

第22回「経営トップ合同会議」議案書

開催日時:令和4年3月9日(水) 15:00-16:30

令和4年3月9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	1
I.第 21 回「経営トップ合同会議」までの活動と課題.....	3
II.令和 3 年 TA プロジェクト検討経緯及び成果報告	5
1.「ガイドライン」に基づく「聴き取り調査」報告.....	5
(1)総 括	5
(2)調査概要	6
(3)調査結果	6
(4)産地における聴き取り調査結果	9
(5)アンケート調査の実施	11
2.ガイドライン普及活動報告	11
3.分科会活動報告.....	11
III.今後の進め方について.....	12
1.取引適正化について.....	12
(1)「聴き取り調査」の実施.....	12
(2)アンケート調査の実施.....	12
(3)「歩引き」取引廃止の徹底.....	12
2.「取引ガイドライン第三版」の普及活動.....	12
3.TA プロジェクト分科会活動について	12

「経営トップ合同会議」委員名簿

(敬称略：業種別・アイウエオ順・令和4年3月1日現在)

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
会 長	大澤 道雄	繊維産業流通構造改革推進協議会	会 長
座 長	児島 康信	株式会社三景	会 長
委 員	伊藤 崇行	アイトス株式会社	代表取締役社長
委 員	前田 和久	イトキン株式会社	代表取締役社長
委 員	樋口 剛宏	株式会社オンワード樫山	取締役常務執行役員
委 員	村上 哲	オンワード商事株式会社	代表取締役社長
委 員	植田 文裕	株式会社サーヴォ	代表取締役社長
委 員	中山 雅之	株式会社三陽商会	取締役
委 員	辰野 光彦	辰野株式会社	代表取締役社長
委 員	露木 健一	株式会社ツカモトコーポレーション	執行役員 ファッション事業部長
委 員	三宅 正彦	株式会社T S Iホールディングス	名誉顧問
委 員	中谷 善紀	中谷株式会社	代表取締役社長
委 員	原田 敏	株式会社フランドル	取締役常務執行役員
委 員	外川 雄一	株式会社ボンマックス	代表取締役社長
委 員	松村 不二夫	ミドリ安全株式会社	代表取締役社長
委 員	畑崎 充義	株式会社ワールド	取締役
委 員	芝原 和宏	株式会社ワコール	取締役執行役員 技術・生産本部長
委 員	宮野 尚	MNインターファッション株式会社	取締役
委 員	中山 正輝	株式会社G S Iクレオス	取締役 兼 専務執行役員
委 員	植木 博行	田村駒株式会社	代表取締役社長
委 員	堀松 涉	株式会社チクマ	代表取締役社長
委 員	芦田 尚彦	蝶理株式会社	執行役員 繊維第二事業部長
委 員	矢部 恭秀	帝人フロンティア株式会社	執行役員 衣料繊維部門長補佐
委 員	豊島 半七	豊島株式会社	代表取締役社長
委 員	米永 裕史	豊田通商株式会社	本部CEO
委 員	森島 弘光	丸紅株式会社	執行役員 ライフスタイル本部長
委 員	深澤 隆夫	丸和繊維工業株式会社	代表取締役社長
委 員	瀧 隆太	スタイレム瀧定大阪株式会社	代表取締役社長

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
委 員	瀧 健太郎	瀧定名古屋株式会社	代表取締役社長
委 員	滝 一夫	タキヒヨー株式会社	代表取締役社長執行役員
委 員	赤塚 昭喜	日新実業株式会社	執行役員
委 員	森 正志	モリリン株式会社	代表取締役会長
委 員	清川 要治	清川株式会社	代表取締役社長
委 員	斧原 正明	清原株式会社	代表取締役社長
委 員	大口 和男	株式会社三景	代表取締役社長
委 員	島田 晋宏	島田商事株式会社	代表取締役社長
委 員	橋本 惇巨	テンタック株式会社	代表取締役社長
委 員	中村 待朋	ナクシス株式会社	代表取締役COO
委 員	土屋 哲朗	株式会社フクイ	代表取締役社長
委 員	山田 武司	クラレトレーディング株式会社	代表取締役社長
委 員	清水 栄一	東洋紡株式会社	東洋紡STC株式会社 代表取締役社長
委 員	佐々木 康次	東レ株式会社	テキスタイル部門長
委 員	中島 幸介	中伝毛織株式会社	代表取締役社長
委 員	金田 至保	日本毛織株式会社	常務執行役員 衣料繊維事業本部長
委 員	長野 真	三菱ケミカル株式会社	アルミナ・繊維セクター 繊維ユニット テキスタイルチームリーダー
委 員	吉田 直人	御幸毛織株式会社	代表取締役社長
委 員	細田 雅弘	ユニチカトレーディング株式会社	代表取締役社長
委 員	松木 伸太郎	サカイオーベックス株式会社	代表取締役社長
委 員	上田 康彦	株式会社ソトー	代表取締役社長
委 員	八代 健太郎	東海染工株式会社	代表取締役専務
委 員	藤井 基弘	株式会社そごう・西武	商事事業部 商事部 ユニフォーム・アパレル部門長
委 員	宇田川 晃一	株式会社三越伊勢丹	ユニフォーム事業部長
委 員	湊 博昭	イオンリテール株式会社	衣料本部長
委 員	梅津 尚宏	株式会社イトーヨーカ堂	執行役員 ライフスタイル事業部 事業部長

I.第 21 回「経営トップ合同会議」までの活動と課題

当協議会は、平成 15 年 5 月、長年に亘り存在していた繊維産業界の様々な課題を解決するために、「経営トップ合同会議」を設置した。この会議体の目的は、繊維産業の SCM 構築と、時代に対応した取引のルールを策定すること、そして答申された解決策に対して検討を行ない、総意を持って取り決めることである。更には、取り決め事項は経営トップと企業の責任において実行することも求められている。

また、「経営トップ合同会議」参加企業(以下 参加企業という)は、法令遵守は勿論のこと、取り決め事項の進捗状況や、行われていない場合には、その理由、取り組み実施時期等について明らかにする責任を有している。参加企業が率先垂範をすることで、繊維産業界に有効な影響を与えていくことになるのである。

第 1 回「経営トップ合同会議」から前回開催の第 21 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いる。

(1)取引商品別に取り決めたガイドライン:

生地取引、副資材取引、ニット製品取引、布帛製品取引、ユニフォーム製品取引、縫製業取引

(2)「歩引き」取引の廃止:

平成 22 年開催の第 15 回「経営トップ合同会議」で「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」として、不透明で不適格な取引形態であるとし、参加企業は「歩引き」取引の廃止に合意し具体的に実施することを取り決めた。

(3)その他の取り決め事項:

間取引における取り決め、品質に関する責任範囲、TA-量販店間の商品取引に関わる取り決め、「仕入・納品伝票」に関するフォーマット及び「SCM 統一伝票」の策定、OEM 取引に関する業務条件の取り決め、ユニフォーム製品及び知的財産権に関する「ガイドライン」の一部改訂等である。

「経営トップ合同会議」を立ち上げた頃は、基本契約書の概念すらなく、お互いの暗黙知で行われてきた取引も多数存在していた。繊維産業界にとって、取引慣行適正化は取り組むべき喫緊の課題であった。会議ではこの課題解決を図るため「取引ガイドライン」(以下、「ガイドライン」とする)を策定し、普及・啓発活動への取り組みを進めてきた。

さらに、具体的な課題解決方法の一つとして、平成 18 年からは「聴き取り調査」も実施してきた。これは、会議での取り決め事項の進捗状況や、新たな課題は存在していないか、また、「ガイドライン」の実践、取組状況等についての調査であり、調査結果については「経営トップ合同会議」を経て公表してきている。参加企業が率先して取り決め事項を実施することにより、基本契約書の締結が進み、「歩引き」取引も廃止に向けて大きく前進してきている。

このような「ガイドライン」の普及啓発活動を進めてきたことで、今では、基本契約書の締結が当たり前に行われ、取引上の問題が生じて、「ガイドライン」に基づき解決を図れる道を開いてきた。まさに「経営トップ合同会議」は取引の適正化に寄与してきたのである。

本年も「ガイドライン」に基づく「聴き取り調査」を参加企業に実施している。また、昨年同様、関連する業界団体にも協力を得ながら産地の「聴き取り調査」を実施しているところである。新型コロナウイルス感染拡大の影響で、調査期間が長きにわたってしまったが、できる範囲で行っている。

なお、平成 29 年 3 月には日本繊維産業連盟及び当協議会(以下、両団体とする)との連名で、「『歩引き』取引廃止宣言及び要請のお願いについて」と経済産業省糟谷製造産業局長(当時)名で「繊維ファッション業界における『歩引き』取引廃止宣言へのご協力依頼について」を両団体会員企業並びにその取引先 4,600 社に送付し、あらためて「歩引き」取引の廃止に向けた

取り組みを行った。

「ガイドライン検討分科会」では、平成 28 年 12 月に下請け代金支払遅延等防止法に関する運用基準の見直しが行われたこと、「ガイドライン第二版」の策定から 10 年以上の時間が経過したこと等を踏まえて、情報共有項目や業務条件項目の内容の見直し、新たに加えるべき事項等について検討した。さらには、長年の課題であった縫製業との取引に関する「ガイドライン」の策定を行い平成 31 年 1 月に「取引ガイドライン第三版」を完成するに至った。

「情報の共有化」については、長年に亘り「業界標準に基づく IT プラットホーム」の構築やその運用について取り組んできたが、総論は賛成したものの、各社各様の事由から本来の目標に到達することができず見送ることとした。製品コードやビジネスプロトコルの標準化についても、各企業から積極的な意見は聞かれず残念ながら断念せざるを得ず、標準化に対する高いハードルを痛感する結果となった。しかしながら、「IoT」や「AI」は急速に進化しており、繊維ファッション業界でも「EC ビジネス」の拡大には目を見張るものがある。まさに DX(デジタルトランスフォーメーション)によるビジネスモデルの変革が求められている今、当協会としてどのような情報を発信し業界をリードしていくべきなのか改めて検討しているところである。

他方、国内の繊維ファッション業界でも大企業を中心として各企業単位で CSR(企業の社会的責任)や SDGs(持続可能な開発目標)に対する取り組みが当たり前に行われている。CSR に対する取り組み方については、法令遵守等、取引適正化は避けて通れない重要部分である。一昨年度より始まった「取引適正化推進分科会」では、適正な取引の定義や評価方法について議論を行い、「取引ガイドライン」に準拠した「チェックシート」とその運用フローを検討していた。結果的には「チェックシート」の運用にはいたらなかったが、企業の社会的責任は企業規模、業態に係わらず果たすことが重要となっている。企業にとっては法令遵守、労働環境の整備による生産性の向上、環境への取組みをはじめとした責任ある企業行動を実践し、それを対外公表することでステークホルダーからの評価につながり、ビジネスにとってプラスになることが期待できる。引き続き、CSR としての取引の適正化をどのように体現できるかを検討していく。

以下、それぞれについて報告をするものである。

Ⅱ.令和 3 年 TA プロジェクト検討経緯及び成果報告

1.「ガイドライン」に基づく「聴き取り調査」報告

本年は「聴き取り調査」を例年通り5月から開始したが、新型コロナウイルスの感染拡大の影響により調査期間が長期にわたり11月末に終了した。

平成18年に開始して以来、16回目となる「聴き取り調査」は、「経営トップ合同会議」参加企業が、取り決め事項について自ら実践・実行し、進捗状況について公表する義務と責任を持ち、実行出来ない場合には、その理由ならびに実施する時期について明らかにする責任を有するとしている。具体的には、参加企業各社は、法令遵守はもとより「取引ガイドライン」の実行を進める事としている。近年は、自社の取引先企業に対してもガイドラインに基づく取引ルールを遵守するよう要請している。

本年の調査では、例年通り「ガイドライン」の実践・進捗状況、具体的には「(売買)基本契約書」の締結、「発注書」発行等の状況、「歩引き」取引、手形取引の実情、「CSRの推進状況」「自主行動計画の浸透度」に加えて、新型コロナウイルス拡大に伴う取引への影響についても可能な範囲で調査を行った。

また、平成26年から実施している産地を対象とした「聴き取り調査」も本年で8回目となり、産地における「聴き取り調査」は28社で実施した。

(1) 総括

参加企業においては「基本契約書」は概ね締結している。一方、産地企業では締結率においてばらつきが大きく、大手取引先とのみ締結している企業や昔からの信頼関係があるとの理由から締結していない企業も多い。ただし、参加企業、産地企業に拘わらず新規取引先については「基本契約書」締結を必須条件としている企業も増加している。

当協議会では「ガイドライン」の普及活動を通じて、「基本契約書」締結の重要性を最優先事項と位置づけている。「基本契約書」を締結することは、「情報共有を通じた協業活動により、相互の経済効率を高め、最終消費者を満足させるように最大限努力すること」で Win-Win の関係を構築することである。また、販売先や仕入先と取引上のトラブルが発生した際には、締結することにより紛争の長期化が避けられることが多い。参加企業では契約書締結の重要性についての理解は進んでいるが、産地企業においては、未だ十分理解されているとは言えない状況である。

なお、「基本契約書」の締結については買い手側に有利な内容になりがちであることから、売り手と買い手の立場が対等であることを明示するため、当協議会では、「基本契約書」の条文に「繊維産業流通構造改革推進協議会が取り決めた『取引ガイドライン』を遵守する」との一項を加えることを推奨している。

さて、「歩引き」取引については調査を進めて10年が経過した。「経営トップ合同会議」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」として、不透明で不適格な取引形態であるとし、平成22年の「経営トップ合同会議」では「歩引き」取引の廃止を宣言、また平成29年3月の日本繊維産業連盟と連名で「『歩引き』取引廃止宣言及び要請のお願いについて」、ならびに経済産業省からも同趣旨の出状を行った。その効果は未だに有効なことから、廃止に向けた活動が引き続き重要である。

しかし、当協議会会員企業以外の企業(非参加企業、産地における企業を含む)の中には常習的に「歩引き」を実施している企業が依然として多いことが大きな課題として残っている。今後も、非会員企業ならびに産地における「歩引き」廃止に向けての活動を粘り強く行っていく。

決済方法については、販売先、仕入先を問わず、現金決済の比率(「期日指定現金」を除く。以

下同様)は昨年までは高まっていたが、本年度はほとんど変わっていない。本年度は参加企業においては販売先、仕入先とも現金決済の割合が平均 5 割強となっており、「手形決済」の比率は年々減少している。一方、産地においても販売先、仕入先とも現金決済の比率は 7 割程度で、「期日指定現金」が増えている。「期日指定現金」については、担保がないことなど、与信管理上の課題があるなど問題点も指摘されている。手形のサイトについては、参加企業においては概ね 60 日～120 日に収まり、平均 90 日程度であるが、一部長期サイトも残っている。電子決済(電子債権)の比率は引き続き増加している。

令和 3 年 3 月に「下請代金の支払い手段に関する通達」が見直され、下請代金に係る手形等のサイトについては 60 日以内とすること、そして、おおむね 3 年以内を目途として可能な限り速やかに実施すること、となったため、現状より改善が必要となってきている。また、政府は約束手形の利用廃止を 2026 年までに行う方針を掲げており、現状 10～15%ある手形の割合が今後どのように変化していくかを「歩引き」と合わせて注視しなければならない。

(2) 調査概要

1) 調査実施時期:令和 3 年 5 月～11 月

2) 調査内容:

- ①「ガイドライン」の実践・進捗状況
- ②「歩引き」取引の有無と実情
- ③手形取引・決済方法の実情
- ④「自主行動計画」の進捗について
- ⑤CSR の推進状況
- ⑥新型コロナウイルス感染拡大が取引にもたらした影響
- ⑦産地における取引の実情について(産地)

3) 調査対象企業:

「経営トップ合同会議」参加企業(52 社)及び関連団体傘下企業(28 社)計 80 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	14
商社	15
テキスタイルメーカー	8
副資材メーカー・卸商	7
ニット製品メーカー	1
染色加工業	3
小売業	4
計	52

業 種	企業数
関連団体傘下企業	28

*ユニフォーム関連企業数 13 社は上記表の業種ごとに加えられている。

(3) 調査結果

1) 「取引ガイドライン」の実践・進捗状況

①「基本契約書」の締結状況

i. 参加企業のうち 3 割の企業は、全ての販売先と締結しており、7 割以上の企業が 80%

以上の販売先と締結している。仕入先に対しては 5 割の参加企業は全ての仕入先と締結しており、6 割以上の企業が 80% 以上の仕入先と締結している。

- ii. 販売先は相手先フォーム、仕入先は自社フォームを中心に締結している率が高いが、一方的な内容にならぬよう、相手先企業と十分な協議をして契約書を作成している企業が多い。
- iii. 販売先では取引頻度が多い主要企業とのみ「基本契約書」を締結している企業が見られる一方、「基本契約書」の締結無しでは、取引量の多寡にかかわらず、口座開設ができない社内管理上のルールを定めている企業も多い。
- iv. 締結できていない理由は、長年にわたる信頼関係が強固なため締結の必要性を感じない、先方が拒否する、取引量が少ない、継続的な取引が無いため先方から要請されていない、等様々である。
- v. 委託加工取引においては「基本契約書」に代わって「委託加工契約書」を締結し、「委託加工指図書」が発行されていることが多い。
- vi. 「基本契約書」は締結せず「覚書」などで代用しているケースもある。

②「発注書」の発行状況

- i. 9 割以上の企業が、販売先からの「発注書」は 100% 入手している。発行方法はメール、EDI など様々であるが、電話受注や FAX 受注はごく僅かとなっている。
- ii. 仕入先に対しては「発注書」をほぼすべての企業が発行している。システム上「発注書」を自動発行している企業や下請法に抵触するかどうかを問わず「発注書」の発行なしには取引が認められないとの社内ルールを厳格化している企業が多い。
- iii. 下請法に関わる取引では「発注書」発行は厳格に履行されている。
- iv. 委託加工契約の場合「委託加工指図書（依頼書）」が発行されている。
- v. 口頭の発注については後日「発注書」を発行するよう義務づけている。

2)「歩引き」取引の有無と実情

5 割強の企業では販売先、仕入先とも「歩引き」が全廃されている。販売先からの「歩引き」が残っている企業は商社と副資材を中心に 5 割弱で、仕入先に対する「歩引き」が残っている企業は数社であった。各企業とも販売先、仕入先に対する「歩引き」廃止に向けての取り組みは継続して実施している。

- ① 販売先からの要請で残している企業は、長年の取引慣行としてやむを得ない、あるいは営業上支障がない程度の取引規模である、「歩引き」率に見合った金額を販売価格に予め上乗せしているから問題はない、との理由により存続しているケースが多い。
- ② 商社、副資材については販売先からの「歩引き」が多数残っている企業がやや目立つが、全体としては仕入先に対する「歩引き」は減少している。「歩引き」の連鎖も「歩引き」が残る原因の一つであるが、廃止への取り組み継続は行っている。
- ③ 「歩引き」を受け付けないよう社内管理ルールを構築あるいは厳格化している企業は多数ある。

3) 手形取引・決済方法の実情

平成 28 年 12 月の中小企業庁・公正取引委員会からの「下請代金の支払い手段に関する通達」¹が出状されて以降、各社の決済方法については重点的・継続的に聴き取り調査

2.平成 28 年 12 月 14 日公正取引委員会通達:

大企業から率先して以下の取り組みを進めることを要請した。①下請代金の支払いはできる限り現金で。②手形等による場合は割引料などを下請事業者には負担させることがないよう、下請代金の額を十分に協議する。③手形サイは 120 日（繊維業においては 90 日）を超えてはならないことは当然として、将来的には 60 日以内とするよう努める。

を行っている。また、令和3年3月にはその通達が見直され、「下請代金に係る手形等のサイトについては60日以内とすること」、そして、「おおむね3年以内を目途として可能な限り速やかに実施すること」、となったため、現状より改善が必要となってきている。

① 販売先からの受け取り

- i. 販売先から現金で決済されている比率が6割を超える企業は全体の6割弱である。また、手形決済の比率は電子債権を含んで平均3割程度で手形が減って電子債権が増えており手形から電子債権に移行している。
- ii. 現金決済の比率は昨年までは徐々に高まっていたが、本年度はほとんど変わっていない。期日指定現金は全体の15%程度ある。
- iii. 電子債権の各社における比率は年々増加しており、手形に迫る勢いである。
- iv. 電子債権を含む手形のサイトは概ね120日以内で収まっているが、150日、180日も見受けられる(最長220日)。サイトの短縮化は横ばいである。

② 仕入先への支払い

- i. 仕入先へ現金で決済している比率が6割を超える企業は5割弱で、手形と電子債権を合わせた比率が5割を越える企業は全体の約2割である。
- ii. 商社、テキスタイル、流通・百貨店では現金払いの比率が高い傾向にある。
- iii. 手形のサイトは概ね90日から120日で、販売先に比べてサイトよりは短い傾向である。販売、仕入れを問わず、「手形から現金へ」の流れはここへきて進んでいない。「手形から電子債権」への移行が見られる。一方で、手形等のサイトは下請取引の場合は60日以内にするように通達があったが、今後この推移に注視していかなければならない。

4) 「自主行動計画」の進捗について

「自主行動計画」については、多くの企業が概ね理解しており、具体的な活動に落とし込んで定着させている企業も増加している。実際はCSR活動と一体化して推進している企業が多い。「下請法」「独禁法」等法令順守の徹底を教育の中核に据えている企業がある。「取引ガイドライン」を教育や研修に組み入れている企業は少なく、各社各層へのガイドラインの浸透をはかることが今後の課題となっている。

5) CSRの推進状況

CSRの推進については社内に活動を推進する組織(「CSR推進委員会」「社内コンプライアンス委員会」「リスク管理委員会」等)やプロジェクトチームを立ち上げ、ステークホルダーを巻き込んだ全社的活動を行っている企業は年々増加している。とりわけSDGs²への取り組みや環境保全活動の積極的実行、CSR憲章や行動規範の制定、法令遵守の徹底などをeラーニングや社内研修、説明会を通じて浸透をはかっている企業が多くみられる。CSR調達ガイドラインを制定して全社的に取り組んでいる企業も数社ある。

6) 新型コロナ拡大の影響について

販売、仕入活動や仕事の進め方に対する影響は極めて大きく、多くの企業が講じている主な対策として、

- ・在宅勤務、フレックス、時差通勤、交代勤務の実施
- ・不要不急の出張禁止、テレワーク、Web会議の実施
- ・消毒・マスク着用、飛沫防止シールドの設置など感染予防対策の実施

3. SDGs: Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)の略称。2015年9月に国連で開かれたサミットの中で世界のリーダーによって決められた国際社会共通の目標。「17の目標」と「169のターゲット(具体目標)」で構成されている。

を講じている企業がほとんどであった。

取引に関する影響としては

- ・納期の延長や猶予などを販売先、仕入先に依頼した
- ・顧客側の在宅勤務や休業による営業活動制約により、商談進捗への影響があった
- ・販売先より納品の繰り延べ、当社マージンを下げて欲しい等の要請あり
- ・販売先から支払い期日の猶予の要望あり(昨年度より減少)
- ・販売先からの発注が小ロット・短サイクル化した

また、下記意見や課題があげられた。

- ・在宅勤務が業務職を中心に根付き、コロナ終息後も働き方の選択肢として残す。
- ・リモートワークの影響で、受発注のツールが従来型の FAX から Web やメール(PDF 形式での発注書添付等)活用へと徐々に変化してきている。
- ・テレワークが増加し、会議、商談内容によってオンラインと対面での商談を使い分けることが習慣化し、移動時間の短縮など効率的な影響もあった。
- ・物作りにおいては 3DCAD や 3D デザインによるコスト削減・スピード化で効率性を高め、よりよい顧客提案という目標ができたが、課題としては EC 対応含めた DX 人材の必要性を感じる。

(4) 産地における聴き取り調査結果

本年度は新型コロナ禍の影響もあったが、11 月末まで訪問を行い、28 社(WEB 面談含む)の聴き取りを行うことができた。なお、本年度の産地企業調査については「日本絹人織物工業組合連合会」「日本綿スフ織物工業組合連合会」「日本靴下工業組合連合会」「日本アパレルソーイング工業組合連合会」「日本ニット工業組合連合会」の協力を得て実施した。

1) 「基本契約書」の締結状況

今回調査した産地企業では「基本契約書」の締結は販売先とは 4 割、仕入先とは 2 割の締結。「覚書」等を含めると書面を取り交わしているのは販売先とは 6 割弱、仕入先とは 3 割弱であった。仕入先とまったく交わしていないは 5 割強あった。締結しない理由としては長年取引をしておき契約の必要性を感じないという理由が多い。

2) 「発注書」の発行状況

発注書に関しては 販売先も仕入先も 9 割程度発行されている。100% 発行されている(している)企業は販売先からは 7 割弱、仕入先へは 7 割となっている。

3) 「歩引き」取引の状況

今回調査した企業では、販売先に「歩引き」が残っている企業は 15 社あった。下記に「歩引き」が残っている企業の意見、状況を抜粋して記載する。

- ・アパレル販売先で 1 社残っているが、販売価格に「歩引き」分を上乗せして対応。
- ・「歩引き」されている販売先は会社規模も小さく、あまり影響がないので、価格に対して歩引き分を上乗せして対応している。
- ・「歩引き」に関しては販売先からは依然として 9 社残っている。京都、名古屋筋の呉服問屋がいまだに残っている。
- ・「歩引き」は販売先から 1 件、手形から現金払いになる際に 3%「歩引き」となった。
- ・手形が現金払いになった際に値引きが行われて、その値引き 5%とかがそのまま残っている。
- ・「歩引き」取引は、販売先では売上高比で 50%、件数比で 70%残る。伝票処理も煩雑なの

で減らしたいが、「歩引き」されているため値上げなどの要求を通し易いメリットも時にはある。

- 「歩引き」分は請求金額に載せているので問題はないが、煩雑な事務処理もあるので、廃止したいと思っている。
- 中小零細な販売先の場合、手形では与信リスクがあるため、こちらから「歩引き」を申し入れて現金払いに変えてもらうケースはある。その場合「歩引き」分は販売価格に転嫁しており問題はない。現状は利益率が高く、与信を考えると今のままで問題は無い。

4) 手形取引の状況

現金決済の比率は参加企業に比べて産地企業の方が販売先、仕入先とも高い。販売先からの決済ですべて現金決済であるのが3割、仕入先への支払がすべて現金決済なのが5割弱であった。手形などの比率が30%以下の企業は7割弱、仕入先への支払いでは6割強であった。手形等のサイトが「90日以内」は販売先からは7割弱、仕入先へは8割強であった

5) 「自主行動計画」の進捗について

概ね理解している企業は10社、名前だけ知っている、聞いたことがあるが内容はわからないという企業が14社と半数を占め、まったく聞いたことがない企業は4社あった。産地における自主行動計画の浸透具合は依然として低調である。

6) CSRの進捗について

産地においては、サステイナブルな素材を使用して製造したり、生地の手端材や糸くずの再利用をしたり、工場の電力を太陽光や風力などの再生エネルギーを使用しCO2の削減をおこなったり、地域のイベントに協力し地域社会と連動したり、個々の企業で可能な活動をする企業が増えてきており、今回の調査では半数近くが何らかの活動を行っていた。

7) 新型コロナ拡大の影響について

また、産地ではほとんどの企業で売上が激減。百貨店や量販店の小売りの売上の減少に伴い多くの企業で受注が減り、一部戻りつつもあるが、依然として厳しい状況が続いている。昨年3月までは縫製業では医療ガウンやマスクの生産で売上をカバーした。また、時短操業や休日を増やして、雇用調整助成金等でしのいでいる。一方で、従来の販売先から直接消費者に販売するなど、サプライチェーンの流れに変化がでてきている。地域によっては地元製品をブランド化して次の一歩を踏み出しているところもあった。

産地企業の意見・状況を抜粋して記載する。

- 百貨店 1/3、国内アパレル 1/3、海外（アメリカ等）ブランド 1/3、であったが、コロナ禍により国内アパレル向けが減少し、今年は百貨店と海外ブランドが主体
- 今までの問屋を通しての販売という流通依存度が極端に減り、小売店との新規取引や消費者への直接販売が増えている。小さな企業が健全化するチャンスと考えている
- 産地としては、プロジェクトを立ち上げ、生き残りをかけて新しいこと（地域ブランド開発）を仕掛けていきたい
- SDGsの一般消費者への浸透や、地産地消の動きが加速するなど、遠州織物を大々的にPRしてモノづくりをする小規模ブランドが急成長している
- 今回のコロナ禍で様々なことが学べて、平常に戻った際にはそれを生かして新しい取組みをしたいので政府には補助金制度を継続して欲しい

(5)アンケート調査の実施

非参加企業(24社)に向けて「聴き取り調査」と同じ項目にて、「ガイドライン」に基づく取引適正化の実践状況についての調査をWEB上のフォームで8月に行った。「(売買)基本契約書」の締結状況、「発注書」の発行状況、「歩引き」取引の実情、決済方法の状況、「自主行動計画」の実施状況についての調査を行った。回答数は8社。「基本契約書」の締結、「発注書」の発行はほとんど行われていた。「歩引き」は仕入先に対してはどこも行っていなかったが、販売先からは3社されていた。

2.ガイドライン普及活動報告

「取引ガイドライン第三版」の改訂版作成を機に、参加企業、非参加企業、産地を問わず、ガイドラインの内容についての浸透をはかるべく、各業界団体との連携強化を図りながら、説明会の開催等の活動を行ってきたが、本年も新型コロナ拡大の影響を受け、説明会の実施については十分な活動ができなかった。

3.分科会活動報告

分科会活動については、各委員会等を通じ会員企業や関連する業界団体から広く情報を収集し、サプライチェーン上に生じている新たな課題に関して分科会の設置を検討したが、本年度は設置しなかった。

Ⅲ.今後の進め方について

1. 取引適正化について

令和4年度も経済産業省ならびに各業界団体と連携を取りながら、「ガイドライン」「自主行動計画」の普及啓発活動を推し進め、「適正取引」や「付加価値向上」につながる望ましい取引慣行を普及・定着させるための適正取引の推進と、サプライチェーン全体の取引適正化に向けた活動を実施する。

(1)「聴き取り調査」の実施

例年通り、「ガイドライン」の実践・進捗状況、「(売買)基本契約書」の締結状況、「発注書」の発行状況、計画情報共有の実情、「歩引き」取引の実情、「自主行動計画」の実施状況等について調査を行う。今年度についても、政府が進めている「中小企業等の活力向上に関する現状・課題と今後の取組について」の中で挙げている「取引適正化に向けた支払い条件の改善」を踏まえ、手形取引の実情や手形の廃止に対する影響等について重点的に調査を行う。また、平成26年から実施している産地を対象とした調査についても、引き続き実施する。

「聴き取り調査」は愚直なまでに継続的に行うことが重要であり今後も実施していく。

(2)アンケート調査の実施

昨年に引き続き、非参加企業に向けて「聴き取り調査」と同様な項目にて、「ガイドライン」の実践状況、「(売買)基本契約書」の締結状況、「発注書」の発行状況、「歩引き」取引の実情、「自主行動計画」の実施状況、新型コロナウイルスの影響等についての調査を行う。

(3)「歩引き」取引廃止の徹底

繊維産業から「歩引き」取引をなくすために引き続き下記の具体策を推し進める。

- 1)参加企業は企業の社会的責任を果たす意味でも、各社の仕入先、販売先に「歩引き」取引の廃止を要請する。
- 2)要請後も「歩引き」取引を継続している場合は、企業の社会的責任を鑑み、参加企業は自社の「歩引き」廃止の取り組みや今後の取引等についての説明と協議を進める。
- 3)事務局は関連する業界団体を通じ、非参加企業に対して、「ガイドライン」の普及活動とあわせて「歩引き」取引の廃止についての啓蒙活動を実施する。

2.「取引ガイドライン第三版」の普及活動

当協議会は平成16年の「ガイドライン第一版」作成以来、産地を含む全国各地において機会ある毎に説明会を開催してきた。

「基本契約書」の締結促進、計画情報の共有など、基本的かつ普遍的な取引上のルール等を各企業の経営層から第一線で活躍している方々まで理解して貰うことは、取引の健全化にとって極めて重要である。参加企業はもとより、産地における企業や非参加企業に対して、「ガイドライン」の存在と浸透を如何に図るかは継続的課題であり、今後も引き続き、経済産業省並びに各業界団体との連携を図りながら普及啓発活動を推進していく。

3.TAプロジェクト分科会活動について

分科会活動については、引き続き各委員会等を参加企業や関連する業界団体から広く情報を収集し、サプライチェーン上に生じている新たな課題に対し、必要に応じて適宜分科会を設置し課題解決に取り組んでいく。