活発化し、機械メーカーや部品メーカーが業績を伸ばした。しかし、9月になると石炭不足と政府の環境対策を背景に各地で電力供給制限が採られ、江蘇省蘇州市呉江や浙江省紹興市の繊維産地の工場は「受注はあるが、生産ができない」状況に陥った。10月後半から電力供給制限は緩和されたが、供給制限を機に蒸気エネルギーなどが値上がりし、ただでさえ原料高で苦しむ工場の収益を圧迫した。

国内アパレル市場は2021年前半、新型コロナ禍を受けた前年2、3月の都市封鎖や行動制限の反動が大きく表れた。衣料品の1～6月の社会消費品小売総額は前年同期に比べ33.7%も増加した。ネット通販専門のブランドも好業績を上げるところが目立った。この前半の貯金で年間の衣料品社会消費小売総額は12.7%増となったが、景気の減速を背景に8月以降アパレル市況は悪化し、8月から12月まで5カ月連続のマイナスとなっている。

中国の繊維・アパレル産業動向

2021年の生産動向

国家統計局によると、2021年1～11月の繊維主要品目の生産量は、紡績糸が2,605万トン（前年同期比10.1%増）、生地が357億メートル（8.5%増）で、ともに前年同期の実績を上回った。アパレル市場の回復など、新型コロナ禍の反動が表れた。

一方、前年はコロナ特需で14.4%増えていた不織布は、1.5%減の561万トンだった。

化学繊維は10.3%増の6,139万トンとなった。北京冬季オリンピック・パラリンピックを機に国内スポーツ市場が成長

していることや、ストレッチ性のあるホームウェアなどの需要が世界的に拡大していることを背景とし、大手素材メーカーが川中投資を積極化している。

新型コロナ禍の影響で前年苦戦した衣類生産は、213億着で8.5%増加した。

表1： 2021年1～11月繊維製品生産量

品目	単位	生産量	前年同期比 (%)
紡績糸	万トン	2,605	10.1
生地	億メートル	357	8.5
不織布	万トン	561	△1.5
タイヤコード	トン	75	24.7
化学繊維	万トン	6,139	10.3
うち合繊繊維	万トン	5,623	10.5
衣類	億着	213	8.5

出所：国家統計局など

対象企業：年間主要業務収入2,000万元以上

2021年の国内消費動向

2021年の社会消費小売総額は44兆823億元（出所：国家統計局）で、新型コロナ禍の影響を強く受けた2020年上半期の反動により、前年比12.5%増だった。一方、単月の前年同月比伸び率は4月から縮小が続き、12月は1.7%増にとどまった。

うち、衣料品（衣類・靴・帽子・ニット品）の2021年社会消費品小売総額は1兆3,842億元で、12.7%増加した（図1）。12月単月では1,487億元で前年同月比2.3%減となり、8月以来5カ月連続のマイナスとなった。

2021年のネット通販小売額は、14.1%増の13兆884億元であった。物販のネット通販小売額は10兆8,042億元で12%増加した。うち衣料品は8.3%増であった。

国内アパレル市場は新型コロナ禍後、販売チャネルのネットシフトが加速したことを受け、2021年上半期はネット通販専門ブランドやネット通販にも力を入れる実店舗型ブランドが売り上げを伸ばした。

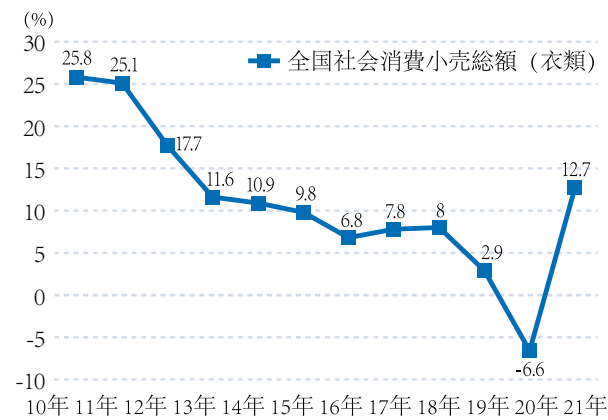
下半期はアパレル市況が悪化したことと、ショート動画配信アプリ「抖音（ドウイン）」のライブコマースを使ったアパレル直販などが増えた影響を受け、それまで好調だったネット通販専門ブランドの一部が失速した。

カテゴリー別でみると、高級ファッションブランドとスポーツブランドが総じて好調だった。新型コロナ禍で海外旅行に行けないことから、これまで海外で行われていた高級品消費が国内に回帰したことが高級ブランドの好調の背景となっている。スポーツブランドは、北京冬季オリンピック・パラリンピックなどを機にスポーツ人口が増えていることと、ビ

ジネススタイルのカジュアル化が追い風になった。

また、消費者としてZ世代（1995年以降生まれ）の存在感が高まり、彼らが支持する国内デザイナーブランドを取り扱うセレクトショップの商業施設への出店が目立った。新型コロナ禍後のアウトドアブームで、アウトドアブランドも業績を伸ばした。

図： 中国衣類販売額の対前年推移



出所：国家统计局（全国社会消費小売総額）

2021年の貿易動向

中国海関総署によると、繊維品（紡績糸・生地・二次製品）と衣類（服飾雑貨含む）を合わせた21年繊維品輸出は、前年に比べ8.4%多い3,155億ドルだった。新型コロナ禍前の2019年実績を16.2%上回り、14年以来7年ぶりに過去最高を更新した。マスクなどの反動減があった繊維品は1,452億ドルで5.6%減少したが、欧米市場の回復や中国への生産回帰があった衣類は1,703億ドルで、24%増加した。

衣類の輸入は、3割弱増の123億ドルだった。新型コロナ禍の影響で海外旅行ができない中で、海外での高額品消費が国内に回帰したことを反映した。

表2： 2021年中国繊維品輸出入（単位：億ドル）

輸 出			
	2021年	前年比 (%)	2019年比 (%)
繊維品	1,452	△5.6	21
衣類	1,703	24	12
合計	3,155	8	16

輸 入			
	2021年	前年比 (%)	2019年比 (%)
繊維品	162	15	3
衣類	123	30	38
合計	285	21	16

注：繊維品は糸、生地、二次製品。衣類は服飾雑貨含む
出所：中国海関総署

中国繊維品進出口商会在まとめた繊維品の国・地域別輸出では、日本、ドイツ、英国向けは、前年に新型コロナウイルス禍でマスク需要が急伸した反動で前年実績を下回った。米国、韓国向けはアパレル市場の回復により増加した。新型コロナ禍で縫製工場の稼働率が下がっていたバングラデシュやベトナムは後半から稼働が回復し、これらの国向け

の原材料輸出が増加した。

輸入は、イタリアとフランスからの衣類がそれぞれ前年に比べ6割以上の伸びとなり、中国での高級品消費の拡大を反映している。ASEANなどから中国への生産回帰や、欧米ブランドの新疆綿忌避の動きを背景に、インドとウズベキスタンからの繊維品輸入も大幅に伸びた。

表3・4： 2021年中国繊維輸出入（上位10カ国・地域）

輸 出				
順位	仕向地	億ドル	前年比(%)	シェア(%)
	全世界	3,227.1	9.0	100.0
	ASEAN	496.6	25.0	15.4
	欧州連合(EU)	485.1	△10.0	15.0
①	米国	580.9	5.0	18.0
②	日本	203.9	△6.9	6.3
③	ベトナム	177.4	18.4	5.5
④	韓国	104.0	11.2	3.2
⑤	ドイツ	97.5	△17.9	3.0
⑥	英国	92.2	△28.0	2.9
⑦	バングラデシュ	85.8	57.7	2.7
⑧	ロシア	72.6	△5.0	2.3
⑨	オーストラリア	70.0	13.8	2.2
⑩	マレーシア	66.0	59.9	2.0

輸 入				
順位	仕向地	億ドル	前年比(%)	シェア(%)
	全世界	284.7	20.5	100.0
	ASEAN	82.8	21.2	29.1
	欧州連合(EU)	64.3	40.5	22.6
①	ベトナム	53.6	28.3	18.8
②	イタリア	38.4	55.4	13.5
③	日本	23.0	8.9	8.1
④	中国	20.6	3.6	7.2
⑤	台湾	18.6	19.3	6.5
⑥	韓国	14.0	△1.89	4.9
⑦	インド	12.4	53.8	4.4
⑧	パキスタン	9.5	31.7	3.3
⑨	インドネシア	8.0	8.4	2.8
⑩	マレーシア	7.2	10.4	2.5

出所：中国繊維品進出口商会

2021年の投資動向

2021年の固定資産投資額（農家を除く）は54兆4547億円で製造業の投資がけん引し、前年に比べ4.9%増加した。そのうち、繊維生産業全体は11.9%の増加だった。衣類・服飾は4.1%増、化繊は31.8%増となった。中国への生産回帰の中で川上、川中の企業が積極投資をしたことが分かる。人件費の高騰や人手不足に悩まされる縫製（衣類・服飾）は伸び悩んだ。

2022年の展望

世界的に新型コロナ禍の収束が近づく中で、衣類の需要回復が引き続き期待できる一方、ASEAN地域の工場の復活により、再び縫製業を中心に中国からASEAN地域への移管が進む。そのため、2022年の中国繊維品輸出は2021年のような大幅な伸びは期待できない。

また、国内アパレル市場も景気鈍化を受け昨年後半から振るわない。今年度も好材料に乏しく、大きく好転することはないと思われる。ただ高級ブランドやスポーツ分野は、

引き続き拡大のチャンスがあり、アウトドアなどの新しい市場の成長も続く。Z世代の消費者が先導役となり、新たなファッションビジネスが登場する可能性もある。

具体的な問題点と改善要望

日本の繊維産業にとって中国は最大の貿易相手であり、日本企業による中国への投資やサプライチェーン形成においても最重要国である。また、中国側としても日本は主要な輸出先であり、近年では重要な投資対象国となっている。この様に相互に最重要パートナーという認識の下、両国業界は日本繊維産業連盟（日本繊維産連）と中国紡織工業聯合会（中紡聯）による業界間国際会議「日中繊維産業発展・協力会議」を2004年から開始し、各種情報、意見の交換を行ってきた。

その後アジアの繊維先進国として韓国を加え、三カ国で率直に議論を行うプラットフォーム「日中韓繊維産業協力会議」を発展的に2010年から立ち上げ、三カ国に共通するテーマを取り上げて専門委員会による交流、協力関係をさらに発展させ、より掘り下げた活動を継続している。

経済連携協定（EPA/FTA等）に向けた取り組み

前述の通り日中間の繊維貿易および投資、サプライチェーンによる経済規模は巨大であり、経済連携協定による効果は大きいと期待される。こうした中2022年1月1日に日中を含むメガFTAであるRCEPが10カ国で発効した。その後、同協定は2月1日より韓国に対して、3月18日よりマレーシアに対しても発効した。繊維産業においてもRCEP対象国は世界の中で非常に大きな位置づけにある。

RCEPの繊維分野における妥結内容をみると、まず原産地規則は原則1工程ルールが適用されているため、活用しやすいというメリットが考えられる。一方で関税撤廃については、特に日中韓が関与する範囲において「段階的な撤廃（ステージング）」や「除外」の品目が多く存在し、RCEP活用によるさらなるグローバルな繊維ビジネス高度化への期待は、中長期的なものに止まっている。

我々日本繊維・アパレル産業は、アジアの先進国である日中韓はRCEPよりさらに深掘した自由化を進めていくことが望ましいという立場であり、中国が2021年9月に加入申請を行ったCPTPPの動向は注視するものの、それにより現在交渉中の日中韓FTAが後回しになる等、ハイレベルな自由化への取り組みが滞る事態になれば、これを憂慮するものである。膨大な川上の生産能力を擁する中国としても、高レベルの自由な貿易と投資体制構築に加えて、川中・川下における高次加工技術の開発強化も見据えた知的財産権保護の問題、製品安全基準の統一等についても、日本政府や業界との情報交換、共同研究の推進に対する積極的な支援をいただくよう要望する。

繊維産業としてのサステナビリティへの取り組み

2015年に採択された国連SDGs、さらには2017年公表の「衣類・履物についてのOECDデュー・ディリジェンスガイダンス（以下「DDガイダンス」）」を契機として、世界の繊維産

業に対する環境・温暖化対策・安全問題を始めとしたサステナビリティへの関心が大きく高まっている。

環境問題について次の2点を指摘したい。i)染色を始め製造業としての繊維産業に対して中国政府はすでに厳しい環境規制を実施し、有害化学物質の排出削減、大気汚染・水質汚濁防止等への対策を徹底しており、温暖化対策・省エネ・リサイクル、再生可能な繊維製品の開発にも積極的に取り組んでいる。日系進出企業もこれを高く評価し、全面的協力を惜しまない。ただし、その運用に際しては、適切な時間的余裕や事業運営の実態にも配慮した実施をお願いしたい。ii)環境対策に関して、日本の繊維業界は世界に先駆けて問題に直面した実績があり、長年培った技術や特殊機能製品は大気・水環境の保全、浄化に大いに貢献するものとなっている。政府としても環境対策のため有効な繊維技術、製品が導入、活用されるようなさらなる制度整備を要望する。

OECD「DDガイダンス」は衣類・履物セクターに対して12項目にわたるリスクへの対応を求めている。個々の企業ベースでの対応が主体になるものも多いが、日本繊維・アパレル産業界としては、環境問題に加えて製品安全にかかわる業界基準と運用に関する情報共有を推進し、共有の懸案課題の検討から着手して行きたい。

繊維産業のサステナビリティに関して、中紡聯は2018年1月にOECDとMOUを締結し、国内では中国紡織サプライチェーン化学品環境委員会が設立される等、中国における対応も着実に進展している。この点でも両国の繊維産業間で情報の共有化を図り、「日中韓繊維産業協力会議」の場でもテーマアップして、協同で取り組める分野の検討を希望する。

知的財産権保護について

知的財産権保護の問題については2008年末に日本繊維産連と中国紡織工業協会（現・中紡聯）の間で覚書を締結した。知的財産権の侵害で繊維産業においてもいまだに深刻なのは i)商標の冒認登録 ii)インターネットサイト等での模倣品横行の2点である。冒認登録とは、例えば日本のアパレルの著名商標が中国の第三者によって中国で登録されてしまい、現地での販売行為に支障を来すもの。模倣品は、日本アパレルのブランドやデザインを無断でコピーした商品がそのブランド価値や企業イメージを毀損するもの。日本アパレル産業協会によるとECの急激な増加を受けて偽ブランドがネット上でも増加している。昨年度に引き続き商標登録審査の厳格化、模倣品に対する取り締まり強化を希望する。

投資、事業運営に関する障害、各種問題点の是正

- ・外貨決済による中国を産地とした三国貿易において、仕入先に対する決済のタイミングに関する規制がここにきて緩和されている。関連当局の改善対応に感謝申し上げる。
- ・輸出増値税の還付手続について、生地取引の商売において既に仕入れて在庫しているものから輸出するケースもあるが、その場合には還付対象外となる現状ルー

ルを緩和してもらうよう要望する。また輸出入手帳に関しては開設に要する期間の短縮（現状1カ月）、ならびに恒常的にロスが発生する生地の輸出入取引については、一契約においてある程度の許容数量を設ける事を検討いただくよう要望する。

- ・ アパレル製品に関する品質表示基準は依然として商品下げ札に記載する品質表示基準が不明確で、各省で異なったルールが運用されている。また品質表示は混率や組成および商品品質の分類も必要以上に細かく記載を求めている。全国統一の基準制定を要望すると共に、品質表示の簡素化等、より適切なルール運用をしていただきたい。
- ・ 品質管理基準について、自社基準を企業基準として登録できる対象を、生産型企业に限定せず、非生産型企业も対象とするルール改正を引き続き要望したい。また国内販売する商品の品質検査は、CNAS（中国適格評定国家認定委員会）とCMA（中国内販試験検査機関）双方から認定・認証を受ける必要があり、これにより企業はほぼ同内容の監査を2度受けなければならない。品質検査機関への認定・認証はCNASとCMAのどちらか片方で済むような改正を要望する。
- ・ 2020年12月に施行された輸出管理法については本「白書」の共通部分で触れている通りであるが、日本繊維・アパレル業界としても中紡聯との継続した緊密な情報交換を要望する。

一かつ簡略化してルール遵守可能な制度運用を要望する。

- ⑥品質管理基準について、生産型企业以外でも自社基準を適用できるよう、また品質検査機関への認定・認証はCNASまたはCMAいずれかとするよう要望する。

<建議>

- ①経済連携協定に関し、2022年にRCEPが発効したことは繊維・アパレル業界としても前向きに評価したい。しかしながら中国（韓国も含む）の輸入についての関税撤廃は長期スレージング品目が多い等の問題も見られるため、今後進められる日中韓FTA交渉、さらには中国が参加を表明した環太平洋パートナーシップに関する包括的および先進的な協定（CPTPP、いわゆるTPP11）の交渉が進展する局面においては、さらに高いレベルを目指して、中国政府としての積極的な支援を要望する。
- ② 国連、OECDの動向もあり昨今関心が高まる繊維産業のサステナビリティへの対応という観点からも、従来からの環境対応、製品安全面での協力、情報交換を継続したい。なお、製造業における環境対策、排出規制には全面的に賛同するが、事業運営の実態にも配慮の上での政策運用を要望する。また環境保護に有効な繊維製品・技術の積極的な導入、製品安全にかかわる情報交換、制度情報の公開も引き続き要望する。
- ③知的財産保護については、商標の冒認登録ならびにインターネットサイト等での模倣品に対する取り締まり強化を要望する。
- ④輸出増徴税に関する事務処理について、より現実の取引に即した改善を要望する。
- ⑤アパレル製品の品質表示法に関しては、全国統