

繊維産地におけるサプライチェーン強靱化に向けた 対応検討会における主な議論

令和7年3月

経済産業省 製造産業局 生活製品課

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

(第1回)

論点及び主な御意見

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

<事業承継、M&A、人材確保について>

- サプライチェーンにおいて、撚糸や染色が choke point 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け入れやすいのではないか。
- 垂直統合だけでなく、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。

<その他>

- 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、補助金だけではない施策も含め検討していただきたい。
- 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。

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

<産地の価値向上について>

- 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く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、考えるだけでなく何らかのアクションをとることで、様々な関係者とつながりができる。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。

事業継続・人材確保（第2回）

論点及び主な御意見

事業継続

<論点>

- 個人事業主を含む小規模事業者の経営資源（設備・人材・技術）を法人に引き継ぐ形の事業承継を進めるに当たり、買い手側、売り手側において、それぞれどのような課題があるか、また、これを支援する方法にはどのようなものがあるか。
- 特に一定規模以上の企業の場合、親族承継の他に従業員承継、第三者承継、M&Aといった選択肢があるが、承継を行う際にこれらを有効な選択肢としていくためには、どのような方法があるか。
- 将来的に事業継続が困難になる可能性がある事業者に対して適切な支援を受けてもらうため、産地の担い手や支援機関等は、どのように事業継続・事業承継等の検討を促すべきか。また、その際に必要なものにはどのようなものがあるか。
- 産地の経営者同士やサプライヤー、地方公共団体、金融機関等が信頼関係を構築し、相互に連携していくためには、どのような取組を行う必要があるか。

<主な御意見>

- 金融機関同士のネットワークによる事業承継支援が有効なのではないか。
- 社会的事業承継、特に、共有化は繊維産地の持続可能性、継続性を検討する上で極めて重要なコンセプト。黒字化には時間がかかるため、公共性のある機関が中長期的にサポートできる仕組みがあると良いのでは。
- 被承継企業の財務体質や、設備の老朽化、設備の維持に多額の費用を要したりすること等が、事業承継の障壁。
- 人材の確保と継続的な利益の確保は、事業の持続可能性にとって非常に重要な要素。
- 中古機械の承継が中心となる小規模事業者の事業承継では、移設費や設置費にコストがかかるため、ガイドライン等でサポートする取組があるといいのではないか。

人材確保

<論点>

- 産地における多様な人材の確保にあたり、課題になっていることは何か。都市部への人口流出が続く中、産地企業・産地が立地する自治体等の地方公共団体はどのような取組を行うべきか。
- 繊維・アパレル業界やものづくりに興味がある人材が、産地企業に就職し活躍していくには、どのような属性（経歴や背景）が望ましいか。また、こうした人材と産地企業がマッチングするには、どのような方策が考えられるか。
- 産地企業での就職イメージを持ってもらうためには、産地企業・組合・産地を有する自治体等の地方公共団体はどのような対応が必要か。さらに、産地企業に就職した後、その産地に根付き、活躍してもらうためには、産地企業・産地を有する自治体等の地方公共団体等はどのような取組を行うべきか。

<主な御意見>

- オフィスへの設備投資が進んでいないことも、産地に就職するハードルの1つ。例えば、産地や組合で共有のシェアオフィスを設けることで、ビジネスマッチングや若い人材確保につながる可能性もある。そこに投資をする等の対策もあるのでは。
- 産地の製品や働く人々の思いが学生や若い人に伝わるのが重要。産地の情報発信をサポートしていくべき。
- 自治体による支援は、投資するだけ効果がある。その上、繊維産業は関連する専門学校があるため、自治体等が投資をすることで人は集まるのではないか。
- 人材を確保するため、産地内の各工場における細かな福利厚生改善や、人材募集の工夫例を文章化し、産地内で共有すると良いのではないか。福利厚生の充実は、従業員の定着率を高めるために不可欠であり、働きやすい環境を提供する必要。
- オープンファクトリーは、企業と求職者のマッチングに非常に効果的。移住支援策や採用活動を組み合わせる等。
- 高齢者や女性の労働力を活用するためにも、技術伝承を促進するサポートが有るといいのではないか。

産地の価値向上（第3回）

論点及び主な御意見

産地の価値向上

<論点>

- 産地のテキスタイルの品質は、海外で高く評価され、一部のメゾンブランドは積極的に購入しているが、国内外におけるその認知度はまだ高くはない。日本製品や産地の海外での認知度を上げ、テキスタイル輸出の販路の拡大、更なる強化を図るためには、どのようなチャネルを活用し、企業はどのような工夫を行うべきか。
- 最終製品を海外に売り出していくためには、日本のテキスタイルを用いた最終製品の品質の確保・向上と、それを用いた製品のブランディングが重要。産地において、最終製品の海外展開を志向し販路の拡大を図るために、どのような戦略を立てて展開をしていくべきか。
- 産地の繊維企業の多くはBtoBの企業であり、消費者・インバウンド観光客の認知度は低い状況。インバウンドを意識した製品設計や、オープンファクトリーや観光産業への発展を通して認知度を上げていくことも必要であるが、産地はどのような取組を行うべきか。
- また、こうした取組を進めるためには各工程ごとではなく、産地や産地企業、商社、デザイナー、ブランドと行ったビジネスのあらゆる主体が、競争環境を保ちつつ、一部を共創領域として一体で取り組むことが重要。どのような領域であれば、産地や業界を超えた協力ができるか、と言う点も合わせて議論したい。

<主な御意見>

- 消費者に産地に来てもらい、製品を購入してもらうことが重要。産地自体が繊維と観光を結びつけて、街全体をグローバルにアピールできる概念でブランド化することが必要。
- 生地製造会社にとって、付加価値はファクトリーブランドを通じて大きくすることが大切。
- 海外では、日本の産地の地名は認識されていない。そのため、海外で売っていくには産地名でなく日本製という切り口で売っていくこと（J∞QUALITYのような取組）も有効ではないか。
- 産地の観光支援活動、個々の取組は点の取組。そのため、これらの施策・活動の支援をつなげた、面の取組が重要になってくる。面の取組の推進にあたっては、自治体、特に都道府県レベルの連携が必要になるのではないか。
- 日本の繊維産業の価値をどう向上させていくかということは、日本におけるサステナビリティ等のイメージの延長線上にあると思う。日本で資源循環を回していくことや、欧州のトレサビリティへの対応などを進めることが重要。

多種多様な主体の連携（第4回）

論点及び主な御意見

多様な主体の連携

<論点>

- 産地における、リーダー格となりうる企業（中核企業）は、どのような属性を持つ企業か。また、その企業の取組や、産地全体への経済効果等の裨益を後押しするために、どのようなことが考えられるか。
- また、企業同士の連携を進めるためには、中核企業のみならず、産地の各企業がそれぞれの産地や企業の技術や強み、立ち位置を再認識し、製造工程（サプライチェーン）の維持・強靱化及び最終製品と顧客を意識したものづくりに取り組むことが必要であるが、これらをどのように促すべきか。
- 繊維産業全体のサプライチェーンの維持・強靱化のため、これまで議論してきた事業継続、人材不足対応や、産地の価値向上、今回議論した産地内の連携や、産地の枠を越えた連携を更に進めて行くために、産地企業、産地を有する自治体等の地方公共団体、政府等はどのような取組を行うべきか。

<主な御意見>

- オープンファクトリーは地域外の人材の採用に効果的だが、このように採用すると同期がいらないため短期間で辞めてしまう場合もある。他業種では合同入社式の実施などの工夫をしており、産地単位でやり方を検討すべき。
- サプライチェーンの核となる企業を補助金等で支援していくことで、地域経済に影響が波及することが重要。財政的な規模感を鑑み、市町村ではなく都道府県レベルでの支援も重要になるのではないか。
- 産地リーダー企業はローカル（産地の企業）を意識しながら、グローバルな視野を持つことが必要。自社を含めて産地発展に注力するためにも、地域の協会を含めたサポートが必要ではないか。
- 若い経営者が、一部の企業間連携を進めている。今後は衣食住を絡めたライフスタイル事業が産地を支援する必要がある。また、観光庁等の関係省庁との連携も重要でないか。
- 金銭的な支援を含めて、各産地が産地を見せる仕組みを検討すべき。また、産地が川下と連携していくことが重要。

繊維産地のサプライチェーン強靱化に向けた対応（案）

（第4回）

論点及び主な御意見

繊維産地のサプライチェーン強靱化に向けた対応（案）

<主な御意見>

- 人手不足が産地にとって大きな問題。北陸においても設備のキャパシティはあるが、人材不足の影響で十分に稼働できていない状況。
- 国内のアパレル企業と産地企業が連携し、産地の価値を正しく伝えることが重要。そのためインバウンドを踏まえ観光と連携し、取組を支援していくことが必要ではないか。
- 生産のボトルネック、チョークポイントの解消は、内製化することになるのではないか。
- 産業振興、観光振興の施策は、都道府県レベルだと各部署が連携可能。そのため、面的な支援を都道府県レベルで連携していくことが必要ではないか。
- 産地の名前を出すことについて、トレーサビリティの観点からもどこで製造しているかオープンにしているため、この流れを活用していくことが必要ではないか。
- 国内の繊維は歴史を全面に出していくことが必要ではないか。
- 国内アパレルにおいても、どこで何を作っているかをPRしてもらえれば、開示していくことが重要。
- アトツギ甲子園もやっているなので、ここと連携するのも良い。
- 今後、繊維産地等の次世代リーダー育成するという事業を立ち上げるのも良い。