

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5回）

議事録

日時：令和7年7月3日（木曜日）16:00～18:00

場所：経済産業省会議室及びオンライン

出席者

- 委員出席者：奥山委員長、岩田委員、梶委員、富吉委員、野村委員（途中退席）、
福田委員、鈴木委員、堀野氏（西村委員代理）
- 事務局： 経済産業省製造産業局生活製品課

議事録

1. 開会

○篠原補佐 それでは、定刻になりましたので、これより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5回を開会いたします。

改めまして、事務局をさせていただいてございます経済産業省製造産業局生活製品課の篠原でございます。委員の皆様、本日はどうぞよろしくお願いいたします。

最初に、委員の御出席でございますけれども、本日は、奥山委員長、岩田委員、梶委員、鈴木委員、富吉委員、福田委員、西村委員御欠席のため、代理で堀野様に経済産業省会議室にて御出席をいただいております。また、野村委員、オンラインで御出席をいただいております。

それでは、議事に入りたいと思います。以降の議事進行につきましては、奥山委員長にお願いしたいと思います。奥山委員長、よろしくお願いいたします。

○奥山委員長 それでは、明治大学の奥山でございます。私のほうで議事を進めさせていただきたいというふうに思います。

まず初めに、7月に新たに着任しました生活製品課の渡邊課長より御挨拶を頂戴したいと思います。よろしくお願いいたします。

○渡邊課長 皆さん、こんにちは。改めまして、7月1日付で生活製品課長に就任いたしました渡邊と申します。2013～15年までの2年間、旧繊維課の総括課長補佐をやっておりましたので、繊維については多少なじみがありますが、以前とは業務の内容ややり方

が変わっておりますので、皆様の御意見をお伺いしながら、何ができるのかというのを考えていきたいと思っております。

さて、本日は、お忙しい中、第5回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に御出席いただき、改めて感謝申し上げます。本検討会は、昨年6月の繊維産業小委員会においてとりまとめられました「繊維産業におけるサステナビリティ推進等に関する議論の中間とりまとめ」で課題とされました、国内の繊維産業における持続可能なサプライチェーンの実現に向けて企業や政府等が取り組むべき方向性を明らかとすることを目的として設置されております。

御存じのとおり、我が国の繊維産地におきましては、原糸の製造、生地製造、染色加工、縫製等の各工程を担う中小企業、小規模事業者が数多く存在しており、その高い技術力によって品質の高い製品が作られてきた経緯がございます。ただ、経営者や従業員の高齢化、人手不足、取引先等の生産拠点が海外移転をすること等の影響によりまして、事業継続が困難になる繊維企業が存在しつつあることから、繊維産地におけるサプライチェーンの毀損リスクが顕在している状況と認識しております。

このような状況を踏まえて、本検討会では、委員の皆様とともにこうした繊維産地におけるサプライチェーンの課題を分析するとともに、事業継続、人材確保、産地の価値向上、産地内外との多種多様な連携等につきまして優れた取組を行っているゲストスピーカーを交えて、これまで4回にかけて議論をしてまいりました。また、今年の3月には繊維産業小委員会でも議論がなされて、検討の方向性について異論はなく、引き続きさらに検討を深めていくこととされたところであります。

本日は、昨年秋からの検討結果を踏まえまして、「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の報告書」及びその概要案について事務局より御説明させていただき、改めて今後の取組の方向性、さらなる繊維産業の発展に向けた提言等につきまして御議論をいただきたいと考えております。どうぞ忌憚のない御意見をいただきますようお願い申し上げます、簡単ではありますが、私からの御挨拶とさせていただきます。本日は、よろしくお願いいたします。

○奥山委員長 ありがとうございます。

それでは、早速、議事を進めさせていただきます。本日は、事務局から、これまで議論してきた議論の内容を整理した「繊維産地のサプライチェーン強靱化に向けた対応検討会報告書」の内容及びその概要について説明した後、委員の皆様から質疑応答、自由討議を

いただきたいというふうに思っております。

それでは、まず事務局から御説明をお願いいたします。

2. 事務局説明

○篠原補佐　事務局の経済産業省生活製品課・篠原でございます。それでは、私から資料に沿って御説明をさせていただきたいと思います。

先ほど課長の渡邊から申し上げさせていただきましたけれども、昨年の6月に繊維小委員会の中間とりまとめの中で示された課題を踏まえまして、繊維産地サプライチェーンの強靱化に向けた対応検討会を昨年の10月に設置をしております。その後、委員の皆様と4回にわたりまして御議論をいただき、対応の方針案を策定し、繊維小委員会での議論を踏まえた形となっております。本日は、事務局からそうした議論を踏まえた報告書（案）という形で委員の皆様にご提示をさせていただきます。本日もいただいた御意見というのを踏まえた上で、最終的な報告書をセットして公表していく、そのような形で進めさせていただければと思っておりますので、よろしくお願いいたします。

それでは、資料3に沿って説明をさせていただきます。「繊維産地のサプライチェーン強靱化に向けた対応検討会報告書（概要）」ということで御説明をさせていただきます。ページめくっていただきまして、2ページ目でございます。繊維産地サプライチェーン強靱化に向けた対応（案）の概要でございます。前回のサプライチェーン検討会、第4回繊維小委員会でもお示しをさせていただいております。

左上に記載させていただいておりますのが繊維産地の課題でございます。これまで議論もさせていただいておりますとおり、1番、2番、3番、4番、企業の収益構造の硬直、繊維産地の事業継続の困難性、産地内企業に対する支援体制の弱体化、消費者の認知不足、こうしたものを繊維産地の課題と整理をさせていただいております。

右側、繊維産地が目指すべき発展の方向性と対応策とまとめさせていただいております。大きく3つの柱に書かせていただいております。産地の持続性強化・魅力向上に向けた産地内における多様な主体の連携。それに関連するものとして、A、B、C、Dと具体的に4つの取組、方向性というのを記載しています。2つ目、事業継続・製品価値向上に向けた産地と他産地の連携。また、その下に3つ、方向性を具体的に記載しています。3つ目、外需の獲得に向けた積極的な取組という形で、また、A、B、C、Dと4つ記載をさせていただいているというところでございます。

こちら産地が目指すべき発展の方向性と対応策でございますが、産地に様々な背景があ

り、置かれている状況が異なってきているというところでございます。このため、お示したものを実際に産地の実情に合わせて、この3つの柱のうちのどこに軸足を置いていくのか、どう取り組んでいくのかというところは、産地の中であるとか主体の関与の在り方であるとか、そういうところを踏まえて変わってき得るものだと思っておりますので、この点は各産地内の自治体等との連携も必要になると考えているところでございます。ここまでが、産地が目指すべき、各産地がどう取り組んでいくかというところで記載をさせていただきます。

その下、赤の囲いでございますけれども、「繊維産地を中心とした繊維産業の発展の方向性」と記載してございます。①次世代の産地リーダー企業（中核企業）による変革と、共に起こす新たな投資としています。現状の危機感であるとか自己変革の意欲を持たれている、そういった経営者の方が次世代の産地のリーダーになっていくと思っております。こういったリーダー企業が規模を拡大していく、産地全体の発展に向けて取り組む、こうした中で新たな投資が巻き起こり、産地全体の利益が生まれていくと思っております。その上で、各産地それぞれではなくて、そうしたリーダー企業の成長というのを促していくという中にも、リーダー間でのネットワークというものが必要になってくると思っております。産地と産地を結び合わせる取組、そういったネットワーキングというところが、産地だけではなくて繊維産業全体を底上げしていく、発展に向かっていく、そういった方向性につながっていくと思っております。

2つ目、②でございます。「産地企業の経営戦略と産地の成長・強靱化戦略のシナジーによる、産地独自の成長モデルの構築」と記載しております。撚糸・染色、また川中であるとか設備型の工程、また整理工程しかり、小規模の事業者さんが担っているようなチェックポイント、こういった毀損のリスクを全体でフォローしていくことが必要になります。

また、産地企業がそれぞれの強みであるとか技術を認識した上で、B to B から B to C、顧客を意識したものづくりへの企画提案を行っていく。産地全体の稼ぐ力を高めていく、目指していければと考えています。

さらに、産地の維持・発展に向けて、産地の企業だけではなく、この後、主体は書かせていただいておりますが、産地以外の関係者とも連携をして、産地の在り方、産業全体としての発展の方向性に取り組めていければと思っております。各産地が取り組んだものの展開も含めて、全体の意識を合わせていければと考えてございます。

続けて3ページ目でございます。先ほど各主体の連携というところも申し上げましたが、

主な主体として6つ例示をさせていただいております。我々の国もでございます。産地企業、産地のリーダー企業、地方公共団体、組合、金融機関・商工団体、こういった主体が連携をしながら産地の維持・強靱化に向かって取り組んでいければと思っています。細かい内容については、この後御説明するワードの際に触れさせていただければと思っています。

各主体の相関図のイメージを1枚、次のページで作成をしております。中身は繊維産地、サプライチェーンを記載しています。その下に、そこを支える、この資料でも例として東レさんの合繊クラスターを書かせていただいておりますけれども、そういった支援であるとか、また産地企業、中核企業へのスケールアップ、リーダー企業になっていくであるとか、そういったところの事業承継の支援、こういったものを産地の中で回していく。かつ、外需の獲得に向けた取組というのを先ほどの図の中でも示させていただいておりますが、国内販売のチャネル、海外販売のチャネル、こういったところを通じながら外貨の獲得を目指していく。

それぞれの取組においては、一番下、「連携」とさせていただいておりますが、国内のほかの産地であるとかステークホルダー、こういった主体との連携を追究していくという形で、1枚イメージの図を入れさせていただいております。

続けて、参考として繊維産地・産業の方向性の具体例とまとめさせていただいております。これまで、第1回～第4回まで議論させていただいている、その中でお示しをしたような例も踏まえながら、先ほど申し上げた2枚目に戻らせていただきます。緑色の産地が目指すべき発展の方向性の3つの柱と、赤の繊維産業の発展の方向性の1番、2番、これの柱に沿って参考をまとめさせていただいております。

1つ目、産地の持続性強化・魅力向上に向けた多様な主体の連携というところで、事業承継、オープンファクトリーを通じた関係人口の増加、労働力の確保、認証取得等への共同の投資の例をまとめています。

2つ目、事業継続・製品価値向上に向けた産地と他産地との連携。先ほども述べさせていただきましたが、整理加工の補填であるとか、織機の部品に関する連携であるとか、縫製と産地の連携、また自治体間のネットワークというところは、我々も行っている繊維産地ネットワーク協議会、こういったものを例としてございます。

3つ目、外需の獲得に向けた積極的な取組という中で、産地の観光資源化という中で見た3つの事例。また、デザイナーと産地の連携、アパレルと産地の連携、産地の企業のフ

ァクトリーブランドとしての展開、その例を記載してございます。

9 ページ目でございます。次世代産地リーダーの企業（中核企業）による変革。これは2 つ例を書かせていただいております。1 つ目、梶委員に御参加いただいておりますが、カジグループの取組。もう一つ、佐藤繊維株式会社さんの事業承継含めた取組というのを記載させていただいております。

最後、10 ページ目でございます。産地企業の経営戦略と産地の成長・強靱化戦略を書かせていただいております。自治体であるとか民間の企業さん、それぞれが担っていくとございます。1 つは、本日、堀野委員代理にも御参加いただいておりますが、東レさんの合繊クラスターの例。右側は第2 回の繊維産地ネットワーク協議会、西脇市長にも御参加いただきましたが、西脇市が行っているファッション都市構想というところを例として書かせていただいております。

概要資料の御説明は以上でございます。

続けて、資料4 でございます。繊維産地強靱化に向けた対応検討会の報告書（案）、こちらワードファイルについて御説明をさせていただきます。事前にお送りもさせていただいておりますので、説明はかいつまんでという形でさせていただきますので、御了承いただければと思います。

今回、サプライチェーン検討会の報告書、先ほどパワーポイントでも概要の案をお示しさせていただきましたが、その柱立てに沿ってこの報告書も作成をしております。先ほどのパワーポイントの左上の水色の課題というのがこの2 番のところ、繊維産地における現状の課題。右上に記載しておりました黄緑色の四角の中、3 つの取組の柱も申し上げましたが、それを3 番の項目で記載をしています。また、赤字の部分、繊維産地を中心とした発展の方向性というものを4 番。4 の最後に、各主体が産地の発展に向けて担うべき役割という形で記載をさせていただいております。

この報告書でございますけれども、本日議論いただいた後にセットできればと思っておりますが、政策の提言というよりも、これまで御議論させていただいた第1 回～第4 回の議論の結果をとりまとめて、今後の方向性を示すというものでございます。今後具体的に出てまいります各産地の役割、先ほど申し上げた6 つの主体というところが、それぞれどういう取組をしていくのか、そこの意識、目線の高さを合わせていく。今後、これを通じた具体的な政策の立案に生かしていく、そういう位置づけで行っていければと思っています。

「はじめに」と記載をさせていただいてございます。先ほど課長の渡邊からも御説明いただきましたが、経緯の部分、昨年の9月の小委員会のとりまとめを経て、昨年10月から議論をさせていただいた、その経緯を記載させていただいています。

2番、繊維産地のサプライチェーンの現状の課題というところで記載をさせていただいています。1990年代頃までの市場の拡大、その際、地域や人件費の安い海外に移転する。それ以降、国内での衣料品の低価格が進む中で、産地を中心に海外から流入する製品との価格競争が強いられてきたというところでございます。

また足元では、いろいろなところでお示しをしているデータでございますけれども、輸入浸透率を見れば、数量ベースでは98.5%、金額で74.5%が海外製になっているところでございます。また、こうした厳しい状況の中で、繊維産業の従業者数も減ってきていると。こうした中で、成長が見込まれる海外市場を取り込んでいくということも踏まえると、高価値製品というところの追究が求められていくというところでございますが、ここの取組、足元では、個別で進む例がある、全体の動きとなっていないという課題感だと認識をしております。

2.2 我が国の繊維産地の概観という形で書かせていただいています。御認識いただいているとおり、各産地、日本の繊維産業の特色の一つとして、産地が形成をされているというところでございます。言わずもがなでございますが、使う素材であるとか織物の種類、そういった製造の製品、そういったものの種類も細かく分かれている。そういった中で分布、ステークホルダーも異なっています。

このように、使っている製品であるとか素材が異なる中でも、繊維産地に共通する課題というところは、90年代以降の産業の縮小とリンクしてございますが、事業所数と就業者数の減少と考えてございます。第1回でお示しさせていただいている資料でもございますけれども、機械的に各産地の従業者数等をお示しました中でも、多くの産地で減少傾向にあるというところでございます。

2.3 繊維産地が抱える課題感を示してございます。1つ目、企業の収益構造の硬直。これまでOEM、国内販売を前提にしたOEMであるとか、そういった中で発注量が減少している。テキスタイル、衣料品の最終製品の低価格化という中で、収益構造が悪化をしてくているというところでございます。こうした中で、今後、成長の余地のある海外市場を目指すというところもあります。なかなか産地の一企業だけでは難しいというところもあります。また、保有設備の制約でなかなか大きい長期的な契約には結びつかない、そう

いった課題感があるというところでございます。

また、足元ではサステナビリティの動きというものもございますので、下の図8で、あくまで一例でございますけれども、国際認証を記載しております。こういったものの要請というのもございますので、繊維産地の企業というのが、取引先を探すに加えて、サステナビリティも横目に見ながら対応が求められてきている現状であります。

2.3.2 産地企業の継続性の困難性というところでございます。小規模事業者が多いというところも含めて、親族内承継も進みにくくなってございます。また、第2回の検討会でもお示しをしましたが、事業継続の意向というところを見ても、この代で廃業を考えている、そういった割合というのが、ほかの製造業と比較しても高くなっている。経営者だけではなくて次なる技術の担い手、そういったところの人手不足が、併せて今、課題感としてより顕著になっているというところでございます。

また、産地の製造の事業所、品質・風合いを維持していく、織機等の機械を修理しながら活用していくという例もございます。織機を保有している事業所も多く、古いものを使って、当然それは強み・よさではあるのですが、収益が不安定な産地の企業が多くなっています。修繕・改修等もなかなか資金を用意できない。そのために、承継した会社さんがその設備投資を強いられる、こういったケース、これも事業承継の大きな課題になっている。これまでの意見交換の中で出てきているものでございます。

次に、産地内企業に対する支援体制の弱体化というところでございます。従業者数が減ってくる中で、組合の数も大きく減ってきている。それで組合による産地の把握の機能というのが低下してきているところがありますので、産地の実態の把握が困難になっているというところでございます。また、企業さん同士であるとか公共団体、商工団体の支援、その連携が不十分になっているケースも見られているとございます。

また、消費者の認知の不足というところでございます。産地の企業、多くがB to Bであるということから、一般の消費者による認知度が低いというのが足元の現状というところでございます。様々な顧客への波及が今後必要となってくるので、こういった認知度の向上に向けた産地のブランドの構築、こういったものが製品の競争力の強化だけではなくて、関係人口の拡大も踏まえた産地に資する取組になっていく、そういった余地がまだ残っているというところでございます。

3番目から、繊維産地が目指すべき発展の方向性と対応策とさせていただいてございます。それぞれの項目について足元の現状、現状の中でも取り組まれている先進的な事例、

そして今後の方向性という3段の構成でお示しをさせていただいています。

事業継続を見据えた事業継続の推進というところでございますが、最初に、足元産地における事業所数の推移というのを書かせていただいています。こうした繊維の工程を担う企業、減少してございますけれども、設備型の工程であってロットの確保ができない撚糸、染色であるとか、そういった小規模事業者が担う特に不可欠な工程を維持していくかというところが課題になってくるところでございます。

そうした中で、個人事業主の多いサプライチェーンの中で、認識ができていれば継承しなかったというような例もございますので、しっかり各主体が連携をしていく。サプライチェーンの自分の実態を踏まえてほかの人に実情を伝えていける、そういった事業承継の方向性、情報伝達が行われる体制というのが必要になってくると思っています。

3.1.2 学生へのリーチ・多様な労働力の確保というところでございます。産地では、ファッションに関心のあった方、一定数存在をしています。こういった方に対して産地企業の魅力を伝えていく。実際に、せっかく服づくり、ものづくりに関心のあるのに産地に就職をしないという例が、今、足元多くなっていますので、こういった方へ魅力を伝えていく。そうしたことで人材の育成の確保を行っていくことが重要かと思っています。

3.1.3 オープンファクトリーを通じた関係人口の増加とさせていただいています。これまでB to B ビジネスが一般的であったというところもありますので、産業全体の認知度が上がりきっていなかった、魅力が伝わっていないというところがありました。こうした状況を打破していくために、一般に公開をしていくオープンファクトリーの動きというのが広がっています。消費者の方が実際に産業に触れるタッチポイントが増える、そういった中でビジネスの創出にもつながっていきますし、地元の観光客、学生の方に魅力も伝わっていく、そういった機会になっていくと思っております。

3.1.4 認証取得・デジタル・ブランド化、共同投資というところでございます。足元、海外の国際的な環境配慮、人権、そういった機運の上昇の中で求められてきているところでございます。こうした中、産地の一企業だけでは取組は難しいというところでございますけれども、例えば一部の産地では、生産管理システム等の共通システムの構築を目指すDXコミュニティの形成が行われているであるとか、国際認証の取得に向けた取組が行われているであるとか、こういったものが進められてきているというところでございます。

3.2 事業継続・製品価値向上に向けた産地の連携というところでございます。産地の事業継続に向けた産地間の工程の補填というところでございます。産地の中で完結できれば

というところがありますけれども、ほかの産地と連携をしながら、工程を補って取り組んでいくということが行われてきているというところがございます。こうした産地間の連携、今後、今の減少傾向を踏まえると広がっていくところがございますので、各産地の主体、企業同士、そういったもののコミュニケーションを取りながら、そうした際に速やかに行動に移せるようにということが重要だと思っています。

3.2.2 「産地の価値を利用して、更なる価値を創造するための連携」ということで記載をしてございます。例えば異なる産地の事業者間で、高価値で魅力のあるテキスタイルの開発を行っていく、それに加えた新製品の開発というだけではなくて、産地の枠を越えた新製品の開発というものも行われてきているところがございます。また、さらに先進的なものでは、産地だけではなくて海外企業との連携、そういったものを見据えた企業というもの、これは個社の取組ではありますが、出てきているというところでもあります。今後、消費者の需要、新製品の開発、そういうようなものを捉まえながら高価値化に取り組んでいくということが必要となってくると思っています。

3.2.3 産地のテキスタイル製造業と縫製工場との連携というところがございます。縫製と産地、必ずしも産地にあるわけではないということで、関係性が希薄になっていた部分はありますけれども、一部縫製工場では、その付加価値、独自の技術等によって縫うところへの価値というのを示している。そうした中で、各産地と連携をする中での製品製造に貢献しているという例もございます。最終製品、テキスタイル、縫製の価値を掛け合わせて、どういうことがし得るか、こういった検討を進めていくことが重要だと感じています。

3.3 外需の獲得に向けた積極的な取組というところがございます。展示会への出展というところもまずございます。どうしても個別に出ていく、出展にかかる金銭的・人的な費用、コストと参入障壁は大きくなっているところがございます。そうした中で一部、合同でブランディングを行う、和歌山ニットプロジェクトのような産地での魅力を発信していく、こういった取組が進められてきているというところがございます。

今後、こうした取組に加えて、海外市場の動向を捉まえた上で、さらなる有効的な展示会の活用の方法、ブランディング、そういったことを検討できればと思っています。

アパレル・デザイナーと産地の連携による最終製品の輸出・海外展開というところがございます。高い品質、独特の風合いの中で、テキスタイルは評価を得ています。そうしたものを、産地のデザイナーと掛け合わせたブランディング・マーケティングによって、一歩を打ち出していくということが重要になってくるかなと思っています。

アパレル・デザイナーの知見も生かした消費者のニーズを捉まえたブランディング、市場におけるマーケティングの戦略を掛け合わせていくことで取り組んでいければと、必要になると思っています。

また、「インバウンド需要を含む新たな顧客の取り込み」として書かせていただいています。オープンファクトリー、関係人口の拡大というところでも書かせていただきましたが、観光客に産業だけではなくて文化も合わせ体験をさせていく、こういった機会で産地を訪れる人を増やしていく、将来的に獲得する顧客を増やすということが必要でございます。

また、このような特性を活かした観光プログラムという中で、今足元、地方創生といった議論もありますけれども、産地のブランド化の促進、産地とほかの地域の差別化を図っていく上でも重要になってくると思っています。

3.3.4 企業の認知度拡大に向けた広報というところでございます。これまでOEM形態のB to Bが多くなっていたというところでございますので、認知度が高くないというのは、繰り返し申し上げている課題の一つと思っています。今後は、D to Cのようなビジネスの参画であるとか、そういったところに向けて、アパ産が行っているようなJクオリティ、和歌山ニットプロジェクトのような産地ブランドによる訴求であるとか、そういったものの取組。また、手前みそではありますけれども、次世代の繊維産業企業の100選、こういったものをよりブラッシュアップで使っていくということが必要になってくる。発信において必要と思っています。

続けて4番、繊維産地を中心とした繊維産業の発展の方向性。先ほどお伝えさせていただいたとおりでございますが、繊維産地の企業の取組という中で、ほかの産地を巻き込んでいく投資に進んでいくであるとか、繊維産地のリーダー企業の取組。リーダー企業のネットワーキングを始めて、さらなる拡大というところを図っていく、そういったことが期待されているというところでございます。

また、4.2 産地の独自の成長モデルというところでございます。これまでどうしても膠着してきた収益構造を変革していく、そういった中で足元の実態、弱み・強みをしっかり把握をした上で、場合によっては産業資材、非衣料品用の繊維製品に範囲を広げながら、顧客の意識を踏まえた企画提案を行っていくということが重要になってくると思っています。その際に、産地だけではなくて、各主体と連携をしながら取り組む、そういったものを構築していくことが必要になると思います。

最後でございます。ちょっと長くなってしまっていますが、4.3 発展に向けて担うべき役割の整理というところでございます。国の役割は、強靱化に向けたこれまでの議論を踏まえて、産地のリーダー企業間のネットワークの構築、売り場を提供するのもしかりですし、こういったことが必要になってきます。また、繊維産業に資するプロジェクトの案件を組んでいく。具体的な展開に向けた地方公共団体との連携、こういったものが必要になります。先日、地方創生2.0の基本構想が閣議決定されています。その中で、これまで伝統工芸品に絞られるような産業が多かったのですけれども、地場産業にも着目をする。実情に応じたオープンファクトリー等の取組を支援するというような文言が記載をされています。ここをしっかりと捉まえて、各産地の自治体と我々が連携をしながら、例えば今回の報告書もしかりですが、こういうものを踏まえながら案件を組んでいく、それをまた横展開していく、そういうところを促していく役割を担っていくと思っています。

また、事業承継、認知度向上に向けた機運の醸成。また、各施策、今回の議論、またそれを踏まえて各自治体それぞれで検討していく中で、個別の施策どうしたものがあるのか、既存の施策をどう活用できるのか、これは当然我々が担っていく役割と思っています。次世代を担う100選、こういったものも含めた情報発信を国の役割としてございます。

産地企業の取組。足元、OEMが中心になっていた部分がありますが、受注・収益構造を見直す、その上で、事業承継等も含む事業計画を再度見直すきっかけとなればと思っています。その上で、それだけではなくてファクトリーブランドしかり、製品価値の向上に向けた協業。また、組合、どうしても各産地の企業、個社だけでなるわけではなくて、企業さん、自治体、そういったところとの連携を図っていただければと思っています。

産地のリーダー企業の取組。産地内の連携、産地内を牽引する新たな取組、オープンファクトリーに中心になっていただく、DXの中心になっていただく、観光を担って産地を牽引する。もう既に取り組んでいただいています。こういったものを各地域のリーダー企業に担っていただきたいと思っています。

また、チョークポイントを補填するための事業承継等にも取り組んでいただく。また、産地間の連携の橋渡しをする。また、異業種との連携も見据えた積極的な投資をやっていただくというところに、我々も側面的な支援を含めて期待をしているというところでございます。

地方の公共団体、ネットワーク協議会も踏まえた自治体のグッドプラスティス。各自治体で、当然繊維産業に対する支援というのもございます。それを横に展開をすれば有用に

なるものもありますので、こういった情報共有。今どうしても切れてしまっているところをつなげていければと思っています。先ほど申し上げた地方創生も踏まえた観光資源化への取組であるとか、我々今回、方向性、繊維ビジョンであるとか報告書をまとめてございますが、事業者の実態は、各自治体、産地ごとによって異なっておりますので、そういったものを踏まえた、それぞれのエリアごとの方向性というものも一度整理をしていただく。そういった意識を共有していければと思っています。

続いて組合でございます。事業承継に情報共有等の連携であるとか、産地内のマッチング、産地内の人材の育成であるとか様々な就労の取組。また、オープンファクトリー、企業さん、自治体が行っているものに協賛であるとか、様々な形で関与されていますので、こういったものの一層の取組を期待するということでございます。

4.3.6 金融機関であるとか商工会議所等の商工団体でございます。事業承継であるとか策定の支援というところもそうでございますし、金融機関、そういったトップ層からリーダー企業に対する働きかけ。また、事業承継、取引先会員企業、なかなか個社だけでは動けない方への事業承継の働きかけであるとか、成功事例の共有というところを図っていただければと思っています。

また、海外展開、事業承継、そういったものに対する助言。必要あらば、資金調達等への支援というところも担っていただきたいと思います。

最後、「おわりに」と書かせていただいていたのですが、様々な課題については、先ほど申し上げた6つの主体を含めて連携をして対応していくということが重要になっていくと思っています。今後、本報告書でまとめた方向性も踏まえて具体的なアクションにつなげていく、その上で、海外の状況を捉まえることもそうですし、外需の獲得と一つ大きく打ち出しているところもありますので、海外市場の獲得に向けた検討を行っていく中で、具体的な戦略の立案等についても議論・検討を深めていければと思っています。

少し説明時間延びて、25分ほどしゃべってしまいましたが、一旦私からの説明は以上でございます。長くなりましたが、ありがとうございました。

3. 質疑応答・自由討議

○奥山委員長 ありがとうございました。

それでは、続きまして、質疑応答を含めた自由討議に移りたいと思います。ただいまの事務局からの説明を踏まえて、各社各業界のお取組などを交えながら御発言いただけます

と幸いです。発言を希望される際には、毎度のことではございますけれども、ネームプレート縦にして置いていただければというふうに思っております。オンラインで参加されている野村委員におかれましては、Teamsのコメント欄へ発言希望の旨を記載いただくか、あるいは挙手などのリアクションボタンを押してお知らせいただいても構いませんので、よろしくお願いします。御発言の際には、カメラとマイクをオンをお願いします。

それでは、これから私から指名させていただきますので、各委員の皆様、発言されたいことたくさんあると思いますけど、大体5分程度の発言。その辺、厳密でなくても構いませんので、お願いしたいと思います。大体全体では70分程度の時間を予定しております。結構長いという感じですが、闊達な御議論をよろしくお願いいたします。

それでは、岩田委員、よろしくお願いします。

○岩田委員　本検討会で最年少ということで、いつも斬り込み大将をさせていただいておりますけれども、今回もよろしくお願いいたします。5つ、コメントをさせていただきたいなと思っております。

1つ目、3.1.4の認証取得に関しては、尾州産地でも複数企業が連携した、RWSというレスポンシブルウールスタンダードの取得に向けた検討が民間企業の中でもスタートしております。これが補助金という形に仮になったとすると、よく行政区分ごとになってしまったりするのですが、尾州産地というのは一宮市と羽島市、愛知県と岐阜県にまたがった産地だったりするので、ぜひ産地というエコシステムで、一体となって進められるように後押しをいただけると、本当に現場で使いやすい形になるかなと思っております。

2点目が3.2.1 産地間の連携というところで、この検討会がきっかけになって梶さんと非常に仲良くさせていただいておりまして、実は北陸産地と尾州産地というのは、縦に移動するとまあまあ近いということに気づきまして、先日も伺ったのですが、8月19日に尾州産地のメンバーも、何人かでまた梶さんのファクトリーパークに御案内いただく予定でございます。そういった形で、この検討会も含めて産地間の連携というのも少しずつ進んできておりまして、量で言うと北陸の合繊産地というのは全然違うのですが、一方で、尾州の細かいながらもクリエイティブの部分というのは梶さんにも役に立つ部分があるのかなと思っていますので、そういったことをどんどん民間でも進めていきたいと思っております。

3点目、3.3.2 デザイナーとの連携というところで、文化創造産業課のグローバルIT創出プログラムというものに、今、三星毛糸としてもチャレンジさせていただいて、採択

いただきましたので、今岐阜に在住のニューヨークで勉強してきたデザイナーと連携して、ファクトリーブランドのアップデートに今年1年チャレンジをするということが進んでおります。この点は福田委員からもよくありましたけれども、イタリアのように生地からファクトリーブランドに進化することで、外需の獲得がもっともっとできるんじゃないかというところをチャレンジしていきたいなと思っていますので、そういった意味で生活製品課と文化創造産業課の連携みたいなこともちゃんと民間で実績を出していけたらなと思っていますけれども、そういった部分も可能性があるのだと、この検討会とも連動して思っています。

その連携ということで、4点目が4.3.3 産地のリーダー企業についてですけれども、今、私、中小企業庁の親族内承継検討会の委員も最近させていただいてまして、その中でアトツギ甲子園という、若年、後継ぎたちの新しい事業創造をバックアップするというような活動をしていらっしゃる課と連携をさせていただいてまして、繊維企業って中小企業が多くございますので、そういったところの意欲のある後継ぎたちをぜひこのプロジェクトとしても後押ししていくことが繊維産地の活性化につながるかなと思いますので、そういったところとの横串を通した施策というのも面白いんじゃないかなと思いますので、ぜひ御検討いただけたらと思っています。

5点目が、どこに入るのか分からないのですが、最近、面白いかなと思ってやっていることが、「ひつじサミット尾州」というオープンファクトリー、もともとは工場見学ができるというイベントだったのですが、そこから、お互いの工場を見せ合うというのが若手の育成に最も有効なことであるということに気づきました。この間、実は有志でアンケート取りまして、会社経営者側からも若手側からも、産地内企業の相互工場見学が一番ためになると、もっともっとやってほしいという要望がありました。

ここから今、産地一体型共創基盤というようなことを言い出しまして、要は中小企業ですのでいっぱい採用できないので、同期も少ないので、みんなで育てるということを進めていこうと。工場を見ること自体はオープンファクトリーのときでいいのですが、それだけだと足りないということで、「いつでも尾州」という名前のYouTubeチャンネルを開設しまして、各工場のよく分かっている人たちに若手がインタビューしに行くという、5分ぐらいの短い動画をたくさん作って、夜でもただで、いつでも見て、きっかけづくりをする。そこで全部分かるわけじゃなくて、興味・関心を持ったことを工場見学で補完する、ないし自分の会社の先輩に相談するみたいなことを、実験的に今年やることになって

おります。

今日のお話を聞いていて、もし面白い感じになれば、これを「いつでも繊維産地」みたいな形で、全国でそういうYouTube連合みたいなやつをつくって行って、いろいろな産地のいろいろなことがいつでも見られる。そこで興味を持った方が、各地でやっているオープンファクトリーに行き、さらにそこで関係人口から感動人口みたいな感じでファンになっていただくというようなことができると、産地の活性化につながるんじゃないかなというふうに思いました。最後のは、ちょっと付け足しというか、新しい御提案になってしまったので恐縮なのですが、そういったようなこともまた頭に入れていただけたらうれしいなと思いました。

ちょっとオーバーしましたが、以上になります。ありがとうございます。

○奥山委員長 ありがとうございます。最後のは、非常にまたいい御提案で、どうでしょうかね。最後のほうからいくと、4の繊維産地を中心とした繊維産業の発展の方向性のどこかに、そういう産地内の学びというのを追記しても良いと思います。

○岩田委員 そうですね、学び合いの基盤をつくるみたいな。

○奥山委員長 機械産業の企業同士でもそういう地域で工場を見せ合っているケースもあるので。

○岩田委員 もともと組合さんとかが、尾州でもFDCがインパナ塾というのをやっていて、これもすごくいいし、マテリアルセンターがテキスタイルスクールってやってくれていて、これもすばらしいのですが、リアルで開催すると費用もそれなりにかかるし、あと時間の拘束が。今、労働基準法もしっかり守らなきゃいけないので、なかなか行ってこいと言うのも難しいということがあった中で、その一個手前として、今、動画というのも安くなりましたし、オープンファクトリーどうせやるんだったら映像撮っておいてもいいよねという部分で、一回やってみようかという形で「いつでも尾州」という話につながっています。そういう意味では、組合さんの中で教育みたいなところとかもさらに産地企業と連携してやっていくというのもいいかなと思いますし、ぜひどこか、もし余地があれば入れていただいてもいいかなと思います。

○奥山委員長 ありがとうございます。非常に建設的な御意見ですので、どこかに取り入れさせていただければと、私としては思っています。

先ほどのITとか、それも大きな業界での割合になっていましたし、後継ぎの中小企業、そういった他部署の政策というのも、もちろんいろいろ活用しながらこの形を進めていけ

ればということで、幾つもの事例をつくっていただくとすごくいいかなというふうに思っております。

あとは最初の、どうですか、ちょっと事務局から。例えば共同認証の場合の自治体を越えたというのは、どういうふうに見直せばいいのか、事務局からお願いします。

○篠原補佐 認証の取得も含めて、これはどうしても尾州の産地を構成する一宮、羽島市の調整という議論もしながらではありますけれども、先ほど申し上げた地方創生の2.0に書いてある地場産業の振興、あれも地方創生交付金は複数自治体の連携というのが可能になっていますので、そういった中で、全体の計画の中にRWSも含めて、全体の計画、ストーリーの中に組み込んでいくという設計上はいい話だと思ってございますので、ここは実現のところを踏まえて、我々と自治体で少し対話をする部分もあると思っていますが、御意見としてはおっしゃるとおりだと思っていますので、検討していければと思っています。

○奥山委員長 では、梶委員、お願いします。

○梶委員 私、関連資料があるのですが、映していただけますか。カジグループ・梶です。

今ずっと説明にある産業観光オープンファクトリーというのを実際にやり出して、4月10日からオープンして3か月弱になるのですが、その間いろいろなことが起こっているので、まず我々の産業観光の考え方と、今まで起こったこととか思ったことを含め、今の施策のこととの絡みでいろいろなお話、意見をさせてもらえたらなというふうに思います。

ちょっと飛ばして3ページに行ってもらえますか。僕らの考え方、オープンファクトリーでどういうことを考えているかということ、基本的に、中心、真ん中にありますけど、人が集まり開発やビジネスの起点となるイノベーションハブということで、とにかくハブというふうなことをテーマに持っています。緑から時計回りに行きますけど、地域のハブということで、地方に大体工場はあるわけなのですが、オープンのパークだったり地域のレストランだったりというふうなことであったりとか、いわゆる地域とのつながりのハブということです。

オレンジのところで言うと、ものづくりのハブということで、いろいろな異業種、同業者、たくさんものづくりのメーカーさんに来ていただくわけなのですが、いろいろなビジネスマッチングの機会とか必然的に起こる環境ができてきて、いろいろなお話が今、日々できております。

赤色の学生とものづくりのハブということで、地元の石川県の学生だったり、県外の大学の方々であったり、工場を見たいということですのでたくさん来ています。一緒に共にものづくりできないかということで、本当に学生さんとの距離が近づいているということです。

サステナブルな製造ということで、これは特にイノベーションハブとあまり関係ないかもしれませんが、次に雇用のハブということで、とにかく今、人材不足というふうに言われている中、今までずっと御説明にあったように、交流人口を増やすということが、回り回ってこういう場所があるということ伝えることによる雇用のハブということが創出されるということです。

世界とものづくりのハブということで、インバウンドの方も含め来ていただくこともあるし、BtoBのお客さんもぜひ見てみたいということで、既存の今までのお取引様もわざわざ海外からたくさん来ていただくのですけど、改めていろいろな発信ができる機会になっていると。

最後に、消費者とものづくりのハブということで、工場見学ツアー、オープンファクトリーをするということは、いろいろBtoBでずっと培ってきた産地であり、我々もそうなのですが、連日、たくさんの消費者の方と向き合って、本当に生の声がダイレクトに、老若男女たくさん来ているということはすごい財産であり、価値のあることだなというふうに思っています。オープンファクトリーにするメリットというのはたくさんあるんですよというふうなことを、今ちょっと言わんとしています。

ちなみに次のページで言うと、僕らのコンテンツで言うと、食、レストランがあったり地元の工芸の買い物ができたり、右下にワークショップってあるのですが、これ、やってよかったなというふうに思うのですが、繊維の我々の縫製品の裁断の端材を使ったものでいろいろなものを作っています。アートフラワーとか凧（カイト）とか、携帯のストラップとか、そういうものをやっているのですけれども、連日すごく予約殺到しています。このワークショップは、やると、子供たちが小っちゃいときから繊維に携わってずっとものづくりすることによって、子供のときから繊維のファンをつくっていきたいなというふうな思いです。

ページまたさらに行って、たくさん写真があるところ、その次ですね。これは、右上にチラシみたいに「KAJIFES」とあるのですが、ゴールデンウィークに、5月5日、6日にフェスということでやって、2日間で4,000人来られましたけれども、ちょっとが

ちやがちやした写真で申し訳ないのですが、主にワークショップであつたりとか、あと僕らの生地で、ゴールデンウィークなので5月5日なのでこいのぼり、10色のこいのぼりを作ったりとか、あと地元のプロスポーツの選手に来てもらったりとか、たくさんいろいろイベントして、すごく好評でした。

8月にまた同じ「K A J I f e s」ってやるのですが、今度水鉄砲大会とか、一番の目玉というかフリーマーケットをやろうと思っていまして、各産地の方々に御協力いただいて、安く出せる商品をたくさんそこでフリーマーケット的にやれたらいいなというふうに思っていて、繊維の一大祭典、文字どおりフェスですね、ということに育っていったらなということなんです。

次のページは、とにかく多くのメディアに取り上げられ、集客PRということで、おかげさまでテレビだったり新聞だったり、連日、SNSも含めすごく取り上げられる機会が今増えていまして、そういうふうなメディアさんの御協力というのは極めて重要というふうに思っています。結局、僕ら地方の田舎にあつて、今まで存在自身も知られてなかった会社なのですが、とにかく来ていただくといったところ、存在をちゃんとPR、しっかり伝えるということがすごく大事で、伝え方はいろいろな手段があるのですが、新聞だったりテレビだったりありますけど、SNSも含めそこら辺の広報活動というのは、僕らの会社にはそういう広報部隊が一つもなく手探りでやっているのですが、そこら辺の教育であつたりやり方だったり、そこら辺はすごい今課題かなというふうに思っています。

こういうことをやって本当に分かったのは、とにかくさっきの話、4月10日から今7月の頭、3か月弱で今ざっと2万人ぐらい来ていただいているような感じで、将来的には年30万人ぐらいにはしたいなと。海外のインバウンドの方、まだほぼゼロです。基本的に地元の方ばかり、石川県の方がざっと85%~90%ぐらいで、1割ぐらいが、とにかく見たいということで県外から来ていると。県外の方、もしくはインバウンドに向けた海外の発信というのは全然できてなくて、僕らもレストランとか含めやり出したばかりで、まだまだホスピタリティも完璧じゃないので、そこら辺はクオリティを上げながらどんどん発信力を広げて、どんどん来ていただくような世界をつくりたいなというふうに思っています。

そのときに、来ていただく老若男女のおじいちゃん、おばあちゃんも含めてですけど、「繊維ってこんなすごいんだ」とか、本当にたくさん褒めていただいている、「今度孫が帰ってくるから、孫も連れてくるね」とかということをすごく言っていると思います。

「実は石川県って繊維の産地だったの？」と言われることがすごく多く、結局消費者の方々には、僕らは産地というふうに思っていますけど、産地という捉えられ方が一般の方には全くされてないので、せっかく産地というふうなコミュニティというかそういうふうな仲間たちがいるのであれば、ちゃんとそういうイベントを仕掛けていくということはすごく大事なかなと。

そういう手段っていろいろ、例えばファッションショーをやったり、先月、僕も馳知事と話したんですけど、石川県の金沢駅の目の前に鼓門ってあって、そこは旅行者がいっぱい来るんですけど、そこでファッションショーをやってくださいということで、やろう、やろうと今盛り上がっているところで、そういうところで世界のオンワード樫山さんと一緒にやれたりとか、そういうことでアパレルさんとWin-Winの関係になって、かつ我々の産地のテキスタイルの価値を同時に発信していけるとよいかなというふうに、鈴木さん、そう思っている次第でございます。

最後に、今、岩田さんも言われていましたけど、オープンファクトリーにしてすごくよかったということは、岩田さんと同じ意見なんですけど、見せるということは、社員にとっての育成といったところがすごくよいです。とにかく社員たちは、ものづくりに誇りを持ってくれる。要するに、見てくれる一般の人は「こんなすごい作っているの、すごい、すごい」というふうに言ってくれるから、社員は、今まで単なる作業をやっていたんですけど、だんだん作業じゃなくなってきた、こんな俺ら意外にいいものやっておったんやなということでどんどん誇りに変わっていくということが、まず1つですね。それによって、会社で頑張りたいというふうな意欲で定着度が上がってくるのかなと。と同時に、すごいと言われるということは、入りたいというふうなことにもつながるので、そういうことにもつながるかなと。

あと、2Sとか5Sということがありますが、社員たちは工場を勝手にきれいにしてくれます。あと、ユニフォームもいいかげんに着ておった連中が、ちゃんと着るようになります。身だしなみも、汚いベルトをしておったやつが、ちゃんとし出しています。本当に全てがよくなって、若い社員とかが格好よくきれいになっていって、結果的に社内で恋愛が増えてくるんですね。で、少子化対策につながると（笑）。ちょっと極端な例ですけど、そんなふうに明るい会社、元気な会社になっていく。だから、オープンにするということは、すごく勇気が要ることなんですけど大事です。一方、お金もかかるので、そこら辺は、今後いろいろな御協力をいただけるとすごくありがたいなというふうに思います。

以上です。

○奥山委員長 ありがとうございました。4月から2～3か月ぐらい、相当ないろいろな広がりが見えているということですし、この報告書との関連でいけば、恐らくオープンファクトリーって、最初の説明にあったように、いろいろな効用とか機能があるんだと、最後の人材育成も含めて。そんなところを少し強調してもいいのかなというところがあります。あと、子供、お子さんに対して、PRも非常に効果があるということですから、いろいろなところに効用があると。それがどんどんつながっていくというような姿がオープンファクトリーにあるのだというような、そういう広がりですね。

○岩田委員 1点だけ付け加えさせていただくと、我々も、例えば尾州の繊維企業がニュースに出るということはほぼなかったわけですね。というのが、昨日ですけれども、ちょうど織研新聞さんの織研賞というのを、ひつじサミット尾州実行委員会として取らせていただいて、選考委員会だったルミネの表社長やオンワードの保元社長も認識してくださって、じゃちょっと行ってみようかなぐらいのことまで言っていた。これって本当に今までになかったことで、これは今梶さんがおっしゃったように、勇気を出してオープンにしてみたら来てくれるようになったということだと思いますので、そういった多様な面というのは本当にあるのだと思いますので、賛成です。

○奥山委員長 ありがとうございます。確かにそうですね。産地とアパレルがつながる、産地間がつながるとか、いろいろな形で広がりがあるのかなというふうに思います。こちら辺も報告書の補強みたいのをさせていただければと思います。ありがとうございます。資料まで御提供いただきまして、ありがとうございます。

では、福田委員、お願いします。

○福田委員 A・T・カーニーの福田です。ありがとうございます。最初に、岩田さんと梶さん、非常に楽しい話をありがとうございました。改めてオープンファクトリーの事業性というのが分かりましたし、非常に夢のある話かな、いろいろつながっていく話かなと思いました。

そういう楽しい話の後に恐縮なのですが、私からは、もう少しこの委員会のとりまとめとしてリアルに検討すべきなんじゃないかと思っている、もう少しシリアスな論点と政策の必要性について少し集約できればと思っています。

改めて今、繊維・アパレル産業というのを見ますと、非常に重要な局面に来ているというのは、皆さん共通の見解かと思います。すなわち、篠原さんのプレゼンでもありました

けれども、戦前・戦後の繊維産業の発展に始まり、その後、日本のものづくりというのが海外にどんどんコストで移転して繊維産業が衰退していった中で、他方で最終消費量では消費者の洋服の文化というのは成熟して、デザイナーも育ち、今改めて日本が洋服を海外に輸出していけるような、すなわち繊維アパレル産業が文化産業としてもう一回成長していくような、そういった局面に進出して戻ってきているというところかと思います。

ですので、産地というのはそれを支える非常に文化的に重要なアセットですし、加えて昨今のサステナビリティの流れからしても、やはり地産地消を推進していく。その中で適量生産、適量消費に切り替えていくというのはマストであるというのは、これは改めて述べるところもないというところですよ。すなわち、そう考えると、やはり産地を中心として国内でのヒト・モノ・カネというものがどんどんアパレルを中心に流れていくような、そういう潮流をつくっていくということがとても重要な局面になってきているのかなと思っています。

そういった中で、今グローバルに俯瞰的に見ると、とても重要な政策あるいは動きというのが2つありまして、1つ目が関税を取り巻く動きですね。御存じのとおり、アメリカは今中国に高い関税をかけていますし、ベトナムに対して20%というのを結んだというニュースを最近御覧になった方も多いと思うのですが、アメリカにおいてはアジアが安い洋服の産地ではなくなる局面に来ているということです。加えて先月、フランスではウルトラファストファッションに対する規制法案が上院を通りまして、10ユーロ、フィーがかかるということになり得ますし、ウルトラファストファッション企業は広告ができないという形になりました。

これらの意味することは何かというと、こういったファストファッションを作っているアジアの産地は、キャパが空くということ間違いなく意味しています。すなわちアメリカ向け、欧州向けの輸出というものが、これまでのように右肩上がりでは伸ばすことができなくなってくる。そうすると何が起こり得るかということ、最終消費量として日本がより重要性を彼らにとっては増してくるということの意味していますし、BtoCで消費者向けにビジネスをやっていくファストファッション企業にすれば、より日本に対する投資を増やしていくという局面になってくると思います。

振り返ってみれば、よく話題に上がるSHEINがなぜ急成長したのかということ、あれはコロナなんですよ。コロナで、アメリカ、欧米のファストファッションを中国の広州というところが生産を担っていたわけですが、ここの発注が一斉に止まってにっちも

さっちもいかなかった中で、BtoCで直接消費者に売るということを始めた、スタートアップ、それがSHEINであり、それにキャパが空いた工場群が群がっていく構図になっています。

そこまでの極端な例ではないですけれども、今置かれている状況というのもそういった形になり得る。すなわち、日本の最終消費市場がターゲットになり得るということは十分に起こると思っていますし、足元、実際に、統計では公表されていませんけれども、そういった海外のファストファッションは相当量日本に入ってきていると思います。

こういった中で、私、4つぐらい考えたほうがいいんじゃないかなという政策があります。まず1つ目が、関税をどうするかという話です。当然日本は自由貿易の国なので、基本的には関税というものにあまりこれまではポジティブはないと思いますけれども、今の足元の状況を踏まえた際に、国内の産地を守る、あるいは国内の産地での生産を促すという観点で、リーズナブルな形での関税というのもあり得るのではないかなというのがまず1つ。

2つ目が、我々としてのウルトラファストファッション規制というのをどう考えるか。当然フランスで施行されましたので、間違いなく今後EUには広がっていきます。アメリカはアメリカでまた個別に、対中国であったりアジアという観点で、関税という形で彼らはかけてきていますので、我々がここで自由なビジネスを許していいのかというのは一つあるのかなと。それは先ほど、そういった相対的に日本の市場が重要になってくるという文脈と、もともと冒頭でお話をした国内の産地にヒト・モノ・カネを集めていくという観点で、どうすべきかということですね。

3つ目が、これは何回か検討会の中でも話したのですけれども、国産に切り替えた日本のアパレル企業に対する優遇というのをもう少し、税制なのか何かではっきりしてもいいのではないかなというふうに思っていて、残念ながらこれだけ日本の産地の重要性が増している一方で、まだまだ海外移転をしていくアパレル企業も多いというのは実態で、それはほとんどコストが理由です。なので、そういった国産に切り替えていく企業に対する優遇というのをもう少し考えてもいいんじゃないかなというのが3点目です。

最後は、現実的な話として、産地企業のキャパを上げていかないと受け止められないという現実もあるので、そうすると産地企業の設備投資に対してもっともっと大胆に税制優遇、補助金を出していく。キャパを上げないと企業の大きなロットはさばけないという現実もあるので、ここも同時に行っていくことで、全体として地産地消の流れというのをブ

ーストしていくような、そういった政策というものももう少し踏み込んで検討をしていい局面に来ているんじゃないかなというのが、私が感じていることになります。ですので、ぜひこの辺り、この検討会の後続論点として検討いただければと思います。

私からは以上です。

○奥山委員長 ありがとうございます。まさにこれって、この後、もしかしたらまたいろいろ考えなきゃいけない問題を提起していただいたかなというふうに思っています。この間、私、学会でSHEINの超自動縫製工場の状況とか、AIを活用したデザインとかそういうのを見て、相当すごいなと思ったりして、一方で国内のことを、作り過ぎ、持っ過ぎで、本当にこれがさばけるのかという、環境との調和の問題とかいろいろあったりして、どう国内と国外。もちろん国外を使っとうまくビジネスモデルを回している企業さんもあるので、一概には、ここですぐに議論はできないと思いますけれども、いろいろ考えなきゃならない論点というのは、今後、産地の側でも出てくるというのが今の福田先生の話だったかなというふうに思いますので、我々も受け止めながら、研究課題みたいな形で今後どういうふうに議論していくのか、その在り方を考えていくのかというのを、世界状況も刻々と変わっているんで、そういうのを見ながらやらなきゃいけないという、ちょっと重要な示唆をいただいたかなというふうに思っています。ありがとうございます。

○篠原補佐 様々な御指摘といいますか御提案をいただきまして、誠にありがとうございます。おっしゃっていただいているとおりで、関税といいますか東南アジアの比率が上がってきている中で、チャイナ+1を経由して米国に出していくアパレル、そこへの影響、我々としても気になっているところでございますし、見極めているというところでございます。

それと、おっしゃっていただいたEU等のサステナビリティの動向を踏まえる中での日本への流入。そういったのは、日本の単価引き下げ、また過当競争にとなり得る部分にもつながると思ってございます。他方で、ファストファッションをどう規制をしていく、ウルトラファストファッション規制法のようなものについては、国内の産業の在り方含め全体見ていくということが、まず必要でございますし、関税についても、ほかの関税の国と国との関係の全体のパッケージの中で負っているところもありますので、ここは、いただいたところは課題として認識をしつつ、今後、継続の論点としていければなと思っています。

設備投資のところについても、おのおの議案の施策あるものをうまく繊維産業に落としきれていないものとかもありまして、キャパを広げるという意味で、足元うまく一部使い

始めているもの、省力化の補助金というのがあって、人の手に置き換えるときに少し導入、カタログとかでやっていくってあるのですけれども、そういったものももう少し繊維の中で活用を促したり、様々支援策というものを持つ中小企業の施策の連携というところも、これは我々事務局担っていく部分だと思っていますので、できればと思っています。引き続き検討できればと思っています。

○福田委員 ありがとうございます。追加のコメントで、まさに先ほど出たウルトラファストファッション規制ですとかE Uの一連の流れというのは、表向きにはサステナビリティ文脈で語られますけれども、明らかに自国産業保護というのが裏にはあるので、この辺りのグリーンポリティクスというのも意識しながら、少し繊維産地を盛り上げていくことが必要なんじゃないかなと思います。

○篠原補佐 ありがとうございます。おっしゃるとおりだと思っています。この部分の全体の彼らのE U圏の戦略を見ながら考えていければと思っています。ありがとうございます。

○奥山委員長 ありがとうございました。

では、鈴木委員、お願いします。

○鈴木委員 日本アパレル・ファッション産業協会の鈴木です。よろしくお願いします。

先ほど岩田さんと梶さんのお話を聞いていて、本当に素晴らしいことをやられているんだなと思いました。もともと工場を見学するとき、見せなかったじゃないですか。技術を外に見せないためなのか分からないけど、それをオープンにして、勇気要ったと思うのですけど、今聞いたら、受注もかなり増えてきたという部分もあるんですよね。ヨーロッパなんか、意外と外に見せているところかなりあると思うんだけど、それと同じようなことをやって、人が来る。来るのと、梶さんがわざわざ行ってプレゼンするのと全然違うので、アパレル側からとってみると。行って、触って、その商品のよさというのを見ると、これはさすがだよねという話に絶対なるんですよ。そういうことをやっているというのは、アパレルと一緒になってもっともっとやっていかなきゃいけないんだなと思ったのが、まず1つです。

それと、そのよさというのは、梶さんのところ、岩田さんのところはそういうふうに行われているけど、まだまだ知られてないところっていっぱいあると思います。本当に素晴らしい技術を持った工場だとか素材だとかってあるにもかかわらず、なかなか日本人はアピール下手なので知られてない。国内外の人にも知られてない。アパレルの人に知られて

ない。もっと言うと、消費者に全く知られてない。これを僕、前の段階でも話しているんですけど、知っていただいて、最終的には消費者に知っていただいて、買っていただける。これがないと、サプライチェーンの強靱化にならないと思うんですよ。

そうなったときに、さっき福田さんがおっしゃったように、もしかしたら国内生産の優遇制度みたいなものがあつたら、もっとスピード感も上がるでしょうし、そうなったときに産地のキャパ、これももっと増やさなきゃいけない、こういう構図になってくると思うんですよ。そうすると、本当の意味のサプライチェーンの強靱化になっていくんじゃないかなというふうに僕は思いました。

そんな中で、もっともっと日本のよさを知らしめるために何をやるかというので、我々、Jクオリティというので、もう何回も話をしていますが、やっているわけなのです。幸いなことにピッティも6回目を出したんですけど、だんだん香港のレーンクロフォードだけではなくて、いろいろなところから受注がつくようになってきたんです。ファクトリーブランドでやっていたんですけど、だんだんそういううわさを聞いて、MBのほうもJクオリティに参加させてくれないかみたいな声も広がってきています。そうなってくると、本当に日本の商品のよさが国内外に知れわたってくるので、官民両方でやっていったらいいのかなというのは本当に思います。

これを我々としてはもっともっと力を入れてやって、ピッティはメンズですけど、レディースのほうも——レディースはちょっといいんですけど、素材のよさだけじゃ売れないので、掛け算3つぐらい掛けないとなかなか売れないので、それも考えながら、先ほどデザイナー云々という話もありましたが、そういうのも掛け合わせながら新たな提案もして、海外の展示会に出そうという計画を今しています。そういう意味でも、官民一緒になってこれを推進していきたいと思いますので、ぜひともよろしくお願ひしたいというふうに思います。

最後になりますけど、これ、すばらしくまとまっているなと思いました。ありがとうございました。

以上です。

○奥山委員長 ありがとうございます。産地が重要だということを日本アパレル・ファッション産業協会の鈴木理事長に言っていただけるといのは、非常に心強いかなとちょっと思ったりもします。そういったアパレルと産地がうまく連携して、新しい価値創造みたいなのをしていくというのは今後の流れになるので、ぜひお力添えをいただければと。Jク

オリティもすごく最近は発展しているので……

○鈴木委員 特に、日本の素晴らしい商品って本当にありますよ。一回ぜひ見ていただいたほうがいいと思うのですが、本当に素晴らしいと思います。

○奥山委員長 OEMとかの普及もあって、結構産地に行くと、最近デザイナーが来なくなると、そういう事例なんかも続いたわけですから、そういったものの少しずつ揺り戻しがというのが来ると、少しまたいい流れになってくるのかなというふうに思います。

○篠原補佐 Jクオリティの一層の取組含め、各新聞の記事も拝見させていただきましたけれども、我々としても心強く思っていますので、もちろん連携していくべき部分、周知・広報含めて我々としても方向性により当てはまる取組をしていただけている、そこを連携して行っていただけたらと思っていますので、ぜひお願いできればと思っています。

○奥山委員長 富吉委員。

○富吉委員 ありがとうございます。日本繊維産業連盟の富吉です。鈴木理事長もおっしゃっていましたけれども、私も、報告書はよくまとまっていると思います。全体ではまとまっているのですが、細かなところでいくつか抜けていると思う部分と、発想を少し変えなきゃいけない、というか、実はつながっている部分がつながってなかったりするもので、そこを指摘させていただきたいと思います。

まず全体的まとまっているんですけど、例えば国の動き、国の役割について、具体的にどういう施策が展開されるのかというのがいま一つよく分からないので、こういう政策があるのですよというのをどんどん出していく繊維産業の方々は、そういうのを期待している人が多いので、ぜひそこをお願いしたいなと思います。報告書に入れてほしいという意味ではなくて、報告書を踏まえてこういうことをやりますというのをどんどん出していただきたいなと。

また、産地ネットワークに参加する自治体でも同じことをやっていただけるとすごくありがたいなという感じがします。

あとは、今回、組合の役割とかあって、もう一つ、リーダー企業というのを結構強く位置づけていらっしゃると思うのですが、これ、多分つながるはずなんですよね。昔のものがすごく組合員数が多かった時代の組合ですが、組合を回していたのは、産地の組合のリーダー企業。昔、何千社という会社が組合員になっていて、それを回していかなきゃいけないので、その産地の地域のリーダーの企業でなければ、組合を回せなかった。そういう

意味では、実はリーダー企業の役割というのは、いろいろ産地の企業を巻き込んでやるという本来組合の役割だったはずなんです。もう一回、いろいろ巻き込んでいくというのであれば、場としての組合をうまく使う。

今まさに組合が弱っているというのが出ていましたけど、昔の組合の役割というのは終わっているんで、そういう意味では組合が弱体化しても仕方ないのかなと思うのですけれども、リーダー企業を中心とする産地の再活性化という意味で、もう一回、場としての組合というのを考えてもいいのかなという、そんな感じがしている。

例えば、事業承継でも、内製化をしていくのだったら自社のこととしてやればいいんですけど、横連携を図っていくとなると、リーダー企業が個々に動き回るというだけではなくて、組合の場を使ってつないでいく。それはオープンファクトリーもしかりですし、ブランディングもしかり。和歌山のブランディングは、たしか組合でやっているんで、そういうのはあり得るのかなというのが、今回いろいろ議論を聞いていて感じたところであります。これが2点目です。

3点目は、産地企業以外との連携というところで、産地を回っていると出てくるのが、機械メーカーあるいは部品加工メーカーとの連携。機械のメンテナンスしなきゃいけないんですけど、メンテナンス部品が作れないから、古い機械を買ってきて、部品を取ってメンテナンスするみたいなことがあるのです。一部の企業に聞くと、地元の鉄工所で部品を作ってもらっているんだみたいな話も聞くので、まさに鉄工所のレベルですけども、金属加工技術を持っている人たちとの連携というのが意外に重要なのかなと。特に競争力ある機屋さんは自分で機械を改造していて、改造するということは改造部品が必要なので、それを作ってくれる企業との連携というのは、産地にいる機械系の方々との連携というのは、一つの論点としてあるのかなと考えているところです。

次に、ブランディングの部分なのですが、ここで2つアイデアがあるなと思っていて、今日も岩田さんや梶さんからもお話が出てきていますけれども、特に若い人ってSNSをチェックしているので、YouTubeとかインスタグラムとかXとか、そういうところで情報を広げていくというのは意外に重要なのかなと。どうSNSを活用するのかなという点と、もう一つ、別視点で小学校の教育。3年生で地元の市町村、4年生で地元の都道府県の勉強をするというのが学習指導要領に定められていて、それぞれの教育委員会で教材を用意することになっているのですが、そこにきちっと入れていくというのは非常に重要なのかなと。

私事で恐縮なのですが、私、広島市の出身なんですけど、これは印象深かったので覚えているんですけど、3年生のときに広島市の産業について習って、自動車とか造船があるのは当たり前なのですが、もう一つ地場産業として縫い針が非常に大きな産業で。調べると、いまだに縫い針の日本最大の産地は広島市なんですね。輸出もしています。中小・零細の集まりなんですけど、今から数十年前、1,000社以上の針工場が広島市にあるというのが載っていて、こんなにあるのって、1,000という数字にびっくりして覚えていたんですけど、こういうのは結構重要なのかなと。

例えば、東京でも、墨田区にニット産地がありますが、墨田区のテキストに出てないんですよ。ここは東京都の教育委員会に頑張ってほしいなと。ブランディングに関して、小学校の教材を各市町村、都道府県が用意するということで、ぜひ繊維産地の自治体の教育委員会には入れてほしいなと。この辺の連携というのは、各自治体において商工系の部署と教育委員会との連携をやればできるはずなのですよ、というのがすごく感じていることです。縫い針って繊維に隣接する産業がそこにあったというのは、聞かなきゃ、習わなきゃ分からない。

もう一つ、観光、これは梶さんがワークショップが有効とおっしゃったのですが、私も仕事で刊行をやったことがあるんですけど、観光において人を呼び込むために最も重要なことは、今は体験なんです。どう体験ができるか、という意味で産業観光での体験、ワークショップというところにつながっていくのです。ぜひ進めていっていただきたい。ほかにもどんどん広がっていくといいなと思っています。

最後に、言い忘れたことがあります、組合の役割とリーダーのところですけども、組合の役割が変質している理由の一つとして、昔、1,000もの企業があった時代は、組合員同士はライバル、ある意味で敵だったので、中は見せないというのは当然の世界だったんですね。ここまで減ってくると、もうライバルじゃなくて仲間。各地の組合の方がおっしゃっています。昔あり得なかったんですけど、今工場を見せ合うということができるようになっている。そういう意味では数が少なくなったメリットでもあるので、これをうまく活用していただけるといいのかなというふうに感じているところです。

私からは以上です。

○奥山委員長 ありがとうございます。非常に実態に即したいろいろな御意見だったかなというふうに思っています。国の役割は確かに、昔のように生産調整とか護送船団ではない役割をどう付与していったらいいかというところが非常に大事で、若手のリーダーに

なっていて、結構協力するというような空気。それでいいかどうかというのもまたいろいろあるかもしれませんが、そういうようなのも踏まえた新しい、先ほど場としての役割というご発言もあったので、そういうところを少しブレークダウンした形の組合の役割というのを考えていけたらいいなと。

機能面とかそういうのはまさにそのとおりで、やっているところは、地域で機械メーカーを巻き込んでいろいろな部品を作り出しているということなので、そういったことはもしかしたら組合間でいろいろな情報交換とかすれば、今も産地間で機械をまとめてメーカーに発注したりするケースもあるみたいなので、そういった流れも組合間の情報共有みたいなものでやっていければなと思いますし、ブランディングはまさにそのとおりで、先ほどからすごく共通項がある産地をどうブランディングしていくかというところで、今 SNS とか——岐阜に行ったとき、その教科書を見たこと、繊維以外の教科書みたいのが小学校のとき若干あるなと思ったのですが、そういうのって結構、そういう意味では各産地が自治体の教育に働きかけるみたいなところもあるので、今までと違ったアクションみたいなのが必要なのかもしれませんね。

○富吉委員 産業って必ず習うんですよ。

○奥山委員長 そうですよ、習うはずですよ。そんなところもちょっとやっていかなきゃいけないかなということで、非常にいい御指摘だったかなというふうに思います。ありがとうございます。

○篠原補佐 おっしゃっていただいた点、最初の、今後具体的にどういう施策という部分。岩田さんからもおっしゃっていただきましたが、今回は全体の課題感の目線を合わせていくという部分でありますので、今後、どう具体的に取り組むもの、側面的に支援していくもの含めて、ある程度まとまってきたものというのは別途、別の場でも御紹介もしていればと思っています。

それ以外の御指摘のところについても、先ほど奥山委員長からおっしゃっていただいたとおり、企業間の連携であるとか、また自治体のネットワーク協議会通じて、先ほどの小学校の教育の部分とかというところは、可能性というところは探っていきながら、今後のコミュニケーションの中でしっかり意識していきたいと思っています。ありがとうございます。

○奥山委員長 ありがとうございます。

そうしましたら、堀野委員、お願いします。

○西村委員（堀野代理） 東レの堀野です。今日は西村の代理で参りましたので、メッセージを言づかっていますので、紹介させていただきます。

今回、最終回にもかかわらず出席できないこと、大変残念です。このメッセージを今インドで書いております。海外産地を回って常に強く感じますが、日本の技術力はまだまだ世界に誇れる強いものがあります。経産省さんと我々民間企業、各社組合などの各機関がしっかりタッグを組んで、もっともっと日本の繊維商品の付加価値強化を進めていき、国内外でのブランディングや差別化を図ることで、日本の繊維はまだまだ成長産業となれると信じております。

お伝えしたい点は、以下4点です。

まず1つ目、東レ合繊クラスターです。東レ合繊クラスターの活動を20年以上続けてきました。北陸産地企業を中心に、それぞれの会社がお互いに情報交換を活発にしながら高め合っているような活動を今後も続けていきます。また、海外でのテキスタイル生産においても、合繊クラスターメンバーの企業とともに進めていきたいと思っております。国内産地の生産キャブをしっかり埋めながら、商売やさらに拡大する部分を海外で生産できるように、技術指導契約を結ぶなど様々な取組方で、海外での生産であっても、日本の産地企業にコミッションや技術指導料が入るような仕組みをつくっていきたいと思っています。

2つ目、縫製クラスターとの連動。当社初のアパレルブランド、ムーンレーカーズが取り組み始めた国内縫製工場のムーンクラスターと東レ合繊クラスターの連動なども今後考えていきたいと思っております。このような活動を通じて国内外でのプレゼンスを高め、日本の繊維産業の未来を切り開いていきたいと考えております。

3つ目、Jクオリティ。今後ぜひお願いしたいこととして、検討会の中でも出てきましたが、Jクオリティのブラッシュアップ、もっと国を挙げての宣伝をお願いしたいと思います。日本の原糸と日本の織り・編み・染めなど高次加工と日本縫製の最終製品をもっと消費者が理解して、共感・応援していくような取組が必要です。この点については、ユーザーに価値をしっかりと伝えるツールの整備が必要であると考えていますが、先日もガラによる全製品への永続的なRFID取付けの発表のように、今後、アパレルIoTが本格すると思われます。経産省のサーキュラーパートナーズで進めている産業データ連携イニシアチブ、ウラノスを活用したテキスタイル領域の資源循環情報流通基盤における資源循環と価値の伝達の取組も生きてくると思います。

4つ目、T T S（東京テキスタイルスコープ）。T T L Sをミラノ・ユニカに負けない展示会にしていくことも、ぜひ応援をお願いしたいと思います。当社は2026年秋のT T Sで、東レ100周年記念の展示会を大々的にT T Sの中で大きなスペースをいただいて開催することを計画しています。これもT T Sを盛り上げたいという思いから計画しております。ぜひ海外有名デザイナーの呼び込みや、T T Sと同時期でのほかイベント開催など、海外からも顧客が日本に来たくなるような取組を応援していただければ大変ありがたいと思います。

以上、よろしくお願いします。東レ・西村。

以上です。

○奥山委員長　ありがとうございました。合繊クラスターは結構歴史も長くて、最初は自律化を促すための取組だったかもしれませんが、結構いろいろな形で取組が進んでいて、そういう意味ではこういったところ、産地の議論になるときは一つのお手本になるような取組だというふうに思っております。

海外の生産というのは、全ての海外で日本の生産をするわけではない、じゃどこをやっていくかみたいなのところというのは議論になるところかなと。そういう意味ではここでは、どうやって国内サプライチェーンとか産地を起点としたサプライチェーンを強靱化していくかというところに、海外生産が極端に進んだ中でどういうふうにしていくかというような問題を取り上げて、こういった報告書というところになりますけれども、今後そういった、先ほどの関連も含めて、国内、海外の生産はどうしていくべきかというところも議論していく必要があるのかなと思います。

Jクオリティ、T T Sについてはまさしくそのとおりだというふうに思います。それをどうするかというところは、また非常に問題ではありますけれども、そういった意味では各方面の支援というのが必要なのかなというふうに個人的には思っております。ありがとうございます。

そうしましたら、富吉委員、最後の御発言とさせていただければと思いますけど、よろしくお願いします。

○富吉委員　ウルトラファストファッションの関係のコメントについて、福田さんがおっしゃったので控えたのですが、今、西村さんのコメントの中にも出ていたので。これは、ここのサプライチェーン強靱化の検討会の報告書の中に入れるべきかどうかは若干疑問があるのですが、循環経済の視点というのは、今後全ての施策を考えていく上で重要

になってくるなと思っています。どちらかというと、むしろ繊維産業小委員会のロードマップのフォローアップで議論する問題なのかなとも思ったのですが。循環経済がカーボンニュートラルまでたどり着くと、LCAもやっていかなきゃいけなくて、LCAの視点で見ると、明らかに運ぶ距離が短いほうが有利ということになるので国産。輸入よりも国内の方がLCAは低いので、そういう視点を入れていくのかなと。フランスがやっているのはまさにそれ。ただ、LCAの観点からいうと、地産地消、その次が国内生産、さらに輸入とどんどん悪くなっていくという世界なので、栄枯盛衰もフロントランナーの繊維なので、ぜひおこはいろいろな規制も含めて始めてもいいのかなという感じはちょっとしているところです。

すみません、ちょっと付け加えてございます。

○奥山委員長 ありがとうございます。循環経済と先ほどのそれを戦略的にどう活用するか、ちょっと言い方は悪いですが、産業の基盤とうまく結びつけた、恐らく今後の課題になってくるのかなというふうには思っています。ありがとうございます。

○篠原補佐 ありがとうございます。先ほど福田委員からいただいたコメントも含め、また、この検討会というより繊維小委員会の中で昨年の6月にまとめた、サステナビリティの取組の中の継続的な論点のところにもさにかかってくると思ってございますので、その留意点も継続的に検討していければと思っています。ありがとうございます。

○奥山委員長 そうしましたら、委員の皆様から御意見いただいたということで、本日も非常に活発な御議論をいただきまして、ありがとうございました。

本日、各委員からいただいた御意見につきましては、本検討会のとりまとめやこれからの経済産業省における施策の検討に向けた参考にさせていただければと。先ほど具体的な施策というの、あぶったら出てくるというのをこれからまさにいろいろと考えていくようなところになるかというふうに思っております。

それでは、ここで渡邊課長から、本検討会に関しまして御発言をお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。

○渡邊課長 お疲れさまでした。委員の皆様には闊達な御意見・御議論をいただきまして、改めて感謝申し上げたいと思います。

本日の検討会含めまして5回にわたる検討会では、委員の皆様に変な御議論をいただいたと認識しております。今回最後でありますけれども、本日、皆様から、自治体間、部署間、政策間の連携をちゃんと進めること、知ってもらう・見てもらう取組、それ

がモチベーションアップにもつながるし、人材育成、少子化対策にもつながっていくということ、それから国内市場・産地を守る、国内製造を促進するということが大事であるということ、消費者をサポートする、また産地を知ってもらう取組として、Jクオリティをしっかりと活用していくことなどのご意見がありました。また、報告書を出した後に、報告書の内容を踏まえ、具体的な国の施策をどこかのタイミングで打ち出していきたいと思っていますし、あとは組合を活用する話とか金属加工事業者との連携、こういったものが非常に大事だという御意見もいただきました。

本日議論して頂いた論点に加えて、今後繊維産業への期待も含めて様々な御意見をいただいたと考えておりますので、奥山委員長とも御相談させていただきながら報告書に反映の上、公表をさせていただきたいと思っております。

また、報告書及び概要につきましては、今年の秋以降に開催を予定しております繊維産業小委員会で報告をする予定でございます。今後、本検討会でこれまで検討してまいりました方向性を実現していくために、我々としても産地企業、産地のリーダー企業等各主体の皆様と連携しつつしっかりと取り組んでまいりたいと考えておりますので、委員の皆様におかれましては、引き続き御指導をよろしくお願いいたしたいと思えます。

以上です。

○奥山委員長 ありがとうございます。

それでは、私からも本議論に関しまして総論を述べさせていただきます。総論といっても、もう報告書はでき上がっていますので、重点的なポイントに絞ってコメントをさせていただければと思っています。

今回、こうした繊維産地サプライチェーンの強靱化に向けた対応を5回にわたって検討したわけですが、時代背景は、もちろんサプライチェーンの課題というのは繊維産業自体には物すごく古くからある問題でありますけれども、ここでやらないと、このまま放っておいたらもう戻れないということですね。ポイント オブ ノーリターンのときに来ているのかなというところが時代認識と、もう一つは、チャンスでもあるかなと。いろいろな形で、例えばITやAIとか、あるいは先ほどの資源循環の問題とか、少し産地に追い風となるようなものもあって、そういったチャンスをぜひこのタイミングでものにしていくというのが必要であるからこそ、この検討会というのが開かれているのではないかなというのが、まず認識としてあります。

その上で、大きなポイントとして恐らく3つあるかなと思っています。1つ目、これが

一丁目一番地ですけれども、恐らく産地が前に出る時代というのを、これからそういう時代をつくらなきゃいけないというふうに思っています。それがオープンファクトリーであったりすると思います。先ほどから各委員から御意見があるように、我々は、産地といったら共通項で話をしているかもしれませんが、一般の人から見れば、多分産地の認識というのはほとんどない。しかし、それだとなかなか海外との、じゃ海外がいいのか、国内がいいのかという話にもならないというふうになっていますので、産地を知ってもらってブランド化するというのが、ここでは極めて大事なのかなと考えます。

それができれば、様々なツールを使いながらビジネスを組み立てることができるのではないかと。先ほどのオープンファクトリーとか連携の取組とか、そういったところが極めて大事になっていると。産地を前に出すビジネスモデルだったり、そういったものをつくっていくということが、この議論の中で非常に明確に示されてきたかなというふうに思っています。そうした意味でも、経済産業省さんが持っているような繊維産地のネットワークの協議会なども、うまく作業の場としてどう活用するのか。組合というのはありますけれども、やはり産地なので、産地間の情報共有や様々な悩みの共有化というのも結構ここでやらなきゃいけないところだというふうに思っていると。1つ目は、産地が前に出る時代をどうつくっていくかということが、この検討会の結論として示されているのではないかと考えています。

2点目は、リーダーと呼ぶのか先進的な取組をしている人なのか、イノベーターと呼ぶべきなのか、産地にそういうようなプレーヤーがいるという点です。それはいると思うのですが、私が、全5回の中でいろいろなゲスト講師の方にお越しいただいたり、委員の先生方の意見を聞いて勉強になったなと思っているのは、そのリーダーみたいな人が産地のほかのプレーヤーを巻き込んでいって、その人たちと新しいことに取り組んでいくという、その巻き込みの力みたいなもので産地が変わっていくという姿。それが例えば和歌山であったり、金沢も尾州も、そして山形も富士吉田も、そういうような形で少しずつ産地が変わってきている。巻き込んでみんながだんだん輝くようになるというか、そういうプロセスというのが非常に大事なのかなというふうに思っています。

そういった意味で、それは産地内もそうだし、さっきの梶さんと岩田さんの関係のように、産地間でも何かそういう波及効果みたいのがあって、お互いの相互作用みたいなのがあって、そういったものが産地を変えていく力になる。そういうところをぜひいろいろな形で後押しをしていくというのが、結構大事なのではないかなというふうに思っています。

2つ目は、そういうリーダーから巻き込んでどんどん変わっていく。リーダー1社だけではできませんので、そうすると、どんどん変わっていくとすることができるのではないかな。そういう巻き込みのプロセスみたいなものが結構大事だということが、今回示されているのかなというふうに思っています。

最後になりますけれども、今回、繊維産地のサプライチェーンの強靱化ということですので、その本家本元を見てみると、強靱化ということなので、もちろんチョークポイントをどう解消するかとか、強くしていくかということはあるわけですが、もう一つは輻輳的なのか、今のサプライチェーン以外の様々ないろいろな形でのサプライチェーン、ビジネスモデルというのをつくりながら、どこかがもしかしたら途切れたとしても、産地間のカバーができるとか、そういうような形を日本の中でつくっていくということが極めて大事なのかなというふうに思っていますので、そういった意味での産地内、産地間連携と、あるいはアパレルと産地の連携とか、様々な形でいろいろな形での、今までもしかしたら一つの流れで、よく富士吉田が産地と聞くのですが、産地は名前を消されて、下請的に一方通行の流れみたいな形、いろいろな形のビジネスモデルが出てくることこそ、強靱化に資するようなことになるのではないかなというふうに思っていますので、これは民の主体的な取組が中心になると思いますけれども、それを我々もどう消化していったら、必要なところに手当てしていくとすることができるのかできないのか。そういったところを、今後、具体的な施策を考えるところでは見ていきたいというふうに思っています。

もちろん福田委員とか富吉委員からいろいろな形で今後の課題みたいなのをいただいたので、そういったところもこれからどう議論していくかというところはあるのですが、まず、この一まとまりの今回の全5回の検討会では、そんなところが私としては非常に勉強になったし、一つとりまとめて今後の方向性を示せたのではないかなというふうに思っております。

なお、最終的なとりまとめにつきましては、本日皆様からいただいた意見を踏まえながら、委員長である私に御一任いただきたいというふうに思いますけれども、いかがでしょうか。よろしいでしょうか。

（「異議なし」の声あり）

ありがとうございます。それでは、私が責任をもってとりまとめさせていただければというふうに思っております。ありがとうございます。

皆様、本日は長時間にわたりまして御議論いただきまして、誠にありがとうございます。

た。

4. 閉会

最後に、事務局から事務連絡をお願いいたします。

○篠原補佐　　本日は、誠にありがとうございました。今回で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は最終回とさせていただきます。本日事務局からお示しをさせていただいた資料、概要ワードでございますけれども、経済産業省ホームページへの掲載の前に奥山委員長にも御確認をいただいた上で、後日、公開とさせていただきますと思ってございます。それに際しては、別途事務局より御連絡をさせていただきますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

○奥山委員長　　ありがとうございました。

本日の議事は以上となります。本当にどうもありがとうございました。

——了——