

## 資料

平成 14 年 1 月 日

各 位

中小企業総合事業団  
繊維ファッション情報センター  
統括研究員 多田 靖

### 繊維企業の情報化実態調査へのご協力について（お願い）

拝啓 時下益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。

近年の繊維産業は、経済不況や輸入繊維製品の増加等により、非常に厳しい状況が続いていると存じます。産地においても生産量等が年々低下し、縮小の一途をたどっている状況と思われます。

このような状況に対応するため、情報技術を駆使して新たな方針を目指している産地・企業も多々おられることと存じます。以下に代表的な事例をご紹介します。

#### 五泉ニット産地（11社）

独自のブランド・企業戦略を持って下請け体質から脱却し、地域産業のネットワーク化や、事業者間電子データ交換の標準化、インターネット販売などを実施。消費者直販体制を展開し、ホームページ上でも多数の問い合わせを受けています。

#### 今治タオル産地（10社（実証実験51社））

分業体制にある企業同士が情報共有化を実施し、産地内生産工程の生産リードタイム短縮（45日→30日）、生産進捗状況の把握、産地企業の空織機検索システムなどを実現。米国向け輸出展開にも着手し、国際競争力をつけつつあります。

当事業団では、繊維産業の情報化関連の導入支援事業を促進するとともに、今後の情報化導入支援研修テーマの充実化を図りたいと考えています。

つきましては、繊維事業者各社の情報化の実態等について、アンケート調査を実施させていただくことになりました。ご多用の折、誠に恐縮ではございますが、何卒、同封のアンケート調査にご回答をいただきたく、よろしくお願い申し上げます。

なお、ご回答いただいた調査票はすべて統計的に処理のうえ利用させていただくこととし、個別のご回答内容が外部に漏れることはありませんことを申し添えます。

敬具

区 分	
整理番号	

# 繊維企業情報化実態調査 調 査 票

この調査は繊維企業の皆様が情報化を進められる上で真に役立つ当事業団主催の情報化研修事業を企画するため、  
また国や事業団の繊維関連施策の立案に資するために実施させていただきます。

**ご記入の上、12月12日(木)までにご投函下さい。**

中小企業総合事業団  
繊維ファッション情報センター

〒105-8453

東京都港区虎ノ門3-5-1 虎ノ門三七森ビル

TEL : 03-5470-1181 FAX : 03-5470-1183

担当者 : 宮村康夫

E-mail : ym1543@jasmec.go.jp

## 繊維企業情報化実態調査票

1. 貴社の概要について伺います。なお、3)の業種について、複数の業種にまたがっている場合には、主要な業種1つだけを選び、その番号を印で囲って下さい。

1) 社名					
2) 住所	( 〒       -       )				
3) 業種	製造業	1. 二次製品製造業(縫製業など) 4. 燃糸業	2. 染色整理業 5. 糸綿製造業	3. テキスタイル製造業	
	卸売業	6. 二次製品卸売業(アパレル業など)	7. テキスタイル卸売業	8. 糸綿卸売業	
	小売業	9. 百貨店	10. 総合スーパー	11. 専門店、その他の小売店	
4) 資本金	1. 1千万円以下	2. 5千万円以下	3. 1億円以下	4. 3億円以下	5. 3億円超
5) 従業員数	1. 30人以下	2. 50人以下	3. 100人以下	4. 300人以下	5. 300人超
6) 最近の年商額	1. 1億円以下	2. 5億円以下	3. 10億円以下	4. 100億円以下	5. 500億円以下 6. 500億円超

2. 本調査票へのご記入者について伺います。

1) 氏名			2) 所属・役職		
3) 電話	-       -	4) ファックス	-       -	5) Eメール	

各設問への回答は、次の要領でお願いします。

- 1) 質問の後に「単一回答」と書いてある場合は、回答欄から該当する項目を1つだけ選び、その番号を 印で囲ってください。
- 2) 質問の後に「複数回答可」と書いてある場合は、回答欄から該当する項目をいくつでも選び、それらの番号を 印で囲ってください。
- 3) 「その他」に 印を付けた場合、その具体的な内容が明確であれば、その周辺の余白にご記入ください。



パソコン使用者の教育はどうしていますか。 (複数回答可)	1. 個人の努力にまかせている 3. パソコン会社などの講習会に参加させている 5. 公的指導機関の研修会等に派遣している 7. その他	2. 業務の中で教育している(OJT) 4. 民間指導機関の研修会等に派遣している 6. 専門学校・通信教育を受講させている
パソコンを導入した成果はどうですか。 (単一回答)	1. 期待以上の成果が上がっている 3. 成果は上がっているが期待ほどではない	2. 期待通りの成果が上がっている 4. 成果は上がっていない
3) 問1)で「1. パソコン」に0台(保有なし)と回答した企業に伺います。		
パソコンを導入していない理由は何ですか。 (複数回答可)	1. 経営上、必要性を感じないから 3. 利用できる人材がないから	2. 取引先から要請されていないから 4. 資金がないから 5. その他
今後、パソコンを導入する計画はありますか。 (単一回答)	1. 具体的な導入計画がある 2. 導入意欲はあるがまだ具体的ではない 3. 導入の計画はない	

4. 社内の情報機器をネットワーク化すれば、ネットワーク化しないで利用するよりも一層多くのメリットが生まれるといわれています。貴社内におけるパソコン等情報機器のネットワーク化の状況について伺います。

1) 貴社では社内のパソコン等の情報機器をLAN <sup>(注1)</sup> やイントラネット <sup>(注2)</sup> などでつないでネットワーク化していますか。 (単一回答)	1. している 2. していない	
2) 問1)で「1. している」にマークした企業に伺います。		
ネットワーク化の目的は何ですか。 (複数回答可)	1. 情報共有化のため 4. コスト削減のため	2. 業務改革のため 5. その他 3. 意志決定迅速化のため
ネットワーク化した成果はどうですか。 (単一回答)	1. 期待以上の成果が上がっている 3. 成果は上がっているが期待ほどではない	2. 期待通りの成果が上がっている 4. 成果は上がっていない
3) 問1)で「2. していない」にマークした企業に伺います。		
現在、社内ネットワーク化していない理由は何ですか。(複数回答可)	1. 経営上、必要性を感じないから 3. メリットが分からないから	2. ネットワーク化のやり方が分からないから 4. コストがかかりそうだから 5. その他
今後、ネットワーク化を実施する計画はありますか。(単一回答)	1. 具体的な実施計画がある 2. 実施意欲はあるがまだ具体的ではない 3. 実施の計画はない	

(注1) LAN: ローカルエリア・ネットワーク(Local Area Network)の略。企業構内など限定的な場所にあるコンピューターなどの情報機器を回線でつなぎ、情報(データ)をやり取りしたり、情報の蓄積場所(サーバーなど)から情報を取り出したり、新たに作成した情報をそこに格納できるようにした仕組み。

(注2) イン트라ネット: インターネットの技術を利用して構築した企業内ネットワークのこと。LANの一種と考えるとよい。電子メールや電子掲示板、スケジュール管理などの基本的な用途から、高度な業務用ソフトまで社内でも共用できる。

5. 取引に EDI<sup>(注)</sup>を利用することで、取引の正確性、迅速性は著しく向上するといわれています。貴社と取引先（販売先、仕入先、委託取引先など）との間の EDI の利用状況について伺います。

1) 貴社では取引先との間の取引データ交換に EDI を利用していますか。(単一回答)	1. 利用している      2. 利用していない
2) 問1)で「1. 利用している」にマークした企業に伺います。	
EDI を利用した取引は年間取引 <u>件数</u> の何% くらいですか。(単一回答)	1. 25%以下      2. 50%以下      3. 75%以下      4. 75%超
利用している EDI の方式はどのようなもの ですか。(複数回答可)	1. 業界標準方式      2. 自社独自の方式      3. 取引先独自の方式      4. その他
3) 問1)で「2. 利用していない」にマークした企業に伺います。	
現在、EDI を利用していない理由は何です か。(複数回答可)	1. 経営上、必要性を感じないから      2. 取引先から要望がないから      3. 利用方法が分からないから 4. メリットが分からないから      5. コストがかかりそうだから      6. その他
今後、EDI を利用する計画はありますか。 (単一回答)	1. 具体的な利用計画がある      2. 利用意欲はあるがまだ具体的ではない      3. 利用の計画はない

(注) EDI: 商取引に関する情報データ(受発注や見積、決済、出入荷、その他のデータ)を、標準的な書式で、企業間でネットワークを通じて電子的に交換すること。紙の契約書(伝票)のやり取りに比べるとスピードが早く、手間が少なく、一度インプットしたデータが何回も利用できる(引き合い 契約 出荷 請求など)などのメリットがある。データの送受信には VAN (Value Added Network; 付加価値通信網)やインターネットなどが用いられる。

6. インターネットには情報収集、自社情報の発信、販売および購買への利用など、さまざまな利用方法があり、インターネットを利用して収益を拡大している企業も生まれています。貴社におけるインターネットの利用状況について伺います。

1) 貴社ではインターネットを利用していますか。(単一回答)	1. 利用している      2. 利用していない
2) 問1)で「1. 利用している」にマークした企業に伺います。	
最初にインターネットに接続したのはいつ 頃ですか。(単一回答)	1. 今年      2. 1~2年前      3. 3~5年前      4. 6年以上前
インターネットの利用目的は何ですか。 (複数回答可)	1. 国内外の各種情報の入手      2. 自社や自社製品の紹介・PR 3. Eメール等の情報受発信      4. EDI の実施 5. 自社製品等の企業向け販売(主に原材料として) 6. 自社製品等の消費者向け販売(主に消費財として。Eマーケットプレイスへの参加を含む) 7. 原材料等の購買(Eマーケットプレイスへの参加を含む)      8. その他

注: Eマーケットプレイス: 原材料、消費財を問わず、売り手と買い手が自由に参加できる「インターネット上の市場」を指します。

(次頁に続く)

3) 問1)で「2.利用していない」にマークした企業に伺います。	
現在、インターネットを利用していない理由は何ですか。(複数回答可)	1. 経営上、必要性を感じないから      2. 利用方法が分からないから 3. メリットが分からないから      4. 利用できる人材がないから 5. コストがかかりそうだから      6. その他
今後、インターネットを利用する計画はありますか。(単一回答)	1. 具体的な利用計画がある      2. 利用意欲はあるがまだ具体的ではない      3. 利用の計画はない

7. インターネット・ホームページを開設すると、自社のPRや販売・購買情報の発信という、これまでの新聞・雑誌広告などでは費用がかかりすぎて実現できなかったことを簡単に実現できるようになるといわれています。貴社におけるホームページの開設状況について伺います。

1) 貴社ではホームページを開設していますか。(単一回答。開設している場合 URL 記入)	1. 開設している (URL : _____)      2. 開設していない
2) 問1)で「1.開設している」にマークした企業に伺います。	
ホームページの内容はどのようなですか。(複数回答可)	1. 会社紹介      2. 製品・サービスの紹介 3. 技術データ等顧客サポート情報      4. 求人情報 5. 商品知識、地域情報等の参考情報      6. その他
ホームページのメンテナンス(内容更新)頻度はどの程度ですか。(単一回答)	1. 月1回以上      2. 月1回程度      3. 2~3ヶ月に1回程度      4. 半年に1回程度 5. 1年に1回程度      6. 2~3年に1回程度      7. ほとんどメンテナンスしていない
ホームページのメンテナンスの実施者は誰ですか。(単一回答)	1. 社内スタッフ      2. 外部業者・団体(有料)      3. 外部業者・団体(無料)      4. その他
ホームページへの年間アクセス件数はどの程度ですか。(単一回答)	1. 100件以下      2. 500件以下      3. 1000件以下      4. 5000件以下      5. 10000件以下 6. 10000件超      7. 把握していない
ホームページの存在をどのような方法でPRしていますか。(複数回答可)	1. 名刺・企業パンフレットに記載      2. YAHOO!などの検索エンジンに登録 3. 関係先に手紙やメールで連絡      4. 新聞・雑誌広告に記載      5. その他
ホームページの開設で、社内的にどのような効果がありましたか。(複数回答可)	1. 社員の情報意識が向上した      2. 社内の情報共有化に役立った      3. 業務の効率化に役立った 4. 人材募集に役立った      5. その他      6. 効果はなかった
ホームページの開設で、対外的にどのような効果がありましたか。(複数回答可)	1. 自社の知名度向上に役立った      2. 自社商品のPRに役立った      3. 売上が向上した 4. 新規顧客が誕生した      5. その他      6. 効果はなかった
3) 問1)で「2.開設していない」にマークした企業に伺います。	
現在、ホームページを開設していない理由は何ですか。(複数回答可)	1. 必要を感じない      2. 開設・運用の経費負担が大      3. 開設・運用する人材が不在 4. 開設・運用の方法が不明      5. その他
今後、ホームページを開設する計画はありますか。(単一回答)	1. 具体的な開設計画がある      2. 開設意欲はあるがまだ具体的ではない      3. 開設の計画はない



8) 貴社の主要 <b>仕入先</b> は、SCM を正しく理解していると思いますか。(単一回答)	1. 正しく理解している仕入先が多いと思う。 2. 正しく理解している仕入先は少ないと思う。 3. SCM に関心を持っていない仕入先が多いと思う。
9) 貴社は、SCM の経済効果を計る指標として何が適切とお考えですか。(複数回答可)	1. 売上の増加 2. コストの低下 3. プロパー消化率(当初価格での販売数量÷総販売数量)の向上 4. 在庫回転率の向上 5. 欠品率の低下 6. 返品率の低下 7. リードタイムの短縮 8. 書面契約率の向上 9. 事務量の減少 10. その他(具体的に: 11. 分からない。)
10) 貴社はどのような事項が SCM の実現への障害と思いますか。(複数回答可)	1. SCM の効果が不明確なこと。 2. SCM 推進のノウハウが不足していること。 3. SCM 推進の人材が不足していること。 4. SCM 推進に必要な投資資金が不足していること。 5. パートナーたるべき主要 <b>販売先</b> が SCM の取り組みに不熱心なこと。 6. パートナーたるべき主要 <b>仕入先</b> が SCM の取り組みに不熱心なこと。 7. 業界の取引慣行に曖昧、不透明なものが多いこと。 8. 業界標準(標準商品コード、標準 EDI 等)が普及していないこと。 9. その他(具体的に: 10. 分からない。

9. 情報化は目的ではなく、経営向上のための手段です。経営者は率先して情報機器を活用し、それらの経営への利用について工夫することが求められる時代に入っています。経営者の情報化との取り組み状況について伺います。

1) 経営者は、パソコンを使用していますか。(単一回答)	1. いつも使用している    2. 時々使用している    3. 使用していない
2) 経営者は、Eメールを利用していますか。(単一回答)	1. いつもしている    2. 時々している    3. していない

10. 情報技術(IT)は複雑で進化が速いため、自社単独での情報化への取り組みにはかなり困難が伴うことがあります。情報化に関する外部支援についての貴社のお考えを伺います。

1) 貴社ではこれまで、貴社が情報化を進める上で公的機関などからの支援を受けたことがありますか。(単一回答)	1. 受けたことがある    2. 受けたことはない
--	----------------------------

(次頁に続く)



中小企業総合事業団

繊維ファッション情報センター

〒105-8453 東京都港区虎ノ門3-5-1 (虎ノ門37森ビル)

電話 03(5470)1181

FAX 03(5470)1183

ホームページ URL

中小企業総合事業団  
繊維事業

<http://www.jasmec.go.jp/>

<http://www.jasmec.go.jp/tira/index.htm>