

## 香川県ボタン業界の現状と課題

若 林 政 史

### 1. ボタン業界の全国的動向

#### 1-1 素材別にみたボタンの種類

一言でボタンと言っても多種多様で、現在、使われているボタンを素材別にみると、大きく天然ボタン、合成樹脂ボタン、金属ボタン、その他のボタンに分けられる。表1. 戦前から昭和30年頃までは天然素材のボタンが多く使われていたが、石油化学の発達から種々の合成樹脂が開発され、合成樹脂素材のボタンが急速に増えて、現在ではボタン全体のおおよそ7割を占めるまでに至っている。

なお、当産地で製造されているボタンは、合成樹脂素材中のポリエステル樹脂ボタンが約80%で、そのほかに尿素樹脂、カゼイン樹脂等のボタンが製造されている。

ところで、衣服におけるボタンは、例えば、ファスナーのごとく表面にでない単なる「止め具」副資材としての機能だけでなく、服飾デザインの一部を構成する附属品でもあるところから、衣服のファッション化、高級化ともなって、ボタン業界でもより高級な素材開発を含むデザイン開発、さらには異素材の組合せによる新型ボタンの開発等が盛んになってきた。

表1 素材別ボタン総括表

	素 材	通 称	用途・品質	染色性	特 徴
天 然 素 材	貝		ワイシャツ 下 着 類		
	皮 革		レインコート, スポーツ ティスーツ, コート		
	ナ ッ ト		カーディガン, 子供レ インコート, スーツ, ド		
	木				

	竹		レス		
	骨 角 蹄		紳 士 服		
合 成 樹 脂 材	カゼイン樹脂	ラクトボタン	紳士, 婦人, 子供服 (中~上級)	後 染	丈夫で耐摩耗性がよく動物性蛋白(ミルク)よりできるため羊毛の風合とよく合う
	A B S 樹脂	A B S ボタン	婦 人 服 メッキボタンに多い	先 染	硬く割れにくく耐熱性もよい メッキ性が良好
	A S 樹脂	A S ボタン			
	メタククリル酸樹脂	アクリルボタン パールボタン	婦人服, 事務服 (中~上級)	先 染	割れにくく透明性が良い 真珠光沢の綺麗なパールボタンが多い。
	酢酸繊維素樹脂	アセナボタン	高級婦人服	先 染	丈夫で割れにくく熱可塑性を利用した熱加工が容易なため高級ボタンが多い。
	ポリアミド樹脂	ナイロンボタン	婦人服特にニット (安価~中級)	後 染	弾力性があり割れにくく比較的軽い(比重1.15)
	ポリエステル樹脂	ポリボタン	婦人服, シヤツ, 事務服 (下~上級)	先 染	比較的硬く丈夫な方だが衝撃で割れやすいものもある。注ぎ型ボタンに複雑なデザインが多い。
	アミロイド樹脂	アモーレボタン	高級紳士, 婦人子供服	先 染	ボタンとして好条件をそなえている。
	尿素樹脂	ユリアボタン	婦人, 紳士服, 事務服 (低~中級)	先 染	熱に強く, 硬い, 不透明

注 この他には、金属、ガラスなどを素材とするものがある。

## 1-2 全国的な生産、雇用の動向

### ① 生産動向

ドルショック以降のボタン生産額の全国的な推移を、工業統計(品目編)の出荷額の推移からみると次の表のとおりである。

表2 全国ボタン出荷額の推移

(百万円, %)

年		46	47	48	49	50	51	52
プラスチック ボタン	金額	14,382	15,078	17,035	19,735	21,804	23,224	20,526
	名目	100	104.8	118.4	137.2	151.6	161.5	142.7
	実質	100	105.3	96.5	73.0	80.5	77.3	70.0
その他ボタン	金額	6,953	7,869	9,165	8,195	7,864	8,187	7,720
	名目	100	113.2	131.8	117.9	113.1	117.7	111.0
	実質	100	110.7	94.4	84.3	84.1	79.2	76.4
計	金額	21,335	22,947	26,200	27,930	29,669	31,411	28,246
	名目	100	107.6	122.8	130.9	139.1	147.2	132.4
	実質	100	107.1	95.8	76.7	81.7	77.9	72.1

工業統計表 品目編

(注)1 「実質指数」は、プラスチックボタンは「プラスチック」その他ボタンは「繊維製品」の卸売物価指数(45年=100)で修正算出した。

これで見ると、ボタンの総出荷額規模は、昭和46年の213億円から昭和52年には282億円へと、この間32.4% (年平均4.8%) の伸びを示してきていることがわかる。しかし、実質指数で見ると、昭和49年頃を境に大きく落込んで、昭和52年の対46年指数は実数で72.1となり、30%弱もダウンしていることを示している。

## ② 雇用動向

工業統計の品目編、産業編から全国のボタン事業所数並びに従業者数の推移をみると以下のとおりである。

表3 全国ボタン企業数推移

(軒, %)

年	46	47	48	49	50	51	52
企業数	262	249	250	234	251	234	215
指数	100	95.0	95.4	89.3	95.8	89.3	82.1

工業統計表 品目編

表4 全国ボタン事業所数および従業者数の推移 (軒, 人, %)

年		46	47	48	49	50	51	52
事業者数	実数(軒)	812	837	841	803	835	811	788
	指数	100	103.1	103.6	98.9	102.8	99.9	97.0
従業者数	実数(人)	7,343	7,263	7,032	6,475	6,617	6,296	5,524
	指数	100	98.9	95.8	88.2	90.1	85.7	75.2

工業統計表 産業編

表3, 4にみられるように, 元請のボタンメーカーは昭和46年262企業だったものが, 昭和52年には215企業へと, ほぼ2割方減少してきていることがわかる。一方, 下請をも含めたボタンの全事業所数は昭和46年の812から昭和52年の788へとそれほどの増減はみられず, このことは, ①にみたごとく昭和49年頃からボタン需要の実質減からの競争激化で, 商品企画能力等に劣る元請企業が下請企業へ転換した結果と考えられる。

また, 従業員数の推移をみると, 7,343人(昭和46年)から5,524人(昭和52年)へと1,800人強の減少があり, ボタンの出荷額の減少とほぼ同じ25%の減少となってあらわれている。

## 1-3 全国的な輸出入の動向

## ① 輸出動向と輸出比率

ボタンの輸出状況を貿易統計月報からまとめると次のようになる。

表5 ボタン輸出額 (百万円, %)

年		46	47	48	49	50	51	52	53	53年 構成比
プラスチック ボタン	金額	3,821	3,566	3,960	5,118	4,581	4,538	3,307	2,774	73.6
	指数(名目)	100	93.3	103.6	133.9	119.9	118.8	86.5	72.6	
その他ボタン	金額	1,059	784	715	710	578	796	920	995	26.4
	指数(名目)	100	74.0	67.5	67.0	54.6	75.2	86.9	94.0	
計	金額	4,880	4,350	4,675	5,828	5,159	5,334	4,227	3,769	%
	指数(名目)	100	89.1	95.8	119.4	105.7	109.3	86.6	77.2	

貿易統計月報

表6 ボタン輸出数量

(トン, %)

		年								53年 構成比
		46	47	48	49	50	51	52	53	
プラスチック ボタン	数量	2,518	2,440	2,469	1,966	2,115	1,992	1,542	1,303	81.9
	指数	100	96.9	98.1	78.1	84.0	79.1	61.2	51.7	
その他ボタン	数量	500	419	331	225	171	361	336	287	18.1
	指数	100	83.8	66.2	45.0	34.2	72.2	67.2	57.4	
計	数量	3,018	2,859	2,800	2,191	2,286	2,353	1,878	1,590	%
	指数	100	94.7	92.8	72.6	75.7	78.0	62.2	52.7	

貿易統計月報

表5にみられるように金額ベースでは昭和51年まで横這い傾向であったものが、昭和52年の円高基調になったと同時に大幅に減少し、昭和53年には昭和46年実績の23%減、37.7億円程になるに至った。さらに数量ベース(表6)でみ

表7 プラスチックボタンの輸出額推移

(百万円, %)

		年								輸出比率	
		46	47	48	49	50	51	52	53	47	53
ポリエステル ボタン	金額	1,980	1,780	1,991	2,431	1,972	1,943	1,379	1,117	%	%
	指数	100	89.9	100.6	122.8	99.6	98.1	69.6	56.4		
その他の プラスチック ボタン	金額	1,841	1,786	1,969	2,687	2,609	2,595	1,928	1,657	%	%
	指数	100	97.0	107.0	146.0	141.7	141.0	104.7	90.0		

貿易統計月報

表8 プラスチックボタンの輸出数量推移

(トン, %)

		年								輸出比率	
		46	47	48	49	50	51	52	53	46	53
ポリエステル ボタン	数量	1,556	1,537	1,473	1,008	1,054	977	772	591	%	%
	指数	100	98.8	94.7	64.8	67.7	62.8	49.6	38.0		
その他の プラスチック ボタン	数量	962	903	996	958	1,061	1,015	770	712	%	%
	指数	100	93.9	103.5	99.6	110.3	105.5	80.0	74.0		

貿易統計月報

るとオイルショック後の昭和49年、円高による昭和52年で急落していることがわかり、昭和53年は昭和46年の約半分にまで低落したことがうかがえる。

とくに「ポリエステルボタン」の低落が著しい。これは、定番品でしかも低級品であったために円高と発展途上国の追い上げにシェアをうばわれたということが、次の各種の輸出ボタンの単価から容易に推測されよう。

表9 輸出ボタン平均単価 (昭和53年)

単価	輸出品目	ポリエステルボタン	その他のプラスチックボタン	貝ボタン	ガラスボタン	金属ボタン	その他ボタン	ボタン全体
重量当り (万円/トン)		189	233	772	350	133	635	237
数量当り (千円/千ダース)		6.4	20.3	39.9	45.2	31.0	89.3	13.4

貿易統計月報より算出

表10 輸出比率 (出荷額に対する比率) (%)

年	46	47	48	49	50	51	52
輸出比率	22.9	19.0	17.8	20.9	17.2	17.0	15.0

② 輸出先動向

プラスチックボタンの輸出先の推移をみると、主要輸出先国は米国と韓国であることがはっきりする。

表11 プラスチックボタンの地域別輸出実績 (百万円, %)

品目	地域	46		49		51		53	
		百万円	%	百万円	%	百万円	%	百万円	%
ポリエステルボタン	アジア	557	28	817	34	584	30	441	39
	(韓国)	(242)	(12)	(540)	(22)	(328)	(17)	(334)	(30)
	中近東	141	7	157	6	189	10	167	15
	その他	1,282	65	1,457	60	1,170	60	509	46
	(米国)	(876)	(44)	(1,081)	(44)	(742)	(38)	(327)	(29)
計	1,982	100	2,431	100	1,943	100	1,117	100	
その他のプラスチック	アジア	495	27	724	27	862	33	599	36
	(韓国)	(54)	(3)	(183)	(7)	(349)	(13)	(185)	(11)
	中近東	161	9	147	5	297	11	177	11
	その他	1,185	64	1,816	68	1,436	56	881	53
	(米国)	(607)	(33)	(1,283)	(48)	(833)	(32)	(516)	(31)
計	1,841	100	2,687	100	2,595	100	1,657	100	

貿易統計月報

## ③ 輸入動向

表12 輸入ボタンの実績

(百万円, トン, %)

年		46	47	48	49	50	51	52	53	53年 輸入比率	
輸 入 合 計	金額	百万円	573	784	1,102	1,193	1,126	1,117	821	628	100
		指数	100	137	192	208	197	195	143	110	
数 量	トン		128	274	426	322	258	364	231	166	100
		指数	100	214	333	252	202	284	180	130	
人 造 プ ラ ス チ ック	金額	百万円	(統計上分類されて いない)					482	421	345	55
		指数						(100)	( 87)	( 72)	
	数量	トン	(同			上)		156	116	101	61
		指数						(100)	( 74)	( 65)	

貿易統計月報

輸入額は年々減少し昭和53年6.3億円程度となり、国内消費の2～3%とほとんど影響を与えない状態である。そして、その内の6割程がプラスチックボタンであり、さらにその2/3がイタリアから(昭和53年—2.2億円、平均単価771万円/トン)となっており、低価格品より高価格品の輸入が大きい。つまり、目下のところ発展途上国より先進国の攻勢が大きいということになる。

## 1-4 全国的な内需動向とその背景

内需についての統計はないので、(1)の「工業統計品目編」の出荷額から、(2)の「貿易統計」の輸出額を差し引いた残額を内需向出荷額(輸入は僅少につき除外)とみなしてその推移をみてみると、おおよそ以下の表ようになる。

これで見ると、ボタンの内需市場規模は昭和52年時点でおおよそ240～250億円、うち、ほぼ70%は「プラスチック」を素材としたボタンであると推定される。

また、出荷額推移をみてみると、名目的には一応順調に伸びてきている(52年の落込みは暖冬による衣服需要の落込みにもとづく、一時的な減少と思われる

表13 内需向出荷額の推移

(百万円, %)

年		46	47	48	49	50	51	52	構成比
プラスチックボタン	金額	10,561	11,512	13,075	14,617	17,223	18,686	17,219	71.7
	指 名目	100	(9.0)	(13.6)	(11.8)	(17.8)	(8.5)	(△7.8)	—
	数 実質	100	109.0	123.8	138.4	163.1	176.9	163.0	—
その他のボタン	金額	5,894	7,085	8,450	7,485	7,349	7,391	6,800	28.3
	指 名目	100	(20.2)	(19.3)	(△11.4)	(△1.8)	(0.6)	(△8.0)	—
	数 実質	100	120.2	143.4	127.5	124.7	125.4	115.4	—
計		16,455	18,597	21,525	22,102	24,572	26,077	24,019	100

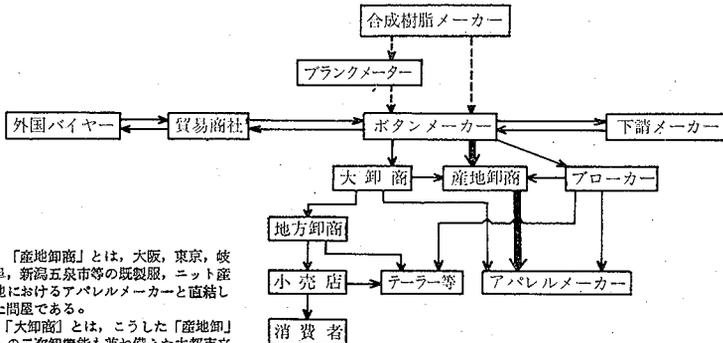
- (注) 1. 「実質指数」は、プラスチックボタンは「プラスチック」、その他ボタンは「繊維製品」の卸売物価指数(45年=100)で修正算出した。  
 2. 「名目指数」欄の( )内数字は対前年比伸び率を示す(△はマイナス)。

る)が、実質的には昭和49年頃を境に大きく落込み、昭和52年の実質ベースは昭和46年時点のおおよそ80%見当(ピーク時、昭和47年対比ではプラスチック、72.9%、その他、67.6%とおおよそ70%見当)へと大きく落込んできていることがわかる。

1-5 ボタンの流通経路と取引形態

ボタンの基本的な流通経路はおおよそ以下のとおりで、うち需要の主流をなすアパレルメーカーへの経路は太線が主流のようである。

図1 流通経路



(注) 「産地卸商」とは、大阪、東京、岐阜、新潟五泉市等の既製服、ニット産地におけるアパレルメーカーと直結した問題である。  
 「大卸商」とは、こうした「産地卸」への二次卸機能も兼ね備えた大都市立地の大手問屋である。

## 2. 本県ボタン業の現状と課題

### 2-1 産地の沿革

明治25年、ドイツ人が大阪で高瀬貝による貝ボタンの製造技術を指導したことが、我国における貝ボタン製造の始めといわれている。一方、本県においては、日露戦争直後、大川郡津田町に大阪方面から職人約10名を雇入れて貝ボタンの製造に着手したことに始まる。そして、大正初期には津田町、大川町に5業者が残り、第1次大戦後、生産が著しく伸長したところから下請制度を採用し始め、事業所数も12~13、労働者数は160~170名を数えるに至った。その後、昭和6年頃から一部メーカーで完成品ができるようになり生産が急増、昭和10年代には津田・大川地区に24~25事業所、労働者数240~250名を有する産地となった。

戦後、貿易再開に伴い、貝ボタンの生産は逐年上昇したが、昭和30年頃より安価な尿素並びにポリエステル等、合成樹脂ボタンが進出してきたことにより、貝ボタンの出荷額は昭和30年をピークに急減してしまった。そして、一部メーカーが昭和31年11月にポリエステルボタン製造に着手したことを契機に、この素材転換の傾向は他の業者に漸次波及していった。この2カ年の間に8~9事業所を除き、全事業所がポリエステルボタンへ転換し、さらに需要の増大に伴って新規参入も相つぎ、ピーク時には津田・大川地区を中心に70事業所を数えるに至った。このように、ほとんどがポリエステルを素材とするシャツボタンを主体とした輸出向けの産地として成長してきた。

### 2-2 本県ボタン業の生産、雇用等の動向と全国的地位

#### ① 生産動向と全国的地位

主産地の動向は表14のとおりである。

これによると、本県は5~7位のところに位置している。大阪、和歌山、奈良の上位産地の地位に変動はないが、群馬の躍進によって、本県は昭和46年に5位にあったものが47年には6位となり、以後6~7位を低迷している。なお

表14 府県別の出荷額推移

(百万円)

年 県別	46	47	48	49	50	51	52
大 阪	3,239	3,935	4,571	4,851	5,421	5,425	4,745
和 歌 山	1,771	1,941	2,513	3,366	3,231	3,996	4,024
奈 良	1,939	1,896	2,271	2,837	3,073	3,325	2,610
群 馬	1,085	1,985	2,078	1,773	2,175	2,559	2,403
東 京	1,783	1,173	1,414	1,852	2,798	2,202	1,258
香 川	1,373	1,066	1,281	1,148	1,146	1,006	1,363
全 国	14,382	15,078	17,035	19,735	21,804	23,224	20,526

工業統計 品目編

群馬の急上昇はボタン業界の大手企業が存在しているからで、産地は形成していない。詳しくは、資料1に示した。

次に工業統計「品目編」から、本県ボタン業の出荷額とその全国シェアの推移をみると以下のとおりである。

表15 本県ボタン業の出荷額、全国シェアの推移

(百万円, %)

年		46	47	48	49	50	51	52
品目								
	プラスチック	1,373	1,066	1,281	1,148	1,146	1,006	1,363
	そ の 他	42	61	62	80	—	35	32
	計	1,415	1,127	1,343	1,228	1,146	1,041	1,395
指 数	香 川	(100) 100	(81.5) 79.6	(83.2) 94.9	(41.7) 86.8	(44.1) 81.0	(37.7) 73.6	(60.2) 98.6
	全 国	(100) 100	(105.3) 107.6	(96.5) 122.8	(73.0) 130.9	(80.5) 139.1	(77.3) 147.2	(70.0) 132.4
全 国 シ ェ ア	プラスチック	9.5	7.1	7.5	5.8	5.3	4.3	6.6
	そ の 他	0.6	0.7	0.6	1.0	—	0.6	0.4
	計	6.6	5.1	5.1	4.4	3.9	3.3	4.9

(注) 指数の( )内数はプラスチックボタンについての「実質指数」である。

これで見ると、本県ボタン業界の出荷額推移は昭和46年には1,373百万円であったが、輸出に主力を置いている当産地は、ドルショック、オイルショック

等の影響をもろに受け、減少傾向であった。しかし、昭和52年には1,363百万円とややもちなおした。それでも昭和46年の水準に回復したにすぎない。樹脂の価格上昇を考慮すれば実質40%減少である。それに対して、全国は漸次増加の傾向で推移してきたが、円高急騰、不況の影響で昭和52年には前年より減少したものの、昭和46年の1.3倍になり、出荷額の伸びがない香川県と比べ、高い増加率となっている。

次に、全国に対しての香川県のシェアをみると、ボタン全体では昭和46年6.6%のシェアを占めていたのが、漸次減少傾向に推移し、昭和51年は最低のシェア3.3%になり、昭和52年ではわずかに回復し、4.9%になった。

品種においては、香川県ではプラスチックボタンが大部分を占め、全体の95%前後で、その他ボタンは極めて低い。プラスチックボタンだけを比較すると、全国に対して、昭和46年で約10%のシェアを確保していたが、毎年減り、昭和52年には6.6%になった。その他のボタンは県内では少量なので、そのシェアは1%にも満たない。

## ② 雇用動向

工業統計「産業編」から事業所数、従業者数の推移をみると、次の表のとおりで、これまた先にみた全国平均よりも大きな縮小を余儀なくされてきたことがわかる。

表16 事業所数、従業者数の推移

(軒、人)

		年	46	47	48	49	50	51	52
事業所数	全 国		813	837	841	803	835	811	788
	香 川		63	57	66	54	54	53	50
	全国比(%)		7.7	6.8	7.8	6.7	6.5	6.5	6.3
従業者数	全 国		7,343	7,263	7,032	6,475	6,617	6,296	5,524
	香 川		713	602	616	412	411	403	361
	全国比(%)		9.7	8.3	8.8	6.4	6.2	6.4	6.5

③ 輸出動向

輸出額の推移及びそのシェアについては以下の表に示した。これをみると、漸次低下してきているとはいえ、昭和53年時点で輸出比率は45.9%と、全国平均の15%（昭和52年）に比べ、きわめて輸出依存度の高い産地であること（表17）、そして、ポリエステルボタンの全国輸出額のはぼ半分を当県が占めていること（表18）がわかる。

表17 輸出額と輸出比率の推移 (百万円, %)

項目 \ 年	50	51	52	53
出荷額	1,146	1,041	1,395	1,350
輸出額	750	740	660	620
輸出比率	65.4	71.1	47.3	45.9

(注) 出荷額は工業統計品目編 出荷額, 輸出額は香川県輸出ボタン振興会発表値

表18 ポリエステル樹脂ボタンの輸出に占める本県シェア (百万円, %)

項目 \ 年	50	51	52	53
全国輸出額	1,972	1,943	1,379	1,117
香川県輸出額	750	740	660	620
全国シェア	38.0	38.1	47.9	55.5

(注) 「全国輸出額」は貿易統計月報, 「香川県輸出」は上表注記のとおり。

表19 輸出先別の推移

昭和49年	アメリカ 25.0%	ヨーロッパ 20.0%	東南アジア 35.0%	中近東 10.0%	その他
		← ヨーロッパ 4.4%			
昭和50年	アメリカ 25.5%		東南アジア 58.3%		その他
昭和51年	アメリカ 10.0%	中近東 20.0%	東南アジア 60.0%		その他
		← 中南米 6.6%			
昭和52年	アメリカ 15.4%	中近東 27.0%	東南アジア 42.9%		その他
昭和53年	アメリカ 20.0%	中近東 25.0%	東南アジア 20.0%		その他
		← 中南米 10.0%		← ヨーロッパ 10.0%	

香川県輸出入実績調査

これによると、先に述べた全国での輸出先は韓国、アメリカが多いが、香川県では香川県輸出入実績調査によると、昭和50年に東南アジア（主に韓国）が58.3%と約6割で、その外では、アメリカが25.5%であったものが、東南アジアの比率が減り、かわって石油産出国のサウジアラビア等中近東、従来、取引のなかった中南米が増え、昭和52年には中近東が25%、アメリカ、東南アジアが各20%となり、その外は、中南米、ヨーロッパ等になっている。

④ 付加価値等

工業統計「産業編」より生産性等をみると次の表のとおりである。

表20 付加価値率等の全国対比 (千円, 人, %)

項目		年							
		46	47	48	49	50	51	52	
香川	付加価値率	34.9	44.7	52.8	48.2	51.6	49.3	45.5	
	従一人業当者り	給与額	454	492	583	692	688	688	781
		出荷額	2,292	2,118	2,417	3,011	3,235	3,425	4,503
		付加価値	798	945	1,275	1,452	1,670	1,688	2,055
	一事業所当り	従業者数	11.3	10.6	9.3	7.6	7.6	7.6	7.2
		出荷額	25,900	22,370	22,550	22,970	24,620	26,040	32,510
全 国	付加価値率	45.4	47.2	48.0	48.7	50.3	47.8	47.3	
	従一人業当者り	給与額	641	666	798	1,020	1,152	1,307	1,396
		出荷額	3,110	3,296	3,857	4,613	4,976	5,561	5,558
		付加価値	1,411	2,337	1,851	2,246	2,500	2,658	2,631
	一事業所当り	従業者数	9.0	8.7	8.4	8.1	7.9	7.8	7.0
		出荷額	28,120	28,600	32,250	37,200	39,430	43,170	38,970

工業統計 産業編

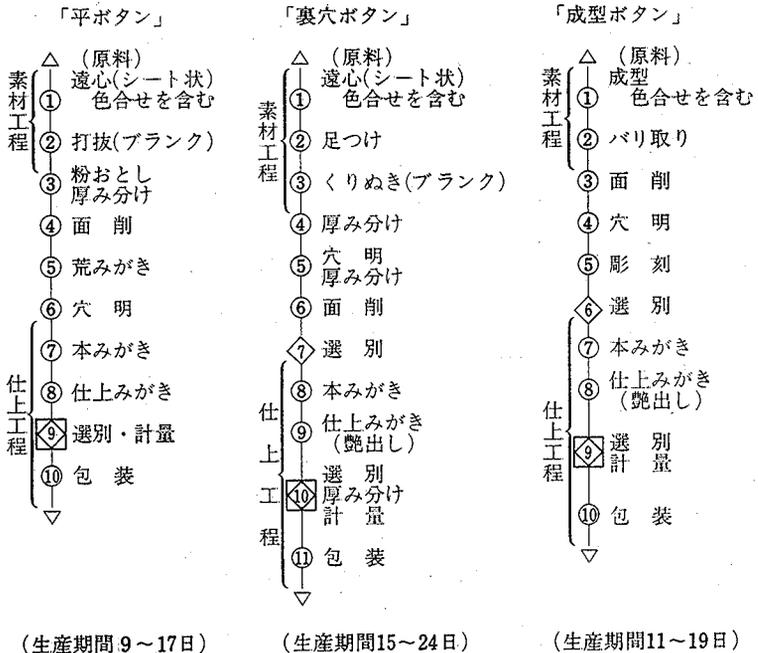
これによると、従業者一人当りについては、全国と比べ、かなりの差がみられるが、一事業所当りの従業者数については全国よりむしろ多く従事している。これは本県のボタン業界が低付加価値、しかも定番品に特化しているためであると考えられる。

2-3 製造方法

① 製造工程

当産地のボタンを形状別に分けると、「平ボタン」と「裏穴ボタン」になり、ほとんどポリエステル素材を使用している。また、ポリエステル素材の製法で分けると「遠心式(大口径)」と「成型式(成型ボタン)」になる。この「成型ボタン」は産地内でも限られた企業で製造されており、他は「遠心式」の「平ボタン」および「裏穴ボタン」を製造している。次にこれらの製造工程を示す。なお、ここでいう「成型式」は「射出成型」とは異なるものである。

図2 製造工程



② 生産期間

⑦で示した三種類のボタンのおおよその生産期間を次に示す。

表21 生産期間のまとめ

種 別	期 日	生産単位
平 ボ タ ン	9~17日	10マス
裏 穴 ボ タ ン	15~24	10マス
成 型 ボ タ ン	11~18	2マス

(注)  
1 マス=1,728個  
「直面問題調査研究報告」より

このように、生産期間は2週間前後となるが、休日があったり、標準以上に工程が混雑した時はもっと長くなる。

2-4 工程別分業形態

製造工程は、すでに述べてきた。当産地の企業は、全て既述の製造工程つまり一貫生産をとっているのではなく、いわば工程別分業がかなり行われている。これを分類すると次のようになる。

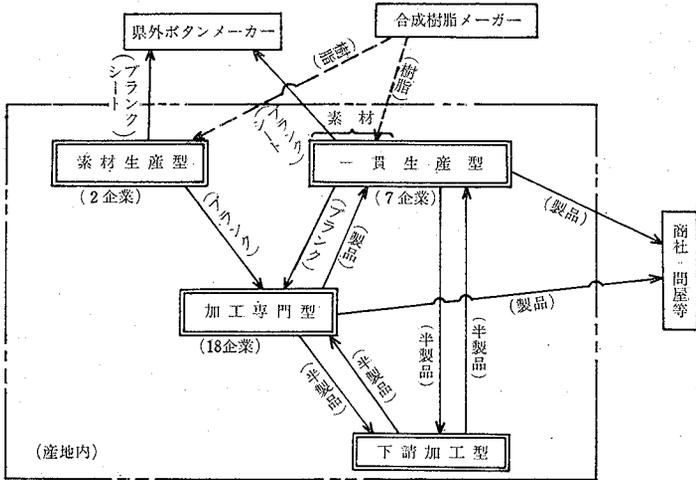
- ⑦ 一貫生産型： 素材(原料)から最終製品まで一貫して生産する。ただし、これに属する企業は、「ブランク」「シート」という半製品の出荷も行っている。

(注) 「ブランク」—ボタンの形状に打抜いた半製品をいう。なお、詳細は製造工程参照。

「シート」——樹脂を硬化させ平板状になったものをいい、これを打抜いたものが「ブランク」になる。

- ① 素材生産型： 素材の生産を主体とし、「ブランク」または「シート」の出荷を行う。
- ② 加工専門型： ⑦, ①のような素材加工工程を持たない企業で、「ブランク」を購入し、最終製品のボタンを生産・出荷する。この型に属する企業は仕上工程を持っているのが特徴である。
- ③ 下請加工型： 素材加工工程・仕上工程を持たない企業で、単にボタンの切削工程のみを担当する典型的な下請加工業である。これの関連図を示すと概略は次のようになる。

図3 工程別分業



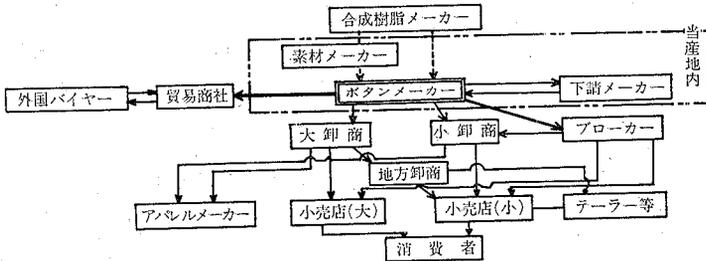
ここで「ポリエステル」の素材開発の現状を考えてみると、これは化学技術的に全く異質の新素材を研究発見するといったものでなく、樹脂や染料等の配合方法等の工夫改良で目新しい「柄模様」をもつ素材をつくり出すといった態のものである。したがって、研究室での実験的研究よりも、生産現場での日常的な工夫改良の積み重ねによって開発されることが多いといえる。一方ポリエステルの場合、商品開発の8割までが素材開発ということを考えれば、「素材部門」をもたない企業は始めから商品開発を放棄しているのと同じことになる。

ところが、当産地の分業形態をみると、こうした「加工専門型」企業の多いこと（元請的企業25社のうち、「一貫生産型」=7、「加工専門型」=18）が特徴となっている。すなわち、元請的企業のうち7割強が商品開発（素材開発）に取り組んでいないことになり、このことが、産地としての素材開発能力を遅らせた原因であるといえる。

2-5 流通経路と取引形態

本県ボタン業の流通経路はおおよそ次のようになる。

図4 本県の流通経路



当産地は現在も50%近くの輸出があり、依然として「定番商品」主体の輸出型産地となっている。したがって、産地企業は言葉を変えると生産指向型であり、自らが十分な販売機能を持っていないといえる。近年、輸出から内需へ切換えつつあるものの、種々の問題を残しており、現状の流通経路はおおよそ上図のごとくなる。

① 輸出向け

この場合、ボタンメーカーは貿易商社との取引きとなる。しかし、貿易商社も総合商社と雑貨専門商社に分けられ、おおむね1対9の割合で取引きされているのが現状である。どちらにしても、数量がまとまり、しかも企画を必要としない「定番商品」であるため取引形態・経路も比較的簡単である。したがって、このような取引形態に慣れてきたことが、販売機能を未発達な状態にした最大の原因といえよう。

② 内需向け

内需ルートの特徴をあげると次の三点が考えられる。

㊦ ブローカー主体の取引きが比較的多い。このブローカーは、ボタンメーカ

一の強力な営業機能を代行してくれること、さらにファッションを含むあらゆる情報を提供してくれるという便利な存在である。反面、販売指向の経営態度を鈍らせることにもつながっている。

① 現在の取引地区別の比率をみると、75%までが阪神地区に集中している。

阪 神 地 区	75%
中 京 地 区	8%
関 東 地 区	8%
山陽(岡山, 広島)地区	5%
そ の 他	4%

組合調べ(昭和53年)

この原因は地理的条件もさることながら、「定番輸出商品」主体の「大卸商」中心の取引にまみれたためとも考えられる。

⑦ 1-1の(4)で述べたアパレルメーカーに直結した「産地卸」ルートを持たないことである。この「産地卸」はアパレルメーカーと密接な関係を持っており、

特に婦人服問屋はアパレルメーカーのデザイン・色等品質面、さらに短納期・小ロットのシビアな要求に答えられる体制をもっており、これが即、ボタンメーカーへの要求になっている。ところが、当産地ボタンメーカーは企画面・品種面等から、また地理的な面からも、これらの要求に応じられないのが現状のようである。

### 3 本県ボタン業の課題

本県ボタン業、特に大川町地区を中心とした産地について、全国ボタン業と対比してみた場合における「産地特性」ともいえることを列挙してみると、おおそ以下のごとくで、以下の産地特性イコール産地の問題点とみることができよう。

① 素材的には「ポリエステルボタン」に特化した産地であること。

1-1でみたように、ボタンの素材には色々あるが、本県ではポリエステル樹脂製のボタン、いわゆる「ポリボタン」が全生産額のほぼ80%強と、ポリ特化型の産地となっており、このことが当産地の内需転換を困難にしている基本的原因ともなっている。というのは、もともと「ポリボタン」はその素材の性質上「後染め」が困難で、このため特に「色」に敏感な内需婦人ボ

タンに使用されにくいという側面をもっているからである。

- ② 商品的には「輸出向定番品」の量産型に特化した産地であること。

「産地沿革」で明らかのように、当産地はもともと輸出主体の「貝ボタン」「ジャッボタン」から素材転換した産地（「ポリエステル樹脂」は「天然貝」の代用素材として開発された）であり、つねに相手仕様の「輸出向定番品」「ジャッ性ボタン」の量産型に特化してきた産地だけに、他府県産地ないし企業に比べ以下の諸点でかなりの見劣りがみられる。

- ⑦ 内需を主体としてきた他府県の産地や企業に比べデザイン企画力や新商品開発力において著しく劣っている。

① 「輸出向定番品」は品質的には下級品であり、これを長らく主力としてきただけに、生産加工技術的にも相対的なおくれがみられる。

- ⑦ これらの当然の帰結として、先に述べたように「付加価値生産性」、「賃金水準」いずれもかなり劣位にある。

- ③ 生産的には、「加工専門型」に特化した産地であること。

ポリエステルボタンの品質はその8割が素材できまり、したがってポリエステルボタンの商品開発イコール素材開発ともいえるほどであるが、当産地では2-4でみたように、この重要な素材部門をもたない「加工専門型」の企業が元請的企業の7割強を占めている。このことが当産地の高級品化一商品開発一素材開発を相対的に遅らせ、いまだに「定番品」主体から抜け出せない基本的な原因と考えられる。

- ④ 「内需ルート」が阪神地区の「大卸商」に特化していること。

当産地の現在の「内需ルート」は、阪神地区における特定の「大卸商」に集中しているが、これは前項①から③の産地特性からくる当然の帰結でもある。というのは産地メーカーと直結した多品種小口取引が主体の「産地卸商」に、「単一素材」の「定番商品」を売り込んでも1店当り取引額がまとまらず営業採算が成り立ち難いからである。

こうした特定少数の「内需ルート」への特化が、内需市場情報の不足・新商品開発等の必要性に対する認識および努力不足等を招き、ひいては当産地の

内需転換・内需面でのシェアアップを大巾におくらせてきたと考えられる。

#### 4 結び

香川県ボタン業界の現状と課題を分析してきた。当産地は輸出向産品中心であり、かつては貴重な外貨を獲得し、「輸出貢献企業」の表彰を数多く受けてきた。しかし反面内需転換は大巾に遅れた。そこへ46年のドルショックによる円高基調と発展途上国の追い上げが当産地を急襲した。高度成長経済から低成長経済への移行という日本経済の構造的変革が直撃した典型といえよう。

このように内憂外患にみまわれた当産地ではあるが、「産地振興法」の産地指定をきっかけに、産地一体となって戦略転換をはかろうと目下懸命に企業努力を続けている。

資料1

ボタンの主要都道

都道府県		年	4 2	4 3	4 4	4 5	4 6
全 国	プラスチック		6,723.8	8,726.3	9,783.2	12,649.6	14,381.7
	その他		5,217.2	4,199.0	7,066.1	8,239.7	6,952.6
	計		11,941.0	12,925.3	16,849.3	20,889.3	21,334.3
	指数	100		108	141	175	179
1 大 阪	プラスチック		2,564.8	3,070.8	2,887.1	3,238.1	3,238.9
	その他		1,478.2	1,153.8	2,375.5	2,257.3	2,185.6
	計		4,043.0	4,224.6	5,262.6	5,495.4	5,424.5
	指数	100		104	130	136	135
2 奈 良	プラスチック		727.0	759.4	1,379.9	1,330.4	1,939.2
	その他		860.7	900.1	697.8	1,054.3	713.1
	計		1,587.7	1,659.5	2,077.7	2,384.7	2,652.3
	指数	100		105	131	150	167
3 和 歌 山	プラスチック		1,102.0	1,328.3	1,642.7	1,980.4	1,770.6
	その他						36.3
	計		1,102.0	1,328.3	1,642.7	1,980.4	1,806.9
	指数	100		121	149	180	164
4 東 京	プラスチック		327.5	631.5	535.2	2,096.1	1,783.2
	その他		725.0	644.8	1,449.1	1,539.1	1,460.3
	計		1,052.5	1,276.3	1,984.3	3,635.2	3,243.5
	指数	100		121	189	345	308
5 群 馬	プラスチック		7.0	557.4	839.1	1,102.8	1,085.2
	その他						
	計		7.0	557.4	839.1	1,102.8	1,085.2
	指数	100		7,963	11,987	15,754	15,503
6 千 葉	プラスチック		69.3	159.3	105.2	95.4	739.8
	その他		625.5	689.2	828.7	1,504.8	1,087.2
	計		694.8	848.5	933.9	1,600.2	1,827.0
	指数	100		122	134	230	263
7 香 川	プラスチック		703.9	795.2	915.9	1,066.2	1,372.6
	その他		30.3	28.9	69.9	50.9	42.1
	計		734.2	824.1	985.8	1,117.1	1,414.7
	指数	100		112	134	152	193
	全国シェア		6.1	6.4	5.9	5.3	6.6
8 兵 庫	プラスチック		275.4	436.4	265.3	276.3	641.1
	その他		319.3	229.5	390.0	606.1	126.3
	計		594.7	692.9	655.3	882.4	767.4
	指数	100		117	110	148	129
9 茨 城	プラスチック		152.1	85.4	124.2	125.4	307.7
	その他		173.7	4.6	531.3		
	計		325.8	90.0	655.5	125.4	307.7
	指数	100		28	201	38	94
10 京 都	プラスチック		457.6	472.6	534.2	547.3	507.6
	その他						
	計		457.6	472.6	534.2	547.3	507.6
	指数	100		103	117	120	111

府 県 別 出 荷 金 額

(百万円, %)

47	48	49	50	51	52	52年全国シェア
15,078.1	17,034.7	19,734.9	21,804.1	23,224.0	20,526.0	100
7,869.1	9,164.9	8,194.9	7,865.4	8,187.0	7,720.0	
22,947.2	26,199.6	27,929.3	29,669.1	31,411.0	28,246.0	
192	219	234	248	263	237	24.4
3,935.0	4,571.4	4,851.2	5,420.9	5,425.0	4,747.0	
2,416.4	2,370.9	1,756.0	2,235.6	2,105.0	2,151.0	
6,351.4	6,942.3	6,607.2	7,656.5	7,530.0	6,898.0	
157	172	163	189	180	171	15.8
1,895.9	2,270.5	2,836.6	3,072.5	3,325.0	2,610.0	
1,063.6	1,202.6	813.0	1,143.9	1,257.0	1,861.0	
2,959.5	3,473.1	3,649.6	4,216.4	4,582.0	4,471.0	
186	219	230	266	289	282	14.2
1,941.1	2,513.1	3,365.7	3,231.3	3,996.0	4,024.0	
87.0	292.1	123.3	68.0			
2,028.1	2,805.2	3,489.0	3,299.3	3,996.0	4,024.0	
184	255	317	279	363	365	9.3
1,172.6	1,414.0	1,852.3	2,797.8	2,202.0	1,258.0	
1,308.5	1,179.9	2,104.8	747.4	1,552.0	1,358.0	
2,481.1	2,593.9	3,957.1	3,545.2	3,754.0	2,616.0	
236	240	376	337	357	249	8.5
1,984.9	2,077.9	1,773.0	2,175.1	2,559.0	2,403.0	
			659.3			
1,984.9	2,077.9	1,773.0	2,834.4	2,559.0	2,403.0	
28,356	29,684	25,329	40,491	36,557	34,329	6.3
982.6		1,386.0	741.5	1,730.0	1,177.0	
1,154.3	2,462.2	1,466.1	2,074.5	1,237.0	610.0	
2,136.9	2,462.2	2,852.1	2,816.0	2,967.0	1,787.0	
308	354	410	405	427	257	4.9
1,065.6	1,280.8	1,147.6	1,146.1	1,006.0	1,363.0	
61.3	62.1	79.9		35.0	32.0	
1,126.9	1,342.9	1,227.5	1,146.1	1,041.0	1,395.0	
153	183	167	156	142	190	4.8
4.9	5.1	4.4	3.9	3.3	4.9	
286.4	485.3	472.3	529.0	455.0	885.0	
448.9	417.6	564.3	372.5	354.0	477.0	
735.3	902.9	1,036.6	901.5	809.0	1,362.0	1.7
124	152	174	152	136	229	
333.8	369.5	399.4	476.2	424.0	488.0	
260.3	129.9	159.5	94.8	550.0		
594.1	499.4	558.9	571.0	974.0	488.0	1.4
182	153	172	175	299	150	
533.6	562.1	560.8	952.3	805.0	401.0	
533.6	562.1	560.8	952.3	805.0	401.0	
117	123	123	208	176	88	

工業統計表 品目編

(注) ( ) 内上位10県のシェア合計 (91.3)

資料2 ボタン輸出品目別実績表 (トン、百万円)

年 品目	4 6		4 7		4 8		4 9		5 0		5 1		5 2		5 3	
	数量	価額														
ポリエステル製	1,556	1,980	1,537	1,780	1,473	1,991	1,008	2,431	1,054	1,972	977	1,943	772	1,379	591	1,117
その他のプラスチック製	962	1,841	903	1,786	996	1,969	958	2,687	1,061	2,609	1,015	2,595	770	1,928	712	1,657
貝製	37	144	32	118	36	172	27	193	29	171	35	232	61	441	81	633
金属製	232	396	236	367	203	341	142	328	114	234	296	425	258	362	186	246
ガラス製	51	76	28	48	17	37	19	56	6	24	4	14	1	6	1	6
その他	180	443	123	251	75	165	37	133	22	149	26	125	16	111	19	110
計	3,018	4,880	2,859	4,350	2,800	4,675	2,191	5,828	2,286	5,159	2,353	5,334	1,878	4,227	1,590	3,769

貿易統計月報

ポリエステルボタンの主要輸出入国の推移

(金額  
重量  
百万円)  
ト

国名	年										53年 シェア
	46	47	48	49	50	51	52	53	53年 シェア		
米	金額	875.9	737.2	741.7	1,080.7	765.2	742.5	426.6	326.8	29.2	
	重量	550.2	452.9	411.2	381.4	279.6	275.2	179.2	140.1	23.7	
韓	金額	241.8	269.1	384.7	540.0	347.5	328.5	223.0	323.9	29.0	
	重量	194.5	216.0	227.9	179.0	169.3	160.4	87.2	149.5	25.3	
小	金額	1,117.7	1,006.3	1,126.4	1,620.7	1,112.7	1,071.0	649.6	650.7	(58.2)	
	重量	744.7	668.9	639.1	560.4	448.9	435.6	266.4	289.6	(49.0)	
サウジアラビア	金額	7.2	3.3	2.3	4.1	10.3	11.5	23.9	11.9	1.1	
	重量	8.1	5.3	2.3	3.7	8.0	8.3	17.5	10.1	1.7	
イ	金額	11.1	4.1	0.4	13.2	14.8	20.7	76.9	13.4	1.2	
	重量	10.9	9.7	0.1	11.0	15.5	14.6	60.8	8.9	1.5	
小	金額	18.3	7.4	2.7	17.3	25.1	32.2	100.8	25.3	(2.3)	
	重量	19.0	15.0	2.4	14.7	23.5	22.9	78.3	19.0	(3.2)	
キ	金額	5.6	9.3	22.8	11.6	31.3	29.3	43.8	55.8	5.0	
	重量	8.3	16.5	35.2	4.8	29.1	24.5	39.0	52.5	8.9	
中華人民共和国	金額		0.1		1.0	2.6	14.5	1.7	6.0	0.5	
	重量		0.1		0.2	1.2	5.8	0.3	1.3	0.2	
北	金額			0.4	3.9		2.1	2.4	2.7	0.2	
	重量			0.2	0.9		1.1	1.2	1.6	0.3	
小	金額	5.6	9.4	23.2	16.5	33.9	45.9	47.9	64.5	(5.7)	
	重量	8.3	16.6	35.4	5.9	30.3	31.4	40.5	55.4	(9.4)	
計	金額	1,141.6	1,023.1	1,152.3	1,654.5	1,171.7	1,149.1	798.3	740.5	66.2	
	重量	772.0	700.5	677.1	581.0	502.7	489.9	385.2	364.0	61.6	
輸出合計	金額	1,979.7	1,780.3	1,994.5	2,430.7	1,971.7	1,942.9	1,379.2	1,117.1	100	
	重量	1,555.6	1,536.5	1,472.6	1,007.8	1,053.7	977.4	772.4	591.0	100	

貿易統計月報

資料 4 54年度米国上半期（1月～6月）輸入累計額 (単位 千ドル)

	金属	貝	カゼ イン	ガラス	角	ポリエ ステル	その他 プラスチック	皮 ・その他	ブラン クモー ルド	合 計
香 港	30								34	64
英 国	9		81		63		40		38	231
日 本	19	170	43	20		973	348	669		(493百万円) 2,242 [1.5%]
西ドイツ	6			13		48	26	503		596
韓 国	7						28			35
カナダ	6					43				49
フィリピン		48								48
イタリア		29	53			1,180	528	2,876	71	4,737
スペイン		24				38				62
オランダ			357			113		226		696
フランス			217							217
合 湾								221		221
ハイチ								158		158
ジャマイカ								115		115
ポルトガル								56		56
合 計	132	294	794	34	70	2,514	1,056	514	194	(2,250百万円) 10,236 [8.4%]

シェトロ調査より

(注1) ( ) 内は1ドル=220円で換算

(注2) [ ] 内は対前年同期の伸び率%