

## 2 アンケート調査結果

- \* 本章のアンケート結果の説明にあたっては、回答割合（％）を主として用い、割合を算出する分母としては各質問に回答した回答者数をとった。質問毎の回答者数が分かるよう、説明文には回答者数を記載するようにした。
- \* 割合の合計は、四捨五入の関係上 100.0％にならないことがある。
- \* 複数回答方式の質問の場合も、割合を算出する分母としては各質問に回答した回答者数をとった。このため、回答の合計は 100％を超える場合がある。
- \* 回答結果はできるだけグラフで示し、直感的に回答状況が把握できるようにした。
- \* 読者の便を考え、集計結果（回答数及び割合）を巻末資料として添付した。

## 2 アンケート調査結果

### 2-1 はじめに

今回の繊維産地概況調査においては、3種類のアンケート調査を実施した。それらは、産地組合対象アンケート調査、産地企業対象アンケート調査、産地企業支援機関対象アンケート調査である。

の産地組合対象アンケート調査は、調査内容が2つに分かれている。前半は各産地(組合)の現状等に関する情報であり、その内容はかつて調査・発表された『全国繊維産地概況』(平成10年度;繊維産業構造改善事業協会実施、平成14年度;中小企業総合事業団実施)の内容を含めて編集のうえ、本報告書第3章に掲載している。後半は産地(組合)の現状認識や問題点などに関するものであり、本章の第2節にその集計・分析結果を掲載している。また、各産地において先進的な経営を展開している企業の情報も提供願った。

の産地企業対象アンケート調査は、産地企業に対して事業戦略、取引状況、企業間連携や産学官連携の状況、産地機能の状況、経営状況等を聞いたもので、本章の第3節にその集計・分析結果を掲載している。

の産地企業支援機関対象アンケート調査は、公設試や繊維リソースセンター等、産地企業を支援する機関に対し、担当する繊維産地の状況や、各機関の繊維産地との取り組み状況を聞いたもので、その集計・分析結果は本章第4節に掲載している。さらに、各産地において先進的な経営を展開している企業の情報も提供願った。

、の調査で提供願った先進的な経営を展開している事例については、そのうち19社・団体に対して訪問ヒアリング調査を実施し、その結果を広く産地企業の参考に供する目的で本報告書第4章に掲載したほか、本章の第5節には提供願った全企業に関する集計・分類結果を掲載した。

それぞれの調査にご協力下さった組合、企業、支援機関にはこの場を借りて厚く御礼申し上げます。次第である。

### 3つのアンケート調査に見る 調査結果のポイント

- \* 産地企業の「特色」：テキスタイル企業は「製品」、二次製品企業は「生産システム」に特色があると考えている企業が多い。
- \* 産地企業の社内体制：この5～10年で「生産部門」の人員が減少した企業は極めて多い。二次製品企業では「企画部門」の人員を増加させた企業がかなりある。
- \* 高付加価値化の取り組み：多くの企業は高付加価値化への取り組みを行っている。その主流は既存商品分野における「小ロット化」と「自販化」。取り組みの成果（売上、利益の向上）は「ある」とする企業が多い。
- \* 取引状況：基本契約書、個別契約書ともに締結得意先の割合は増えつつある。条項は守られているケースが多いが、問題発生は「引取面」がもっとも多い。
- \* 産地の活性化対策：もっとも多いのは「国内外の展示会出展」。下請脱却や企業間コラボレーション、製品輸出等はテキスタイル産地が比較的熱心。
- \* 企業間連携：している企業は多いが、その主流は同産地内の同業者との連携。連携分野は生産面と商品開発面が多い。産学官連携事例は企業間連携の半分以下。やはり同一地域内での動きが多い。ともに連携の成果は「ある」とする企業が多い。
- \* 産地機能：もっとも不足や消滅が懸念されるのは「染色整理関連機能」と「縫製機能」。企業としては産地内残存機能の活用を図りつつ、次のステップとしては国内他産地の機能活用を図りたい考えが主流。海外との提携はあまり考えられていない。
- \* 産地の問題点：受注低迷・輸入との競合・単価下落の3点セットが最大。その次は高齢化や若者不参入による人材不足。
- \* 公的支援の問題点と求められる支援：問題点は単年度、範囲限定的、手続煩雑、零細事業者向け支援不在など。  
もっとも求められている支援は、上述の問題点解決のほか、新商品開発・マーケティング方面の支援。

## 2-2 産地組合対象アンケート調査結果

### 2-2-1 アンケート調査の概要

繊維産地状況把握のための産地組合を対象とするアンケート調査は、平成 10 年度（繊維産業構造改善事業協会実施）、平成 14 年度（中小企業総合事業団実施）に続いて 3 回目である。

調査対象としてはこれら 2 回の調査において情報提供を依頼した全国 97 産地組合をベースに、下表記載の各中央工連から推薦のあった組合、及び中央工連が解散したために、調査実務を担当した(株)東レ経営研究所が独自に選定した産地組合等（繊維資材、紳士服分野）を加えた合計 119 組合とした。

調査の実施は発送・回収ともに郵送法により、発送は本報告書末尾の資料編に掲載の依頼状及び調査票を平成 19 年 11 月 9 日に発送、回答の投函期限は同年 11 月 30 日とした（一部の組合に対しては所属する中央工連理事長名の添え状を同封）。その後、11 月 22 日にリマインドのための葉書を発送し、回答投函期限を 12 月 5 日まで延長することを連絡した。その結果、73 の組合から回答を得ることができた（回収率 60.5%）。

その内訳は次の表の通りである。

分類	中央工連	回答組合数
テキスタイル産地	日本撚糸工業組合連合会、日本綿スフ織物工業組合連合会、日本絹人織織物工業組合連合会、日本毛織物等工業組合連合会、日本繊維染色連合会、日本毛整理協会 (繊維資材)	49
二次製品産地	日本ニット工業組合連合会、日本アパレルソーイング工業組合連合会、日本輸出縫製品工業組合連合会、日本被服工業組合連合会、日本靴下工業組合連合会、日本タオル工業組合連合会 (紳士服)	24
合計		73

注：括弧内は中央工連が解散した分野

2-1 項で説明したように、本アンケート調査は 2 つの部分から構成されている。前半部分は各産地（組合）の現状等に関する情報であり、本報告書第 4 章に掲載している。後半部分は産地（組合）の現状認識や問題点などに関するものであり、本項に記載するのはその集計・分析結果である（前半部分についても、「質問 2-3 組合のホームページ開設状況」及び「質問 10 産地活性化に向けての取り組み状況」については第 3 章とは別に集計結果を本項に記載している）。

集計・分析は、テキスタイル産地組合（織布、撚糸、染色、資材等を含む）と二次製品産地組合（縫製、ニット、タオル、靴下等を含む）別にクロス集計して実施した。このように分類した理由は、製品の性格（中間製品、最終製品）によって直面する問題点や意識

にかなりの差があるのではないかと考えたからである。

以下、集計結果の説明は、集計表よりも直感的に把握しやすいグラフを利用することとし、状況に応じて合計のみのグラフ、テキスタイル・二次製品別のグラフ、両産地と合計を表示したグラフ等を使い分けた。

なお、前2回の調査においてニットはテキスタイルに分類していたが、今回は二次製品に分類した。これは、ニット産地における製品の重点が生地から二次製品に移行していることを反映したものである。

## 2-2-2 アンケート調査結果の集計・分析

### 2-2-2-1 産地（組合）の現状認識（質問12）

産地（組合）の現状をどのように認識しているかについて、18項目の質問に回答願った。質問内容は、大別して、産地企業の海外生産に関するもの（2問）、内地市場・販路に関するもの（1問）、産地の機能・設備・技術等に関するもの（4問）、産地の人材に関するもの（4問）、産地の情報化に関するもの（1問）、産地企業の新しい動きに関するもの（6問）などである。回答は「はい」「いいえ」「どちらとも言えない」「分からない」の中から1つを選択願う方式とした。

回答結果をテキスタイル産地と二次製品産地に分けて示せば、次の2つのグラフの通りである。回答した組合数は、テキスタイル産地が44～47組合（質問項目により回答数が違う）、二次製品産地が20組合であった。ただし、2番目の「海外生産で産地経済は打撃を受けているか」は、最初の質問「産地の海外生産は増えているか」に対し「はい」と回答した組合のみが対象であり、テキスタイルは19組合、二次製品は8組合が回答した。

産地企業の海外生産（質問12-1）に関しては、テキスタイル産地では海外生産が「増えている」（35.6%）という回答が「増えていない」（42.2%）を下回っているのに対し、二次製品産地では「増えている」（40.0%）が「増えていない」（30.0%）を上回っており、二次製品産地の方が海外生産が増えていると認識している組合数が多いことが判明した。

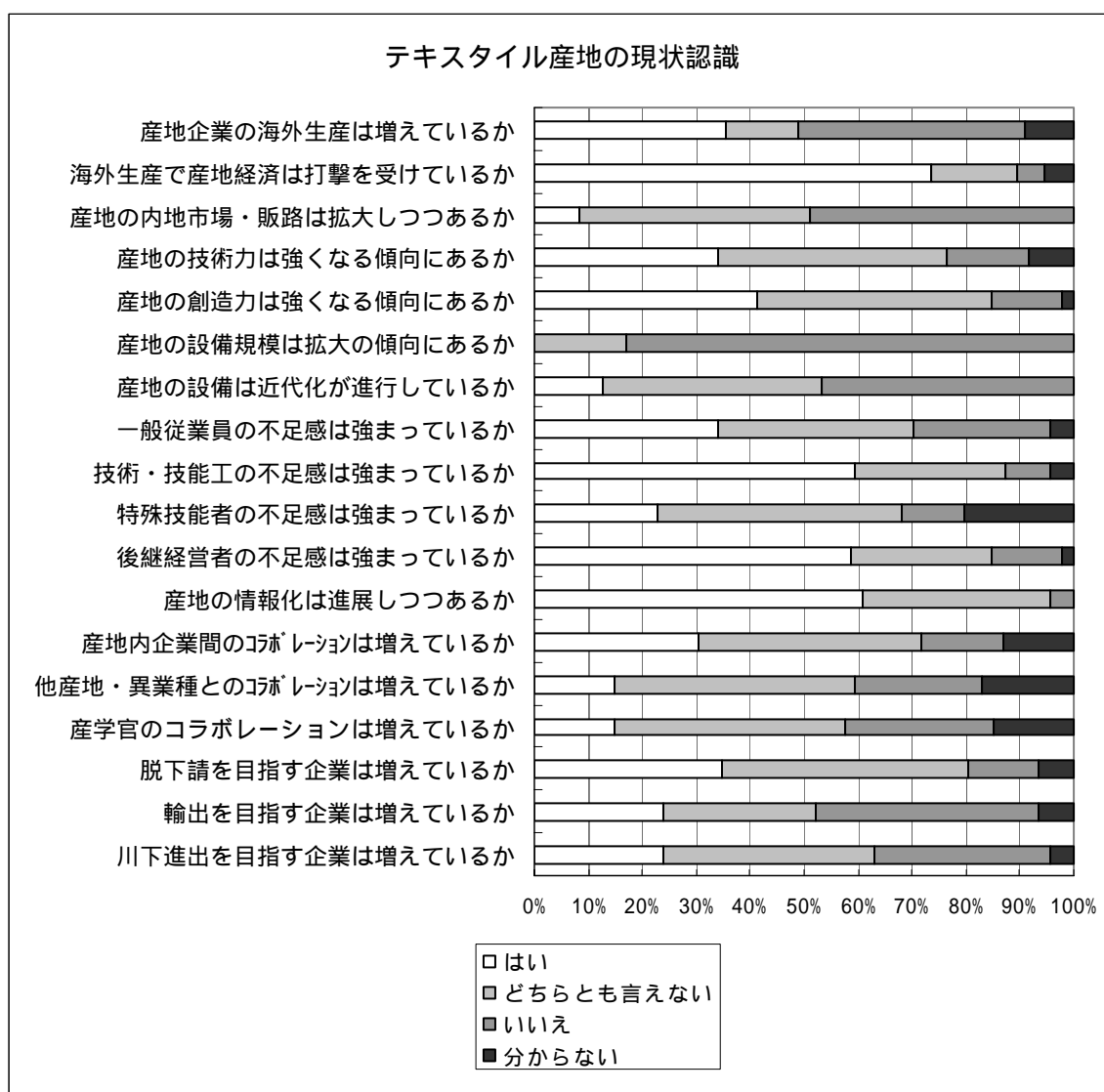
しかし、「増えている」とした組合に対し産地経済への打撃について聞いた結果（質問12-2）は、テキスタイル産地では「打撃を受けている」との回答が73.7%にのぼったのに対し、二次製品産地では50%にとどまり、いずれの産地も大きな打撃を受けてはいるものの、テキスタイルの方がより多くの産地で「打撃を受けている」と認識していることが判明した。

産地の内地市場・販路（質問12-12）に関しては、「拡大しつつある」という回答はテキスタイル産地で8.5%、二次製品産地では0.0%であり、逆に「拡大していない」との回答はテキスタイル産地で48.9%、二次製品産地では65.0%に達し、市場・販路の閉塞感が強いことが判明した。

産地の機能・設備・技術等に関しては、先ず、技術力（質問 12-3）は、テキスタイル産地では「強くなる傾向にある」との回答が 34.0%であったのに対し二次製品産地では 20.0%にとどまり、テキスタイル産地の方が技術力強化への取り組み度合いが強いことが判明した。

企画・開発力など創造力（質問 12-4）については、「強くなる傾向にある」との回答はテキスタイル 41.3%、二次製品 35.0%で、ともに前問の技術力より割合が増えているが、やはりテキスタイル産地の方が若干ながら上回っていた。

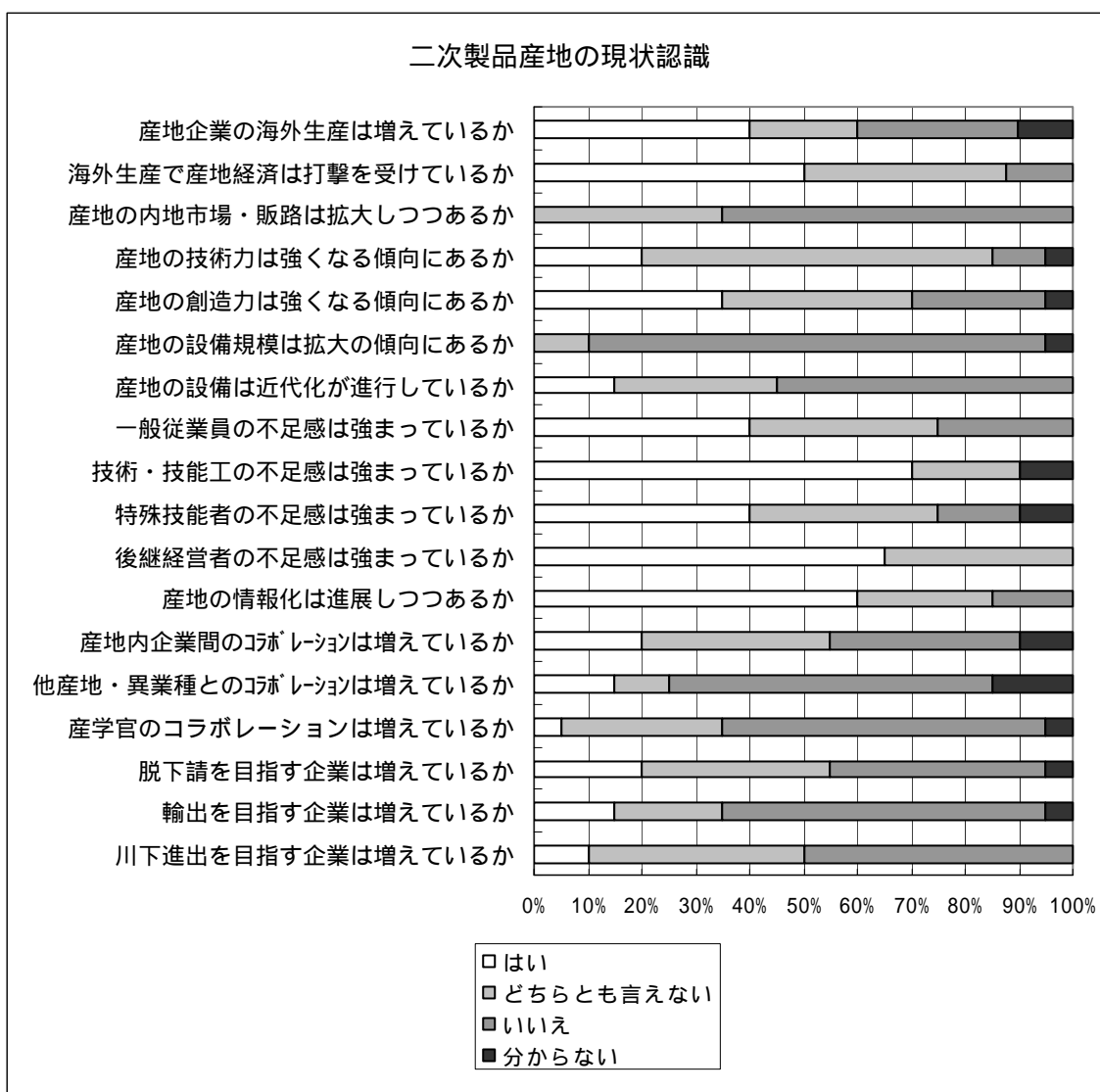
産地の設備規模（質問 12-5）に関しては、圧倒的に「拡大傾向にない」との回答が多く（テキスタイル 83.0%、二次製品 85.0%）、「拡大傾向にある」との回答はともにゼロであった。



設備の近代化（質問 12-6）については、「近代化が進行中」との回答はテキスタイル 12.8%、二次製品 15.0%と少なかった。

これらの回答結果を見ると、規模縮小が進む産地の中であって残った企業が設備更新もままならない中、技術や創造力の向上に取り組んでいる様子が浮かび上がる。

産地の人材（質問 12-7～11）に関しては、一般従業員、技術・技能工、デザイナー等の特殊技能者、後継経営者の4区分について「不足感が強まっているか」を聞いた。その結果、テキスタイル、二次製品両産地とも、「強まっている」との回答が「強まっていない」との回答を上回り、広く人材不足が見られることが判明した。テキスタイル産地においては、技術・技能工不足と後継経営者不足を指摘する回答が多かったが（59.6%と58.7%）、二次製品産地はそれをさらに上回り、技術・技能工不足は70.0%、後継経営者不足は65.0%の組合が指摘した。なお、二次製品産地ではその他にも一般従業員不足、デ



ザイナー等特殊技能者不足の指摘も多く（ともに40.0%）、産地が縮小する中、人材不足が大きな問題となっている様子が判明した。



産地の情報化（質問 12-11）に関しては、「進展している」との回答がテキスタイル産地で 60.9%、二次製品産地でもほぼ同じ 60.0%あり、コンピュータの導入やインターネットの利用が着実に進んでいる様子が判明した。

産地企業の新しい動きに関しては、内地市場・販路の拡大、産地内企業間のコラボレーション、他産地・異業種とのコラボレーション、産学官のコラボレーション、脱下請（自立化）、輸出、川下（卸・小売）進出の 7 項目に分けて聞いた。

産地内企業間のコラボレーション（質問 12-13）に関しては、事例が増えつつあるという回答は、テキスタイル産地では 30.4%、二次製品産地では 20.0%で、テキスタイル産地の方が活発化しているという結果であった。

他産地・異業種とのコラボレーション（質問 12-14）に関しては、事例が増えつつあるという回答はテキスタイル産地で 14.9%、二次製品産地で 15.0%とほぼ同率であり、ともに上記産地内企業間のコラボレーションと比較するとかなり少ないという結果であった。

産学官のコラボレーション（質問 12-15）に関しては、事例が増えつつあるという回答は、テキスタイル産地で 14.9%、二次製品産地では 5.0%であり、とくに二次製品産地での動きが（テキスタイルに比べてマアツプしにくいという事情もあると思われるが）鈍いことが判明した。

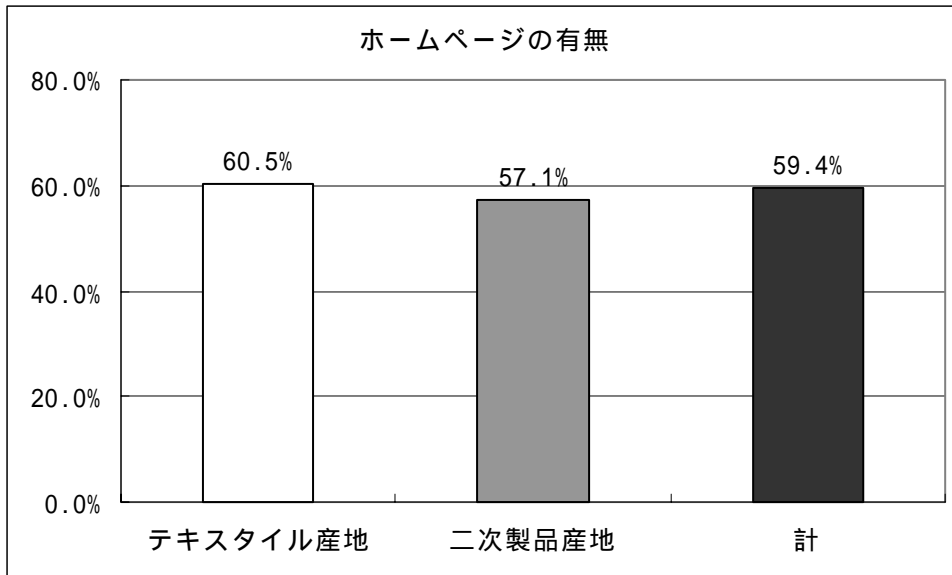
脱下請（自立化）（質問 12-16）に関しては、事例が増えつつあるという回答は、テキスタイル産地で 34.8%、二次製品産地で 20.0%と高く、脱下請を目指す企業が増えている産地が多いことが判明した。

輸出（質問 12-17）に関しては、事例が増えつつあるという回答は、テキスタイル産地で 23.9%、二次製品産地で 15.0%であり、テキスタイル分野で輸出を目指す企業が増えている産地が多いことが判明した。

川下（卸・小売）（質問 12-18）進出に関しては、事例が増えつつあるという回答は、テキスタイル産地で 23.9%、二次製品産地で 10.0%と、テキスタイル産地の方が多かった。

これら 6 つの質問への回答で、「事例が増えつつある」とする回答の割合は、「他産地・異業種とのコラボレーション」以外はすべてテキスタイル産地の方が顕著に高いという結果であった。

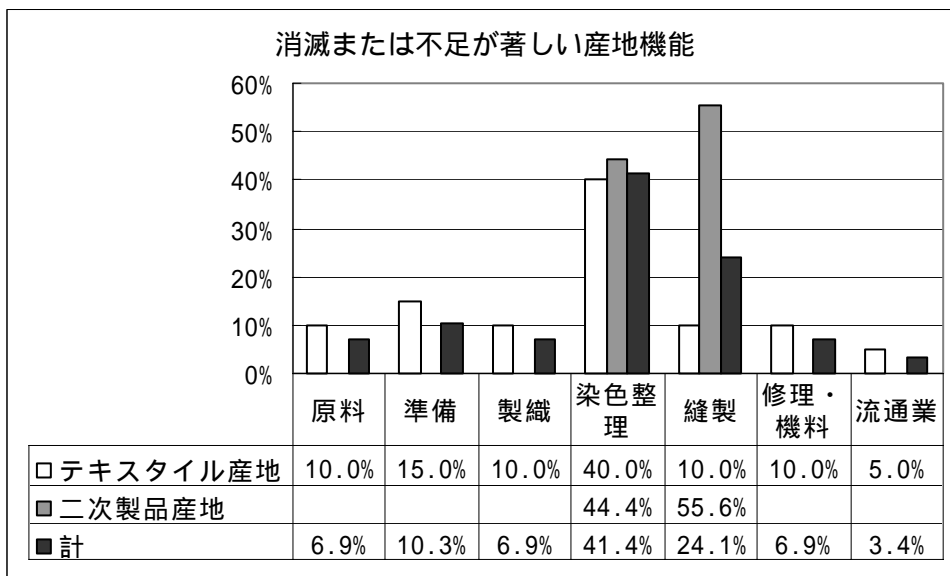
なお、情報化に関連して、産地組合におけるホームページの有無について触れておく（質問 2-3）、次のグラフの通り、この質問に回答した 64 組合のうち、59.4%の組合がホームページを開設していた。テキスタイル産地と二次製品産地別の開設状況に大きな差はなかった。



### 2-2-2-2 産地機能の状況 (質問 13)

各産地の機能（業種）で、現在なくなってしまった機能（業種）や、減少が著しく正常な産地の生産活動に影響が出ているものを例示願い、またそれに対する産地（企業）としての対処状況を回答願った。

その結果、次のグラフに示す通り、テキスタイル産地では「染色整理」（8件）「準備」（3件）などが、二次製品産地では「縫製」（5件）「染色整理」（4件）などが、消失または不足が著しい産地機能（業種）として指摘された。

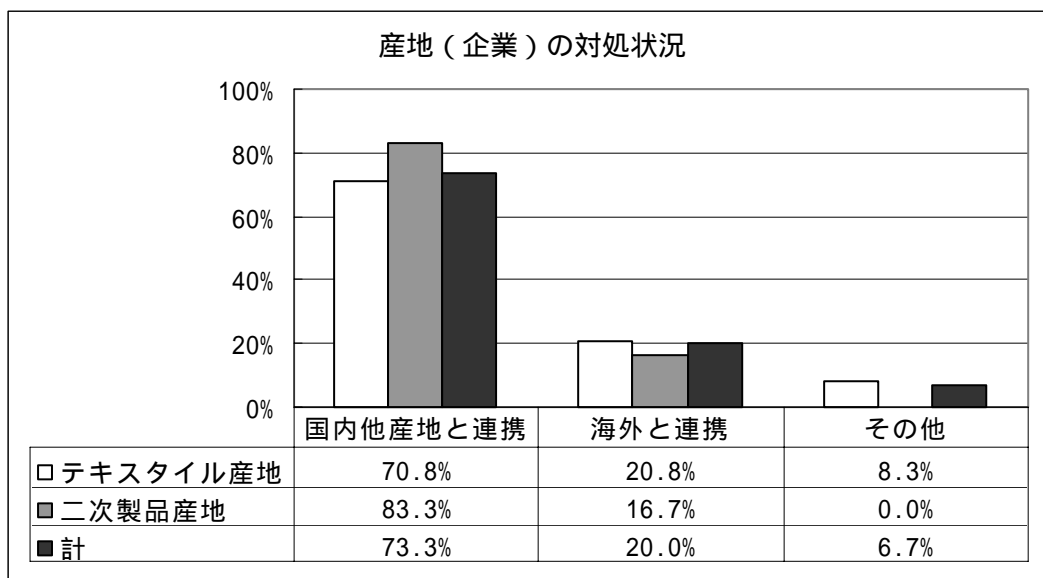


これらを含め、テキスタイル産地では合計 33 件の指摘があった中で、「消失」は 9 件 27.3%、「不足」は 24 件 72.7%であった。二次製品産地では合計 9 件の指摘中「消失」が 4 件 44.4%、「不足」が 5 件 55.6%であった。

機能の消失・不足に対する産地（企業）の対処状況について、「国内他産地と連携」「海

外と連携」「その他」から選択願った結果は次のグラフに示す通りである。

もっとも多かった回答は「国内他産地と連携」で、テキスタイルで 24 組合が回答した中で 17 組合 70.8%が指摘した。二次製品産地では 6 組合が回答した中で 5 組合 83.3%が指摘した。「海外と提携」という回答は 20.8%と 16.7%で少なかった。

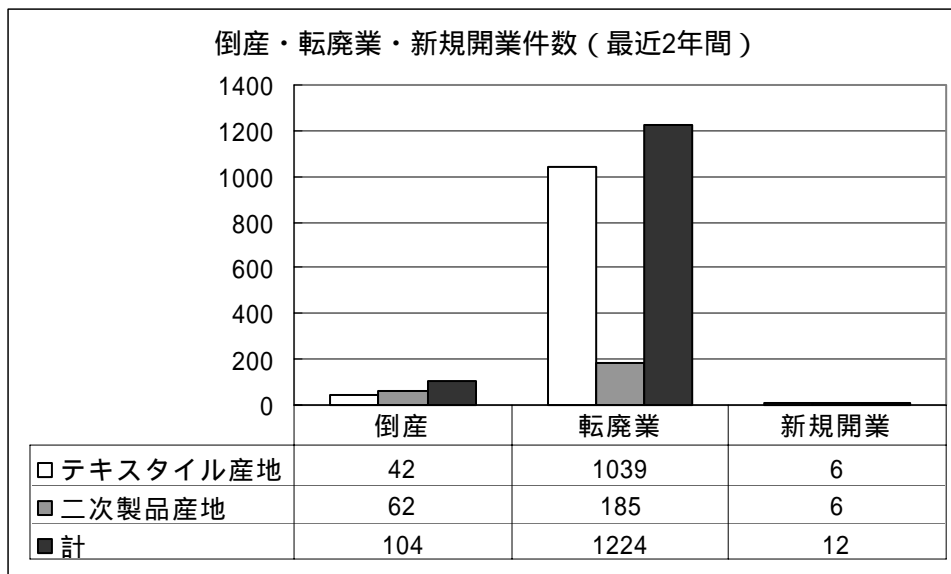


なお、産地機能の状況に関しては他の 2 つのアンケートでも調査しているので、そちらの方も比較参照願いたい。

### 2-2-2-3 過去 2 年間における倒産・転廃業・新規開業の状況（質問 14）

倒産・転廃業の合計件数は、テキスタイル産地では 1,081 件、二次製品産地では 247 件であった。回答組合数（テキスタイル 41、二次製品 16）を分母にとると、テキスタイルでは平均 26.4 件、二次製品では 15.4 件となり、テキスタイル産地の方が企業数の減少が激しいことが分かった。ただし、産地によって企業数減少に状況には大きな差がある（0 件～402 件）ことを勘案すると、このデータだけで日本全体を推測するのは危険と考えられ、第 3 章記載の工業統計表の全国データや信用調査機関の発表数字等を参照すべきであろう。なお、グラフを一見して分かる通り、倒産に比べて転廃業の方がはるかに多く、後継者難や今後の経営見通し難のため手じまいしてしまう企業が多いことを物語っている。

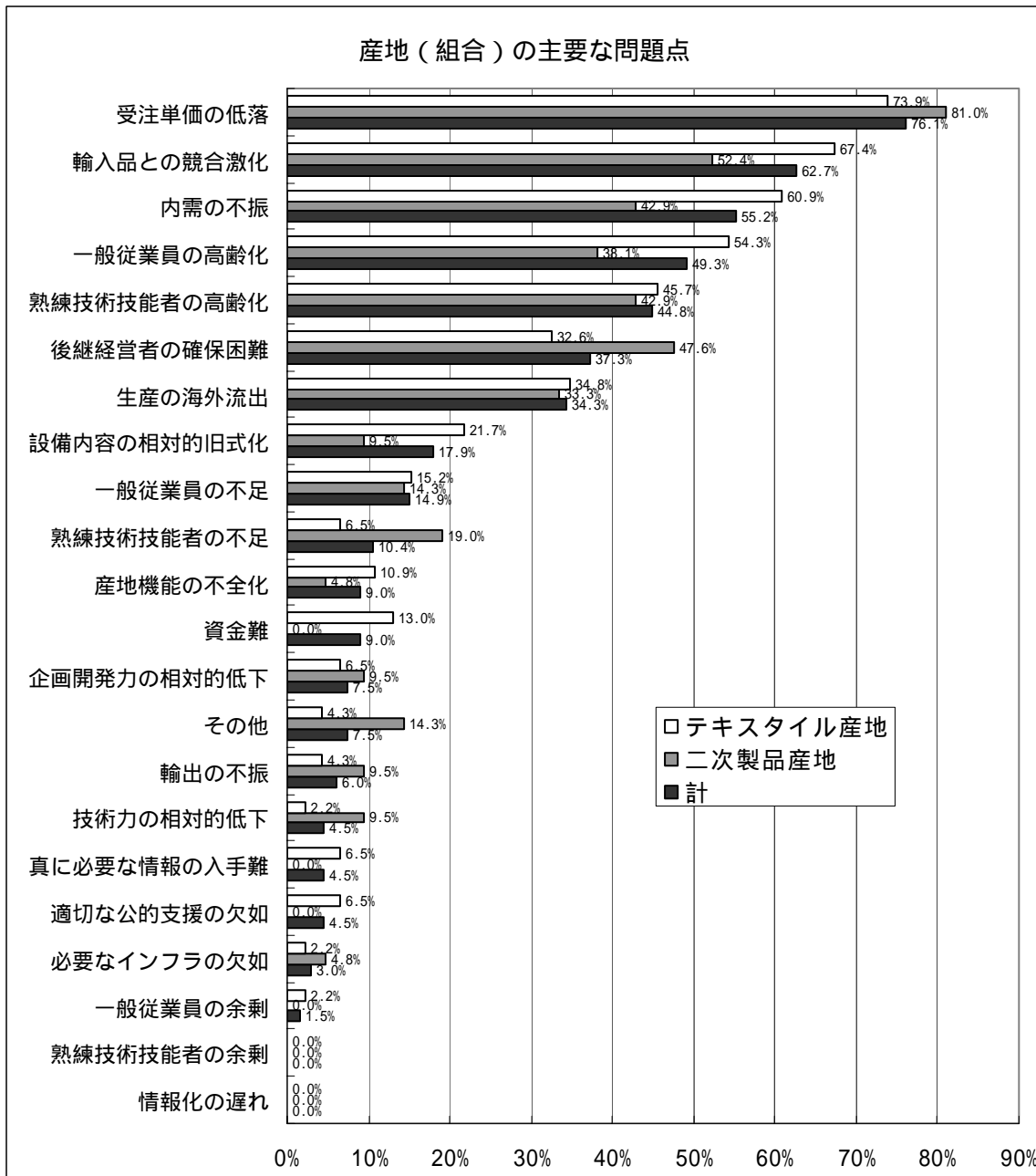
新規開業は極めて少なく、テキスタイル、二次製品産地とも 6 件であった。



#### 2-2-2-4 産地（組合）の主要な問題点（質問 15）

各産地（組合）における現在の主要な問題点につき、21 項目を例示して 5 項目まで選択願った（回答組合数；テキスタイル 46、二次製品 21）。その結果は次のグラフの通りであり、50%以上の組合が指摘した項目としては、テキスタイル産地では「受注単価の低落」73.9%、「輸入品との競合激化」67.4%、「内需の不振」60.9%、「一般従業員の高齢化」54.3%などが、二次製品産地では「受注単価の低落」81.0%、「輸入品との競合激化」52.4%などがあった。

なお、人材についてみると、「不足」よりも「高齢化」が大きな問題点として認識されていることが判明した。

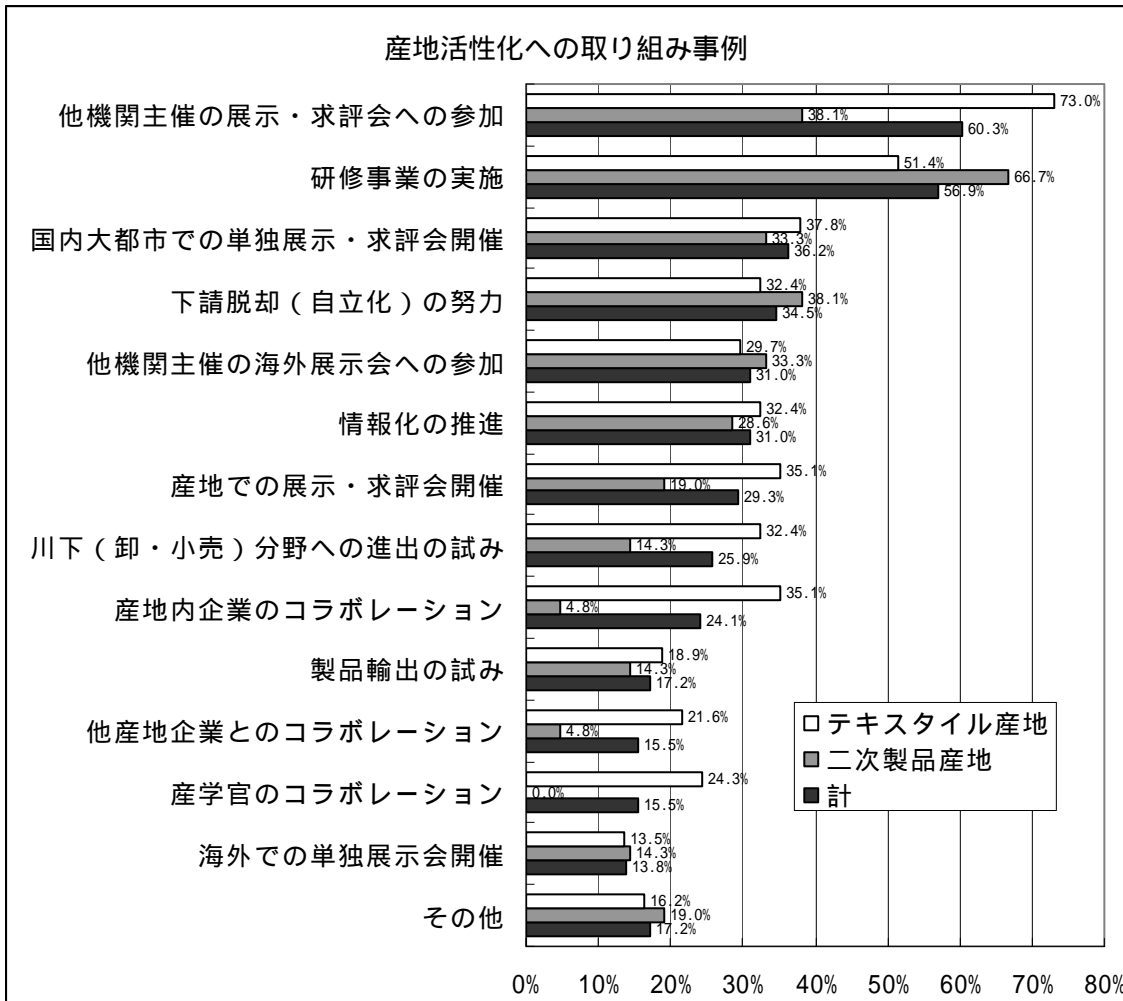


2-2-2-5 産地活性化への取り組み事例（質問10）

産地活性化への取り組みにつき 14 項目を例示し、各産地での実施状況を聞いた。その結果、テキスタイル産地では、もっとも多かった回答は「他機関主催の展示・求評会への参加」で 73.0%の組合が指摘した。次は「研修事業の実施」の 51.4%、第 3 位は「国内大都市での単独展示・求評会開催」の 37.8%であった。二次製品産地では、もっとも多かった回答は「研修事業の実施」の 66.7%、次は「他機関主催の展示・求評会への参加」と「下請脱却（自立化）の努力」が同率で 38.1%であった。

産地内や他産地企業とのコラボレーションについては、グラフに見る通り、テキスタイル産地ではかなり進んでいるのに対し、二次製品産地ではあまり進んでいない状況が明らか

かになった。



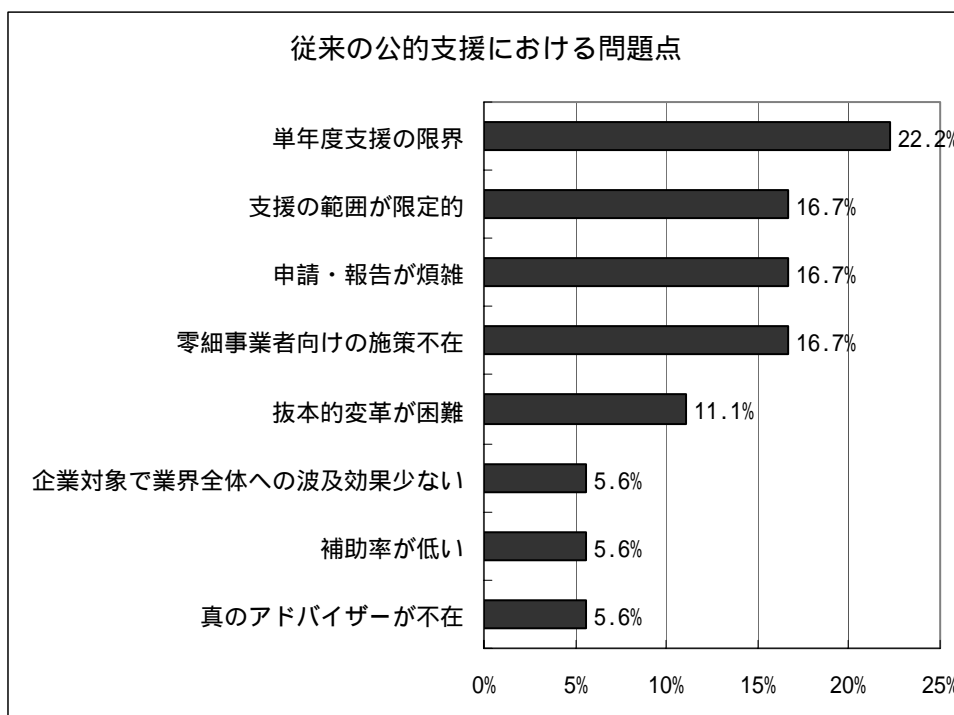
#### 2-2-2-6 公的な支援についての問題点と要望（質問 16）

公的な支援について、従来の公的支援における問題点、今後望まれる公的支援の2点につき自由記述方式で質問した。公的支援についてはテキスタイル、二次製品と区分してもあまり意味はないと考えられるので、以下、回答合計で調査結果を記述する。

##### 従来の公的支援における問題点

従来の公的支援における問題点については、18 組合から回答があった（テキスタイル産地 14 組合、二次製品産地 4 組合）。

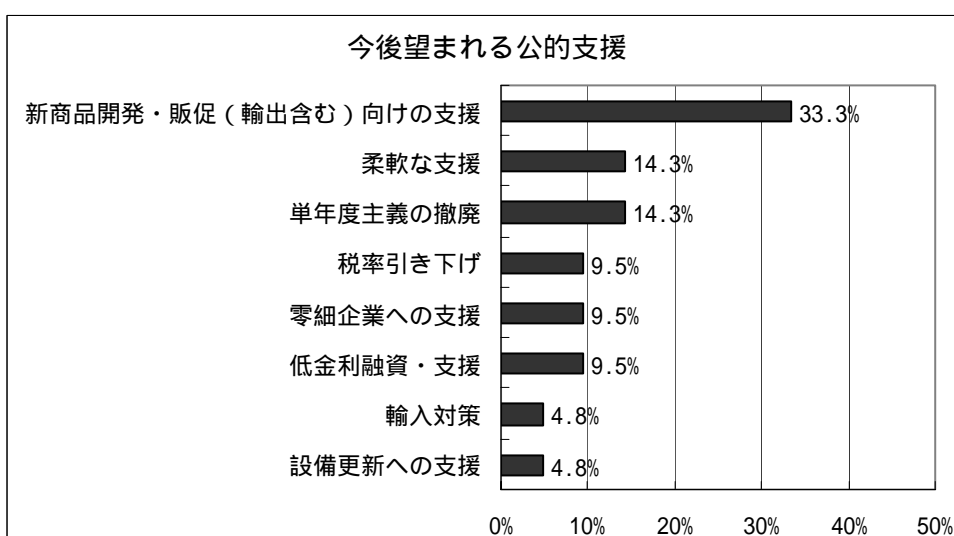
もっとも多かった指摘は「単年度支援の限界」で 22.2%の組合が指摘した（注：中小企業基盤整備機構の中小繊維製造事業者自立事業の場合、制約はあるにせよ複数年度にわたって支援を受けることが可能であり、現実に多数の事例がある）。次は「支援の範囲が限定的」「申請・報告が煩雑」「零細事業者向けの施策が不在」などで各 16.7%であった。これらが公的な支援についての主要な問題点と考えてよいと思われる。



#### 今後望まれる公的支援

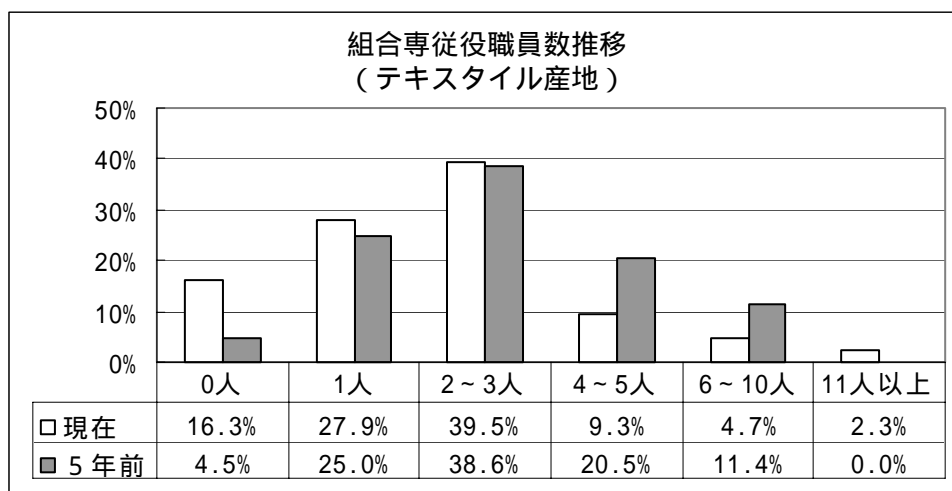
今後望まれる公的支援については、21 組合から回答があった（テキスタイル産地 16 組合、二次製品産地 5 組合）。

もっとも多かった指摘は「新商品開発・販売促進（輸出含む）向けの支援」で 33.3%であった。次は「柔軟な支援」「単年度主義の撤廃」で各 14.3%であった。これらが今後望まれる公的な支援についての主要な要望と考えてよいと思われる。支援の「形式」ではなく「目的・内容」についての要望がトップに来ているのは、現在の繊維産地が置かれている切羽詰まった状況を反映しているように考えられる。



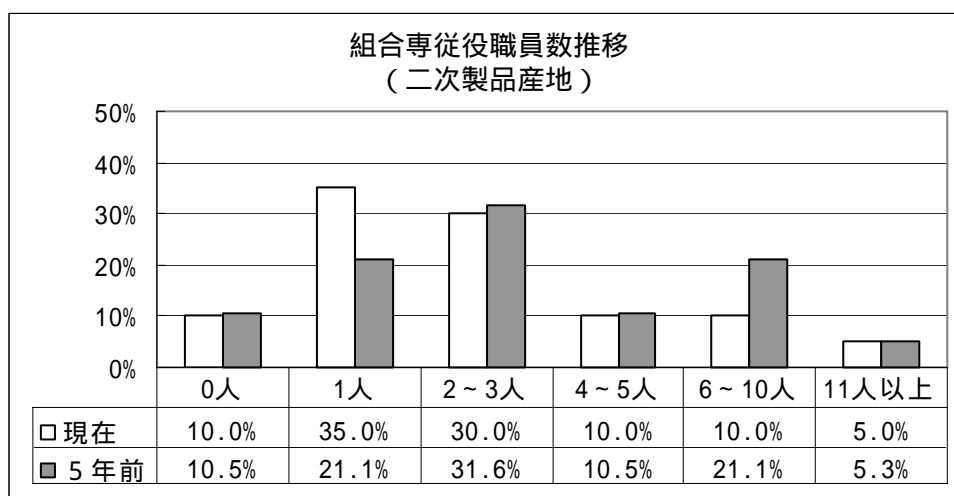
### 2-2-2-7 産地組合の現状（質問 18）

組合役職員数の5年前との比較、組合統廃合の動き等について質問した。専従と非専従に分けて聞いたが、非専従については組合によって理解に差があったらしく統一的な回答とならなかったため、ここでは専従役職員についてのみ報告する（回答組合数；テキスタイル産地 43～44 組合、二次製品産地 19～20 組合）。



テキスタイル産地組合の場合、前のグラフに見るように、「現在」の専従役職員数は2～3人がもっとも多くなっている（39.5%）。それより少ない組合は、1人が27.9%、専従不在（0人）が16.3%で計44.2%となっている。これに対して4人以上の組合は計16.3%に過ぎない。また、5年前と比較すると、グラフの分布から専従役職員数は減少傾向が激しいことが分かる。

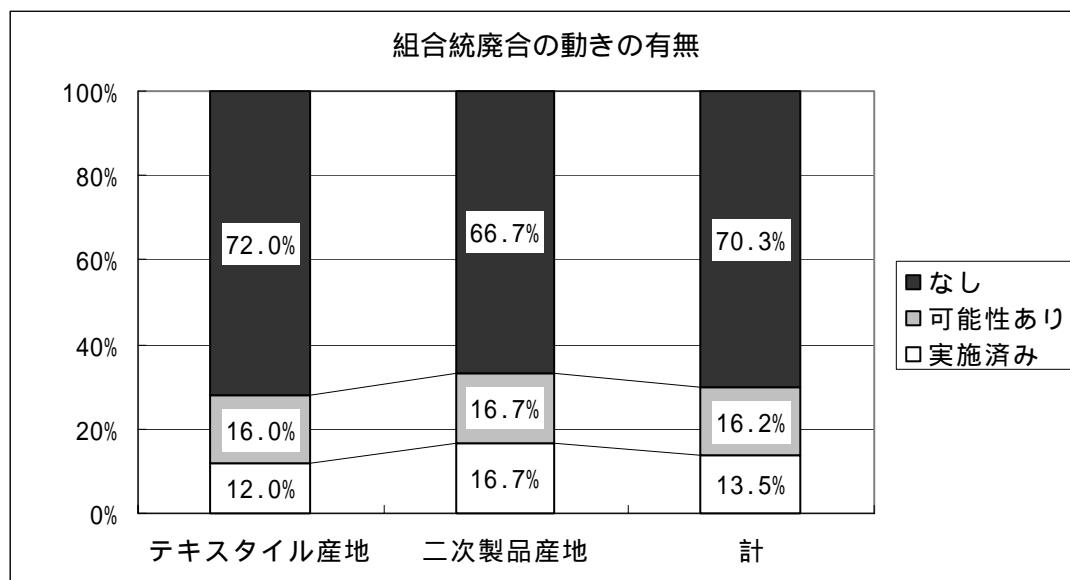
これに対して二次製品産地組合の「現在」は、2～3人は30.0%であり、それより少ない1人がもっとも多く35.0%、0人も10.0%あり、テキスタイル産地と比較すると少人数の組合が多くなっている。5年前と比べると、やはり専従役職員数は減少傾向にあることがグラフの分布から読み取れる。





### 2-2-2-8 組合統廃合の動き（質問 18）

最後に組合の統廃合の動きについて自由記述方式で質問した。その結果、テキスタイル産地からは 25 組合、二次製品産地からは 12 組合が回答した。



前のグラフに見るように、回答の大半は「統廃合の動きはない」とのことであったが、「可能性がある」との回答がテキスタイル産地で 16.0%、二次製品産地で 16.7% 存在し、また「すでに実施済み」との回答も、テキスタイル産地で 12.0%、二次製品産地で 16.7% 存在した。「可能性がある」と「実施済み」を加えると、テキスタイル産地は 28.0%、二次製品産地は 33.4% にのぼり、産地組合も変革の時代にあることが判明した。

## 2-3 産地企業対象アンケート調査結果

### 2-3-1 アンケート調査の概要

産地企業に対してその事業戦略、取引状況、企業間連携や産学官連携の状況、産地機能の状況、経営状況等を聞いた本アンケート調査は、平成 10 年度（繊維産業構造改善事業協会実施）及び平成 14 年度（中小企業総合事業団実施）の調査では実施しておらず、今回が初めてである。

調査対象は、（株）東レ経営研究所が自社のデータベースに蓄積していた産地企業リストを 2-2-1 項記載の各中央工連に追加・修正・削除いただいた 1,099 社とした。

調査の実施は発送・回収ともに郵送法により、発送は平成 19 年 11 月 16 日に実施、回答の投函期限は同年 12 月 5 日とした。なお、11 月 30 日にリマインドのための葉書を発送した。

その結果、363 社から有効な回答を得た。配達不能の企業が 29 社（ほとんどは廃業または倒産と推測される）あり、実質的な依頼数は 1,070 社であるため、回収率は 33.9%であった。

集計・分析は、テキスタイル企業と二次製品企業別にクロス集計して実施した。このように分類した理由は、前項の組合対象調査と同様、製品の性格によって直面する問題点や意識にかなりの差があるのではないかと考えたからである。2 つの業種への分類は組合対象調査と同様とし、テキスタイル企業には織布、撚糸、染色、資材等を含め、二次製品企業には縫製、ニット、タオル、靴下等を含めた。その区分は調査票に発送前に付けておいた中央工連別の区分番号（中央工連がない業種にも番号を付与）によって行った。

回答企業数は、テキスタイル企業が 205 社、二次製品企業が 158 社であった。

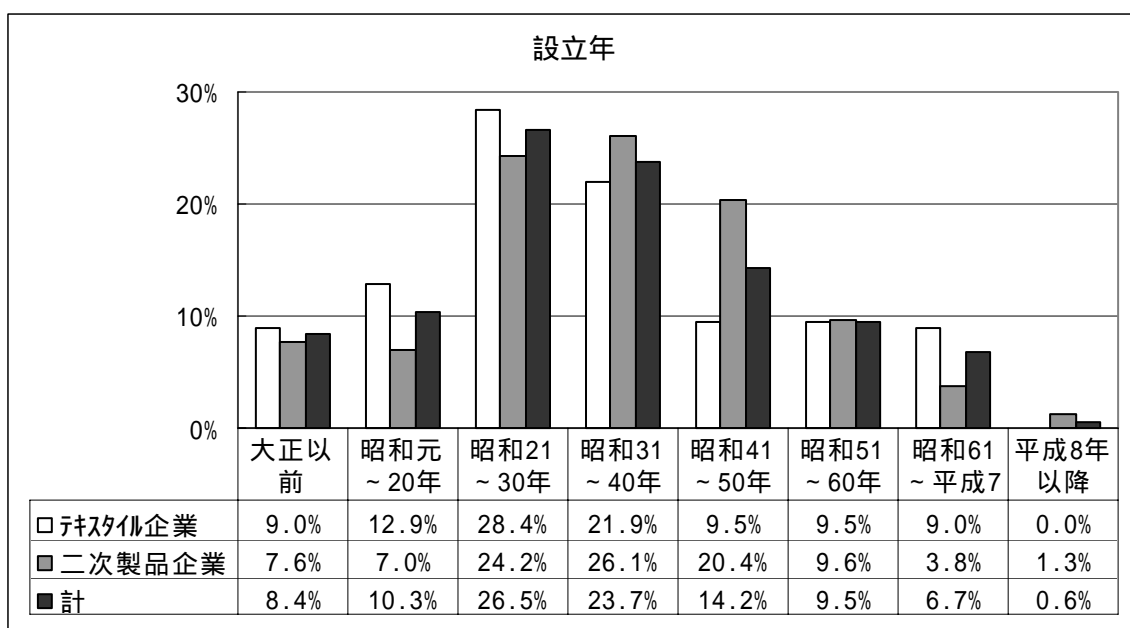
以下の集計結果の説明は、集計表よりも直感的に把握しやすいグラフを利用することとし、状況に応じて合計のみのグラフ、テキスタイル産地・二次製品産地・合計を表示したグラフ、その他を使い分けた。

### 2-3-2 アンケート調査結果の集計・分析

#### 2-3-2-1 回答企業の設立年（質問 2-1）

回答企業 358 社（テキスタイル企業 201 社、二次製品企業 157 社）の回答内訳は次のグラフの通りである。

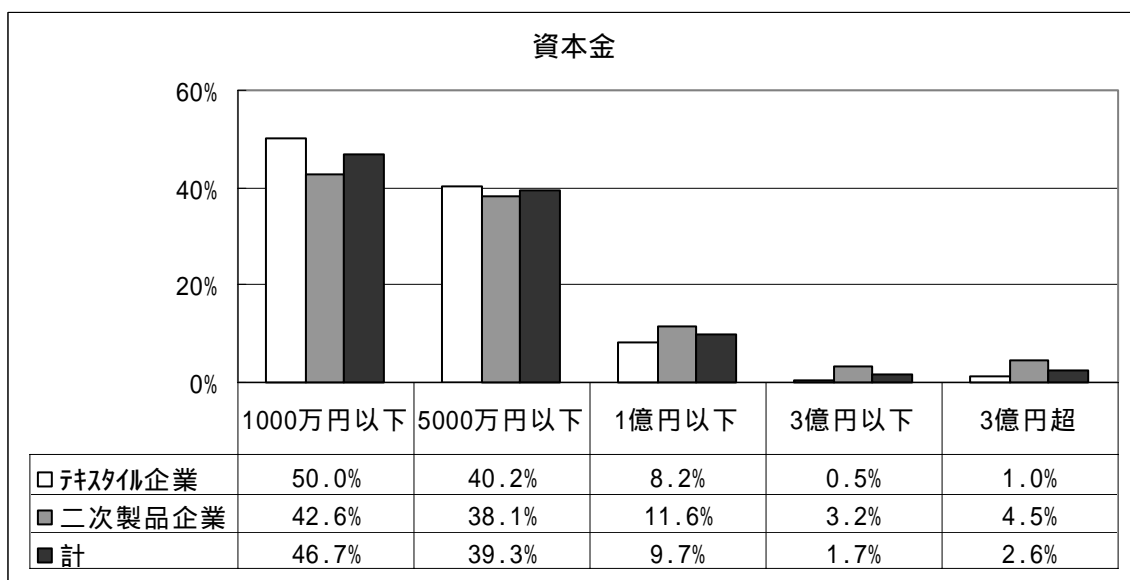
設立のピークは、テキスタイル企業にあつては「昭和 21～30 年」という第二次大戦直後の時期にあり、二次製品企業にあつてはその 10 年後の「昭和 31～40 年」がピークとなっている。その後、設立数は漸減し、平成 8 年以降は極めて少なく、産業の重点が繊維から他に移行したことを示している。



### 2-3-2-2 回答企業の資本金（質問2-2）

回答企業 349 社（テキスタイル企業 194 社、二次製品企業 155 社）の回答内訳は次のグラフの通りである。

資本金を大括りに 5 区分して選択願ったが、産地企業の中小零細性を示すように、もっとも多かった回答は「1000 万円以下」で、テキスタイル企業の 50.0%、二次製品企業の 42.6% が指摘した。次は「5000 万円以下」で、それぞれ 40.2%、38.1% が指摘した。

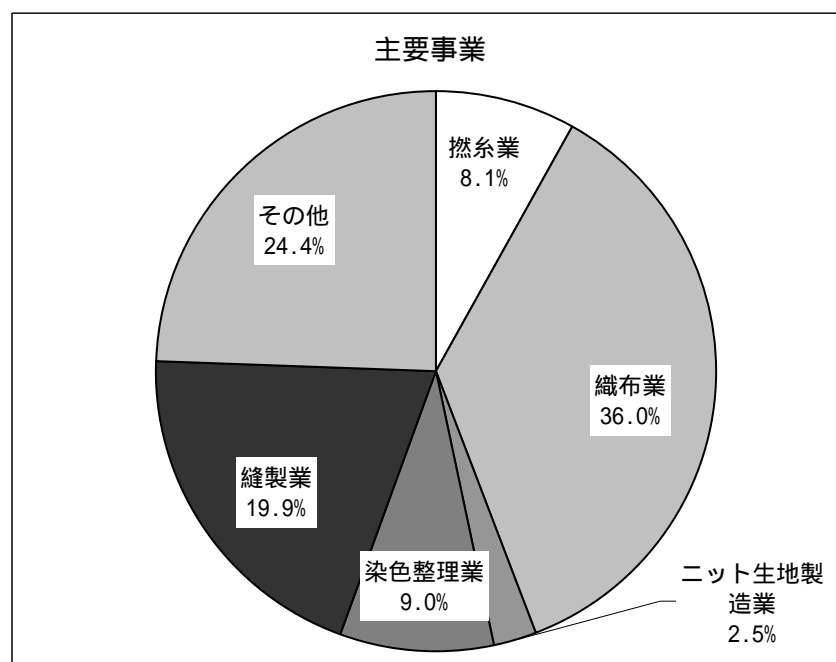


### 2-3-2-3 回答企業の主要事業（質問2-4）

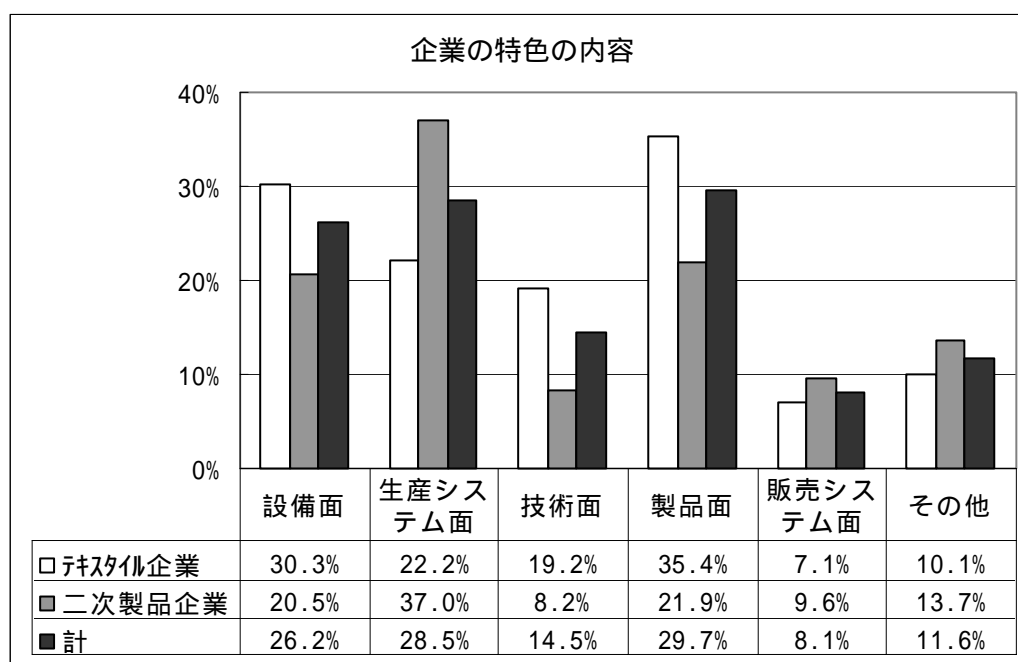
各社の主要事業につき、5 業種を例示し選択願った。その結果は次のグラフの通りであ

る。なお、既述したように、本アンケート調査の結果は各企業の上部の工連の性格別にテキスタイル企業と二次製品企業に分類・クロス集計しており、本項の回答結果をクロス集計したものではない。その理由は、「その他」で内容記載のない回答が約 1/4 あったことによる。

356 社が回答した中で、もっとも多かったのは織布業で 128 社 36.0%、次は縫製業で 71 社 19.9%であった。



#### 2-3-2-4 設備・技術・経営の特色（質問 2-5）



各社の設備・技術・経営等の特色を自由記述願った結果、計 172 社（テキスタイル企業 99 社、二次製品企業 73 社）が記入した（全回答企業 363 社の 47.4%）。

その結果を分類すると前のグラフの通り、テキスタイル企業では「製品面」に特色があるとする回答がもっとも多く 35.4%であった。次は「設備面」の 30.3%、第 3 位は「生産システム面」の 22.2%であった。「技術面」とする企業も 19.2%あった。

二次製品企業では順位が入れ替わり、もっとも多かった回答は「生産システム面」で 37.0%、次は「製品面」の 21.9%、第 3 位は「設備面」の 20.5%であった。テキスタイル企業では「製品」に、二次製品企業では「生産システム」に特長があると考えている企業がもっとも多いという結果であった。

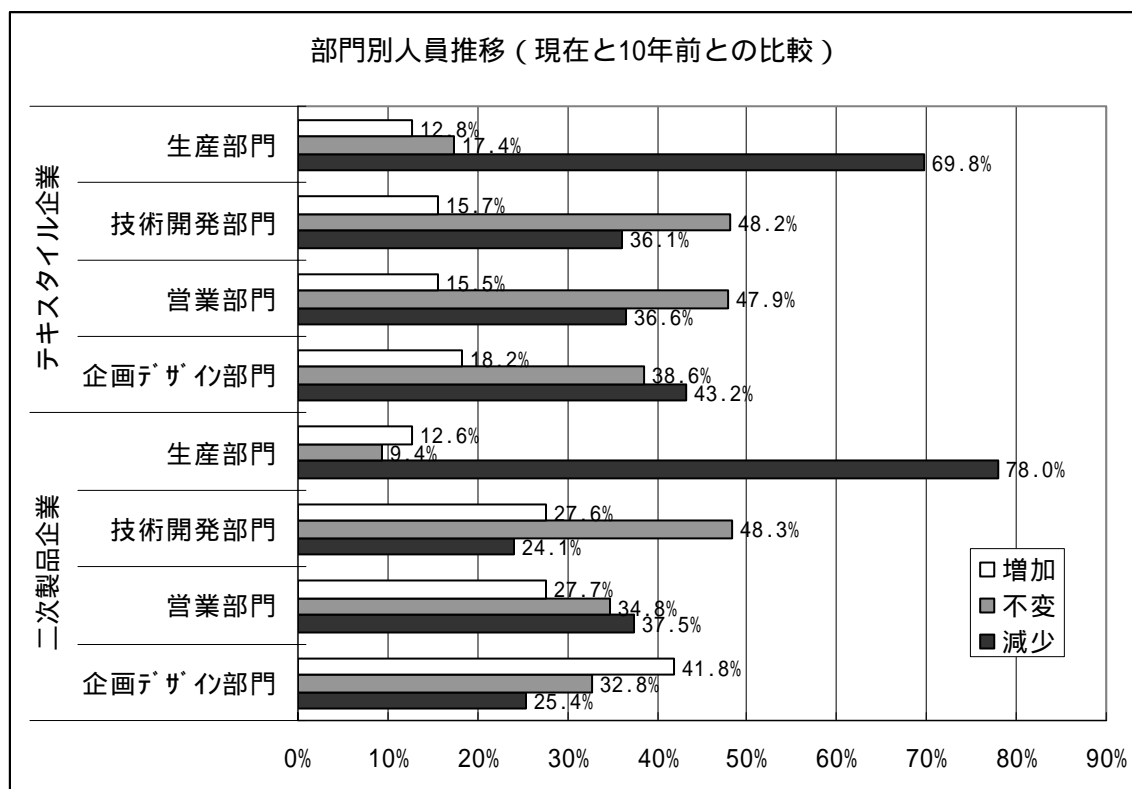
これに対し、産地企業の「経営自立化」に大きな役割を果たすべき「販売システム」に特長があると考えている企業は、テキスタイル 7.1%、二次製品 9.6%と少なかった。

（注：1 社で複数の記述をした企業もあり、%の合計は 100 を超えている）

#### 2-3-2-5 社内体制（質問 2-6）

回答各社における、生産部門、技術開発部門、営業部門、企画デザイン部門の 4 部門について、現在の人数と 10 年前の人数を聞いた。その結果、 は 299 社、 は 141 社、 は 254 社、 は 111 社から、現在と 10 年前の両方に記入のある回答を得た。

その回答を、現在の人数が 10 年前と比較して「増加」したか、「不変」か、「減少」したかに分類したのが次のグラフである。



グラフを一見して分かる通り、テキスタイル企業、二次製品企業とも、生産部門において「減少」した企業の割合が極めて大きいことが分かる。とくに二次製品企業では「減少」した企業の割合が78.0%に達し、生産の海外流出が激しかったことを物語っている。

技術開発部門は、テキスタイル企業では「減少」企業が「増加」企業を2倍以上上回っており、技術開発に注力する余地がなかった企業が多かったことを物語っている。これに対し二次製品企業では「増加」と「減少」が拮抗しており、技術開発に熱心に取り組む企業がある一方、それほどでもない企業もあることが分かる。

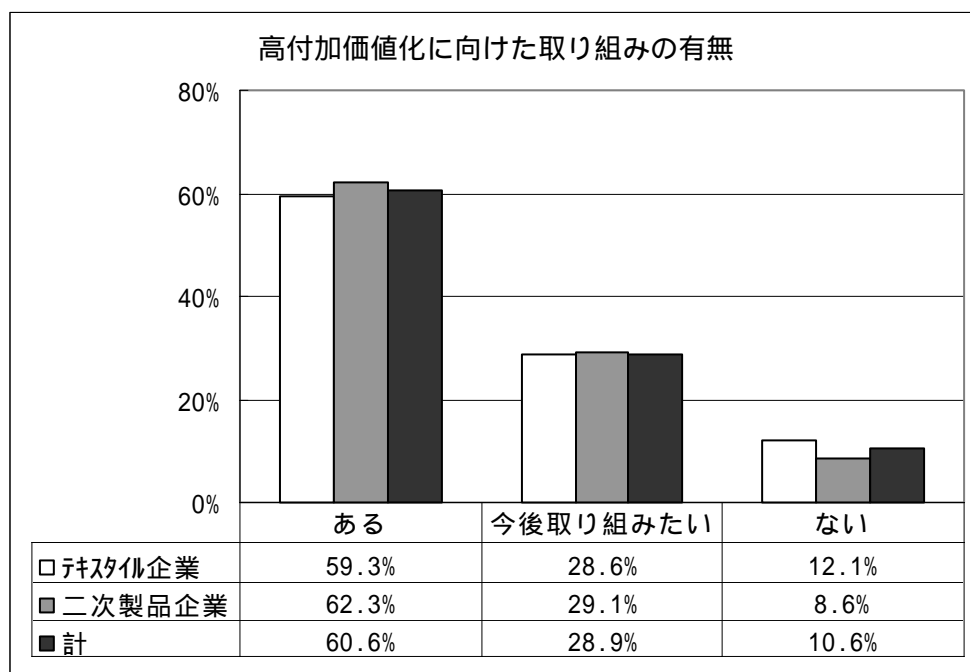
営業部門は、テキスタイル企業では「減少」が著しい。二次製品企業では「増加」企業と「減少」企業に二極分化の傾向が見られ、販売展開に積極的に努力している企業の割合が多いことを物語っている。

企画デザイン部門は、テキスタイル企業では「減少」させた企業の割合が多いのに対し、二次製品企業では「増加」させた企業の割合の方が大きくなっていて対照的である。

#### 2-3-2-6 企業戦略：高付加価値化に向けた取り組みの有無（質問3-1、3-2）

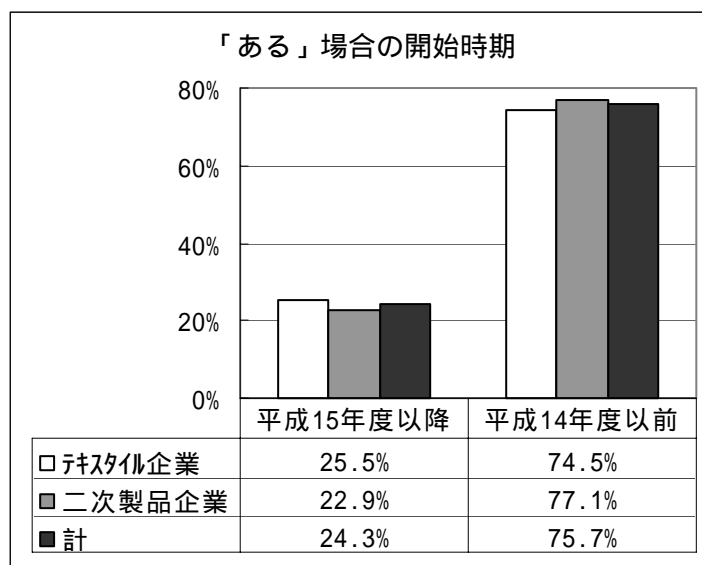
ここでの「高付加価値化に向けた取り組み」とは、新製品・新用途・新販路の開拓、その他により、企業収益を向上させる努力を意味している。

合計350社（テキスタイル企業199社、二次製品企業151社）が回答した中で、取り組みが「ある」という回答は、次のグラフに示す通り、60.6%と高率であり、また「今はないが、今後取り組みたい」との回答は28.9%あった。90%近い企業が高付加価値化に向けた取り組みを現在しているか、今後する予定であることが判明した。テキスタイル企業と二次製品企業の差はほとんどなかった。



取り組みの開始時期については、繊維産業政策における大きな転換点と評価される中小企業基盤整備機構の中小繊維製造事業者自立事業の開始年度である平成15年を取り上げ、それより前とそれ以降に分けてみた。

その結果は次のグラフの通り、平成15年以降に取り組みを開始したのは24.3%で、多くの企業は以前から高付加価値化に向けた取り組みを実施してきたことが判明した。テキスタイル企業と二次製品企業の差はほとんどなかった。

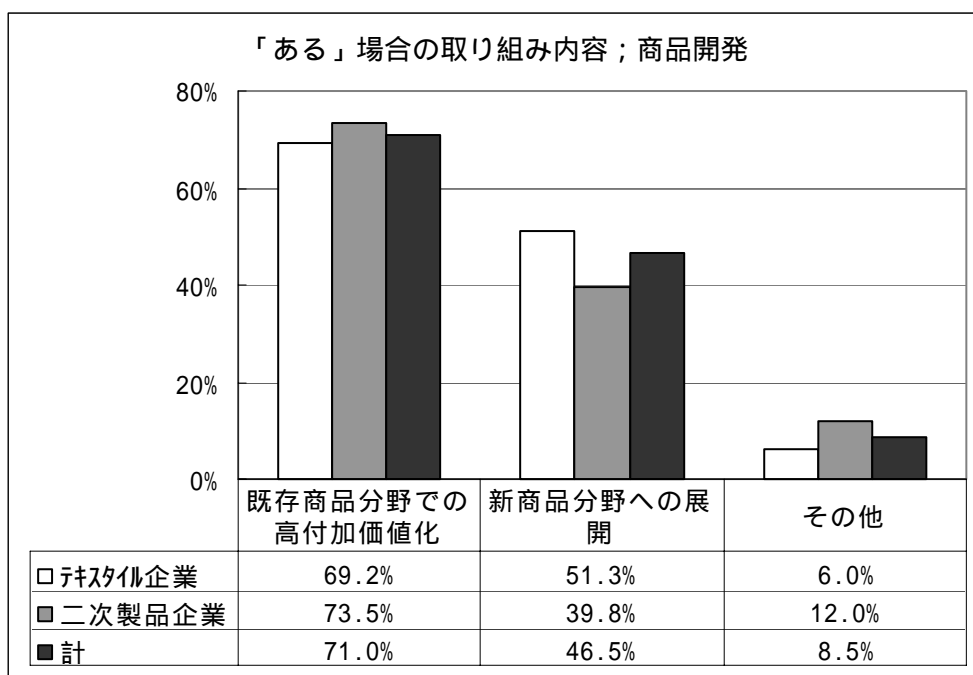


#### 2-3-2-7 企業戦略：取り組みの内容（質問3-3）

高付加価値化に向けた取り組みが「ある」と回答した企業を対象に、取り組みの内容につき、商品の開発、生産工程の合理化、経営の合理化、新販路の開拓の4分野について、それぞれ回答選択肢を示して複数回答可の方式で質問した。

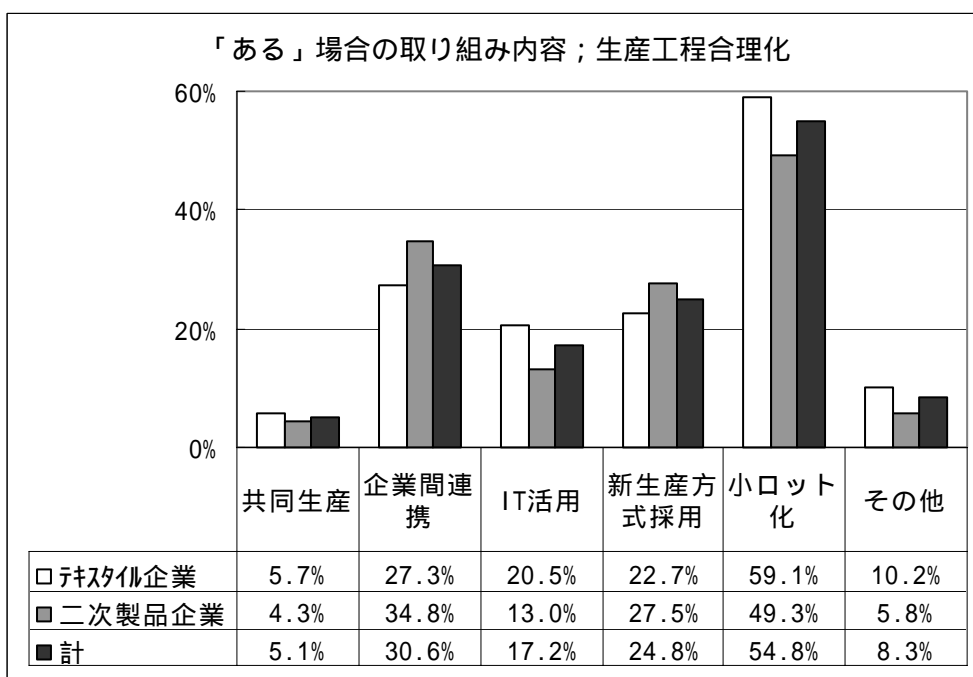
##### 商品開発分野（質問3-3-A）

合計350社（テキスタイル企業117社、二次製品企業83社）の回答は、次のグラフに見る通り、テキスタイル企業においても二次製品企業においても「既存商品分野での高付加価値化」の指摘がもっとも多く69.2%と73.5%とほぼ同率だった。しかし「新商品分野への展開」については、テキスタイル企業が51.3%だったのに対し二次製品企業では39.8%と、テキスタイル企業の方が新分野への取り組みに熱心な様子が判明した。



#### 生産工程の合理化（質問3-3-B）

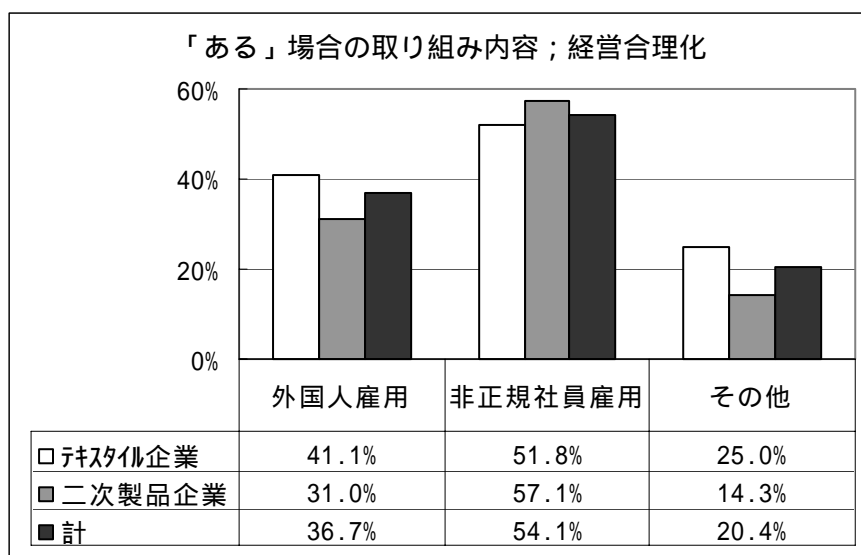
合計 157 社（テキスタイル企業 88 社、二次製品企業 69 社）が回答した結果は、次のグラフの通り、「小ロット化」がもっとも多く指摘を受けた（テキスタイル企業 59.1%、二次製品企業 49.3%）。また、「企業間連携」や「共同生産」など、企業が手を組んで生産工程の合理化を図ろうとする動きも、テキスタイルで 33.0%、二次製品で 39.1%の企業が指摘した。





### 経営の合理化（質問3-3-C）

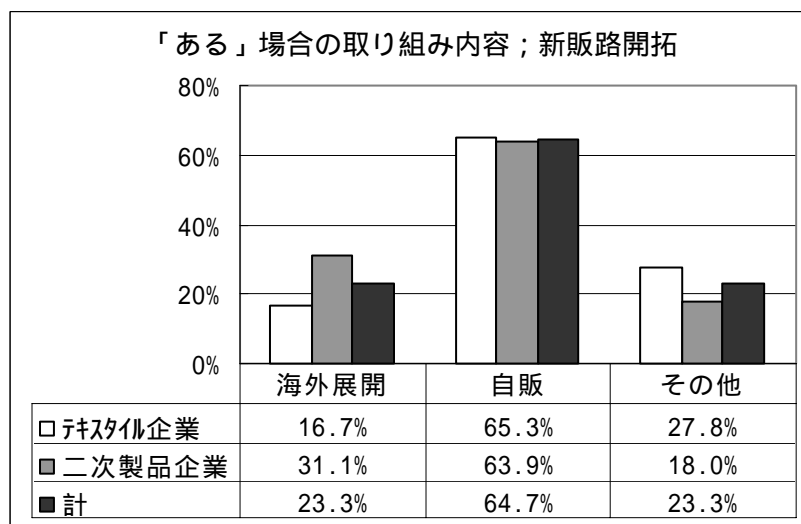
経営の合理化については「外国人雇用」と「非正規社員雇用」の2つを例示したが、合計98社（テキスタイル企業56社、二次製品企業42社）が回答した結果は、テキスタイル企業においては「外国人雇用」が41.1%で「非正規社員雇用」が51.8%、二次製品企業においては31.0%と57.1%で、ともに非正規社員への依存の方が多いとの結果であった。



### 新販路の開拓（質問3-3-D）

新販路の開拓について、合計133社（テキスタイル企業72社、二次製品企業62社）の回答内容を見ると、「自販」の比率が高く、テキスタイルで65.3%、二次製品で63.9%の企業が指摘した。下請から脱却し、自販を目指そうとする動きが強く感じられる結果であった。

また、「輸出」も二次製品企業においては31.1%の企業が指摘し、大きな動きになりつつあることが判明した。しかし、テキスタイル企業では16.7%に過ぎず、比較的少数の企業の動きにとどまっていることが判明した。



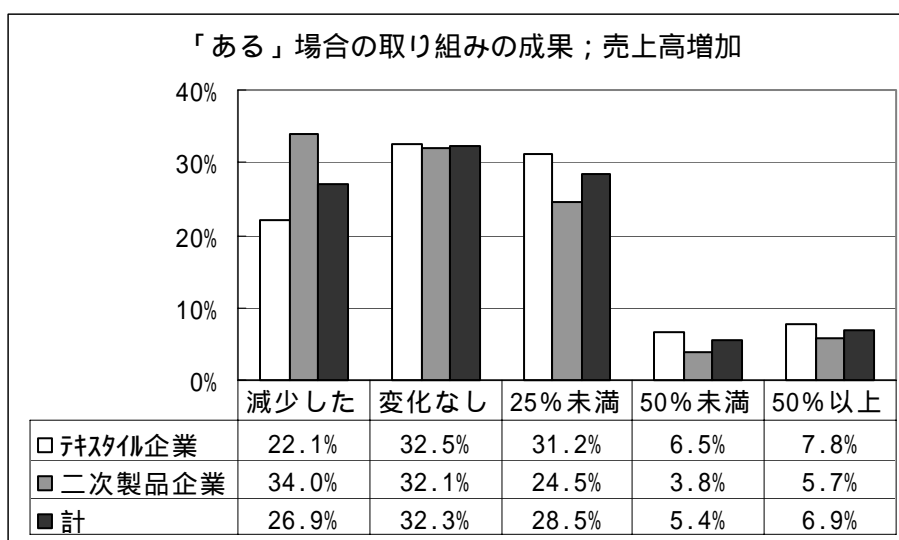
なお、これら以外の「その他」の動きについては合計7社が指摘したに過ぎなかった。

### 2-3-2-8 高付加価値化に向けた取り組みの成果（質問3-4）

企業戦略として高付加価値化に向けた取り組みが「ある」と回答した企業を対象に、その成果として、売上高及び、利益の増加状況を聞いた。

#### 売上高の増加（質問3-4-A）

合計130社（テキスタイル企業77社、二次製品企業53社）が回答した結果は次のグラフの通りである。



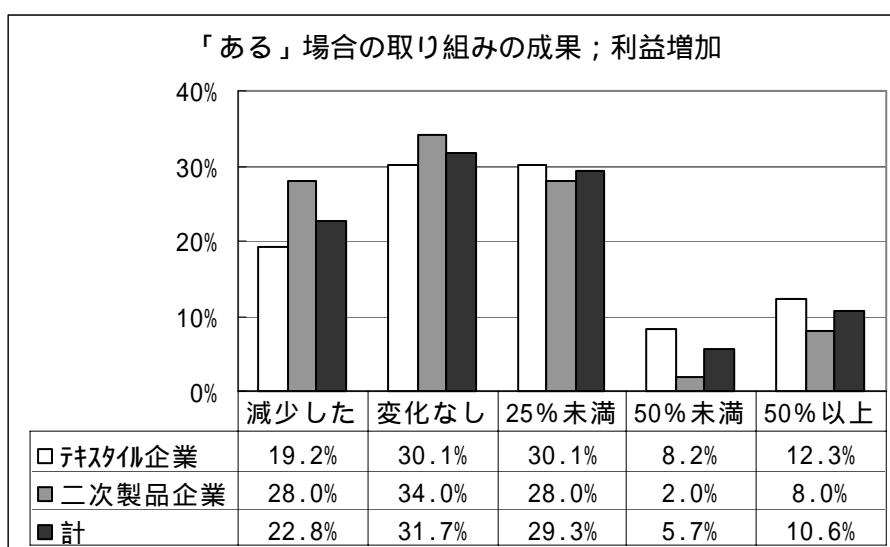
テキスタイル企業においては、売上高が「減少した」との回答が22.1%であったのに対し、「増加した」との回答は合計44.7%あった（「増加」が「減少」の2.0倍）。二次製品企業においては、「減少」と「増加」がともに34.0%であった（「増加」が「減少」の1.0倍）。取り組みの成果はテキスタイル企業においてよく現れていると見られる。

#### 利益の増加（質問3-4-B）

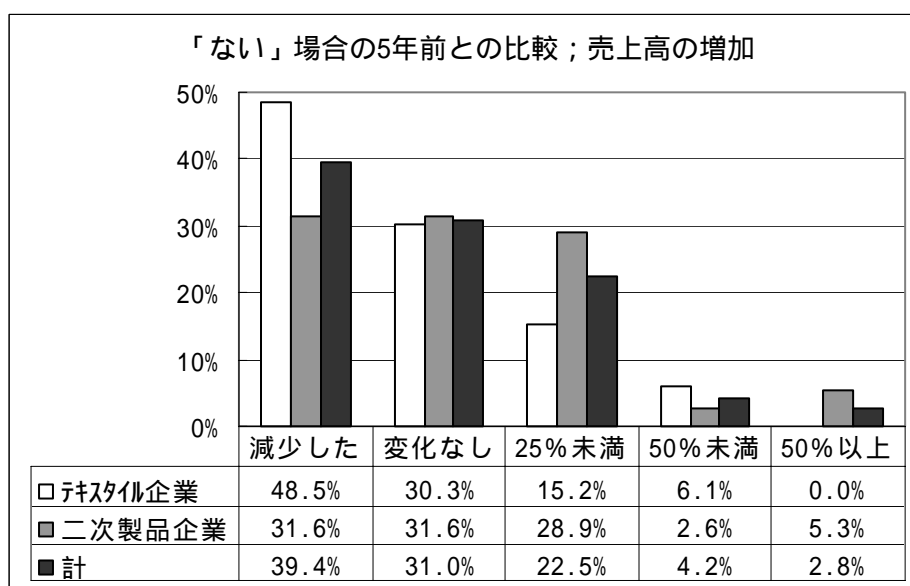
合計123社（テキスタイル企業73社、二次製品企業50社）が回答した結果は次のグラフの通りである。

テキスタイル企業においては、売上高が「減少した」との回答が19.2%であったのに対し、「増加した」との回答は合計50.6%あった（「増加」が「減少」の2.6倍）。二次製品企業においては、「減少」が28.0%に対し「増加」が38.0%であった（「増加」が「減少」の1.6倍）。利益面でも、取り組みの成果はテキスタイル企業においてよく現れていると見られる。

こうした売上、利益の状況を見ると、繊維産業全体では企業数の激減が続いている中、高付加価値化戦略に取り組んだ企業の健闘ぶりが目立つ結果と言えよう。



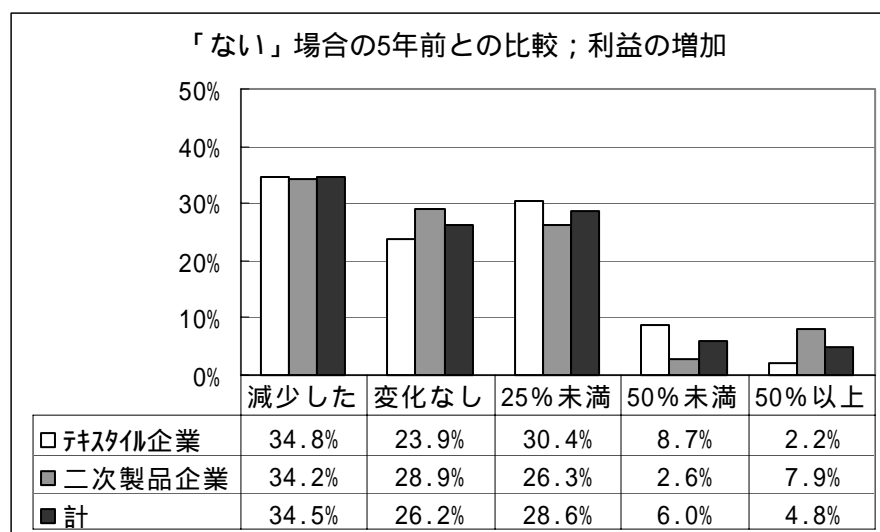
なお、同じ質問で、高付加価値化に向けた取り組みが「ない」と答えた企業に対し、5年前の売上高、利益との比較を聞いている。売上高については合計 71 社（テキスタイル企業 33 社、二次製品企業 38 社）、利益については合計 84 社（テキスタイル企業 46 社、二次製品企業 38 社）が回答した内容は次の 2 枚のグラフの通りである。



売上高については、テキスタイル企業は「減少」48.5%、「増加」21.3%（「増加」が「減少」の 0.44 倍）、二次製品企業は「減少」31.6%、「増加」36.8%（「増加」が「減少」の 1.2 倍）と言う結果であり、利益については、テキスタイル企業は「減少」34.8%、「増加」41.3%（「増加」が「減少」の 1.2 倍）、二次製品企業は「減少」34.2%、「増加」36.8%（「増加」が「減少」の 1.1 倍）と言う結果であった。

それぞれの結果における「減少」と「増加」の対比を見ると、二次製品企業の売上高においてのみ、取り組み「あり」の企業よりも「なし」の企業の方が割合が大きくなってい

るが、その他はすべて、「あり」の企業の方が「なし」の企業の割合を上回っており、高付加価値化に向けた企業の取り組みの成果は「出ている」と見て良いであろう。

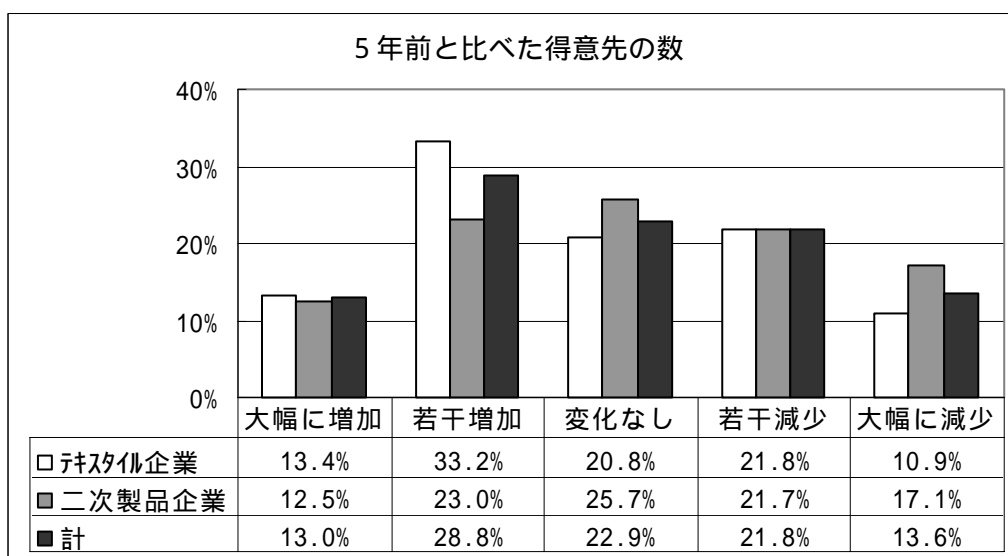


#### 2-3-2-9 得意先との取引の状況（質問4）

得意先（注：売買取引においては販売先、委託加工取引においては委託加工の発注者）との取引の状況について、5年前と比べた得意先の数、取引基本契約書を締結している得意先の割合、5年前と比べた基本契約締結得意先の割合、基本契約の履行率、5年前と比べた基本契約の履行率、個別契約書（発注書）を締結している得意先の割合、

5年前と比べた個別契約書（発注書）締結得意先の割合、個別契約書（発注書）の履行率、5年前と比べた個別契約書（発注書）の履行率、契約（発注）が遵守されないケースがある場合、どの方面での問題が多いかなど、多方面から質問した。質問によって203～354社（テキスタイル企業107～202社、二次製品企業203～348社）から回答があった結果を次に示す。

#### 5年前と比べた得意先の数（質問4-2）



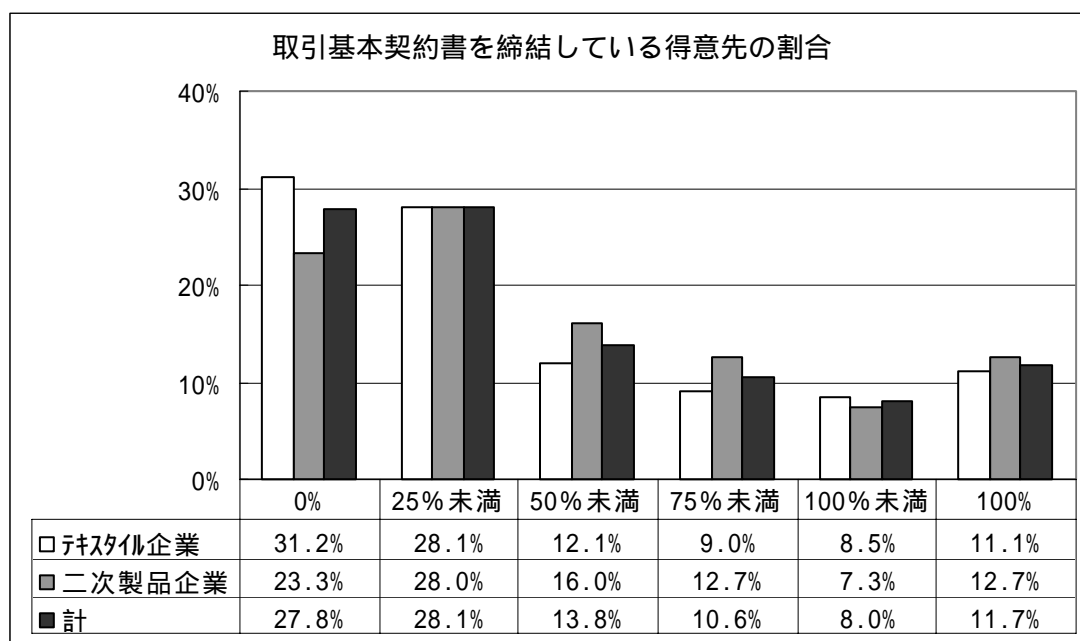
回答は前のグラフに見る通り、「大幅に増加」から「大幅に減少」まで、幅広く分散していて、企業差が大きいことが分かる。この結果を「増加」と「減少」に分けてみると、テキスタイル企業では「増加」46.6%に対し「減少」32.7%で、この5年間で得意先数を増やした企業の方が多いが、二次製品企業では35.5%と38.8%で、ほぼ拮抗していた。

取引基本契約書を締結している得意先の割合（質問4-3）

取引基本契約書はこれまでいくつかのモデルが繊維業界に提示されてきているが、公正・円滑な取引を展開するための最重要事項として、その締結普及が永年にわたって推進されてきているものである。

合計349社（テキスタイル企業199社、二次製品企業150社）が回答した結果は次のグラフの通りである。

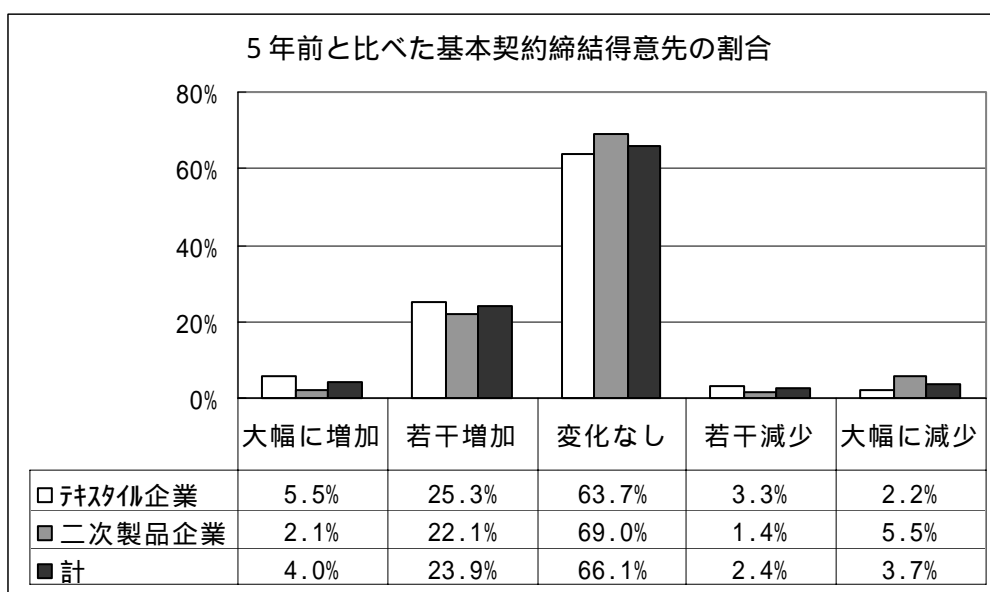
取引基本契約書を締結している得意先は「ない」という回答は、テキスタイル企業で31.3%、二次製品企業で23.3%あり、逆に、すべての得意先と締結しているという回答は、テキスタイル企業では11.1%、二次製品企業では12.7%と低かった。また、締結率も低い企業が多く、取引基本契約書の締結はまだ普及途上にあるようである。とくに、テキスタイル企業において普及率が低いと言えよう。



5年前と比べた基本契約締結得意先の割合（質問4-4）

取引基本契約書締結の普及速度はどのようなものか、5年前の状況を聞いた結果、327社（テキスタイル企業182社、二次製品企業145社）が回答した中で、「増加した」との回答はテキスタイル企業で30.8%、二次製品企業で24.2%であった。これに対し「減少した」という回答は、5.5%と6.9%と少なかった。

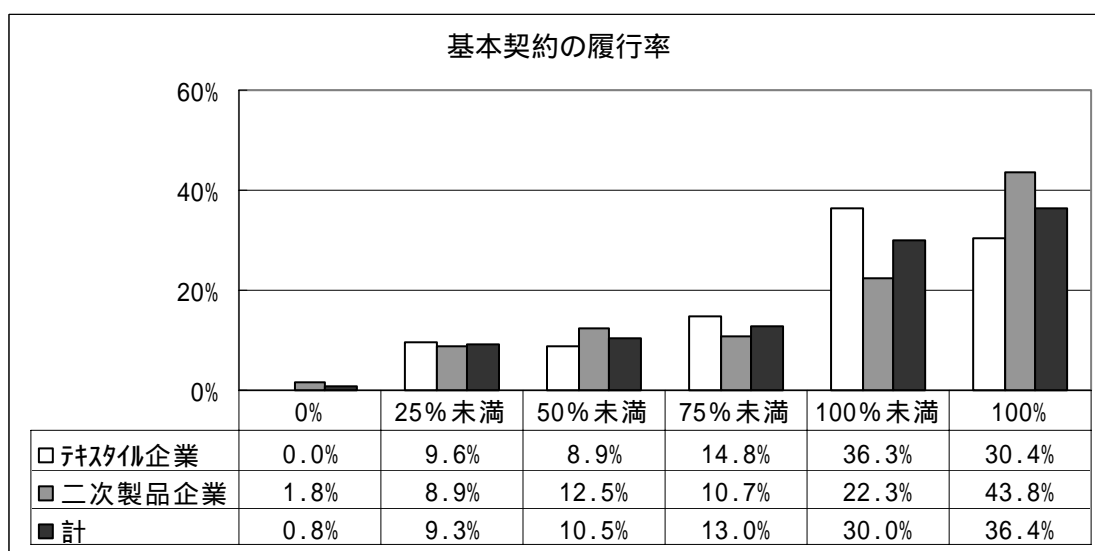
取引基本契約書締結の普及はまだ途上ではあるが、かなり早いスピードで普及しつつあると見て良いのではなかろうか。



#### 基本契約の履行率（質問4-5）

たとえ基本契約書を締結しても、それが履行されなければ何にもならない。基本契約の履行率については、基本契約を締結している企業から合計 247 社（テキスタイル企業 135 社、二次製品企業 112 社）が回答した。

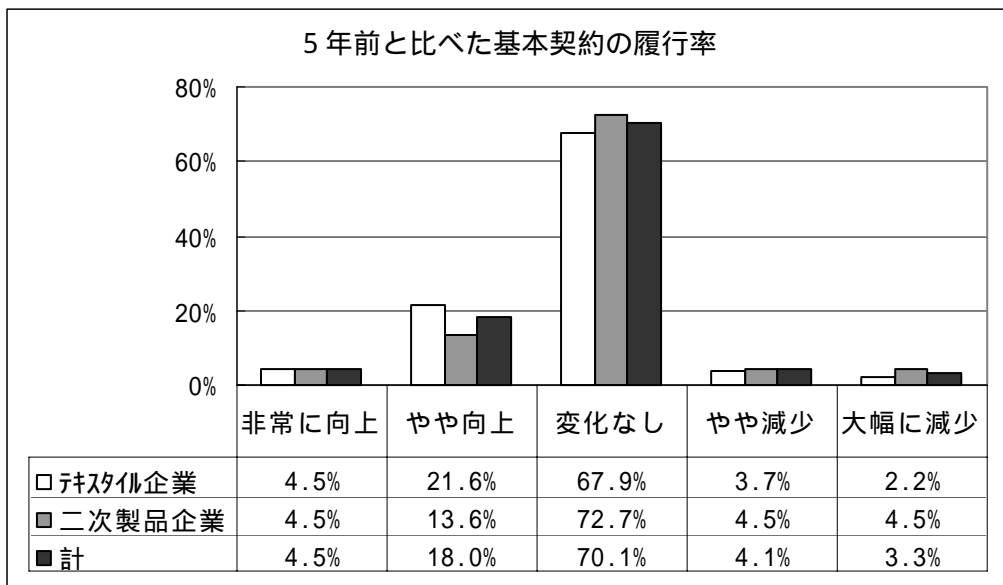
その結果、次のグラフの通り、比較的多くの得意先が基本契約を履行していることが判明した。



#### 5年前と比べた基本契約の履行率（質問4-6）

基本契約の履行率はどのように変わってきたのかを知るため、5年前の状況を聞いた。合計 244 社（テキスタイル企業 134 社、二次製品企業 110 社）が回答した結果は次のグラフの通りであり、「変化なし」がもっとも多いものの、「向上」がテキスタイル企業 26.1%、二次製品企業 18.1%であったのに対し、「減少」は 5.9%と 9.0%と少なく、緩やかなペー

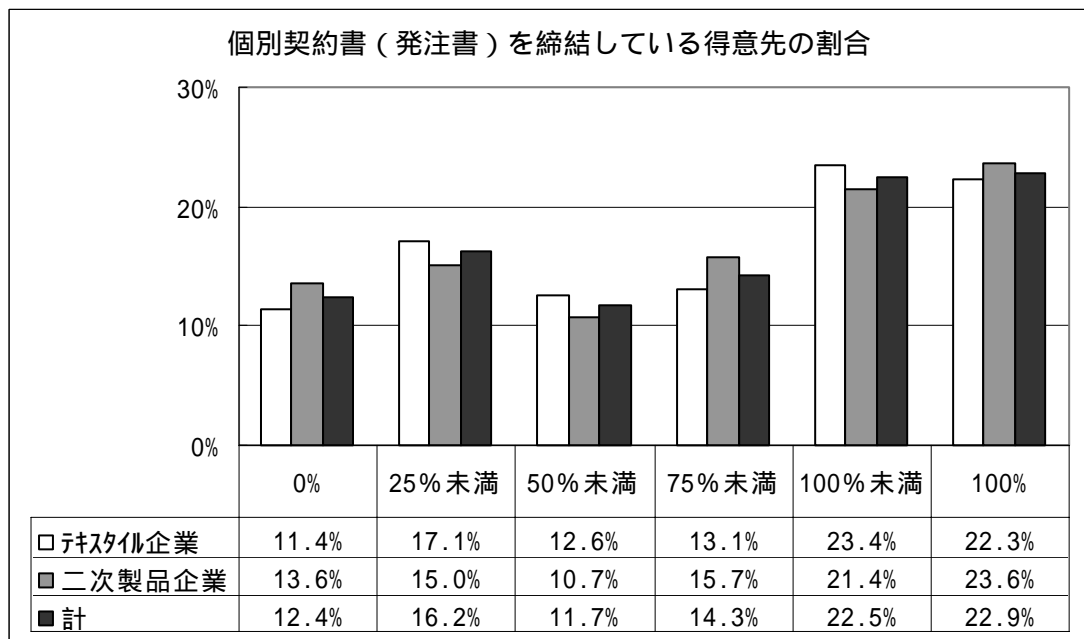
スなから履行率は向上の傾向を示していると見ることができよう。



個別契約書（発注書）を締結している得意先の割合（質問4-7）

基本契約書が継続的な取引関係にある当事者間で取引の基本的な事項について取り決めておく包括的な契約であるのに対し、個別契約書は個々の取引について取り決めるものであり、繊維業界においては発注書とそれに対する請書の形式をとることも多い。

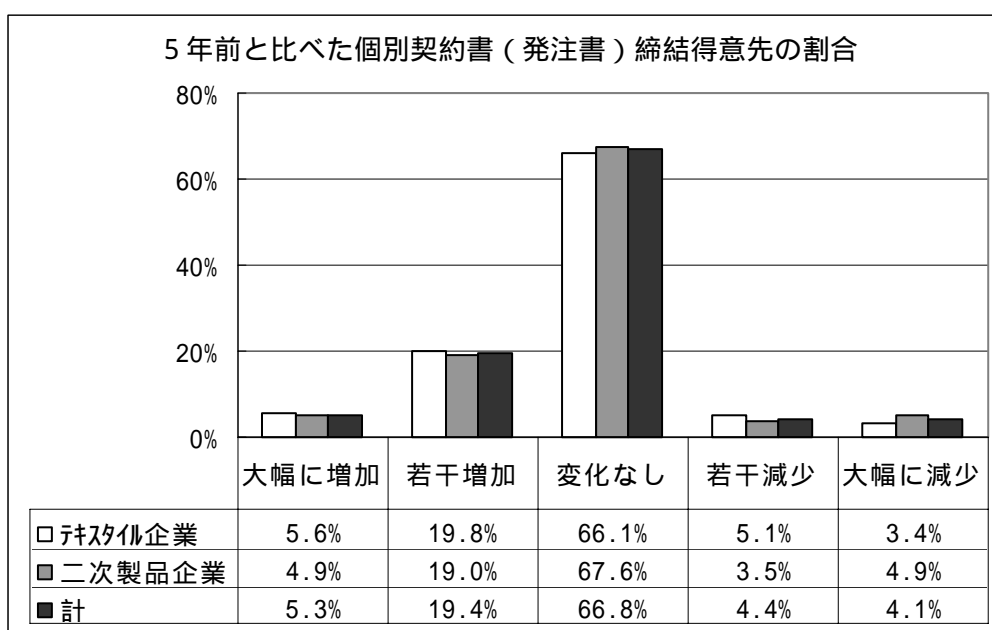
この個別契約書を締結している得意先の割合について聞いた結果、合計 315 社（テキスタイル企業 175 社、二次製品企業 140 社）が回答した。その結果は次のグラフの通り、テキスタイル企業、二次製品企業とも幅広く分散しており、おそらく各企業が所属する個別業界の商慣行を反映しているのではないかと推測される。



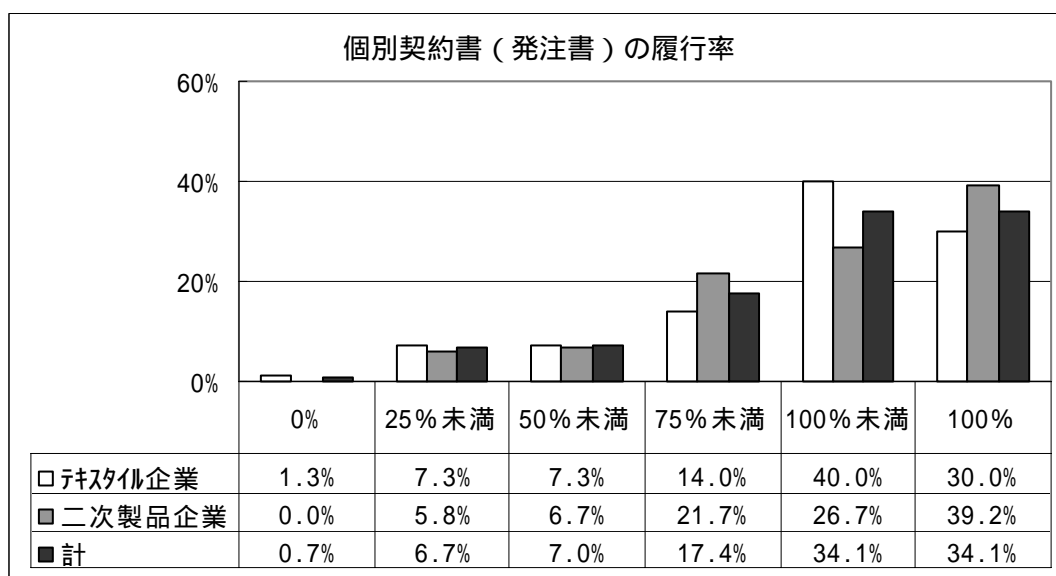
個別契約書を締結している得意先の割合が 50%未満の企業が、テキスタイル企業で 41.1%、二次製品企業で 39.3%あり、契約締結のさらなる普及が望まれるところである。

#### 5年前と比べた個別契約書（発注書）締結得意先の割合（質問4-8）

個別契約書締結の普及速度はどのようなものか、5年前の状況を聞いた結果、319社（テキスタイル企業177社、二次製品企業142社）が回答した中で、「変化なし」が過半を占めたが、「増加した」との回答がテキスタイル企業で15.4%、二次製品企業で23.9%あった。これに対し「減少した」という回答は、8.5%と8.4%と少なく、緩やかながら個別契約書締結は普及しつつあると見てよさそうである。



#### 個別契約書（発注書）の履行率（質問4-9）

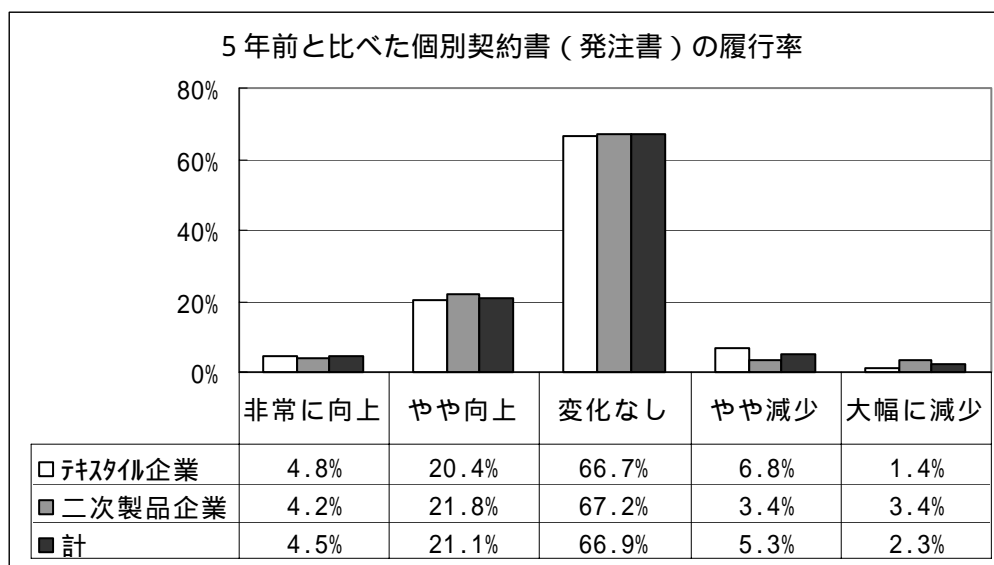




たとえ個別契約書を締結しても、それが履行されなければ何にもならない。個別契約の履行率については、個別契約を締結している企業から合計 270 社（テキスタイル企業 150 社、二次製品企業 120 社）が回答した。

その結果、前のグラフの通り、比較的多くの得意先が個別契約を履行していることが判明した。

5 年前と比べた個別契約書（発注書）の履行率（質問 4-10）



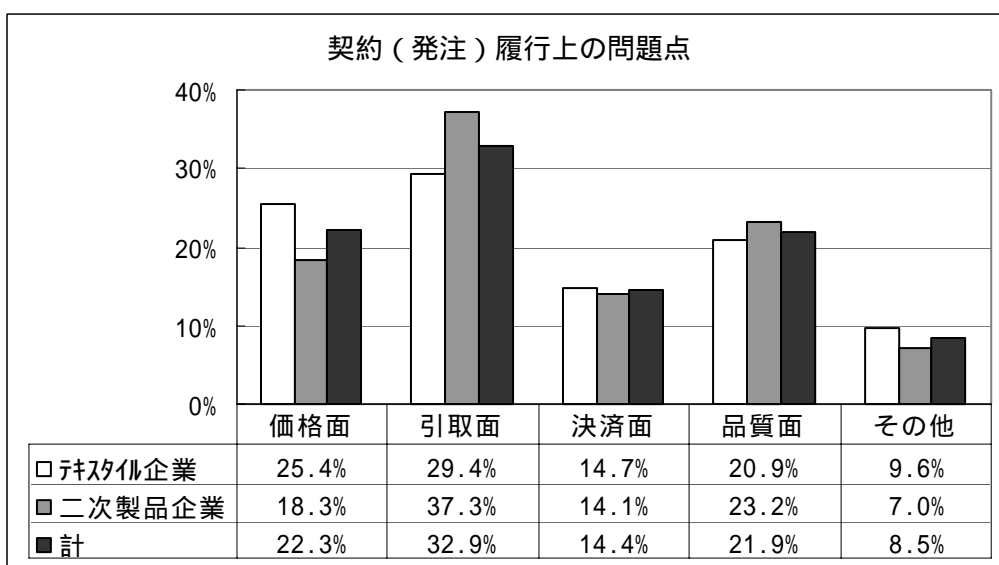
個別契約の履行率はどのように変わってきたのかを知るため、5 年前の状況を聞いた。合計 266 社（テキスタイル企業 147 社、二次製品企業 119 社）が回答した結果は前のグラフの通りであり、「変化なし」がもっとも多いものの、「向上」がテキスタイル企業 25.2%、二次製品企業 26.0%であったのに対し、「減少」は 8.2%と 6.8%と少なく、緩やかなペースながら履行率は向上の傾向を示していると見ることができよう。

契約（発注）が遵守されないケースがある場合、どの方面での問題が多いか（質問 4-11）

契約が履行されない場合、どの方面での問題が多いのかについて、価格、引取、決済、品質、その他の各項目を示して聞いたところ、合計 319 社（テキスタイル企業 177 社、二次製品企業 142 社）が回答した。

テキスタイル企業では、もっとも多かった回答は「引取面」で、回答企業の 29.4%が指摘した。次は「価格面」で 25.4%が指摘した。第 3 位は品質面で 20.9%の指摘率であった。

二次製品企業では、もっとも多かった回答は同じく「引取面」で、回答企業の 37.3%が指摘した。テキスタイルに比べればかなり多い数字である。次は「品質面」で 23.2%、第 3 位は「価格面」で 18.3%であった。ともに「引取面」での問題が大きいことが判明した。



### 2-3-2-10 企業間連携の状況について（質問5）

複数の中小企業が互いに連携することによって新たな事業展開を生み出す「企業間連携」について、企業間連携の有無、連携が「ある」場合の目的、連携開始時期、連携相手の属性、連携相手の立地、連携の成果、連携の具体的内容、連携が「ない」場合の理由などを聞いた。ここでの「企業間連携」には、旧来の取引について旧来の取引先と緊密に連携することなどは含めていない。

#### 企業間連携の有無（質問5-1）

上述のような意味での企業間連携の有無について聞いた結果、合計 351 社（テキスタイル企業 198 社、二次製品企業 153 社）が回答を寄せた中で、企業間連携が「ある」という回答は 37.3%（テキスタイル企業では 35.4%、二次製品企業では 39.9%）であった。多くの企業が旧来の取引以外に新たな事業展開を求めて企業間連携を行っている状況が明らかとなった。

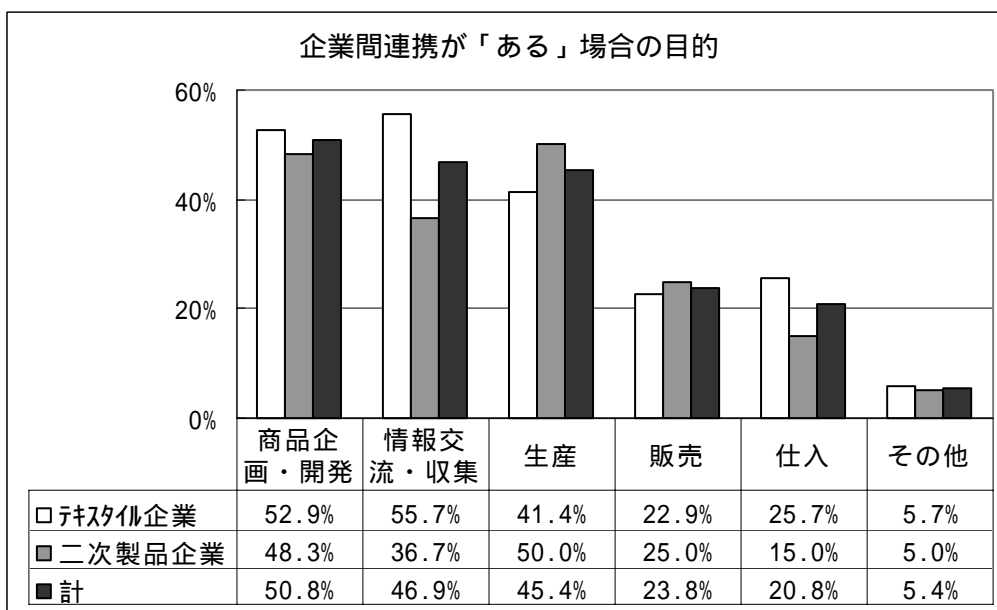
#### 連携が「ある」場合の目的（質問5-2）

企業間連携が「ある」場合、その目的について「商品企画・開発」「仕入」「生産」「情報交流・収集」「販売」「その他」の選択肢を示して聞いた結果、合計 130 社（テキスタイル企業 70 社、二次製品企業 60 社）が延べ 251 件の回答を寄せた。

テキスタイル企業では、もっとも多かった回答は「情報交流・収集」で回答企業の 55.7% が指摘した。次は「商品企画・開発」で 52.9%、第 3 位は「生産」の 41.1% で、これら 3 項目が主要な目的になっていると考えられる。

二次製品企業では、もっとも多かった回答は「生産」で回答企業の 50.0% が指摘した。次はほぼ同率の 48.3% で「商品企画・開発」であった。第 3 位は「情報交流・収集」( 36.7% ) で、これら 3 項目が主要な目的と考えられる。

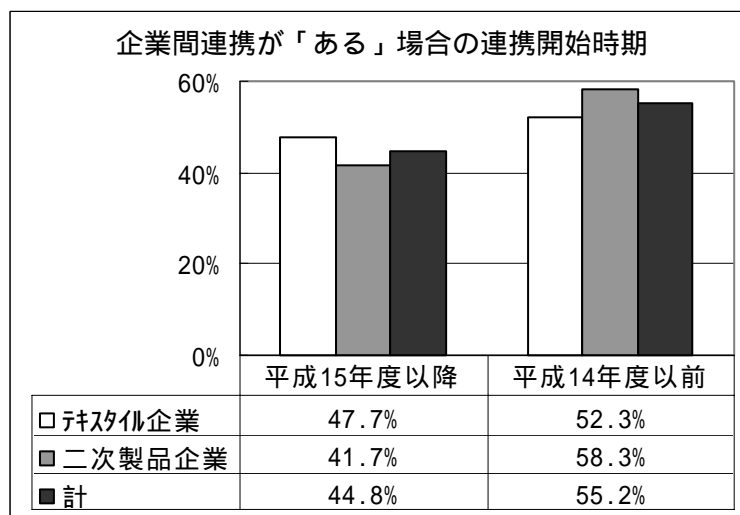
仕入面、販売面での連携は大きなウエートを占めてはいなかった。



**連携開始時期（質問 5 - 3）**

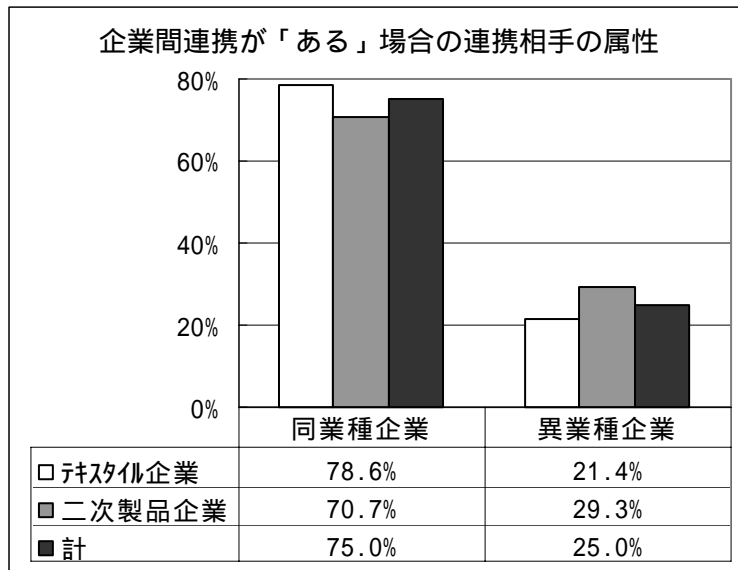
連携の開始時期については、繊維産業政策における大きな転換点と評価される中小企業基盤整備機構の中小繊維製造事業者自立事業の開始年度である平成 15 年を取り上げ、それより前とそれ以降に分けてみた。

その結果は次のグラフの通り、平成 15 年以降に取り組みを開始したのは、テキスタイル企業で 47.7%、二次製品企業で 41.7%で、テキスタイル企業の方が最近になって取り組みを開始したケースが多いことが判明した。



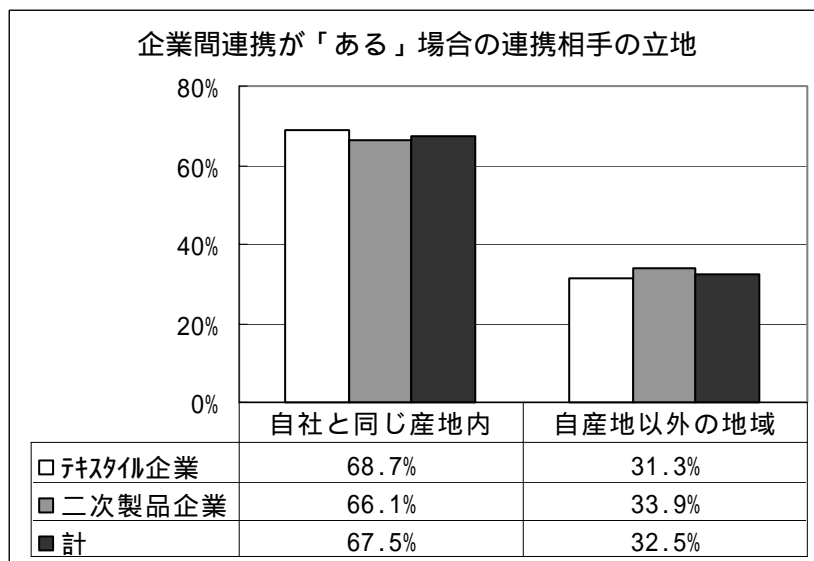
**連携相手の属性（質問 5 - 4）**

連携相手の属性について、同業種企業か異業種企業かを聞いたところ、合計 128 社（テキスタイル企業 70 社、二次製品企業 58 社）から回答があり、次のグラフの通り、「同業種企業」との連携が「異業種企業」との連携の 2 倍以上にのぼることが判明した。



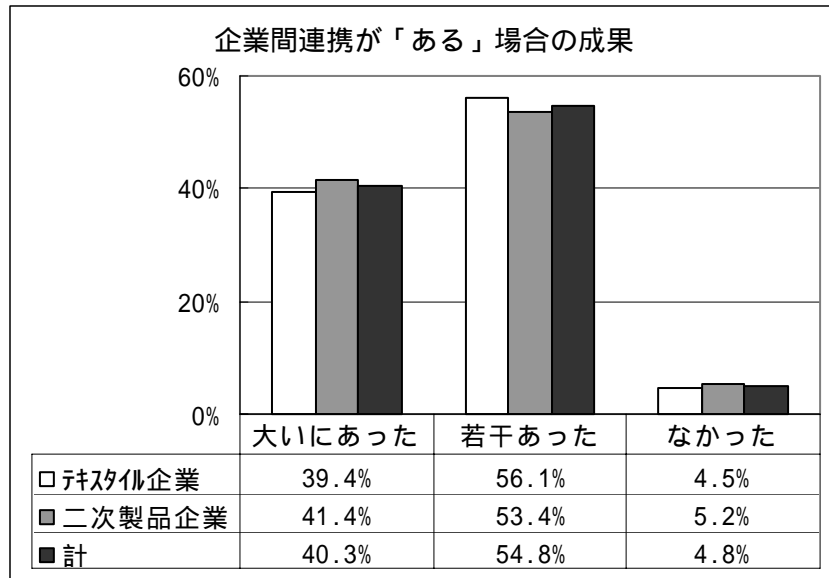
#### 連携相手の立地（質問 5 - 5）

連携相手の立地については 126 社（テキスタイル企業 67 社、二次製品企業 59 社）から回答があり、次のグラフのように「自社と同じ産地内」との回答が「自産地以外の地域」という回答の約 2 倍あった。企業間連携の中心が「同じ産地内の同業企業」との連携にあることが判明した。



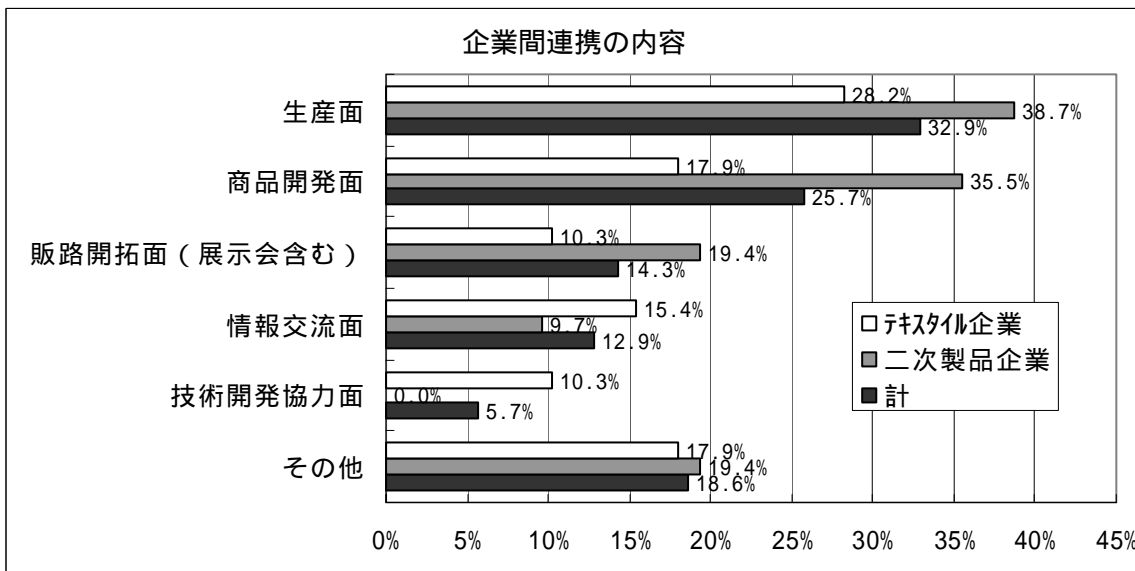
#### 連携の成果（質問 5 - 6）

連携の成果につき、「大いにあった」「若干あった」「なかった」の 3 区分で聞いた結果、合計 124 社（テキスタイル企業 66 社、二次製品企業 58 社）から回答があり、次のグラフの通り、テキスタイル企業では 95.5%、二次製品企業では 94.8%の企業が「効果があった」と回答しているので、連携は有効に働いているものと判断できる。



連携の具体的内容（質問 5 - 7）

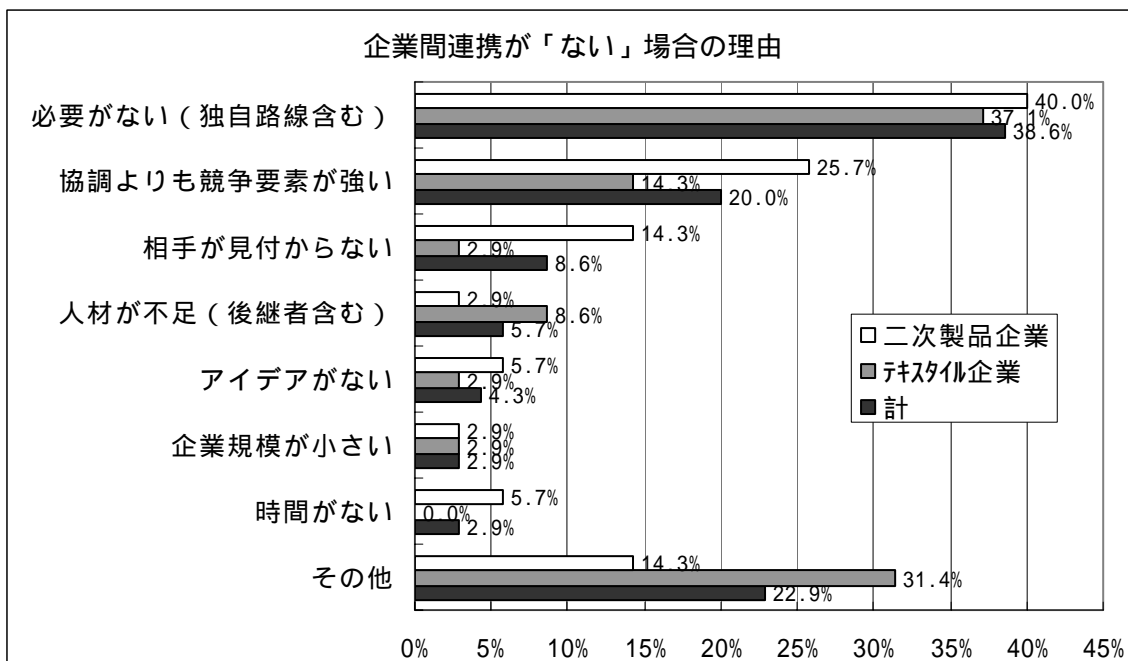
連携の具体的内容について記述方式で回答願ったところ、合計 70 社（テキスタイル企業 39 社、二次製品企業 31 社）から回答があった。その内容を分類した結果は次のグラフの通りで、テキスタイル企業でもっとも多かった連携内容は「生産面」で、28.2%の企業が指摘した。次は「商品開発面」（17.9%）、第 3 位は「情報交流面」（15.4%）であった。二次製品企業でもっとも多かった回答はやはり「生産面」で 38.7%の企業が指摘した。次は「商品開発面」で 35.5%、第 3 位は「販路開拓面」で 19.4%であった（1 社で複数内容の回答をした企業もあるため、合計は 100%を超えている）。



連携が「ない」場合の理由（質問 5 - 8）

連携が「ない」と回答した企業にその理由を聞いた結果、合計 70 社（テキスタイル企業、二次製品企業各 35 社）から回答があった。その主要な理由は「必要がない」で、そ

の中には独自路線をとっているので協調の必要はないという回答もいくつか見受けられた。また、競争が激しく協調には至らないという趣旨の回答も多く見受けられた。



### 2-3-2-1 1 産学官連携の状況について（質問6）

企業と大学や研究機関・試験所、自治体などが協働して新製品開発や新販路開拓に乗り出す産学官連携の状況について、連携の有無、連携がある場合の目的、開始時期、連携相手、連携相手の立地、連携の成果、連携の具体的内容、及び連携がない場合の理由について聞いた。

#### 連携の有無（質問6-1）

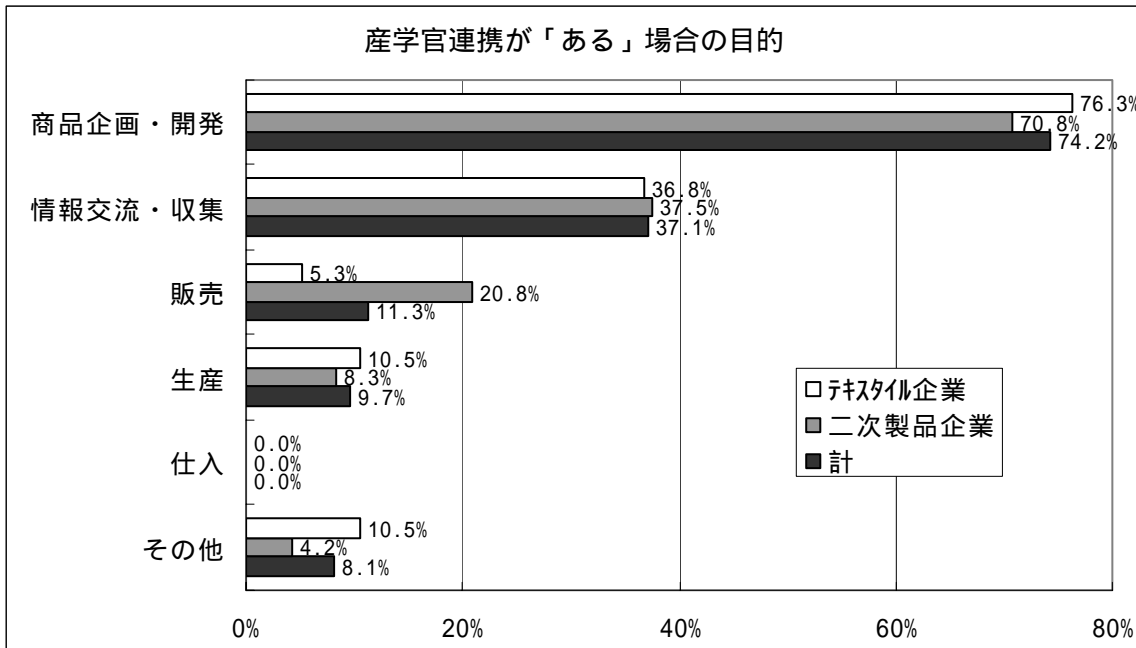
上述のような意味での産学官連携の有無について聞いた結果、合計 348 社（テキスタイル企業 196 社、二次製品企業 152 社）が回答を寄せた中で、企業間連携が「ある」という回答は 17.8%（テキスタイル企業では 19.4%、二次製品企業では 15.8%）で、企業間連携と比較すると連携の割合は少ないことが判明した。

#### 連携がある場合の目的（質問6-2）

企業間連携が「ある」場合、その目的について「商品企画・開発」「仕入」「生産」「情報交流・収集」「販売」「その他」の選択肢を示して聞いた結果、合計 62 社（テキスタイル企業 38 社、二次製品企業 24 社）が延べ 87 件の回答を寄せた。

テキスタイル企業では、もっとも多かった回答は「商品企画・開発」で回答企業の 76.3% が指摘した。次は「情報交流・収集」で 36.8%、第 3 位は「生産」の 10.5% であった。

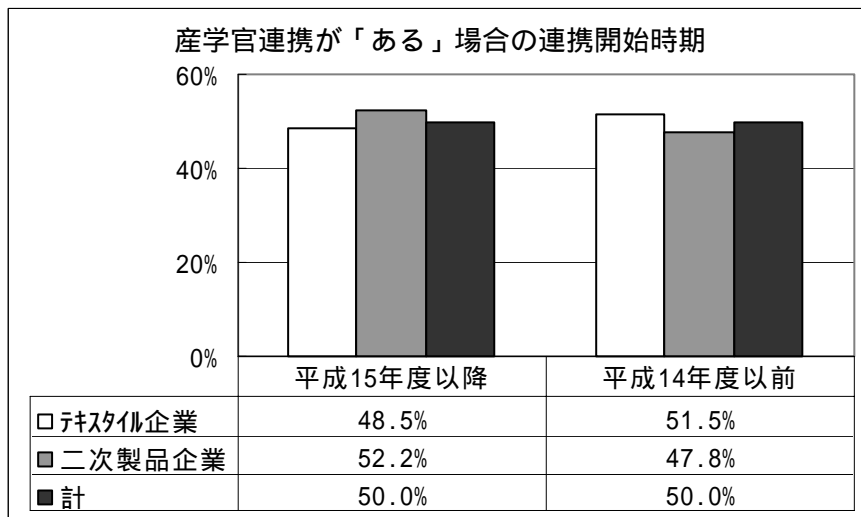
二次製品企業でも、もっとも多かった回答は「商品企画・開発」で回答企業の 70.8% が指摘した。次は「情報交流・収集」の 37.5%、第 3 位は「販売」の 20.8% であった。産学官連携の主目的は商品企画・開発と情報交流・収集にあると言える。



**連携開始時期（質問 6 - 3）**

連携の開始時期については、繊維産業政策における大きな転換点と評価される中小企業基盤整備機構の中小繊維製造事業者自立事業の開始年度である平成 15 年を取り上げ、それより前とそれ以降に分けてみた。

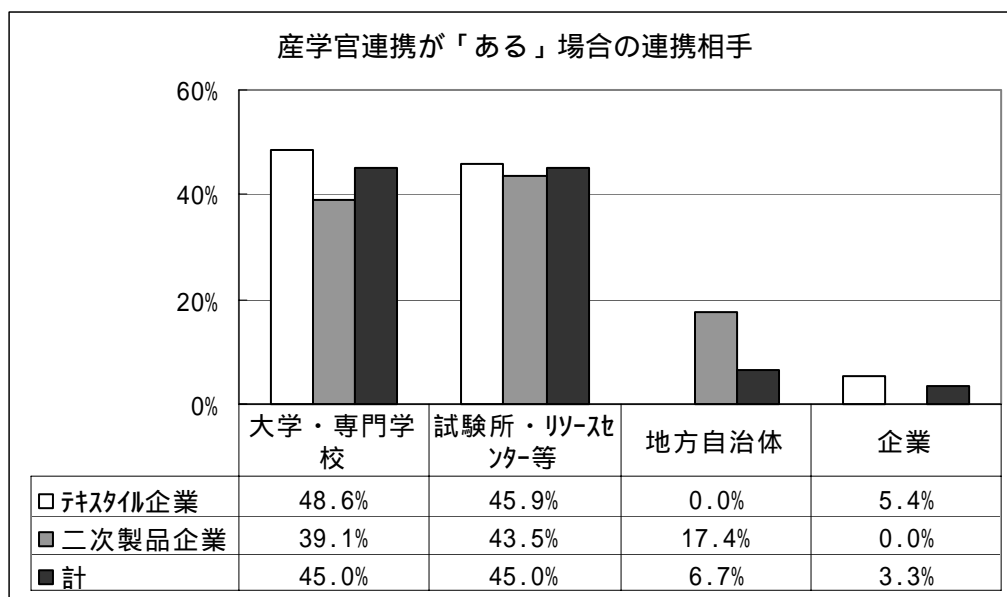
その結果は次のグラフの通り、平成 15 年以降に取り組みを開始したのは、テキスタイル企業で 48.5%、二次製品企業で 52.2%で、それ以前に取り組みを開始した企業数と拮抗していることが判明した。



**連携相手（質問 6 - 4）**

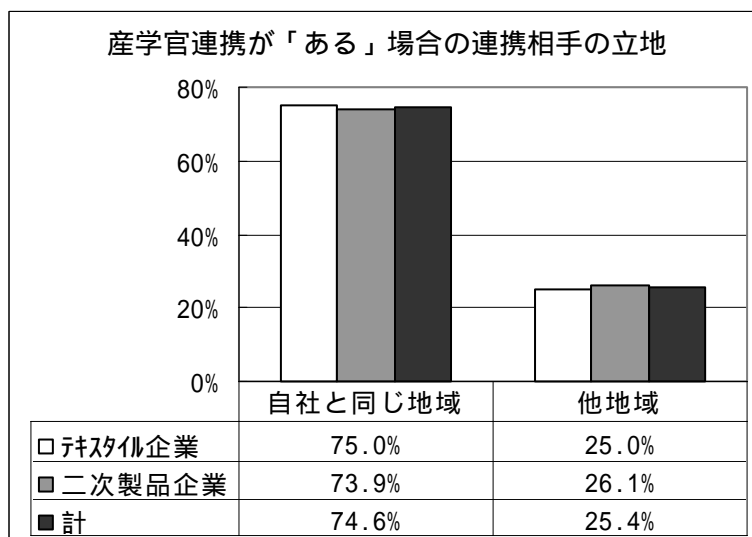
連携相手について、「大学・専門学校」「試験所・リソースセンター等」「地方自治体」「企業」の選択肢を示して聞いたところ、合計 60 社（テキスタイル企業 37 社、二次製品

企業 23 社) から回答があり、次のグラフの通り、連携相手の中心は「大学・専門学校」及び「試験所・リソースセンター等」であることが判明した。



#### 連携相手の立地（質問 6-5）

連携相手の立地については 59 社（テキスタイル企業 36 社、二次製品企業 23 社）から回答があり、次のグラフのように「自社と同じ産地内」との回答が「自産地以外の地域」という回答の約 3 倍あった。産学官連携の中心が「同じ地域内にある機関」にあることが判明した。

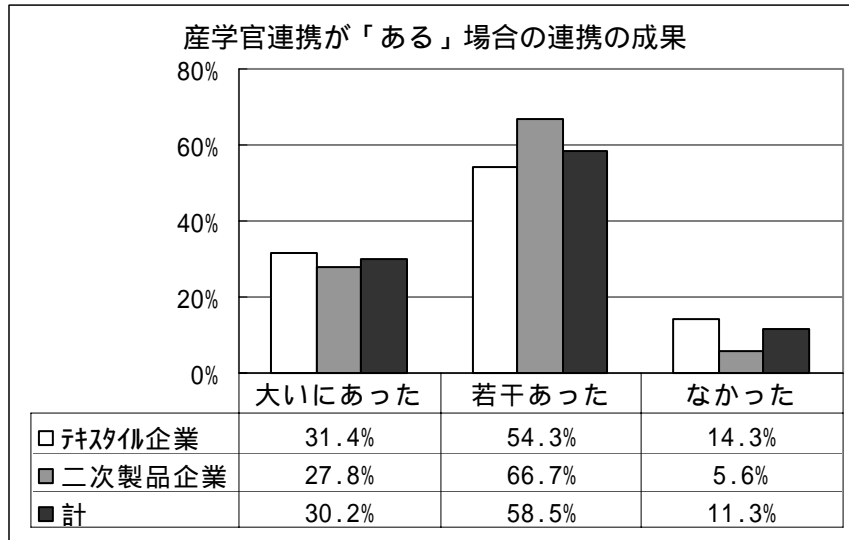


#### 連携の成果（質問 6-6）

連携の成果につき、「大いにあった」「若干あった」「なかった」の 3 区分で聞いた結果、合計 124 社（テキスタイル企業 66 社、二次製品企業 58 社）から回答があり、次のグラフの通り、テキスタイル企業では 85.7%、二次製品企業では 94.5%の企業が「効果があ

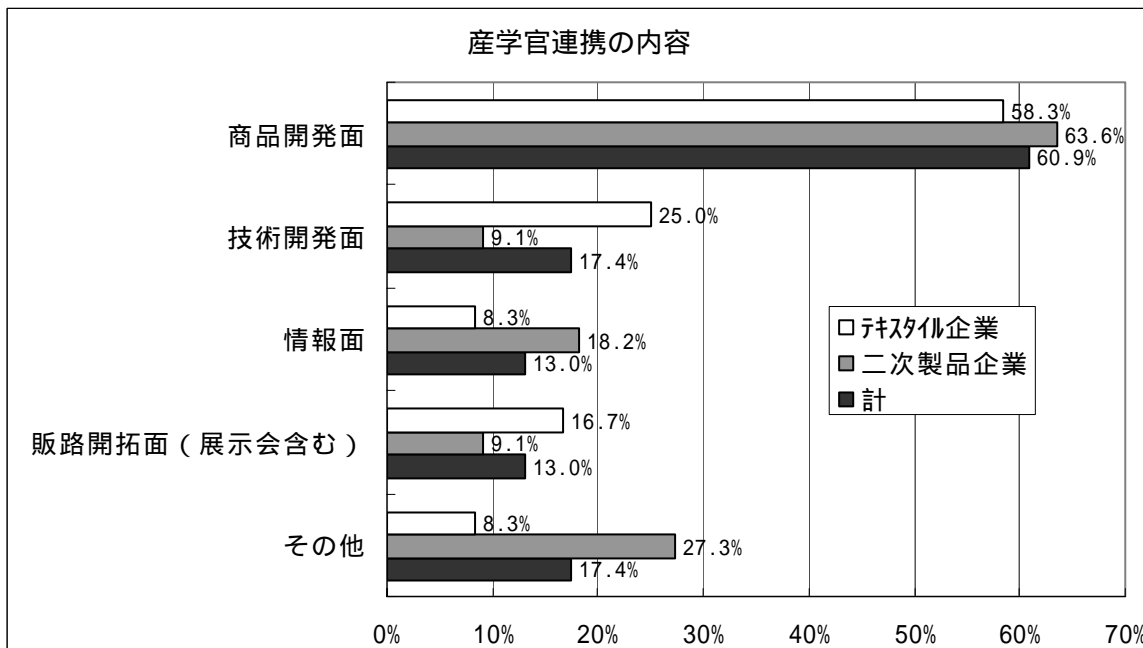


った」と回答しているので、連携は有効に働いているものと判断できる。

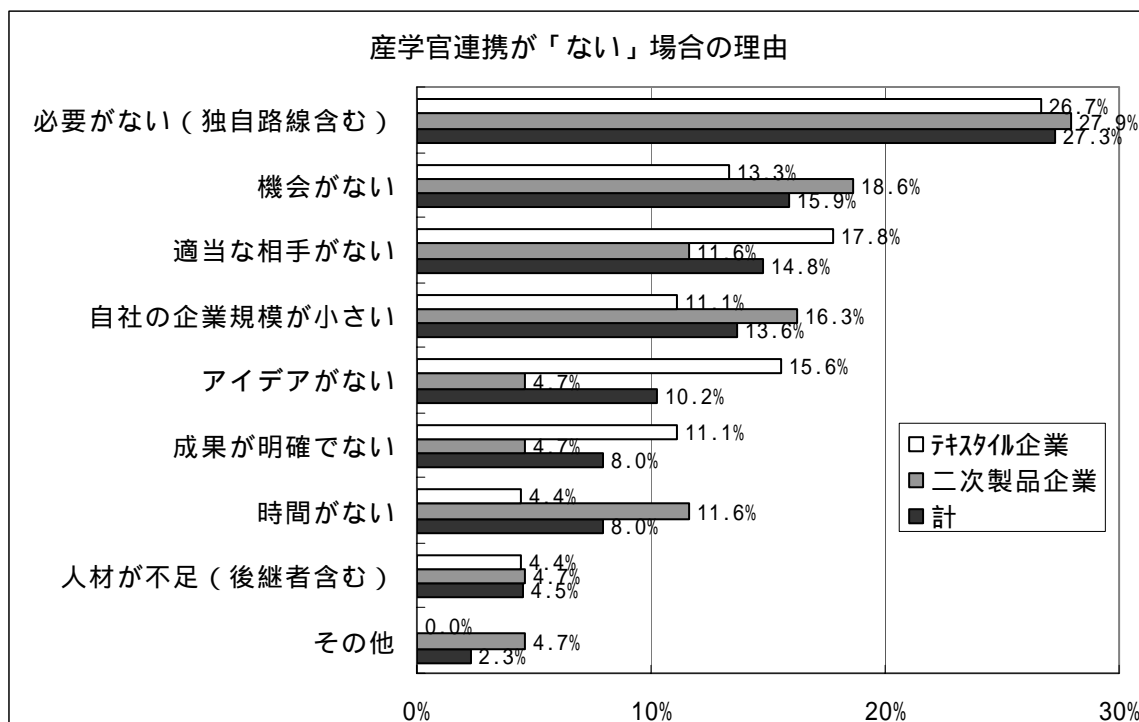


#### 連携の具体的内容（質問 6 - 7）

連携の具体的内容について記述方式で回答願ったところ、合計 23 社（テキスタイル企業 12 社、二次製品企業 11 社）から回答があった。その内容を分類した結果は次のグラフの通りで、テキスタイル企業ではもっとも多かった回答は「商品開発面」での連携で、58.3%の企業が指摘した。次は「技術開発面」（25.0%）、第 3 位は「販路開拓面」（16.7%）であった。二次製品企業でもっとも多かった回答はやはり「商品開発面」で 63.6%の企業が指摘した。次は「情報面」で 18.2%であった。（1 社で複数内容の回答をした企業もあるため、合計は 100%を超えている）。



## 連携がない場合の理由（質問6-8）



連携が「ない」と回答した企業にその理由を聞いた結果、合計 88 社（テキスタイル企業 45 社、二次製品企業 43 社）から回答があった。その主要な理由は前のグラフの通り、「必要がない」で、その中には独自路線をとっているので協調の必要はないという回答もいくつか見受けられた。また、「機会がない」「適当な相手がない」「自社の企業規模が小さい」等の回答も比較的多く見受けられた。

### 2-3-2-1 2 産地の機能の状況について（質問7）

我が国繊維産業の急激な規模縮小に伴い、撚糸、織布、染色加工、縫製、設備メンテナンス、その他産地内で完結的に製品を生産するのに必要な機能（産地機能）の不全化が懸念されている。そこで、現在の産地機能（業種）の状況と3年後の見通し、及び不足機能（業種）への現在の対応及び今後不足機能が出た場合の対応について聞いた。

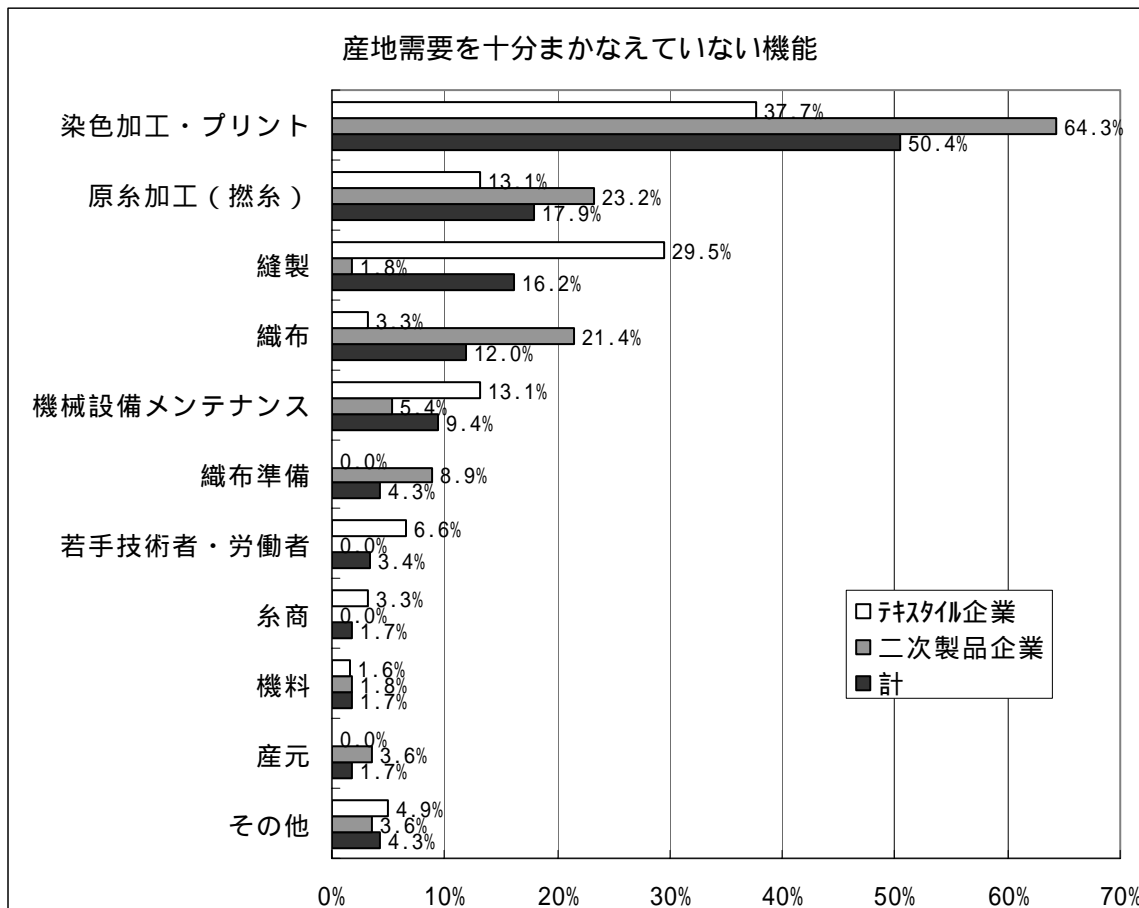
#### 現在、産地の需要を十分まかなえていない機能（質問7-1-A）

現在、産地の需要を十分まかなえていない機能が「ある」という回答は、合計 269 社（テキスタイル企業 146 社、二次製品企業 123 社）から回答があったうち、テキスタイル企業では 45.9%（67 社）、二次製品企業では 52.8%（65 社）と高率であった。

具体的にどのような機能（業種）が不足しているかについては、自由記述願った結果を分類すると次のグラフの通りである。テキスタイル企業では「染色加工・プリント」の指摘が 37.7%でもっとも多く、次は「縫製」（29.5%）であった。二次製品企業では同じく「染色加工・プリント」がもっとも多く 64.3%の企業が指摘した。次は「原糸加工（撚糸）」

の23.2%、第3位は「織布」の21.4%であった。

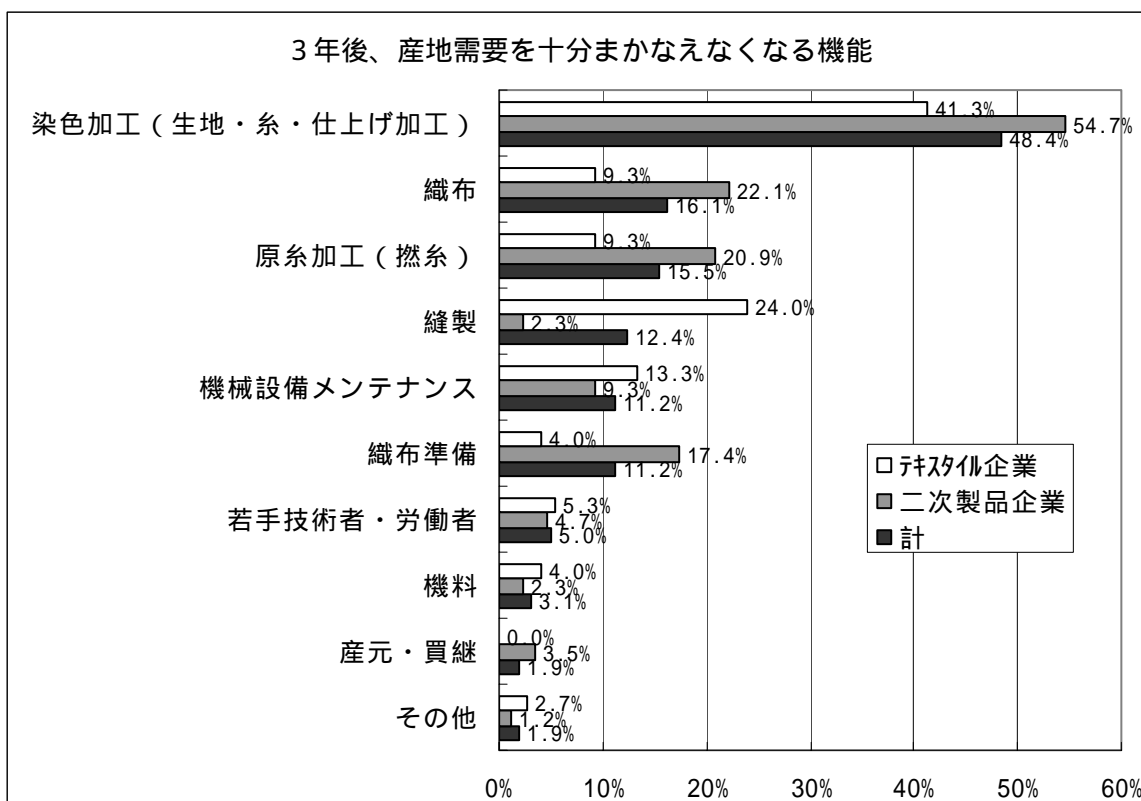
染色加工・プリント業は一般的に企業数が少ないため、その撤退が他の産地企業に与える影響は大きいと考えられるものである。



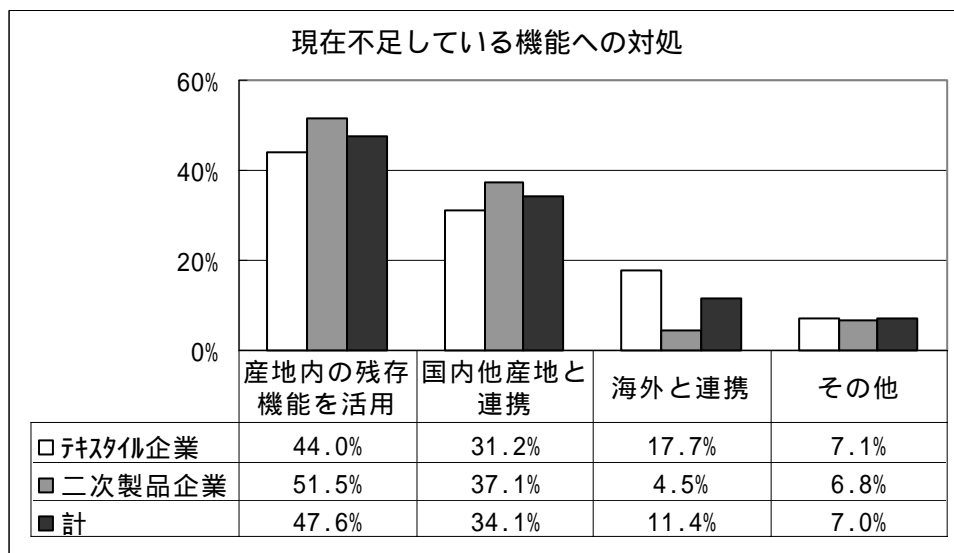
3年先程度を見通した場合、産地の需要を十分まかなえなくなると思われる機能(業種) (質問7-1-B)

3年先程度を見通した場合、産地の需要を十分まかなえなくなると思われる機能(業種)が「ある」という回答は、合計261社(テキスタイル企業135社、二次製品企業126社)から回答があったうち、テキスタイル企業では63.0%(85社)、二次製品企業では73.8%(93社)と、現在の不足状況よりさらに悪化すると考えている企業が多いことが判明した。

具体的にどのような機能(業種)が不足しているかについては、自由記述願った結果を分類すると次のグラフの通りである。テキスタイル企業では「染色加工・プリント」の指摘が41.3%でもっとも多く、次は「縫製」(24.0%)であった。二次製品企業では同じく「染色加工・プリント」がもっとも多く54.7%の企業が指摘した。次は「織布」の22.1%、第3位は「原系加工(撚糸)」の20.9%であった。現在不足している機能(業種)と同じ機能(業種)が将来も不足し続けるとみている企業が多いことになる。



現在、機能（業種）の不足がある場合の対処方法（質問7-2-A）

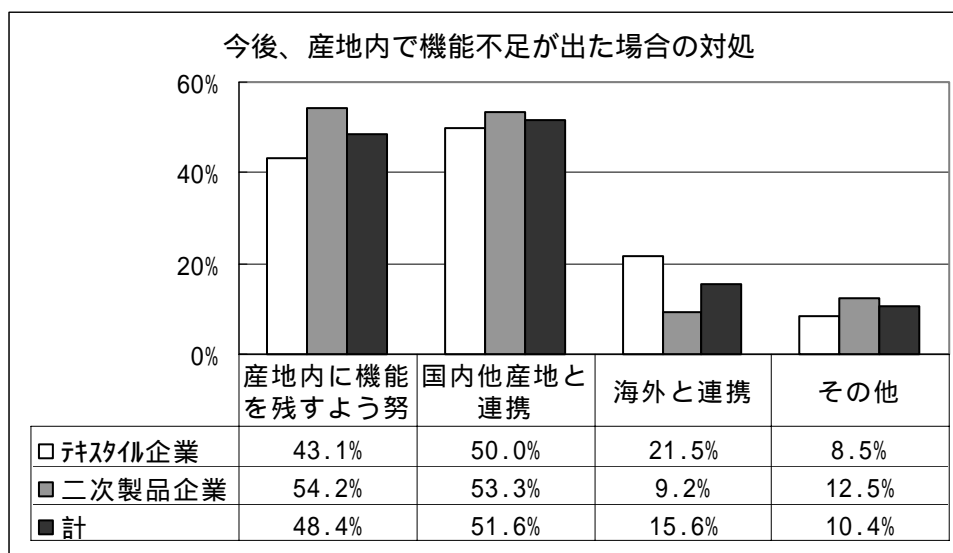


現在、機能（業種）の不足がある場合の対処方法について、「産地内の残存機能活用」「国内他産地と連携」「海外と連携」「その他」を例示して聞いた結果、合計 273 社（テキスタイル企業 141 社、二次製品企業 132 社）が回答した中で、もっとも多かった回答は、テキスタイル企業では「産地内の残存機能を活用」で 44.0%の企業が指摘した。次は「国内他産地と連携」の 31.2%で、「海外と連携」という回答は 17.7%に過ぎなかった。二次製

品企業でも、もっとも多かった回答は「産地内の残存機能を活用」で 51.5%の企業が指摘した。次は「国内他産地と連携」で 37.1%、「海外と連携」という回答は 4.57%と非常に少なかった。産地内に残った機能を活用しつつ、国内他産地の機能の活用も図るという動きが明確になった。

今後、機能（業種）の不足が出た場合の対処（質問 7-2-B）

今後、機能（業種）の不足が出た場合の対処については、合計 250 社（テキスタイル企業 130 社、二次製品企業 120 社）が回答した中で、もっとも多かった回答は、テキスタイル企業では「国内他産地と連携」で 50.0%の企業が指摘した。次は「産地内に機能を残すように努力」の 43.1%で、「海外と連携」という回答は 21.5%であった。二次製品企業では、もっとも多かった回答は「産地内に機能を残すように努力」で 54.2%の企業が指摘した。次は「国内他産地と連携」でほぼ同率の 53.3%、「海外と連携」という回答は 9.2%であった。将来的には産地内の機能を残すように努力しつつも、国内他産地の機能活用に力を入れ、また海外との連携も徐々に視野に入れるという構図が浮かんだ。

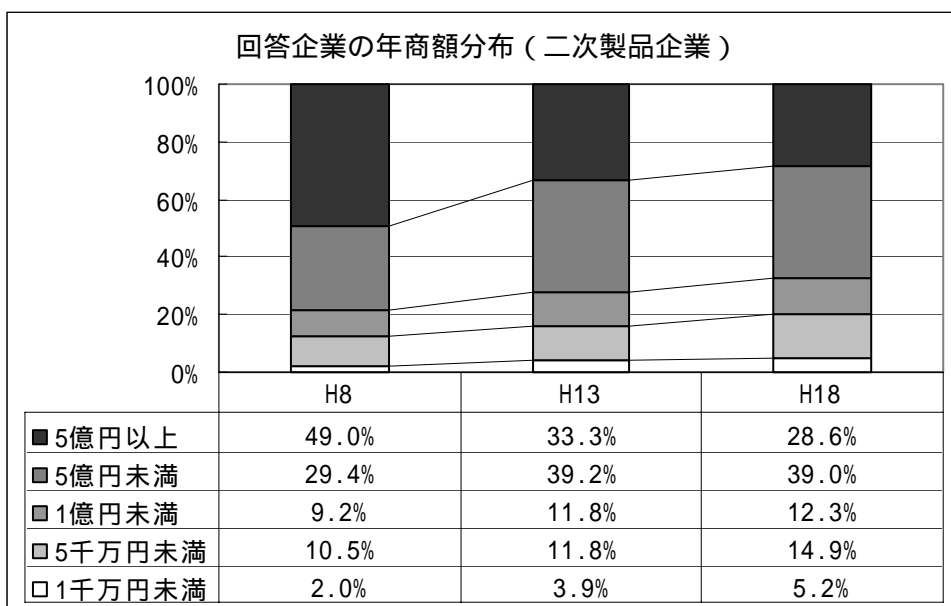
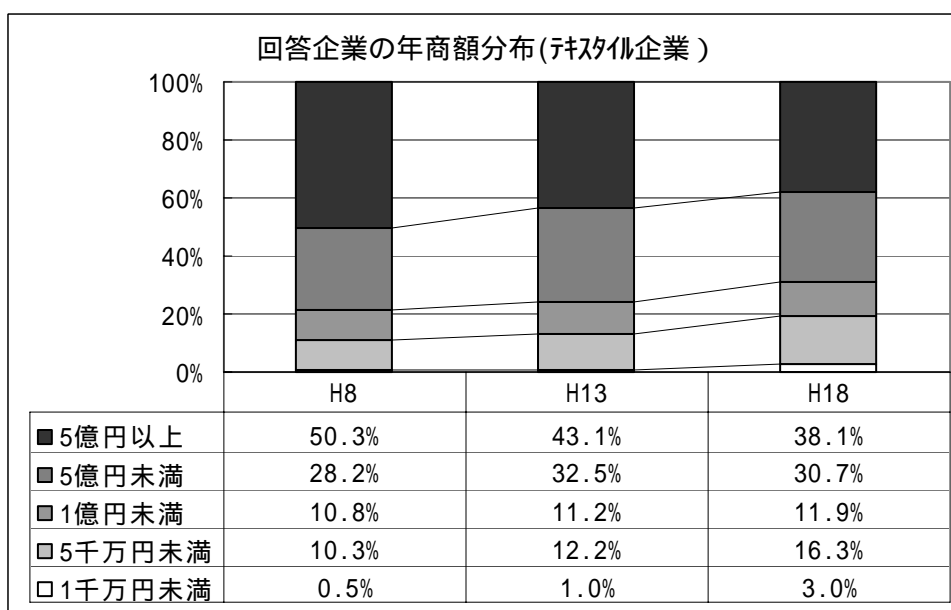


### 2-3-2-1 3 産地企業の経営状況について（質問 8）

各企業の 年商、利益、各費用の比率、得意先との取引形態、新販路の比率、輸出の状況等につきさまざまな角度から質問した。

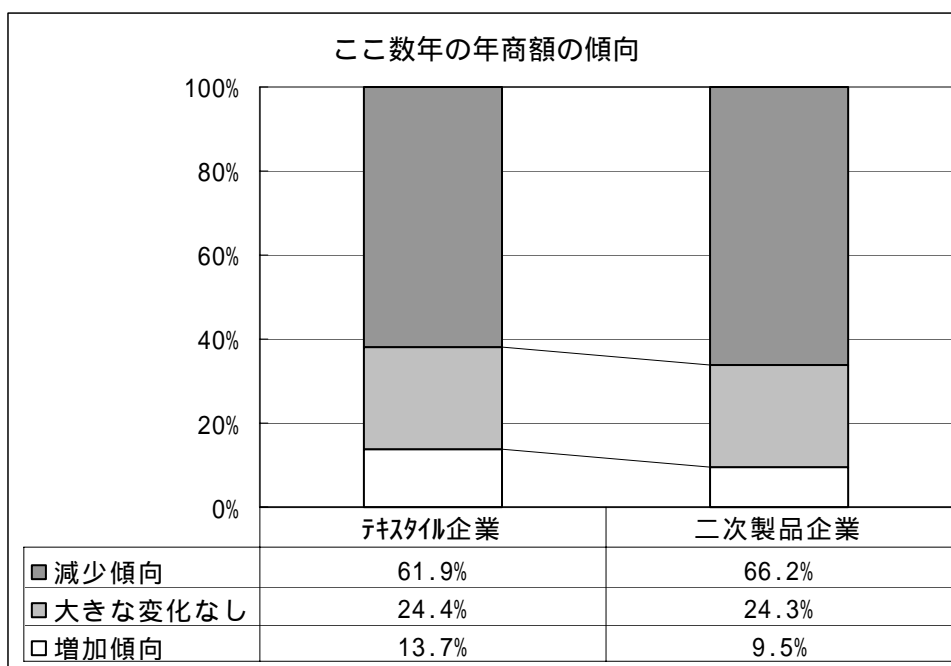
年商額（質問 8-1-A～C）

昨年度（平成 18 年度）、5 年前（平成 13 年度）、10 年前（平成 3 年度）の年商額について、次のグラフのように 5 区分を示して聞いた。その結果、合計 348 社～356 社（テキスタイル企業 195 社～202 社、二次製品企業 153 社～154 社）から回答があった。テキスタイル企業、二次製品企業ともに、年商 5 億円以上の比率が減少し、小規模企業の比率が上昇しており、5 年前、10 年前と比較して年商額は縮小傾向にあることが見て取れる。

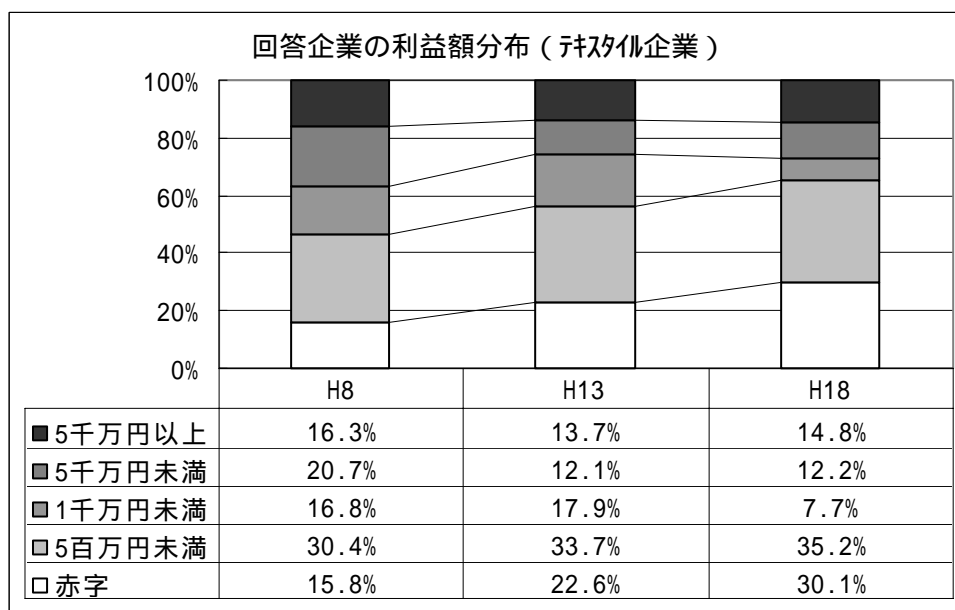


ここ数年の年商額の傾向(質問8-2)

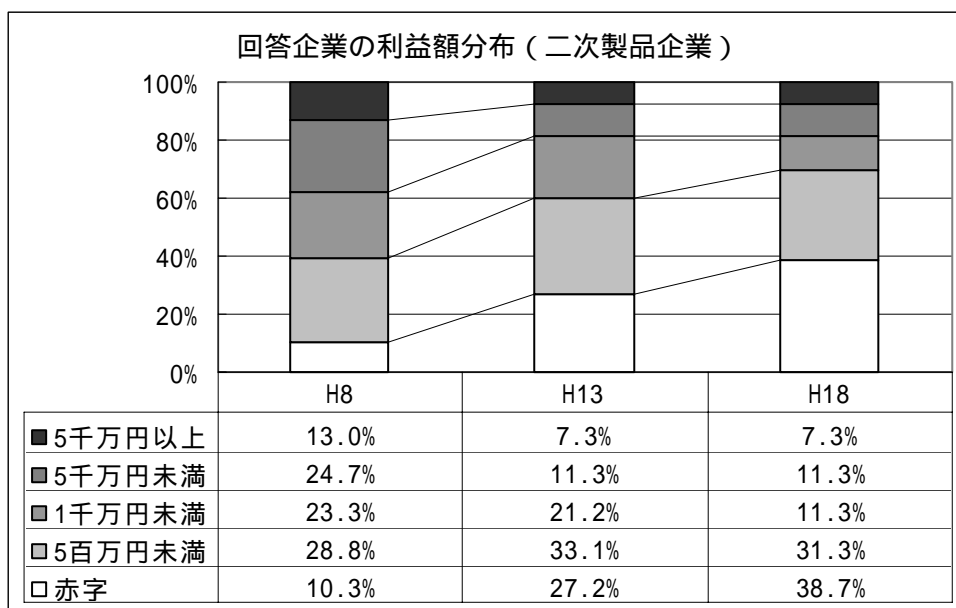
前問に引き続き、より直接的にここ数年における年商額の傾向について聞いたところ、合計 345 社(テキスタイル企業 197 社、二次製品企業 148 社)が回答した。その結果は次のグラフの通り、「減少傾向」との回答が過半を占めた。しかし「増加傾向」という回答もテキスタイル企業で 13.7%、二次製品企業で 9.5%あり、厳しい経営環境の中にあっても経営努力で売上高を伸ばしている企業もあることが確認された。



利益額（質問 8-3-A ~ C）

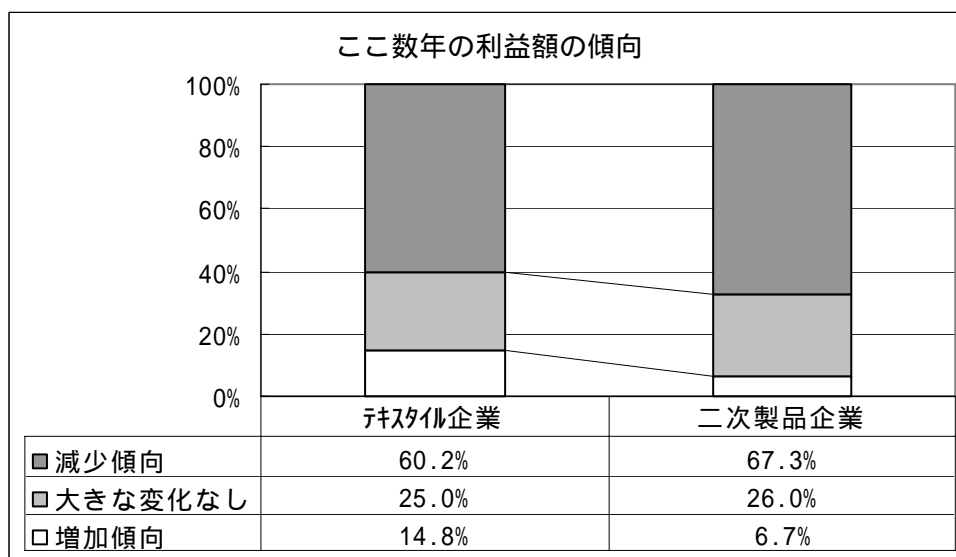


昨年度（平成 18 年度）、5 年前（平成 13 年度）、10 年前（平成 3 年度）の利益額について、5 区分を示して聞いた。その結果、合計 330 社～346 社（テキスタイル企業 184 社～196 社、二次製品企業 146 社～151 社）から回答があった。前の 2 つのグラフに示すように、テキスタイル企業、二次製品企業ともに少額利益の比率が増えており、5 年前、10 年前と比較して利益額は縮小傾向にあることが見て取れる。



ここ数年の年商額の傾向（質問 8-4）

前問に引き続き、より直接的にここ数年における利益額の傾向について聞いたところ、合計 346 社（テキスタイル企業 196 社、二次製品企業 150 社）が回答した。その結果は次のグラフの通り、「減少傾向」との回答が過半を占めた。しかし「増加傾向」という回答もテキスタイル企業で 14.8%、二次製品企業で 6.7%あり、厳しい経営環境の中にあっても経営努力で利益額を伸ばしている企業もあることが確認された。



総費用に占める販売費、デザイン・開発費、資材調達費等の比率（質問 8-5-A～C）

昨年度（平成 18 年度）、5 年前（平成 13 年度）、10 年前（平成 3 年度）について、各社の総費用に占める販売費、デザイン・開発費、資材調達費の比率をパーセント記入方式で聞いた。回答の形態が、総費用に対する%を記入した企業、これら 3 費用の割合を記入

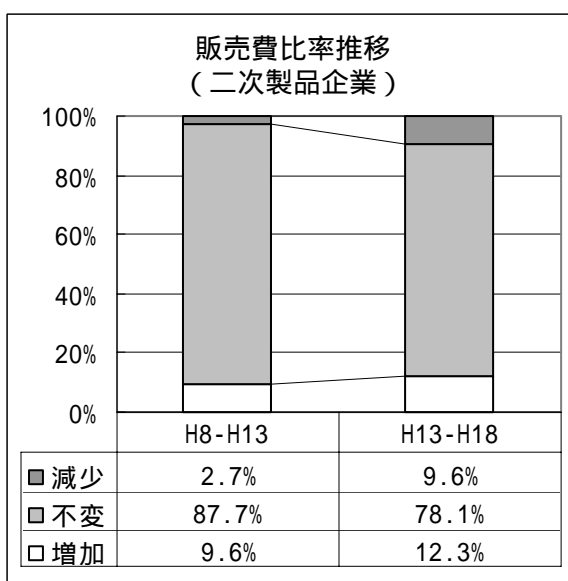
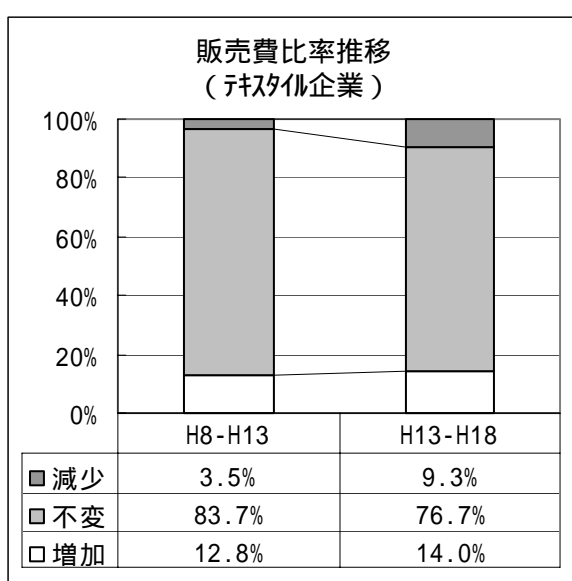


した企業、その他があって統一されていなかったため、ここでは3つの期すべてに記入した企業のみを抽出し、割合の増減を見ることとした。

-1 販売費（質問8-5-1-A～C）

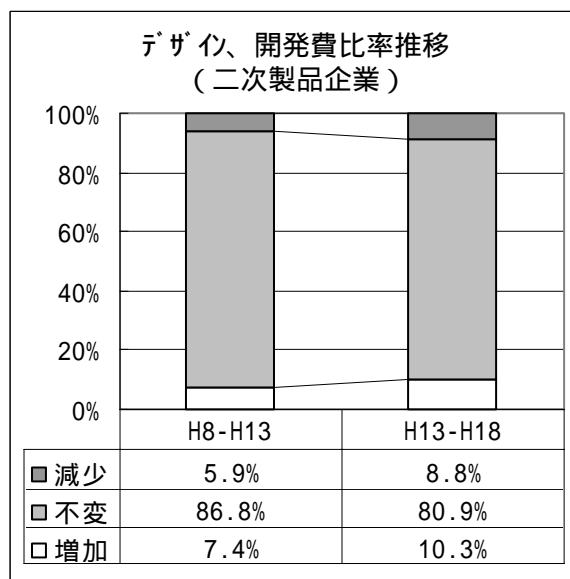
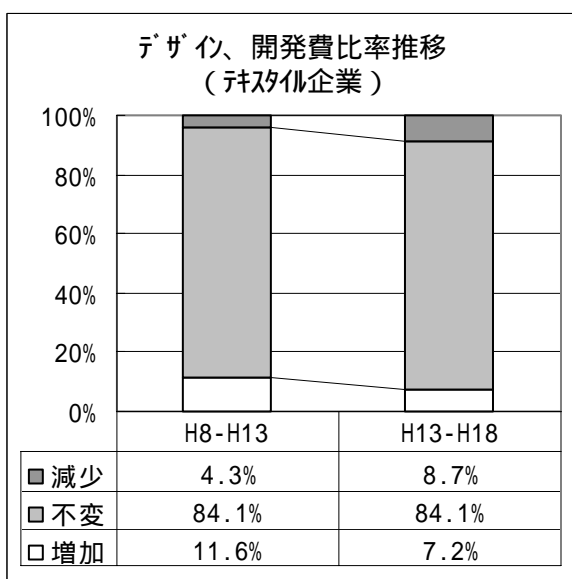
3つの期すべてに回答した150社（テキスタイル企業79社、二次製品企業71社）の回答内容について「平成8年と13年の増減」と「平成13年と18年の増減」を見た。

次のグラフに見る通り、大半は「不変」であるものの、販売費比率が「増加傾向にある」企業と「減少傾向にある」企業も混在しており、割合としては「増加傾向にある」企業の方が多くなっている。業種や取引形態、企業の経営方針等によって差が出ているものと考えられる。



-2 デザイン・開発費（質問8-5-2-A～C）

3つの期すべてに回答した124社（テキスタイル企業57社、二次製品企業67社）の回答内容について「平成8年と13年の増減」と「平成13年と18年の増減」を見た。

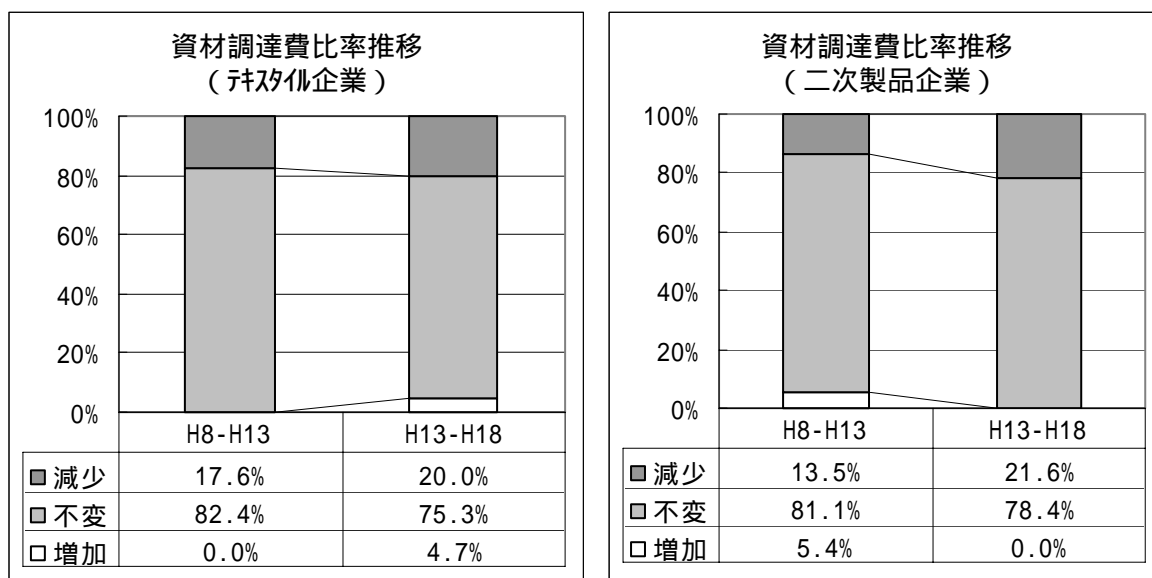


前のグラフに見る通り、大半は「不変」であるものの、デザイン・開発費比率が「増加傾向にある」企業と「減少傾向にある」企業が混在している。そのうち、テキスタイル企業にあっては「増加」した企業の比率が下がり、「減少」した企業の比率が増える傾向が見られるが、二次製品企業にあってはともに増加の傾向が見られる。いずれも、業種や取引形態、企業の経営方針等によって差が出ているものと考えられる。

### - 3 資材調達費（質問 8-5-3-A～C）

3つの期すべてに回答した155社（テキスタイル企業82社、二次製品企業73社）の回答内容について「平成8年と13年の増減」と「平成13年と18年の増減」を見た。

次のグラフに見る通り、大半は「不変」であるものの、資材調達費比率が「減少している」企業の割合が他の2項目に比べて大きい。また、「増加している」という回答の割合も小さい。

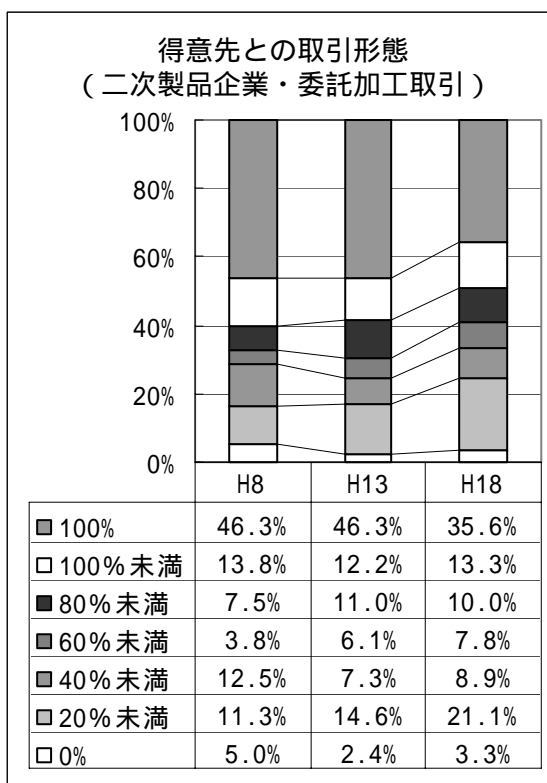
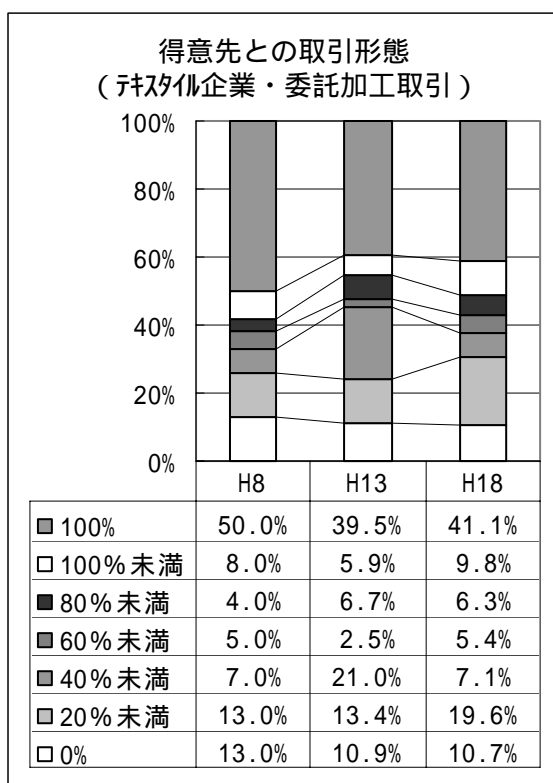


### 得意先との取引形態（質問 8-6）

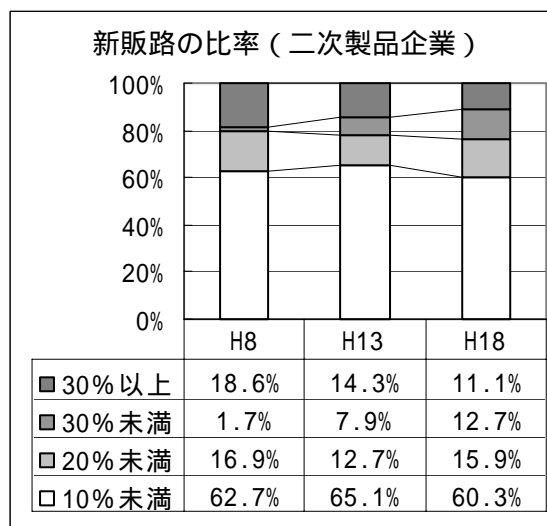
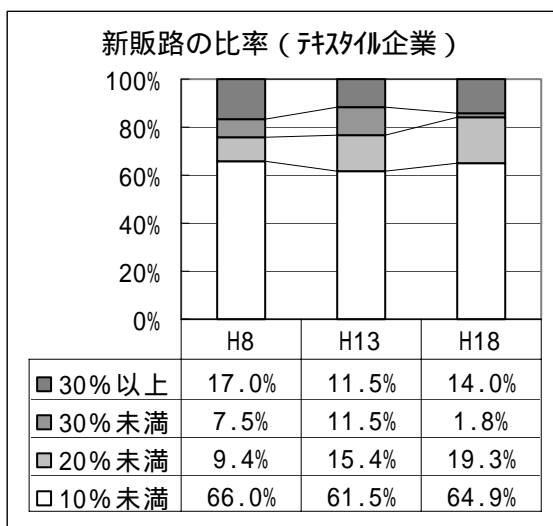
得意先との取引形態について、平成8年、13年、18年における委託加工取引と売買取引の割合を聞いた。現在、国の政策として推進している「自立化」は、取引形態から見れば委託加工取引から脱却し、売買取引に移行することを意味している。

ここでは委託加工取引の動向に注目し、合計180～220社（テキスタイル企業100～119社、二次製品企業80～90社）が回答した結果を20%きざみで集計し、それに0%（委託加工取引なし）と100%（すべて委託加工取引）の項目を加えた。

集計結果は次のグラフの通り、テキスタイル企業においては委託加工「100%」の企業の割合は減少傾向にあることが窺える結果であった。二次製品企業においても、委託加工「100%」の企業の割合は減少しており、経営自立化はある程度進展しつつあると解釈できよう。



新販路の比率（金額ベース）（質問8-7-A～C）



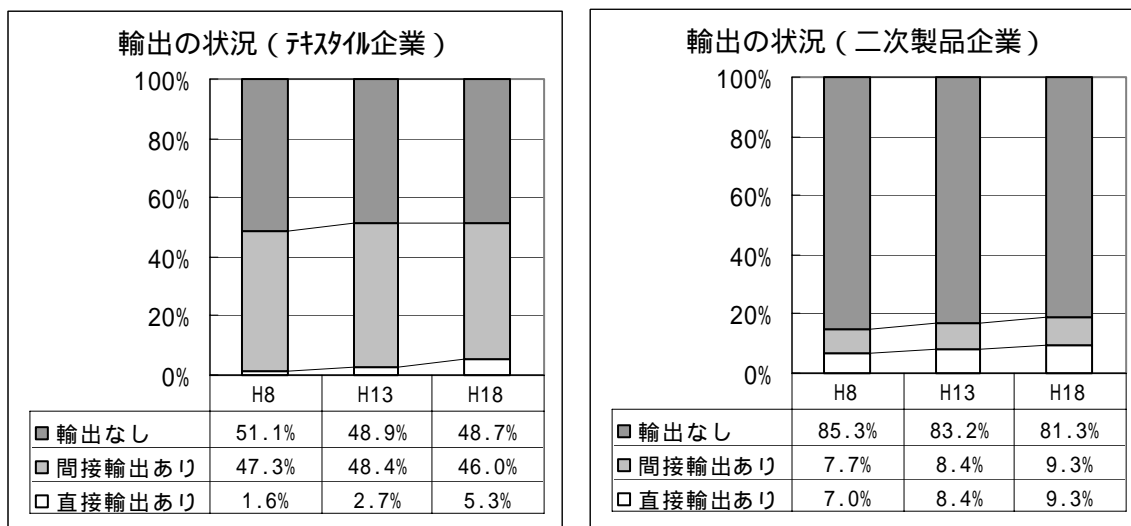
平成8年、13年、18年における各社の新販路の比率（金額ベース）について4つの区分を示して質問したところ、合計112～120社（テキスタイル企業52～57社、二次製品企業59～63社）が回答した。

前のグラフに示すように、テキスタイル企業、二次製品企業ともに3期を通してもっとも多かった回答は「10%未満」であった。各比率の時系列での動向は区々であり、判然とした傾向を認めることはできない。

### 輸出の状況（質問 8-8-A～C）

平成 8 年、13 年、18 年における各社の輸出の状況について 3 つの区分を示して聞いたところ、合計 329～339 社（テキスタイル企業 186～189 社、二次製品企業 143～150 社）が回答した。

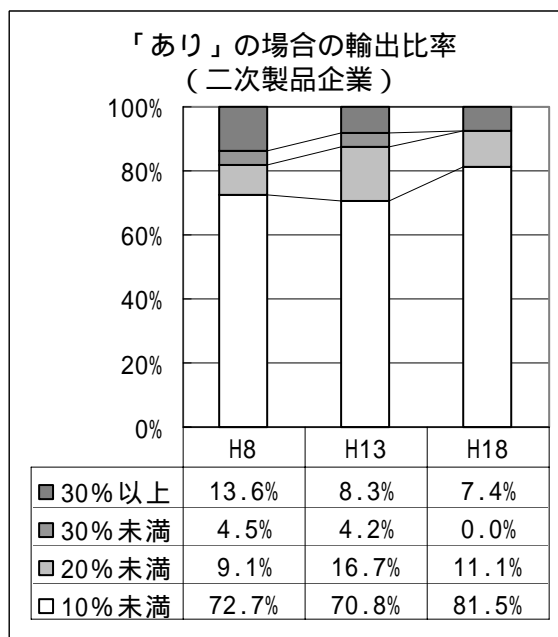
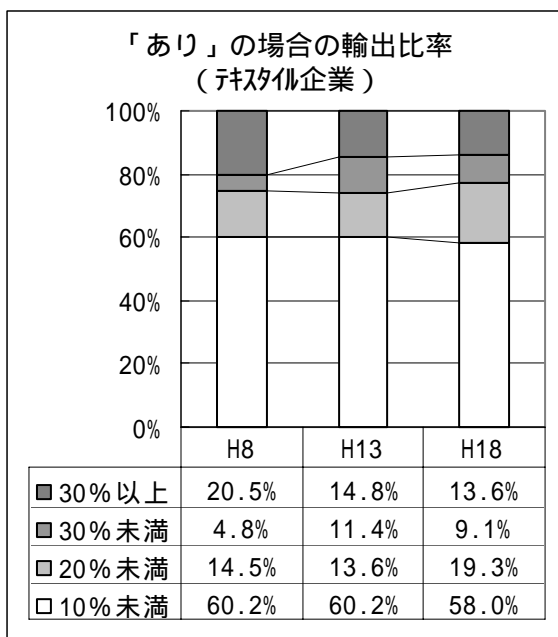
次のグラフに見るように、テキスタイル企業と二次製品企業では大きく違っており、テキスタイル企業では「間接輸出あり」の回答割合が大きい。間接輸出の場合、テキスタイル形態での輸出と二次製品になってからの輸出とがあり得るが、どのどちらを意味しているのかはアンケートからは把握できない。直接輸出もわずかではあるが増加傾向を示している。二次製品企業においては、「輸出なし」が圧倒的に多いが、直接輸出がテキスタイル企業に比べれば多く、その割合も増加傾向にある。テキスタイル、二次製品とも直接輸出が増加しつつあることは、我が国繊維産業の将来展望に明るい光を投げかけるものと言えよう。



### 輸出「あり」の場合、生産数量に占める輸出の比率（質問 8-9-A～C）

輸出「あり」と回答した企業に対し、生産数量に占める輸出の比率を聞いた。合計 105～115 社（テキスタイル企業 83～88 社、二次製品企業 22～27 社）が回答した結果は次のグラフの通りである。

テキスタイル企業、二次製品企業とも、「10%未満」の回答がもっとも多いが、「30%以上」とする回答も平成 18 年のテキスタイル企業で 13.6%、二次製品企業で 7.4%見られ、輸出に注力し成功している企業も見られることが読み取れる結果である。



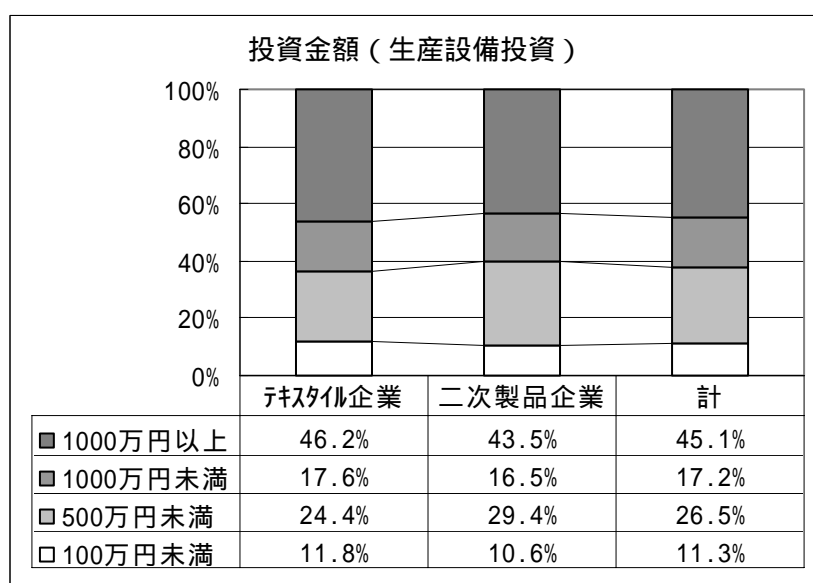
#### 2-3-2-1 4 投資について (質問 9)

最近 5 年くらいの間に行った投資について、投資の有無、年平均の分野別投資金額とその内容を聞いた。分野としては「生産設備投資」「技術開発投資」「デザイン等投資」「その他投資」の 4 分野を例示した。なお、ここでの「投資」とは、設備の増設や更新、技術開発やデザイン開発等に投下した資金を指し、会計学上の投資とは一致しない。

##### 投資の有無 (質問 9-1)

過去 5 年間に、上記の意味での投資を行ったかを聞いた結果、333 社 (テキスタイル企業 186 社、二次製品企業 147 社) が回答し、「投資した」との回答はテキスタイル企業 67.7%、二次製品企業 63.9% で、過半の企業が投資活動を行ったことが判明した。

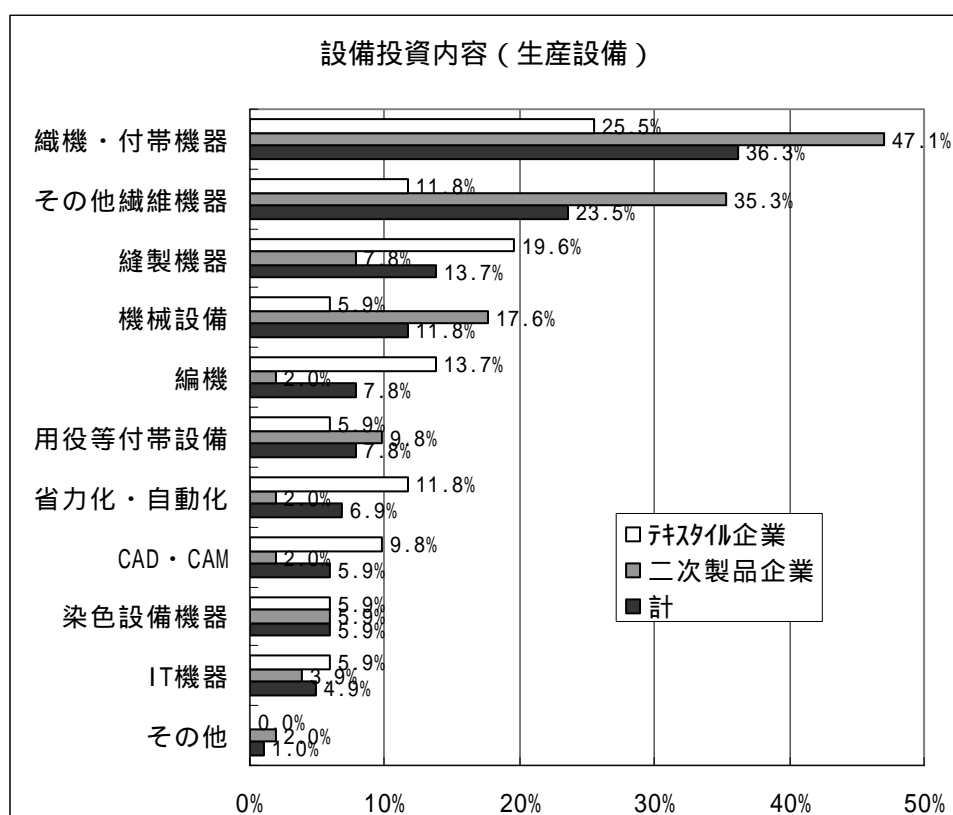
##### 生産設備投資金額とその内容 (質問 9-2-A)



合計 204 社（テキスタイル企業 119 社、二次製品企業 85 社）が回答した。投資金額の分布は前のグラフの通りで、テキスタイル企業、二次製品企業とも少額から多額までばらついているが、その中で「1000 万円以上」との回答がもっとも多かった。

投資の主要な内容については、書き込みがあった 102 社（テキスタイル企業 51 社、二次製品企業 51 社）の書き込み内容を分類し、次のグラフに示す。

テキスタイル企業では、もっとも多かったのは「織機・付帯設備」で 25.5%の企業が指摘した。次は「縫製機器」の 19.6%だった。二次製品企業では、もっとも多かったのは同じく「織機・付帯設備」で 47.1%の企業が指摘した。二次製品企業に織機類が登場するのは、タオルメーカー等が含まれているためと考えられる。



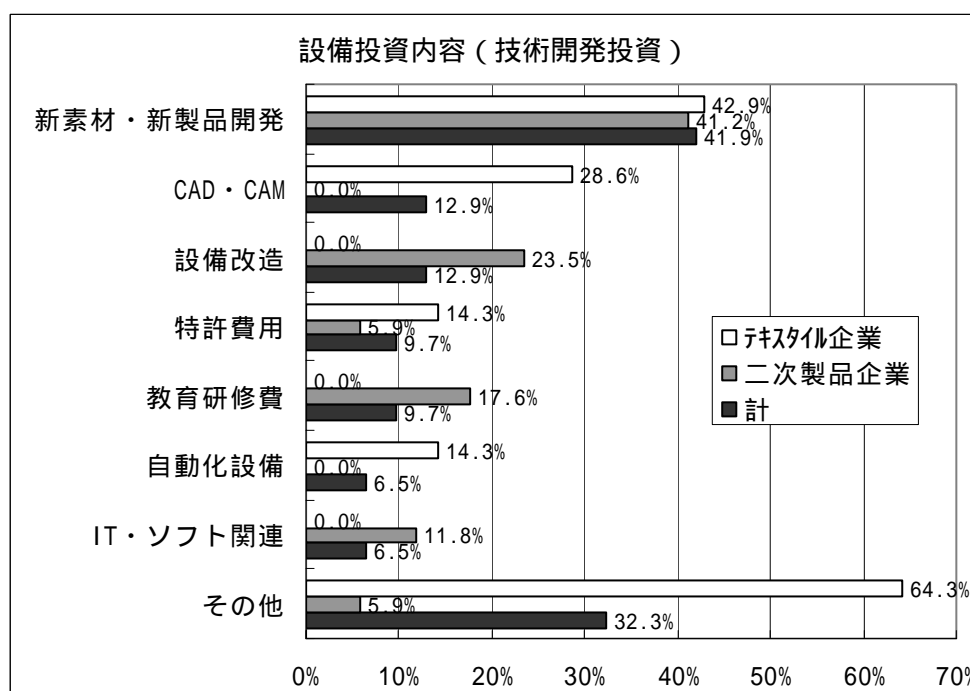
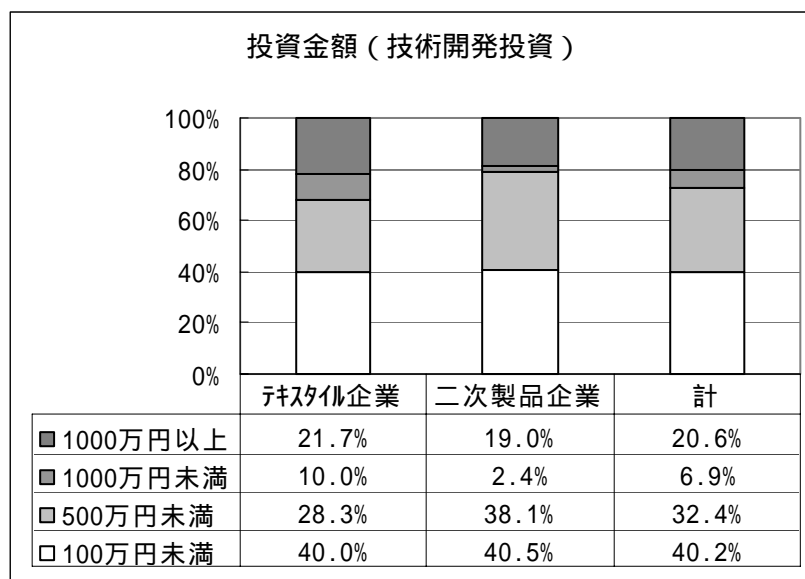
#### 技術開発投資金額とその内容（質問 9-2-B）

合計 102 社（テキスタイル企業 60 社、二次製品企業 42 社）が回答した。生産設備投資と比較すると回答企業数が約半分であり、投資金額の分布は次のグラフの通りで、テキスタイル企業、二次製品企業とも少額から多額までばらついているが、その中で「1000 万円以上」との回答がもっとも多かった。

投資の主要な内容については、書き込みがあった 31 社（テキスタイル企業 14 社、二次製品企業 17 社）の書き込み内容を分類し、次のグラフに示す。

テキスタイル企業、二次製品企業とも、もっとも多かったのは「新素材・新製品開発」で、それぞれ 42.9%と 41.2%であった。次は、テキスタイル企業では「設備改造（23.5%）」

二次製品企業では「CAD・CAM」(28.6%)だった。

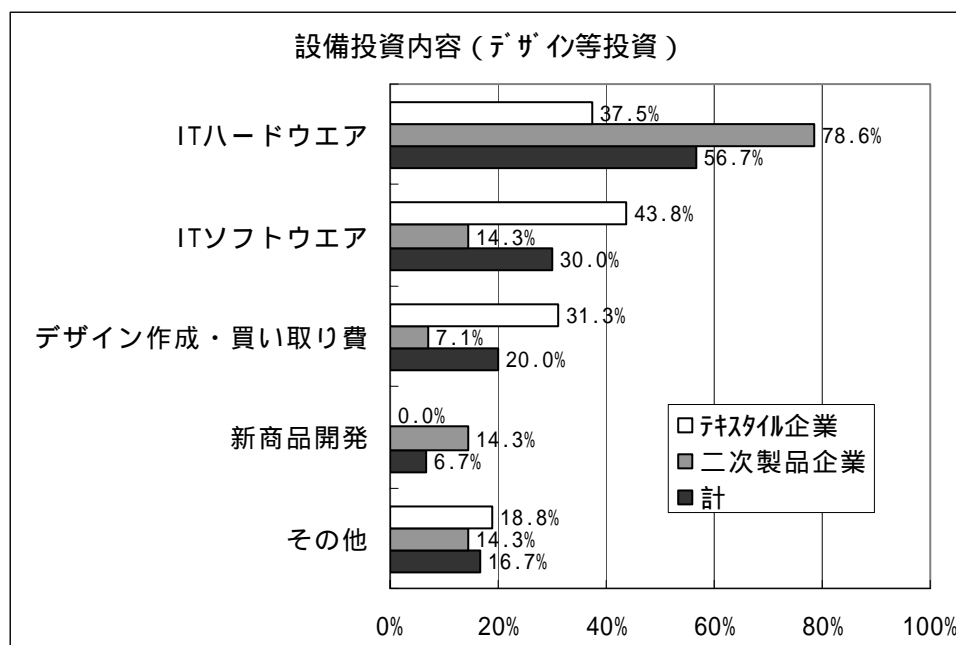
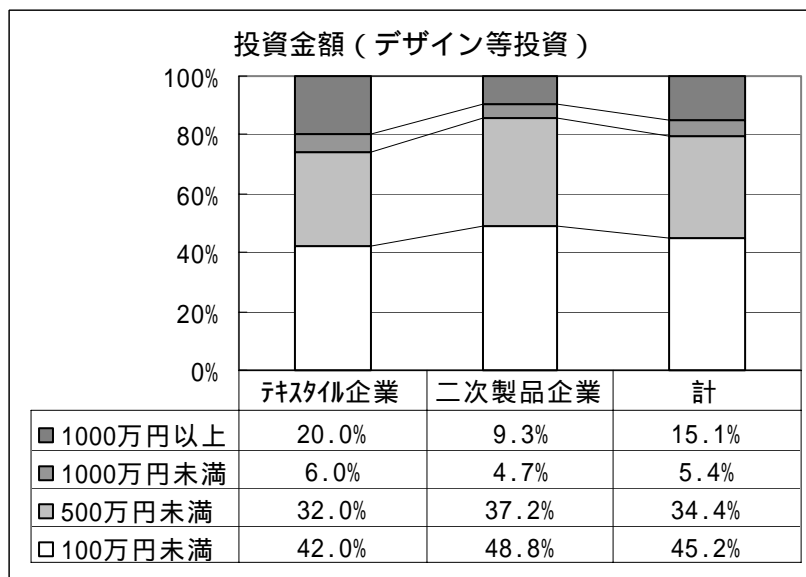


#### デザイン等投資金額とその内容 (質問9-2-C)

合計 93 社 (テキスタイル企業 50 社、二次製品企業 43 社) が回答した。生産設備投資と比較すると回答企業数が約半分である。投資金額の分布は次のグラフの通りで、テキスタイル企業、二次製品企業とも比較的少額投資に集中している。しかし、テキスタイル企業では「1000万円以上」との回答も 20.0%あった。

投資の主要な内容については、書き込みがあった 30 社 (テキスタイル企業 16 社、二次製品企業 14 社) の書き込み内容を分類し、次のグラフに示す。

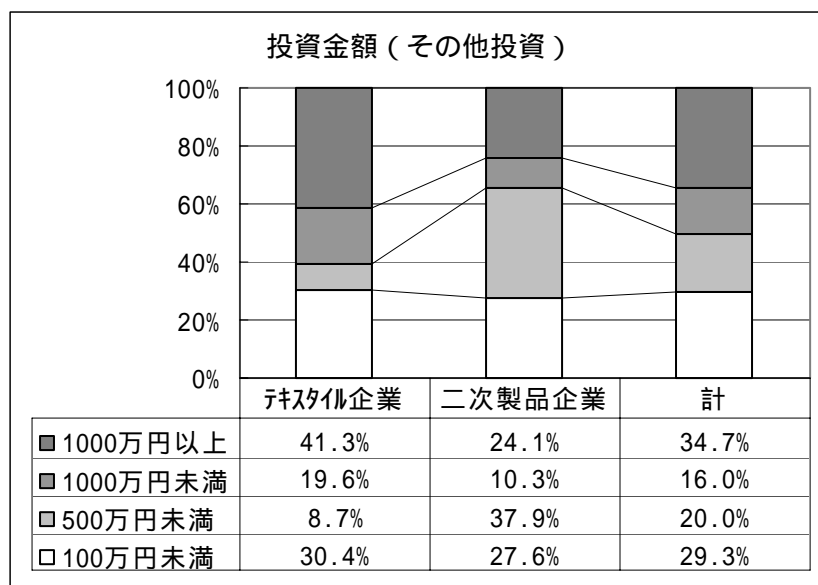
テキスタイル企業でもっとも多かったのは「IT ソフトウェア」で 43.8%の企業が指摘した。次は「IT ハードウェア」で 37.5%であった。「デザイン作成・買い取り費」も 31.3%の企業が指摘した。二次製品企業でもっとも多かったのは「IT ハードウェア」で 78.6%の企業が指摘した。次は「新商品開発」の 14.3%であった。



#### その他投資金額（質問9-2-D）

その他の投資については、合計 75 社（テキスタイル企業 46 社、二次製品企業 29 社）が回答した結果は次のグラフの通り、テキスタイル企業においては「1000万円以上」がもっとも多く 41.3%の企業が指摘した。二次製品企業では、もっとも多かった回答は「100万円以上 500万円未満」で、37.9%の企業が指摘した。

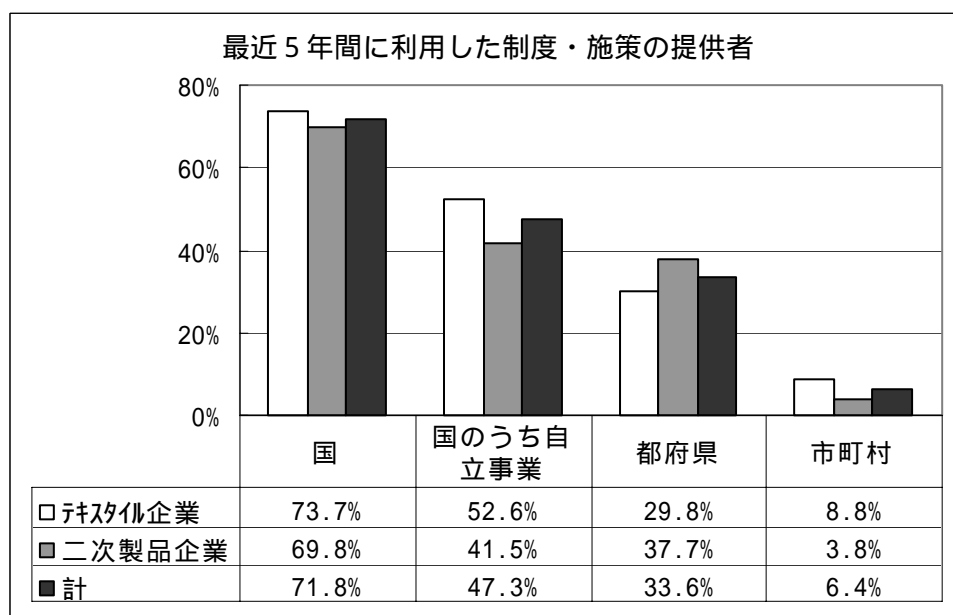




#### 2-3-2-15 利用した制度・施策（質問10）

最近5年くらいの間に利用した主な国や自治体の制度・施策について、利用した制度・施策、今後期待する施策を聞いた。

#### 利用した制度・施策の提供者（質問10-1-A、B）



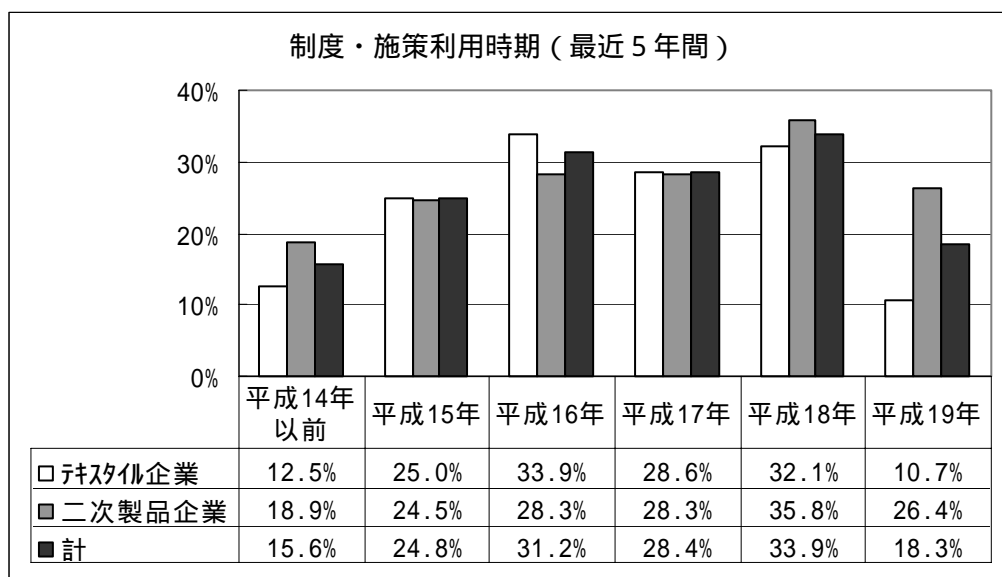
各社が利用した制度・施策の提供者について聞いたところ、合計110社（テキスタイル企業57社、二次製品企業53社）から回答があった。今回のアンケート調査の全回答者数が363社（テキスタイル企業205社、二次製品企業158社）なので、全回答者の30.3%（テキスタイル企業では27.8%、二次製品企業では33.5%）が何らかの制度・施策を利用したことになる。

その内容は前のグラフの通りで、もっとも多かったのは「国」であり、中でも中小企業基盤整備機構が提供した中小繊維製造事業者自立事業がテキスタイル企業では52.6%、二次製品企業では41.5%と極めて高率であった。この事業が繊維業界に大きな影響を与えたことが理解できる。これに比べ、都道府県津の自治体が提供したものはテキスタイル企業で29.8%、二次製品企業で37.7%と若干少なかった。市町村等が提供したものはさらに少なかった。繊維産業への制度・施策は国が中心になっていることが判明した。

#### 利用時期（質問10-1-C）

制度・施策をいつ利用したかについて年度記入方式で聞いた結果、合計109社（テキスタイル企業56社、二次製品企業53社）から166件（テキスタイル企業80件、二次製品企業86件）の回答があった。平均1社あたり1.5件の制度利用があったことになる。

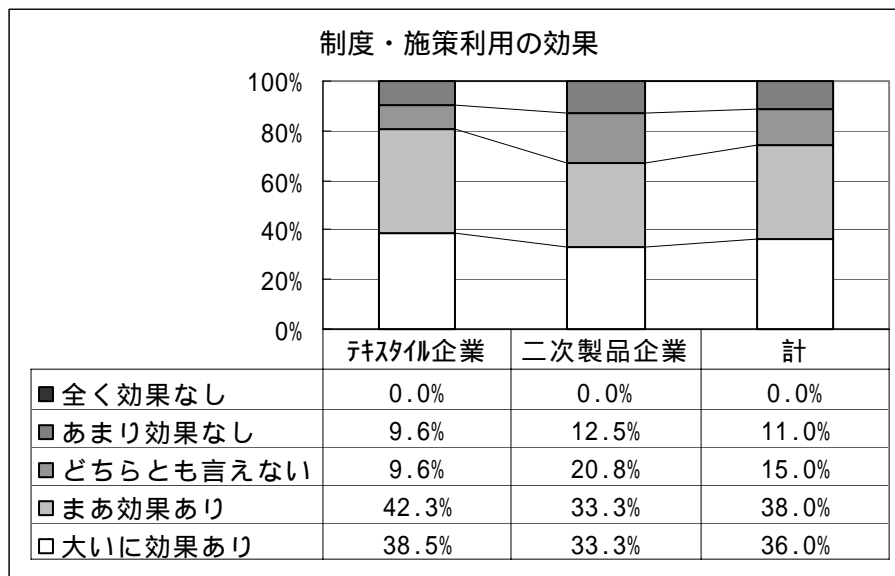
回答結果を年別にグラフ化すると次のグラフの通りである。本アンケート調査の調査時点は平成19年11～12月であり、この年度の制度・施策利用はすでに決定していたものと思われるが、それまでの例年と比べるととくにテキスタイル企業において利用が少なくなっている。



#### 制度・施策利用の効果（質問10-1-D）

制度・施策を利用した効果について、「大いに効果があった」から「全く効果はなかった」まで5段階の評価を示して聞いた結果、合計100社（テキスタイル企業52社、二次製品企業48社）から回答があり、その分布は次のグラフの通りである。

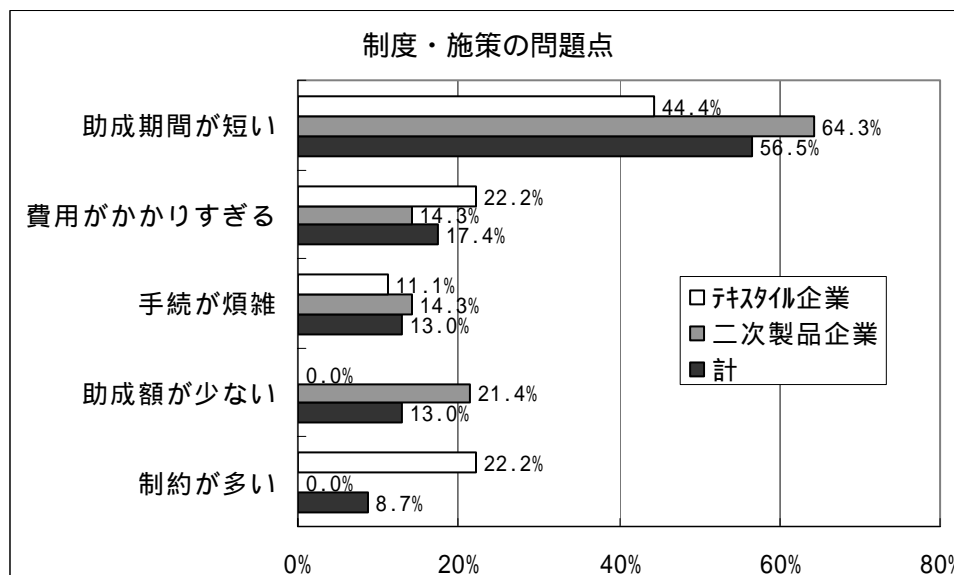
効果が「あった」との回答は、テキスタイル企業では80.8%、二次製品企業では66.6%に達し、制度・施策の有効性が示された。「全く効果なし」との回答はなかった。



利用した制度・施策の問題点（質問 10-1-E）

利用した制度・施策についてどのような問題点があったか自由記述方式で回答願った。その結果、合計 23 社（テキスタイル企業 9 社、二次製品企業 14 社）の記入があった。記入内容を分類すると次のグラフの通りである。

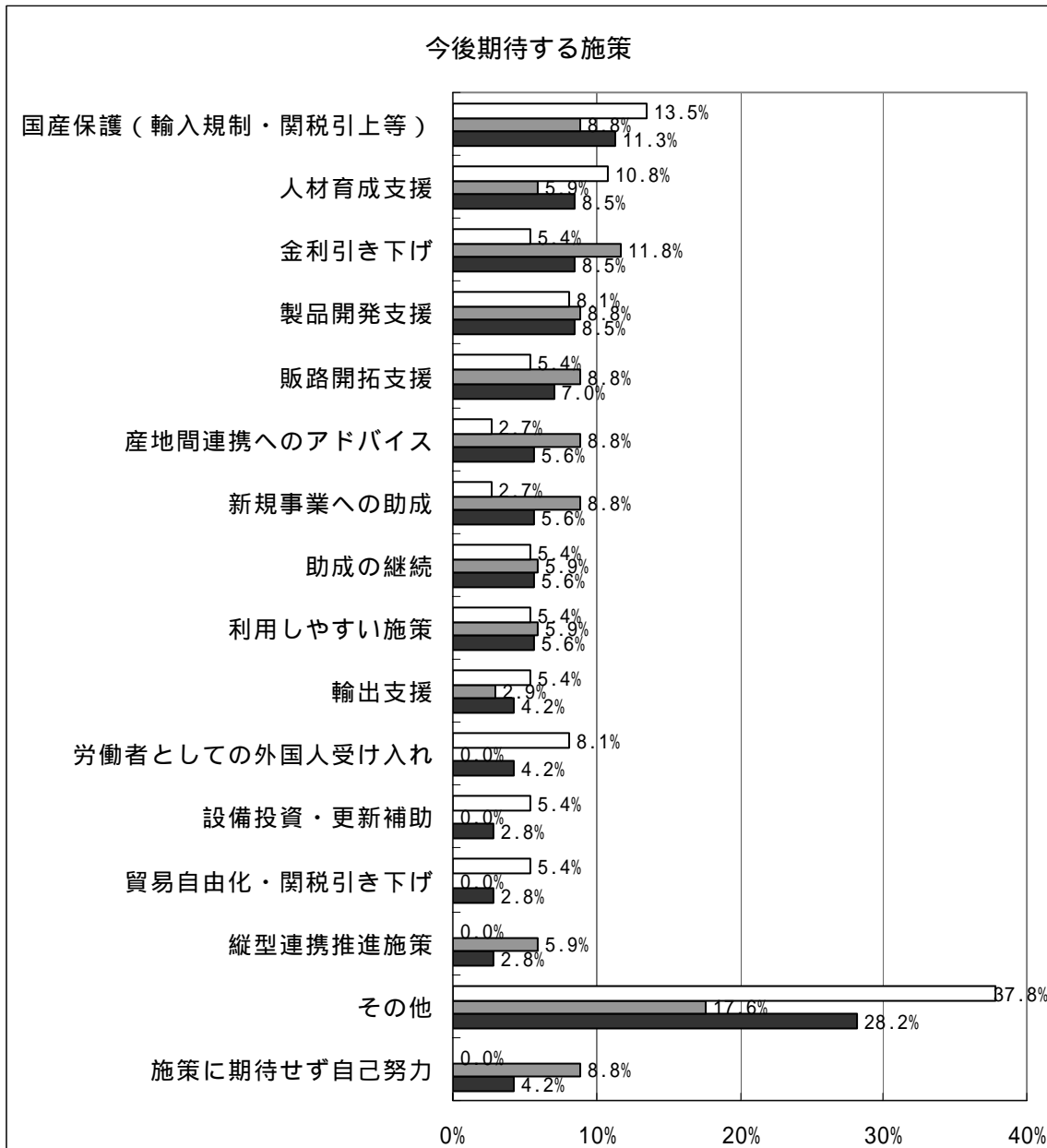
もっとも多かった意見は「助成期間が短い」で、テキスタイル企業では回答社数の 44.4%、二次製品企業では 64.3% が指摘した。他には申請に関連する費用の問題、手続、助成金額、各種の制約などを問題視する意見が見られた。



今後期待する施策（質問 10-2）

今後期待する施策については合計 71 社（テキスタイル企業 37 社、二次製品企業 34 社）から自由記述方式による回答があった。それを分類したのが次のグラフであるが、内容は幅広く分散しており、とくに集中した意見は見あたらなかったが、5 社以上から表明があ

った意見は「国産保護（輸有機性・関税引き上げ等）」、「人材育成支援」、「金利引き下げ」、「製品開発支援」、「販路開拓支援」等であった。



## 2-4 産地企業支援機関対象アンケート調査結果

### 2-4-1 アンケート調査の概要

産地企業支援機関を対象に、その担当する繊維産地の状況や、各機関の繊維産地との取り組み状況を聞いた本調査は、平成 10 年度（繊維産業構造改善事業協会実施）及び平成 14 年度（中小企業総合事業団実施）の調査では実施しておらず、今回が初めてである。

繊維産地企業を支援する機関としては公設試及び株式会社組織・財団法人組織のいわゆるリソースセンター等があるが、調査依頼先としては（株）東レ経営研究所が自社のデータベースに蓄積しているそれら機関のリストを利用し、繊維産地を担当していると考えられた 57 公設試（支所を含む）と、10 リソースセンター（6 株式会社と 4 財団法人）の合計 67 機関を選定した。

調査の実施は発送・回収ともに郵送法により、発送は平成 19 年 11 月 9 日に実施、回答の投函期限は同年 11 月 30 日とした。その結果、36 機関から有効な回答を得た。「繊維の取り扱いなし」等の理由で調査対象外となった機関が 7 機関あり、実質的な依頼数は 60 機関であるため、回収率は 60.0%であった。

集計・分析は、ほとんどの機関における担当分野がテキスタイルも二次製品もあることを考慮し、クロス集計は実施せず、単純合計のみとした。

### 2-4-2 アンケート調査結果の集計・分析

#### 2-4-2-1 担当産地（組合）の状況（質問 2）

各機関が担当している繊維産地（組合）について、その名称、組合名、主要産品、所在地域、産地の規模推移、産地機能の状況、産地の問題点等を聞いた。

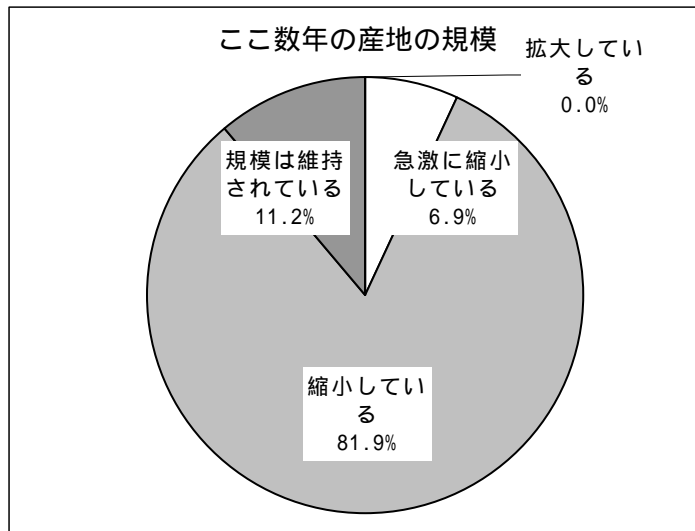
担当産地（組合）数（質問 2-1～2）

36 機関からの回答に記載があった産地（組合）数は、合計 149 であった。

ここ数年の産地の規模（質問 2-5）

ここ数年の産地の規模について聞いた結果、116 産地について回答があった。

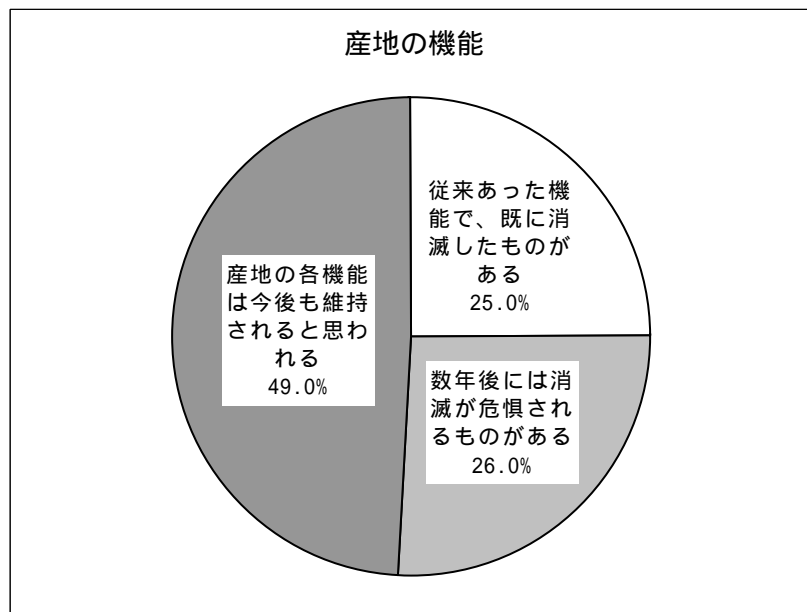
その内容は、次のグラフの通り、「縮小している」（「急激に縮小している」＋「縮小している」）との回答が 88.8%を占め、全国的に繊維産地規模は縮小していることが判明した。「拡大している」との回答はなかった。



#### 産地の機能の状況（質問 2 - 6）

産地とは、ある製品の生産に関し必要な各種の機能が分業形態をとって集積している地域であるが、その産地の規模縮小に伴い、産地内での一貫生産に必要な機能が不足、あるいは欠落していく事態が憂慮される。

そこで、産地の機能の状況について聞いたところ、合計 104 産地について回答があり、下のグラフの通り、「従来あった機能ですでに消滅したものがある」産地が 25.0%、「数年後には消滅が危惧されるものがある」産地が 26.0%と、産地の機能に不全が生じている、または今後生じるおそれのある産地が 51.0%と約半数を占めた。「産地の各機能は今後も維持されると思われる」との回答は 49.0%であった。



#### すでに消滅した機能、数年後に消滅が危惧される機能（質問 2 - 6）

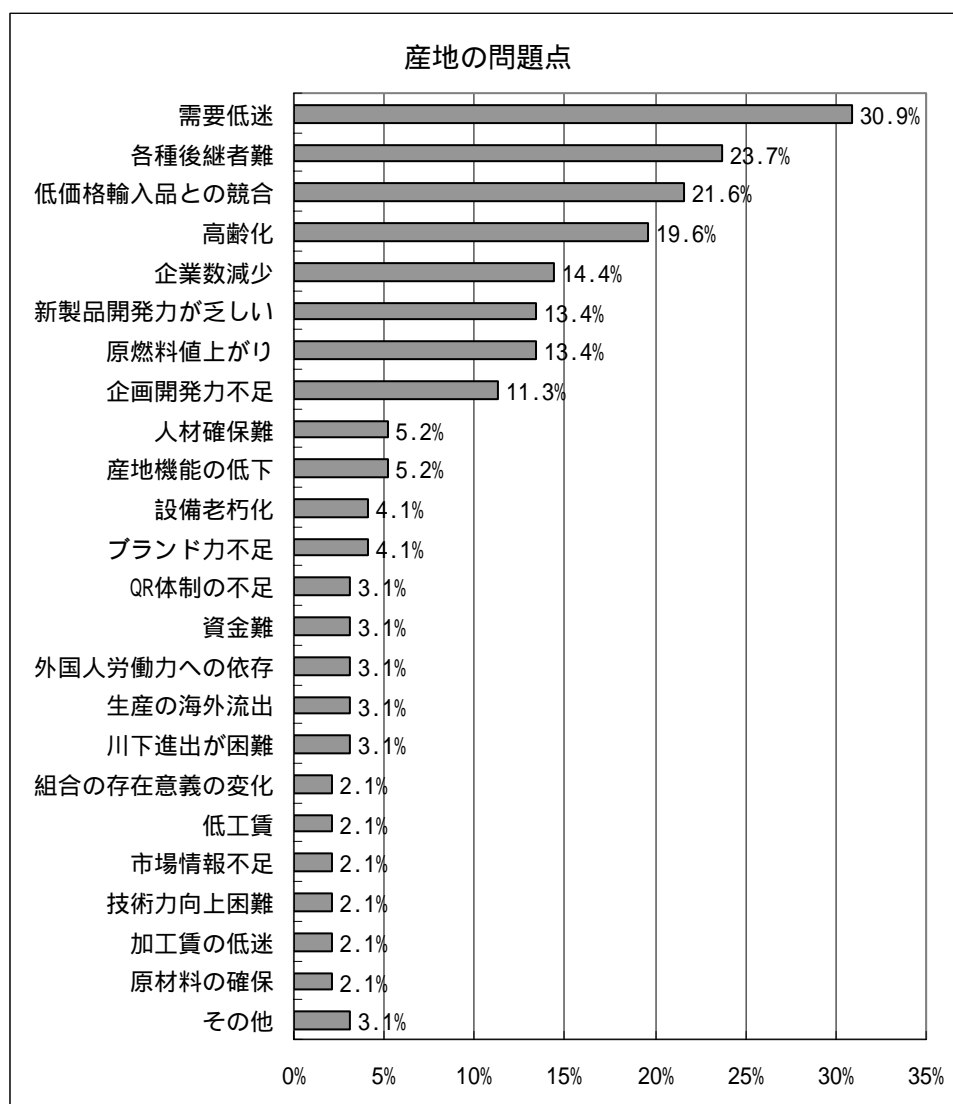
上の質問で「従来あった機能ですでに消滅したものがある」産地（26産地）について、具体的にどのような機能が消滅したのか聞いた結果、4産地について回答があり、内容は「染色整理」2、「織布準備」1、「製糸業」1であった。

また、「数年後には消滅が危惧されるものがある」産地（27産地）について、具体的にどのような機能の消滅が危惧されるのか聞いた結果、10産地について回答があり、内容は「染色整理」8、「リンクング」2であった。

このように、産地機能の中でもっとも消滅が危惧されるのは「染色整理」であることが判明した。

#### 産地の問題点（質問2-7）

産地の問題点について自由記述方式で聞いた結果、97産地について192件の記述があった。その内容を分類・整理した結果は次のグラフの通りである。1産地あたり2件の問題点指摘があったことになる。



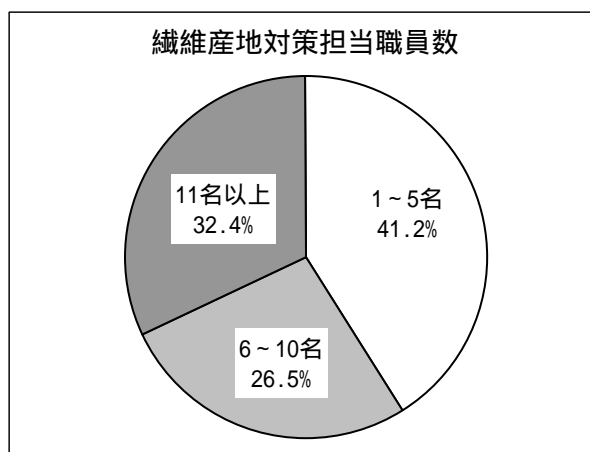
もっとも多かった指摘は「需要の低迷」であり 30.9%を占めた。次は「各種の後継者難」23.7%、第3位は「低価格輸入品との競合」21.6%であった。

#### 2-4-2-2 繊維産地との取り組み状況（質問3）

各機関の繊維産地との取り組み状況につき、担当職員数、年間関連予算、年間産地関係者来訪数、繊維関連年間プロジェクト数、産地との関わり方等について聞いた。

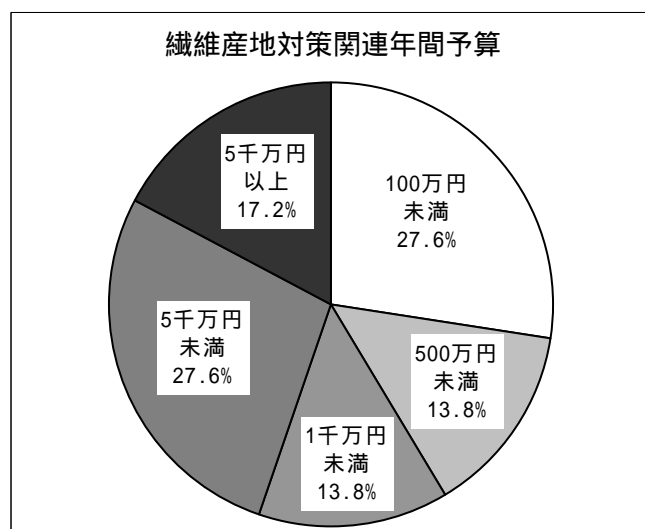
##### 担当職員数（質問3-1-1）

担当職員数について人数記入方式で聞いたところ 34 機関から回答があり、分類した結果、次のグラフの通り、「1～5名」が 41.2%と最も多かった。「11名以上」とする機関も 32.4%あり、地域により差が大きいことが判明した。



##### 年間関連予算（質問3-1-2）

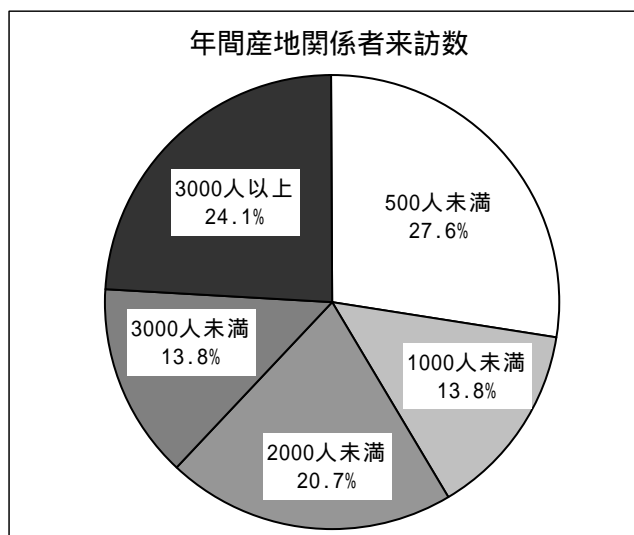
繊維産地対策の年間予算について金額記入方式で聞いたところ、29 機関から回答があった。これを分類した結果は「100万円未満」から「5千万円以上」まで幅広くばらついており、地域差が大きいことが判明した。しかし、もっとも多かった回答は「100万円未満」の 27.6%であった。





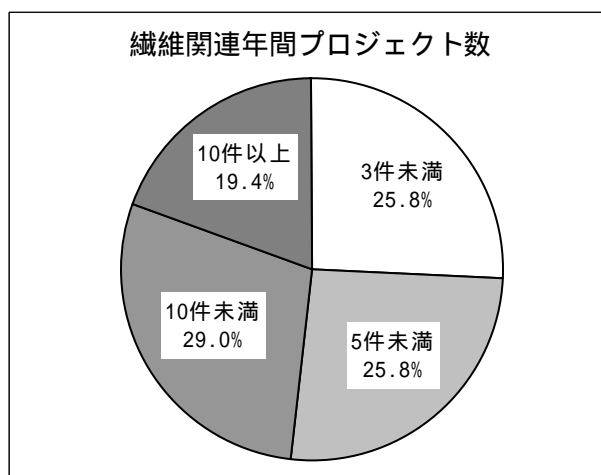
### 年間産地関係者来訪数（質問3-1-3）

繊維産地関係者の年間来訪者数について人数記入方式で聞いたところ 29 機関から回答があり、分類した結果「500人未満」がもっとも多く 27.6%を占めた。しかし、回答は「3000人以上」まで幅広くばらついており、地域差が大きいことが判明した。



### 繊維関連年間プロジェクト数（質問3-1-4）

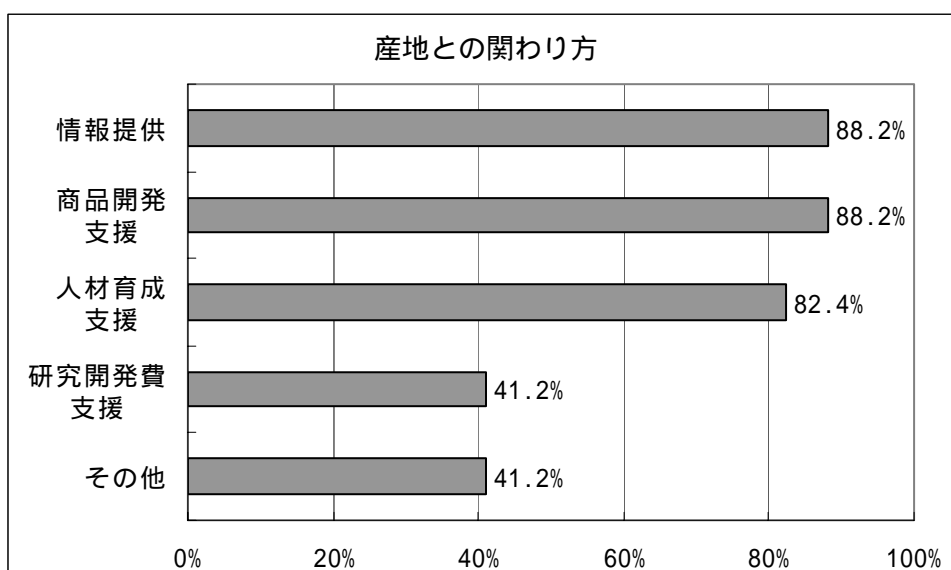
繊維関連の年間プロジェクト数について数字記入方式で聞いたところ、31 機関から回答があり、分類した結果は次のグラフの通りである。これも「3件未満」から「10件以上」までばらついており、地域差が大きいことが判明した。



### 産地との関わり方（質問3-1-5）

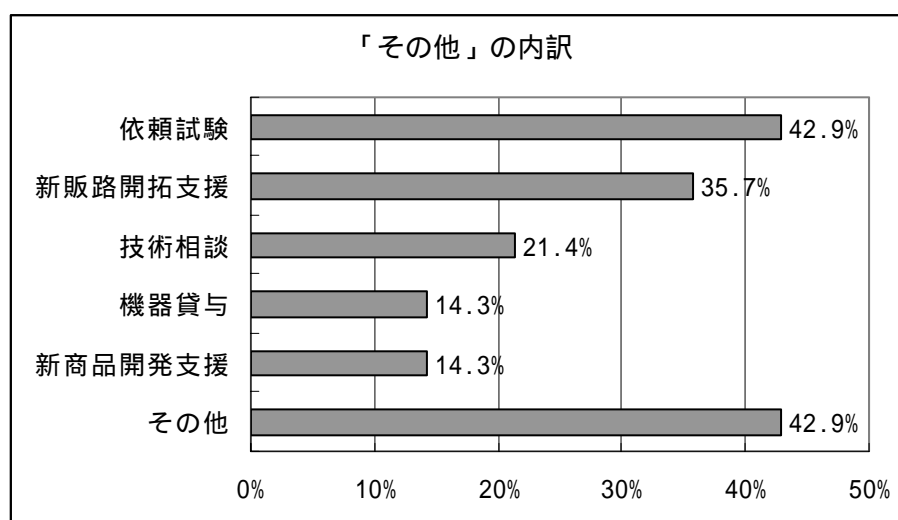
産地との関わり方について「研究開発費支援」「商品開発支援」「人材育成支援」「情報提供」「その他」を例示して聞いたところ、34 機関から 116 件の回答があった、1 機関平均 3.4 通りの関わり方があることになる。

その結果は次のグラフの通りである。



もっとも多かった回答は「情報提供」及び「商品開発支援」で、回答した機関の各 88.2% が指摘した。次は「人材育成支援」の 82.4% で、これら 3 項目が産地との主要な関わり方ということが出来る。

「その他」については 14 機関から 24 項目の記述があった。それを分類すると次のグラフの通りであった。



#### 2-4-2-3 現在の産地との主な取り組み内容と成果（質問3-2）

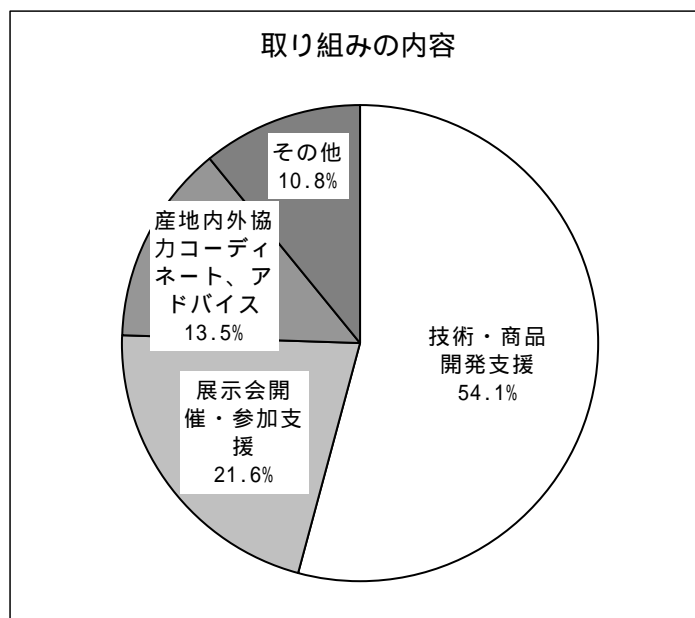
各機関がリーダーシップをとって、あるいは参加して、産地の新製品開発、新販路開拓等 に貢献したケースについて聞いたところ、37 件の記入があった。

##### 取り組みの概要（質問3-2-4）

取り組みの概要について自由記述方式で聞いたところ、37 件の記入があり、その内容を分類した結果は次のグラフの通りである。

もっとも多かった取り組みは「技術・商品開発」で過半の 54.1% を占めた。次は「展示

会開催・参加支援」で 21.6%、第 3 位は「産地内外協力コーディネート、アドバイス」の 13.5%であった。

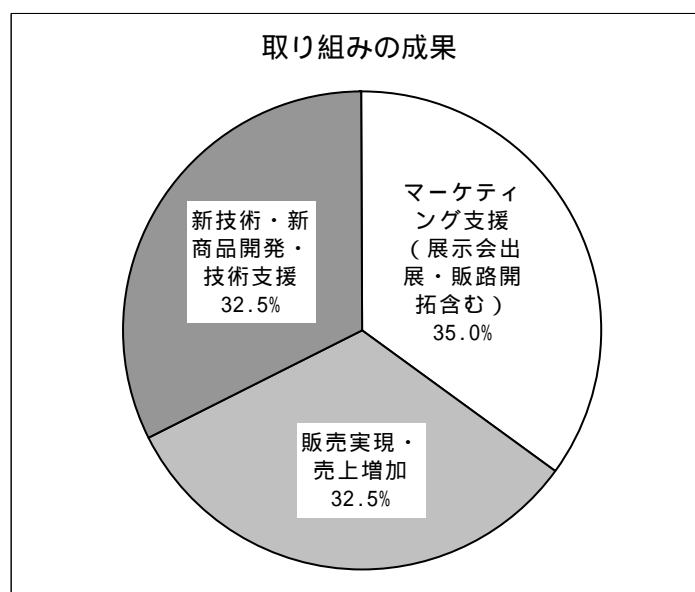


#### 取り組みの時期（質問 3-2-5）

上記取り組みの時期について開始時期と終了時期を数字記入方式で聞いたところ、34 件について回答があった。開始時期について、繊維産業政策における大きな転換点と評価される中小企業基盤整備機構の中小繊維製造事業者自立事業の開始年度である平成 15 年を取り上げ、それより前とそれ以降に分けてみた。

その結果、平成 14 年以前の取り組み開始は 29.4%で、平成 15 年以降の取り組み開始が 70.6%を占めた。

#### 取り組みの成果（質問 3-2-6）

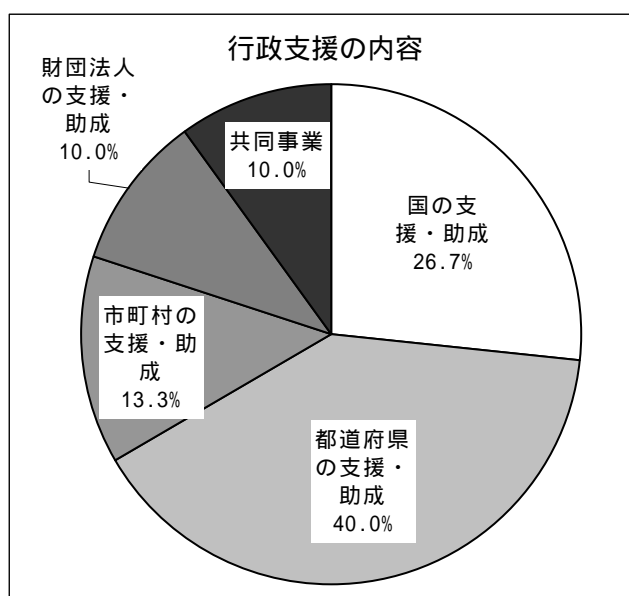


取り組みの成果について自由記述方式で聞いたところ、35 機関 40 項目の記入があった。その内容を分類したのが前のグラフである。「マーケティング支援」「販売実現・売上増加」「新技術・新商品開発・技術支援」がほぼ同率であった。

#### 行政支援の活用状況（質問 3-2-7）

行政支援の活用状況について自由記述方式で聞いたところ、27 機関から 30 件の回答があった。それを分類したのが次のグラフである。

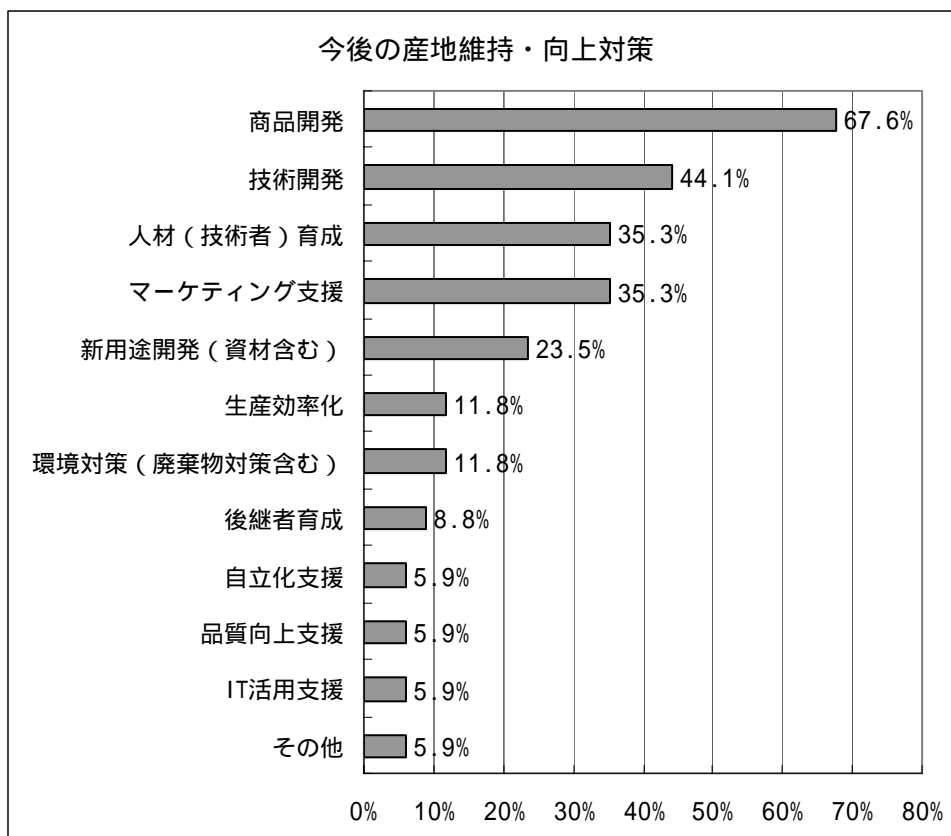
もっとも多かったのは「都道府県の支援・助成」で 40.0%であった。次は「国の支援・助成」の 26.7%であった。「市町村の支援・助成」は 13.3%と少なかった。なお、「財団法人の支援」は行政支援の枠内には入らないと思われるが、記入があったので記載した。また、公設試からは「自身の活動が行政支援である」というもっともな意見もあった。



#### 2-4-2-4 支援機関として考えている今後の産地維持・向上対策について（質問 3-3）

支援機関として考えている今後の産地維持・向上対策の内容・目標等について自由記述方式で回答願った結果、34 機関から 89 件の回答を得た。それを分類・集計したのが次のグラフである。

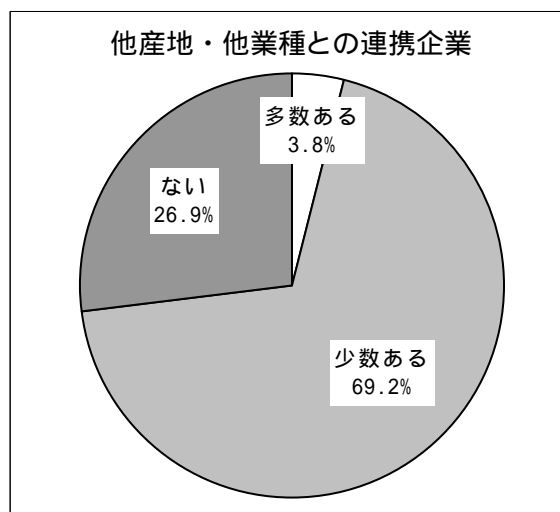
もっとも多かった対策は「商品開発」であり、67.6%の機関が指摘した。つぎは「技術開発」で 44.1%、第 3 位は「人材（技術者）育成」と「マーケティング支援」が同率で 35.3%の指摘があった。引き続き、各支援機関の活動に期待したい。



#### 2-4-2-5 先進的な取り組みを行っている企業について（質問4）

新製品開発や新販路開拓などのため、積極的に他産地企業あるいは他業種企業と連携している企業、直接・間接（商社経由）に製品の輸出に取り組んでい実現させている企業、産学官の協働により新製品開発等の新しい動きを活発に展開している企業などの社名その他の紹介を求めると同時に、担当産地内にそのような動きをしている企業がどのくらいあるのかを聞いた。

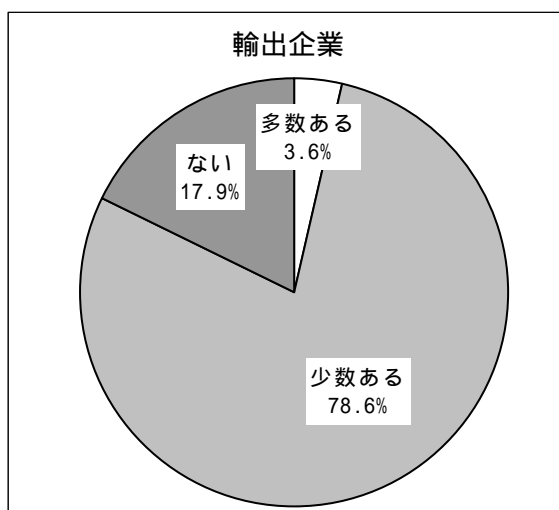
他産地企業あるいは他業種企業と連携している企業（質問4-1-）



26 機関から回答があり、前のグラフの通り、もっとも多かった回答は「少数ある」で 69.2%であった。「ない」という回答も 26.9%あった。連携を実施している具体的企業名としては 27 社の紹介があった。

製品輸出に取り組んでい実現させている企業（質問 4-2- ）

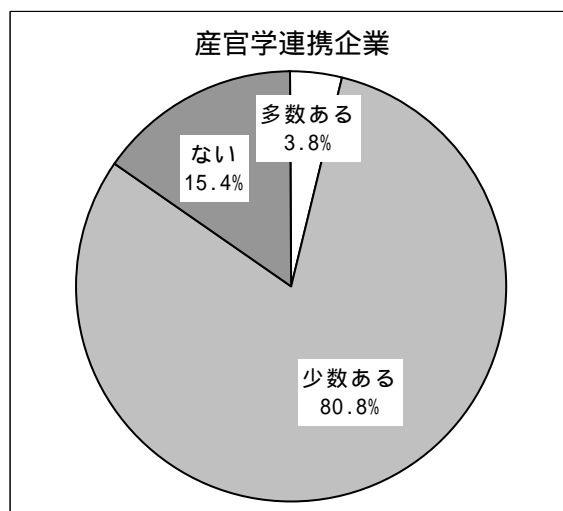
28 機関から回答があり、次のグラフの通り、もっとも多かった回答は「少数ある」で 78.6%を占めた。輸出を実現させている具体的企業名としては 30 社の紹介があった。



産学官の協働により新製品開発等の新しい動きを活発に展開している企業（質問 4-3- ）

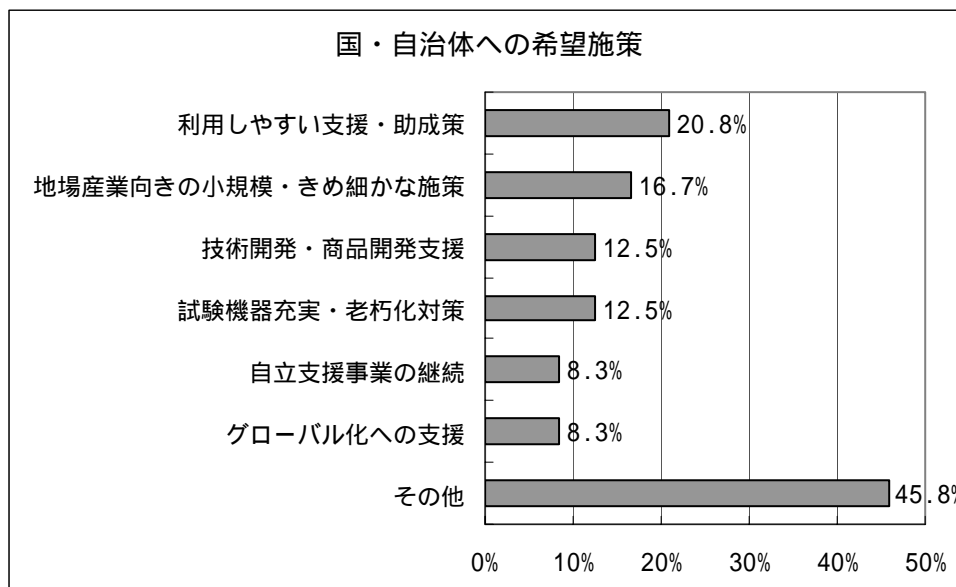
26 機関から回答があり、次のグラフの通り、もっとも多かった回答は「少数ある」で 80.8%であった。産学官協働を推進している具体的な企業名としては 27 社の紹介があった。

これら 3つの回答を通して、多くの産地では先進的な動きをしている企業は「少数ある」ものの、そうした動きが見られない産地もあり、大きな動きにはなっていないらしいことが推測できる結果であった。



#### 2-4-2-6 産地の今後や国・自治体の施策の在り方等について（質問5）

担当産地の今後に関して、また繊維産地の維持・発展のための国や自治体の施策の在り方等に関して、日頃の考えを自由記述願った。その結果、24の機関から30項目の回答を得た。ここではもっとも記載件数が多かった国・自治体への希望施策について、その内容を分類し、グラフで示す。その他は個別の意見が広範に分散しており、分類に適さなかった。



上のグラフに見るように、「利用しやすい支援・助成策」「地場産業向きの小規模できめ細やかな施策」などへの要望が多く、また「技術開発・商品開発の実施への支援」「試験機器の充実や老朽化対策」の希望などもあった。国の自立支援事業の継続を要望する声もあった。

## 2-5 先進的企業事例集計・分類結果について

産地組合及び産地企業支援機関に対し、アンケート中で先進的経営を展開している企業事例の紹介を依頼した結果、103社の紹介があった。それらを集計・分類すると次の通りである。

### 2-5-1 先進性による分類

「先進性」を4項目に分類し、分類別の企業数をカウントすると次の表の通りである。1社で複数の先進性を持つ企業が複数あるため、その合計は紹介された103社より多くなっている。

先進性分類	社数
他産地企業・他業種企業との連携推進	38
自立化推進	18
製品輸出推進（直接・間接輸出含む）	33
産学官協同推進・その他	31
計	120

### 2-5-2 紹介機関数による分類

複数の機関から紹介があった企業数は8社であった。

### 2-5-3 都道府県別分布

紹介された企業の都道府県別分布を見ると次の通りである。愛知、岡山、群馬、大阪、愛媛、石川、福井、岐阜、兵庫、広島などに、先進的な経営を展開している企業が多いことが見て取れる。

社数	都道府県
15	愛知、岡山
7	群馬、大阪、愛媛
6	石川
4	福井、岐阜、兵庫、広島
3	埼玉、東京、長野、静岡、滋賀、
2	茨城、京都、和歌山、富山
1	山形、栃木、山梨、徳島、福岡



#### 2-5-4 「中小繊維製造事業者自立事業」実施者

紹介された企業の中には中小企業基盤整備機構が平成 15 年度から提供している「中小繊維製造事業者自立事業」の支援を受けて実施している企業がかなり見られる。この事業は、企業の計画・実施状況が適切であれば複数年度にわたって支援を受けられることが特長の 1 つであり、その観点から実施企業を分類すると次の表の通りである。

実施年数	社 数
3 年度実施企業	11
2 年度実施企業	11
1 年度実施企業	21
計	43
紹介社数に占める割合	41.7%