



2021年上半期(1月-6月)
カーテン市場関連データ

1. 新設住宅着工件数

(出所: 国交省建築着工統計調査) 単位: 戸

月	総計		持家	貸家		
	前年比増減	前年比増減		前年比増減	前年比増減	
1	58,448	-3.1	19,200	6.4	19,794	-18.0
2	60,764	-3.7	20,390	4.3	22,556	-0.4
3	71,787	1.5	22,340	0.1	27,245	2.6
4	74,521	7.1	22,877	8.8	28,825	13.6
5	70,178	9.9	22,887	16.2	25,074	4.3
6	76,312	7.3	26,151	10.6	29,802	11.6
計	412,010	3.3	133,845	7.7	153,296	2.6

月	給与		分譲	内マン ション		
	前年比増減	前年比増減		前年比増減	前年比増減	
1	365	21.3	19,089	6.9	8,775	29.3
2	420	-23.4	17,398	-14.6	6,779	-27.5
3	378	-40.7	21,824	2.6	10,392	9.4
4	336	-45.3	22,483	-0.3	10,776	0.5
5	791	129.9	21,426	8.4	9,444	1.6
6	482	-19.1	19,877	-1.5	7,024	-16.6
計	2,772	-8.8	122,097	0.1	53,190	-1.6

2. 家計調査

(出所: 総務省家計調査)

二人以上世帯の

カーテン支出額 単位: 円

月	当年	前年
1	71	74
2	70	76
3	137	97
4	105	85
5	84	85
6	151	169
計	618	586

3. カーテン物価指数

(出所: 総務省消費者物価指数)

月	当年
1	110.0
2	109.4
3	109.6
4	109.9
5	110.0
6	110.0

既製品ドレープ P100%
 100*178 2枚入り
 普通品の価格変化

4. カーテン中国輸入(出所: 財務省貿易統計)

①合繊織物 金額 単位: 千円

月	当月		累計	
	金額	前年増減	金額	前年増減
1	1,347,679	-17.97	1,347,679	-17.97
2	1,334,617	346.12	2,682,296	38.11
3	1,600,603	19.98	4,282,899	30.73
4	1,639,059	-3.94	5,921,958	18.85
5	1,529,714	25.99	7,451,672	20.25
6	1,712,614	16.95	9,164,286	19.62

②合繊レース 金額 単位: 千円

月	当月		累計	
	金額	前年増減	金額	前年増減
1	206,791	-11.88	206,791	-11.88
2	250,630	354.42	457,421	57.83
3	254,433	29.12	711,854	46.21
4	305,712	18.62	1,017,566	36.66
5	258,066	40.66	1,275,632	37.45
6	236,552	-11.99	1,512,184	26.35

5. 国別カーテン輸入金額(2021年1~6月累計)

合繊織物+合繊レース (出所: 財務省貿易統計)

No	国名	金額(千円)
1	中華人民共和国	10,676,470
2	ベトナム	2,661,475
3	インドネシア	429,550
4	大韓民国	141,082
5	タイ	85,729
6	トルコ	66,311
7	アメリカ合衆国	32,030
8	台湾	31,254
9	デンマーク	25,959
10	英国	18,058

繊維産業のサステナビリティに関する検討会

報告書概要

出典：2021年7月15日経産省

製造産業局生活製品課 検討会報告書より抜粋

https://www.meti.go.jp/shingikai/mono_info_ser vice/textile_industry

サステナビリティに係る取組

- サステナビリティに係る取組は、環境への配慮や労働環境の整備等多岐にわたる。
- 本検討会では、主に以下の取組に関して議論・検討をした。

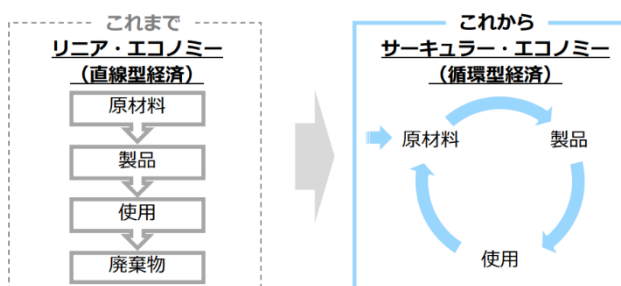
1. 環境配慮：限りある資源を有効活用するため、資源循環の取り組みを進める。
2. 責任あるサプライチェーン管理：サプライチェーン上での労働環境や使用する素材等に関して、責任ある管理を進める。
3. ジェンダー平等：社会的・文化的な性差によって差が生じない環境の整備を進める。
4. 供給構造：適量生産・適量供給に向けた取組を進める。
5. デジタル化の促進：サステナビリティに係る取組を進めるため、デジタル技術の活用を進める。

■環境配慮

- 大量生産・大量消費を前提とした経済から、循環型経済への移行が必要。
- 新たな資源投入量を抑制し、消費活動後の製品を回収・リサイクル等することや、気候変動への対応が重要となる。

<現状>

- 製品企画から消費活動後まで、多くの取組が必要だが、現在、統一的な概念や評価指標はない。
- 資源循環を進めるためには、回収システムの構築が必要。衣料品の回収に関しては自治体によって対応が異なるとの指摘がある。
- 環境に配慮した商品が増加するために、より一層、消費者の参画が必要となる。



<今後の取組>

① 環境配慮設計ガイドラインの策定

- 副産物削減、省エネルギー・省資源化、消費活動後の資源循環といった観点を入れた製品設計を進めるためのガイドラインの策定。

② 回収システムの構築

- 店頭回収などを通じてリユース・リサイクルが促進されるよう、回収した古繊維の取り扱いに関する環境整備の実施。

③ 消費者の意識改革

- インフルエンサーなどの協力も得た消費者への情報発信・周知活動の展開。

■供給構造

- 大量生産・大量消費といった事業活動や消費活動は限界を迎えているとの指摘があり、限りある資源を有効に活用することが重要。
- 適量生産・適量供給を目指していくことが求められる。

<供給量増加の要因・影響>

- アパレル各社は商品の販売価格を下げるために人件費が安価であった中国等へ生産拠点を移転。
- 店頭に多くの商品を並べ、多様なサイズ・カラーを在庫として持つほか、企画から販売までの長い期間により、トレンドや気候等の予測が困難。
- 大量に生産・供給された商品は、正価販売のみで売り切ることは難しく、値引き販売が常態化。

<今後の取組>

① デジタル技術の活用

- 販売状況・在庫管理を行うため、RFIDなどのデジタル技術に関する理解醸成活動の実施。
- 百貨店などにおける購買データの標準化等により、顧客管理や消費動向の把握を促進。

② 顧客を中心に置いた事業展開の推進

- 店頭で選んだ商品を別途自宅へ送付するなど、欠品を絶対的に悪いものとはしない環境づくりや、消費者との持続的な関係構築の推進。

③ 生産工程の改革

- 国内生産の在り方の検討、先進的な事例の横展開を実施。

※責任あるサプライチェーン管理、ジェンダー平等デジタル化の促進については割愛しました。経産省HPで確認ください。