

第9回「TAプロジェクト取引ガイドライン」  
実践・進捗状況に関する聴き取り調査報告書  
(平成26年4月～8月実施)

平成26年11月12日

繊維産業流通構造改革推進協議会

## 目次(企業記載ページ)

No	企業名	記載ページ	No	企業名	記載ページ
1	仆キン株式会社	1	32	三菱商事株式会社	9
2	株式会社オンワード樫山	1	33	モリ川株式会社	9
3	カイトック株式会社	1	34	清原株式会社	10
4	株式会社三陽商会	1	35	株式会社三景	10
5	株式会社TSIホールディングス	2	36	島田商事株式会社	10
6	株式会社フランドル	2	37	テンタック株式会社	10
7	株式会社レナウン	3	38	ナクシス株式会社	11
8	株式会社ワールド	3	39	株式会社フクイ	11
9	株式会社ワコール	3	40	丸和繊維工業株式会社	11
10	アイトス株式会社	4	41	クラトレーディング株式会社	11
11	オンワード商事株式会社	4	42	東洋紡株式会社	11
12	ツカモトユーエス株式会社	4	43	東レ株式会社	12
13	中谷株式会社	5	44	中伝毛織株式会社	12
14	株式会社ボンマックス	5	45	日本毛織株式会社	12
15	ミドリ安全株式会社	5	46	三菱レイヨン株式会社	12
16	一村産業株式会社	6	47	御幸毛織株式会社	13
17	伊藤忠商事株式会社	6	48	ユニチカトレーディング株式会社	13
18	株式会社GSIクレオス	6	49	小松精練株式会社	13
19	株式会社スミテックス・インターナショナル	6	50	サカイオーベックス株式会社	13
20	瀧定大阪株式会社	6	51	株式会社ソト	14
21	タキヒヨー株式会社	7	52	東海染工株式会社	14
22	辰野株式会社	7	53	イオンリテール株式会社	14
23	田村駒株式会社	7	54	株式会社仆一ヨーカ堂	15
24	株式会社チクマ	7	55	株式会社ダイエー	15
25	蝶理株式会社	8	56	はるやま商事株式会社	16
26	帝人フロンティア株式会社	8	57	株式会社丸井	16
27	豊島株式会社	8	58	株式会社そごう・西武	16
28	日新実業株式会社	8	59	株式会社大丸松坂屋百貨店	16
29	日鉄住金物産株式会社	9	60	株式会社高島屋	17
30	丸紅株式会社	9	61	株式会社三越伊勢丹	17
31	三井物産インターファッション株式会社	9		名岐地区6社	18～19

No	企業名	平成26年度報告	平成25年度報告
1	トキン株式会社	「基本契約書」に関しては自社仕様の契約書にて仕入先、販売先共に全ての取引先と締結しており、「基本契約書」を締結しないと口座が下りない仕組みとなっている。金利引き歩引き取引は、現在一切存在しない。「SCM統一伝票」に関しては、相手先から提出されれば受けるスタンスに以前から変わりはない。消費税の増税に係わる価格表示に関しては各販売先にあわせた表示（「本体価格＋税」、「総額税込み」等）を行い、大きな混乱は無く対応する事が出来た。「取り扱い絵表示」の改正及び「アゾ染料」規制に対しては業界の活動にも参加し注視している。	「基本契約書」に関しては仕入先、販売先共に全ての取引先と締結しており、「基本契約書」を締結しないと口座が下りない仕組みとなっている。「歩引き」「金利引き」取引は一切存在しない。「SCM統一伝票」に関しては、相手先から提出されれば受けるスタンスに以前から変わりはない中で、当社のシステムにて伝票レスを推進している。消費税増税の価格表示についてはルールがポイントと認識しており、消費者が混乱しない事を前提に、表示企業への負担が極力少なくなる事を期待している。
2	株式会社オンワードホールディングス (株式会社オンワード樫山)	「基本契約書」の締結率は2012年度からの新規契約先全てと締結を推し進め前年度の70.4%から73.6%に増加させる事が出来た。歩引き及び金利引き取引は一切無い。自社基幹システム構築中であり、2015年3月の稼働を予定している。「SCM統一伝票」に関しては新たなシステム上で使える仕組みとなっている。「FISPA業界標準システム」の導入普及に関してはデータ変換機能の多様性がポイントと認識している。消費税増税に伴う「価格表示」に関しては「日本アパレルファッション産業協会」の推奨するガイドラインに従いトラブル無く対応する事が出来た。「取り扱い絵表示」のISO整合化及び「アゾ染料」に関しては、今後の取引国際化に向けて法制化には注視している。「RFID(ICタグ)」に関してはグループ企業で導入を進めており、効果検証を終えた段階である。	「基本契約書」の締結率は前年度の70%から70.4%と若干増加している。「歩引き」「金利引き」取引は一切ない。「SCM統一伝票」はオンワード商事と共に完全導入を行い運用中である。その他のシステム化された取引の中では伝票レスが増加している。自社基幹システムのリプレースを予定しており、現在準備を進めている。消費税増税に伴う価格表示に関してはアパ産協の推奨するガイドラインに従う。アゾ染料に関しては不使用宣言への対応は進めているが、厚生労働省の法制化には注視している。
3	カイトック株式会社 (株式会社カイトックインターナショナル)	「基本契約書」の締結は自社仕様にて、全ての仕入先と契約を締結している。「歩引き」取引は一昨年迄は存在したが、2011年度から廃止に向けた交渉を進め、2013年度にはほぼ全廃する事が出来た。自社の基盤システムを構築中であり、2018年からの稼働を予定している。「RFID」等のITツールは今後の情報システム化を進める中で業務改善・作業負担の軽減等のメリットがあり今後の導入を期待している。	「基本契約書」の締結は「取引ガイドライン」に則った内容にて、全ての仕入先と契約を締結している。契約内容については、お互いに協議を行い締結するルールとなっている。「歩引き」取引及び長期手形のサイトは未だ存在するが廃止及び期間短縮の方向で交渉を進めている。流通BMSへの対応は大手GMSとの取引では進んでおり、全てを切り替えた大手販売先も存在する。自社の基盤システムを構築中であり、当社のビジネスの広がりに対応したシステム導入を5年後の稼働を目標にしている。
4	株式会社三陽商会	「基本契約書」に関して「取引ガイドライン」に基づいた締結は8社、その他の仕入先とは自社仕様の契約書で取引の継続性を見極めて全てと締結している。「歩引き」、「金利引き」の取引は一切存在しない。本年度「下請取引の適正化」に関する事項の全社への周知徹底を目的とした研修会を実施した。「SCM統一伝票」に関しては、2011年4月より副資材仕入先4社と使用を開始し継続取引している。「FISPA業界標準システム」の導入普及に向けては、川上から川下までに至る明確なメリットの証明する事が重要。「取り扱い絵表示」「アゾ染料」「TC133」等の国際標準への取り組みに関しては今後の海外取引の拡大が予想される中で注視している。消費税増税に伴う価格表示に関しては「特別措置法」に従った「日本アパレルファッション産業協会」のガイドラインに則った価格表示（「本体価格＋税」）により混乱無く対応する事が出来た。	「取引ガイドライン」に基づいた「基本契約書」の締結は8社で変わりはなく、その他の仕入先とは自社仕様の契約書で取引の継続性を見極めて全てと締結している。「歩引き」「金利引き」の取引は一切存在しない。「SCM統一伝票」に関しては、2011年4月より副資材仕入先4社と使用を開始し継続取引している。2014年度から稼働を予定している当社企画生産システムでは「SCM統一伝票」への対応を検討中である。特定芳香族アミン〈アゾ染料〉への対応に関して、不使用宣言への対応は済ませているが、厚生労働省での法令化となった場合の負担は課題として捉えている。消費税増税に関してはアパ産協のガイドラインに則った価格表示に従う。円安に伴うコスト増に対応した、チャイナプラスワンへの生産拠点の変更への対応も進めているが、国内直営工場を生かした付加価値のある国産製品にも注力している。

5	株式会社TSIホールディングス（株式会社TSI・プロダクション・ネットワーク）	TSIホールディングスグループにてTSI・プロダクション・ネットワークが生産物流管理を担当するアパレルは、従来から全ての取引先と「基本契約書」を締結している。また、本年3月のグループ機構改革に伴う一部取引条件変更の際に、改訂版の基本契約締結にも順次取り組んでいる。現在TSIホールディングス傘下の主となるアパレルの基盤システムを構築中であり、2015年春からの稼働を予定している。取引関係では「歩引き」及び「金利引き」は存在しない。昨年から進めてきたグループ再編は、本年9月にはTSIホールディングスと事業会社の2層構造として経営統合を完了させた。	
	株式会社サンエー・インターナショナル（TSIホールディングス、TSI・プロダクション・ネットワーク）		「基本契約書」に関しては、「取引ガイドライン」に従った内容にて新規仕入先を含めて全ての取引先と締結をしている。昨年9月に「サンエー・プロダクション・ネットワーク」の名称を「TSI・プロダクション・ネットワーク」に改称すると共に東京スタイルの生産物流管理業務も加えて、業務統合を推進している。また、現在の生産体制における仕入れ価格維持を目的とした「歩積み」を継続しているが、その他の取引では「歩引き」「金利引き」は存在しない。支払いに関しては現金または90日手形を基本条件とし、大手総合商社とは120日手形で取引をしている。当社基幹システムの刷新に関しては2015年の稼働に向けて準備中。
	株式会社東京スタイル（TSIホールディングス、TSI・プロダクション・ネットワーク）		「基本契約書」は新規取引先を含めて全ての取引先と締結している。「歩引き」「金利引き」の取引は一切存在しない。昨年9月より「TSIプロダクション・ネットワーク」として当社と「サンエー・プロダクション・ネットワーク」の生産・物流関連業務の統合や指定検品所制度の導入等、合理化を推進している。両社の社内基盤システムを現在構築中であり2015年度からの稼働を計画している。消費税の増税に関しては、消費者の混乱を招かない事を前提とした中で価格表示を行うアパレルの負担が極力少ないルールの決定を期待し、歩調を合わせる予定で検討中である。
6	株式会社シナウン	TAプロジェクト「取引ガイドライン」に則った内容の「基本契約書」を新規の取引先とは締結を押し進めている。以前の契約書についても新規契約書に変更するもの、覚書等を追加するものに分け全ての取引先と締結出来ている。「歩引き」「金利引き」は一切存在せず、相手先からの要請があっても断るスタンスである。「SCM統一伝票」は、相手先からの使用の要請は受ける姿勢ではあるが、多くの納品伝票は当社システム上での伝票を介さない処理が行われている。当社のシステム基盤はリブレース・構築を行い、「ダーバン」と統合されたシステムにて本年3月から稼働を開始している。「標準プラットフォーム」に関してはアパレルメリットを明確にする必要性があり、特にコスト面の具体化が重要と考えている。消費税の増税に伴う価格表示に関しては、対百貨店は「日本アパレルファッション産業協会」のガイドラインに従い「本体価格＋税」の表示を行い最小限に負担は抑えられた。	「基本契約書」は全ての取引先と締結している。昨年9月から新規取引先とは「取引ガイドライン」に則った新たな契約書の締結を押し進めている。「歩引き」「金利引き」は一切存在せず、相手先からの要請があっても断っている。当社の手形での支払いは最長90日と定めており、製品では80日、生地付属等でも90日の手形取引である。「SCM統一伝票」は、相手先からの使用の要請は受ける姿勢ではあるが、多くの納品伝票は当社システム上での伝票を介さない処理が行われている。当社のシステム基盤はリブレース・構築中であり、「ダーバン」と統合されたシステムにて2014年3月の稼働を目標としている。消費税増税に伴う価格表示に関しては、アパ産協のガイドラインが適していると考えられるが、大手販売先の判断にも注視している。

7	株式会社 フランドル	<p>「基本契約書」は全ての取引先と取り交わしており、「基本契約書」の締結を前提とした取引口座の開設をルールとしている。「歩引き」取引は前々年度に全廃した。支払いに関しては月末締め、翌々月末の90日を上限としている。クラウドをベースとした全社基盤システム切替を2015年度からの稼働目標に構築中である。消費税増税に伴う価格表示に関しては「日本アパレルファッション産業協会」のガイドライン「本体価格＋税」の表示により混乱無くスムーズに対応する事が出来た。国際標準への取り組みでは「取り扱い絵表示のISO移行」、「アゾ染料」に関しては法制化を注視しており、「サイズの国際標準化(TC133)」に関しても我が国が検討へ参加する必要性を感じている。国内縫製の製品には現状でも国産品の表示を行っており業界としての「メイドインジャパン」の認定に関しても注視している。</p>	<p>契約締結を前提とした口座開設のシステムとなっているため、「基本契約書」は全ての取引先と取り交わしている。「歩引き」取引は前々年度までは存在したが、前年度に全廃を行った。支払いに関しては月末締め、翌々月末の90日を上限としている。クラウドをベースとした全社基盤システム切替を2015年度からの稼働目標に構築中であり、現在はシステム概要を検討している段階である。消費税増税に伴う価格表示に関してはアパ産協の推奨するガイドラインに準ずることにしている。円安に伴うコスト増は課題であり、秋冬物からの影響が懸念される。</p>
8	株式会社 ワールド	<p>「基本契約書」の締結率は新規契約先との取り交わしを徹底し、前年の98.5%から98.8%に増加させる事が出来た。「下請法」に関しては定期的に全社規模で「eラーニング」にて研修を継続している。昨年度からは、下請法チェック機関として「下請法プロジェクト」を設立し、各仕入調達部門リーダー全員が参加しての社内啓蒙体制をスタートさせている。「歩引き」「金利引き」は一切行っていない。支払いは、原則期日現金(上限90日)、その他の支払いでは利便性を考慮してファクタリングシステムでの支払いを推奨している。「SCM統一伝票」(副資材)に関しては、従来通り仕入先からの提出があれば受けるスタンスである。国際標準への取り組み「取り扱い絵表示」、「アゾ染料」に関しては法制化の流れを注視、「TC133」(衣料品のサイズシステムと表示及び計測方法)に関しては大きな影響が予測され業界全体での対応が必要と認識している。</p>	<p>「基本契約書」の締結率は契約取り交わしチェックのシステム化を行い、前年の98%から98.5%に増加させる事が出来た。「下請法」に関しては2年に1回全社規模で「eラーニング」にて研修を継続しているが、本年度からは、下請法チェック機関として「下請法プロジェクト」を設立し、各仕入調達部門リーダー全員が参加しての社内啓蒙体制をスタートさせている。「歩引き」「金利引き」は行っておらず、下請事業者の仕入先へは、手形よりも事務手続きやコストメリットがあり、早期資金化も出来るファクタリングシステムでの支払いを推奨。下請対象外の仕入先は期日現金。「SCM統一伝票」(副資材)に関しては、仕入先からの提案があれば100%受けることにしている。大手副資材仕入先とは、オンラインのシステムを導入して伝票レスの取引を推進している。消費税増税に関わる価格の表示については関係業界の対応状況を注視した中で、検討を進めている段階。</p>
9	株式会社 ワコール	<p>「基本契約書」は全ての取引先と自社仕様の契約書にて締結している。仕入先説明会を定例的に年2回開催して仕入先との意思疎通を図っており、今年度は「芳香統アミンに係わるアゾ染料規制及びその法制化」に関する事項を説明会にて採り上げた。「金利引き」「歩引き」は一切存在しない。消費税増税に伴う価格の表示に関しては、特別措置法等の整備により前回の増税時に比べ、問題無く対応をする事が出来た。国際標準への取り組みに関しては「取り扱い絵表示のISO整合化」「アゾ染料」「TC133」には注視しており、その中でも「取り扱い絵表示」の改正に関しては本年4月に社内プロジェクトを立ち上げ検討・対応を開始した。</p>	<p>「基本契約書」に関しては自社仕様にて全ての取引先と締結している。毎年定例的に仕入先説明会を、4月の仕入先経営トップ層が参加の会と、10月の品質管理等の具体的な案件を検討する会と機能を区分して開催している。「歩引き」「金利引き」は一切存在しない。円安の影響による生産に係わる素材コスト及び各加工コストの増加は大きな課題である。消費税増税の価格表示については法整備の中で、消費者の混乱を招かない事を前提とし段階的な増税の過程で表示者負担が極力少ないルール決定が望まれる。</p>

10	アイトス株式会社	<p>大手販売先とは「基本契約書」は概ね交わしている。中小については「基本契約書」が無い場合があるが、発注書は必ず作成している。「歩引き」に関してホームセンターなどの大手販売先からの要請については取引の継続性から廃止は難しい。仕入先に対する「歩引き」は平成27年度廃止の目標で動いている。「金利引き」は適正な範囲で運用しており、問題は無いと判断している。協賛金の要請は以前よりは減ったが未だに残っている。消費税増税時における問題は特になかった。むしろ円安に伴う原材料、燃料費値上げによるコストアップの方が深刻である。以前からの課題だが、展示会サンプルやカタログ品の定番品を購入しただけがないという問題がある。返却されないサンプルも多い。ユニフォームビジネスに限らない問題である。</p>	<p>「基本契約書」を交わせない販売先とは、原則は商売しない。「基本契約書」が無い場合もあるが、発注書は必ず発行してもらう。現在「歩引き」は弊社の取引条件に入っているため、新規の仕入先に対しては相手の意向を確認し、「歩引き」が受けられないとの要請があれば外している。今後は「歩引き」を取引条件から外し、平成27年早々には廃止する方向ですすめている。また、販売先(GMS、ホームセンターなど)から「歩引き」の要望(仕入れ条件に入っていれば)があれば受けざるを得ない場合はある。「金利引き」はわずかに残っているが適切な処理を行っている。「センターフィー」も取引の継続をはかるため、やむを得ず受けるケースがある。協賛金要請は以前よりは減った。大手ホームセンターやワークショップの量販店開店時などの応援販売をする場合、交通費、日当が出る場合も出てくるなど相当に改善されてはいる。また、ユニフォーム業界はサイズ展開が多いという特異性があるので、アパレル業界とは異なる受発注フォームの統一が必要と考える。消費税増税については一部の販売先については値上げ分の吸収を強いられる懸念がある。別注のデザインを提案し、評価されたにもかかわらず、発注時に再度コンペにかけられて低価格の他社に取られる場合があるのは問題視している。</p>
11	株式会社オンワードホールディングス(オンワード商事株式会社)	<p>仕入先との「基本契約書」は全て締結している。販売先については未締結の先はあるが、「発注書」等により事前に発注内容を書面にて入手している。「歩引き」取引は一切ない。「金利引き」については仕入先から要望がある時に限り、法定金利内で手形を現金で支払う場合はある。「SCM統一伝票」はほぼ100%仕入先には使用していただいている。ただし伝票番号の桁数の問題で、伝票番号にダブリが発生する点が課題として残っている。「取り扱い絵表示」の変更については、在庫品についての経過処置期間が確定していないことや、新・旧ラベルが併存して良いかどうかなどの課題がある。コンペ時における、企画デザイン料や意匠権の帰属、また追加納入価格の条件等の問題は、業界として改善していくべき課題である。</p>	<p>全ての仕入先との間で「基本契約書」を締結している。生地の引取りに関しては、基本的には2年経過したものについての引取りは徹底しているが、例外的に2年を超えての引取りを行うこともある。その場合は、条件面で書面を交わすことの徹底が続いている。「歩引き」取引は一切していない。「金利引き」については仕入先から要望がある時に限り、法定金利引きで手形を現金で支払う場合はある。「SCM統一伝票」はほぼ100%仕入先には使用いただいている。ただしオンワードグループの「SCM統一伝票」は伝票Noが事前に印刷されているもののため、実質的には専用伝票と変わらないのが現状である。発注伝票のオンライン化は実施の決定がされれば参加する用意はある。コンペでデザインを採用されたにもかかわらず縫製を他に発注されてしまうケースがあり、問題視している。コンペに参加するだけでも、サンプル代等かなりの費用がかかる。更にはデザイン意匠権の観点からも、業界全体の問題として取り上げるべき課題である。</p>
12	ツカモトユーエス株式会社	<p>「基本契約書」は仕入先・販売先とも全て締結済み。「歩引き」取引は廃止の方向であるが未だ残っている。新規案件については口座を区管理することで歩引きが発生せぬように注意している。廃止に伴う煩雑な事務処理も考慮しつつ、取引先とは十分な合意のもとで廃止の方向に向けての交渉をすすめている。「金利引き」は仕入先、販売先とも一切なし。支払い条件は120日手形がグループとしてのルール。EDI取引は、付属品の手配などで煩雑な作業があるので効率化がはかれるならば「標準プラットホーム」に期待したい。TAプロジェクトユニフォーム分科会では見本費の取引上のルールについて議論をかさねていただきたい。</p>	<p>「基本契約書」は仕入先・販売先とも全て締結している。「歩引き」取引は廃止の方向であるが2社残っている。「金利引き」は仕入先、販売先とも一切なし。支払い条件はグループ全体として120日手形で取り決められているので変更の予定はない。「SCM統一伝票」も当社の独自の仕入れ伝票があるため実施の予定はない。発注システムのオンライン化は当社も付属品の手配など煩雑な作業があるので、効率化が図れること等が分かるなら伺ってみたい。ユニフォームのコンペでは、初年度は生産まで注文をいただいたのが翌年度は生産部分が他社に発注された場合、企画のみ30万円程度で買われる時がある。エンドユーザーにはサンプル代費用がかさむとの認識がほしいが、競争上やむを得ない部分もあり解決策は浮かばない状況である。</p>

13	中谷株式会社	<p>昨年同様「基本契約書」はほぼ締結済み。「歩引き」取引は仕入先・販売先とも一切ない。仕入先への支払い条件は60日以内の現金払いを徹底している。消費増税時の駆け込み需要はあったが、4～5月の販売の落ち込みも無く、返品などの問題も発生しなかった。基本契約締結時点での「在庫に関する取り決めルール」については取引ガイドラインでも踏み込みきれていないと感じている。業界全体で活用できていない在庫も多く、今後の課題として扱って頂きたい。その他、販売先との間での基本契約書、覚え書き、注文請書などの印紙代を一方的に負担させられることがある点は問題と思っている。印紙代は1件1万円程度かかることも多い。印紙負担が嫌ならば作成は1通で良いといわれ、その場合はコピーを持たされることもある。</p>	<p>「基本契約書」はほぼ締結。販売については一エンドユーザー（例えば銀行）からの発注が複数の百貨店経由で分散して発注される商習慣があるが、発注書は納品段階でいただいている。「歩引き」は仕入先・販売先とも一切ない。支払い条件は60日以内の現金払いを徹底している。「SCM統一伝票」は使用していないがユーザーから要請があれば検討の余地はある。電子商取引は時代の流れであり、ecビジョンのシステムには大変興味がある。デザインコンペをする場合はエンドユーザーに企画の権利は帰属するものの、数量は毎年コンペにかかり、エンドユーザーが発注数量については制御しているのが実情である。リバースオークションは問題視されることが多い。</p>
14	株式会社ボンマックス	<p>販売先・仕入先とも「基本契約書」はほぼ締結している。発注書は必ず発行しており、Eメールを指図書とする場合でも後ほど正式な発注書を発行している。在庫については責任の所在を厳格にすることが経営方針である。「歩引き」「金利引き」とも関連子会社を含めて一切なし。販売先に対しての手形支払条件は概ね120日以下、新規先については90日をお願いしている。基幹システムの稼働完成目標は当初より遅れているが、2015年8月に稼働予定である。自社開発完成後ならば「標準プラットフォーム」への参画への関心はある。消費税増税に伴う影響は、返品処理などで現場サイドでは多少手間暇がかかった（返品は2ヶ月以内との規定を設けた）。</p>	<p>「基本契約書」は全て結んでいる。「取引ガイドライン」の普及により取引の健全化が進んでいる点有り難く思っている。「歩引き」「金利引き」とも関連子会社を含めて一切なし。支払い条件は90日で統一する方向で対応している。「SCM統一伝票」は当社独自のを使用するため導入予定はない。今回の受発注システムについては、自社システムを再構築中（2015年3月完成目標）のため直ぐの参画は難しいが関心はある。取引に関する問題点として一つはサンプル出荷の問題である。特に百貨店からの返品も多く以前から問題と思っている。当社は代理店経由で出荷することが多く、出荷時ではサンプル品か約定品か判断できないため、返品数量の推定も難しい。返品時は赤伝処理になるが、2割程度はある。二つ目の問題点は「モデルの肖像権」についてである。WEB取引の拡大に伴い、「モデルの肖像権」の模倣問題がある。カタログの写真がスキャンされインターネット販売されるケースもあり、モデルの肖像が想定外使用され、逆に訴えられる懸念もある。知財使用に関するガイドラインを検討する必要があるのではないかと。</p>
15	ミドリ安全株式会社	<p>「基本契約書」は仕入先に対しては全て締結しているが、販売先には締結が難しい先も多い。発注書については必ず発行頂いており、在庫の引取りについての契約も評価基準を設け、厳格に管理している。仕入先に対する手形の決済条件は20日締め翌10日起算127日手形が最長。「歩引き」は販売先・仕入先とも今年度全面的に廃止した。なお、仕入れは100%子会社のMCアパレル経由で全ての取引を行っている。取引に関する営業担当者への教育は徹底して行っている。遠隔地に対する販売はインターネットの活用による取引、近隣は対面販売が主流で、MCアパレルとは全面オンライン化できている。ただしMCアパレルとその先の仕入先とはオンライン化の進捗度にばらつきがある。EDI取引については商品コードをどう位置付け、取り扱いか重要と考える。</p>	<p>「基本契約書」は仕入先に対しては全て締結。販売先はケースバイケース。在庫の引取りに関する契約締結は交渉が難しい点があり、評価基準を設け少なくとも覚え書きを締結できるようすすめている。発注書はいただけないケースもあり、「つぶやき・ささやき」は今もまだ多いと感じている。発注書の代替手段としては、手配計画書を発行して顧客との情報共有をはかることで対応しており、また、在庫を抱える場合は社内の稟議書を出すようにしている。「金利引き」はない。「歩引き」については仕入先の要望で2社のみあり（双方合意のもとで価格調整の方法として残している）。決済条件は仕入先に対しては20日締め翌10日起算127日手形が最長。「SCM統一伝票」は自社専用伝票を長年使用しているため予定はない。ecビジョンの受発注システムは興味がある。</p>

16	一村産業株式会社	<p>「基本契約書」は社内与信管理・限度枠申請手続き上必ず結んでいる。海外ではアパレルから紹介を受けた縫製工場などで一部締結していない先があるが、発注書で対応している。仕入先についての「歩引き」「金利引き」はない。販売先については客先からの要望により廃止できていない先がある。現状の「歩引き」取引については、①廃止3社②取引中止10社③歩引き率減額2社④交渉中3社⑤廃止出来ない4社である。「金利引き」については、①廃止3社②取引中止3社③交渉中5社④廃止不可2社となっているが、引き続き取引の適正化、健全化に向け取り組む所存である。ユニフォーム業界では、ユニフォームアパレルとの取引で概して引き取りまでの在庫期間が長いのが問題と思っている。1年強も生地問屋が在庫を抱えるケースがあったが、現状は大半の顧客について1年以内の引取りを交渉しており、効果が出つつある。消費税増税については駆け込み需要は多少合ったが大きな混乱もなく順調に推移した。</p>	<p>「基本契約書」は社内与信管理・限度枠申請手続き上必ず結んでいる。「歩引き」「金利引き」についての取組みは引き続き注力している。現時点の「歩引き」取引については、①廃止 4社②取引中止 6社③歩引き率減額 4社④交渉中 4社⑤廃止出来ない 4社、「金利引き」については、①廃止 3社②取引中止 4社③交渉中 5社④廃止出来ない 1社となっているが、引き続き取引の適正化、健全化に向け取り組んでいく。物流費（運賃）については、センターフィーはないが、染工場からの出荷の場合、1次配送先までは加工賃に含まれており、遠隔地や小口運賃などの割増運賃に依るかどうかはケースバイケース。物流費や保管料のあり方については本業界で更にクリアすべき課題と考えるのでTAプロジェクトでの検討項目として頂きたい。</p>
17	伊藤忠商事株式会社	<p>販売先との「基本契約書」は新規先については100%締結しており、古い契約のアップデートも進めている。「歩引き」については、一部の販売先に残っているが、契約上で明記してもらっている。下請法遵守については、社内にはほぼ浸透してきている。EDI取引については、対販売先ではアパレル、量販店、対仕入先では合繊メーカー、紡績と個別に対応が進んでいる。</p>	<p>売買取引契約については、当社からの締結依頼のみならず、販売先から締結要請されるケースもあり、業界全体で変わってきている。繊維部門では、下請法を含めて業界に関わるルールについての講習会を実施している。「SCM統一伝票」については、受領はしているものの、自ら発行はできていない。</p>
18	株式会社 GSI7レオス	<p>販売先との「基本契約書」は、原則として自社フォームでの締結を社内のルールとしているが、大手小売やアパレルの一部とは先方のフォームで契約を締結している。委託加工先とは下請法もあり「基本契約書」がなければ口座を開設できない規則になっている。「歩引き」取引は減少しているが、昔からの原料販売先に一部残っており、順次この慣習を改めるべく交渉を続けている。小売業等との取引では口頭による発注やいわゆる仮発注にて仕入れた商品が最終的に未引き取りになるケースがある。下請法の遵守に関しては内部統制委員会の下にあるコンプライアンス委員会にて定期的にチェックしており、当社の法務部門も社内セミナーを開催し遵守するよう指導している。</p>	<p>「基本契約書」は委託加工先には100%締結済み。下請法遵守については、社長直轄の業務監査部が取引実態調査を行っている。法務部の社内説明会、内部統制委員会の下のコンプライアンス部会でも徹底している。販売先からの「歩引き」は大分減ったが一部残っている。「金利引き」はないが、期日現金は増えている。仕入先への支払いでは、下請法に該当する仕入先については法令遵守（加工先へは現金、手形の場合サトは90日以内）しているが、その他の場合には120日の手形支払いも存在する。GMS系への販売ではセンターフィーはあるが、不当な率を要求されているとは感じていない。基幹システムを2014年末稼働を目指して再構築中。</p>
19	株式会社 スミテックス・インターナショナル	<p>販売先と締結する「基本契約書」については、親会社のフォームに準じたフォーマットで8割強の販売先と締結済みである。親会社の内部監査もあり、更に締結を強化している。海外の仕入先は、継続的な取引のある先とは、「基本契約書」を締結し、スポット的な取引の場合は個別契約書でカバーしている。「下請法」遵守の教育・啓蒙活動は、新人研修、定期的な若手対象の研修の他に「下請法」管理マニュアルをイントラネットで情報共有している。</p>	<p>「基本契約書」については、親会社の所定フォームに準じた仕様で再締結済み。（カバー率は販売先で80%、仕入先で100%）大手アパレルはほとんど先方フォーム。海外仕入先についても委託加工の基本契約を締結している。発注書については、下請法を遵守した内容で、すべて自社フォームで発行している。仕入先への「歩引き」「金利引き」は一切ない。販売先からの「歩引き」は数社残っている。支払いについても、下請法該当先には法令遵守している。</p>
20	瀧定大阪株式会社	<p>「基本契約書」は、国内仕入先は776社、国内委託加工先は767社と締結済みである。素材販売では、アパレル、商社、瀧定の3社間契約を締結することもある。海外は306社と締結済みで、内121社は製品関係の仕入先である。ASEAN地区（ベトナム、タイ、カンボジア）に関しては、当社子会社の香港法人が締結している。「歩引き」先は昨年とほとんど変わらず減っていない。「下請法」遵守に関しては、コンプライアンスの社内研修を昨年度は10回実施、延べ300人に対して、ビデオ研修を行い、周知徹底している。取引情報のEDI化については、仕入先との情報共有を「標準プラットフォーム」で実現できるかを検討する予定である。</p>	<p>「基本契約書」の締結は仕入先との締結社数は更に増えて727社、また委託加工先も726社となっている。海外仕入先についても中国の277社と締結している。「下請法」に関しては顧問弁護士に依頼しコンプライアンスの社内研修を実施し更に周知徹底している。販売先からの「歩引き」取引は現在も残っており、昨年より改善されていない。「歩引き」取引を断るのは担当者レベルでの要請では難しい部分もあり、業界の問題として取り組む必要がある。専用伝票を使用している取引先は260社あり、売上金額ベースで4割を占める。大手アパレルの「SCM統一伝票」の使用が進んでくるとかなり効率化できるので、是非、進めて欲しい。取引情報のEDI化推進については、アパレルが導入に積極的であれば、是非パイロットとして参加したい。</p>



21	タキヒヨー株式会社	販売先との「基本契約書」は新規先についてはすべて締結している。「歩引き」については、販売先からのものは、残っているが、仕入先に対しては、「下請法」該当先については一切廃止している。内部統制整備部会を毎週水曜日に行っており、課題、確認事項を1つずつクリアしている。また、法務コンプライアンス通信は毎週メール発信されている。内容は、下請法、知財、就業規則、労働問題など多岐に渡っている。取引情報のEDI化は、販売先とは80社と個別に公衆回線、WEBブラウザ上、流通BMSなど様々なパターンで対応している。	「基本契約書」については、新規先は100%締結している。コンプライアンスの社内試験は引き続き実施中。仕入先への「歩引き」は全廃しているが、取引先からの「歩引き」は相変わらず多い。販売先からの手形のサイが180日を越えているケースもあるが、サイ短縮要請は単独では難しいのが現状である。社内基幹システムを2014年4月稼働にむけて再構築中。
22	辰野株式会社	仕入先・販売先とも新規の取引先とはすべて「基本契約書」は締結している。発注書については、販売先の中には書面を発行しないで口頭で当社に発注する先があるので書面発行をお願いしている。仕入先に対する発注書の発行は徹底している。「歩引き」「金利引き」については仕入先・販売先とも昔から一切行っていない。「歩引き」を依頼されるケースはあるが断っている。受取手形の決済条件については、インポート製品はサイが長い傾向にある。下請法遵守のため、社内にコンプライアンス委員会を設置し教育を徹底している。受発注に関して、メール・FAXは残っている。並行して自社にて受発注システムを開発中。「SCM統一伝票」は全社統一の仕入れ専用伝票を使用しているので採用は難しい。インポートものは円安の影響でコストが上がっている。消費税増税を見越した買い控えの影響も懸念される。	「基本契約書」は大半は結んでいるが口座数が多いため販売先には未結の先(20~30社)もある。昨年以降精力的に締結は進めている。「歩引き」「金利引き」については仕入先・販売先とも昔から一切行っていない。製品仕入れは「未締め翌月末未払い90日手形」で、販売についても同じ決済条件で原則統一している。ただし加工賃については未締め翌月末未払い現金としている。「SCM統一伝票」は全社統一の仕入れ専用伝票を使用しているので採用は難しい。円安を理由に仕入先からは値上げ要請があり、販売先には逆に値上げ要望している。
23	田村駒株式会社	「基本契約書」は、対アパレルとは先方フォームで締結し、対GMSとは全先との基本契約は締結していない。仕入先については、国内の加工場(染工場、縫製工場)は締結している。取引条件については、名古屋以西は長期手形があり、特に原料関係の取引先に多い。「歩引き」については、名古屋以西は依然として多く、関東圏ではなくなった。GMSからの発注書については、PBについては発注書があるが、それ以外はないのが現状である。引き取りについては、分納でも良いので全数引取ることが必要と考える。契約書の瑕疵担保条項で不当な率をのまされるケース、また、上代の15%でしか引き取ってもらえないケースもある。	「基本契約書」については、対アパレルは先方フォームで結ぶケースが多い。中国の企業との契約書の締結は、日系及び合弁の会社とは結んでいるが、ローカル企業とはほとんど締結していない。販売先からの「歩引き」については、名古屋地区以西の取引先からは依然として多い。GMSからセンターフィーの負担要求はあるが不当な率ではない。下請先の支払いについては90日以内の手形にしている。下請法遵守については、業務部が中心に営業、管理部門を厳しく指導している。GMSとは基本契約書は締結しているが、正式な発注書を発行しないところがある。
24	株式会社チクマ	主要な販売先及び仕入先とは「基本契約書」の締結を積極的に実施している。新規販売先については取引開始時での契約書締結を義務づけていく方針。縫製工場の未締結先とは普及を含め締結を促進している。「歩引き」については、廃止を条件に、段階を設けて対応している。仕入先縫製工場への支払いは基本現金払い。生地メーカーへは出荷日起算にて取決め日数での支払い。発注システムについては、生地メーカー等とはオンラインでの運営。受注については、全国多数の販売先との取引にて個別対応しており、電話・FAX・Eメールでの対応が多数を占める。消費税増税の影響は無し。国際標準については、JIS、ISOの取得が、今後企業としてのビジネス成立のキーワードとなると考える。	主な仕入先・販売先との「基本契約書」は締結済みまたは締結進行中で、委託加工先とも順次結んでいる。締結内容は「取引ガイドライン」に即して進めるよう心掛けている。在庫については、素材メーカー・商社・アパレル間においては「取引ガイドライン」に即した対応が概ね行われるようになり、問題発生時に会話による対応が可能になった。TAプロジェクトの成果と思う。「金利引き」については、販売先から法定内金利引きの対応を行っているところは残っているが、付随する事務手続きの割愛及び在庫即引き取りなどの条件により妥当と判断している。「歩引き」は販売先で数社継続中であるが、物件対応を行っており、今期中に廃止の方向である。決済条件は仕入先はほぼ半準、販売先は120日サイが主流だが、今後生地販売と製品販売で各々条件提示を行っていきたい。「SCM統一伝票」は使用していないが、普及に努めたい。ecビジョンの受発注システムには関心がある。ユニフォーム取引においては、納品のみならず、納入後の管理対応やリース対応のケースも増えつつあり、それに伴うクリーニング対応等、製品の物性基準の新たなガイドラインが今後必要になると考える。

25	蝶理株式会社	<p>「基本契約書」は、対アパレルとは先方フォームで締結し、それ以外の販売先とは、「取引ガイドライン」の契約書例に準拠した自社フォームで締結している。委託加工基本契約書は、内容を改訂し、改めて2百数十社と再締結済み。新規仕入先との取引条件は、手形支払いの場合、サイトはすべて90日以内としている。「歩引き」については、裏地系の中小卸からはまだ残っている。仕入先に対しては、一切行っていない。以前と比べて、販売先から不当な条件を迫られることはなくなった。取引情報のEDI化は、大手アパレルとは個別に対応しており、大手仕入先とも個別に仕入、請求データのEDI化に対応している。</p>	<p>下請法を遵守し、新規仕入先に対しては無条件に90日以内の手形サイトとしている。契約管理では委託加工基本契約書を「下請法」に準拠した内容に改訂し、既存契約締結先2百数十社と再締結。従来より社長を委員長とする法令遵守委員会を設置。適法性と効率性の視点を重視した社内コンプライアンスプログラムに基づいて研修会も開催するなど、コンプライアンスの徹底を強化している。「歩引き」については仕入先には一切行っていないが、販売先からは名岐以西の販売先に多く残っている。「金利引き」は衣料資材関係の販売先から受けている。</p>
26	帝人フロンティア株式会社	<p>「基本契約書」は、基本的に自社フォームでの取得に努めているが、対アパレルは先方フォームでの締結を求められるケースもある。仕入先とは、自社フォームですべて締結し、発注書も自社フォームに打ち直して発行している。「歩引き」については、名岐地区の販売先で相変わらず残っている。販売先はファクタリングが増えており、適正な市場レートで設定されている。取引情報のEDI化は、旧NI帝人商事と旧帝人ファイバーのシステムを2014年内を目途に統合させる予定で進行中であり、現時点では、「標準プラットフォーム」でのインターフェースは考えられない。製品について、販売先からの要望があれば、ネット上だけの単独での利用を考えている。</p>	<p>組織変更前に締結の「基本契約書」は相手先に地位継承のレターを送付。仕入先への支払いは、下請法該当先は毎年リストアップして、手形支払先については、サイトが90日以内になっているかチェックしている。「歩引き」については、自社からは一切行っていない。販売先からの「歩引き」は関東の販売先にはないが、名岐地区以西は残っている。販売先からの手形サイトも150日以上長い先はほとんどなくなってきている。新会社設立後、社内基幹システムの統合作業中である。</p>
27	豊島株式会社	<p>「基本契約書」は、販売先とは210社と締結済み。新規先は基本的にすべて締結するよう指導している。仕入先との委託加工契約書は900社内外と締結済みである。「歩引き」については、生地売りで4件、製品売りで2件あり、名岐地区ではまだ残っている。GMSでセンターフィーがあるが、不当な率ではない。販売先とのEDIについては、約30社とデータ交換を行っているが、各社各様の対応となっている。仕入先については、出荷兼請求・支払のデータ交換を行っている。</p>	<p>自社仕様の「売買取引基本契約書」での締結取引先は、180社となっている。「委託加工基本契約書」の締結先はこれまで900社内外と締結済み。「下請法」遵守の対応では、資本金3億円以下の先はすべて自社の支払手形サイトを基本的に90日以内としている。自社からの仕入先への「歩引き」は一切ない。データによる受発注はアパレル側からの要請で数社と実施しているが、それぞれの仕様となっている。大手GMSとは流通BMSでデータ交換を行っている。仕入先については合織メーカーとデータ交換を行っている。</p>
28	日新実業株式会社	<p>「基本契約書」は概ね締結しているが、スポーツ・洗濯業界で一部締結できていない先がある。一方発注書は必ず発行いただいている。「歩引き」は1社残っており、再三廃止を申し入れている。在庫については1年以内に引き取る事とのガイドライン指針に基づき、概ね1年以内に引き取って頂いているが、起算日等不明な点もあり、在庫の取り扱いに関して改めて「取引ガイドライン」の見直しが必要と考える。支払手形は20日締め翌10日起算90日がほぼ平均。受取手形は150日も一部ある。TAプロジェクトユニフォーム分科会については、百貨店も今後ご参加いただければよいと思う。百貨店と大手商社が分科会活動趣旨を理解し、ユーザーに対する過剰サービスの有無などを検討することがユニフォーム業界にとって重要と考える。</p>	<p>「基本契約書」は概ね締結している。「歩引き」は1社残っているが廃止の方向で検討している。支払手形は20日締め翌10日起算90日または120日、受取手形は90-120日でほぼ収まっている。「SCM統一伝票」はオンワード商事(株)のみで、一部先方の専用伝票を使用している場合もあるが、ほとんどは自社の伝票を使用。客先とのオンラインはないがSCM推進協議会が進めている発注システムについては興味がある。ユニフォーム分科会にはこれまで参加していない業界(例えば洗濯、スポーツ、学生服)からの参加がのぞまれる。ユニフォーム入札に関して、リパースオークションは業界の為になるとは思わず参加にはあまり積極的にはなれない。なお、コンペにおけるサンプル料やデザイン等の負担ルール整理は必要と考える。</p>
29	日鉄住金物産株式会社	<p>「基本契約書」については、仕入先375社、国内加工工場44社、海外工場378社、海外検品工場3社と「取引ガイドライン」に適合した「基本契約書」を締結済み。合併後の契約書フォームの見直しはあるが、締結済み契約書の地位は継承する。「下請法」、コンプライアンスに関する啓蒙は、内部統制室と連携して、従来通り営業部に対しては年2回、関連会社に対しては年1回実施する。新入社員に対しての管理部門での1年間の研修も継続する。事務処理の月末集中を回避する方策として、得意先・仕入先とのEDI化を積極的に進めている。</p>	<p>「基本契約書」については、仕入先291社、流通加工先35社、海外仕入先336社と締結。日鐵商事との10月合併後は既締結済みの契約はそのままで地位を継承する。ただ、ライセンス契約は締結し直しとなり、力関係が微妙な先とは料率変更等の問題ができてきそうである。「下請法」、コンプライアンスに関する啓蒙は、内部統制室と連携して、営業部門に対しては年2回、関連会社に対しては年1回実施している。新入社員には基本知識習得のため、今年度から1年間の管理部門での研修後、営業配属させることにした。GMS系の先からのセンターフィーはあるが、不当な率はなく、明らかに不当と思われる返品もなくなってきている。アパレルとはデータ交換が進み、伝票レスが増えてきている。</p>

30	丸紅株式会社 (丸紅ファッションリンク株式会社)	「基本契約書」の締結は販売先とは90%カバーできている。対アパレルは先方フォーム、自社フォームで締結するケース等様々だが、内容面では呑める所呑めない所をお互い歩み寄りながら締結。仕入先は、継続的な取引のある先に対しては自社フォームで締結している。販売先からの「歩引き」については、数件残っている。「下請法」遵守については、この2年間社内研修を実施しており、新人研修でも教育項目の1つになっている。取引情報のEDI化については、取引先と個別に対応している。「標準プラットフォーム」は、業界の一部企業だけで進めても、なかなか進めないのではないかと考える。	「基本契約書」については、主要事業会社である丸紅ファッションリンクが締結しており、販売先についてはカバー率90%程度となっている。委託加工先は100%締結済み。自社から仕入先に対する「歩引き」は一切ない。販売先からの「歩引き」は数件程度ある。仕入先に対する支払いは、「下請法」を遵守し、月末≦20日現金払い、手形の場合は90日以内のサイ付。「下請法」遵守はコンプライアンスチームが随時チェックをかけ、漏れがないように厳しく教育・指導している。GMSとの取引でセンターフィーはあるが、不当な率ではない。EDIについては、アパレルとの1対1のデータ交換は現在行っている。消費税増税については商売上では特に話題になってない。販売先は簡単に売値を上げられないと思われるので、現場での今後の交渉は厳しいものになるのではないかと。
31	三井物産 インターファッション株式会社	販売先、仕入先、加工先との「基本契約書」については当社フォームのものを基本に締結している。仕入先等に対する支払に関しては「下請法」に該当する取引は60日現金払いとしており、支払手形は発行していない。「下請法」に関しては昨年同様、eラーニング、社内セミナー、Q&Aの社内イントラ掲載等を通じ社内啓蒙活動を行っている。情報共有化に関する取組については当社はOEM中心の業態であり、主導的立場に立つことは難しい。	「基本契約書」は販売先、仕入先、加工先について当社フォームのものを基本に締結している。支払いについては、下請法に該当する取引は60日現金払いとしており、支払手形は発行していない。中小企業庁のガイドライン冊子を各部署に配布、eラーニング、社内セミナー、Q&Aの社内イントラ掲載等を実施。また、社内内部監査組織による下請法関係監査も実施している。EDI取引については、アパレル、仕入先、倉庫と個社毎に適宜実施している。
32	三菱商事株式会社 (三菱商事ファッション株式会社)	「基本契約書」は、販売先とは自社フォーマットで締結するのが大半で、締結できていない先とは個別契約で補完している。仕入先についても「基本契約書」の締結を原則としている。海外仕入先とは個別契約書で対応している。「下請法」の遵守については、三菱商事ファッションの現場に対しては、本体の法務部が「下請法」の講習会を行っている。本体では、独禁法、「下請法」の講習会・説明会を年数回継続して実施している。取引情報のEDI化は大手取引先とは個別に対応している。「標準プラットフォーム」は、アパレルが共通で導入して、これを使わないと取引ができないという流れでないと難しいのではないかと考える。	三菱商事100%子会社であり、親会社同様の厳しい管理に準じての法令遵守を基本姿勢にしている。「基本契約書」については、個別契約書の締結を原則としているが、できていない先については、「基本契約書」を締結している。「下請法」の該当先との取引については、「下請法」を遵守し、支払い期日を物の受領又はサービスの提供後60日以内に定めている。委託代金の支払いについては、「歩引き」「手数料」その他名称の如何を問わず、委託代金からの直接の減額は一切行っていない。
33	モリリン株式会社	「基本契約書」は、前年比14件増の207件と締結済み。新規先とは原則締結するように徹底している。取引条件では、産業資材関係の販売先で、「歩引き」及び長い手形サイ付の先がある。「下請法」に該当する仕入先に対しては、再度見直しをして、90日サイ付への変更を徹底させている。EDI取引については、アパレルとEDI対応が取引条件となっている先と個別に対応中である。FISPAが進める「標準プラットフォーム」は、導入に関して、ある程度の強制力を持たせる方向でなければ、なかなか進まないのではないかと考える。	「基本契約書」の締結は前年比55件増の合計193件。新規の場合は、相手から締結要請のあるケースもあり、契約書締結に問題はない。「下請法」に該当する仕入先に対しての支払いは、法令遵守している。「歩引き」については、自社からは仕入先については一切行っていないと認識しているが、産業資材関係の取引では繊維業界とはまた違う世界であり、昔の慣習が残っているケースがあると思われる。GMS系の取引でセンターフィーがあるが、不当な率ではない。GMSとは流通BMSでデータ交換を行っている。
34	清原株式会社	「基本契約書」は、大手(商社、アパレル)とはほぼ締結済み、中堅とは約50%と締結し、合計130社と締結済み。仕入先との「基本契約書」は、約80%の135社と締結済みで、発注については自社システムに入力すると自動的にFAXが流れるシステムになっている。関西以西(特に名岐、備後地区)でのメンズ系の取引先に振出日計算210日の手形が依然としてあり。「歩引き」については、去年からの交渉の結果、5社が撤廃してくれた。販売先に対して、「小口配送の運賃」の転嫁をお願いしているが、なかなか受けてもらえない。EDI化については、アパレルは独自に進めているが、品番数が多いために入力作業が煩雑で間違えてデータ化するリスクのある副資材ははずして、データ化を考えていると思われる。関西以西の婦人服以外の業界(学生服、ワーキングなど)に対して、「取引ガイドライン」の啓蒙が必要である。	「基本契約書」に関しては締結できる先はすべて締結済み。「下請法」遵守に関しては、「歩引き無し・現金支払い」を意識して実践している。販売先からの「歩引き」は、取引停止覚悟でトップが旗振りして全社あげて交渉を進めている。昨年、SCM推進協議会に入会したアパレルは、「歩引き」を廃止してくれた。公正取引委員会からの通達で、「平成24年9月以降に受けた納入価格の引き下げ要請について」の調査依頼が4月にあった。販売先からは消費税増税絡みと思われる値引き要請も既にあった。関西以西のユニフォーム協議会の「ガイドライン」に対する認知度・認識度がまだよく浸透されていないように感じられる。オーナー会社が多いので、オーナーに理解してもらう必要があるのではないかと。「SCM統一伝票」については、販売の方では、アパレル指定の専伝先以外はすべて切替え済み。一方、仕入の方は、3社((株)三景、島田商事(株)、清原)で導入に向けた話し合いを再度していく。

35	株式会社 三景	販売先との「基本契約書」は、アパレル、商社とは締結できているが、縫製工場とは、ほとんど締結できていない。国内下請先との契約書締結はできており、発注は自社フォームで行っている。「歩引き」先は減ったが、関西以西に残っており、2～3%の歩引きで、手形のサイトが120～150日と長い先もある。コンプライアンスは連結親会社の指導もあり徹底している。月一回は、社長が部長を集めて徹底を図っている。また、部署毎にコンプライアンス担当を定め、年2回情報共有する場を設けている。取引情報のEDI化は、まず出荷伝票のEDI化を優先し、伝票レス化を図りたい。	「基本契約書」は商社、アパレル(中堅含めて)とは締結済み。縫製工場とはなかなか締結できていないが、決算書をほぼ全件入手しており、営業部が取引先申請し、毎年与信限度を更新している。その結果、与信事故は減少している。「歩引き」については、縫製工場からされているケースが多い。「SCM統一伝票」については、アパレル専伝先以外はすべて切替済み。EDI取引については、商社とはデータ交換を行っている。大半の商売は縫製工場との取引であり、データ交換はできていない。
36	島田商事 株式会社	「基本契約書」については、自社フォームを顧問弁護士と相談の上完成し、商品部・経理部と連携して、常時取引のある先との締結を進めている。「歩引き」については、名岐地区は依然として多く、手形で2～3%引きでかつサイトが220日の先もある。岡山のメーカーにも現金引き2%、手形で2%引きの先がある。また、縫製工場からの「歩引き」も依然としてある。「標準プラットフォーム」については、推進するのであれば、アパレルが共通のプラットフォームを作り、それに関連商社、副資材商社が合わせる形で進めるしかないと考える。海外調達も増加傾向にあるため、品質確保の為に社内ラボを設備投資し、自主的に検査を行なっている。	「SCM統一伝票」については、切り替えられる分はすべて切り替え済みである。「歩引き」については、主に名岐地区以西の先から受けており、受け手のサイトについても、150日以上長いサイトの先がある。自社からの支払いは、弁護士と相談の上、「下請法」該当先、もしくは該当すると思われる先については、「歩引き」なしの現金、もしくは90日の手形で支払っている。消費増税については、末端では上げられない以上、いずれ近い内に、値段交渉があるのではないかと懸念がある。
37	テナック 株式会社	販売先との「基本契約書」は、特に国内縫製工場とは、極力締結するようにしている。仕入先との基本契約は締結していないが、発注書は自社フォームで発行しなければ、仕入計上できない仕組みにしている。国内縫製工場からの支払いは、120日以上サイトの手形もあり、短縮の交渉中である。「歩引き」については、販売先からはなくなった。仕入先へ「歩引き」は全廃しているが、一部に昔取り決めたままの120日手形で支払いしている先もあり、90日サイトにするよう先方と協議中である。EDI化は取引先のシステムに個別に対応している。ケースがほとんどだが、自社のシステムに乗ってもらうケースも一部ある。システム開発はすべて社内の人員で対応している。	「基本契約書」の締結については、販売先から締結を求められるケースが増えている。仕入先については小規模先が多く、締結できていない。販売先からの「歩引き」「金利引き」はない。仕入先に対する「歩引き」も2年前に撤廃した。「下請法」該当先への支払いは10万未満は現金、10万以上は手形で支払っている。販売先からは長いサイトの手形をもらっているケースもあり。RFID組み込み式のブランドタグは、引き合いが多くなってきている。消費増税については、問い合わせが多くなってきている。
38	ナクス 株式会社	「基本契約書」は締結していないが、国内工場とは、取引開始時に決済条件の記載された取引申請書を作成、海外工場の場合は、商社、工場との3社間覚書を締結している。仕入先も同様に決済条件等記載の取引申請書に先方捺印を貰っている。海外工場への販売は、回収長期化、一部焦げ付きになるケースがあり、取引当初は現金決済で、支払いが滞留した場合、次の出荷をストップするなどの対抗策をたてている。RFIDは引き合いが多くなってきている。取引情報の「標準プラットフォーム」によるEDI化には期待している。	「基本契約書」は、新規先については販売先仕様で交わすようにしている。自社フォームの見積書に単価・納期等の条件を記載し、相手先の印をもらうように徹底している。海外工場(中国)への販売では、回収に苦勞するケースが多い。回収できない、相手と連絡も取れないケースは、アパレルに相談し、日本で決済してもらったケースもある。品質不良等で製品が納品されていないケースでは、アパレルからも拒否されるのが現状。RFIDはSPA向けに実証実験中。中国生産・デリバリーで日本での決済の場合に、円安の影響を大きく受けている。
39	株式会社 フクイ	「基本契約書」は締結していないが、自社フォームの取引申請書に販売先に取引条件等を記載してもらい取引をスタートするようにしている。販売先から「歩引き」されるケースはない。受注は7～8割は自社開発の受発注システムでEDI化している。中国での現地販売は、回収が遅延することはあるものの焦付きはない。消費増税前後は予想ほどの混乱はなかった。RFIDは、店舗だけでは費用対効果が出にくく、物流も参画しないと大きな費用削減には結びつかないという意見もある。	「基本契約書」はアパレル・問屋と締結している。アパレル指定の新規工場に納入する場合、自社仕様の取引申請書を交わすことを徹底しており、必ず工場に取引条件を記入してもらっている。これが工場との契約書の代わりとなっている。海外の工場売りで回収に苦勞するケースはあるが、最終的にアパレルが面倒をみてくれるケースもあり、未回収ということはない。自社開発のネット受注システムを主要取引アパレルから受注し、自社基幹システムにデータを取り込んで、「加工指示」、「受渡」、「売上」に展開している。消費増税に関しては、表示についての問い合わせが多い。

40	丸和繊維工業株式会社	<p>「基本契約書」は、販売先のアパレルとは、先方フォームで締結している。素材の仕入れは、100万円未満は現金払い、100万円以上は90日手形で支払いしている。外注加工先(刺繍、縫製)は、すべて現金払いである。「歩引き」は、販売先からは1件だけ残っている。取引情報共有はアパレルのネットサイトに入る方式で、受発注情報の入手と出荷情報の入力を行っている。取引情報のEDI化については、中小企業の効率化に繋がるよう是非進めて欲しい。消費税増税前後で、特に価格転嫁されるようなことはなかった。</p>	<p>「基本契約書」は、販売先、仕入先ともにすべて締結済み。販売先はほとんど商社系であり、「歩引き」や「引き取り」、「売掛金回収」での問題はない。外注工場に対しては、現金・「歩引き」なしで支払い、副資材メーカーへは100万円未満の支払いは現金支払い、100万円以上は90日手形としている。最近、生地コンバーターからの仕入れが増加しているが、支払手形は95日サイトで支払っている。中国自社工場からの仕入れにおいて、円安の影響がこれから出てくる。</p>
41	クラレトレーディング株式会社	<p>昔からの販売先の中には「基本契約書」を締結していない先は残っているが、個別発注書を厳しく管理しており問題はないと判断している。販売先との手形サイトは昨年より更に短期となり、150日はない。仕入先については90日期日指定現金でほぼ対応。また「下請法」の遵守には特に意識している。EDI取引についてはアパレルの導入が進めば検討してみる。消費税増税の前倒し受注は多少あったがあまり影響なし。円安の悪影響の方が大きい。</p>	<p>「下請法」遵守を強く意識して仕入先、委託加工先とは全て「基本契約書」を締結している。販売先については一部未締結先がある。「歩引き」「金利引き」とも一切なし。「取引ガイドライン」の社内浸透に努めている。販売先との手形サイト短縮に努めた結果、150日の手形はほぼなくなり、120日も昨年より減少している。「SCM統一伝票」は社内システム上の制約があり、使用予定はない。</p>
42	東洋紡株式会社 (東洋紡スペシャルティズトレーディング株式会社)	<p>新規取引先の「基本契約書」は社内ルール上全て締結している。昔からの取引先には未締結の先も残るが発注書発行の徹底で対応している。仕入先との「基本契約書」は全て締結。「歩引き」取引については「全取引先に『歩引き』をお願いしている」との理由から取引継続の観点から継続している販売先が2社ある。仕入先への「歩引き」はない。なお、内部統制上仕入先への「歩引き」は出来ない仕組みになっている。販売先は出荷日計算90日手形が基本。製品在庫は全量引き取って頂いている。下請法は厳しく遵守している。仕入先への決済条件は60日以内現金払いで統一。消費税増税に関しては、駆け込み需要は多少あったが4月以降の反動減はなかった。伝票の現物を用いて内部統制や商標権に関する教育には力をいれている。</p>	<p>「基本契約書」は全て締結済み。但し、販売先の中には発注書を出さないところがある。取引継続の観点から数社「歩引き」が残っている。仕入先への「歩引き」はない。(内部統制上「歩引き」は出来ない仕組みになっている)備蓄ユニフォーム市場では150日、180日のサイトが普通だが随時サイト短縮に努めている。消費税値上げに関しては、数社の販売先より「店頭上代は上げられない」との意思表示があった。</p>
43	東し株式会社	<p>社内ルール上「基本契約書」締結なしには取引を開始できないため、全取引先と締結している。「下請法」については法務監査部が社内実態調査を年数回行っている。またeラーニングを活用して全社員向けに「下請法」「独禁法」の教育を実施し、社員全員の意識向上に努めている。今後はグループ関係会社の教育が課題。「歩引き」取引、「金利引き」取引は一切行っていないと認識している。決済条件については仕入先とは60日手形または現金決済が原則。販売先とは大手商社を中心に90日手形が基本条件である。受発注システムについては大手商社を中心にほぼオンライン化している。消費税増税については駆け込み需要、反動減とも想定内であるが、アパレル小売市況全般に力強さに欠け、先行き不透明。中小仕入先からの人手不足、運賃、原燃料の高騰理由による値上げ要請に対しては、個別に対応している。</p>	<p>社内システム上取引開始には基本契約締結が前提となっており、全ての取引先と「基本契約書」を締結している。法務監査部中心に「下請法」の遵守状況について社内実態調査を年数回行っている他、eラーニングを活用して全社員向けに「下請法」「独禁法」の教育を実施している。EDI取引については、仕入れ・発注とも紙ベースの伝票はなく、ほぼオンライン化している。「SCM統一伝票」を使用できる体制ではあるが、販売先の意向もあり、進んでいないのが実情。製品ビジネスは東レインターナショナル他関係会社経由で行っているケースが多いが、急激な円安のため原料コストアップが激しい一方、主にOEM、ODMビジネスのため、販売価格への転嫁は難しいものがある。</p>

44	中伝毛織株式会社	仕入先、販売先との「基本契約書」はほぼ締結済み。手形の決済条件については、150日以上の販売先からの要望は基本的にはお断りするが、商社に間に入っていたりしている。他産業より生産行程が長い繊維産業は分業が多いためやむを得ない点もあるとはいえ、サイトが際限なく伸びる懸念がある。在庫に関して、当社は加工業のように製品が仕上がった時点での請求ができないため、生機在庫を1年以上抱えることがある。「取引ガイドライン」に追加項目として、在庫の持ち方、運賃負担(全て当方が負担している)のあるべき姿について議論を重ねていただけないか。消費税増税の影響はあまりなかったが、円安に伴うエネルギー高騰がコストに与える打撃は深刻な事態と認識している。	取引先との「基本契約書」締結はほぼ完了。契約書の内容については、担保や運賃、保険負担、検反などについて諸条件の修正を申し入れた取引先もあった。レディースの主力取引先との「歩引き」「金利引き」はなくなったがメンズ・中堅アパレルの中には決済条件が150日～210日と長いところもある。「SCM統一伝票」は使用しているものの、社名印刷などコストアップ要因も有り、一層の改善を望みたい。オンライン発注システムには協力したいが、開発ありきのパターンでコストアップせぬよう強く望む。
45	日本毛織株式会社	仕入先との「基本契約書」は全て締結。販売先は特定販売商社については「基本契約書」は締結している。スポット契約が中心の大手商社とは未締結であるが問題ないと判断している。発注書については内部統制上必須なこともあり、厳格に管理している。「歩引き」「金利引き」を要求されていた先は、現在は取引をお断りしていることもあり、販売先、仕入先とも「歩引き」「金利引き」は全て廃止されている。今後は見本費や在庫の位置付けについてのルールを議論していただき、「取引ガイドライン」に項目を追加頂きたいと思う。EDI取引は特定販売商社とはオンライン接続されているが、その他の取引先はFAXやメールで対応している。	仕入先とは「下請法」に準じて「基本契約書」は全て締結。ユニフォームの特定販売商社とは従来から基本契約は結んでいないが問題はないと判断している。仕入先への「歩引き」「金利引き」はない。販売先は、昨年1社→本年2社(大手ロードサイドの子会社との間で「歩引き」が取引開始の条件。)もう1社は東京のアパレルで廃止の申し入れはしている。決済条件についてはメンズ関係の取引先のサイトは150日と長いので120日への短縮化交渉を継続している。「SCM統一伝票」は自社専用伝票があるため使用していない。EDI取引はないが、自社内でのシステム統合を進めている最中。肖像権など知財権に関心があるのでセミナー等の企画を要望。
46	三菱レイヨン株式会社 (三菱レイヨン・テキスタイル株式会社)	「基本契約書」は「取引ガイドライン」の精神に則って全て締結している。孫会社(ダイヤモード)を含め、「歩引き」「金利引き」は販売先・仕入先ともない。仕入先に対する支払い条件は未締め翌月20日現金払いが原則。販売先に対しては120日受取手形が多いが問題なし。「下請法」は厳しく遵守している。「標準プラットホーム」については川下企業の状況が固まった段階で検討してみたい。消費税増税については問題なし。テキスタイルは返品自体がなく、仮にあっても営業対応できる。「取引ガイドライン」の説明会を東京、大阪、産地で行ってはどうか。動員の支援はしたい。	「基本契約書」はガイドラインの精神に則って結んでいる。孫会社(ダイヤモード)を含め、「歩引き」「金利引き」は仕入販売ともに一切ない。仕入先に対する支払い条件は原則月末締め翌月末現金、受取手形は120日サイトが多い。「SCM統一伝票」は先方の要望が無く使用していない。受発注システムについては川上から川下までの一貫通貫的仕組みが重要であるが、合繊原料メーカーの立場からは、川下に近い企業の仕組み作りが先行されることが現実的であると考えている。消費税増税については特段の準備はしていない。販売先からの製品転嫁の要請も受けていない。
47	御幸毛織株式会社	大手販売先や「下請法」の対象となる外注先とは全て「基本契約書」を締結しているが、中小販売先の一部には締結できていない先は残っている。発注書は自社グループの一部企業以外には全て発行している。毎年グループ全社員にコンプライアンスマニュアルが配布され、その読み合わせと説明会の実施、内部通報制度等によるグループ内のコンプライアンス遵守の教育を実施している。「歩引き」については名岐地区のアパレル数社との間で残っている。機会あるごとに廃止の申し入れはしているものの反応は鈍い。仕入先に対しては数年前に「歩引き」を全廃した。「標準プラットホーム」の普及は大手アパレル次第と考える。円安と原料高による採算圧迫は深刻な状況である。	「基本契約書」については仕入れ先は全てと大手アパレル4社との締結は完了。外部通報制度の設立などコンプライアンスの徹底は厳格に行っている。「歩引き」「金利引き」は現在一切なし。支払い条件については仕入れは未締め翌20日現金払い、受取手形については120日が平均。東洋紡四日市工場との生産工場統合は完了。アゾ染料については不使用宣言書を各アパレルメーカーに提出している。自社または仕入れ先の専用伝票を使用しているため「SCM統一伝票」は使用していない。

48	ユニチカトレーディング株式会社	<p>「基本契約書」は全社と締結している。社内手続き上「基本契約書」締結は必須。「歩引き」については販売先で1社、「歩積み」取引も1社残っているが、「基本契約書」や覚書きを交わし、適切厳格な対応をとっており問題はないと判断している。決済条件は社内与信会議を通じて厳しく管理しているが、サイトが長い取引先については更に短縮につとめたい。また、個別の契約書には価格・数量・決済条件・限月を明示している。受注して納める方は納期・品質を遵守し、発注して購入する側は限月には引き取り履行すべきと考える。消費税増税については駆け込み需要が一部あったが影響はない。円安・原材料・エネルギーの高騰によるコストアップは大きな課題。販売先への価格転嫁交渉は苦勞している。</p>	<p>「基本契約書」は全社との締結を目指しているが、ごく一部の会社で未締結のところが存在する。また発注書を発行しない販売先や、在庫の引取責任が曖昧なユーザーがある。販売先の「歩引き」取引が1社、「歩積み」取引も1社残っているが、基本契約や覚書きを交わして適切厳格な対応をとっており問題はない。販売先への決済条件は最長90日を目標に短縮化につとめている。「SCM統一伝票」は各社の必要要件が各社バラバラなため使用していない。発注業務についてはEメールが多いが、クラウドを用いた今回の発注システムには注目している。消費税については仕入れ・販売とも消費税抜きで対応しているので特に問題はない。</p>
49	小松精練株式会社	<p>「基本契約書」「委託加工基本契約書」など重要契約書は全て締結している。「歩引き」「金利引き」は販売先・仕入先とも無い。要望されても原則受け付けない方針。決済条件は入金、支払い共に手形レスへの変更を客先との了承のもとに行っており、事務処理の簡便化を目的としている。現在の大きな課題は原料高である。フォーマルブラックの主力である合織(ポリエステル)の黒色など濃色染料が高騰(昨年比3倍の染料も有り)、また燃料染料薬品は20~25%高騰している。一方染色加工料金の価格転嫁は思ったほど進んでおらず、死活問題との声も同業から聞こえる。染料の中間体はほとんど中国だが、環境汚染の問題から中国当局の規制も厳しくなり、更なる高騰を招いている。現状の染色業界の大きな課題は、この染料や薬品、燃料問題、付加価値のある新商品開発と品質にて活路を見いだしたい。</p>	<p>「基本契約書」に加え、個別には委託加工基本契約書をベースに指図書をオンラインで進めている。「歩引き」「金利引き」はない。営業政策上、販売先にリスクがある場合、長期手形をCASH払いでお願いするケースはある。決済条件については輸出販売先から手形でいただくケースがあるが問題はない。半年に1回は社内監査を行っている。物流費負担については値決めの際商品価格に織り込むことはあるが、倉庫保管料などは物流覚書を別途締結し、詳細を取り決めている。「SCM統一伝票」は独自の仕入れ伝票を使用しているため使用していない。EDI発注システムについてはクラウドの利用により、世界に目をむけてBtoBを進めるべき時代であり、ecビジョンを軸とした発注システムの動向には注目したい。また有害物質についてはアゾ染料を含めて当社は以前から使用していない。</p>
50	サカイオーベックス株式会社	<p>自販取引で新規顧客が増加しており、締結が後追いになることはあるが、「基本契約書」は原則結ぶことになっている。新規取引先からの「歩引き」要求についてはお断りしている。インテリア、水着、アパレル、婦人衣料との間で「歩引き」取引(先方の要望)が一部残っている。インテリア2社については今回のヒアリングを機会に改めて廃止の要望を伝えたい。アパレル1社は売上高に占める比重が大きく廃止の申し出自体が難しい部分がある。納入業者が一斉に声をあげない限り真の「歩引き」廃止は難しいのではないかと。当社での金利引きは無いが、子会社とアパレル企業間での「金利引き」はある。EDIは当社システムが追いつかず対応が難しい。海外からの製品輸入比率が高いためEDIを進めにくい実情もある。アパレル(特に通販メーカー)が発注をオンラインで行うようになると導入せざるを得ない。</p>	<p>委託加工取引においては、発注先と基本的に「委託加工基本契約書」を締結している。物流費(小口運賃・遠隔地運賃等)・保管料(生機在庫・製品在庫)・ピーカー代(10色以上)などについては個々に「覚書き」を交わして運用している。取引条件は、6割が現金、残は60~90日手形で「歩引き」「金利引き」はない。販売部門(テキスタイル販売・製品販売)の中では、水着・インテリア・婦人衣料の取引先において、一部「歩引き」取引(先方の要望)が残っている。「SCM統一伝票」は使用していない。出荷案内書(インボイス)は染色業界の統一仕様書を使用している。製品在庫は現状、適正の範囲内に納まっており、長期在庫は取引先に引き取り交渉中。取引先からの見込み発注(受注)は現状ほとんどない。</p>
51	株式会社ソトー	<p>「基本契約書」はほぼ締結している。「下請法」については遵守しており、「歩引き」は仕入先、販売先とも無い。「金利引き」については染色整理は改善されたが、テキスタイルにおいて販売先とのあいだに「金利引き」長期手形サイトがまだある。現状の課題としては、エネルギーコストの上昇に加え、染料の値上げも進んでいる中、小ロットの受注が増加している事がある。今後は適正ロットでの発注をお願いすると共に小ロットのアップチャージの見直しも検討している。「取引ガイドライン」の説明会は開催していただければ参加したい。</p>	<p>「基本契約書」はほぼ締結している。仕入先への「歩引き」「金利引き」はない。販売先に対しては昨年来、精力的に「歩引き」「金利引き」取引の廃止とサイト短縮をすすめた結果、2~3社を残すのみとなった。取引先から仕入先に対して、『「歩引き」を行っているところは取引しない』と宣言していただければ、「歩引き」取引は完全廃止できと思う。EDIについては当社はATネットに関わっているが中途半端な状態。尾州ネットによる事前情報(染色加工場への発注書である加工指図書と生機入荷情報等)も期待していたが参加企業も少なく(4~5社)十分には機能していない。拡がらない理由は手間暇がかかる、入力項目が多すぎるなどが原因。また、アパレルの物性基準の統一は必要。今後SCMとしてグローバルな展開を推進していくためには国内基準の統一化は不可欠。</p>

52	東海染工株式会社	<p>「基本契約書」に加えて「取引条件書」も作成し、販売先および委託先については全て締結している。販売先が同一にもかかわらず部署によってルールが異なる場合は、担当レベルの「取引条件書」で代替している。当社内でも事業部により同一販売先でも契約内容が異なる場合がある。発注書も完全に発行している。記録を書面に残す社内指導は徹底している。「歩引き」「金利引き」は一切なし。社内ルールを盾に一切の「歩引き」要請は受けていない。「下請法」については企業の規模に関わらず長いサイトは問題である。中小零細企業からの発注も多く、立場が逆転していることが多い。染色業界は特に「下請法」の対象となる会社の立場が強い。EDIはアパレル大手の導入如何が鍵である。「染色業むけガイドライン」「紡績業むけガイドライン」など業界別に細分化したガイドラインを設け、更に業界別ヒアリングを実施してはどうか。</p>	<p>「基本契約書」に加えて取引条件書も作成し、委託先・販売先については完全に締結している。仕入先・発注先(染料メーカー)については未確認の相手があるので再調査する。「歩引き」「金利引き」は一切ない。「センターフィー」は一部GMSとの間で約定しているが、先方からは商品コストへの算入を要請されているので、不明瞭な点はなく、相互にメリットがあると判断している。サンプルについては、生地は無償見本に加え、ハンガー無償、カット無償など条件が厳しいと感じている。一出展あたり平均50万円にもなるので年間で膨大な費用がかかる。解決策として、テキスタイル業界の大手(東レ(株)、帝人(株)、日清紡HD(株)など)メーカーや加工業界も加わり、サンプルについての統一基準を決めて頂ければよいと考える。各社の異なる基準・ルールに即して対応をしているのが実情である</p>
53	イオンリテール株式会社	<p>「基本契約書」は自社仕様にて全ての仕入先と締結している。毎年定例的に「イオン行動規範」をはじめとした公正取引・法令遵守の社内講習会を実施している。本年度は消費税増税に係わる下請取引の項目を講習に加えた。「下請法」に関しては公正取引委員会が主催する外部の「下請法セミナー」にも参加している。「歩引き」及び「金利引き」は衣料関連の取引に於いては全廃している。取引先には、取引実態に関するアンケートを定例的に実施して、お互いのコミュニケーションの円滑化を図っている。「流通BMS」の導入についても積極的に推進し、2000社を越えるほぼ100%の導入が達成されている。消費税増税に伴う価格の表示は「本体価格表示」と「総額表示」の二段表示として対応し、諸経費は当社にて全て負担した。「取り扱い絵表示」、「アゾ染料」に関しては品質管理の専門部門を窓口に対応、「TC133」(衣料品のサイズシステムと表示及び計測方法)に関しては、国際標準化への参加が必要と認識している。</p>	<p>自社の「基本契約書」での締結を進めており、全ての仕入先と取り交わしている。毎年定例的にイオン行動規をはじめとした公正取引・法令遵守の社内講習会を実施して、啓蒙活動を推し進めている。取引先には、取引実態に関するアンケートを毎年1回実施して課題を吸い上げるとともに、お互いのコミュニケーションの円滑化を図っている。また取引先とは売り場運営上の応援などを含め、互いに契約書、覚書等をしっかりと取り交わしている。センターフィーに関しては、直納を禁止しグループの物流機能会社に支払うルールにて取引先に適切に一定率で負担をして頂いている。物流センターでは集配機能別に物流経費の合理化を進めるとともに、RFIDの導入・活用についても積極的に取り組んでいる。流通BMSの導入についても積極的に推進し、ほぼ全ての取引先との取り組みを開始しており、そのそのメリットも多くなっている。消費税増税対応に関しては、当社としての方針を現在検討中の段階である。円安に伴うコストアップに関しては、アセアンへの生産拠点の移行をすすめる上で、当社としての品質基準を守りながらのスピード化が課題となっている。</p>
54	株式会社 トヨーカ堂	<p>口座申請・品番申請の稟議と「基本契約書」の締結をセットとしたルールにて、全ての取引先と「基本契約書」を取り交わしている。発注に関してはシステムへの登録・承認を経て「発注書」が発行される仕組みとなっている。「FT(フェアトレード)委員会」の活動を推進しており「下請法」の遵守及び消費税増税にかかわる教育・研修会を開催している。特に本年度の消費税増税に関しては関係テーマを毎月設定し、関係者全員を対象とした説明会を開催した。「歩引き」「金利引き」等は一切無く、支払いは全て現金で行っており手形での支払いは存在しない。消費税増税に係わる価格表示に関しては、「本体価格と総額(税込み)の併記」として対応し、その価格表示変更に係わる諸コストは全て当社にて負担した。「ISO国際標準化」への取り組みは専門の「QCセクション」がプロジェクトチームを設置して、法制化等へ適切に対応する体制を準備している。「セブン&amp;アイHDGS」では各業態(コンビニ・スーパー・百貨店・その他)の垣根を取り払い「オムニチャンネル化」等、総合的シナジーを生かす事業を推し進めている。</p>	<p>契約書の締結を前提に「口座」及び「品番」の登録が可能となるシステムにより、全ての仕入先と「基本契約書」を取り交わしている。「FT(フェアトレード)委員会」の活動を推進しており「下請法」等、取引に関する社内啓蒙資料の発信を継続している。本年度も全バイヤーに対して消費税増税に係わる転嫁関連の研修を開催している。「歩引き」「金利引き」等は一切無く、支払いは全て現金、手形での支払いは存在しない。センターフィーに関しては、センターを利用するか否かを仕入先に選択して頂き適切に負担をして貰っている。消費税増税に係わる価格表示に関しては、ホールディングス全体として現在方針の検討中である。円安及び消費税増等のコストアップへに対応した利益確保の考え方は、品質を含めた商品価値の創出によって対応する考えである。</p>



55	株式会社 ダイエー	<p>「基本契約書」は取引口座の開設とセットにて、自社フォームにて全ての仕入先と締結している。「金利引き」及び「歩引き」等の不適正な取引は、取引先が「下請法」で定められている資本金額にかかわらず、全廃している。下請取引に関する支払いに関しては商品部門と経理部門が「60日ルール」を毎月チェックする体制を構築している。システム関係では、「流通BMS」の導入を推進しており、本年度末には殆どの仕入先が導入する計画となっている。事業面では昨年8月にイオン株式会社の連結子会社化となり、スケールメリットを生かした商品の調達、物流の効率化や販売促進面(宣伝・カード)での連携を進めている。</p>	<p>「基本契約書」は自社のフォームにて全ての仕入先と締結している。当社は過去の経緯もありコンプライアンスに関しては厳しいスタンスである。「歩引き」「金利引き」等取引は、「下請法」、資本金にかかわらず、全廃している。システム関係では、現在JCA手順が中心であるが、全アイテムで「流通BMS」の導入を推進しており、本年8～9月に仕入先説明会を実施して2014年度の100%導入を計画している。事業面では本年7月のTOB(公開買付)によるイオンの子会社化が予定されており、今後への未確定の要素が多く存在する。物流センターフィーに関しては相互の契約に基づき、物流システムに係わる物流経費の負担をお願いしている中で、合理化も進めている。</p>
56	はるやま商事 株式会社	<p>「商品売買基本契約書」は、全ての仕入先と締結している。社内では年間2回定期的に「下請法」遵守に関する研修を実施している。発注行為に関しては行政の指導に則った仕様の発注書を発行している。「歩引き」及び不適正な率の「金利引き」取引は一切行っていない。「物流業務」に関しては現在再構築中であり、従来行ってきた物流センター経由の納品を止めて、現在は仕入先からの直納の体制としている。消費税増税に伴う価格表示は各事業部毎の判断として一部で混在しているが、大きな混乱は発生しなかった。今後の海外ビジネスの拡大に向けた国際標準への対応の重要性は認識している。自社EDIシステムは構築済みであるが、将来的には「標準プラットフォーム」導入も検討している。システムの導入普及に向けては導入費用及ランニングコストの明確化が必要である。</p>	<p>「商品売買基本契約書」は、全ての仕入先と締結している。社内では年間3回定期的に「下請法」遵守に関する研修を実施している。「歩引き」及び不適正な率の「金利引き」取引は行っていない。「センターフィー」に関しては、納品着数に一定額を掛けた金額を適正に仕入れ先に負担して貰っている。仕入業務での伝票使用の比率は約20%、当社物流センターを経由する80%は全て伝票レスとなっている。消費税増税に伴う価格表示は現在検討中であるが、関連業界団体及び大手GMSの動きに注視している。円安コストアップの課題に対応しては、商品ロット拡大及び生産拠点の切り替えを推進してコストの吸収を図っている。</p>
57	株式会社 丸井グループ	<p>「基本契約書」の締結は全ての仕入先と取り交わしている。当社グループのビジネスモデル変換に伴い「定期借家契約」が増加している。社内の公正な取引推進を目的に「下請法」研修を定期的に開催している。「歩引き」「金利引き」の取引は全廃している。支払いは全て現金で例外は存在しない。「流通BMS」は現状130社と取引を開始し、本年度末には160社まで導入企業を増やす計画である。消費税増税に伴う価格表示に関しては「本体価格」と「総額(税込み)」の併記とした。当社の経営戦略として「店舗」「カード」「Web」を融合し相乗効果を発揮させる三位一体の事業を推し進めており、「店舗」と「Web」の在庫の統合一元化及び物流面での改革を進める等の「オムニチャンネル化」に対応している。SCM推進協議会には異業種との交流及び情報、特に川上企業の情報にメリットを感じている。</p>	<p>「基本契約書」の締結は全ての仕入先と取り交わしている。社内の公正な取引推進を目的に「下請法研修」を年間4回定期的に開催している。「歩引き」「金利引き」の取引は全廃している。物流センターフィーに関しては物流グループ会社を通して仕入先と契約を取り交わして適正な料率にて負担をお願いしている。支払いは全て現金で例外は存在しない。流通BMSは現在110社と取引を開始しており、本年度末には150社まで、導入企業が増える予定。消費税増税に伴う価格表示に関しては関連業界団体の動向を注視しながら、現在対応を検討中である。当社の経営戦略として「店舗」「カード」「Web」を融合し相乗効果を発揮させる三位一体の事業を推し進めている。</p>
58	株式会社 そごう・西武	<p>「基本契約書」は仕入先・販売先とも全て締結している。また、お客様(販売先)の発注書・受領書・送付明細がないと契約として認めない社内規定としている。発注書は全て発行している。発注分についての在庫は「下請法」対象企業が発注先の場合、全て当社が買い取ることにした(従来は折半で処分)。「歩引き」は昔から一切なし。支払い条件は翌月末現金払いで統一。「下請法」についてはセブン&amp;アイの法令遵守(CSR)対応は厳しいため以前より管理を厳格にしている。製品倉庫の在庫は当社、仕入先、客先とも在庫状況が見えるしくみを構築するなど、在庫切れ防止には最善の注意を払っている。逆オークションは競争条件が曖昧なため現在は参加していない。</p>	<p>「基本契約書」は全て締結している。在庫処分については「下請法」対象企業に対しては製品・部材・生地すべてを買い取り、「下請法」対象外取引先については折半とすることを基本的な考え方としている。「歩引き」「金利引き」は一切ない。セブン&amp;アイの法令遵守(CSR)対応は厳しいため、管理は更に厳格になっている。支払い条件は翌月末現金払いを原則。「SCM統一伝票」の使用予定はない。公募ユニフォームについて素材の基準が曖昧な場合がある(「素材は化繊とする」など)点や、リバースオークションでの公募案件は赤字覚悟でとりこる企業があるのは問題と考えている。</p>

59	株式会社 大丸松坂屋百貨店	<p>「基本契約書」に関しては全取引先と締結。口座開設なしでは取引できない社内ルールになっている。また、製品仕様書などでエンドユーザーとの取り決めは厳格に行っている。全取引先に対して定期的に取引状況の審査を行い、一定期間売上げがない場合、口座が自動的に消滅するシステムである。長年取引があるだけの理由で「基本契約書」の締結を省略することはない。「歩引き」「金利引き」は昔からなし。仕入れ対象先はほとんど中小企業。毎月一回は社内でコンプライアンス厳守については繰り返し徹底指導している。決済条件については60日以内の支払いを徹底している。発注はFAXとメールが多いが、取引先からの指圖書から発注書に転記する事務処理量は膨大である。基本的には受発注での在庫はもたない方針。国際標準に基づく洗濯表示の切替えについての準備はすすめている。</p>	<p>「基本契約書」は口座開設とセットで、100%締結出来ている。加えて、個人情報保護に関するISMSを取得し、取引先ともISMSに準拠した契約を締結している。「下請法」対象企業の当否に関わらず、ユニフォーム取引先には発注書を100%発行している。「取引ガイドライン」が浸透したためか、ユニフォーム取引慣行が改善されているのはSCM推進協議会の活動成果と思う。「歩引き」「金利引き」等の取引は一切なし。支払いは、当月20日締め、翌月20日現金払いが基本であり、一部月末締め、翌月末現金払い(取引条件による)はあるものの、ほぼ基本通りで運営されている。「SCM統一伝票」は使用していない。(「百貨店共通仕入れ伝票」を使用)クラウド活用によるオンライン発注書に関しては、個人情報管理面のリスクが危惧される。個人情報セキュリティの保証方法が最大の課題と認識。リバースオークションについては、赤字で受ける企業がある事と共に、価格低下に伴う品質面での問題が発生しうると認識している。</p>
60	株式会社 高島屋	<p>「基本契約書」の締結、口座開設はセットが取引開始の前提となっている。また、発注時に必ず発注書を発行することには注意しており、システム活用による照合チェックも厳格に行っている。支払い条件については手形はなく、ほぼ現金。全社の社内コード体系統一はほぼ終了し、5年間にわたるホストコンピュータ更新も順調に進んでいる。物流費の値上げや労務費の上昇は大きな課題である。商品品質については商品管理室がJIS規格に基づいて厳格検査をおこなっている。発注者であるエンドユーザーが在庫を引き取らないのがユニフォーム業界では当たり前になっている点が、最大の課題と認識している。エンドユーザーが在庫を引き取ることを当然とする業界コンセンサスとルール構築が必要であろう。作業服などのユニフォームの価格が長年(例えば10年間)据え置かれたままなのも課題と思っている。</p>	<p>「基本契約書」は口座開設とセットで締結している。「歩引き」「金利引き」に類する事は一切ない。支払手形は原則なく、現金決済が基本。手形を現金に変更して支払うことや、サイトを短縮して支払うことはある。社内管理体制はシステム照合を厳密に行っており、「見える化」のしくみが社内構築出来ている。社内システムについては、①2012年から行っている全社社内コード体系を変更・統一する(課程→過程)の途中。②ホストコンピュータも更新中(5年)であり、パソコンOS導入も進捗中。③「流通BMS」の使用はあまり広がっていないのが現状であり、また課題である。SCM推進協議会が進めている発注システムについては関心がある。将来的にはスマホの活用も視野に入れる必要あるのではないかと。消費税増税については、タイミングを計りながら得意先との対応を進めている。リバースオークションは安さを追求する結果、品質面の課題が発生するなどの課題が多いと判断している。</p>
61	株式会社 三越伊勢丹	<p>「基本契約書」は仕入れ先・販売先ともほぼ全て締結している。新規顧客は口座開設と契約書をセットで締結している。仕入れ(他の商品と合わせた場合)を営業が直接行っているスポット取引には希に発注書だけで済ませるケースはある。「歩引き」「金利引き」はない。仕入れの決済条件は20日締め翌20日現金払いで統一。在庫の買い取り基準については契約書に条項がないのでその都度話し合いをしている。発注書は手書きがまだに多い。仕入れ先もそれを転記していると思う。FAX受注も残っており業務改善の余地がある。アゾ染料については不使用宣言書発行で対応している。洗濯表示変更については業界側の混乱はないが、消費者側は戸惑う懸念がある。ユニフォーム業界にとって東京オリンピックは「ユニフォーム」という言葉が頻繁に出る機会であり需要喚起のチャンスであると捉えている。</p>	<p>取引先との「基本契約書」は全て締結している。営業のスポット仕入れ取引には締結していないことがあるが、このケースはまれである。販売先についても長年の信頼関係から未締結先もあるが、新規顧客は口座開設とセットで締結している。取引先に対する「歩引き」「金利引き」は一切ない。センターフィーについては分納の際、経費を商品価格に含める条件で双方合意のもとでお願いする場合はある(この場合、当然発注書の中に条項は明記している)。支払い条件は、仕入れは20日締め翌20日現金払いで統一している。販売については先方の支払い条件に従っている。「SCM統一伝票」は使用予定なし。当社専用発注書と百貨店共通の仕入伝票を使用している。発注書に関してはユニフォームは頻度が高く、また発注項目も多いため手間暇がかかっている。そのため、今回の発注システムには関心ある。発注書が定型となり入力が簡単になれば現場は助かる。ただし会社の方針として、現時点ではクラウド利用は認められていない。個人情報のセキュリティ面に課題があると判断しているからである。アゾ染料については法制化された時点で不使用証明書を出していただくよう取引先には要請している(現在は任意提出)。</p>

【名岐地区】

62	A社	<p>「基本契約書」は仕入先、販売先とも大手取引先とは締結している。ただし付き合いの長い地場紡績筋とは締結できていない。発注書については大手商社からは概ね発行して頂いている。仕入先に対しても概ね発行しているが出荷指図書を発注書の代わりにするケースはある。昔からの商慣習から、金額は少ないが一部の販売先への「歩引き」は残っている。「歩引き」が商慣習上望ましくないとの認識は業界に広がっており、先日1社解消した。販売先の利益予算に「歩引き」が組み込まれている点が解消しにくい理由の一つ。「金利引き」は受けていないが、サイトの長い手形(150~210日)は多い。在庫については数量が変更されても当初発注分は原則発注先に引き取って頂くようにしている。</p>	
63	B社	<p>販売先・外注先との「基本契約書」は締結していないが、口座開設する際は詳細な書類は作成している。なお、整理加工場に対する「業務委託加工契約書」は締結している。支払い条件はほぼ販売先の条件通りとしており、発注書は書面にて発行頂いている。商取引の曖昧さが残っている点については、納期の点などで当社・取引先とも双方が都合が良い場合もあるが、今後は更にクリアにしたい。販売先から要請される「歩引き」は慣習上受け入れているが、廃止の申し入れはしている(10社以上残っている)。「歩引き」が販売先にとっては利益の大きな源泉になっているのも現実であるが、やはり問題は多いと判断している。</p>	
64	C社	<p>「基本契約書」は概ね締結している。決済条件については、国内向け販売先との決済条件は振出日から150日、出荷日起算では195日。海外向け販売先は当月末締め翌月末現金払い。下請業者に対しては現金払いが基本。「歩引き」は廃止すべき。「歩引き」先は10社ぐらい残っている。商売上も表面販売額に歩引き額(例えば3%)を載せて話を進める煩わしさがある。「歩引き」は客先の資金プールの赤字補填に使われるのが廃止できない理由のひとつ。当社もかつては必要経費として飲食、ゴルフ接待と同じ位置づけで「歩引き」を行った時代もあった。「歩引き」により赤字隠蔽が可能になるなど不透明取引の温床となり得るため、やはり望ましい慣習ではない。「歩引き」取引継続を要請する取引先は多いが、名古屋の大手問屋など完全に廃止した先も増加している。「歩引き」廃止により自社コンプライアンスを高めた方が結局「歩引き」より割が良いとも判断できる。なお「歩引き」の要請がある10社の内訳は名岐地区の大手2社、あとの8社は東京のアパレル特定ブランドに強い流通メーカー。</p>	
65	D社	<p>「基本契約書」は付き合いの古い販売先とは当初から締結している。個別の「発注書」はほぼ100%発行している。商社、染色整理については先方指定フォームで対応している。「歩引き」は現在は廃止した。名古屋の大手商社が廃止した時点で右に倣えとなった。「現金歩引き(金利引き)」は受けているが、最長150日。仕入先とはほとんど期日現金決済。当社は自社で機械を保有しているが、外注先の機械の老朽化は深刻である。今投資しないと将来がなくなる危機感がある。繊維業界全体としては染色整理分野での問題や課題が多いと感じている。</p>	

66	E社	<p>「基本契約書」締結先は少ないが、発注書は予防的にも極力発行している。メンズ物、婦人物、問屋とも「歩引き」の習慣は残っている。率は1%程度が多いようだ。「歩積み」は当社にはないが、コンバーターでは時々見られる。アパレルは経営的に厳しいため、利益出し目的で「歩引き」を残している面があるので、廃止を言いにくい雰囲気がある。業界のコンセンサスとしては「歩引き」廃止の方向であるが、廃止は一斉に行わないと実現できないと思う。決済条件については名岐地区のサイトは長い。10ヶ月が標準かも知れない。在庫についてはメンズよりレディースの方が在庫の引取りが悪いと聞く。「取引ガイドライン」を知らない中小零細企業も多いので、現場の、特に仕入れ担当者向けの説明会は必要と思う。</p>	
67	F社	<p>「基本契約書」は締結している先が多い。発注については概ね発注書は発行しているが、口頭での発注も残っている。加工依頼書はほぼ発行している。「歩引き」を要請してくる販売先は多い。「歩引き」ではなく、協賛金や販売協力金、割引料という名目で支払うケースも多い。販売はアパレル・小売りと直に行うケースが多いが、アパレルが契約先で商品を小売りに直送する場合にアパレルが小売りから「歩引き」されてるか否かは不明。「歩引き」は廃止するに越したことはないが、損益管理は全社で総合的に判断しているので「歩引き」の有無自体は採算上は大きな問題とはいえない。しかし、「歩引き」は結局バイヤーの財務部門の成績になるだけで直接取引先の担当バイヤーの成績にはならず、事務処理が煩雑になるだけなので制度としては廃止すべき。販売先の中には製品の問題点について十分な原因調査を実施せずに生地クレームとみなして一方的に買い取り等を請求してくるケースもある。海外進出については工場現場の管理ができる人材が得難く、まだ課題が多い。</p>	

## 取引相談室について

- 業界間の取引上で発生する問題については業界間で解決を図るために、当協議会に「取引相談室」を開設しました。

<http://www.fispa.gr.jp/contact/torihiki.html>

- 相談を申し出た企業が不利益を被らないこと条件に、具体的な解決策を提示します。
- 法律に抵触する問題に対応するために、当協議会では商取引を専門とする弁護士と顧問契約を締結しております。

## 繊維産業流通構造改革推進協議会

(呼称 繊維ファッション SCM 推進協議会)

〒135-8071

東京都江東区有明 3-6-11 TFT ビル東館 9 階

TEL:03-3599-0720

FAX:03-3599-0721

E-mail:info@fispa.gr.jp

URL:http://www.fispa.gr.jp/