

繊維産地における サプライチェーン強靱化に向けた対応について

令和6年10月

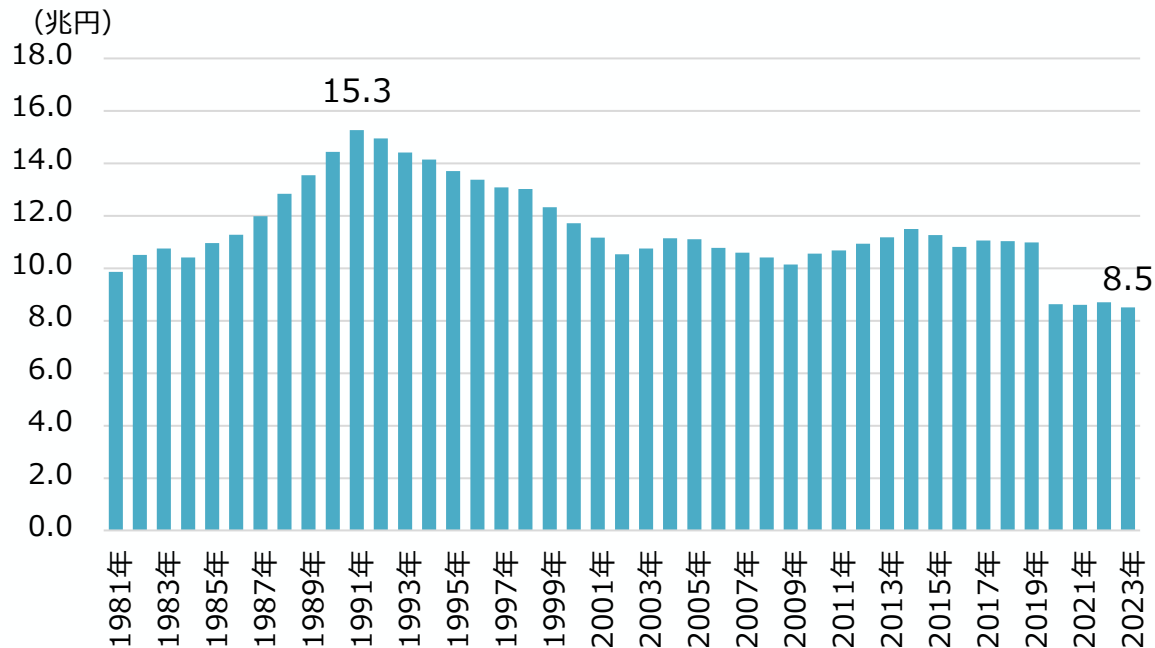
製造産業局 生活製品課

繊維産業の現状

繊維・アパレル産業の国内市場規模、生産量の推移

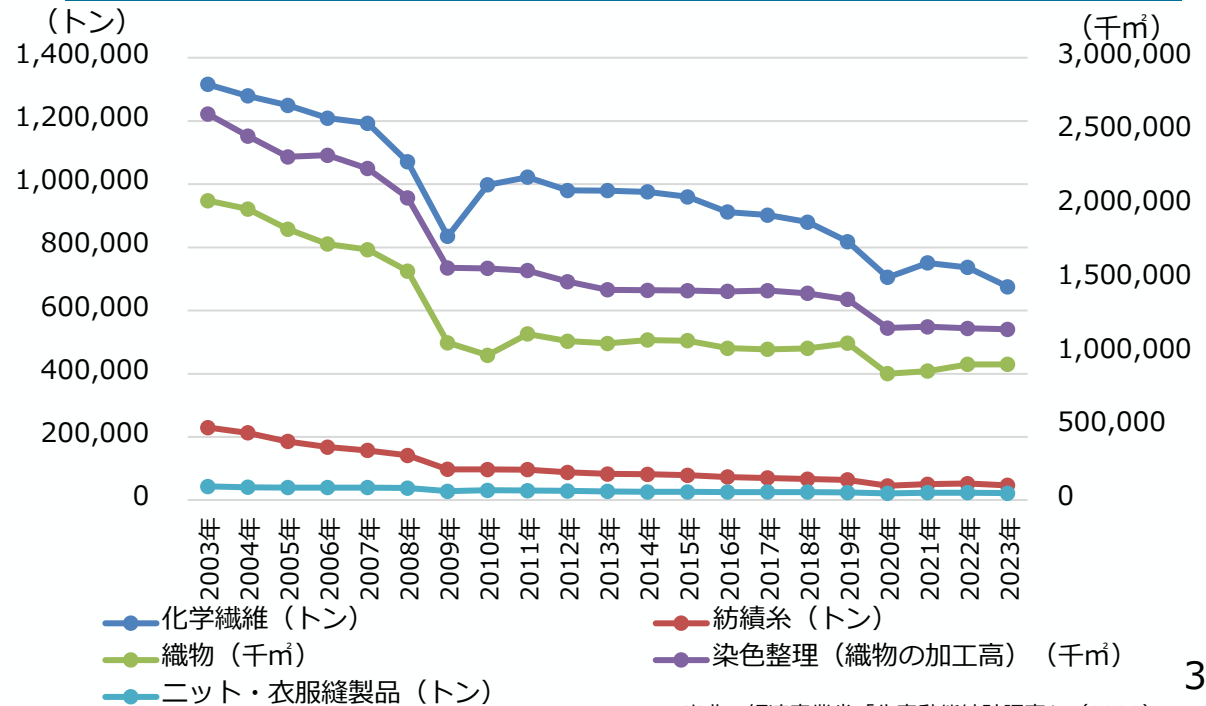
- 衣料品等の国内市場規模は、1990年代に入り減少傾向だったが、2000年代以降は基本的に横ばいの状態。
- 2020年以降は新型コロナの感染拡大による外出自粛の影響を受け国内市場規模は減少したものの、2023年でもコロナ前までの市場規模まで回復していない。

衣料品等国内市場規模推移



出典：経済産業省「商業動態統計調査」。
※ 繊維・衣服・身の回り品小売業の推移

国内生産量等の推移

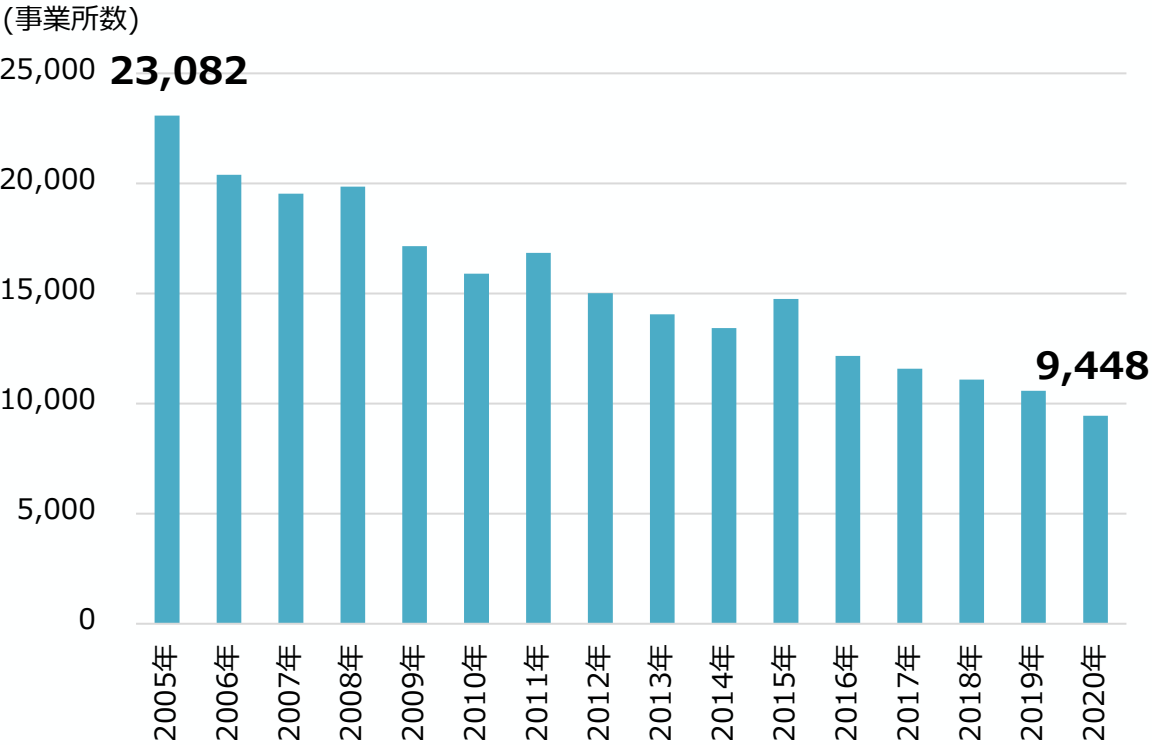


出典：経済産業省「生産動態統計調査」(2023)。

繊維工業における事業所数及び就業者数の推移

- 国内における繊維工業の事業所数は、過去15年で約半分以下となった。また、就業者数も減少傾向。

繊維工業における事業所数の推移

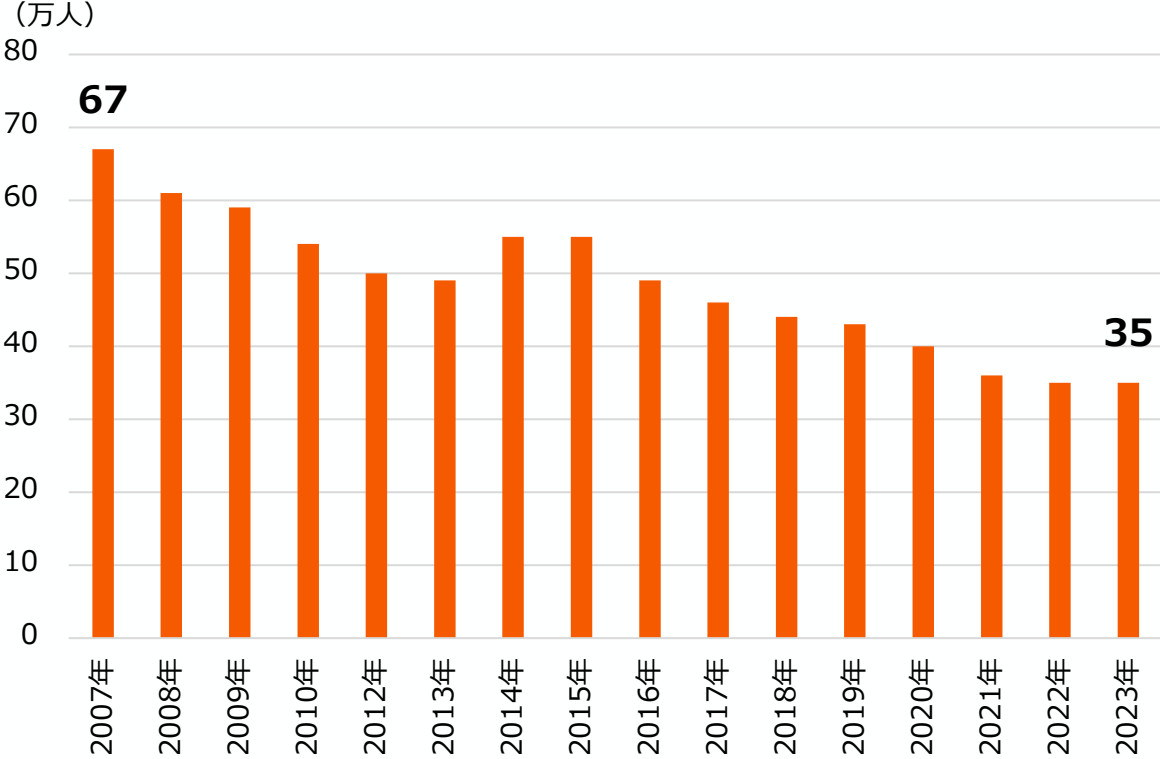


出典：経済産業省「工業統計、経済センサス」。

※ 従業者 4 人以上の事業所。

※ 繊維工業は、製糸業、紡績業、ねん糸製造業、織物業、ニット生地製造業、染色整理業、網・網・レース・繊維粗製品製造業、外衣・シャツ製造業（和式を除く）、下着類製造業、和装製品・その他の衣服・繊維製身の回り品製造業、その他の繊維製品製造業を含む。

繊維工業における就業者数の推移



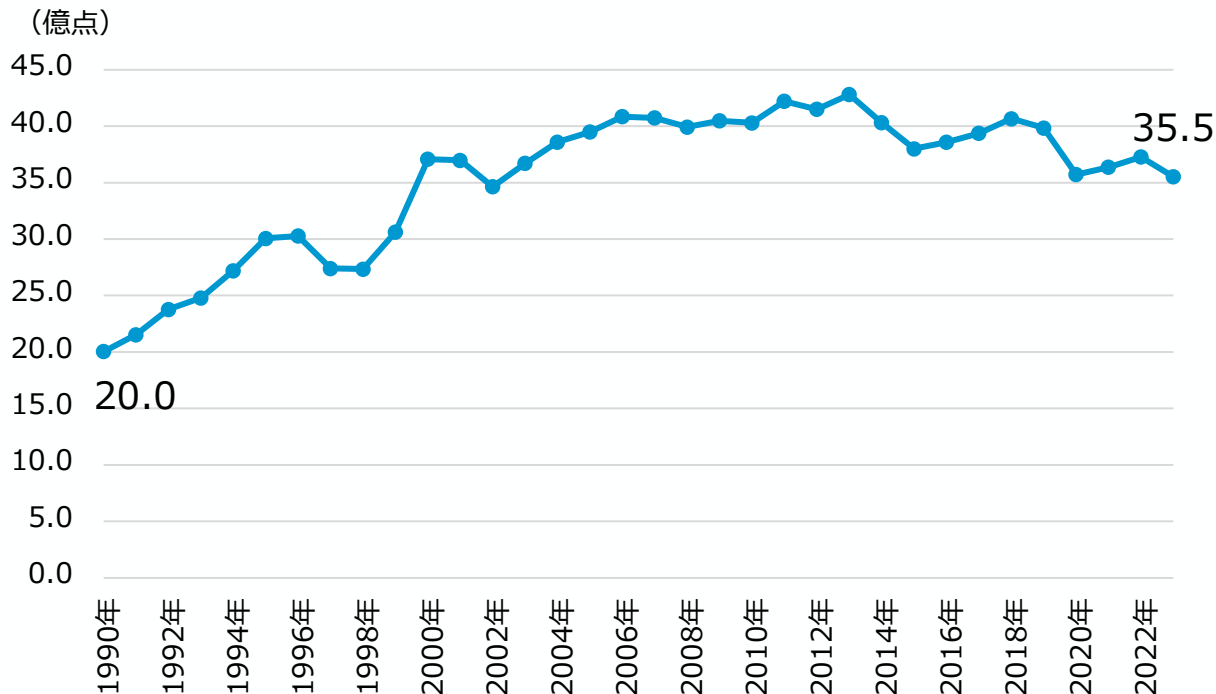
出典：総務省「労働力調査」。

※東日本大震災の影響により、2011年データはなし。

国内供給点数と輸入浸透率

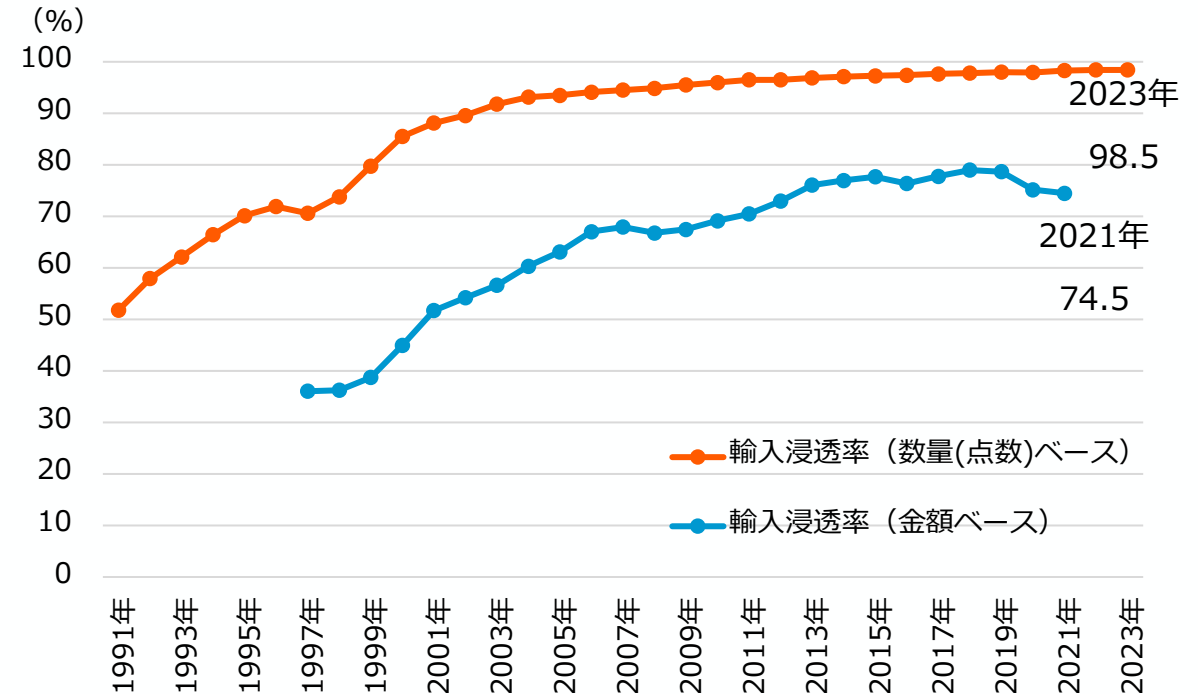
- 1990年に約20億点だったアパレルの国内供給点数は、**2023年には1.7倍に増加**。
- 輸入浸透率は**数量ベースで98.5%**（2023年）、**金額ベースで74.5%**（2021年）であり、海外生産（輸入）の割合が高い。

アパレルの国内供給点数



出典：日本繊維輸入組合「日本のアパレル 市場と輸入品概況」（1992-2023）。

国内アパレル市場における衣料品の輸入浸透率

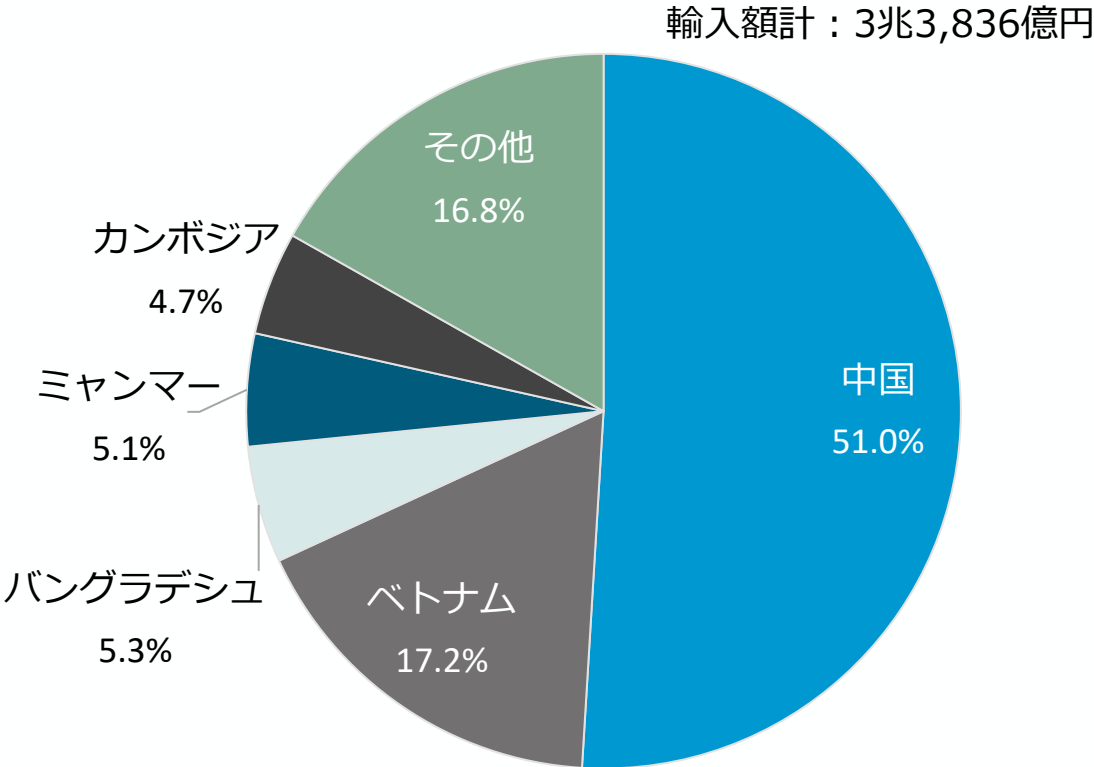


出典：日本繊維輸入組合「日本のアパレル 市場と輸入品概況」（1992-2023）。

日本の繊維産業の海外依存度

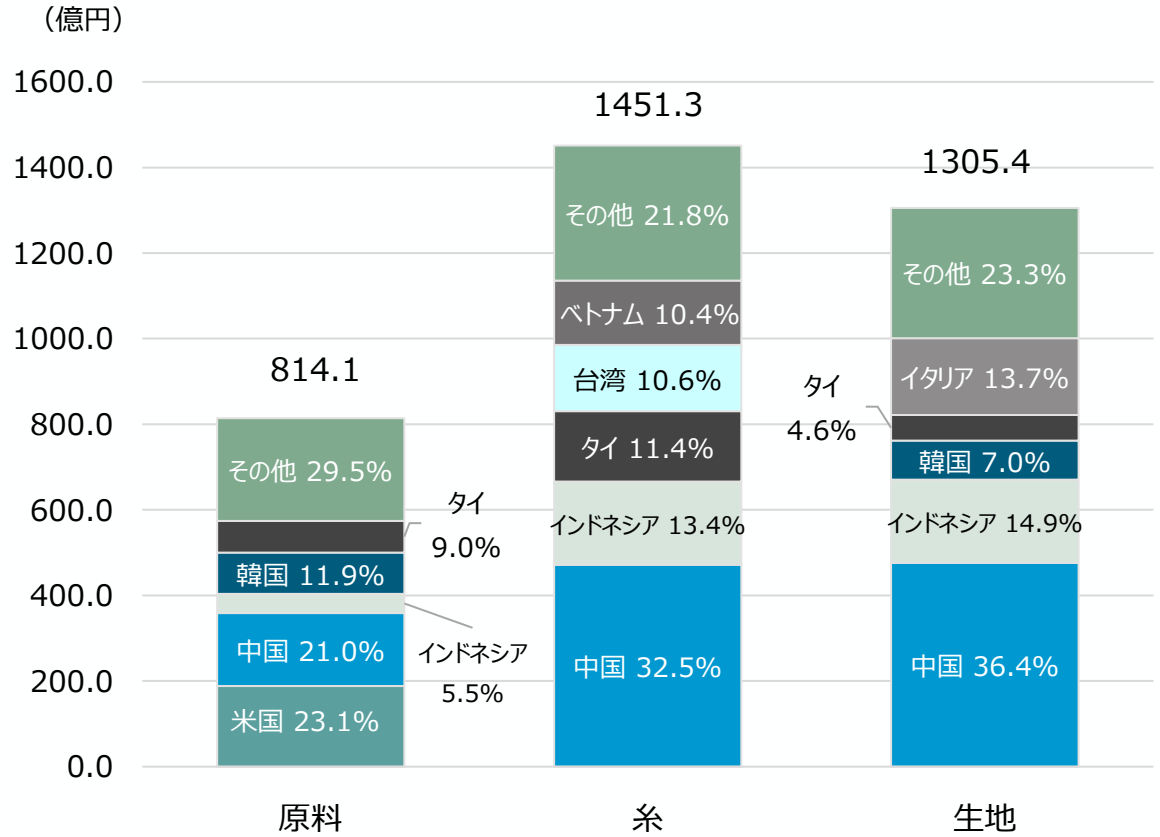
- 最終製品（衣料品）の輸入は中国が半数を占め、衣料品以外の原料、糸、生地についても、中国やインドネシア等のアジア諸国への依存が大きい。

衣料品の輸入国別内訳（2023年）



出典：IHS Markit, Ltd. 「Global Trade Atlas」 （世界168カ国・地域の貿易統計データベース） （2023）。

繊維原料の輸入国別内訳（2023年）

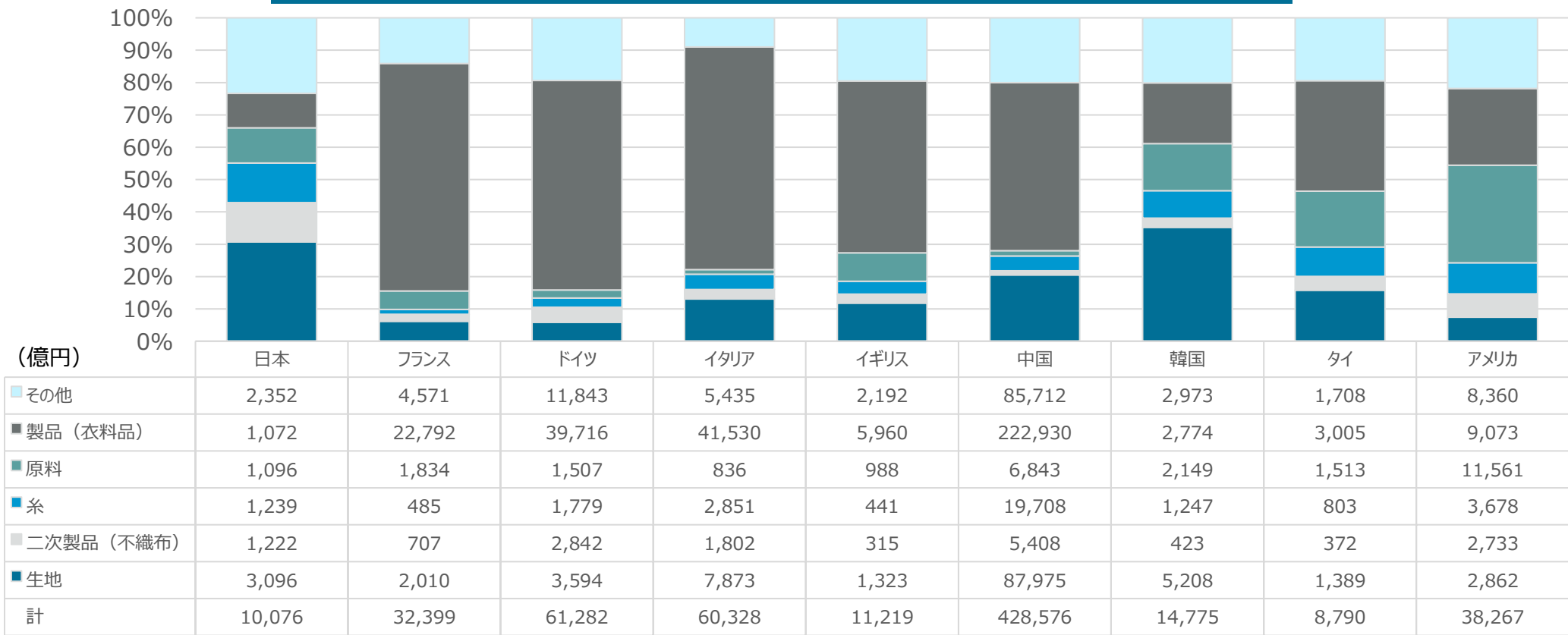


出典：IHS Markit, Ltd. 「Global Trade Atlas」 （世界168カ国・地域の貿易統計データベース） （2023）。 6
※原料： 藁、羊毛、綿、亜麻、合成繊維、再生繊維、半合成繊維等。

各国の繊維製品の輸出内訳

- 日本の繊維製品の輸出品目は、他国と比較して「生地」の占める割合が大きい一方で、製品（衣料品）の割合は小さい。

主要国における繊維・繊維製品輸出内訳（2023年）

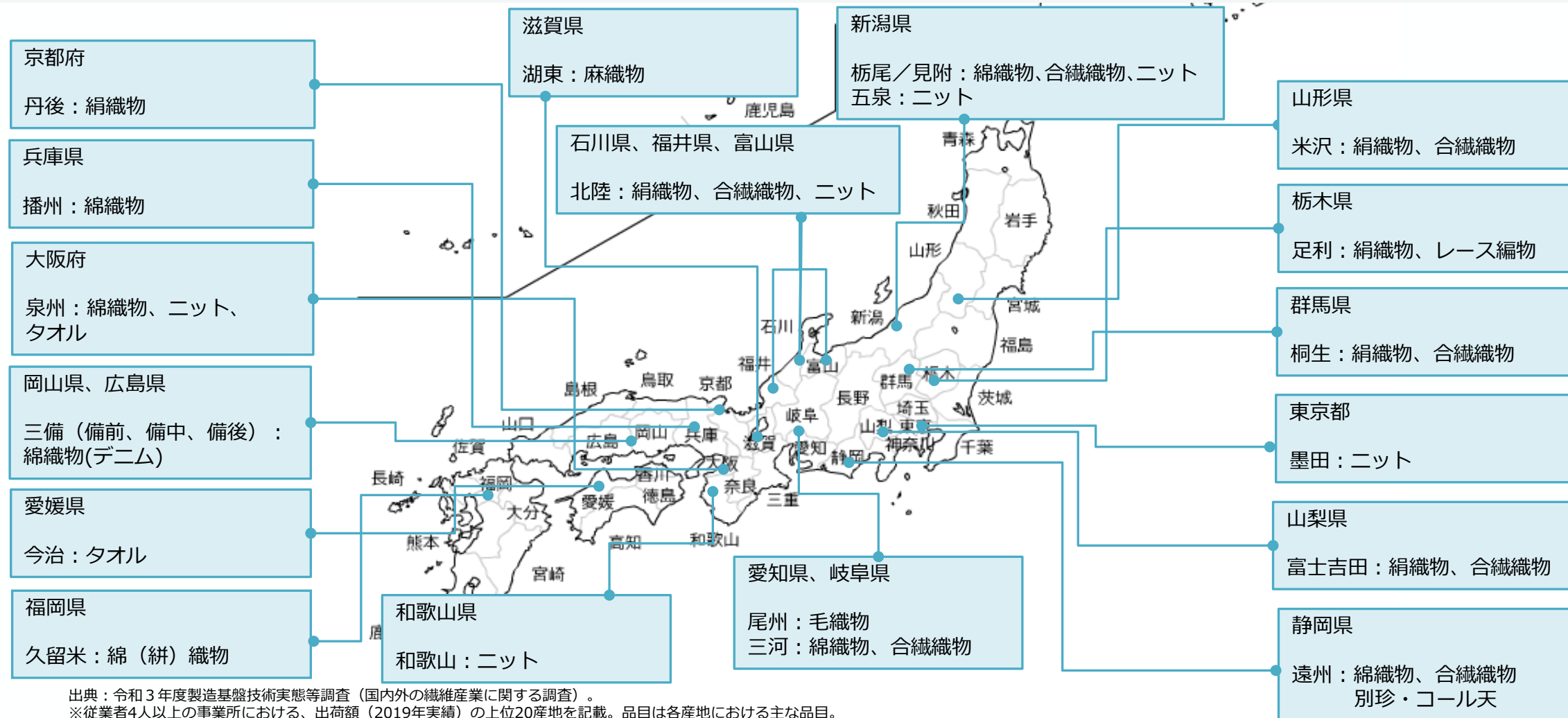


出典：IHS Markit, Ltd.「Global Trade Atlas」（世界168カ国・地域の貿易統計データベース）（2023）。
※ 1. 原料： 繭、羊毛、綿、亜麻、合成繊維、再生繊維、半合成繊維等。
※ 2. その他： フェルト、絨毯、工業用繊維製品、毛布、ベッドリネン等。

繊維産地の概況

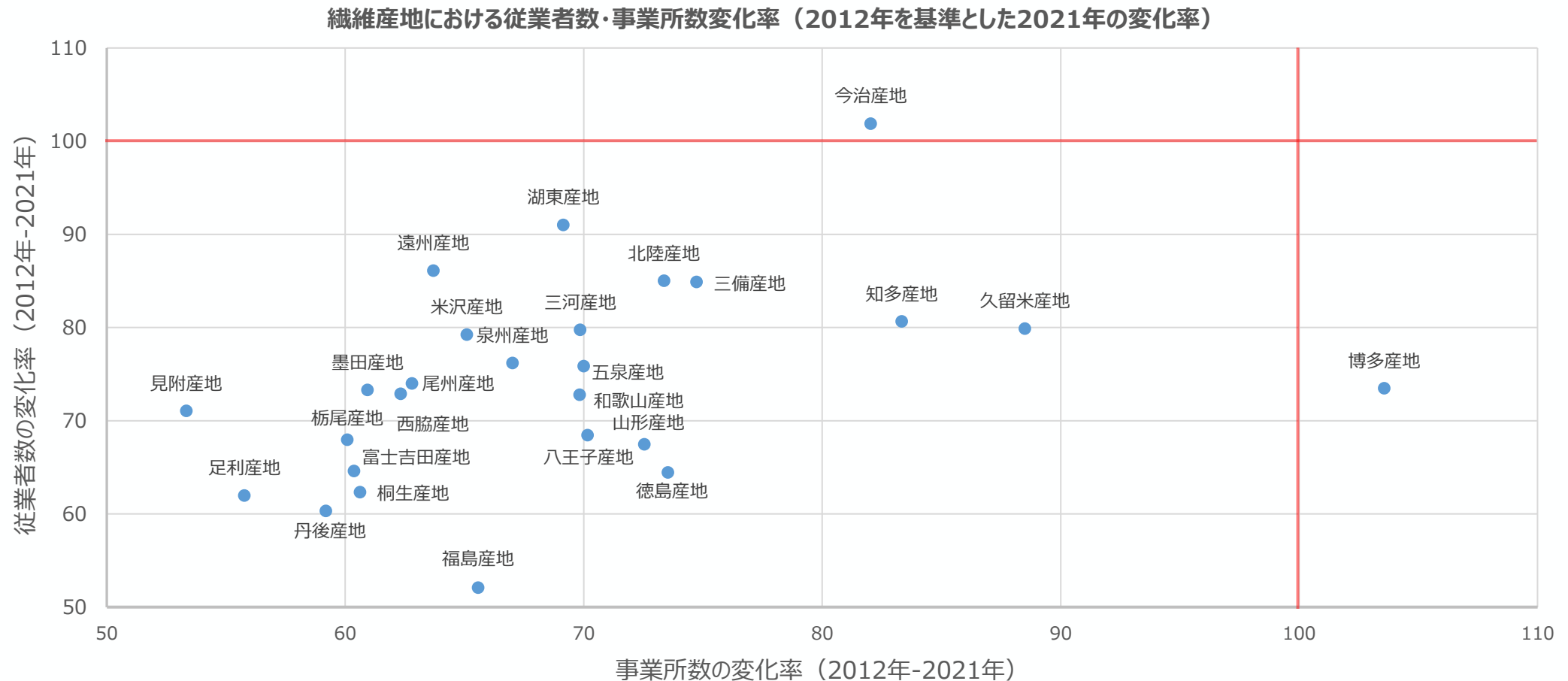
繊維産業における主な産地

- 繊維産業における特徴の1つは、特定の地域に生産が集中し、産地を形成していることである。こうした産地における技術伝承・活性化等が重要となる。



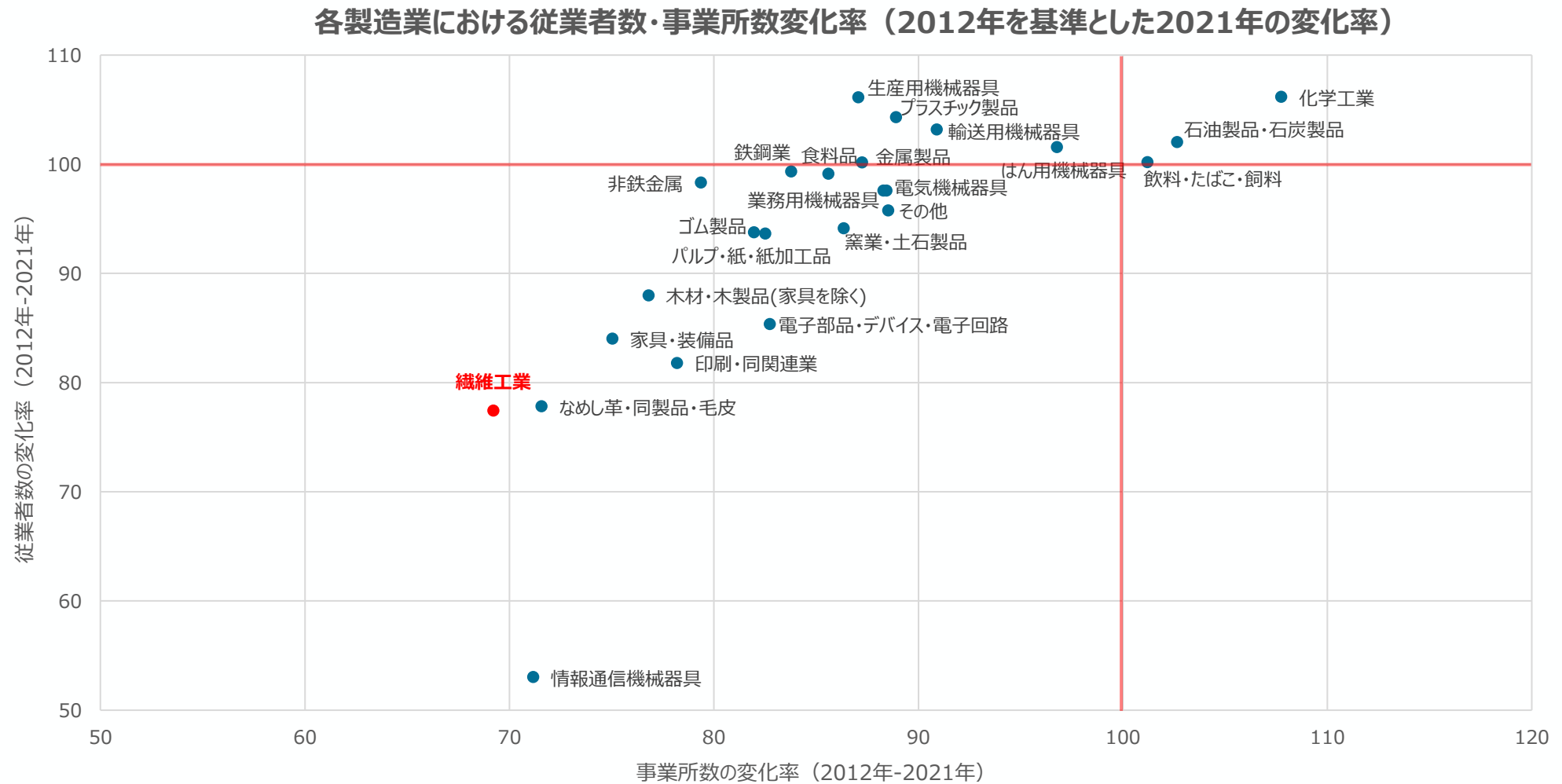
(参考) 繊維産地の従業員数・事業所数の変遷

- 繊維産地の従業員数、事業所数の変化率を見ると、多くの産地で、100%を下回っており、従業員数、事業所数が軒並み減少していることが見て取れる。（なお、本集計は、産地における繊維産業全体の事業所数・従業者数の変化率を機械的に集計したものであり、実態に即しているとは限らない。）



(参考) 各製造業の従業員数・事業所数の変遷

- 各製造業と比較しても、繊維産業の従業者数、事業所数の変化率の減少率は大きい。

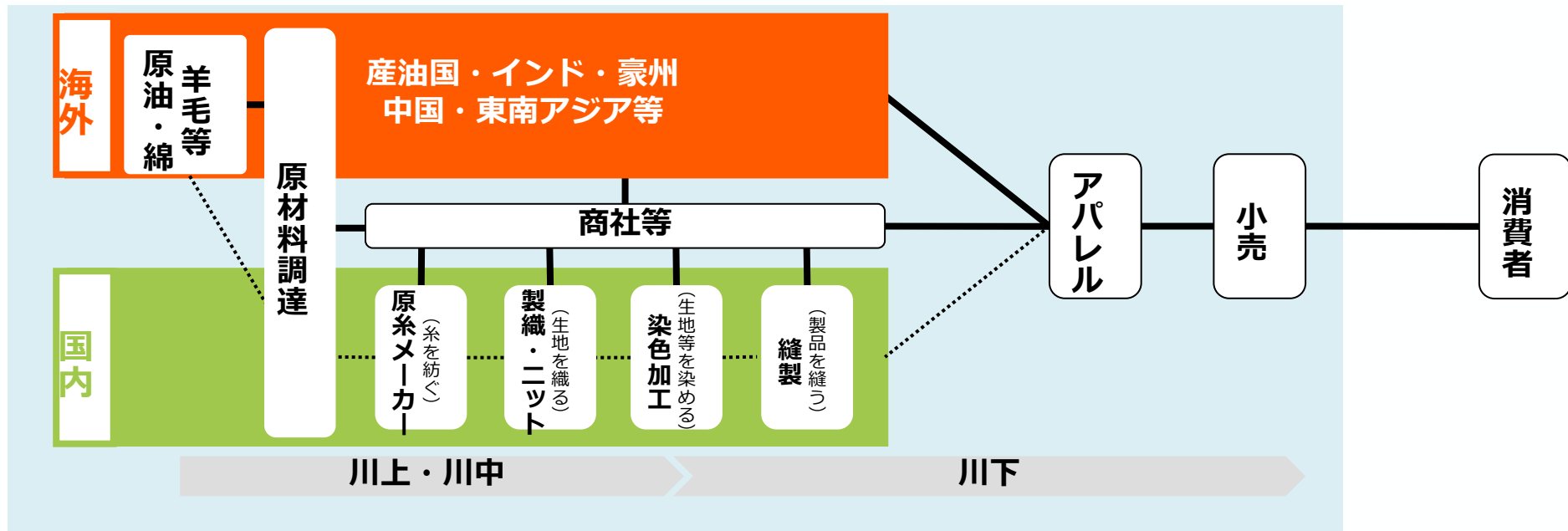


繊維産業におけるサプライチェーンの課題

繊維産業のサプライチェーンの特徴

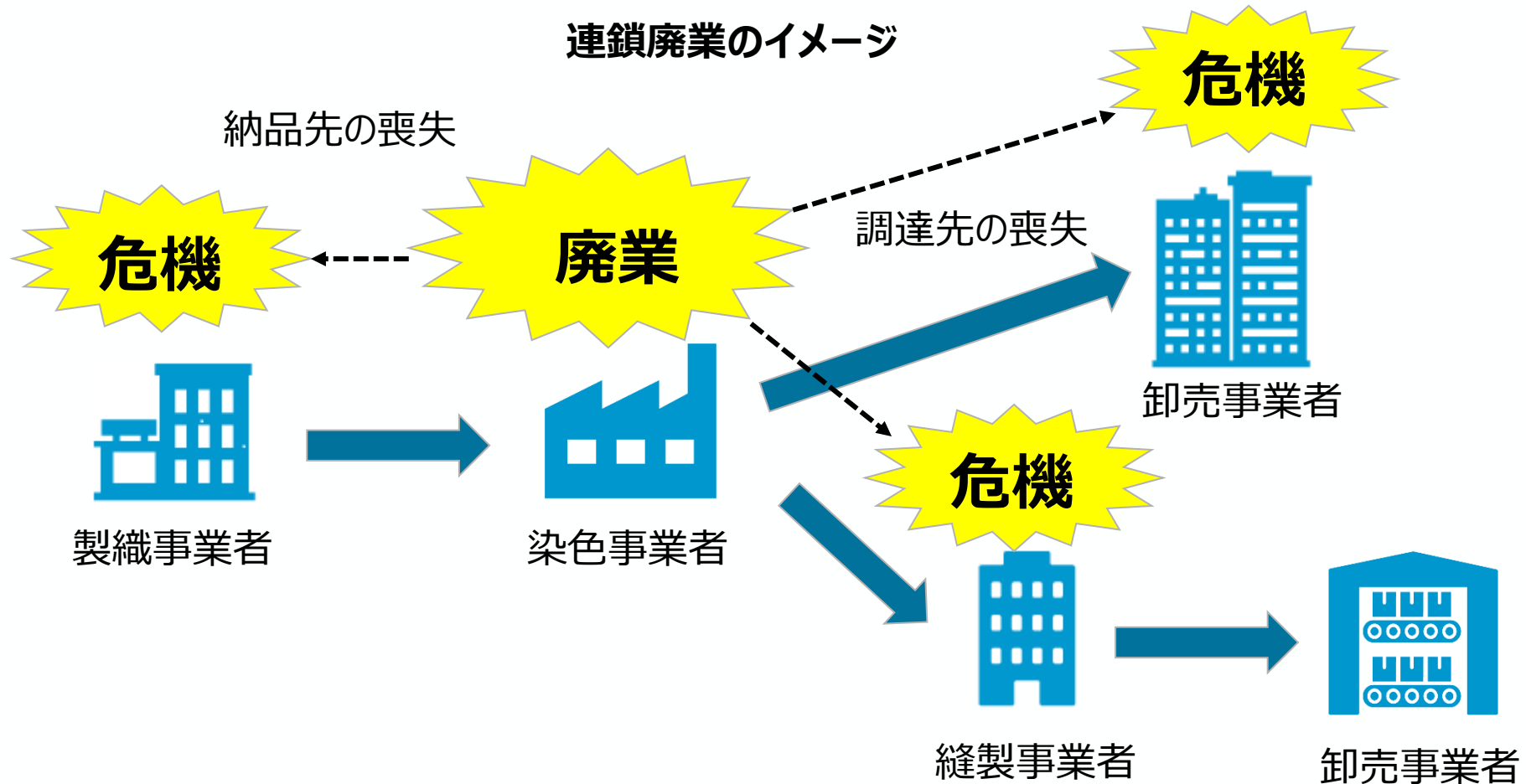
- 国内の繊維産業は、原糸の製造、生地 of 製造、生地等の染色加工、縫製等の各工程が分業構造となっているのが特徴。
- 日系アパレル大手は、低価格の衣料品を大量に生産する観点から、中国等の海外の工場へと生産委託を進めていることに加え、近年では国内工場の従業員の高齢化等に伴い、国内のサプライチェーンの維持は困難になりつつある。

日本の繊維産業の典型的なサプライチェーン



サプライチェーン毀損による連鎖廃業のリスク

- 地域のサプライチェーンを担う特定の事業者の廃業が、その取引先だった事業者の事業継続にも大きな影響を与え、地域産業全体に影響が及ぶ可能性がある。



(参考) 川中・川下工程の事業規模

- 川中・川下工程では、小規模の企業が多いのが特徴であり、各工程ともに、従業員規模 4 人以下の事業所数の割合が最も大きい。

紡績・撚糸

製糸業，紡績業，化学繊維・ねん糸等製造業		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	1,769	24,264
1～4人	1,095	2,453
5～9人	305	2,030
10～19人	165	2,232
20～29人	59	1,381
30～49人	51	2,051
50～99人	52	3,605
100人以上	41	10,512

染色・加工

染色整理業		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	2,401	26,338
1～4人	1,482	3,153
5～9人	388	2,556
10～19人	233	3,207
20～29人	110	2,599
30～49人	76	2,971
50～99人	68	4,609
100人以上	40	7,243

製織

織物業		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	4,196	25,040
1～4人	3,133	6,304
5～9人	540	3,549
10～19人	289	3,921
20～29人	98	2,367
30～49人	70	2,693
50～99人	41	2,839
100人以上	21	3,367

外衣・シャツ製造

外衣・シャツ製造業（和式を除く）		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	9,400	103,993
1～4人	4,904	10,821
5～9人	1,738	11,586
10～19人	1,475	20,041
20～29人	521	12,565
30～49人	370	14,095
50～99人	283	19,397
100人以上	94	15,488

製編

ニット生地製造業		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	646	5,544
1～4人	373	827
5～9人	119	803
10～19人	82	1,127
20～29人	29	709
30～49人	24	890
50～99人	15	988
100人以上	2	200

下着類製造

下着類製造業		
従業員規模	事業者数	従業員数（人）
総数	613	10,690
1～4人	217	497
5～9人	121	822
10～19人	110	1,503
20～29人	57	1,358
30～49人	48	1,799
50～99人	38	2,589
100人以上	14	2,122

繊維産地が抱えている課題

事務局において、産地の組合等にヒアリングを実施し、サプライチェーン維持・強靱化に向けた産地が抱える主な課題として、以下を抽出した。

課題① チョークポイントの把握と事業継続

- 産地の企業では、経営者の高齢化や人材不足が深刻化。特に家族経営において、後継者の不在により事業継続が困難になるケースが増えている。
- 産地によっては、企業の倒産等により一部の工程が失われ、他の産地に委託しているケースも存在。
- 上記の産地内における企業減に伴い、産地内の組合が統合・廃止され、産地全体の情報把握が難しくなっている。

課題② 産地としての付加価値の向上

- 産地内の連携が希薄。産地としての方向性を検討する場がなく、意思決定が進まない。
- 安価な海外製品との低価格競争による、産地製品の低価格化・売上不振になり、企業が減少している。
- 国内を代表する素材製造企業（川上産業）やアパレル企業を含む小売業（川下企業）と産地の関係性が、従前の商慣行に基づくものとなっており、互いに連携がしにくい構造となっている。

本検討会でご議論いただきたい事項

- 前頁の課題①・②について、以下のような点について議論が必要ではないか。

＜課題①：チョークポイントの把握と事業継続について＞

- 従来一般的に行われてきた親族承継の後押しに加え、従業員承継やM&Aといった新たな経営資源の引継ぎを通じたサプライチェーン事業承継を後押しするために、欠けている点があるとすればそれはどういった点か。
- 産地内のサプライチェーン毀損リスクをあらかじめ把握し、早期に対応の検討を行うため、各産地で中核機能を担うべき主体を把握し、当該主体が果たす役割を検討すべきではないか。

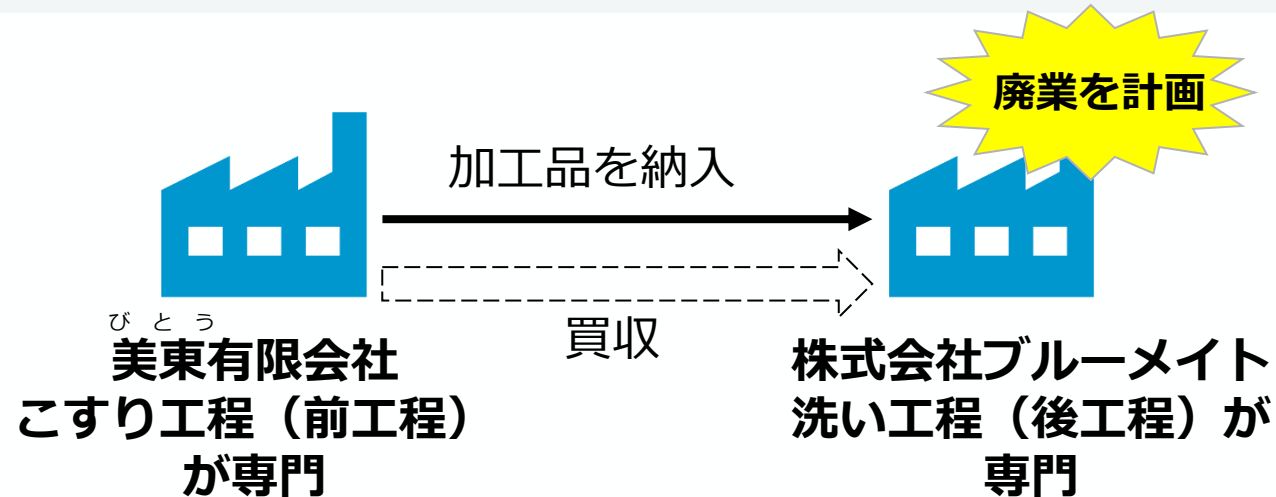
＜課題②：産地としての付加価値の向上について＞

- 産地製品の高付加価値化に向け、産地の中核企業・産元商社との連携による製品の自主企画・テキスタイルや最終製品の海外展開のために必要となる方策としてどのようなことが考えられるのか。
- 川上の素材製造業や川下のアパレル企業と産地の連携を進め、繊維産業全体としての付加価値向上を図るための課題としてどのような点があると考えられるか。

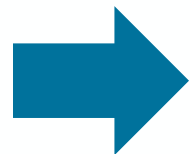
- 更に、不足する工程を補うための産地間連携や付加価値向上に向けた国内製品のブランド化等に必要な方策、サプライチェーン毀損リスクに対応するために、産地の企業、地方自治体、繊維組合、金融機関、政府等はどのような取組を行っていくべきかについても、ご議論いただきたい。

(参考) 産地内でサプライチェーンの途絶を回避した好事例

- 日本有数のデニム産地である三備地区では、事業承継によって、サプライチェーンの毀損を防止するとともに、利益拡大につなげた事例がある。



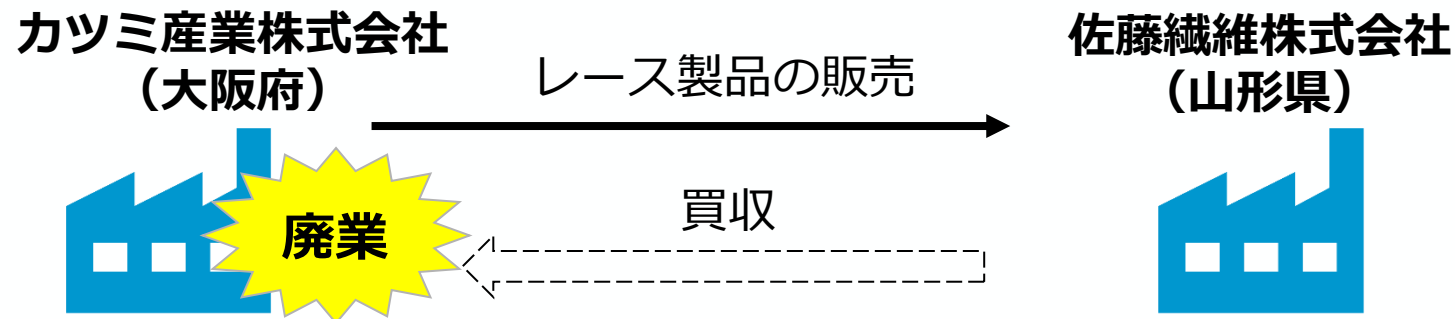
- 2017年2月、**美東有限会社**が**株式会社ブルーメイト**を承継。**ブルーメイトは、ジーンズ洗い加工の後工程に当たる、「洗い工程」を専門**としていたが、当時**廃業を計画**していた。
- そこで、**ジーンズ洗い加工の前工程の「こすり工程」を専門**としていた美東は、ブルーメイトの事業を承継することで、**前・後工程の全てを内製化**。



サプライチェーンの毀損を防止するとともに、事業承継により、新たに生まれた独自の提案が支持されており、自社の**利益拡大につながった。**

(参考) 産地を越えたサプライチェーンリスクへの対応事例

- 山形県のニットメーカーである佐藤繊維株式会社は、廃業した取引先であるカツミ産業株式会社（大阪府）を承継し、新会社を設立。BtoCに販路を拡大し、**承継した事業の黒字化**を成し遂げた。



- ・ 1977年創業のトーションレース・ブレードメーカー。
- ・ 「世界的に特殊」なレース機に係らない細さ・太さ、毛羽のある糸にも対応できる技術を有する。
- ・ 2020年春に倒産。

- ・ 山形県寒河江市の紡績・ニットメーカー。
- ・ カツミ産業のレース製品を自社オリジナルブランドにて使用。

- ・ 佐藤繊維は**2020年に倒産したカツミ産業の社屋・設備と5人の従業員を承継**し、新会社「クマムレース」を立ち上げた。
- ・ クマムレースでは、従来のバイオーダーに加え、**BtoC事業**を展開。販売を佐藤繊維が担い、ECも開始したことで、**新たな販路を開拓**した。



承継当初は赤字事業だったものの、販路開拓等の取組により、承継して**3年後の2023年に事業黒字化**を達成した。

（参考）産地事業者が抱える主な課題（１）人材確保

- 各繊維産地における最大の課題は人材の確保。特に、若手の新入社員の獲得だけでなく、日本の最低賃金の低さや円安の影響もあって、日本以外の国を選ぶ外国人が増えており、技能実習生を確保することが難しくなっている。
- こうした状況の中、一部の自治体では、地元の商工団体の協力を得て、地元繊維企業へのインターンシップや人材育成塾の開講などを行っているところ。
- また、就職先の候補となり得る繊維企業の業務内容の把握や社員のキャリア形成等をHP等で積極的に発信していくことも効果的。

地方公共団体・企業から寄せられた声

- 給与、待遇、勤務形態の面で、他の製造業と比較し劣後する部分もあり、若手人材の確保が難しい。外国人技能実習生に頼らざるを得ない状況。（石川県）
- 特に染色においては人手が足りていない。3Kの職場環境で、入ってきてもすぐに辞めてしまうと聞く。この工程では、若い日本人を雇用するのは難しくなっており、結果的に年齢層が高い職場となっている。（産地企業）
- 人材確保は最大の課題。県内約1000社のうち、日本人新卒を取れているのは数が大変少ない状況。仕事はあっても人材不足で生産が追い付かない。（福井県）
- 県内製造業における人手不足が続く中、本県の主要な地場産業である繊維産地の中小企業においても、従業員不足や高齢化が大きな課題となっている。加えて新型コロナウイルス感染症の影響などで一部廃業も進み、発注や受注が思うようにできないなど産地のサプライチェーンの維持に不安を感じる声も聞かれる。（愛知県）
- 和装産業の需要低下などによる販売面の問題や生産設備の老朽化、部品の不足による生産面の問題、高齢化や技術者不足による人材面の問題など課題が多い。（京都府）

（参考）産地事業者が抱える主な課題（２）事業承継

- 今後、更に少子高齢化が進展する中、人材の確保や給与水準・福利厚生など待遇面での向上が見通せないため、自分の代で事業を終わらせようとする経営者も少なからず見られる。
- こうした状況が続けば、産地内での分業体制やサプライチェーンの維持が難しくなる。産地を跨ぐサプライチェーンの維持はコストアップの要因にもなりうる。

地方公共団体・企業から寄せられた声

- 事業承継は喫緊の課題。（蒲郡市）
- 職人の高齢化と後継者不足が課題になっているが、事業承継に消極的な事業者や従業員を雇用する余裕のない事業者が多く、具体的な対策が取れていない状況。（静岡県）
- 今年度から本格的に事業継承支援に取り組み始めたが、事業者からは「地元で顔などが知れた人を雇いたい」、「継承者は欲しいが今はほかのことで手いっぱい」、「人材確保はしたいがその間の賃金を払うだけの予算がない」などの課題がある。（京丹後市）
- 桐生地域は、繊維の複合集積産地として素材から製品までの製造工程が地域内で全て完結するという強みを有しているが、古くからの小規模事業者が多く後継者不足等による事業承継の問題が大きな課題。（桐生市）
- 産地の担い手（テキスタイルデザイナー、シャトル織機などを動かす職人等）の高齢化がすすみ、産地技術の承継が緊急の課題。（羽島市）
- 播州織は、染色から製織、仕上げ加工まで分業体制で一貫して生産を行っており、製織工程を担う企業のほとんどが家内工業で経営者の多くが高齢化しており、後継者がいないことが課題。（西脇市）
- 撚糸は電気食い虫なので電気代が上がり続けると事業継続がキツくなる。子どもに継がせたくないと思ってしまう事業者は多いと思う。（産地企業）
- 外注している整経事業者は、子どもが既に就職してしまっているので、今の代で廃業予定。事業者は現在52、3歳なのですぐに廃業するわけではないが、ここが廃業したら内製化するか新たな外注先を探すしかない。（産地企業）

(参考) 産地事業者が抱える主な課題 (3) 販路開拓

- 国内では少子・高齢化の進展等により、衣料品等の大幅な需要増は見込めないものの、欧米の富裕層向けや東南アジア等の新たな中間層・富裕層向けの需要増が期待されるところ。
- 特に、日本の繊維産業は、繊維に機能を付与したり、繊維の性能を高める技術において世界をリードしており、中間製品(織物、編物、不織布など)を経て、衣料のみならず、衛生用品(紙おむつなど)、産業資材(エアバッグなど)、医療、インテリアなど幅広い分野において展開されている。

地方公共団体・企業から寄せられた声

- 市として事業者の展示会出展を支援しているが、PR後の繋がりをいかに築くかが課題。(泉大津市)
- 今治タオル産地においては、過去にヨーロッパ・アジア圏への商談会へ出展し海外への展開にも取り組んだが、水の問題(軟水と硬水の違い)や商慣習の違いなどがハードルとなり、進んでいないのが現状。(今治市)
- 言語や書類作成がネックになり踏み出せない事業者が多いと思われる。(静岡県)
- スポーツ向けのOEM受注が落ち込んだときに、自主企画での生産・販売の取組を始めて、商社や糸メーカーをツテにして知り合ったイタリアのエージェントに依頼して、ラグジュアリーブランドにつながってもらった。(産地企業)

先進事例

- 市長によるトップセールスにより、海外のラグジュアリーブランドに尾州マークが表示されるよう働きかけを行っている。(一宮市)
- 県として、メゾンエオブジェとミラノウニカに集団出展支援を行っている。(和歌山県)
- 繊維関連企業が、日本貿易振興機構(ジェトロ山形・ジェトロミュンヘン)及び山形大学工学部の協力のもと、ドイツのロイトリンゲン商工会議所と連携し海外(ドイツ)販路開拓事業を展開する予定。(米沢市)

（参考）産地事業者が抱える主な課題（４）取引適正化

- 繊維産業のサプライチェーン全体でみると、大手小売り（アパレル企業）や商社の力が強く、最終的に受注減にも繋がりがねないため、価格転嫁が難しい状況。
- 現状では、原油高・原材料価格の高騰もあり、利益を圧迫していることもあり、適正な価格転嫁が求められる。
- サプライチェーン全体での取引適正化を進めるため、パートナーシップ構築宣言の取組を広げていくことが重要。

地方公共団体・企業から寄せられた声

- 売上自体はコロナで戻りが悪いものの売上は上がっているが、資源高の分の価格転嫁ができないため、利益幅は減っている。価格転嫁ができれば、賃金上昇⇒人材確保⇒事業承継へ波及が期待できる。（和歌山県）
- 生地単価が先に決められてしまうため、染色・織布・整理加工は価格が上げられない。（一宮市）
- 商社が3年前に取り決めた価格を、既に決めているからと言って、現在様々なものが値上がりしているのに転嫁に応じてくれない。（産地企業）

パートナーシップ構築宣言の例

- ・ 岐セン株式会社（岐阜）
- ・ 篠原テキスタイル株式会社（広島）
- ・ 中伝毛織株式会社（愛知）
- ・ 日本形染株式会社（静岡）
- ・ 伴染工株式会社（愛知）
- ・ 丸松織布株式会社（愛知）
- ・ 伊予屋タオル株式会社（愛媛）
- ・ 越智宗株式会社（愛媛）
- ・ 金野タオル株式会社（大阪）
- ・ 佐藤繊維株式会社（山形）
- ・ セーレン株式会社（福井） 等

繊維工業1,101社（2024年10月8日現在）