

1 調査の概要

調査の概要

1.1 調査の目的

わが国繊維産業は、流通構造の多段階性と過度の分業性から、仮需及び不良在庫、見切り、欠品等の流通ロスが発生しやすい構造となっていますが、従来このようリスクを不明確な取引慣行により多段階にわたって分散することで対応しており、これが、繊維産業の構造改善を妨げていると認識されています。

この、現状の分断型、見込み型の生産・販売体制を一貫型、受注型の生産・販売体制に改革するためにはIT（情報技術）化が重要であり、繊維産業のSCM（電子データ交換等によるサプライチェーンマネジメント）の構築をしていくことが不可欠です。

このような状況から、平成15年7月に発表された『日本の繊維産業が進むべき方向ととるべき政策 - 内在する弱点の克服と強い基幹産業への復権を目指して -』（通称：新繊維ビジョン）が策定されました。

本調査は、SCMの実現に必要な基礎的な情報技術の利用状況等についてアンケート調査を行い、繊維産業における取り組みの進捗状況を把握することにより情報化を推進する上での問題点等の所在を明らかにすることを目的としています。

読者におかれても、自社あるいは自社の属する業界の状況と照らし合わせ、情報化に取り組む際の基礎資料にいただければ幸いです。

1.2 調査の概要

調査は、糸加工（川上）から小売（川下）までの幅広い業種の企業を対象に、パソコンの導入・利用実態に始まり、ネットワーク、インターネット、ホームページ等についての実態、さらにSCM、EDI、SKU、JANコード等の利用実態について調査しました。

調査項目

1) 回答企業の概要に関する質問

業種 資本金 従業員数 最近の繊維年商 主要取引形態
主要販売先（委託加工発注元）業種 総販売先（委託加工発注元）数
総仕入先（委託加工発注先）数

2) パソコンに関する質問

パソコン保有の有無
保有企業に対して、保有台数、導入目的、活用業務分野、ソフト調達方法、使いこなし状況、導入成果、利用上の問題点、パソコン使用者教育について
未導入企業に対して、その理由

3) 情報機器ネットワーク化に関する質問

ネットワーク化の有無
ネットワーク構築済み企業に対して、目的、成果
未ネットワーク化企業について、その理由、ネットワーク化計画の有無

4) インターネットに関する質問

インターネット利用の有無
利用企業に対して、利用目的、利用分野

5) ホームページに関する質問

ホームページ開設の有無
開設企業に対して、内容、メンテナンス頻度、メンテナンス実施者、PR 方法、社内的効果、対外効果
未開設企業に対して、その理由、開設計画の有無

6) SCMに関する質問

SCM 化推進の有無
推進中の企業に対して、推進リーダー、パートナーシップ確立状況、社内経営改革進捗状況、推進への障害事項、効果。未推進企業に対して、その理由

7) EDIに関する質問

EDI 利用の有無
利用企業に対して、標準 EDI 方式採用意向、主要適用業務分野、利用状況、受注方法、発注方法。未利用企業に対して、その理由

8) SKUに関する質問

SKU による商品管理の有無
全面利用以外の企業に対して、SKU 利用意向

9) JANコードに関する質問

自社用商品コードの種類、JAN コード付き商品の割合
JAN コード未利用、低利用企業に対して、その理由

アンケート様式は、回答者の記入の便を考慮して前回の質問数を減らし、質問項目を情報化の進捗状況を網羅的に回答頂けるに致しました。その際、専門用語やカタカナ用語は極力無くし、ほとんどを選択式としました。アンケートの詳細については、参考資料(「基本調査票」および「繊維産業情報化アンケート調査票」)をご参照ください。

調査対象業種・企業

調査票は下記団体傘下企業合計 2,200 社に対して送付しました。

日本化学繊維協会、日本紡績協会、日本羊毛紡績会、日本撚糸工業組合連合会、日本絹人織物工業組合連合会、日本毛織物等工業組合連合会、日本綿スフ織物工業組合連合会、日本編レース工業組合連合会、日本カーペット工業組合、日本繊維染色連合会、日本染色協会、日本毛整理協会、日本毛糸商業組合、日本綿化繊糸商業組合、繊維産元地区組合、日本織物中央卸商業組合連合会、日本アパレルソーイング工業組合連合会、日本被服工業組合連合会、日本輸出縫製品工業組合連合会、日本靴下工業組合連合会、全日本婦人子供服工業組合連合会、日本タオル工業組合連合会、日本ニット工業組合連合会、日本毛布工業組合、日本アパレル産業協会、日本インテリアファブリックス協会、日本ジーンズ協会、日本タオル卸商連合会、日本ニット中央卸商業組合連合会、日本ボディファッション協会、日本寝具寝装品協会、日本百貨店協会、日本チェーンストア協会、日本専門店協会

調査経路と期間

調査票は当事業団から各企業に直接郵送(2003年12月8日発送)し、回答も各企業から当事業団に直接郵送願いました。回答の投函期限は12月26日としました。

回答数

2,200 通の発送に対し、宛先不明等で返戻されたもの、配達されたが廃業等で回答願えなかったもの等が 146 通あり、差し引き 2,054 通が有効に配達されたと考えられます。これに対し、794 通の有効な回答があり、回答率は 38.7% でした。この場を借りてご協力いただいた企業に感謝申し上げます。

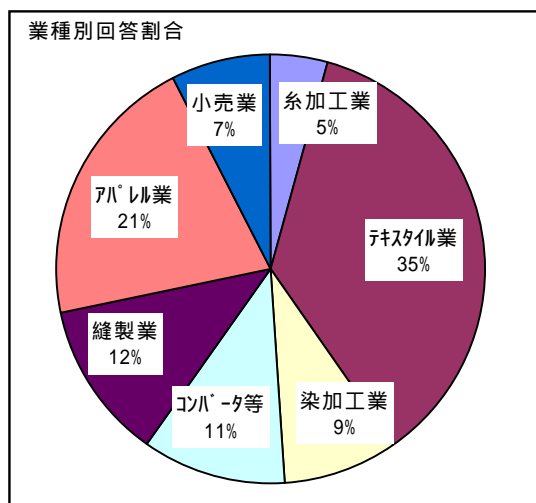
回答企業のプロフィール

回答をいただいた企業を基本調査票の業種区分に基づき集計した結果は、以下のとおりです。基本調査票では副資材業が選択肢に入っていましたが、回答数が少なかったこと、ほとんどがテープ製造などテキスタイル業と考えるとよい企業であったため、テキスタイル業に編入してあります。また、便宜上、この報告書では業種の表記を下表「文中の表記」欄のとおり、簡略化して表記することとします。

以下、業種別、資本金規模別、従業員数別、最近の繊維年商規模別に集計しました。

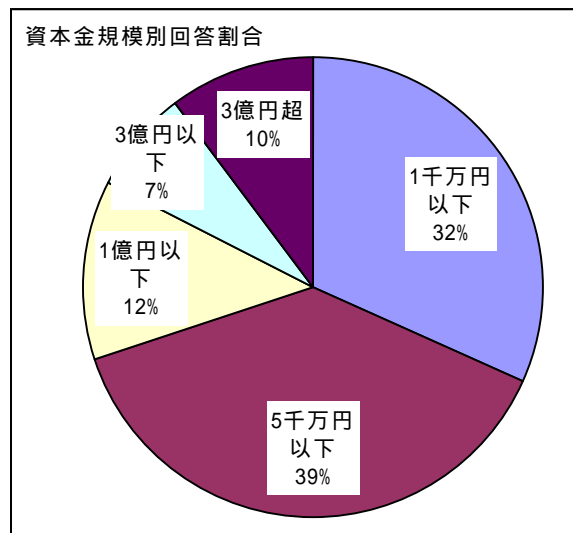
* 業種別

業種	文中の表記	送付数	回答数	前年回答数	コメント
糸加工業	糸加工業	84	36	21	化合織、紡績、撚糸を含む
テキスタイル製造業	テキスタイル業	869	283	156	織物、編物、副資材業を含む
染色加工業	染加工業	161	69	55	糸綿染め、反染め、整理含む
産元・コンパター・商社	コンパター等	311	86	89	糸綿商、テキスタイル商を含む
縫製業	縫製業	181	94	109	ニット製品を含む
アパレル業	アパレル業	343	167	110	製造卸を含む
小売業	小売業	251	59	51	百貨店、量販店、専門店
合計		2200	794	591	



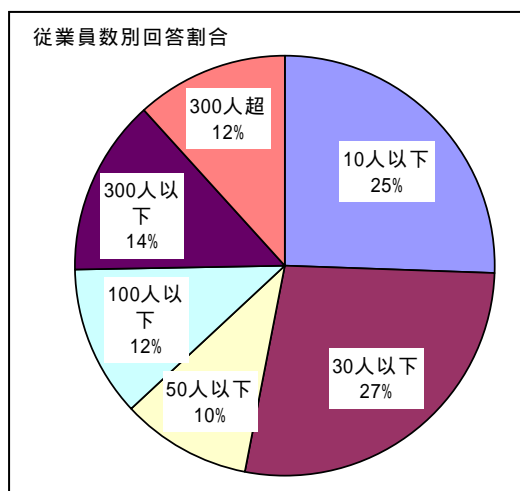
* 資本金規模別

資本金	回答数	前年回答数
1千万円以下	252	189
5千万円以下	304	239
1億円以下	99	66
3億円以下	58	43
3億円超	81	52
計	794	589



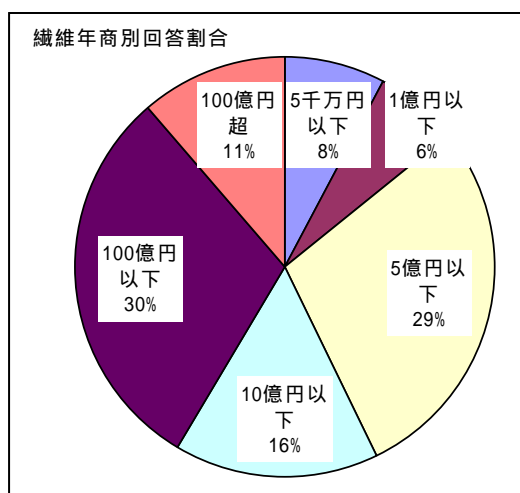
* 従業員数別

従業員数	回答数	前年回答数
10人以下	198	-
30人以下	214	317
50人以下	79	72
100人以下	90	75
300人以下	107	69
300人超	90	56
計	778	589



* 最近の繊維年商規模別

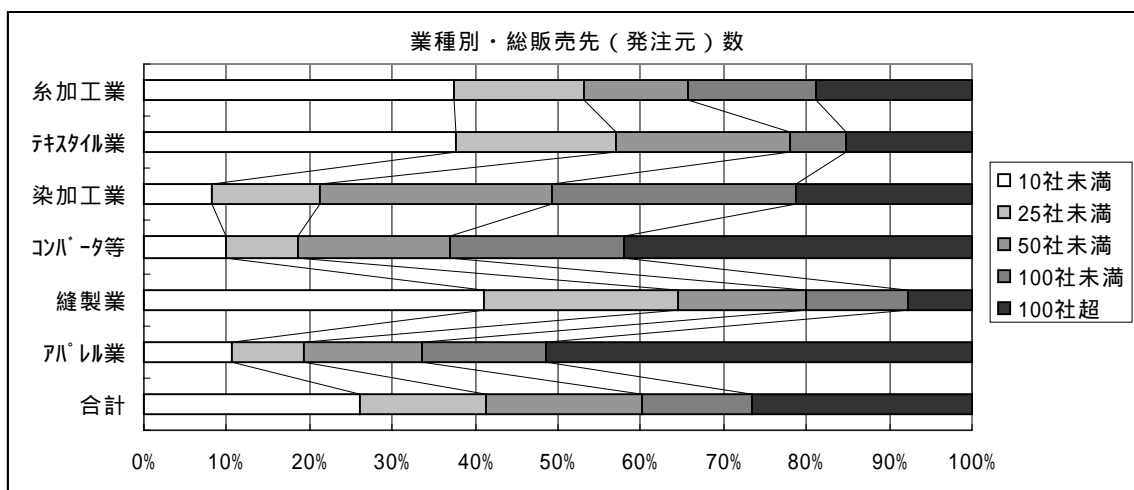
繊維年商規模	回答数
5千万円以下	60
1億円以下	47
5億円以下	217
10億円以下	121
100億円以下	226
100億円超	87
計	758



総販売先数及び総仕入先数

今回のアンケート調査より、回答企業が実際に取引を行っている企業先数を調査しました。SCMやEDI等の取引先との情報化に取り組む際に、コスト削減や業務の効率化等の費用効果に大きく影響を与えるであろう総販売先数及び総仕入先数を集計しました。

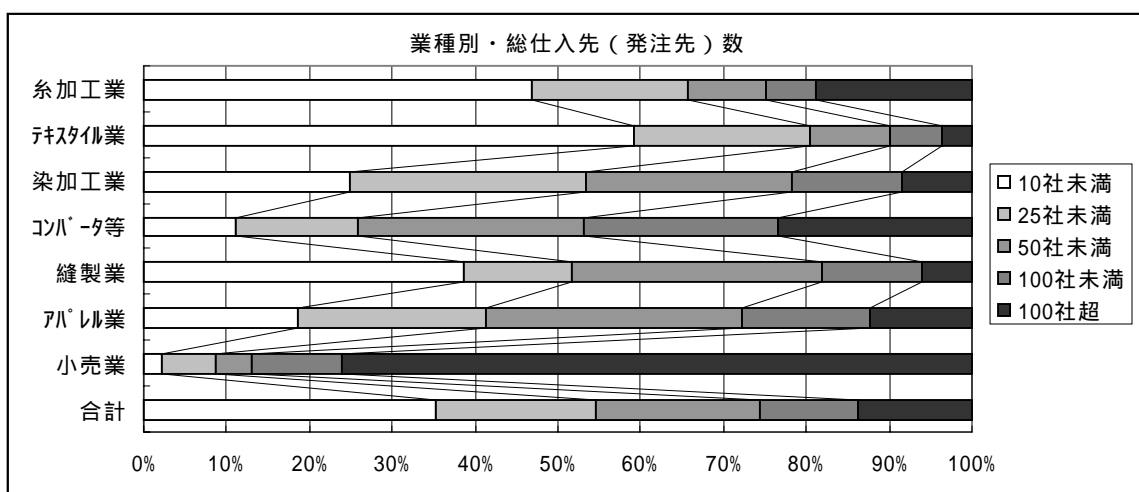
* 総販売先（発注元）数



	糸加工業	テキスタイル業	染加工業	コンバータ等	縫製業	アパレル業	合計
10社未満	37.5%	37.7%	8.2%	9.9%	41.1%	10.6%	26.0%
25社未満	15.6%	19.4%	13.1%	8.6%	23.3%	8.7%	15.4%
50社未満	12.5%	20.9%	27.9%	18.5%	15.6%	14.3%	18.6%
100社未満	15.6%	6.7%	29.5%	21.0%	12.2%	14.9%	13.4%
100社超	18.8%	15.3%	21.3%	42.0%	7.8%	51.6%	26.6%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
回答数	32	268	61	81	90	161	693

総販売先数(または委託加工の発注元)については、回答全体では10社未満と100社超の割合が大きくなっていました。業種別には縫製業、テキスタイル業、糸加工業など委託加工取引の割合が大きな業種で10社未満の割合が大きく、アパレル業、コンバータ等で100社超の割合が大きくなっていました。

* 総仕入先(発注先)数



	糸加工業	テキスタイル業	染加工業	コンバータ等	縫製業	アパレル業	小売業	合計
10社未満	46.9%	59.2%	25.0%	11.1%	38.6%	18.5%	2.2%	35.2%
25社未満	18.8%	21.2%	28.3%	14.8%	13.3%	22.8%	6.5%	19.5%
50社未満	9.4%	9.8%	25.0%	27.2%	30.1%	30.9%	4.3%	19.7%
100社未満	6.3%	6.3%	13.3%	23.5%	12.0%	15.4%	10.9%	11.8%
100社超	18.8%	3.5%	8.3%	23.5%	6.0%	12.3%	76.1%	13.8%
計	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
回答数	32	255	60	81	83	162	46	719

総仕入先数(または委託加工の発注先)については、回答全体では10社未満の割合がもっとも大きくなっていました。業種別には、テキスタイル業、糸加工業、縫製業など、委託加工取引を主とする企業の割合が大きな業種で10社未満の割合が特に大きくなっていました。コンバータ等では他業種(小売業を除く)に比べて100社超の割合が比較的大きくなっていました。小売業では100社超の割合が76.1%にのぼり、他の業種とは全く違う傾向でした。

(参考) 報告書用語解説

情報関係の専門用語やカタカナ用語が本報告書にも多少引用しておりますので、簡単な用語解説を添付いたしました。

・IT=インフォメーション・テクノロジー

情報技術のことです。コンピューターやデータ通信に関する基礎的技術からその応用技術等幅広い範囲で使われている。情報処理技術全体をあらわします。繊維産業では、SCM化にはITの推進が重要であるとされています。

・ネットワーク

コンピューター・ネットワークを意味します。ネットワークには、事業所内や事業所間や企業間にまたがるものの他、世界のコンピューターにつながったインターネット等があります。繊維産業では、ネットワークの取引では、企業間取引をB to B、企業消費者間取引をB to Cといっています。また、ネットワーク上による情報の共有等が指摘されています。

・インターネット

全世界中のコンピューター・ネットワーク同士を結合した巨大なネットワークをいいます。繊維業界では、インターネット販売、EDI、POS情報交換等に利用されています。

・LAN=ローカルエリア・ネットワーク

同一企業内にあるサーバーやプリンターなどのコンピューターを使って接続し、データをやり取りするネットワークをいいます。

・HP=ホームページ

企業等や個人などによって、インターネットで情報が公開されている電子文書(Webページとも称される)の中でも目次や見出しのある、いわゆる「トップページ」のことをいい、企業等がインターネット上で情報発信する情報が格納されています。

・SCM=サプライ・チェーン・マネジメント

繊維製品の製造・流通の全てのプロセスから無駄な在庫と無駄な時間を排除し、消費者ニーズに迅速に対応する仕組みをいいます。繊維業界では、企業間の壁を乗り越えた、SCMの実現を最大の目標に位置付けています。

- ・ **E D I=エレクトロニック・データ・インターチェンジ**

企業間データ交換といいます。企業間の受発注等データをお互いにコンピューターを使い、データを交換することにより企業内での事務の効率化を図ることが出来る。個別企業間で個別毎に伝票の取決めを行ってはいは、非効率であることから、繊維業界では繊維産業 E D I 標準メッセージの普及に努めています。

- ・ **S K U=ストック・キーピング・ユニット**

商品を管理するときの最小の分類単位をいいます。アパレル商品の場合では、商品の品番毎に、さらに、色やサイズ別に個別に管理することになります。

- ・ **J A N=ジャパン・アーティクル・ナンバー**

「日本共通商品コード」のことで、日本の代表的共通商品コードです。繊維業界では、個別商品コードが多く使用され、単独企業間での利用に止まり、非効率であることから、繊維産業全体で利用できる J A N コードへの移行を推奨している。