

． 繊維産業情報化基盤構想

1 ． 繊維産業情報化基盤構想策定における基本的な考え方

これまでの検討を踏まえ、下記の3つの繊維産業情報化基盤構想を考える視点を整理する。

- (1) 繊維産業の業種と業務機能の考え方
- (2) 国際展開への円滑な対応についてのIT化の考え方
- (3) 繊維産業情報化推進のためのユーザー企業とベンダー企業の果たすべき役割の考え方

(1) 繊維産業の業種と業務機能の考え方

日本の繊維産業の事業モデルは変化しており、これまで一般的であった小売業、アパレル業、テキスタイル業といった“業種”の区分が同じとしても、必ずしも同じ業務機能を担っている企業とは限らないのが実態となっている。このため、繊維産業情報化基盤構想を考える上でも、従来の“業種”という側面だけでなく、業務機能の観点から繊維産業の活動を改めて検討し、業務機能の高度化を目的に整理することとした。

さらに、繊維産業の情報化基盤については、利用範囲が広範囲であることから、技術革新や事業モデルの変化に柔軟に適應でき、陳腐化しないという視点も重要である。

繊維産業の3つの業務分野と6つの事業機能

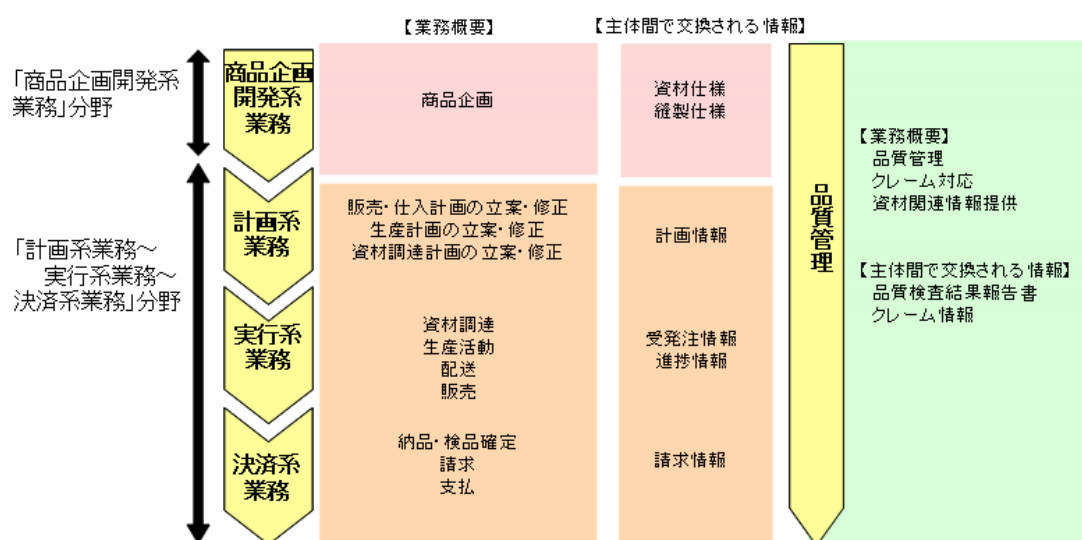
事業活動を行う上での業務は、「企画開発系業務」分野、「計画系業務～実行系業務～決済系業務」分野、「品質管理」分野に区分することができる。3つに区分した業務分野をさらに具体的な業務機能として整理すると、企画開発系業務分野、計画系業務～実行系業務～決済系業務分野のそれぞれの分野は、さらに図表34に示すように、それぞれ3つの業務機能から構成されると考えられる。

各事業機能は業種や業態を定義するものではなく、あくまで最小の事業単位としての機能であり、一つの企業が複数の事業機能を担っているのが一般的であると考えられる。近年では、同一業種が必ずしも、同じ事業機能を示しているとは限らず、テキスタイル企業・ニット製造企業が自主企画製品の販売を行ったり、染色整理企業がテキスタイル販売を始めたりしている。また、アパレ

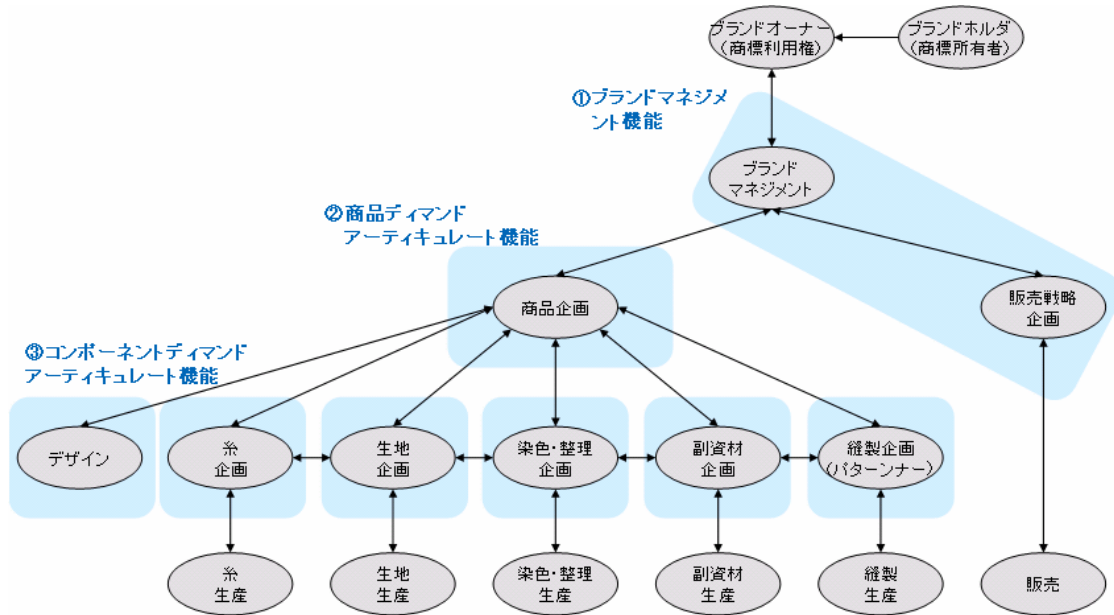
ルでは、直接に生産管理を行うやり方から、商社へのOEM（製造委託）が増加している。このように、企業がこれまでの業種にとらわれない柔軟な展開を見せており、今後その動きは拡大すると考えられる。

繊維企業が、今後の企業活動の国際競争力を高めるためには、いずれか（もしくは複数）の事業機能において高度化を進めていくことが求められる。

図表34 業務内容区分の考え方

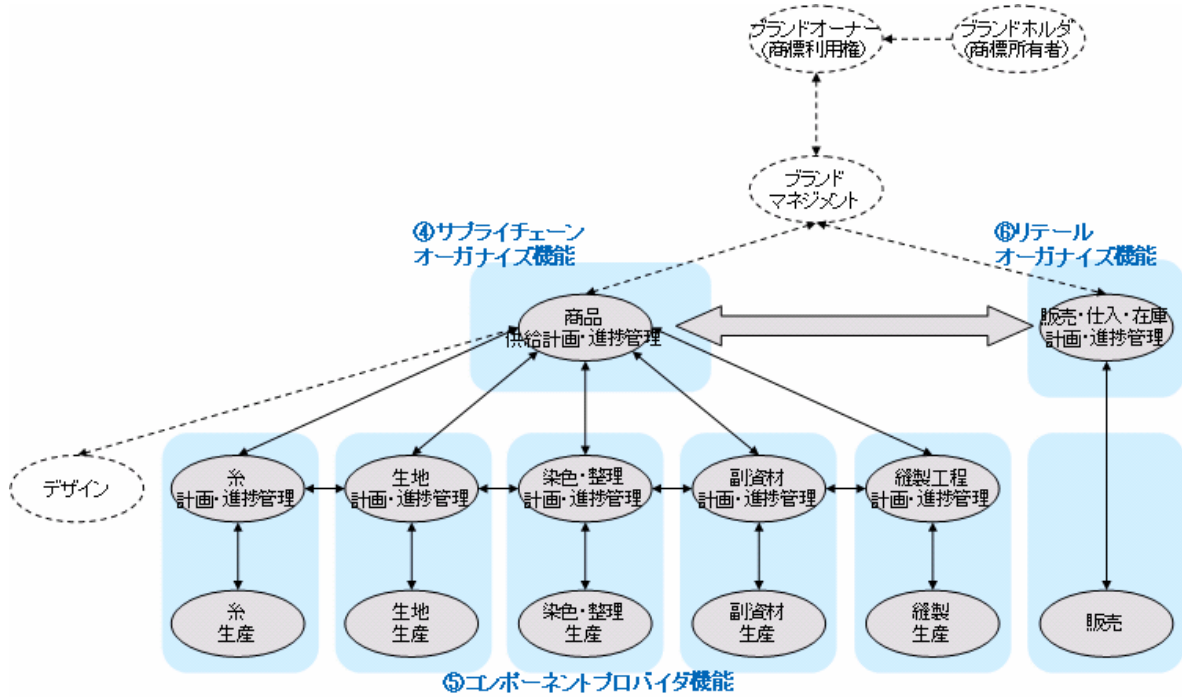


図表35 商品企画開発系業務分野の業務機能



<p>ブランドマネジメント機能</p>	<p>商品ブランドのディレクション（方向性）や、チャネル戦略（展開手段）、商品戦略（展開店舗数、単価）といった、商品ブランド価値の維持・育成をつかさどる機能の集合体。ブランド戦略立案能力が事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 アパレル</p>
<p>商品ディマンドアーティキュレート機能</p>	<p>ブランド戦略にもとづき、1つ1つの商品の外部仕様の具体化を行う機能の集合体。デザイン、糸、生地、副資材等商品を構成する各コンポーネント（商品構成要素）の設計者とのネットワークを持ち、設計者とのコミュニケーションを通じて、いかにブランド戦略に沿った商品を短時間で具体化できるかが事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 アパレル・商社</p>
<p>コンポーネントディマンドアーティキュレート機能</p>	<p>商品ディマンドアーティキュレート機能とのコミュニケーションを通じて、各コンポーネントの外部仕様を確定させる機能とともに、当該外部仕様を製造仕様に変換する機能の集合体。商品コンセプトに沿った各コンポーネントの外部仕様を企画する能力とともに、感性で語られる外部仕様を製造仕様に正確に変換する能力が事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 アパレル・商社・コンバーター</p>

図表36 計画系業務～実行系業務～決済系業務分野の業務機能群



<p>サプライチェーン構築機能</p>	<p>多数の企業の多段階のプロセスから構成される生産のネットワークを市場の変化に機敏に対応させてマネジメントする機能の集合体。ブランド戦略及び販売計画に沿って、コストだけでなく、市場の変化に対する機敏性、技術・技能などの多様な観点から、生産プロセスを的確に構築する能力が事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 アパレル・商社・コンバーター</p>
<p>コンポーネントプロバイダ機能</p>	<p>商品及び、糸・生地・副資材などのそれぞれのコンポーネント（商品構成要素）において、生産・販売を実行する機能の集合体。生産であれば、製造仕様に合わせて実行する能力に加え、コスト、品質、納期のそれぞれが事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 紡績企業・テキスタイル企業・ニット企業・染色整理企業等</p>
<p>リテールオーガナイズ機能</p>	<p>販売・在庫・仕入計画に基づく店頭品揃えの管理とともに、店頭売場編集、VMD（Visual Merchandising）などを通じて売場を編集・管理する機能の集合体。魅力ある売場作りを行う能力が事業価値となる。</p> <p>【現在おおよそ本事業機能を担っている業種】 小売・アパレル</p>

(2) 国際展開への円滑な対応についてのIT化の考え方

日本のテキスタイル企業には、独自の生産ノウハウを有し、国際競争力を持つ企業も存在する。また、企業アンケートによると、国内市場の飽和と輸入衣類の拡大を背景に「グローバル経済への適応」について関心は高くなっており、今後は国際展開への円滑な対応を図ることが重要となる可能性がある。

産地の中小企業の海外取引のためのITインフラ

産地の中小企業が国際展開する際の課題としては、製品自体の価格や技術については特に問題はなく、むしろ、

- ・ 海外取引をどのように行ったらよいか
- ・ 貿易手続きや契約手続きはどのように行うのか
- ・ 営業や商品仕様確定へ向けた取引先との意思疎通をどのように図るのか

といった実務的な課題が大きいことが明らかになった。

したがって、中小産地の国際展開への円滑な対応を進めるために、繊維産業のIT化も、受発注～貿易手続き・船積み、通関～決済などの貿易実務の業務をいかに円滑に行うかという視点が重要である。

国際的な商品企画開発系業務におけるIT化の取組の活用

営業や商品仕様確定へ向けた取引先との意思疎通を効率的に行うためには、現在香港GS1(=VICS)で検討されているCPD(協働商品開発)プロジェクト等の国際的な標準化活動へ参画することも1つの手段である。また、そのために、こうした国際的な標準化の成果を日本国内へ紹介し、場合によっては、日本での議論を国際標準として提案していくための機能の充実も重要と考えられる。

(3) IT化推進のための繊維企業とベンダー企業の果たすべき役割の考え方

過去の実証事業の内容

過去のプロジェクトは、業務モデル、業務アプリケーション、IT標準の3つの領域で検討が行われてきた。

業務モデル領域

TA (Textile-Apparel) プロジェクト

繊維産業流通構造改革推進協議会(略称：SCM推進協議会)において、取引の公正化を図るために、繊維製品の生産供給に関する標準業務プロセス、取引形態の考え方について取りまとめた「TAガイドライン」を策定し推進するプロジェクト。現在、50余社の企業が参加し、TAガイドラインに基づいた基本契約書の締結を順次実施している。

コラボレーション取引

日本百貨店協会と日本アパレル産業協会との間で合意された取引形態であり、具体的には、「消費者を含めたサプライチェーンの全体最適を目指すこと」を基本方針として、百貨店が一定の消化率をアパレル企業に対して約束し、逆にアパレル企業は一定の納品率を百貨店に対して約束する契約取引のこと。

業務アプリケーション領域

TIIP (Textile Industry Innovation Program (繊維産業革新基盤整備事業))

1995年より開始された、繊維産業構造改善事業協会によるコンピューターや通信ネットワークを始めとしたIT技術を繊維産業で活用可能にすることを目的に実施された事業であり、TIIPでは、業務アプリケーション25事業が実施され、その後、TIIPが1999年まで行われた。

ATネット

TIIP事業が前身。アパレルとテキスタイルメーカー間の受発注と進捗管理を目的とする情報交換ネットワーク。

尾州ネット

2003年から検討が開始され、尾州産地のテキスタイル企業、染色整理企業、及びコンバーターの間で進捗情報を共有化するネットワーク。

IT 標準化領域

JANコード・個別企業コード

【JAN (Japanese Article Number) コード】

日本の国コード(45,49)で始まる13桁のEAN (European Article Number) コードをJANコード、バーコードをJANシンボルと呼ぶ。日本が国際EAN協会(現GS1)に加盟した1978年から国内における通称として使用されてきた。JIS規格などで正式な呼称をつける時は「共通商品コード」と呼んでいる。(JISX 0501)

【GLN (Global Location Number)】

EDI (電子商取引)などに利用できる国際標準の企業・事業所コードのこと。1995年に国際EAN協会が制定した。JANコードを利用した13桁の体系で、JANコードで商品を表わすアイテムコード部分で企業の事業所等も表わすことができる。

【GTIN (Global Trade Item Number)】

EDIなどで商品を識別するための国際標準の商品コードのこと。GS1が2005年から普及促進を開始した。従来からのJANコードやITF (Interleaved Two of Five) コードを包含し、14桁であらゆる荷姿の商品を識別できるようにしたもの。日本では2007年3月から導入を開始しており、そのための導入指針が2005年4月に流開センターから公開されている。なお、JANシンボル表示13桁を変更する必要はない。

R F I D (Radio Frequency Identification)

商品の識別等に利用される微小な無線ICチップに識別コード等のデータを記録・蓄積し、電波を用いて読取端末との間でデータを送受信する機能を持つタグの総称。ICタグ、電子タグなどと呼ばれることがある。事業の詳細については第3章を参照のこと。

以上、出所：「概説流通SCM」(流開センターの用語集から引用)

次世代標準 E D I

「流通ビジネスメッセージ標準」のことであり、EDIのための「メッセージ種別」、「メッセージ構造」、「データ項目」と「データ項目の意味」、「データ属性（文字種や桁数、必須/選択など）」の項目から構成されている。2007年4月に「流通ビジネスメッセージ標準(ver1.0)」が公開され、その後継続的に検討が行われている。繊維産業においては、アパレル企業と小売業の間で標準化を進めている。事業の詳細については第3章を参照のこと。

これまでに実施された代表的な「繊維産業における情報化に関わるプロジェクト」

年度	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06	07
業務モデル			ORAI ORAIモデル			FBA / コラボレーション取引 TAプロジェクト							
業務アプリケーション			業務がPA (6)										
			予算の都合上、業務仕様作成にツエイトを置き、小規模実験で使うシステムを作成し、仕様を公開した。その後、当該仕様を基にして、本規模用システムを各社で構築し、現在に至っている。										
			CAD、TIIP規格のようによく普及したものもある										
			インターネットの普及により必要性が乏しくなった。										
IT標準													
ネットワーク			OR推進のためのネットワーク										
コード			JANコード、個別企業コード										
商品マスタ													
EDIメッセージ			百ア受発注EDI標準(可変長)										
RFID													

ユーザーであるアパレル、生地問屋、システムベンダー、3者ともに必ずしも十分なメリットを感じていない。

TIIP規格のようによく普及したものもある

インターネットの普及により必要性が乏しくなった。

下記2点の理由によりサービス事業より撤退想定ユーザーの獲得が困難追加(更新)投資が困難

全商品群で、共通のEDIメッセージの標準を活用することで、システム投資の経済性を向上させている。共通システムを利用するわけではない。

アパレルから見ると、副資材向けEDIのインターフェイスを新規構築するのは、経済性に乏しいため、副資材アパレル間は検討そのものが中断された。

過去のIT化事業における課題

1) 不透明な取引慣行との関係

「業務モデル領域」では、IT活用という目的と繊維産業における“不透明な取引”の実態との間に乖離が大きかった。具体的には以下のとおり。

- ・ 受発注業務へのEDI（電子商取引）導入は、「不透明な取引慣行」の実態と乖離が大きく、導入の実現可能性及び動機付けに乏しかった。
- ・ そのため、EDI導入のためには、「不透明な取引慣行」を見直すことが必要であり、以下のような取引適正化への取組が進められてきた。
 - 百貨店とアパレル企業：コラボレーション取引
 - アパレル・繊維関連商品を生産・販売する企業間：TAプロジェクト

TAプロジェクトを始めとした取引適正化への取組の結果、IT活用のための取引慣行に関する基盤は整えられた。むしろ、今がまさに、繊維産業のIT化を進める好機である。

2) 企業のIT導入への動機付け

企業間の情報共有のIT化を進めていくためには、企業のIT導入の動機付けが最も重要となるため、IT化にかかる投資とそれによる業務効率化の効果を綿密に精査することが重要となる。

例えば、受発注業務においては、企業間で受発注情報を瞬時に共有することによる効率化による期待効果は、伝票の廃止や記載ミスの低減など小さいものではないが、IT化のための追加投資や業務内容の変更による企業内負担の増加を考えると、受発注データを企業内のシステムで直接かつ即時に扱えるようにするなど、IT化の効果を最大化する業務のあり方やそれを実現するITシステムとしていくことが重要である。

3) ITデータと非ITデータの混在

企業間の情報共有のIT化については、様々な取組が行われてきたが、これらの取組は、受発注業務や進捗把握業務が対象であった。しかしながら、繊維

製品を企画・生産・販売する業務全体では、企業間における情報共有が重要な業務も存在する。これらの業務については、依然として、口頭、紙ベースの伝票・FAXによる情報共有が行われている。

その結果、企業内では、取引先からの情報について、電子データと紙ベースの両方に対応できる仕組みとせざるを得ない状況となっている。その結果、IT化の効果を最大化することが難しい。

4) 複数の取引相手、急激な産業変化に対応しうるIT化の実現

IT化を進めるに当たっては、二重投資を防ぐために、複数の取引相手に対しても、1つのITシステムが幅広く対応できることが重要である。また、繊維業界はグローバル化の中で生産・流通工程が頻繁かつ急激に変化するため、ビジネスモデルや業務プロセスの変化に柔軟に対応できるITシステムにすることで、投資を陳腐化させないIT化を追求していく必要がある。

5) 実効性のあるIT化事業構築

過去のIT化事業は、業務内容、IT化されるべき情報内容の標準仕様(項目、定義、利用コード等)の確定に留まらず、共同利用できるITシステムの開発を目的とするIT化事業が多かった。その結果、いくつかの問題が生じた。

第一に、システム開発を目的とする事業においても、政府の事業となる場合は、年度内でその全ての事業を終了させる必要があり、年度内という限られた時間の中で、システム開発に加え、その実証を完了させなくてはならなかった。その結果、多くの場合は、業務手順、共有情報内容の標準仕様確定の検討にかけられる時間が限定されることが多く、他の標準仕様との間でのインターフェース標準を検討する時間も充分にとれないことが多かった。

第二に、政府の事業であったために、個々の企業に当事者意識が希薄になりがちで、自社の将来の業内容について真摯に検討した上で、その中に共同利用のITシステムを描く段階まで至らない場合がほとんどであった。そのため、第三者的な立場で参画する企業が多く、事業に対して積極的なコミットメントを持つ企業は少なかった。その結果、せっかく構築した共同利用できるITシステムは業界標準どころか、ごく少数の企業による活用に留まってしまった。

第三に、国によるIT化事業の終了後すぐに、当該事業をシステムベンダーによる継続的なビジネスとして成立させることは非常に難しかった。

それは、ITシステム自体が完成しても、ITシステムの営業の必要性、繊維業界の環境変化への対応の難しさによる。

第四に、IT化事業に関わったシステムベンダー以外のベンダーにとってはIT化事業から得られるメリットは何もなく、その後のITシステムの普及についても積極的ではなかった。そのため、導入したい企業がいても、システムベンダーから法外なカスタマイズ（企業のシステムと摺り合わせること）のための費用を請求され、結果として導入をあきらめるといような例も見られた。これらの問題から得られる示唆としては、IT化事業においては、繊維産業の企業については、業界全体としてIT化に強いコミットメントを持つ仕組みの構築やシステムベンダーの動機付けまで視野に入れた事業設計が求められるということである。

<参考> 海外における標準化策定に向けた取組の進め方

欧米におけるIT化は、大前提として、企業が実現したいビジネスモデルを策定し、必要とされる業務・情報内容を、「各社が共通で必要とする業務・情報内容」と「各社が個別に戦略的に独自性を謳っていくべき業務・情報内容」に分け、 についてIT化への取組を行う。その際にも、各社が個別に行う業務や取得する情報は、当該企業内で実施・取得する事が原則であり、取引先に協力を求めることはしない。この背景には、「無駄なことは排除し、標準化することで本来業務に注力したい」、「自社が個別で利用する情報は競争優位性を担保する情報であり、門外不出」というビジネスに関わる各社の共通の考えがある。具体的に欧米と日本の取組の進め方を比較すると以下のような表となる。

図表37 標準化策定に向けた取組の進め方

	欧米	日本
検討体制の構築	標準化推進機関の下で、ユーザー企業のボランティア参加によるチームの編成（システムベンダーは不参加）。	政府のIT化事業の公募により体制構築で、ユーザー企業の代表及び、システムベンダーによるチーム編成。
ビジネスモデルの検討	現行のビジネスの課題・限界と実現すべき（したい）ビジネスの目的・期待される成果の共有を当事者間で検討した上で、 ビジネスプロセス（企画～計画立案～情報交換～社内意思決定～実行～実績確認・検証）とその各段階で必要とされる情報を整理する。	現行業務を前提として、一部業務のIT化・電子化を検討対象とする、その内容について、当事者間で検討するが、その際には、既存の書類ベースの情報項目を必要とされる情報とする。
標準の検討	インターフェース標準	インターフェース標準
システムの開発・提供	システムベンダーの投資を前提として、インターフェース標準に準拠したシステムの標準仕様を策定・提供する。	IT化事業の予算内でシステムの開発を実施する。
パイロットプロジェクトの実施と成果共有	複数のパイロットプロジェクトが実施され、その成果は広く共有される。	ユーザー企業、単独システムベンダーによって、パイロットプロジェクトが実施され、成果が共有される。
実証事業の評価・修正	パイロットプロジェクトごとの評価を踏まえ、ビジネスモデル及びインターフェース標準を再検討し修正を行う。	パイロットプロジェクトの結果に基づいて、ビジネスモデル及びインターフェース標準・開発システムを修正することはほとんどない。
標準の公開と利用・普及	標準化推進機関からのビジネスモデル及びインターフェース標準の公開	実証事業として公開

IT化事業の当事者からの視点

1) ユーザー企業からみた視点

現在、産地の中小企業では、現地のシステムベンダーが開発したパッケージ化されたソフトウェアが多く活用されている。このため、産地のシステムベンダーの参画を図ることにより、産地の中小企業にとっては、IT化事業への取組がより容易になり、実効性の高い取組が可能となる。

また、ユーザー企業にとっては、企業間で共有したITデータを社内システムと連携させるためのインターフェースを開発することが重要となる。業界の共同利用システムを利用するだけでは、社内システムへのデータ入力を人手で行うことになるので、データ入力の正確性・情報交換の迅速性・業務負荷のいずれにおいても、従来のFAXでのやり取りと変わらなくなってしまいうためである。インターフェースの開発においては、特定の製品・業務プロセス・取引先に限定されない、適用範囲の広いインターフェースであることが重要であり、業界の環境変化・高度化に柔軟に対応できることが望ましい。

2) システムベンダーからの視点

欧米では、業種横断型の国際標準に基づいたシステム開発が行われており、適用範囲は極めて広い。このため、システムベンダーにとっても利益は大きく、ユーザー企業のニーズに合わせた機能改善も容易である。日本の繊維産業のIT化を進める際にも、システムベンダーが積極的に参画する動機付けをしていくことは必要不可欠であると考えられる。具体的には、システムベンダーの視点からは、下記3点が重要である。

仕様

- ・ 標準化された仕様の存在 (= その仕様に従ったシステム利用をユーザー企業が確約できること)
- ・ その仕様がシステム開発可能なレベルまでのデザインされていること。
- ・ 事業環境の変化に対し、標準化された仕様が適切かどうかを見直す体制が明確であること。

需要規模

- ・ 大きな適用領域 (= 市場規模) をもつシステムであること。

開発・サービス提供のための費用

- ・個々のユーザー企業の負担可能な範囲の費用で開発・サービス提供できること。
- ・市場環境変化時のユーザー企業のニーズに対する追加開発を低コストで実現できること。

2 . 繊維産業情報化基盤構想の基本方針

基本方針の全体体系

基本方針 1 : 業務プロセスの高度化のための I T 化

- 1) 業務効率化のための、計画～受発注～物流～決済までのサプライチェーンの機能強化
- 2) 商品企画開発や消費者の安心・安全のための品質情報を共有する機能の強化

基本方針 2 : . I T 化の検討・普及を行う実効性のある体制の構築

- 1) 業務評価及び高度化の検討を実施する I T 化推進体制の確立
- 2) 既存組織の連携の推進

基本方針 3 : 海外展開にも対応可能な国内共通システム基盤の構築

- 1) 既存ネットワークの国際化対応と活用範囲の拡大
- 2) 中小企業向け ASP ネットワークの構築支援
- 3) 海外展開に必要となるマーケティング環境とロジスティクス環境の整備

(1) 基本方針1：業務プロセスの高度化のためのIT化

業務の高度化の目的

多様化する市場ニーズに即した迅速な繊維製品の生産・供給活動（企画開発～生産・供給～販売までのサプライチェーン）を実現し、製品の市場導入までの時間の短縮を図るとともに、市場ニーズを踏まえた生産を実現するために業務の高度化を目指す必要がある。

また、繊維の素材・部材や最終製品についての品質情報は商品企画開発業務を効率化するとともに、消費者に安心・安全という付加価値を生み出すためにも共有化を進めていくことが重要である。

各業務分野における高度化に向けた対応

1) 業務効率化のための、計画～受発注～物流～決済までのサプライチェーンの機能強化

これからのIT化事業では、一部の業務にだけ着目し、IT化を図るのではなく、サプライチェーン全体（事業計画から受発注、決済）を見据えて、業務の高度化のためにIT化を検討することが必要である。

あくまでも業務の高度化が前提であるため、IT化ありきではなく、以下のような項目について検討を行った上で、IT化によって業務の高度化が実現できると業界全体で判断できた場合に取組を進めていく必要がある。

- ・高度化すべき業務の検討（取引形態等も含む）
- ・IT化事業の実施主体の明確化と各主体の役割の決定
- ・ITベンダーの動機付けも含めたITインフラの整備の検討

高度化すべき業務については、コラボレーション取引（百貨店 - アパレル企業間）、TAプロジェクト取引ガイドライン（アパレル、商社、副資材、コンバーター、テキスタイル、染色等）が整備されており、ITインフラ整備についてはEDI標準化事業、GDS（Global Data Synchronization、商品情報の標準化）、RFID（電子タグ）の検討が進められている。

今後のIT化事業においては、以上の検討の成果を活用しつつ、業務全体の高度化を目指した検討を、実施主体の明確化及び各主体の役割の決定を行った上で進めていくべきである。

2) 商品企画開発や消費者の安心・安全のための品質情報を共有する機能の強化

繊維産業においては、素材・部材の情報を共有することにより、生産・流通体制の速度を高めること、最終製品のトレーサビリティを確保して、消費者の安心を担保すること、品質に問題があった際にクレーム情報を共有し、迅速な対応を可能とすることなどから、素材・部材・最終製品のそれぞれにおいて品質情報を共有する必要性が高まりつつある。

まず、商品企画開発系業務は、「製品の企画開発を始めてから店頭展開」までに要する時間の70%を占めており、IT化により業務の高度化が実現出来れば、製品の企画開発から店頭展開までの時間を大きく短縮できる可能性がある。具体的には、商品企画開発系業務は、サンプルを介して多段階で行っており、市場ニーズへの対応に時間がかかり、結果として、販売機会を逃し在庫を生じてしまうことが多い。このような問題は素材・部材の情報を共有することで解消しうる可能性がある。

また、品質情報の活用については、個々の企業が各自で進めることも1つの考え方ではあるが、下記の視点から考えると、広く品質検査機関が行った品質検査報告書、当該資材に関するクレーム情報、及び素材設計に関わる技術情報（品質、特性、回避すべき用途・縫製・加工処理等）などの情報を一元管理する仕組みを構築することが効果的と考えられる。

- ・ 迅速なクレーム対応の必要性（品質保証による日本ブランドの構築）
- ・ 多様な新規製品・素材の出現
- ・ 既存の素材品質関連情報の収集（アーカイブ）
- ・ 商品企画開発業務のための技術情報共有の必要性

これらの2つの目的は別個独立のものではない。過去の素材や商品の品質検査報告書・クレーム情報の共有を行うことで、商品・素材の品質低下・クレーム発生の要因を分析することができ、素材設計に関わる技術情報の蓄積が可能となる。その蓄積された技術情報を活用することで、将来の類似素材における品質の予測が可能となり、品質低下・クレーム発生の危険性がある素材・商品の企画・開発を回避することができる。

第3章で紹介したように、繊維産業においては、個々の企業における商品企画開発業務の高度化を実現しうる技術が次々と開発されている。さらに、欧米・中国では品質情報を活用する業界全体の取組が始まりつつあり、日本においても品質情報の様々な分野への活用を目的とする業界全体での取組の重要性が今

後高まる可能性がある。

(2) 基本方針2：. I T化の検討・普及を行う実効性のある体制の構築

1) 業務評価及び高度化の検討を実施する I T化推進体制の確立

業務は技術革新、業界の環境変化により、常に変動・高度化していくものである。このため、繊維産業全体を視野に入れ、業務主体及びその役割、業務内容、取引形態、I Tシステム基盤といった様々な視点から絶えず、現状のビジネスモデルを評価し、今後の業務についての方向性を設計していく体制が必要である。

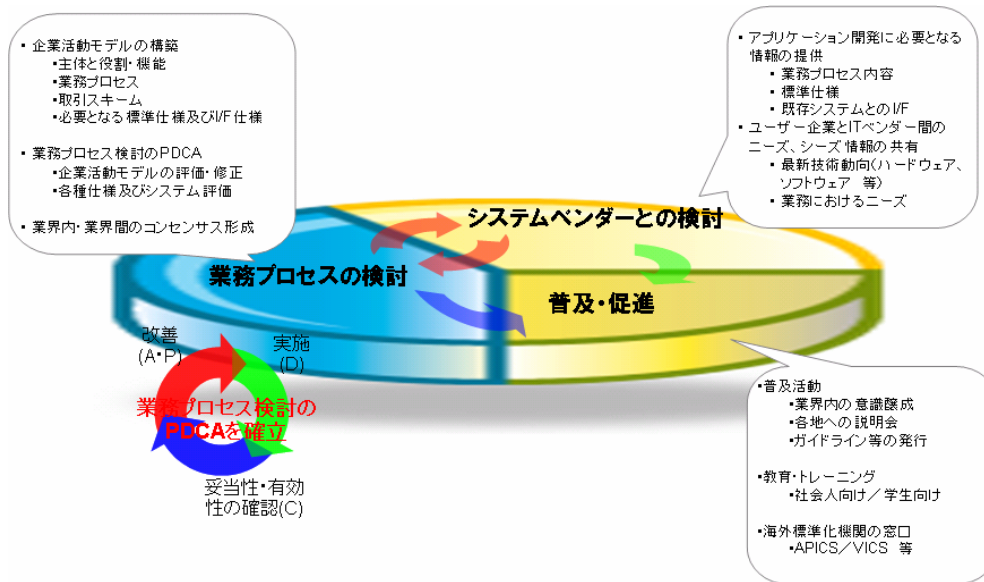
また、このような体制には、システムベンダーとの検討や業界における I T教育・トレーニングを含む普及・促進といった機能も期待される。

さらに、これらの各機能で検討された内容が、他の機能においても活用されるように機能間の連携も重要である。

図表 3 8 I T 化推進体制に期待される機能

主要機能	検討内容
業務の検討	<p>企業活動モデルの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 主体と役割・機能 ・ 高度化すべき業務 ・ 取引形態 ・ 必要となる標準仕様及びインターフェース仕様の策定 <p>業務の検討の PDCA</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ ビジネスモデルの評価・設計 ・ 各種仕様及びシステムの評価・修正 <p>業界内・業界間のコンセンサス形成</p>
システムベンダーとの検討	<p>ソフトウェア開発に必要となる情報提供</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 業務内容 ・ 標準仕様 ・ 既存システムとのインターフェース標準 <p>ユーザー企業とシステムベンダー間の情報共有</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 最新 I T 技術動向 ・ 業務におけるニーズ
普及・促進	<p>普及活動</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 業界内の意識醸成 ・ 各地への説明会 ・ ガイドライン等の策定 <p>教育・トレーニング</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会人向け / 学生向け <p>海外標準化機関の窓口</p>

図表 3 9 I T化推進体制の概念図



2) 既存組織の連携の推進

これまで繊維産業全体の高度化を進めてきた各種行政機関、各種業界団体等については、今後もさらに活発な活動が行われることが期待される。繊維産業全体を視野においた業務の高度化を進めるためには、既存組織の連携を推進し、既存組織の有する機能を最大限活用していくことが重要である。

(3) 基本方針3：海外展開にも対応可能な国内共通システム基盤の構築

1) 既存ネットワークの国際標準対応とそれに伴う活用範囲の拡大

過去の繊維産業 IT 化事業で構築された、EDI（電子商取引）のネットワークを国際標準に対応させることで、ユーザーは海外の企業とも情報交換が可能となる。その結果として、1つの産地のシステムから国内他産地のシステムとの連携も国際標準を媒介にすることにより可能となりうる

2) 中小企業向け ASP（Application Service Provider）ネットワークの構築支援

中小企業では、独自に海外や国内といった多様なシステムとの連携が可能なシステムを構築することは難しい。他方、中小企業が参画しないネットワークには、大企業にとっても投資効果を期待しにくいという側面もある。

このため、中小企業に対しては、ASP ネットワークを別途構築することで、安価に中小企業がネットワークに参画できる環境を整備することが必要である。こうすることで、大企業もネットワークに参加する動機付けが向上する。