似てるセーターでも値段が違うよ？

生産から販売、一貫してできれば安くなるんだ

お母さんと百貨店に来たニッくんとケイちゃん。「このセーターかわいくて、あたたかそう」とケイちゃんが声を上げると、値札をちらっと見たお母さんは「近所のお店の方が安いわ」。行ってみるとよく似た商品がほぼ3分の1の値段で売られていた。「同じようなセーターでもお店によって値段が違うのはなぜ？」。2人の頭に疑問がわいた。

ニッくん 百貨店で売っているセーターと近くの専門店で売っているセーター。値札を外したらどっちが高いかなんてきっと分からなくなっちゃうよ。違いはどこにあるんだろう？

お父さん そうだな。違いを調べる前にまず値段が決まる仕組みについて考えてみよう。ケイちゃんが今日お母さんに買ってもらったセーターは何でできているかな。

ケイちゃん 「ウール100%」って書いてある。

お父さん そう、原料は羊の毛だね。物の値段を大きく左右するのがこの原料代なんだ。これに工場で働く人たちの給料などを足したのが、物を作る費用だ。でも、倉庫からお店まで運ぶにはトラック代がかかるし、お店の家賃や電気代、折り込みチラシ、働いている人のお給料などお客さんに物を売るのにもお金がかかるよね。

ケイちゃん 物を作る費用と物を売るのにかかるお金を足すと値段になるの？

お父さん 大事なポイントが抜け落ちているよ。それはセーターを売る会社の利益だ。いくらたくさん売れても利益がゼロなら、新商品の開発や、新しい店の開業は難しくなるよね。

◆

ケイちゃん 確かに。

お母さん ほかのお店と比べてどれだけ安いかも大事だわ。

お父さん そう。値段と品質の両面でライバル企業とは常に比較される。お客さんがその値段で買って満足してくれるかどうかが、値段を決める時には重要だ。ファッションコンサルタントの金田有弘さんに聞いたんだけど、百貨店で売られるセーターの原料代は値段の10%、ある専門店では25%程度。物を作る費用全体では、それぞれ30%と50%程度になるらしい。

ニッくん 百貨店のセーターの値段は1万円、専門店では3000円だったから……。

お父さん 物を作る費用全体では百貨店が3000円、専門店が1500円だね。

ニッくん 値段の開きほどの違いはないね。どうしてかな？

お父さん 理由は商売のやり方の違いにある。専門店やスーパーのプライベートブランド（PB）の場合、企画や生産管理から販売まで一貫して自社で手掛けることで、お客さんの好みをすばやく知り、作る費用の安い中国などで大量に生産して値段を抑えているんだ。もちろん、たくさん売れ残ったら損もするけどね。

ケイちゃん 百貨店は？

お父さん 百貨店で売られている衣料品の多くはアパレルメーカーがブランドごとに売り場を設けて売っている。金田さんによると、あるブランドのセーターが1枚売れると売り上げの4割が百貨店の取り分になる。例えるなら百貨店は大家さん。最近は苦戦しているけど、駅前の一等地に立派なお店を構えてお客を集めるかわりに、入居者から売り上げの一部を受け取っているんだね。

お母さん お気に入りのブランドなら、多少値段が高くても、思い切って買うことはあるわ。丁寧な接客は百貨店ならではだしね。

ケイちゃん 私も欲しいブランドがあるんだけどな……。

小6の双子　ニッくんケイちゃんの一家

お父さん（40） 出版
で百科事典の編集担当
学生時代に買ったセー
ーを今も着ている

お母さん（38） 英会
教室の講師。来冬こそ
外ブランドのカシミヤ
ーターを買いたい

ニッくん（12） 小学
年生の双子の男の子。
ーターよりも、フリー
が気に入っている

ケイちゃん（12） 双
の女の子。時々、お母
んが買ったファッショ
雑誌をながめている

来年の冬物、もう企画が始まってる!?

セーターの値段が決まる仕組みを理解した2人。「企業は値段を抑えるために様々な努力をしているよ」とお父さんに言われ、まずはユニクロ東京本部（東京都千代田区）に向かった。

◆

出迎えてくれたのは、商品本部でニット製品を担当するマーチャンダイザーの高橋辰代（たつのり）さん。早速、ニッくんが「マーチャンダイザーというのは何をする仕事なんですか」と質問した。

「商品のデザインや値段の設定、工場での生産管理などお店に届くまでのすべてに責任を持つのがマーチャンダイザーの仕事」と高橋さん。ユニクロでは商品の企画は実際に店頭に並ぶおよそ1年前から始まる。秋冬物だけで約千種類の糸見本に触れると聞き、2人は驚いた。

「1枚のセーターを作るにはどれぐらいお金がかかるんですか」とケイちゃんが尋ねると、「それは会社の大事な秘密だから答えられないんだ。でも、『こちらの毛糸なら同じ品質で1枚あたり45円安い』『このボタンなら同じ見栄えだけど半額で済む』とか、いつもチーム内で議論しながら仕事を進めているよ」と説明してくれた。

続いて訪ねたのは総合スーパーのイオン。プライベートブランド（PB）衣料の企画を担当する山田重道さんに低価格のわけを尋ねた。「セーターは通常、12月までの売れ行きをみて次の冬の生産量を決めるけど、そのころはウールの値段が1年で一番高い。だから、3割ほど安い10月のうちに一部の注文を済ませ、工場が暇な1、2月に生産を始めて値段を抑えているよ。グループ内に物流の会社があるのも強みなんだ」という。

◆

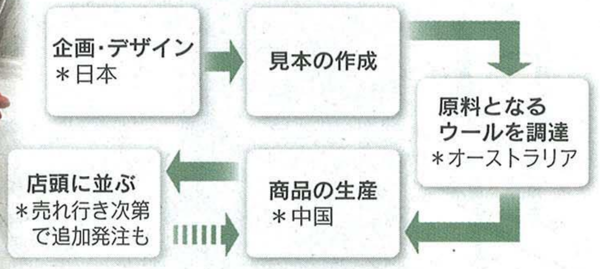
最後に品質の違いに疑問を持った2人はお母さんに借りた2枚のセーターを持って、文化服装学院（東京都渋谷区）へ向かった。ニットデザイン科教授の小林桂子さんが学生たちが実習中の教室に案内してくれた。

「ほら、針の数と太さが違うでしょう」と見せてくれたのが、手動式横編み機。2人がのぞき込むと、編み機ごとに針の太さが違う。「1インチ（2・54センチ）の幅に何本針が入っているかを『ゲージ』という単位で表すの。数字が大きいほど、薄く編めて着心地がいいの。2人が持ってきた百貨店のセーターは16ゲージ、専門店のセーターは14ゲー

ジだから、百貨店の
け、編み目が細かい
「言われてみれば、
違う気がしないでも
ッくん。さらに小林
を裏返し「使ってい
ほぼ同じ。ただ、百
襟やすその仕上げが
込んでも襟が伸びに
段だけで比べると苦
飾りがついたり、個
インだったり、百貨
行に敏感な商品は多
と教えてくれた。
駅に向かう帰り道、
を冷たい風が吹き抜
は去年お母さんが編
ものの、あまり巻い
たマフラーのことを
した。「うちに帰っ
から出してもらおう
そろえた。（佐

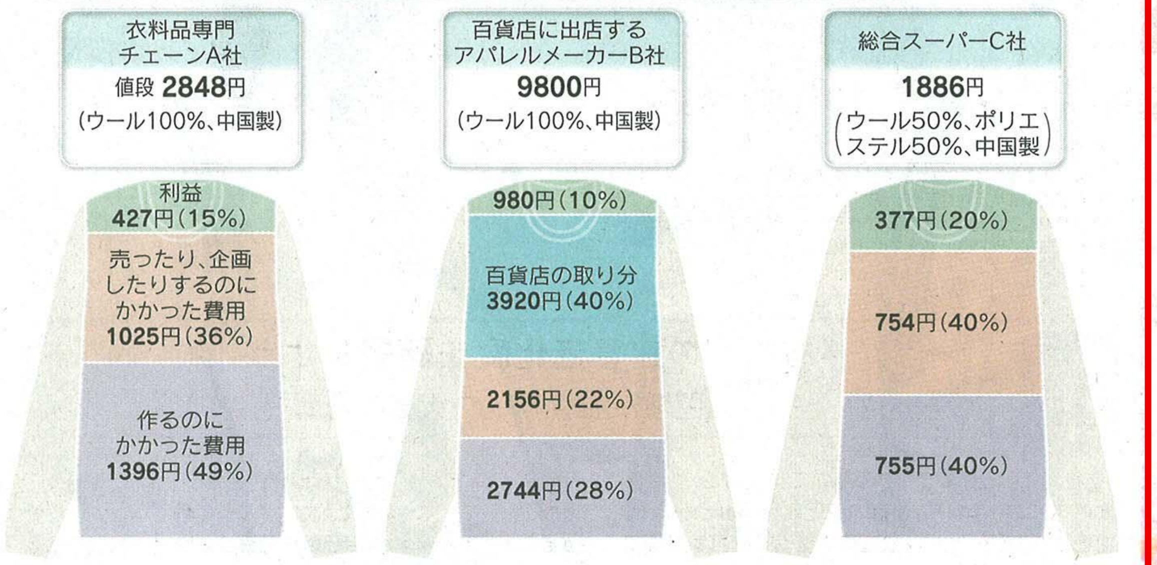
ユニクロのセーター（東京都世田谷区の世田谷千歳台店）

セーターが店頭に並ぶまでの流れ



（注）＊は企画や生産、原料産地の主な国名

1枚のセーター、値段の"内訳"



（注）ファッション企画・コンサルティング会社のモードインターナショナルの推計値を基に作成、値段は消費税抜き

まとめてみると

- ☆ 値段を決める際には、お客さんがその値段で買って満足してくれるかどうかがとても重要
- ☆ 物の値段を分解すると、「作る費用」「売る費用」「利益」に分かれる
- ☆ 働く人の給料の安い国で作ることで値段を安くしている。早めに原料を買うのも有効

○月△日 日直 ○○

お父さんのひとりごと

ファッションの楽しみは多彩な

14カ国が参加する国際組織「インターカラー」が「ピンクっぽいベージュ」などと打