

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検討会（第1回）

議事要旨

○日時：令和6年10月17日（木曜日）10:00～12:00

○場所：経済産業省会議室及びオンライン

○出席者：

＜委員＞

奥山委員長、岩田委員、梶委員、富吉委員、西村委員、野村委員、福田委員

○議事概要：

（事務局から資料4を説明後、自由討議。各委員からの主なコメントは以下のとおり。）

● 事業承継、M&A、人材確保

- ・ サプライチェーンにおいては撚糸や染色がチョークポイントであり、これらの工程におけるM&Aの推進は重要。
- ・ 企業を買収して欲しいという提案があっても、工場建屋が修繕されていない、機械が古いなど、設備投資更新がされていない場合、長期的に修繕費がかかるため黒字化しない。
- ・ 事業を引き継がず廃業した方が良く、続けられないなら潔く辞めるという風潮もある中、社会的に事業承継を行う意義は大きい。用語の問題として、M&Aではなく、「Group Join」などの呼び名を使い、概念の切り替えをしたほうが受入れやすいのではないか。
- ・ 垂直統合だけではなく、個人事業主の高齢化に伴う廃業などにより、水平分業の崩壊も各産地で起こっている。中古の設備購入や技術承継など、個人事業主が担う工程の内製化をしていく際の支援をどうするかも考えていくべきではないか。

● 産地の価値向上

- ・ 最終的に産地を活性化していくためには、生地のみならず衣料品（完成品）の販売・輸出を伸ばすことが重要。
- ・ アパレルによる川上・川中産地への投資に対してインセンティブを与え、産地にお金が回りやすい仕組みを作っていくことが必要ではないか。
- ・ 製品価値を、顧客に正しく伝えることで利益を出し、その利益によって建物や設備の修繕をして、より良いものをつくれる循環にしていけることが必要ではないか。
- ・ オープンファクトリーなどの手法により産地を観光資源として活用することは重要。オープンファクトリーは、部素材メーカーを主役にでき、消費者から認知を得る機会になるとともに、他産地との連携を図る一助にもなり得る。
- ・ 知名度向上、関係人口増、地域活性化、担い手育成などは産地ブランドを使いつつ、製品のブランディングは個社単位で行うべきではないか。
- ・ 製品によっては、産地ではなく日本全体でブランディングを行い、その中で産地間連携を行う仕組みを作っていくことも有効ではないか。
- ・ 生地などの部素材メーカーはブランディングすること自体が難しいので、ブランディングに対する何らかの支援が重要ではないか。

- ・ 日本の強みであるエンジニアリングによる製造機械の改良は、価値創出に極めて重要。技術承継、中古機械の承継含む古い機械をどのように支援していくべきか、検討が必要ではないか。
- ・ 産地間連携のための情報共有の取組があれば、産業の広がりが期待できるのではないか。
- ・ 各地を回っていると、産地全体を正しく把握できている人が減ってきているように感じる。
- ・ 産地の維持・発展という議論は以前からあるが、考えるだけではなく何らかのアクションをとることで、様々な関係者をつながりができる。アクションの継続性や経済性は重要。
- ・ 産地の DX は、産地の基礎力向上のために重要。個社への DX 支援のみならず、複数企業や産地全体の取組を対象とした支援が有効ではないか。

● 自治体の役割

- ・ 自治体は、データに基づく政策立案（EBPM：エビデンス・ベースド・ポリシー・メイキング）を進めていくべき。また、会員減少により組合の規模が小さくなる中で、商工会や商工会議所との連携など、補助金だけではなく施策も含め検討していただきたい。

● その他

- ・ 海外展開支援にあたっては、海外企業からトレーサビリティを含む認証取得に関する要求があるが、価格転嫁をしにくい現状では費用面の課題もある。認証取得に関する何らかのサポートを検討いただきたい。また、並行して、日本独自の認証を作る取組も進めていくべき。
- ・ 衣類の回収システム構築・リサイクルを推進し、その素材を使ったものづくりを産地で行うことができれば、競争力につながるのではないか。

以上