

弾力性によるタオル市場の需要分析

・需要 (Demand)

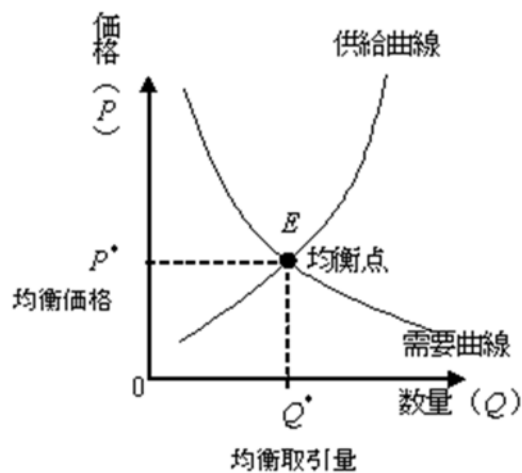
需要とは、財に対する購買力の裏づけ。

消費者側の「買いたい」という意欲。 価格と需要量の関係を図示したのが需要線 (D) で、一般に右下がりの曲線である。これは価格が上がるほど需要量が減少すること消費者目線で価格設定をしている。

・供給 (Supply)

供給とは、財 (物品) やサービスを提供しようとする経済活動。

生産者側の「売りたい」という意欲。 価格と供給量の関係を図示したのが供給線 (S) で、一般に右上がりの曲線である。これは価格が上がるほど供給量が增大することによる。



この図から見てみると、価格の $P = 100$ とし、数量の $Q = 50$ とする。供給線 (S) から見てみると、価格を 100 から 110 に上げたとなると数量が 50 のときから左にずれる。価格は上がるが、数量が減少する。また、価格を 100 から 90 に下げたとなると数量が 50 のときから右にずれる。価格は下がるが、数量は増加する。

- ・供給が増加すれば、価格は下がり、数量が増加。
- ・供給が減少すれば、価格は上がり、数量が減少。

次は、需要線 (D) から見てみると。価格の P ' 100 とし、数量の E ' 50 とする。価格を 100 から 110 に上げたとすると、数量が 50 のときから右にずれる。価格、数量ともに増加する。また、価格を 100 から 90 に下げると、数量が 50 のときから左にずれる。価格、数量ともに減少する。

- ・需要が増加すれば、価格、数量ともに上昇。
- ・需要が減少すれば、価格、数量ともに下落。

そして消費者と生産者が、交わる所が交点と言うそして交点をもとに価格設定になっていることから需要=供給 (D=S) となり価格と数量が交わり双方が折り合うところになっている。

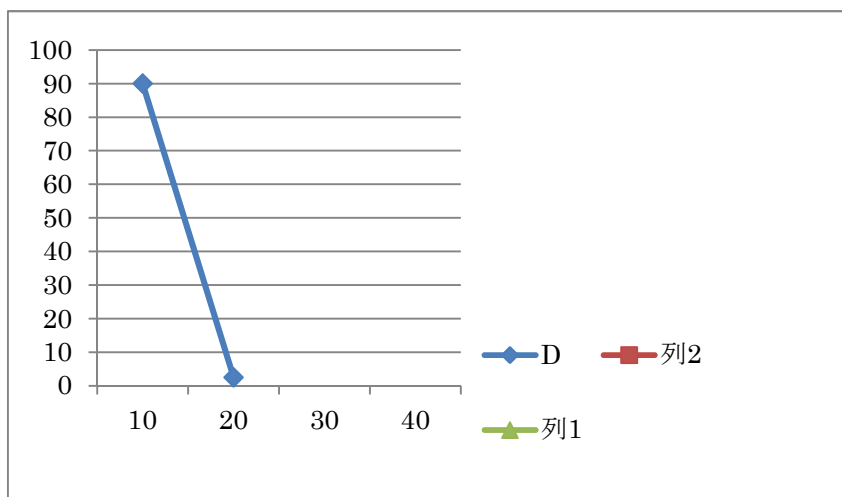
そして、現代の社会には 2 つの会社がある。

それが、競争市場と独占市場である。大半の会社が競争市場で低価格での競争で中々経営や営業 (外回り) もライバル会社との戦いも激しい。だが、独占市場はライバル会社も少なく市場のシェアも大半を占めている。

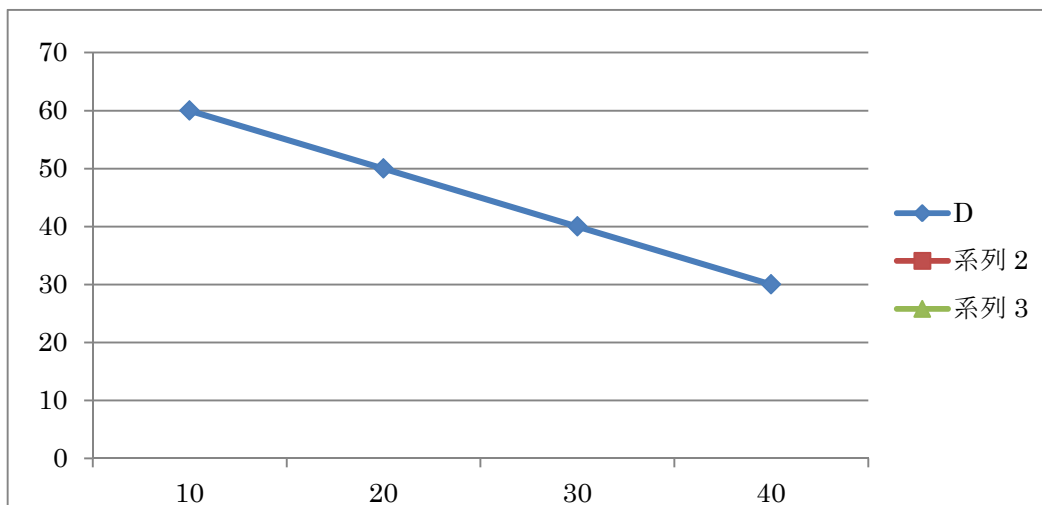
例えば、Speedo 社のレーザー・レーサーなどはその会社しか作れない技術があるから価格が上がって、数量が減っても買う人たちもいるし水泳の選手たちもタイムが縮むとなればこぞって世界から買い手が来るだろう。

これらの独占市場は、非弾力的市場と言う。

- ・非弾力的市場とは、価格変化が起きても需要が変化しない。
- これを、図で表すと垂直に近く需要の減少はさほど大きくない。



この図は、非弾力的市場のグラフで垂直に近く価格上昇での需要の減少はさほど大きくない。多少の価格変化でも需要は変わらない。90 から 70 に値下げしてもそれほど数量には変わりはない。またこういった会社は独占、オンリーワンの会社だったりするのでそこでしか買えないものなので私たちが職に就くならこういった会社を選ぶと将来的に有利だ。



この図は、弾力的市場のグラフで水平に近く価格の変化に対して需要量がより大きく反応する。価格のわずかな上昇で大幅な需要。値下げ競争。60から30に下げたとすると、60のときは0.5で30のときは30.5と数量の変化は大きい。こういった会社はノルマ社会で売ってなんぼの世界。

タオル市場の現状

・競争市場（弾力的市場）は、価格の変化に対して需要量がより大きく反応する。例えば、この競争市場をタオルの需要と市場で表してみると日本のタオルで有名ブランドとして世界中から注目されている愛媛の今治タオル、大阪の泉州タオルの2つが有名だ。また、日本のタオル市場に大量に出回っている中国・海外のタオルで比べてみると日本の有名タオルの今治、泉州の2大産地でさえもタオル市場のシェアが約20%と年々減少の傾向にある。そして、今のタオルシェアが一番多いのが中国・海外タオルのシェアが約80%と大半を占めている。

中国・海外のタオル産業がなぜ多いかと言うと、低賃金で大量生産し編み目や素材が粗く値段も1枚当たり約50円から60円で仕入れができる。卸業者からしてみると安く大量に仕入れできる中国・海外のタオルを高く売れば、売上も上がるし収入も増えると思う。日本のタオルは高品質、肌触りが良く中国・海外のタオルと比べると差は歴然だ。だが、日本製のタオルの仕入れ値は1枚当たり約100円から150円と高い。中国・海外製と仕入れ値だけで見てみると約50円から90円の差がある、そして市場に売られるときは約倍の値段で出回るそうしてみると業者・消費者たちは安い中国・海外製のタオルを買うに決まっている。

数年まえの中国・海外製のタオルは触ればすぐ中国・海外製と分かったのだが現在の中国・海外製のタオルは触っても日本製とほぼ差がないくらいに技術が進歩している。私たち消費者は知らず知らずのうちに安く買える中国・海外製のタオル

を買っているのかもしれない。

また、今治にはタオル業者が約175社とライバル社が多く競争が激しい。高品質なタオルでも契約を採る為に一つの大きな契約でも各社が生き残りをかけて1円でも安く価格設定をしたり、価格を動かしている。簡単に言えばオークションみたいなもので、いかに他社より安くできるかが問題だ。

タオル市場の需要分析

そのなかでのリスクは大きい売上や収入が損することも考えないといけない。そのことを考えての値下げなどの事を考えて営業する必要があるようだ。

また、タオル市場を非弾力的市場（独占市場）の見方で考えてみる。例えば、今治タオルと普通の日本製に分けてみると、普通の日本製のタオルは何処の店頭にもあり大型ショッピングモールやスーパー、雑貨店にも置いてあるだろう。なぜかと言うと、高品質で日本製にしてはお手頃な価格設定がされていて日本製を好む人は多い。だが、今治タオルと言う最高級のタオルと比べてみると差は歴然だ。今治タオルは、吸収性に優れており、肌触りの良さ、世界のトップブランドといってもおかしくない。

なぜ、今治タオルが大型ショッピングモール、スーパー、雑貨店に置かれずに阪神百貨店、阪急百貨店、高島屋、大丸百貨店、伊勢丹百貨店、などの名の知れた百貨店に置かれるかと言うと今治タオルと言う世界に通用するブランドだからである。もし今治タオルが雑貨店、大型ショッピングモールなどにあったらブランドの名が落ちるかもしれないし評判はガタ落ちだ。

今治タオルは、ほかの日本製のタオルと大きく技術面が違う。まず作り方から違うし元となる繊維から手間暇かけて厳しい検査を通ったものだけが出荷される。一般的に、今治タオルは自分で買う人もいれば、お中元、お歳暮などの送りものとしてだが高級ホテル、高級旅館などのところで使用されたり、芸能人の人たちもこぞって買いに来る。だから、今治タオルには他のタオルに負けない圧倒的なファンも多い。今治タオルでしか作れないものを作るのは簡単なことではない。

そして、今治タオルの価格設定も高価な価値が付いている。

売上げ・・・価格×数量＝売上げ

- ・普通の日本製タオルを弾力的市場とし今治タオルを非弾力的市場とする。
(例えば)

- ・普通の日本製のタオル一枚の値段を200円とする。

このタオルを2,000枚売ったとすると、

$$200 \times 2,000 = 400,000 \text{ なる。}$$

また、価格を200円上げて数量を減らしてみると、700枚売ったとする。

$$400 \times 700 = 280,000$$

と収入が減少するので値上げせずにそのままの値段でたくさん売ることが弾力的市場である。

- ・今治タオルの一枚の値段1,000円とする。

今治タオルを2,000枚売ったとすると

$$1,000 \times 2,000 = 2,000,000$$

また、価格を倍に上げて数量をへらして1,500枚売ったとする。

$2,000 \times 1,500 = 3,000,000$ と価格を上昇させて数量を減少させると収入が増加、これが非弾力的市場である。

弾力性の把握と製造戦略

この、タオル市場を考えてみると値段的には中国・海外製のタオルを選ぶ消費者もいるだろうし、品質を考えてみると日本製のタオルを選ぶ消費者もいるだろう。私たちが会社を選ぶときには、その会社でしか作れないものを扱っている会社を選ぶといいだろう。タオル市場は、弾力的なので特に輸入品の中国・海外製のタオルには大きく左右される。例えば、円高なら今まで通りの仕入れ値で10ダース仕入れていたのが、円安になると同じ金額で仕入れ値が上がるため8ダースしか仕入れできない。そうした場合に卸業者は、不利な状態になる。仕入れ値は上がるしお客さんには無茶な値上げもそんなに出来ないことだ。

メーカーは、どこの卸業者にタオルを卸してもいいのだから自分の会社に利益が出るのならそれでいいが、たくさんのライバルを持つ卸業者は自分の会社に卸してもらおうと多少のリスク、損失、利益とメーカーとの勝負になる。どの弾力的市場の会社も輸入品があるなら円安・円高は毎日チェックしておくべきだ。

タオルの生い立ち

・タオルの語源

タオルの語源は、主として2つの説がある。

1つ目は、フランス語の「Tirer (ティレール)」から派生した、スペイン語の「Toalla(トアーリャ)」が原語となり日本語の「タオル」という名称になったとする説。

2つ目は、英語の「Towel(タオル)」が原語となったとする説。どちらが正しいかは断定出来ないが、日本には元々無かったもので明治時代の始めから日本に輸入されたタオル織物のほとんどが英国製であったことを考えると、日本語の「タオル」は英語が語源であるという説とするのが一般的である。

また、その他の国ではドイツ語の「洗浄する」から変化した「湿気を拭いとる布」となり、Tirer、Toalla、Towel、に変化していった説が有力ですが、世界のタオル発祥の地でもありとされている古代エジプト語から変化した「水を吸う布」が変化したという説もある。

・タオルの発祥

石器時代初期のスイスの湖畔にある住居跡で、毛、木、の内側の皮の亜麻などを使った織物で手や身体を拭って乾かすのに使用されたと推測されているものが発見されている。これらのものをタオルの原型とする説が一般的である。

・日本のタオルの歴史

正式な記録は残っていないが、1858年に日米修好通商条約が結ばれて以降欧米を訪れた日本人によって、タオルが日本に紹介されたと思われる。また、1872年(明治5年)に大阪税関に浴用手拭い2ダース7円60銭と記されているのが公式に日本最初のタオルの輸入を記録したものとされている。

・タオルの原材料

タオルは綿花と言うものから綿を糸にしてタオルを作っている。

タオル品質の大きな決め手ともなる綿花。世界では様々な種類の綿花が栽培されており、それらはそれぞれの特徴を持っています。今治タオル、泉州タオル共に、高い品質を誇る綿を厳選し、原材料としています。

日本で紡績される糸の原料となる綿のほぼ100%が輸入に頼っており、世界の綿生産量のなかで上位を占めているのが、中国・アメリカ・インド・パキスタン・ウズベキスタンである。この5カ国の中で、世界の生産量の約70%を占めている。これだけを見てもタオルを作るのにも輸入品のものを取り寄せないとできないのが現状である。

また、一般的な日本製のタオル、一般的な今治タオル、一般的な泉州タオルも海外産の綿を使用している。

中には、今治タオル、泉州タオル、共に国産の綿を使用している。それらのタオルこそ

が我々には最高級のブランドタオルと言っても良い。綿花の種は、西日本の温暖な気候の国々で紀伊、伊予、讃岐、阿波、土佐、太宰府などで栽培されるようになり、その中で、紀伊の泉佐野市と伊予の今治市が日本における2大タオル産地として現在に至っている。

・タオルの工程（作り方）

まず、タオルには大きく分けて二つの作り方がある。

一つ目は、後晒（あとさらし）と言う作り方。もう一つは、先晒（さきさらし）と言うタオルの作り方がある。大阪の泉州タオルの大半は後晒の製法。愛媛の今治タオルの大半も先晒の製法を用いて二つの製法が独特の味を出している。また一概には、泉州タオル＝後晒、今治タオル＝先晒と言う製法ではない。

・後晒（あとさらし）とは、糸を織ってから染める。

・先晒（さきさらし）とは、糸を染めてから織る。

と言う製法がある。

・晒（さらし）・・・糸を晒す（精錬漂白）の、精錬（せいれん）は、原糸（生糸）の綿繊維（綿毛）が持っている油脂分、獵質、ペクチン質などを落として、綿が持っている吸水性を引出し、同時に、糸に付着している不純物や汚れを取り除く加工のこと。

タオルを作るといっても、1社ごとに作るということは大企業でしか作れない。なぜならそれだけの土地、工場、または海外に工場を持たないと出来ないからである。一般的な中小企業などは、提携してタオルを作っている。

綿から糸にする業者・糸を織る業者・糸を染める業者など役割を分担してやっている。そうして最終検査を通った品物が我々消費者の手元にあると、いう流れである。

またタオルと言っても、種類がある。タオルの厚み、縦横の比率、大きさ、重さなどは、使う人のニーズ、用途、目的、TPO（時間、場所、場合）に分けて作ってある。例えば、バスタオルなんかは、入浴後に体を拭くタオルであり大きく、吸水性、吸水容量、肌触り、水を吸った後のべつつき感有無など様々な工夫や高い技術が入っている。タオル1つ見ても内容の濃いものから出来ていることがわかる。

実際にある会社では、今治タオル・泉州タオルなどブランド化、差別化を目指している会社もあるみたいだ。タオルを作る工程や糸の織り方などを変化させることによってその会社しか出来ないものを目指し、ブランド化・差別化することだって可能になる。

今日話したタオルの大手や業界、シェアや、製造ルート、ネット販売など、調べたことを付け足して行ってください。