

「第 14 回経営トップ合同会議」
議案書

平成 25 年 11 月 13 日

繊維産業流通構造改革推進協議会

目 次

「経営トップ合同会議」委員名簿	-2-
I.第13回「経営トップ合同会議」迄の活動と残された課題	-5-
1.「経営トップ合同会議」設立から第13回「経営トップ合同会議」迄の軌跡	-5-
2.第13回「経営トップ合同会議」で提示された課題	-6-
3.「ガイドライン」と「下請適正化推進のためのガイドライン」の関連	-7-
II.TAプロジェクト「取引ガイドライン」聴き取り調査の報告	-8-
1.調査概要	-8-
2.調査結果の総括	-8-
3.「取引ガイドライン」の実践状況	-9-
4.課題とされる取引	-10-
5.今後の課題	-11-
6.調査結果内容	-11-
III.TAプロジェクト「情報化分科会」の活動報告	-12-
1.活動概要	-12-
2.検討経緯	-13-
3.「情報の共有化」に関する取り決め事項	-15-
4.「SCM統一伝票」の現状報告	-21-
5.今後の課題	-22-
【参考】業種別中小企業団体助成金による「情報共有化」事業の経過報告	-23-
IV.今後の進め方	-26-
1.「ガイドライン」聴き取り調査からの問題点と今後の進め方	-26-
2.「情報化分科会」からの課題と今後の進め方	-26-

「経営トップ合同会議」委員名簿

(敬称略:業種別・アイエィ順 平成 25 年 11 月 13 日現在)

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
会 長	馬場 彰	繊維産業流通構造改革推進協議会	会 長
座 長	兎島 康信	株式会社三景	取締役社長
委 員	伊藤 清一	アイトス株式会社	取締役社長
委 員	辻村 章夫	イトキン株式会社	取締役社長
委 員	大澤 道雄	株式会社オンワードホールディングス	常務執行役員
委 員	大澤 道雄	オンワード商事株式会社	取締役社長
委 員	貝畑 雅二	カイトック株式会社	取締役社長
委 員	三宅 正彦	株式会社サンエー・インターナショナル	取締役会長
委 員	小山 文敬	株式会社三陽商会	取締役副社長
委 員	辰野 克彦	辰野株式会社	取締役社長
委 員	澤田 秀峰	ツカモトユーエス株式会社	取締役社長
委 員	山田 康夫	株式会社東京スタイル	取締役 事業本部長兼事業戦略室長
委 員	中谷 善紀	中谷株式会社	取締役社長
委 員	上田 稔夫	株式会社ファイブフォックス	取締役社長
委 員	栗田 英俊	株式会社フランドル	取締役会長
委 員	外川 雄一	株式会社ボンマックス	取締役社長
委 員	宮澤 廣志	ミドリ安全株式会社	取締役 ユニフォーム統括部長
委 員	北畑 稔	株式会社レナウン	取締役社長
委 員	畑崎 重雄	株式会社ワールド	取締役会長
委 員	廣島 清隆	株式会社ワコール	取締役 執行役員 技術生産本部長
委 員	久保 洋三	伊藤忠商事株式会社	執行役員 ファッションアパレル部門長
委 員	宮崎 満	株式会社G S I クレオス	常務取締役
委 員	伊藤 道秀	日鉄住金物産株式会社	繊維事業本部 執行役員
委 員	田中 真一	株式会社スミテックス・インターナショナル	取締役社長
委 員	市川 政彦	田村駒株式会社	取締役社長
委 員	堀松 涉	株式会社チクマ	常務取締役 営業本部長
委 員	三浦 誠	蝶理株式会社	取締役 繊維製品本部長

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
委 員	巢山 洋	帝人フロンティア株式会社	常務取締役 衣料繊維部門長
委 員	豊島 半七	豊島株式会社	取締役社長
委 員	赤塚 昭喜	日新実業株式会社	取締役社長
委 員	有宗 政和	丸紅株式会社	執行役員 ライフスタイル・紙パルプ部門長
委 員	木原 伸一	三井物産インターファッション株式会社	取締役社長
委 員	尾畑 守伸	三菱商事株式会社	執行役員 繊維本部長
委 員	深澤 隆夫	丸和繊維工業株式会社	取締役社長
委 員	瀧 隆太	瀧定大阪 株式会社	取締役社長
委 員	滝 一夫	タキヒヨー株式会社	取締役社長
委 員	森 正志	モリリン株式会社	取締役社長
委 員	斧原 正明	清原株式会社	取締役社長
委 員	勝山 淳	株式会社三景	営業第1部門 部門長
委 員	島田 晋宏	島田商事株式会社	取締役副社長
委 員	芳賀 純一	テナック株式会社	取締役社長
委 員	山中 章弘	ナクシス株式会社	取締役社長
委 員	木川 保明	株式会社フクイ	取締役社長
委 員	石井 銀二郎	一村産業株式会社	取締役社長
委 員	片岡 史朗	クラレトレーディング株式会社	取締役社長
委 員	佐野 茂樹	東洋紡株式会社	取締役 執行役員 繊維事業本部長
委 員	大矢 光雄	東レ株式会社	取締役 繊維事業本部副本部長 テキスタイル事業部門長
委 員	中島 幸介	中伝毛織株式会社	取締役社長
委 員	迫間 満	日本毛織株式会社	取締役 常務執行役員 衣料繊維事業本部 本部長
委 員	福沢 隆	三菱レイヨン・テキスタイル株式会社	取締役社長
委 員	奥村 潔	御幸毛織株式会社	取締役社長
委 員	竹歳 寛和	ユニチカトレーディング株式会社	取締役社長
委 員	中山 賢一	小松精練株式会社	取締役会長
委 員	松木 伸太郎	サカイオーベックス株式会社	取締役社長
委 員	高岡 幸郎	株式会社ソト一	取締役社長
委 員	八代 芳明	東海染工株式会社	取締役社長

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
委 員	栗原 武志	株式会社そごう・西武	法人外商部 ユニフォーム営業部 部長
委 員	野向 健二	株式会社大丸松坂屋百貨店	法人外商事業部 法人営業推進部長
委 員	勝木 幹也	株式会社三越伊勢丹	法人外商事業部 コーポレートサービス営業部長
委 員	三浦 隆司	イオンリテール株式会社	取締役兼常務執行役員 衣料商品企画本部長
委 員	戸井 和久	株式会社イトーヨーカ堂	取締役 常務執行役員 衣料事業部長
委 員	村上 竹司	合同会社西友	商品本部衣料品部 VPGMM
委 員	小泉 清之	株式会社ダイエー	衣料品商品本部 本部長
委 員	佐藤 元彦	株式会社丸井グループ	専務取締役
委 員	谷口 廣樹	ユニー株式会社	執行役員 営業統括本部 衣料本部本部長
委 員	齊藤 港	はるやま商事株式会社	取締役 常務執行役員

I. 第13回「経営トップ合同会議」迄の活動と残された課題

1. 「経営トップ合同会議」設立から第13回「経営トップ合同会議」迄の軌跡

「経営トップ合同会議」は平成15年5月に設置した。この会議体は、長年に亘っていた取引の不公平から生じた様々な課題を解決するために立ち上げた機関で、「繊維産業における様々な課題についての具体策を検討し、SCM構築を目的とした、時代に対応する取引のルールを策定する役割を担う。参加企業は経営トップの責任において、策定された取り決めについては実践・実行することの義務と責任を持つ」ことを条件に、各段階の企業に呼びかけ、趣旨に賛同した24社の参加からスタートしたのである。

「経営トップ合同会議」では、取引慣行の改革と併せて時代に対応したビジネスモデルの検討を行うとともに、

- (1) 参加企業は企業の役割と責任において、取り決めたことを実行し進捗状況について公表すること
 - (2) 出来ていないことについては、その理由、取り組む時期や実施する時期について明らかにする責任を有すること
 - (3) 事務局は取り決めた事項についての進捗状況等について「聴き取り調査」を実施し、その内容については「経営トップ合同会議」で公表すること
- 等の取り決めについて合意し現在に至っている。

また、TAプロジェクトは「経営トップ合同会議」の下にワーキンググループとして設置したもので、「経営トップ合同会議」から示された課題について議論を深め、具体的な解決策等について答申する役割を担っている。TAプロジェクトには「経営トップ合同会議」に参加している企業の誰でもが委員登録を行い自由に参加が出来るが、企業の枠を超え一人の有識者として議論を行うことを条件としている。

このようなことを踏まえ、第1回「経営トップ合同会議」から昨年開催の第13回「経営トップ合同会議」までに、下記の項目について取り決めが策定、合意され実施されてきている。

年 月 日	取り決め事項及び項目	備考
平成16年9月13日	1 生地取引に関するガイドライン	第4回経営トップ合同会議
平成17年10月18日	1 布帛製品取引に関するガイドライン	第6回経営トップ合同会議
	2 副資材取引に関するガイドライン	
	3 ニット製品に関するガイドライン	
平成18年10月20日	1 ユニフォーム商品取引に関するガイドライン	第7回経営トップ合同会議
	2 間接取引における取り決め 間接取引における主体者と発注者・受注者の役割と責任	
	3 品質問題に関する責任範囲 品質に関する責任主体と責任範囲	

年 月 日	取り決め事項及び項目	備考
平成19年10月5日	1 ユニフォーム商品取引に関するガイドライン追加項目 TA―百貨店間(主に法人外商部)のユニフォーム商品取引に関わる取り決め 「共有する計画情報項目」及び「業務条件の取り決め項目」	第8回経営トップ合同会議
	2 TA―量販店間の商品取引に関わる取り決め 「業務条件の取り決め項目」及び「品質に関する責任主体と責任範囲」	
	3 「取引ガイドライン第二版」策定	
平成20年10月30日	1 「TAプロジェクト間取引モデル基本契約書(例A)」策定	第9回経営トップ合同会議
平成21年10月29日	1 「仕入・納品伝票」に関するフォーマットの策定	第10回経営トップ合同会議
	「SCM統一伝票」の策定と運用の取り決め	
平成22年10月28日	1 OEM取引に関わる業務条件の策定	第11回経営トップ合同会議
	2 「歩引き」取引の廃止宣言	
平成25年4月1日	1 「取引ガイドライン第二版(VER.1)」策定	

2. 第13回「経営トップ合同会議」で提示された課題

(1) 「取引ガイドライン」(以下「ガイドライン」という)の普及啓発活動の実施

- 1) 「ガイドライン」聴き取り調査の実施
- 2) 「金利引き」の適正化に向けた活動の実施

(2) 「情報の共有化」の取り組み

- 1) グローバルビジネスを展開している国内企業の「情報化に関わるシステム概要の実情把握・整理」
- 2) 「情報の共有化」に向けた具体的課題の整理と解決策の検討
- 3) 「ガイドライン」で取り決めた「情報共有項目」の再検討
 - ① 「ガイドライン」で取り決めた業務フローと国際標準の比較検討
 - ② 「ガイドライン」で取り決めた発注書に記載する項目の再検討と国際標準の比較検討

(3) その他

- 1) 国際標準の考え方、「ガイドライン」への適用可能性
- 2) システム支援サービス事業者と、TAプロジェクトで取り決めたビジネスフォーマットの構築
- 3) 既存のシステム資産を生かしつつ、国際標準への対応が可能な装備の検討
- 4) Web等の活用によるシステム投資負担の少ない仕組みの検討

3. 「ガイドライン」と「下請適正化推進のためのガイドライン」の関連

平成19年に国が「成長力底上げ戦略」構想の一環として「下請適正取引の推進」¹が盛り込まれ、下請事業者と親事業者との間で、適正な下請け取引が行われるよう国が「下請適正取引等の推進のためのガイドライン」を策定し、現在に至っている。

繊維産業については、唯一、民間団体として当協議会が取り決めた「TA プロジェクト取引ガイドライン」が採択され、他産業のガイドラインと同様に国が取り決めたガイドラインとして承認、運用されている。

採択された事由は以下の通りであった。

- (1) 経済産業省は SCM 推進協議会がまとめた「取引ガイドライン」について、不透明で問題の多かった取引慣行を改善するとともに、生産性の向上を目的としており、産業の競争力の強化に資することやその実効性を高く評価している。
- (2) 「取引ガイドライン」は生地・副資材・ニット製品・布帛製品・ユニフォーム商品の生産供給の標準プロセス、取引形態の考え方を説明している。
- (3) 本ガイドラインによる取引モデルの実践は、法令遵守、CSR の推進、企業価値の向上の具体的な実効策である。

「ガイドライン」を策定した業種は下記の通りである。

平成19年度:1.素形材産業 2.自動車産業 3.産業機械・航空機等 4.繊維産業
5.情報通信機器産業 6.情報サービス・ソフトウェア産業 7.広告業界
8.建設業 9.建材・住宅設備産業 10.トラック運送業

平成20年度:11.放送コンテンツ

平成22年度:12.鉄鋼産業 13.化学産業 14.紙・紙加工産業 15.印刷業

平成25年度:16.アニメーション制作業界

(平成25年4月現在16業種が策定)

¹ 「成長力底上げ戦略」構想の「中小企業成長底上げ戦略」構想にある「下請適正取引の推進」は「生産性向上の成果を中小企業事業者にも波及させ、中小企業全体の底上げを図るためには、下請取引の一層の適正化が重要」とされている。

II. TA プロジェクト「取引ガイドライン」聴き取り調査の報告

(第8回聴き取り調査報告)

1. 調査概要

(1) 調査実施時期: 平成25年5月～7月

- (2) 調査内容: 1)「取引ガイドライン」の実践・進捗状況
2)「歩引き」「金利引き」等の取引の状況
3)取引条件の取り決め状況
4)「SCM 統一伝票」の導入状況
5)情報共有の状況
6)個別課題・その他

(3) 調査対象企業: 第13回「経営トップ合同会議」参加企業(65社)
(業種区分については主体事業形態で区分)

業 種	企業数
アパレル	11
商社	15
テキスタイルメーカー	9
副資材メーカー・卸商	6
ニット製品メーカー	1
染色加工業	4
ユニフォーム関連(アパレル、商社、百貨店)	13
流通	6

2. 調査結果の総括

「(売買)基本契約書」については、概ね主要企業間における締結は完了していた。個別取引における発注書については、未発行のまま取引をすすめているケースもあった。

「歩引き」取引(以下「歩引き」という)については「金利引き」取引(以下「金利引き」という)とともに、能動受動を問わず、概ね廃止されてはいるが、「下請法」が適用されない取引においては「金利引き」を含む「歩引き」が依然として存在している。

決済条件については「下請法」該当企業に対しての支払手形は90日サイト以下でほぼ徹底されていたが、業界における決済条件の受取手形のサイトは120日が多い。中には150日から180日、時には210日といった長期のサイト条件による取引も見受けられた。

「SCM 統一伝票」については、取引先からの要請があれば、導入を検討する、との企業が多く普及の余地がある。「情報の共有化」の具体的実践例として、「取引ガイドライン」(以下「ガイドライン」という)をルールブックとし、クラウド利用による国際標準に準拠した「受発注システム」

導入を検討中であるが、導入趣旨についての理解は深まっている。

平成 21 年 12 月に日本繊維産業連盟より発表された「繊維製品に関わる有害物質の不使用に関する自主基準」については、法制化の準備が現在すすんでいるが、染色加工企業からは自主基準の対象となるアゾ色素について「不使用宣言書」の提出などが既に行われている。また平成 26 年 4 月の消費税増税対応については、取引先から納入価格据え置きについての打診を受けている企業が何社もあり、これらの問題については今後も注視していく必要がある。

3. 「取引ガイドライン」の実践状況

(1) 「基本契約書」の締結状況

「基本契約書」の締結については、仕入先・委託加工先との間で締結している企業は前年より更に増加している。販売先との締結に関しては、新規取引先との状況は口座開設とセットで締結を結んでいる企業が多い。しかしながら、旧来からの付き合い上、未締結のまま推移しているケースがまだ見かけられた。

契約内容については、各社の監査部門が定期的に見直しを行っている例は多いものの、一部の販売先からは担保の無条件設定を求められるなど細かい条件設定についての交渉等に苦心を重ねている企業もあった。「ガイドライン」では取引条件の詳細を取り決めている「業務条件確認項目」があるが、これらの具体的な活用がされているか検証していく必要がある。

(2) 発注書の発行

「基本契約書」に加えて取引条件書や覚書きを取引先と締結している企業がある一方、個々の案件については、販売先からの発注書の内容が不完全のまま（時には発注書自体が未発行のまま）取引を継続している企業もある。（特にユニフォーム関係）

このことは仕入先が「下請法」²対象企業の場合、「発注書」を発行せず取引を開始することは、明白な「下請法」違反である。仮に「下請法」の対象企業でなくても「ガイドライン」遵守の面からも好ましいことではない。後述する TA プロジェクト「受発注業務のオンライン化」を実現させることは、「発注書」の未発行や記載内容の不備を未然に防ぐ意味からも有意義と判断している。

(3) 社内における啓蒙活動

「下請法」「独占禁止法」についての社員研修の定期的開催や社内教育を積極的に進め意識の向上をはかるなど、法令遵守の強化に努めている企業が多く、昨年来「反社会的勢力の排除」に加え、「内部通報制度」の設立などコンプライアンスの徹底が全体的には進んでいる。

しかし、「ガイドライン」についての理解度は、策定時から 10 年近く経過し、各社担当者の世代交代も進んだこともあり低下している感がある。今後は、関連する業界団体や企業単位等で説明会を実施し、「ガイドライン」の理解を深める必要がある。

² 「下請代金支払遅延等防止法」の略（以下略して表記）

下請事業者の定義…製造委託・修理委託の場合

親事業者：資本金 3 億円超 → 下請事業者：資本金 3 億円以下、

親事業者：資本金 1 千万円超 3 億円以下 → 下請事業者：資本金 1 千万円以下

【参考】 ① “商品の発注・納品については、必ず、取引対象となる商品について、数量、納期、単価からなる発注書を発行することが必須である。-「ガイドライン」（第 2 版 ver1 P11） ② “親事業者は、製造委託等した時点で、必要記載事項の内容について決定できるにもかかわらず、これを決定せず、これらの事項の内容を記載しない当初書面を交付することは認められない。……”-「下請法に関する運用基準（第 3 条）、親事業者の書面交付の義務」より

4.課題とされる取引

(1)「歩引き」取引

「歩引き」³については、仕入先に対して残しているのは数社のみであり、引き続き廃止の努力がみられる。一方、販売先については先方からの要請により長年の取引慣行として、依然として一部存続している。その理由は、仕入先の立場にある取引先にとっては「歩引き」の廃止を要請することで、販売先の事業に及ぼす影響が大きいという懸念からである。しかし、第11回「経営トップ合同会議」（平成22年開催）にて「全廃」の決議をしていることから、今後も「歩引き」全廃の活動を推進していく。

(2)「金利引き」取引

聴き取り調査では「金利引き」⁴については、「歩引き」と同様悪しき商慣習とみる、あるいはみられることによる企業イメージダウンを危惧し、「歩引き」とワンセットで廃止している企業も増加している。

状況により仕入先からの要請で、資金の短期調達手段としての場合もあるため、取引当事者間で正当な合意（仕入先企業に選択権を有する）の上、契約書を取り交わし、適正な取引形態（短期プライムレートを基本）で行なうことが必要である。

(3)決済条件の状況

「下請法」対象にあたる仕入先に対しては支払手形サイトを90日以下にすることの徹底をはかっているものの、「下請法」対象外の企業に対しては「歩引き」「金利引き」を要請する、あるいは要請されるなどの企業が見られた。

販売先との取引条件では、一般的に120日～150日、長いもので210日手形すら存在する。最終販売先が中国など海外である場合は納期が掛かる場合もありやむを得ない面もあるが、与信リスク管理、事業体質強化の観点からも販売先に対してのサイトの短縮を要請する努力は今後とも必要である。

特に、名岐地区においては、決済条件が長期サイト（150～210日）による取引の恒常化や「歩引き」取引が多く残る状況にあり商慣習の改善があまりみられていない（特にメンズ・中堅アパレル）。

(4)センターフィー

「センターフィー」⁵の実態について本年度も昨年に続き再調査を行った結果、「経営トップ合同会議」に参加している企業については、手続き上問題は無く適正に実施されていた。しかしながら、その他の大手流通企業間との取引では、不適切な事例も聞かれたため、今後も注意を払っていく。

³ なお、「歩引き」は下請法上では第4条の三にて「下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請け代金の額を減ずること」とあり、「歩引き」と称して下請代金から一定の金額を差し引いて支払うことによる減額が違反行為事例としてもとりあげられている。取引先が、下請事業者であるか否かを問わず、全廃すべき習慣である。

⁴ 「金利引き」は、本来、サプライヤーの企業が長期手形を現金化したいために取引先に要請し、取引先が金融機関から借り入れた短期プライムレートを基本に金利分を差し引いた形で取引を行っていたものが、いつしか、取引先からの取引条件として根付いた商慣習のことである。

⁵ 納入業者が小売業の物流センターに納品する場合、各店舗への配送代としての名目で納入価格の何パーセントかを小売業者に納めている取引。

(5) ユニフォーム事業の課題

今回のユニフォーム関連企業の聴き取り調査では下記個別課題があった。

- 1) コンペにおける企画デザイン費用と製造費用が分離される⁶
- 2) 知財権(商標権・肖像権)に対する理解⁷
- 3) コンペ用サンプルの費用について⁸

5. 今後の課題

「歩引き」は「代金の減額を誘発する要因になりかねない」等の行為とも受け取られ、不透明で不適正な取引形態であるがゆえ、「経営トップ合同会議」に参加している全ての企業は「歩引き」について、今日のビジネスには相応しくない取引形態であると認識し、「歩引き」の全廃を宣言したのである。

また「金利引き」については取引当事者間で正当な合意の上、契約書を取り交わし、適正に運用することが重要である。

「歩引き」の全廃、「金利引き」の適正化にむけ、引き続き最重要課題として取り組むことが重要である。とりわけ、長期サイトと「歩引き」が多く残る名岐地区など特定地域については、経済産業省、中小企業庁等とも相談をしながら対応していくことになる。

また、ユニフォーム事業に関連する課題も多く、分科会を開催し検討を行う必要がある。

一方、「経営トップ合同会議」を立ち上げてから10年が経過し、各社の担当者等も交代していることが多く、「ガイドライン」の各社への浸透が進んでいないことも判明した。今後は企業単位、関連する業界団体等、経済産業省とも連携しながら「ガイドライン」説明会を開催し、普及啓蒙活動に努めて行かなければならない。

今回の調査を通じて、各企業や業界が直面している共通または個別の課題、また、「ガイドライン」の理念を具体的に実践するための国際標準に基づく「受発注システム」構築に向けての課題もみえた。その幾つかは長期にわたる課題もあるが、解決することでサプライチェーン全体における取引の健全化・正常化に結びつくものと考えており、今後も活動を進めて行く。

6. 調査結果内容

*別冊に調査した企業の結果内容を前年度と対比して報告する。

⁶ 企画デザインのみ採用され、製品生産分は他社が受注したケースでの企画デザイン費用の妥当性が不明

⁷ カタログ販売において中国などではデザインが無断使用されるケースがある。

⁸ コンペ用サンプル開発費用が大きく、商社・アパレルユーザー間での費用負担の問題が起きることがある。

Ⅲ. TA プロジェクト「情報化分科会」の活動報告

1. 活動概要

第1次 TA プロジェクトから第7次 TA プロジェクトまでの活動では、テキスタイルからアパレル間(TA 間)、そして小売に至るサプライチェーンの全体最適化を目指し、「取引に関わる課題」及び「情報の共有化についての具体策」等の検討を行ってきた。

この間、SCM の推進は、取引の正常化が進まない限り問題解決が図れないことから、公正な取引を実践するためのルールブックとして「ガイドライン」を策定し、参加企業は「ガイドライン」に基づく基本契約書の締結を行った上で、ビジネス活動を進めることで合意し実践しているところである。

「ガイドライン」が各企業で具体的に運用されたことにより、各業種間における取引上の問題が生じて、概ね解決が図れるという共通の認識を得られたことから、平成21年から「情報の共有化」についての検討を開始した。

第1ステップでは、将来の EDI 取引を前提とした TA 間の「仕入・納品伝票」の共有化について議論を進め、「仕入・納品伝票」フォーマットの統一を取り決めた。また、それに基づいた「SCM 統一伝票」を平成22年に策定し、現在、運用を進めているところである。

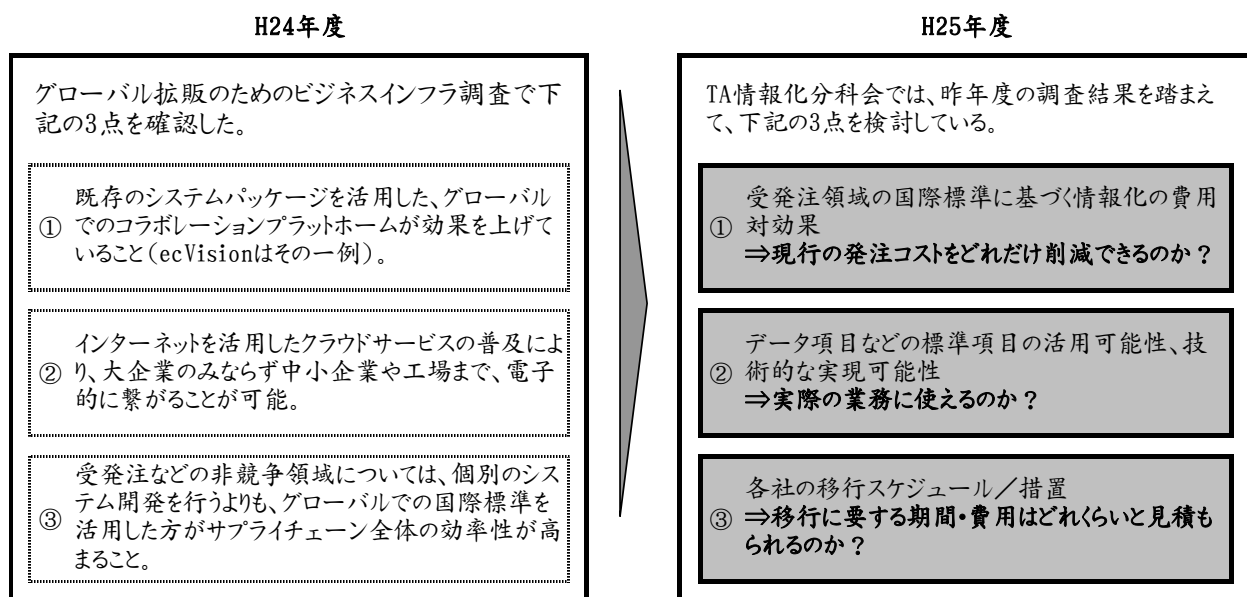
第2ステップでは、「ガイドライン」で取決めた範囲、すなわち、非競争領域に存在する業務系の情報項目「受発注業務に関する情報の共有化」(以下「情報の共有化」という)について検討を実施した。

この「情報の共有化」については、経済産業省の協力を得ながら、国内企業間だけでなく、今後の各企業が進めるグローバル展開を視野に、海外企業との取引を行うことも前提とした調査⁹や議論を行った。

その結果、「情報共有化」の標準化や国際標準プラットフォーム導入の必要性には異論は無いものの、過去から障壁となっている各論については結論を出すことが出来ず、今後の課題として、具体的な解決策の再検討を行うこととなった。

本年度「第10次 TA プロジェクト」では、上述の各論について議論を進めてきた。具体的には、情報共有項目、発注項目等の再検討、共通インフラとしての国際標準プラットフォームの選定、導入に向けたシステムの構築等についてである。

平成25年度に取り組む三つのテーマ



⁹ 「我が国繊維産業の国際競争力強化に向けたビジネス基盤に関する調査」

2.検討経緯

(1) 第10次TAプロジェクト（平成25年1月～平成25年10月）

情報分科会は、26社（アパレル7社、商社14社、副資材4社、小売業1社¹⁰）が参加し、8回の会議を行った。検討した内容は下記の通りである。

■ 「ガイドライン」の発注項目及び国際標準コードについて

- ・「ガイドライン」に則った受発注項目の定義、国際標準コードの確認
- ・受発注項目及び国際標準コードの電子化をする為の要件の取り決め

■ 平成24年度に経済産業省の支援を受けて実施した調査事業を基に、欧米、中国等の市場での「情報の共有化」について、国際標準を基にしたプラットフォームを運営している企業の選定を行った。

TAプロジェクトで進めている情報の共有化事業にほぼ合致していたecVision社のシステムのサービス全般及び開発中の「受発注」プラットフォーム（日本語対応）の機能について説明を受けた。

- ・「FISPA統一発注書」イメージの提示
- ・標準システムの料金体系及び自社既存システムとの連動について

■ 「情報共有化」に関する実証実験について

- ・「FISPA統一発注書」の受発注システムに繋いだ業務体験と実現可能性の検証。
- ・実験範囲を拡大し「受発注システム」に実際に繋いで業務の体験実現可能性の検証
- ・経済効果算出方法についての検討

開催日	検討項目
第1回 平成25年1月22日	1 「経営トップ合同会議」での答申について
	2 「情報の共有化」の各論の具体的な課題と解決策
第2回 平成25年4月9日	1 「ecVision社プラットフォームの紹介」 ecVision社 香港法人 取締役 Mr.マイク
	2 今後の情報化に関する活動について <ul style="list-style-type: none"> ・国際標準に準拠した業界標準システム導入に向けた、実証実験を経た今後のスケジュール（案） ・システムの費用対効果及び導入実現の可能性を探る

¹⁰ 第8次TAプロジェクト（平成23年5月～9月、第1回から第4回）第9次TAプロジェクト（平成23年11月～平成24年9月、第1回から第8回）参加企業39社アパレル4社商社11社副資材5社テキスタイル6社染色加工3社流通4社ユニフォーム6社

開催日	検討項目
第3回 平成25年4月25日	<p>1 「受発注」必須項目の整理・検討、国際標準との比較検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「取引先コード」、「アイテムコード」の国際標準コード体系の活用 ・「ガイドライン」発注項目の定義に関してルール確認
第4回 平成25年6月18日	<p>1 「情報の共有化」におけるTAプロジェクトの活動経過</p> <ul style="list-style-type: none"> ・今回、国際標準を採用する目的と想定される効果 ・各社における、「あるべき姿」と「移行措置／スケジュール」
	<p>2 「ecVision」社プレゼンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注機能のデモンストレーション ・各社のシステムとecVision社ソリューションの連携方法 ・多言語対応、価格体系について ・今後の日本語版開発スケジュールと体制 <p style="text-align: right;">ecVision社 米国社長 Mr.トーマス</p>
第5回 平成25年7月18日	<p>1 「情報の共有化」におけるTAプロジェクトの活動経過</p> <ul style="list-style-type: none"> ・情報化の歴史確認(過去の事例と国際標準の流れ) ・「国際標準体系」の基礎説明 ・手形取引等の日本固有業務の国際標準での実現方法 ・「第4回情報化分科会」での議論内容を受けた事項の確認
	<p>2 課題の整理と解決策の議論</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「取引ガイドライン」発注項目の定義に関してのルール確認
第6回 平成25年8月28日	<p>1 「情報の共有化」事業における項目の定義及び確認</p>
	<p>2 課題の整理と解決策の議論</p> <ul style="list-style-type: none"> ・費用対効果の検証及び今後のスケジュール
第7回 平成25年9月26日	<p>1 システム運用の実現可能性検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実験用システムにインターネット接続して、製品の受発注の模擬業務を実施
	<p>2 「情報の共有化」事業における項目の定義及び確認</p>
第8回 平成25年10月10日	<p>1 システム運用の実現可能性検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実験用システムにインターネット接続して、部材の受発注の模擬業務を実施
	<p>2 経済効果算出方法についての検討</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ITプラットフォーム活用の種類、効果を定量化する対象、費用の考え方を共有

3.「情報の共有化」に関する取り決め事項

(1)「情報の共有化」を行う検討範囲

今回の情報の共有化を行う範囲については、1.取引ガイドラインに則った「受発注業務」、2.売買が成立する事を前提として繊維産業の川上から川下まで各企業が必要とする業務系の非競争領域、3.国内企業間に加え海外企業との取引にも使用できる事を前提としている。

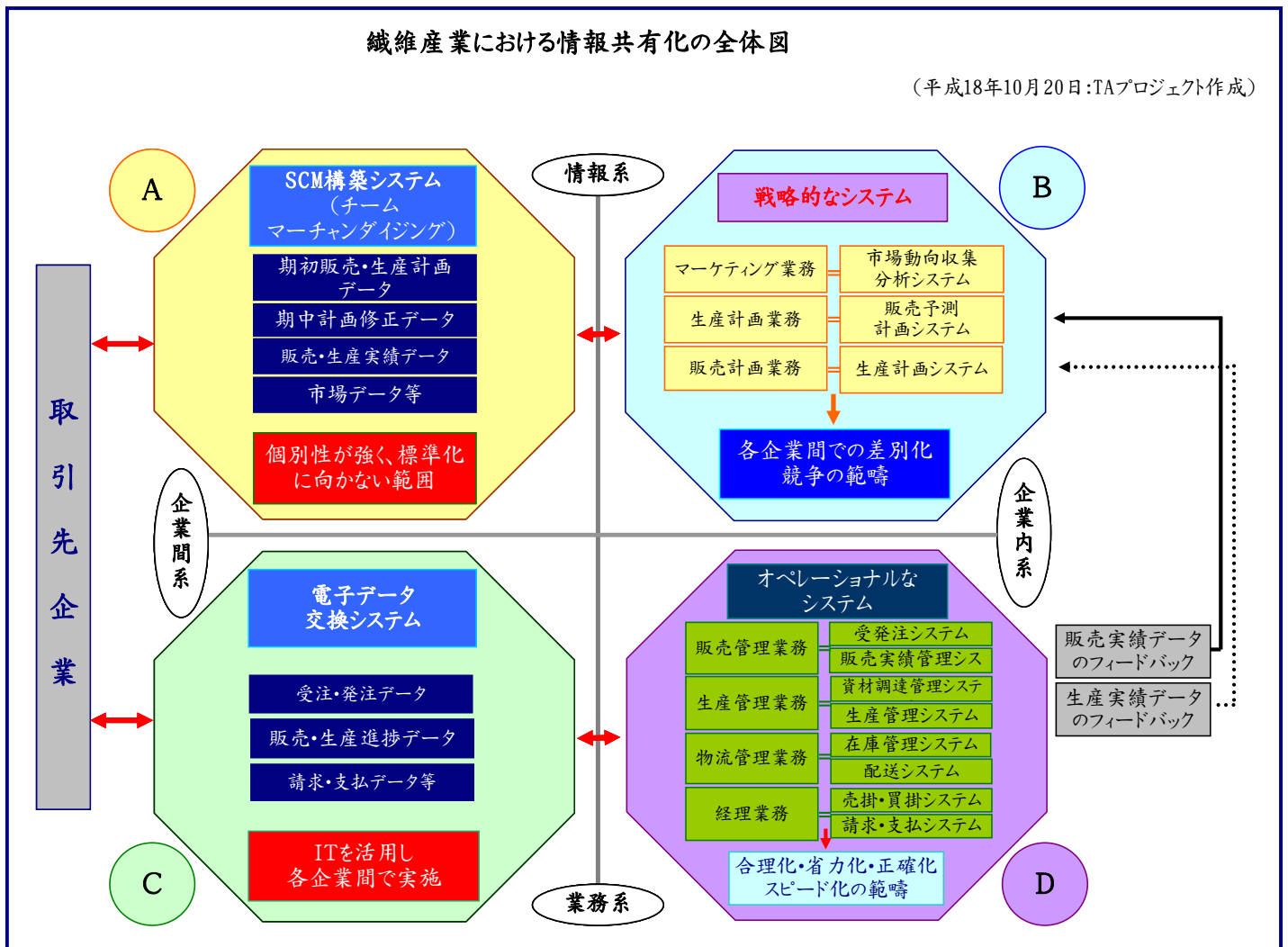
1) 非競争領域におけるシステム導入

「情報の共有化」システム構築の範囲は、Cゾーンの非競争領域とする。

下図の「繊維産業における情報共有化の全体図」で示したように、TAプロジェクトではAゾーンとBゾーンは企業間における競争領域であり、尚且つ、企業の戦略的な部分であるため共有化は難しいと判断した。

また、Dゾーンは非競争領域と競争領域が共存しているため、企業間の取り組みによっては「情報の共有化」が進む可能性は存在するものの、合意するまでには多大な時間を要することや、項目の扱い方によってはオプション項目が多発する可能性がある。

このようなことから、企業間競争があまり必要無く、SCM構成チームの上流から下流にいたる各企業の情報共有化が出来る可能性が一番高いのがCゾーンであり、取り組むべき「情報の共有化」はここからスタートすることを取り決めたのである。



2) 「取引ガイドライン」の発注項目と国際標準発注項目との比較

「ガイドライン」で定めた発注項目について、国際標準における発注項目との比較検討を行ったがほぼ合致していた。

下図はグローバルにサービスを行っている企業のクラウドシステムにおける発注項目との比較である。

「取引ガイドライン」における発注項目と国際標準との比較

「取引ガイドライン」における発注項目		国際標準における発注項目	
項目	内容	項目	内容
発注書No.		Order No.	
発行日	日付	PO Release Date	
契約当事者	主体者(企業名・担当者名)		
	発注者(企業名・担当者名)	Buyer Information	Name,Company,Div,Title
	受注者(企業名・担当者名)	Company Information	Name,Company,Div,Title
関連シート番号	計画情報共有シート番号	Reference No.	
	業務条件確認シート番号	Reference No.	
取引対象商品特定情報	商品品番・ブランド・品名・サイズ 等	Item	Code,Name,Description, Specified Information etc
発注数量	反数・M数・個数・枚数 等	Order Quantity	Total,Each
納期	日付 (分納の場合はそれぞれ分納単位ごとの納期を設定)	Due date	Each
納品先	発注者の指定場所を明記	Company Information	Name,Company,Div,Title
単価	商品単価	Price	
決済条件(期日・方法)	現金・手形・サイト・締日・起算日	Payment Information	
最終引取日	日付	(Due date)	
品質	試験結果の添付の有無	Additional Information	Quality Information
	品質に関して特筆すべき条件の記載		
知的所有権	商標取得及び登録の有無		

(2)受発注業務に関わる「情報の共有化」の取り決め事項と内容

受発注に関わる「情報の共有化」の取り決め事項については「ガイドライン」で取り決めた項目を基本に、受発注業務の電子化を行う場合の、各項目の定義及び使用する国際標準コード等の取り決めをおこなった。¹¹また、このメッセージの名称は「TA プロジェクト繊維標準メッセージ」(仮称)とする。

1) 発注項目の取り決め

発注項目は発注基本情報、発注明細、付帯情報の三つに区分し、それぞれに項目と項目の定義、必須と任意の区分、準拠する国際標準と記載方法、留意事項及確認事項が取り決められている。

【基本情報】

区分	項目	項目定義	必須・任意区分	準拠する国際標準	記載方法	
1.基本情報	発注書ナンバー	発注書を特定できる、発注書ごとに一意の番号。発注書の伝票番号が該当する。	必須	なし	英数字	
	発行日時	発注書を発行した日付。年月日で特定する。	必須	ISO8601	YYYYMMDD (YYYYは西暦の年(4桁)、MMは月(2桁)、DDは日(2桁)) 【例:20130926】	
	契約当事者	発注者ID	発注者を一意に特定できる番号	必須	GLN	13桁の数字 ・国コード(2桁)+企業コード(5桁)+個別ロケーションコード(5桁)+チェックディジット(1桁) 【例:4512345678903】
		発注者 (企業名、担当者)	発注者となる企業名、担当者名	条件によって必須 ・企業間で取り交わされる運用規約において、企業IDだけではなく、テキストによる企業名記載が必須となっている場合は、必須。一方、企業IDだけでも可の場合、テキストによる記載は任意。 ・当該発注に関するコンタクトポイントとしての担当者が必要な取引の場合は、必須	なし	自由記入
	受注者	受注者ID	受注者を一意に特定できる番号	必須	GLN	13桁の数字 ・国コード(2桁)+企業コード(5桁)+個別ロケーションコード(5桁)+チェックディジット(1桁) 【例:4512345678903】
		受注者 (企業名、担当者)	受注者となる企業名、担当者名	条件によって必須 ・企業間で取り交わされる運用規約において、受注者IDだけではなく、自由記入による企業名記載が必須となっている場合は、必須。一方、受注者IDだけでも可の場合、自由記入による記載は任意。 ・当該発注に関するコンタクトポイントとしての担当者が必要な取引の場合は、必須。	なし	自由記入
	主体者	主体者ID	主体者を一意に特定できる番号。 ※「主体者」とは、事前に計画情報や商品の選定等の提示を行い、仕様書を策定し、取引当事者に履行責任を求める者を指す。	条件によって必須 ・対象となる取引が間接取引の場合は必須。一方、直接取引の場合は不要。	GLN	13桁の数字 ・国コード(2桁)+企業コード(5桁)+個別ロケーションコード(5桁)+チェックディジット(1桁) 【例:4512345678903】
主体者 (企業名、担当者)		主体者となる企業名、担当者名	条件によって必須 ・企業間で取り交わされる運用規約において、企業IDだけではなく、自由記入による企業名記載が必須となっている場合は、必須。一方、企業IDだけでも可の場合、自由記入による記載は任意。 ・当該発注に関するコンタクトポイントとしての担当者が必要な取引の場合は、必須。	なし	自由記入	

¹¹ 詳細は別添「発注項目」資料参照

区分	項目	項目定義	必須・任意区分	準拠する国際標準	記載方法	
	出荷先(納品先)	発注者が指定する納品場所	必須	GLN	13桁の数字 【例:4512345678903】 ・納品先のGLNが存在する場合は、原則としてGLNを指定する。(納品場所の住所は自動入力される。) ・納品先のGLNが存在しない場合は、納品場所の住所を記入する。	
	決済条件(期日・方法)	決済条件	決済に用いる手段	条件によって必須	591 Payment method code	上記国際標準による英文字3文字のコードに対応した日本語を表示する。 :現金、手形、電信送金、LC決済、ファクタリング 手形については、サイトが変動しうることを想定し、基本契約書で定められていないサイトが、当該の発注書に適用される場合は、決済条件補足説明欄に記載する。
		決済条件補足説明	下記のような、決済条件を補足する情報 ・決済条件が記載された契約書番号 ・現金の場合は、決済日 ・現金(口座振込)の場合は、締め日、支払期限 ・手形の場合は、締め日、起算日、サイト	任意		
	決済通貨		当該発注書の取引に用いられる通貨	条件によって必須	ISO4217	ISO4217による英文字3文字のコードを指定する 【例:JPY(日本円)、CNY(人民元)、USD(米ドル)】

*GLNの取得について

「FISPA 標準プラットフォーム」を活用するにはGLNの取得が必要となる。しかしながら、過渡期においては、GLNを取得していないは、「N/A」(Not Available)を登録する。今後は過渡期についての程度の期間とするか検討。

【参考】

GS1:

Global Standard One の略。GS1は(本部:ベルギー)国際的な流通標準化機関。複数の地域にまたがるサプライチェーンの効率と透明性を高めるため、国際規格を設計・策定する国際組織である。GS1の規格体系はサプライチェーン用規格として世界で最も広く採用されている。

GLN:

Global Location Number の略。グローバルロケーション番号は、国内および国際間取引において相互に企業や事業所等を識別するための国際標準の事業所コード。GS1(EAN.UCC)が規定している。

GTIN:

Global Trade Item Number の略。GTIN(ジーティン)とは、GS1により標準化された国際標準の商品識別コードの総称のこと。国際標準の商品識別コードと呼ばれているものは、現在広く使われているJAN/EANコードの13桁や8桁(GTIN-13、GTIN-8)、UPCコードの12桁(GTIN-12)、集合包装用商品コード(GTIN-14)の14桁のことをいう。

【発注明細】

区分	項目	項目定義	必須・任意区分	準拠する国際標準	記載方法	
2.発注明細	取引対象商品 特定情報	品番	取引の対象となる商品を一意に特定するためのコード	必須	GTIN	14桁の数字 (GTINの場合) 【例:04512345678903】 ・梱包インジケータ(1桁) + 国コード(2桁) + 企業コード(5桁) + 商品コード(5桁) + チェックディジット(1桁)
		品名	前出の「品番」に対応する商品の名称	条件によって必須 任意企業間で取り交わされる運用規約において、品番だけではなく、自由記入による商品名記載が必須となっている場合は、必須。	なし	自由記入
		色	取引対象商品を特定する情報の1つ。 色違いのある商品で、色を特定するための情報。	GTINがある場合、任意 GTINがない場合、条件によって必須 (色が複数ある場合は必須)	参照可能な国際標準 Pantone Color Code	自由記入
		サイズ	取引対象商品を特定する情報の1つ。 サイズ違いのある商品で、サイズを特定するための情報。	GTINがある場合、任意 GTINがない場合、条件によって必須 (サイズが複数ある場合は必須)	なし	自由記入 適用したサイズ分類 (S/M/Lなど) に沿って記載する。
	発注数量	数量	後述の単位と合わせて、発注者が発注する数量 (枚数、長さ、重さ等) を特定するための数値。	必須	十進法	枚数・本数の場合は整数 長さ、重さを示す場合は、小数点以下3桁の数値 メートル表示の場合、ミリメートルまで表現できる。 キログラム表示の場合、グラムまで表現できる。
		単位	前述の数量と合わせて、発注者が発注数量を特定するための単位。	必須	SI基本単位	長さ:m (メートル) 重さ:kg (キログラム)、t(トン) 個数: 個 枚数: 枚 その他:反、疋、ダース、グロス等
	単価	前述の決済通貨 (通貨コード) と合わせて、商品の取引単位数量当たりの販売価格をあらわす。	必須	十進法	税抜き単価で記載 小数点以下2桁までを記載	
	納期	商品が、発注者の指定場所に到着する日。 なお、「工場出荷日」「出港日」を納期と定義する場合は、基本契約書で定めるなど、あらかじめ取引企業間で取り決めておくことを想定する。	必須	ISO8601	YYYYMMDD (YYYYは西暦の年(4桁)、MMは月(2桁)、DDは日(2桁)) 【例:20130926】 分納の場合はそれぞれロットごとの納期を設定	
	関連情報	展開ブランド名、最終ユーザー名、アイテム、製品品番 (アレル使用) 等、発注対象商品に関連する情報。 たとえば、発注者 = 製品商社である場合に、製品商社の顧客 (アレル企業) での品番を登録する。	任意	なし	自由記入	

【付帯情報】

区分	項目	項目定義	必須・任意区分	準拠する国際標準	記載方法	
3.付帯情報	取引対象商品 特定情報	商品属性 取引対象商品がどのような商品分類に属しているかを示す情報。 各社がそれぞれの定義で商品分類を行って構わない。	任意	参考とする国際標準 GSI_code(最終商品) CPD_code(素材)	GSI_code, CPD_code	
	関連シート番号	計画情報共有 シート番号 基本契約書において、主体者・発注者・受注者間で事前に合意した計画情報項目からなるシートの番号。	条件によって必須 ・事前に計画情報を共有しているのであれば、共有しているシート番号は必須。計画情報が共有されていない場合の発注は、納期・ロット数に関しては、事前の業務条件に則る。	なし	自由記入	
		業務条件確認 シート番号 発注者・受注者で共有する業務条件が記載されたシートの番号。	条件によって必須 ・事前に業務条件を確認しているのであれば、その内容を記載している書類を特定できる番号の記載は必須。	なし	自由記入	
		生機生産依頼書・ 指図書NO ユニフォーム発注の際に、生機を確保するために必要となる依頼書・指図書の番号。	条件によって必須 ・事前もしくは同時添付として生産依頼書・指図書が共有されている場合は、依頼書・指図書No.の記載は必須。	なし	自由記入	
	最終引取期日		発注書した数量の全数量の最終出荷予定日。	必須	ISO8601 YYYYMMDD [YYYYは西暦の年(4桁)、MMは月(2桁)、DDは日(2桁)] 【例:20130926】	
	品質	試験結果の添付の有無	発注者が受注者に対して、取引対象商品に関する品質試験結果の報告書を要求するか否か(品質試験内容そのものの記載ではない)	任意	なし	「あり」又は「なし」の二択
		混用率の明記	製品に使用されている主要材料の割合(たとえば、カミア100%)	任意	なし	自由記入
		品質に関して特筆すべき条件の記載	その他の項目では記載できないが、発注アイテムを特定するために必要な品質に関する要求事項	任意	なし	自由記入
	付帯項目	知的所有権・商標権取得及び登録の有無等	取引対象商品に関する知的財産権の有無を記載(知的所有権・商標権内容そのものの記載ではない)	任意	なし	「あり」 ないしは 「なし」の二択
		サンプル品番、 デザイン品番、 絵型	その他の項目では記載できないが、発注アイテムを特定するために必要な仕様に関する要求事項	任意	なし	自由記入
		原産国	製品の原産国	任意	ISO3166-1 【例:JP(日本)、CN(中国)、US(米国)】	コード選択
		生産工場関連情報	使用する縫製工場	任意	なし	自由記入

4. 「SCM 統一伝票」の現状報告

平成 22 年に「統一のフォーマット」を策定し、従来の専用伝票に代わるものとして運用を開始した。

「原・副材料伝票」については、副資材 3 社（清原株式会社、株式会社三景、島田商事株式会社）が協議を進め、自社伝票を「SCM 統一伝票」に切り替えることを取決めた。本年度では、取引先が自社専用伝票使用を要求してくるところ以外は、すべて切り替えが終了した。

副資材 3 社は、先頭に立って「SCM 統一伝票」の普及に努めているが、このことは「受発注業務」における情報共有にも繋がってきている。

「製品伝票」については株式会社オンワード樫山、オンワード商事株式会社以外は実施されていない。

実施されていない理由は、1.切り替えには、各社とも大きなシステム変更を伴うこと 2.アパレル各社が独自に進めている EDI 化による伝票レスが進んだことである。また、商社は、アパレル側から統一伝票の使用の指示がない限り、自発的には使用できないという事情もある。

「情報化分科会」では将来の EDI 化を目指し「仕入・納品」伝票のフォーマットを統一したが、その延長上にある「SCM 統一伝票」の取り組みは、各社の業務の簡素化が進むだけでなく、業界の標準化にもつながることと結論付けている。

アパレル各社の判断が標準化を進めるか停滞させるかの流れを大きく左右しており、今までの議論並びに取決め事項が無駄にならぬよう、「SCM 統一伝票」の普及については、「情報共有化」の流れと関連づけて検討しているところである。

(1) 「SCM 統一伝票」の使用実績

1) 平成 22 年 11 月～平成 23 年 3 月

「原・副材料」:14 社 34 万枚 「製品」:12 社 11 万枚

2) 平成 23 年 4 月～平成 24 年 3 月

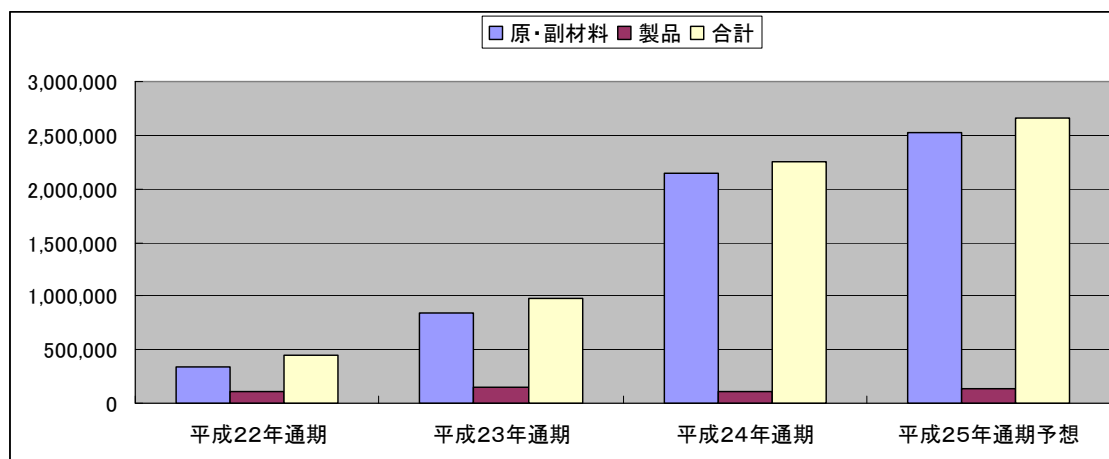
「原・副材料」:11 社 84 万枚 「製品」:9 社 14 万枚

3) 平成 24 年 4 月～平成 25 年 3 月

「原・副材料」:10 社 215 万枚 「製品」:4 社 11 万枚

4) 平成 25 年 4 月～平成 26 年 3 月 予想¹²

「原・副材料」:11 社 253 万枚 「製品」:4 社 13 万枚



¹² 10～3 月の使用枚数は昨年並みと予想

5. 今後の課題

第10次TAプロジェクト情報化分科会では、改めて情報の共有化を行う範囲、すなわち、①「ガイドライン」に則った受発注業務、②売買が成立する事を前提として繊維産業の川上から川下まで各企業が必要とする業務系の非競争領域、③国内企業間に加え海外企業との取引にも使用できる事を前提としている、この確認を行った。

分科会では、それを踏まえ、「ガイドライン」で取り決めている発注項目の再検討及びその電子化の際に必要な定義付けと使用出来る国際標準コードの確認等を行い、新たに発注項目について取り決めを行った。

本年度は、厚生労働省の業種別中小企業団体助成金を活用し、分科会で取り決めた国際標準に準拠した発注項目を基本に、受発注業務に関する情報の共有化事業を実施した。

その中では、国際標準を取り入れた「FISPA 標準プラットフォーム」(仮称)を作成し、企業間における情報のやり取りについての検証等を行っているところである。

今後の取り組みでは、実証実験を行い、現行の発注コストをどれだけ削減出来るかの検証、受発注領域の国際標準に基づく情報化システムの費用対効果等の検証が重要となってくる。

また、取り決めた「仕入・納品伝票」統一フォーマットが各社のEDIでどのような形で実施されているか、それに伴い「SCM 統一伝票」の活用状況についても調査、検討が必要である。

【参考】業種別中小企業団体助成金による「情報共有化」事業の経過報告

受発注業務に関する情報の共有化事業では、国際標準を取り入れた具体的な「FISPA 標準プラットフォーム」(仮称)を作成し、企業間における情報のやり取りについて検証等を実施するため、厚生労働省の業種別中小企業団体助成金を申請し、本年7月に認可された。

この事業では「情報共有化」に関する費用対効果の検証、実現可能性の検証等を行うための実証実験の実施、受発注業務に関する費用負担及び利用料金等についても検討を行っている。

1. 「情報共有化」に関する実証実験についての経過報告

昨年度の経営トップ合同会議での検討を踏まえて、下記の事項について明確にするために、実証実験を実施している。

(1) 費用対効果の検証

(2) 実現可能性の検証

実証実験では2回にわたる実際の受発注実験システムを活用しての実現可能性調査と個別企業へのヒアリングとアンケートを実施した。以下は概略についての中間報告である。

(1) 費用対効果の検証

業界標準に基づくITプラットフォームの効果としては、大きくは、電子化の効果、標準化の効果、技術改善の効果(次頁の「定量的な経済効果の分析対象表」参照)及び繊維産業全体についての効果性について検証を進めているところである。

1) 電子化の効果の分析

これまでFAXや郵送、電話での受発注の取引から、インターネット(クラウド)を活用した電子化の世界で得られる効果である。

2) 標準化の効果の分析

各社各様のEDIなどの企業間のシステム開発・運用費が業界標準の1つのITプラットフォームにまとめられる効果である。

3) 技術改善の効果

これまでのEDIなどで専用回線を引いていたコストに対して、インターネット(クラウド)技術を活用することで、通信コストを抑えることが出来る効果である。

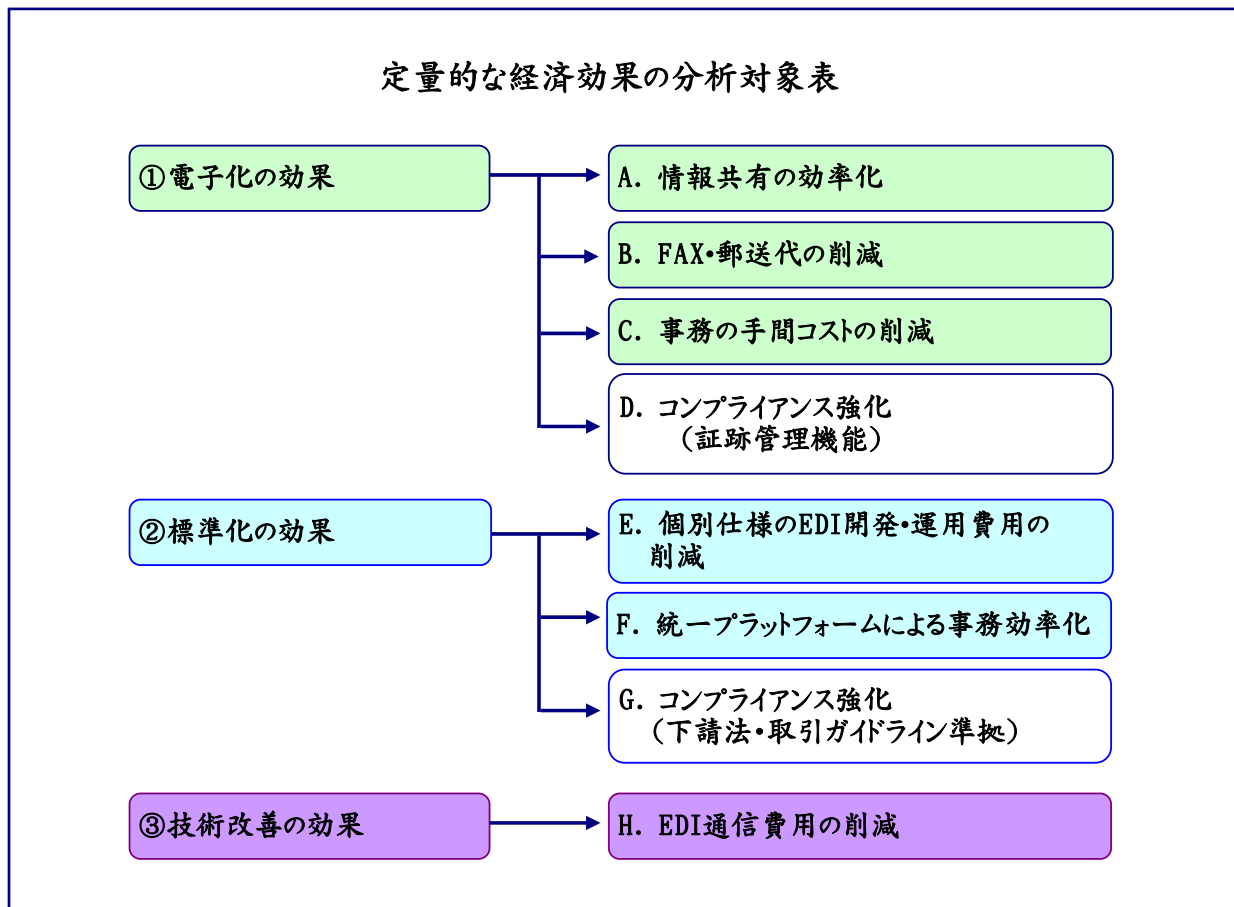
4) 繊維業界川上から川下まで、全体での費用対効果分析の実施

業種ごとに、商品種別(製品、生地、副資材、委託加工)の発注内容が異なることから、業種ごとに費用対効果の分析を行う。

(2) 実現可能性の検証

情報化分科会では、参加委員全員が実験システムのデモシステム操作を行い、受発注業務を執り行うことが出来た。また当日のアンケートでも「全く難しく使えない」という意見を持った方はおらず、実現の可能性は充分あったといえる。

「定量的な経済効果の分析対象表」¹³



¹³ 今回の実証実験ではITプラットフォーム活用の効果のうち、DとGの法令違反コストとなる項目を除いて分析を実施している。

(3)「FISPA 標準プラットフォーム」(仮称)導入に関する費用負担及び利用料金(案)

利用料金の設定については、繊維産業の事業者構成は中小企業者が大半を占めていることから、発注者、受注者双方に経済的メリットが最大限生じることを前提に検討を行っている。また、各社システム導入に関する費用負担や既存システムとのインテグレートについても検討を進めているが、最終決定は実証実験の終了後に取り決めに予定している。

1)「FISPA 標準プラットフォーム」(仮称)導入に関する費用(案)

- ①システムの導入時における費用は原則無料とする。
- ②各社の既存システムとのインテグレート¹⁴はデータ交換方式を採用する。データ交換方式はバッチ方式又はリアルタイム方式のいずれかを選択できることとする。バッチ処理には手動と自動の機能がある。
- ③インテグレートの費用は、自動バッチ方式を採用した場合には150万円を目安としている。
- ④リアルタイム方式を採用する場合は各社ごとの個別見積もりとする。

2)利用料金(案)

- ①「FISPA 標準プラットフォーム」(仮称)利用に関する費用負担は原則発注者負担とする。
- ②利用料金(案)は発注量に応じた課金システムを基本に、1SKUあたり2円を想定している。

*発注者と受注者間での発注確定に至るまでのやり取りに課金される。

¹⁴ 運営するシステム会社から、情報をブラウザに介してマニュアル(エクセルフォーマット)で取り出し、顧客のERP(Enterprise Resource Planning)の略語。企業の基幹業務に関する情報を一元管理することで、企業活動に活用しようとする経営手法。あるいはそれを実現するためのシステム。統合基幹システム、統合基幹業務システムなどともよばれる。)へアップロードするシステム。ERPからデータをエクセル・CSVのフォーマットでダウンロードしブラウザを介して運営するシステム会社へ移行するシステム

IV. 今後の進め方

1. 「ガイドライン」聴き取り調査からの問題点と今後の進め方

本年度の聴き取り調査報告にもあったように、「基本契約書」を締結し企業間でビジネスを行っていることは当たり前のことになってきており、「下請法」に対する各社の取り組みは、企業の CSR、コンプライアンスを基本に積極的に進められている。

問題は、「歩引き」が依然として存在していることである。「経営トップ合同会議」に参加している企業では、「歩引き」全廃の合意の下に、廃止若しくは廃止に向けた具体的な行動を起こしてきている。平成 25 年度の調査報告書では、かねてから名指しは避けていた特定地域の「歩引き」を明らかにしたが、本年 7 月には経済産業省、中小企業庁と相談した上で、関係する 34 団体に会長馬場彰名で『「取引ガイドライン」に基づく取引改革の周知徹底についてのお願い』を送付した。

その中では、「歩引き」取引は「代金の減額を誘発する要因になりかねない」等の行為、また、契約書の締結に不可欠な条文として記載を求める「優越的地位の乱用」とも受け取られ、不透明で不適正な取引形態であり、下請法適用の有無に関わらず、違法的な行為である可能性が極めて高い取引であること。そして、各団体の傘下の会員各社に「歩引き」取引全廃を含む取引改革の周知徹底をお願いし、本件につきましては経済産業省にも相談しており、改善が見られない事例につきましては必要に応じて法的な取り締まりを求めることも検討してまいる所存であるとしている。

今後は、「経営トップ合同会議」参加企業の取引先や仕入先にも「下請法」遵守、「歩引き」取引の廃止について取り組むようご協力をお願いするところである。

また、取引改革は地道な活動を続けることが重要であり、次年度も引き続き聴き取り調査を実施するとともに、関連する業界団体にも協力を得ながら、「経営トップ合同会議」参加企業以外の聴き取り調査を実施するべく検討を進めたい。

2. 情報化分科会からの課題と今後の進め方

我が国の繊維産業では、受発注業務等に関する「情報の共有化」、とりわけ「業界標準」の必要性について長い間議論を重ね、その重要性を認めながらも、実行段階になると各社の事情から実施されることはなかった。

「経営トップ合同会議」の活動経緯で記載したように、SCM 構築に必要なことは共通の取引のルールを定め、それに基づいた情報の共有化を進めることが「経営トップ合同会議」の総意であった。

取引のルールブックである「ガイドライン」を取り決め、それぞれの企業がそれに基づきビジネスを進めていることから、情報の共有化を進める障壁はなくなったと言える。しかしながら、各社は自社における情報基盤を長年にわたり整備運用してきたこともあり、各論の中でどのように共通インフラを活用するかが一番の課題である。

世界に通じる業界の標準インフラの作成と活用は、繊維産業の長年の命題であった。現在実施している実証実験の途中経過ではあるが、業界標準に基づく IT プラットフォームを活用することは、費用対効果としても大きな効果が予想され、今回の仕組みについても技術的に使い勝手も問題はなく、実効性も担保されていることが明確になってきつつある。

実証実験の結果を踏まえ、共有する標準プラットフォームの活用には、各社の新たな投資、時期の問題、移行のタイミング等の詰める問題もあるが、中長期的には国際標準に準拠した IT プラットフォームの導入を図る最後のチャンスと考えられる。

このようなことから、下記についての検討が必要であり、分科会での議論を行い、具体策の策定を実施するが重要と考えるところである。

(1) 新たな非競争領域の業務のシステム化の検討

システム化のメリットを最大限拡大するために「受発注」以外の非競争領域の業務、具体的には請求・支払等の決済、生産・物流に関する業務等の検討

(2) システムの維持管理も含めた運用等の検討

実証実験の最終報告を受けた上で、受発注業務電子化の継続的な運用及び普及活動の実施についての検討