

令和元年度 J B A 補助事業実施計画概要書

1. 寝具寝装品業界における課題

- ① 我国の寝具寝装品業界は、デフレスパイラルに陥った長期停滞期の中国等からの低価格品攻勢による輸入ふとんの急激な増加により、国内関連企業の廃業・倒産が相次いだ。現在も中国等からの年間 1,300 億円を超える安価な製品の輸入に押され、1993 年をピークに 2,100 社以上あった企業数は半分以下になり、現在もなお減少傾向にある。
- ② このような企業数の減少傾向に歯止めがかからない要因としては、ホームセンターや通販事業者、インテリア関連事業社等の所謂“異業種カテゴリーキラー”の台頭があげられる。寝具寝装品業界の異業種であるニトリや D I Y、ジャパネット高田、ニッセン等のホームセンターや通販事業者は、低価格を武器に寝装品販売の分野で業績を伸ばしている。彼らが活用しているツールは低価格を背景としたテレビショッピングやインターネット販売である。
- ③ こうした TV 通販やインターネットビジネスの台頭により、寝具寝装品の国内市場は、「品質よりは低価格で購入するという市場」と「高機能・高品質品を多少高くてもそれに見合ったリーズナブルな価格で購入するという市場」の 2 極の領域が形成されている。このような大きな購買変化の進行は、従来の多くの国内事業者にとっては、低価格の輸入を中心にした販売に対抗した利益性の低い商品販売力では対抗出来ず、かといって利益率の高い高級品販売の分野では顧客層の囲い込みに限界があり、逃れられない苦戦を強いられている。
- ④ このような状況認識を基に一般社団法人 日本寝具寝装品協会（J B A）は、「出来るだけ低価格で需要を喚起するという市場」とは一線を画した“中高価格帯の消費者層”をターゲットにした「高機能・高品質品をリーズナブルな価格で提供するという市場」でのビジネスモデルを確立して国内事業者の存立基盤を固めたいと考え、そのための施策を講じてきた。
- ⑤ 上述“中高価格帯の消費者層”をターゲットにした「高機能・高品質品をリーズナブルな価格で提供するという市場」でのビジネスモデルを確立するために、一般社団法人 日本寝具寝装品協会は品質表示マーク「G F マーク」を会員企業へ交付し製品への取付けを行ったり、羽毛ふとんの原料産地国や加工工場等のサプライチェーン情報を正しく提供する仕組みを構築し、消費者が価格に見合った品質を選択できるように情報提供を行ってきた。
- ⑥ このような努力の結果、まだ明確な効果は得られてないが、中国等からの低価格品の価値と高機能・高品質製品の価値の違いについて、多くの消費者から理解を得られるようになってきていると感じられるようになりつつある。

- ⑦ 近年、平均寿命の伸びや高齢化社会の到来により、「全ての国民がともに支えあい、健やかで心豊かに生活できる社会の実現」が希求されるようになり、その一環として健康寿命延伸と高齢化社会のヘルスケア事業領域に向けた取組みの重要性が指摘されるようになってきた。そのような中で寝具寝装品は人間にとって極めて重要な良質な睡眠を提供・サポートする製品であり、重要な役割を担うべきだと考えられる。
- ⑧ しかし、寝具寝装品業界の社会的な使命である、我国の健康寿命延伸と高齢化社会のヘルスケア事業領域に向けた製品提供は、介護が必要な人、高齢者向けの寝具寝装品のニーズを的確に掴みきれていないこともあり、そこに向けた製品開発は次項「ヘルスケアサービスのガイドライン策定の必要性」に記した理由により後手に回っているといわざるを得ない状況にある。このことは、社会的なニーズとして早急な対応を求められていると考えられる。

2. ヘルスケアサービスのガイドライン策定の必要性

- ① JBA（一般社団法人 日本寝具寝装品協会）の会員企業が取り扱う寝具寝装品は、人間にとって極めて重要な良質な睡眠を提供・サポートする製品である。そのため会員企業は健康延伸創出産業といっても過言ではない。
- ② 良質な睡眠を提供・サポートする寝具寝装品業界はこれまで一般消費者に向かって製品の効能と販促活動を行い、情報提供を行ってきた⇒（B-C）。そのため今回の事業の主対象となる仲介者（医療関係者、ケアマネジャー、健康経営事業者、他）への寝具寝装品関連の製品品質情報提供は「B-C」型による間接的なものであり、寝具寝装品業界から仲介者を主眼とした情報提供（B-B）は殆んど行われてこなかった。
- ③ また良質な睡眠を提供・サポートする情報は、どちらかといえば一般家庭向け、ビジネスマン向け、若年健常者向けのものが多く、若年健常者以外の人、介護が必要な人、高齢者向けのものが少なかった。その背景としては若年健常者以外の人、介護が必要な人、高齢者向けの寝具寝装品のニーズを明確に掴みきれておらず、そこに向けた製品開発が余り行われてこなかったことが大きいと思われる。
- ④ このような状況から我国の健康寿命延伸と高齢化社会のヘルスケア事業領域確立のために、寝具寝装品のヘルスケアサービス（特に製品の機能と品質）のガイドラインの策定が急務となっている。
- ⑤ また、策定したガイドラインを仲介者へ情報提供（BtoBtoC）することも喫緊の課題となっている。

3. ガイドライン等の策定で、期待される業界のあるべき姿

- ① 若年健常者以外の人、介護が必要な人、高齢者向けの寝具寝装品のニーズを的確に把握できる体制の構築を行う。（JBA、及び寝具寝装品関連企業のお客様相談室等がその機能を持つようにする。また病院、介護施設、老人ホーム、ケアマネジャー等との定期的な情報交換の場を持つようにする。）
- ② JBAから仲介者（医療関係者、ケアマネジャー、健康経営事業者、他）への寝具寝装品関連の定期的な情報提供（BtoBtoC）を行う。（JBAのホームページからの情報提供、Mailを使った情報提供、他）
- ③ 一般消費者向け「BtoC」型情報提供分野にもヘルスケアサービス情報を積極的に提供していく。

	令和2年3月以降の実施事業（予定）： (1) 検討課題である「ヘルスケアサービス適合マーク（仮称）」の運用 (2) 睡眠環境・寝具指導士を通じた普及展開活動 (3) 製品抜き打ち検査の実施 (4) RFID/2次元コードによる製品品質保証システムを活用した情報提供	
4. 報告書の作成	以上を通じた事業活動により、「ふとん、まくら、寝具関連生地、毛布、カバーリング、等の製品分野におけるヘルスケア機能と品質のガイドラインの策定内容」、及び「認証制度の策定内容」、「実施した策定事項の普及活動」をまとめ、報告書を作成する。	

3. 事業の実施体制

①事業計画の立案、事業実施における全体把握・管理

一般社団法人 日本寝具寝装品協会 専務理事 奥谷 孝良、事務局長 池田 努、事務局 中村 富夫が中心になって行なう。

②業界以外の人材を集めたガイドライン等策定委員会の開催

繊維業界のヘルスケア分野の有識者、寝具寝装品業界のヘルスケア分野の有識者、化成品寝具のヘルスケア分野の有識者、繊維製品の検査機関の有識者、シルバーサービス分野の有識者、等の幅広い人材を集めガイドライン等策定委員会開催する。

また、上記策定委員会委員のほかに、ヘルスケア・サービスに関して知見を有する専門家を、委員会に招聘し幅広く意見を聴取する体制にした。

③事業推進のための外部機関を活用した調査の実施

ヘルスケア・サービスを仲介する医療機関関係者、ケアマネジャー、健康経営事業者、福祉センター、介護施設等へ、寝具寝装品に対する、寝具寝装品の製品機能、機能認証等についての要望事項のヒアリングを実施する。

④JBA が主体となって下記「JBAガイドライン・認証制度等の普及展開事業」を実施

- ・ 成果普及説明会の開催（令和2年2月中に実施） 東京、大阪で各1回実施
- ・ ヘルスケアサービス・ガイドライン運用マニュアル」の作成
300部作成⇒会員等関係企業へ配布
- ・ HP、スマホを通じた情報提供
- ・ JBA総会・各種委員会での普及展開

4. 業界団体以外の外部有識者・仲介者・利用者等の参画体制・意見聴取方策

- ① ヘルスケアのガイドライン策定のために、繊維業界のヘルスケア分野の有識者、寝具寝装品業界のヘルスケア分野の有識者、化成品寝具のヘルスケア分野の有識者、繊維製品の検査機関の有識者、シルバーサービス分野の有識者、を招聘しガイドライン策定委員会の委員とした。（委員名簿参照）

- ② 掛けふとん、敷きふとん、まくら、パッド、敷布、寝衣、等の仕様や機能に関する専門知識を有する人材や、ヘルスケアサービス事業で豊富な知見を有する人材を委員会に招聘して意見を聞く場を設けた。
- ③ 調査事業を通じて、仲介者（ヘルスケア・サービスを仲介する医療関係者、ケアマネジャー、健康経営事業者、他）へ、寝具寝装品に対するヘルスケアサービスに関する、製品機能、機能認証等に関する要望事項のヒアリングを行う。また、医療機関、福祉センター、介護施設等への寝具寝装品のヘルスケアサービスに関する、製品機能、機能認証等に関するの要望事項のヒアリングも行う予定。（委員会で選定した50施設へのアンケート調査）
- ④ 健康日本21推進全国連絡協議会の加入団体との意見交換の実施。
- ⑤ ホームページを介した意見収集の実施。