

「第12回経営トップ合同会議」議案書

開催日時:平成23年11月11日(金) 14:00~17:00

開催場所:有明 TOC コンベンションルーム E/1・2・3号室

目 次

「経営トップ合同会議」委員名簿	2
I. 「経営トップ合同会議」の今日までの活動成果について	4
1. 事業内容構築期から「第1期 TA プロジェクト」まで	4
(1) 「第一期 TA プロジェクト」の活動経緯	4
(2) 「第二期 TA プロジェクト」の活動経緯	5
(3) 「第11回経営トップ合同会議」で示された課題について	5
(4) 「取引ガイドライン」第二版の改訂について	6
II. 第8次 TA プロジェクトの検討経緯及び成果報告について	7
1. 「ガイドライン」の普及啓発活動状況について	7
(1) 調査概要	7
(2) 調査総括	7
(3) 「歩引き取引」が存在する背景について	8
(4) 「歩引き取引」に係わる法規制について	9
(5) 「歩引き取引（金利引き）」に対する考え方について	10
(6) 今後に残された課題について	10
(7) 調査結果	11
2. TA 情報化分科会の活動報告について	12
(1) 「統一伝票」の実施状況と問題点について	12
(2) 生産供給に関わる「情報の共有化」についての検討経緯と今後の方向性について	14
III. 今後の進め方について	22
(1) 「取引ガイドライン」の普及啓発活動の実施	22
(2) 「情報化の共有化」の取組みについて	22

「経営トップ合同会議」委員名簿

(敬称略:平成23年11月11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	大塚 隆平		
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	萩平 勉	株式会社オンワード樫山	取締役 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	中瀬 雅通	株式会社三陽商会	取締役会長
委 員	出原 正貴	株式会社自重堂	取締役社長
委 員	辰野 克彦	辰野株式会社	取締役社長
委 員	森 茂則	CHOYA株式会社	取締役副社長
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	原島 春樹	株式会社東京スタイル	専務取締役
委 員	中谷 善紀	中谷株式会社	取締役社長
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	島田 康正	NI 帝人商事株式会社	常務取締役 衣料繊維部門長 兼衣料第二本部長
委 員	伊藤 道秀	住金物産株式会社	繊維カンパニー 執行役員
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	取締役 事業部長兼東京支店長
委 員	竹中 慎一	蝶理株式会社	常務取締役
委 員	豊島 俊明	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	矢部 勝久	丸紅株式会社	執行役員 ライフスタイル部門長
委 員	尾畑 守伸	三菱商事株式会社	繊維本部 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

役 職	氏 名	企業団体名	現 職
委 員	斧原 正明	清原株式会社	取締役社長
委 員	児島 康信	株式会社三景	取締役社長
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	吉野 博明	クラレトレーディング株式会社	取締役社長
委 員	福島 敏秀	帝人ファイバー株式会社	取締役社長
委 員	香川 裕行	東洋紡績株式会社	取締役 常務執行役員 織維事業本部長
委 員	首藤 和彦	東レ株式会社	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	執行役員 衣料織維事業本部 本部長
委 員	池上 良一	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 東京支社長
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	株式会社ソトー	取締役社長
委 員	八代 芳明	東海染工株式会社	取締役社長
委 員	栗原 武志	株式会社そごう・西武	法人外商部 品質・仕入管理部 ユニフォーム担当 部長
委 員	小笠原 長克	株式会社大丸松坂屋百貨店	法人外商統括部 法人営業推進部長
委 員	根立 朝彦	株式会社三越伊勢丹	法人外商事業部 営業推進担当 商品開発部長
委 員	飯田 和行	イオンリテール株式会社	執行役員 衣料商品本部長
委 員	戸井 和久	株式会社イトーヨーカ堂	常務執行役員 衣料事業部長
委 員	村上 武司	合同会社西友	商品本部衣料品部 VPGMM
委 員	渡辺 豊和	株式会社グイエー	衣料品商品本部長
委 員	佐藤 元彦	株式会社丸井グループ	常務取締役
委 員	加納 昭義	ユニー株式会社	常務取締役 常務執行役員 衣料本部本部長

I.「経営トップ合同会議」の今日までの活動成果について

1.事業内容構築期から「第1期 TA プロジェクト」まで

平成11年(1999年)7月に民間団体として再発足し、その後の3年間は主に旧 QR 推進協議会で推進した事業の検証を行った。その結果、繊維ファッション産業界の SCM 構築には、当時 TAR¹間で生じていた様々な取引に係わる問題の解決を図ることが最優先課題であるとの結論に至った。

その検証結果を踏まえ、平成15年5月に「企業の責任として自ら範を示す」との理念の下、「約束を守る企業」を中心に繊維ファッション産業界の全体最適を実現するために、「経営トップ合同会議」を立上げ、同時に課題解決を図るための機関として経営トップに直結した実務担当者によるプロジェクトチーム「TA プロジェクト」を発足させ、課題解決を図る具体的な対応策等についての検討を開始した。

当初、この会議は趣旨に賛同した企業24社の参加でスタートしたが、現在では、この会議の有する意義・重要性を理解いただき自薦他薦を含め63社が参加をしている。

(1)「第一期 TA プロジェクト」の活動経緯

「第1期 TA プロジェクト」は、取引慣行の整備を軸に、サプライヤー各段階間における繊維産業界の「TAR 間の取引問題」、SCM 構築に必要とされる「情報の共有」、安心安全を第一とした「品質問題」等に係わる課題を検討し、具体的な解決策として「取引ガイドライン」(以下 ガイドラインとする)を策定した。参加企業はこのガイドラインを遵守し実践することに合意し、その実践内容等についてもホームページ等に公表することとした。

平成15年5月	第1回「経営トップ合同会議」において提起されたTA間の各段階における生地取引に関する課題について検討を進めた。
平成16年9月	生地の生産供給に関する「取引ガイドライン」を策定
平成17年10月	布帛製品・ニット製品・副資材の生産供給に関する「取引ガイドライン」を策定
平成18年10月	ユニフォーム製品の生産供給に関する「取引ガイドライン」の策定と「間接取引」及び「品質問題」に関する課題についての対応策を取決めた。
平成19年10月	取引対象商品別に策定した生産供給に関する「取引ガイドライン」の内容について再検証を行い、新たに「取引ガイドライン第二版」を策定。「経営トップ合同会議」参加企業は「取引ガイドライン」に基づく基本契約書の締結、および遵守を基本としたビジネスを進めることに合意した。

¹ TARは当協議会ではテキスタイルからアパレル流通に至る総称として用いている。TAは同様にテキスタイルからアパレルまでの各段階に至る総称として用いている。

(2)「第二期 TA プロジェクト」の活動経緯

「第 2 期 TA プロジェクト」の活動では「ガイドライン」の啓発・普及促進を最重要課題と位置付け、取り組みを進めてきた。その活動の成果として、多くの企業が CSR に対する意識の高まりもあり、「ガイドライン」に則った基本契約書の締結が積極的に進められた。TA プロジェクトでは、策定した「ガイドライン」を実践することにより取引における企業間での問題が生じて、概ね解決が図れるとの認識に至った。

その後、当協議会に課せられた役割であり残された課題である「生産・供給に関わる情報の共有化」（以下「情報の共有化」とする）に関する課題について、具体的な解決策の検討を開始した。

(3)「第 11 回経営トップ合同会議」で示された課題について

1)「ガイドライン」の普及・啓発活動の実施

「経営トップ合同会議」において、昨年実施した聴き取り調査の結果報告の中で、旧態依然とした「歩引き」の取引慣行が未だ存在している実態が報告された。この報告を受け、「経営トップ合同会議」では「歩引き」取引慣行の廃止と下請法を遵守することを全会一致で宣言した。

この宣言に基づき、平成 23 年度では引き続き「ガイドライン」の実践・進捗状況に関する調査を主目的に、個々の企業における「歩引き取引」に係わる実情についての聴き取り調査を行うこととした。

2)「ガイドライン」に基づく「情報の共有化」について

「ガイドライン」の策定に当たっては、取引のルールを取決めるだけでなく、繊維ファッション産業界の SCM を進めるための要素も取り入れたルール作りが必要であるという観点から検討を行ってきた。その検討の結果、①取引の条件について取決める「業務条件確認項目」、②「情報の共有化」について取決める「情報共有項目」、③個別契約書になり得る「発注に関わる項目」等を定め、これらの三点セットで取引を進めるよう取決めていく。

昨年の「経営トップ合同会議」では、将来の EDI 取引を前提に、仕入・納品伝票のフォーマット化について検討を行い、その結果「原材料・副資材伝票」（以下「原・副材料伝票」とする）と「製品における仕入・納品に関する伝票」（以下「製品伝票」とする）のフォーマットの統一について取決めた。

第 8 次 TA プロジェクトでは、統一されたフォーマットを多くの企業が使用することが重要であり、合わせて、SCM 構築に必要とされるサプライヤー各段階間での「情報の共有化」に向け、我が国繊維ファッション産業における EDI を活用した取引のメリット及び業務の効率化の可能性について、様々な観点から標準 EDI の活用の方向性及び有るべき姿についてとりまとめ提言書を作成する。

①検討すべき事項について

i. 現状の実態調査

経済産業省の支援と協力をいただき、欧州、米国、アジア地域などにおけるグローバル企業や各地業界団体の標準 EDI の活用状況についての調査を行う。また、我が国における標準化を目指した各種の EDI についての現状と普及しなかった問題点等について検証する。

ii.我が国のファッション産業における、標準 EDI の活用可能性に関する検討

現状の客観的な実態調査を踏まえた上で、我が国のファッション産業における標準 EDI の是非やあり方、現実の適用可能性について検討する。

3)「SCM 統一伝票」(以下「統一伝票」とする)実運用に向けての進め方について

①「統一伝票」の普及促進について

「経営トップ合同会議」の合意を得てから、製品及び原副材料の「統一伝票」の作成に取り掛かり11月中旬以降から実施する。

②「統一伝票」の販売について

「統一伝票」の販売については、「当協議会ホームページ」を活用し販売を行う。

(4)「取引ガイドライン」第二版の改訂について

「取引ガイドライン第二版」は第1次TAプロジェクトから第4次TAプロジェクトにおいて協議し取り決めた「ガイドライン」及び「間接取引における取り決め」「品質問題に関する取り決め」について編纂したものである。

その後、平成19年からスタートした第5次TAプロジェクトから今日までの第7次TAプロジェクトにおいて協議し取り決めた「OEM 取引に係る業務条件」、「TA プロジェクト間接取引モデル契約(例)」、及び「統一伝票」を「ガイドライン第二版」に新たに織り込む必要性もあり、見直しを含め改訂作業を進める。

Ⅱ.第8次TAプロジェクトの検討経緯及び成果報告について

1.「ガイドライン」の普及啓発活動状況について

(平成23年度聴き取り調査報告)

(1)調査概要

1)調査実施時期:平成23年5月～7月

2)調査目的:「ガイドライン」の実践・進捗状況の実態把握

- ・取引に係わる新たな課題の把握
- ・「統一伝票」の普及促進(TA情報化分科会報告参照)
- ・東日本大震災に伴うビジネスへの影響の実情把握
- ・その他

3)調査対象企業:経営トップ合同会議参加企業(62社)

(業種区分については主体事業形態で区分する)

業種	企業数
アパレル	10
商社	11
テキスタイルメーカー	10
副資材卸商	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)	14
流通	6

(2)調査総括

1)平成16年に「ガイドライン」を策定し7年が経過したが、「ガイドライン」の実践に向けての(基本契約書の締結等)取組み姿勢や意識等に関して温度差が生じてきている。原因は、大震災後の事業の停滞感等の影響や担当責任者の異動に伴う後任担当者への完全な引き継ぎの欠如が挙げられる。基本契約書の締結や取引条件の見直し等についても、自らが申し出ることせず、取引の相手先からの申し入れがあれば対応するといった受身的な企業も一部に見受けられる。

2)売り手側(受注者)は買い手側(発注者)に対し、基本契約書の締結や取引条件の見直し、改善等の申し入れを躊躇する中で、副資材メーカーの清原(株)は主要な売り先に対しても働き掛けを行い、基本契約書の締結を進めた。

3)売り先と対等な契約関係を図るために基本契約書の条文等について、問題があると思われる内容の調整を提起するが、先方からの応答がなく締結交渉が中断するケースがある。

4)ここ数年来、「CSR」や「コンプライアンス」の遵守を経営方針とする企業が多くなってきているが、残念ながら90日以上の手形の交付や発注書面に必須記載事項が未記載による不透明で曖昧な取引が依然として存在している。

5)サプライチェーンの各段階の多くの企業は下請法の適用の対象となる取引においては、「下請法」の遵守を取引の基本とし適正に実践している。

6)下請法の適用の対象とならない取引においては、買い手側(発注者)から提示された不公平と思われる取引条件(引き取り条件や支払条件等)においても、売り手側(受注者)は取引の維持、継続を図るために、不満足ながら応じているケースも見受けられる。²

7)昨年度の経営トップ合同会議において、「歩引き取引」の全廃を全会一致で決定した事を受け、「歩引き取引」を行っていた企業が「歩引き取引」の見直し、廃止に向けた取り組みを進めているところがある。その一方、多くの企業で「金利引き」と称する「歩引き取引」が依然として存在することが明らかになった。

8)「期日指定現金払い」を決済条件とする取引の中には、その期日指定が120日を超える条件も有り、その期間、売り手側は一切の担保もなしに取引することを余儀なくされており、信用不安に繋がることを危惧している。

9)ユニフォームの企画提案コンペ形式のビジネスで提案したデザインの意匠権、デザイン料、サンプル処理等において、納入業者に曖昧で不都合な処理を強いられるケースが存在する。

10)「統一伝票」の実践状況については、アパレルでは㈱オンワード樫山、オンワード商事㈱、副資材メーカーでは島田商事㈱が経営トップの強力なリーダーシップの下、全面的に導入し展開している。また、㈱三陽商会は4月から副資材関係の取引で実施している。

テキスタイル関連では中伝毛織㈱は自社伝票から「統一伝票」の切り替えを推進中である。また、一村産業㈱が主要な取引先に対して「統一伝票」の導入を要請した書状を出状する等、導入に向け積極的に取り組んでいる。ただ全般的には業界全体への普及は個々の企業の事情もあり、計画通りには進展していない。

11)東日本大震災の被害及び影響については、繊維産業では軽微であったと言われているが、経営に伴う影響については、被災しダメージを受けている企業(工場)もある。特に中小企業の場合、震災による被害、影響を公にすることで、信用不安等を招く恐れもあるため、正直に外部に言えない事情もある。また、染色加工業は染色時に使用する溶剤等を仕入れていた化学メーカーが被災し、商品に品薄感が出てきており、今後の加工単価に影響を及ぼさないか懸念している。

(3)「歩引き取引」が存在する背景について

今回の調査では歩引き取引が依然として行われている背景として、以下の事が明確になった。

² 買い手側は別途覚書等を取り交わし、取引先とは合意した上で取引を行っているので、法規制等には抵触しないとする考え方が底辺にある。

- 1) 代金の支払いに関し、手形から現金に支払いを変更する場合に、手形割引料相当分を減額して支払う、「金利引き」といわれる商行為が行われている。
- 2) 「金利引き」の中には、手形期日を短縮して支払いをする際に、一定率を代金から差し引く場合や手形支払いにも関わらず、「金利引き」と称して代金を差し引くケースも存在する。
- 3) 小売業者の中には売買基本契約書に取引条件として売上金額の一定率を減額する条文が明記されており、従わなければ取引が出来ない。
- 4) 下請法の適用の対象となる取引においては「歩引き取引」は法規制に抵触する可能性が高いこともあり、ほとんどの企業は「歩引き取引」を全廃しているが、下請法の適用の対象とならない取引においては法規制に抵触しないとの判断や企業によっては直ぐに廃止することが経営的に大きな影響があり、「歩引き取引」を撤廃することに抵抗感を持っている。

(4)「歩引き取引」に係わる法規制について

1)「下請法」の規制について

①下請事業者には責任がないのに、発注時に定められた金額（発注時に直ちに交付しなければならない書面に記載された額）から一定額を減じて支払うことを全面的に禁止しており、値引き、協賛金、歩引き等の減額の名目、方法、金額の多少を問わず、また下請事業者との合意があっても、下請法違反となることが定められている。「下請法第4条第1項第3号」

また、その付帯的な違反行為として、以下の事例がある。

- i. 手形払いを下請事業者の希望により一時的に現金払いにした場合に、その事務手数料として、下請代金の額から自社の短期調達金利相当額を超えて減額した場合。
- ii. 下請事業者と合意することなく、下請代金を銀行口座に振り込む際の手数料を下請事業者に負担させ、下請代金の額から差し引いた場合³。
- iii. 下請法の第3条では親事業者が発注書面を交付することが義務付けられている。発注書面に記載する事項についても法令で具体的に定められており、下請代金に係わる事項としては次の通りである。

■下請代金の額

■下請代金の支払期日

■手形を交付する場合には、その手形金額と手形の満期

また、支払期日に関しても、親事業者は発注した物品等を受領した日から起算して60日以内のできる限り短い期間内で、下請代金の支払期日を定めなければならないとある。

2)「独占禁止法」の規制について

下請法の適用の対象とならない取引において行われる、「歩引き取引」については、独占禁止法の「優越的地位の濫用行為」に抵触した場合には規制される。「独占禁止法第19条（一般

³ 注) 下請事業者との合意がなければ、下請代金から銀行振込手数料を差し引くことは違反行為である。また差し引くことができる金額は、親事業者が負担した実費の範囲内と定められている。

指定第14項)」

ただし、抵触するか、否かは取引者間双方が「歩引き取引」を事前に納得する形で合意されたのが論点となり、力関係、常識的商慣行、立場などから不利益(影響)を受けるか否かが判断材料となる。

しかしながら、通常の取引においては買い手側(発注者)が優位な立場にあることは一般的であり、売り手側(受注者)は取引の維持、継続を図るために、買い手側から、たとえ不公平と思われる取引条件を提示されたとしても従わざるを得ないのが実情である。

(5)「歩引き取引(金利引き)」に対する考え方について

繊維産業は国内市場が縮小化する中、企業にとっては事業の維持、拡大を図るためには国際化、グローバル化への対応、展開は不可欠な課題となってきた。

その環境下、グローバル化を進める上においては、国際的に適用するビジネスルール(国際標準化)に基づいた業務運営、管理が重要であり、平成18年6月にはその一環として、上場企業及びその連結子会社を対象とする金融商品取引法が成立し、新たな内部統制のルールとして、4つの目的を有する4「J-SOX法」が実施されることになった。

また、経営トップ合同会議で合意した「ガイドライン」の基本的な考え方は、既存の取引慣行下における課題を解消し、「取引における公平性・平等性の担保」及び「繊維産業全体の成長に向けたサプライチェーン全体の最適化を目指す緊密なコラボレーション(協働活動)の実現」を目的としている。

このような経緯も踏まえ、「金利引き」を含む全ての「歩引き取引」は以下の理由により、不透明で不適正な取引形態であると思われる。

- 1) 代金の減額を誘発する要因になりかねない
- 2) 不透明で不自然な価格の操作ととられかねない行為により価格の信頼性を損ねる恐れがある
- 3) 経理的にも過剰な処理業務を強いる等、業務の効率性の低下を招く

同時に上記の事象は総じて下請事業者を含む受注者に対し、過度な負担を強い、公平で公正な取引を阻害していると言える。

「歩引き取引」については昨年開催した「第11回経営トップ合同会議」において全廃することを全会一致で取決めしたが、今回、改めて「歩引き取引」全廃の実行を要望するものである。

(6)今後に残された課題について

現行の「下請法」が適用される取引の対象範囲の定義⁵「取引当事者の資本金、取引の内容」は反面、「下請法」が適用されない取引においては、下請法では違反となる行為が生じて、法

⁴ ①業務の有効性と効率性の構築、②財務報告の信頼性、③法令等の遵守、④資産の保全

⁵ ①物品の製造委託・修理委託及び情報成果物作成委託・役務提供委託(プログラム作成、運送、物品の倉庫における保管及び情報処理に係わるもの)

◇親事業者が資本金3億円超→下請事業者は資本金3億円以下

◇親事業者が資本金1千万円超3億円以下→下請事業者は資本金1千万円以下

②情報成果物作成委託・役務提供委託(プログラム作成、運送、物品の倉庫における保管及び情報処理に係わるものを除く)

◇親事業者が資本金5千万円超→下請事業者は資本金5千万円以下

◇親事業者が資本金1千万円超5千万円以下→下請事業者は資本金1千万円以下

規制の対象外の取引であるので問題とはならないとする土壌を生み出している。

現行の「下請法」は親事業者から下請事業者へと発注されている様々な委託業務を対象とした下請取引における「取引の公正化」及び下請事業者の「利益の保護」を目的したものである。

今日の繊維産業を取り巻く環境は、各段階のサプライヤーの役割、機能の多面化や国内外等に亘るビジネスの多様化等により大きく変化してきている。

この環境に鑑みサプライチェーン全体の最適化を目指し全ての取引に係わる公平・公正化及びサプライヤーの利益保護を図るためには、現行の「下請法」が適用される対象範囲の見直し、中でも取引内容に関連した製造委託取引でない一般商品の売買取引で行われている「歩引き取引」等についての規制を含む見直しが必要ではないかと考える。

(7) 調査結果

＊別冊に調査した企業の調査結果を前年度と対比して報告。

2.TA 情報化分科会の活動報告について

(1)「統一伝票」の実施状況と問題点について

1) 昨年までの経緯について

「ガイドライン」は取引のルールだけでなく SCM 構築を推進するために、必要最低限の情報共有項目や発注書に記載すべき項目等について取決めている。

優先課題であった取引環境が概ね整備されてきたことから、「情報の共有化」の第一ステップとして、将来の EDI 取引を前提とした TA 間の「仕入・納品伝票」のフォーマットの統一について検討を重ねてきた。その結果、下記の事項が明らかになったのである。

- ① TA 間には多種多様な「仕入・納品伝票」が存在し、不統一な TA 間の「仕入・納品伝票」は業務効率を阻害している。
- ② 情報システム基盤の企業間格差が大きく、業界全体としては、未だに伝票（紙ベースの伝票をいう）を中心とした取引が主流である。
- ③ 中小のサプライヤーの企業間における早期なシステム化は難しく、伝票中心の業務運営は、しばらくは続くと考えられる。

この背景を踏まえ、「仕入・納品」に関する各段階・業種各社の使用している専用伝票等の共通する項目の整理・使用目的等を検討し、昨年、TA 間の「仕入・納品伝票」のフォーマットを取決めると同時に「統一伝票」も合わせて策定した。参加企業や業界団体には、その「統一伝票」の活用に向けての普及促進を行った。

2) 「統一伝票」各社の導入検討の中で明らかになった事項

- ① アパレル各社の情報基盤は、自社内の効率向上を最優先として構築されており、汎用性は限られている。また、その企業単独・内部型システムによる各企業の効率化は、限界に達しつつある。
- ② EDI の業界標準がないため企業間のシステム連携は、買い手企業からの要請で行われる 1 対 1 の対応となり、サプライヤー企業は買い手企業ごとのシステムへの対応が必要となっている。（システムの専用伝票化）
- ③ 業務効率を向上させるはずの EDI が、取引企業間でのシステムの違いにより、サプライヤーの業務量をかえって増加させ、業務効率の低下を招いているケースが多い。（多端末化、多画面化、データ変換の複雑化）

3) 「統一伝票」の現状と問題点について

① 伝票の使用実績（販売実績）：平成 22 年 11 月から平成 23 年 10 月末現在）

i. 使用社数： 22 社⁶

ii. 使用枚数： 122 万枚

（原材料・副資材伝票 15 社 101 万枚、製品伝票 14 社 21 万枚）

⁶ (株)オンワード樫山、オンワード商事㈱の仕入先は、直接、当協議会を通じて購入する場合と、両社から購入する場合があります、(株)オンワード樫山から購入している企業は製品仕入(委託加工含む):591社、原・副材料:274社、オンワード商事㈱からは製品仕入(委託加工含む):280社、原・副材料:70社となっている。

②「統一伝票」原・副資材伝票の現状について

i. 商社・副資材・テキスタイル業の現状

- 「原・副材料伝票」の使用頻度が高い副資材大手3社では、自社仕様伝票が6割から7割を占め、アパレル各社専用伝票は3割から4割の構成になっている。
- 業界標準化のためには、副資材・生地卸大手の自社仕様伝票の「統一伝票」化が不可欠であるが、各社は自社伝票のフォーマットを「統一伝票」にするだけでは、システムやオペレーションの変更費用が発生するだけで、自社の効率改善には繋がらないと考えている。現状では変更による費用対効果は低いと考えており、多くのアパレル各社が専用伝票から「統一伝票」に切り替えることで、業務効率の向上に繋がることが必要として状況を見ている。
- 島田商事(株)は社内的な障害を乗り越え、業界標準化を進めるために従来の自社伝票から「統一伝票」に切り替えを行なった。
- 中伝毛織(株)は自社伝票から「統一伝票」の切り替えを推進中。

ii. アパレル各社の現状

- (株)オンワード樫山、オンワード商事(株)、(株)三陽商会は、自社専用伝票から「統一伝票」に変更した。(株)三陽商会は副資材4社分から)
- 他社は、システム見直しの中で検討するところがあるものの進んでいない。

③「統一伝票」製品伝票の現状について

i. アパレル各社の現状

- (株)オンワード、オンワード商事(株)は、全面的に「統一伝票」を採用。
- 大手アパレル各社は、システム化が進んでおり、各社の専用納品伝票情報は各社の経理や各店への色・柄・サイズ納品情報に繋がるなど各社各様の情報項目や連携がある。そのため、「統一伝票」化のためには、必要情報を別帳票化する等、各社のシステム変更が必要となり、「統一伝票」化はなかなか進んでいない。

ii. 商社・副資材・テキスタイル業の現状

- ほとんどがアパレルの専用伝票で運用されており、自社仕様伝票は少ない。

④「統一伝票」の問題点について

「原・副材料伝票」について、副資材・生地卸大手各社は、(株)オンワード樫山・オンワード商事(株)とは「統一伝票」を使用しており、システムの打出し変更対応は終了している。そのシステムを準用し、副資材・生地卸大手各社が自社仕様伝票の「統一伝票」化に踏み切れば、業界標準化が大きく推進されるものと考えられる。各社の業界標準化に向けた英断が望まれる。

また、アパレル各社にとっても、「原・副材料伝票」の「統一伝票」化は、各社各様の社内システムが納品から売場まで複雑に連携している「製品伝票」に比べ、変更への障害は小さく、アパレル各社の「実施する」という決断が重要になってきたところである。

「製品伝票」については上記の通り(株)オンワード樫山、オンワード商事(株)以外は実施されていない。各社とも大きなシステム変更を伴うが、各社のシステム投資のタイミングで考慮されることが望まれる。

(2) 生産供給に関わる「情報の共有化」についての検討経緯と今後の方向性について

1) 「情報の共有化」についての経緯について

第1次から第7次に至るTAプロジェクトにおいては、TA間に存在していた様々な課題の解決策について検討してきたが、「情報の共有化」については残された課題であった。

これを踏まえ、平成21年度から将来のEDI取引を前提としたTA間の「仕入・納品伝票」のフォーマット統一化の議論を進め、昨年フォーマットの統一についての取決めを策定した。また、「統一伝票」も合わせて策定しその運用を開始した。

一方、「TA情報化分科会」では、昨年7月に「情報の共有化」に関する「勉強会」を開催し、国内と海外における「情報の共有化」に関する概況について認識を共有し、引き続き検討を重ねてきたのである。

2) 検討する背景について

日本の繊維ファッション産業は、中国を中心としたアジア圏に安価で安全なモノ造りを目指して生産基地を求めてきたが、アジア各国の予想を超えるGDPの伸びや積極的な個人消費力から販売拠点としての戦略に変わりつつある。

各企業とも製品の調達については、自社の企画に合うもの、安価で安全、品質の担保等の要件がクリアできれば、日本の産地も含め世界各国も調達先として展開することは明白であり、日本の国内での取引だけでなくアジアを中心とした海外企業との取引が各企業の命題となってきている。

このようなことから、「情報の共有化」の検討については、TAプロジェクトで検討を重ねてきた経緯から、「情報の共有化」について、国内外の中で使用可能な情報基盤にはどのようなものが存在するのか、存在する情報基盤では、世界の繊維産業に関わるどのような企業が使用しているのか等について調査することが重要である。

3) 今迄の検討経緯について

① 「TA情報化分科会」の検討経緯

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

第1回情報化分科会:平成23年5月19日(木)14時～16時(907会議室)

1. 「海外市場におけるITを活用した繊維産業高度化に向けた取り組みについて」

- ① これまでのTAプロジェクトにおける議論
- ② 日本の繊維産業が直面する6つの脅威
- ③ 国際市場への事業拡大に向けた国際対応の必要性
- ④ 日本における国際標準活用に向けた支援体制の課題

第2回情報化分科会:平成23年6月21日(水)15時～17時(905会議室)

1. 「海外市場におけるITを活用した繊維産業高度化に向けた取り組みについて」

- ① これまでの繊維産業のIT化への取り組み
- ② 日本の繊維産業を取り巻く環境

<ul style="list-style-type: none"> ③ 国際市場への事業拡大に向けた国際対応の必要性 ④ 日本における国際標準活用に向けた支援体制の課題 ⑤ 本年度の調査・検討について
<p>第3回情報化分科会:平成23年8月30日(火)14時～16時(905会議室)</p>
<p>1. TAプロジェクトにおける情報化の取り組みに経緯について</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 昨年度までの経緯 ② 今年度の活動経緯 <p>2. 我が国繊維ファッション産業の海外展開時における制約・課題について グローバル企業と日本企業の考え方の差、海外展開時の事例紹介</p> <p>3. 各社が抱える「情報システム」の課題について</p>
<p>第4回情報化分科会:平成23年9月28日(水)14時～16時(907会議室)</p>
<p>1. 経済産業省が実施する「情報化事業に関する調査」について</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 繊維産業に携わる企業のグローバル市場でのビジネスの基本ルール(国際標準・海外ビジネスルール)といった海外の状況を正確に把握・周知し企業の活動を促進するための調査 <p>2. 「本年度調査事業」に対する要望について</p> <p>3. 今後の進め方について</p>

4) 国内外における情報化の現状について

- ① わが国繊維産業の情報化は、小売—アパレル企業間の受発注EDI等において部分的に進んできた。中小企業においてもパソコン・インターネットの普及もあり、企業内の情報化はかなりの進展が見られるが、当該企業間では、まだFAX・電話、メールでのやり取りが多い。
- ② 中国を含む海外の繊維産業における情報化は、小売—アパレル企業間に限らず、取引する企業間での受発注EDIは、決済領域などを含む一連の流れへと拡大してきている。

5) 国内外における情報化の取組みの検証について

① 国内

- i. 繊維産業界は過去にも産業構造の改革、情報化に取り組んできたが、当時の情報化の対象領域が主に小売とアパレル間の国内取引における、発注書の電子化を対象としており、グローバル化や業際は想定されていない。
- ii. 各企業の情報基盤は、自社内の効率向上を最優先し構築されている。企業間の連携は1対1の対応で、汎用性も限られており、サプライヤー企業にとっては幾つものシステム対応が必要となってきた。
- iii. グローバル経済下の中では海外企業との取引を行う場合には、「グローバル標準」への対応が必要となる。今までは、グローバル経済に対応したEDIの標準化についてその検証や検討が十分になされていなかった。

②海 外

- i. グローバル標準への対応と言う面では、欧米主導で国際的な標準化検討機関でその連携は既に行われており、米国では VICS⁷、欧州では ECR Europe⁸が新ビジネスモデルの提案も含め発信し、国際標準化機関 (GSI)⁹と連携することにより、UN/CEFACT¹⁰ (貿易簡易化と電子ビジネスのための国連センター) が対応し成果となっている。また、国際 EDI 標準の EDIFACT¹¹は、その成果の一つとして普及していると言われている。
- ii. アジア圏においては、世界の生産基地 (世界の工場) となるべく、既にグローバル標準に準拠したビジネス環境の整備が推し進められている。特に中国では繊維産業を重点産業に位置付け、今後の安定成長と技術の高度化を進める上で CPFR¹² (Collaborative Planning Forecasting Replenishment) の普及と VICS アジアパシフィック北京を設立した。ガイドラインの普及 (既に中国語化)、CPFR の資格認定など自国内でも活用でき、世界ともビジネスができる環境を整えようとしているところである。中国では情報基盤に関してはゼロからのスタートであり、言い換えればグローバル標準が一番理にかなっているので、取り入れ易かったと考えられる。
- iii. 最近では、中国は ISO/TC133 (国際標準化機構:技術委員会) の開催を働きかけ「衣料サイズの国際規格」を検討する 4 つの WG 等に参画している。これは、欧州・中国の規格を ISO に取り入れる方向で検討を進める可能性もあり、JIS のサイズ表示法と異なる ISO 規格が制定された場合には影響が出てくる可能性もある。

⁷ **VICS** (Voluntary Interindustry Commerce Solutions) の略。米国の業界団体であり、小売業、流通業、製造業が自主的 (Voluntary) に参加している。各種標準化に関する検討・普及活動を行う団体。具体的な活動内容は、①標準化機構に対する変更要求 (SSCC)、EDI メッセージ (VICS-EDI) 他 ②決まった標準の普及 (SCM 大会他) ③標準の前提となる業務プロセスの開発 (CPFR 他) ④検討事項に対するパイロットの実施 & 成果公表等である。

⁸ **ECR** (efficient consumer response) 米国の食品・雑貨業界に始まる業界改革の取り組みで、製造・卸売・小売が連携して効率的な流通機構を構築し、消費者に対してニーズに合った品ぞろえと迅速な商品補充、および流通コスト削減を通じた適正価格での商品提供が行える体制確立を目指す業界横断型の経営戦略をいう。その後、ECR の概念と手法は世界に広がり、各国・各地域に ECR アメリカや ECR ヨーロッパなどの ECR 推進機関が設立され、活動を行っている。

⁹ **GSI** (Global Standard One) は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。GSI 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。GSI の主な活動は GSI System での開発であり、GSI System はサプライチェーンマネジメントを改善するべく一連の規格を設計している。GSI は加入組織が使う国コードを保守しており、それに従って GSI 企業コードを割り当て、各企業が GSI 識別子を作成できるようにしている。

¹⁰ **UN/CEFACT** (United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business、貿易簡易化と電子ビジネスのための国連センター) は、国際連合の下位機関であり、商取引や貿易の促進を目的として世界規模で活動している。国連欧州経済委員会 (UNECE) によってホストされている。勧告文書を作成する手続き (Open Development Process) を持っており、これに則って技術仕様の開発が行われている。国際標準化機構 (ISO) 等の標準化団体との間で覚書を取り交わしており、作成した標準は互いの機関で尊重し合うことになっている。UN/CEFACT の活動の成果としては、電子データ交換 (EDI) 標準の UN/EDIFACT や、ebXML (OASIS と共同) UN/CEFACT Modelling Methodology などが知られている。

¹¹ **EDIFACT** (Electronic Data Interchange for Administration, Commerce and Transport: 行政、商業及び運輸のための電子データ交換) は、行政、商業及び輸送分野の関係者間における商取引に伴う情報 (積荷目録情報、インボイス情報、輸出入申告情報等) の交換のために、米国及び欧州で別々に開発されてきた EDI 標準を統合したものであり、国際標準化機構 (ISO) の承認を得て、国際間で EDI を行う際の標準規約として、国連欧州経済委員会 (UN/ECE) により勧告されたものである。EDIFACT では、積荷目録、インボイス、輸出入申告等の具体的な書式を「標準メッセージ」と呼んでおり、税関に関連するメッセージの作成、開発については、UN/ECE の委託を受け、専門知識を有する WCO (関税協力理事会) において進められている。

¹² **CPFR** (Collaborative Planning Forecasting and Replenishment) はメーカーと小売 (卸) が協力して、商品における計画立案から販売予測、商品補充までを行うことで、欠品や過剰在庫を削減する取り組みのこと。米国の標準化機構 VICS によると、CPFR は「インターネット技術と EDI 技術を活用し、サプライチェーン間のコストを劇的に削減し、かつ消費者へのサービスレベルを大幅に向上させることを目的としたビジネスモデル」。

6) 業界標準EDIの方向性について

標準EDIと呼ばれるものは業界や国・地域等に数多く存在している。また、EDIの構成要素は、技術革新がめざましく日々進化している。そのためグローバル経済に対応するEDIは「汎用性」「普遍性」そのための「拡張性・可変性」が必要で、常に見直しを行うことが重要となる。繊維業界としての業界標準EDIは、下記の点を備えるべきであると考え。

① 国際性

産業の競争力の向上に資するために、国内のみならず、海外取引で使用できる国際標準EDIに準拠していること。

② 健全性

中小企業に不当な負担を強いることなく、かつ中小企業の経営に役立つEDIであること。¹³

③ 業際性

繊維・雑貨・インテリア等、業界を超えたビジネスが一般化しており、業界を超えた企業間情報共有において、業界EDI間で相互運用性があること。また異なる業界に属する取引先との情報交換において、業界ごとの異なる対応が最小限となるEDIであること。

7) 今後の検討事項について

業界標準を個別業界や国ごとに独自に作る時代ではなく、『国際標準を使いこなす』方向を目指すべきであろうと考える。そのため、国際標準EDIが前提としているビジネス・フローへの業界としての変更も不可避となる場合もあり、国際標準EDIが使いこなせるかの検討も必要となる。¹⁴

① 国際標準の整理と運用可能性の検討

国際標準と想定するシステムの構成要素やビジネス・フローの検討。繊維業界として、使うことは可能か。乗り越えるべき課題は何か。

¹³ ①平成20年12月に改訂された「素形材産業取引ガイドライン」では、中小企業と取引のある大企業は、業界標準に準拠したEDIでの取引が求められ、たとえ業界標準のEDIメッセージに準拠していても、取引先に固有のシステム導入や人手による作業負担を強制する仕組みの要求は「自己の指定する物や役務を強制して利用させる行為に該当するおそれがある」とされている。②中小サプライヤーが必要な情報は極端に言えば「数量」「納期」「価格」だけであり、大手企業が必要とする情報項目数との差は大きい。一方、システム標準化の検討は、大手企業中心になされるため、中小サプライヤーには unnecessaryな項目も多く、負担が大きくなっている。

¹⁴ 日本固有・業界固有のビジネス・フローのままシステム構成要素の一部だけを国際標準対応しても、経済のグローバル化には対応できず、使いにくさだけが残る可能性が大きい。

②標準といわれるものの整理(例)

EDI構成要素 & 適用範囲		国際標準			日本標準			
		EDIFACT	ANSIX12 ¹⁵	他の候補	CII標準 ¹⁶	JCA手順 ¹⁷	流通BMS	他の候補
ビジネス・フロー								
メッセージ								
情報項目								
データ型								
シンタックスルール (構文規則)								
参照コード								
運用手順 (情報交換の順序、タイミング)								
電文搬送 (通信手段)								
適用範囲	製品							
	業界							
	企業							
	国							
	地域							

- ③国際標準と想定するシステム構成要素やシステム規格に各社が合わせていく手法の検討
 (例) 中小企業は簡易版対応、大企業は各社のシステムを活かした上で翻訳方式での対応
 ⇒ 繊維業界として採用する標準化 EDI 構成要素の国際標準の決定
- ④標準化システムの維持・管理体制、各国際機関とのコミュニケーション体制の検討。

¹⁵ ANSI X12 は米国規格協会が定めた米国における EDI の国内標準規約で、16 ページ注釈7にある VICS-EDI は、同規約の一部である。また、同規約は、EDIFACT と互換性を有している。

¹⁶ 旧日本情報処理開発協会の産業情報化推進センター(CII) (現在は電子商取引推進センター) が 1992 年に開発した。電子部品業界や鉄鋼業界、繊維業界の一部、自動車業界、などの製造業を中心に CII 標準を採用し、実際に運用している。

¹⁷ 1980 年 7 月に日本チェーンストア協会(JCA) がまとめた取引先データ交換標準通信制御手順。JCA 手順はスーパーマーケットとその取引先である卸売業者、問屋、製造業者との受注、発注業務を合理化し、受発注データをオンライン伝送するための統一手順として制定された。通産省が JCA 手順を J 手順という名称で流通業界全体の標準手順としたことがきっかけで、産業界全体に広く波及した。1991 年 6 月、JCA は ISDN 等に対応した JCA-H 手順(H 手順)を制定した。

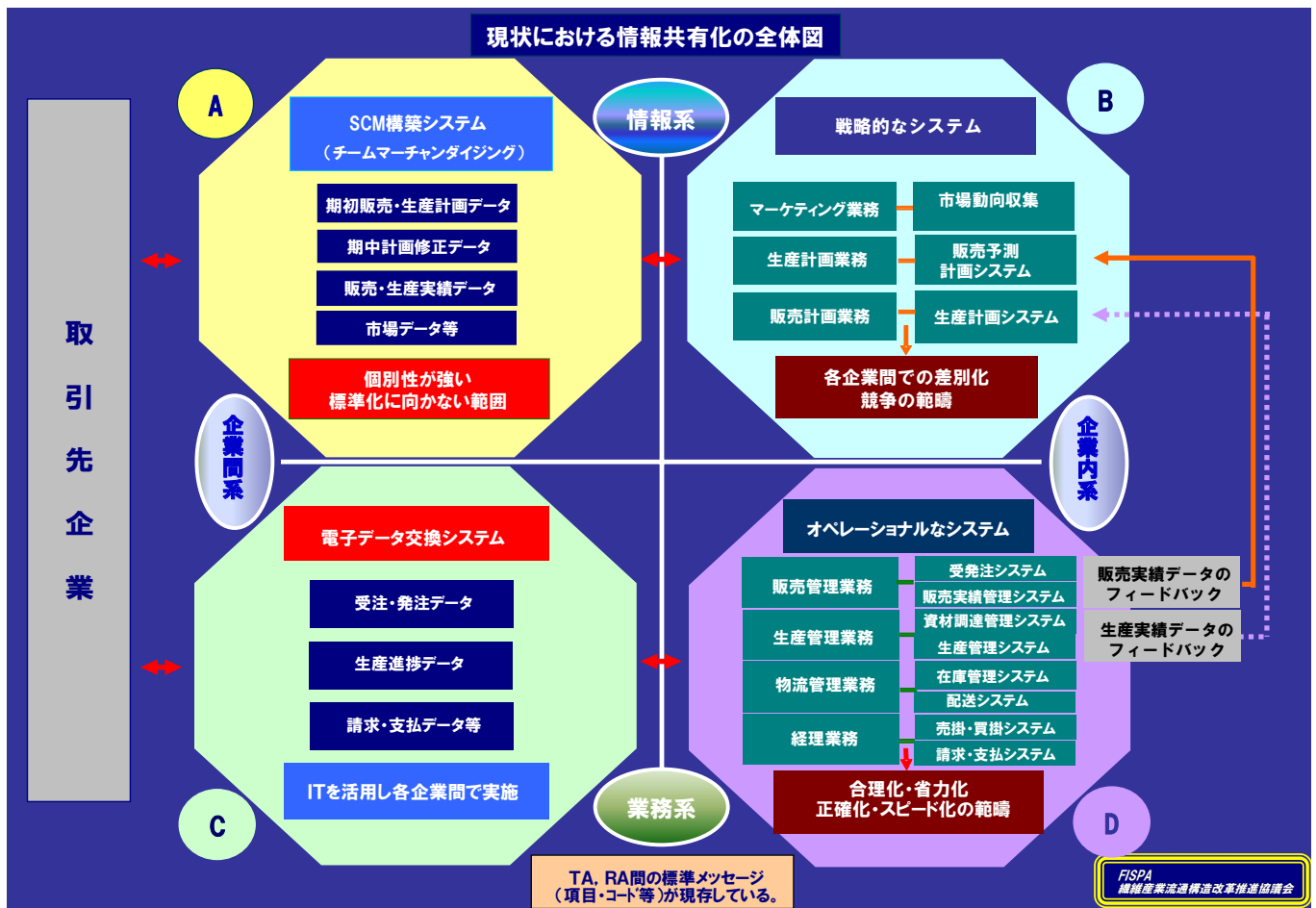
【参 考】

分科会では幾つかの例も参考としたが、次の図を参照して頂きたい。

図① 現状における繊維ファッション産業界の情報共有化の全体図

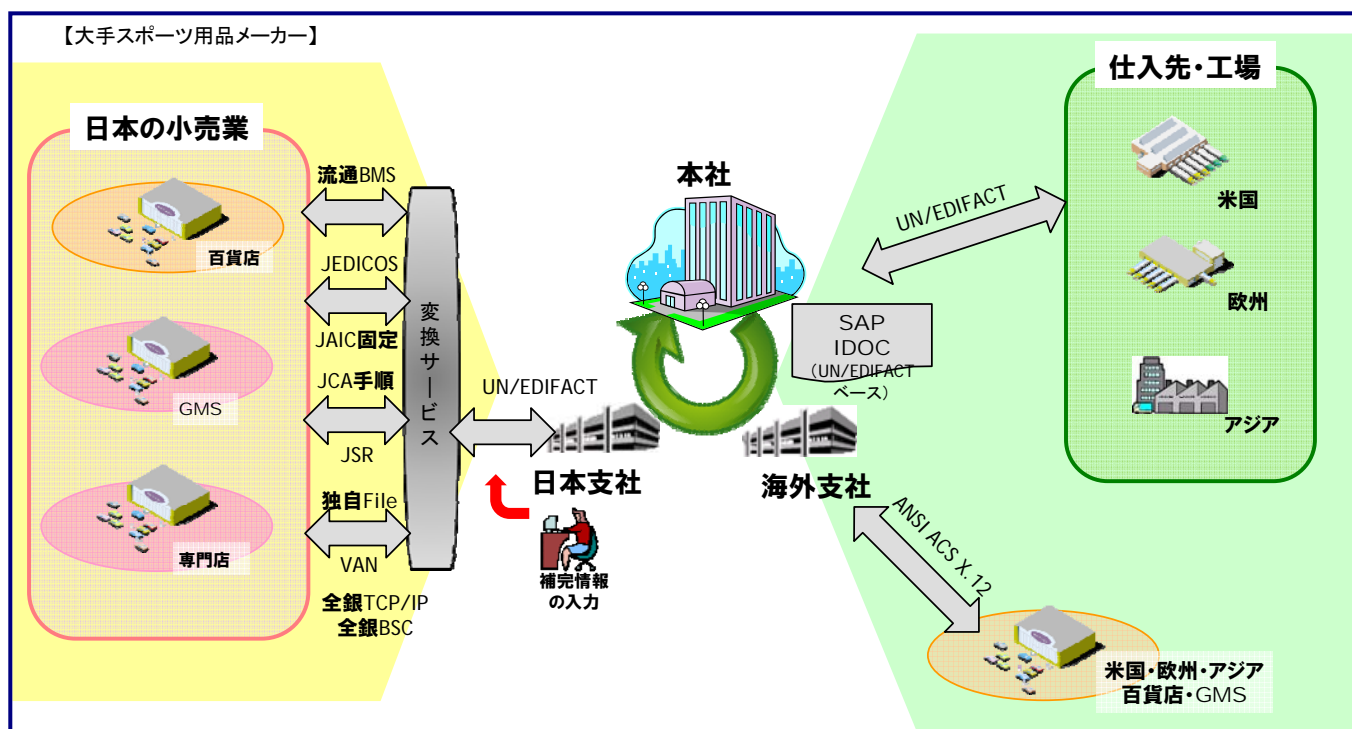
当協議会が TA プロジェクトで検討し作成した繊維ファッション産業界における情報共有化の全体図である。

TAプロジェクトでは、Cゾーンが非競争範囲であり共有化を図ることが可能などとしている。AゾーンとBゾーンは競争領域であり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ている。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、企業間での取組みによって共有化が進む可能性があるとしている。



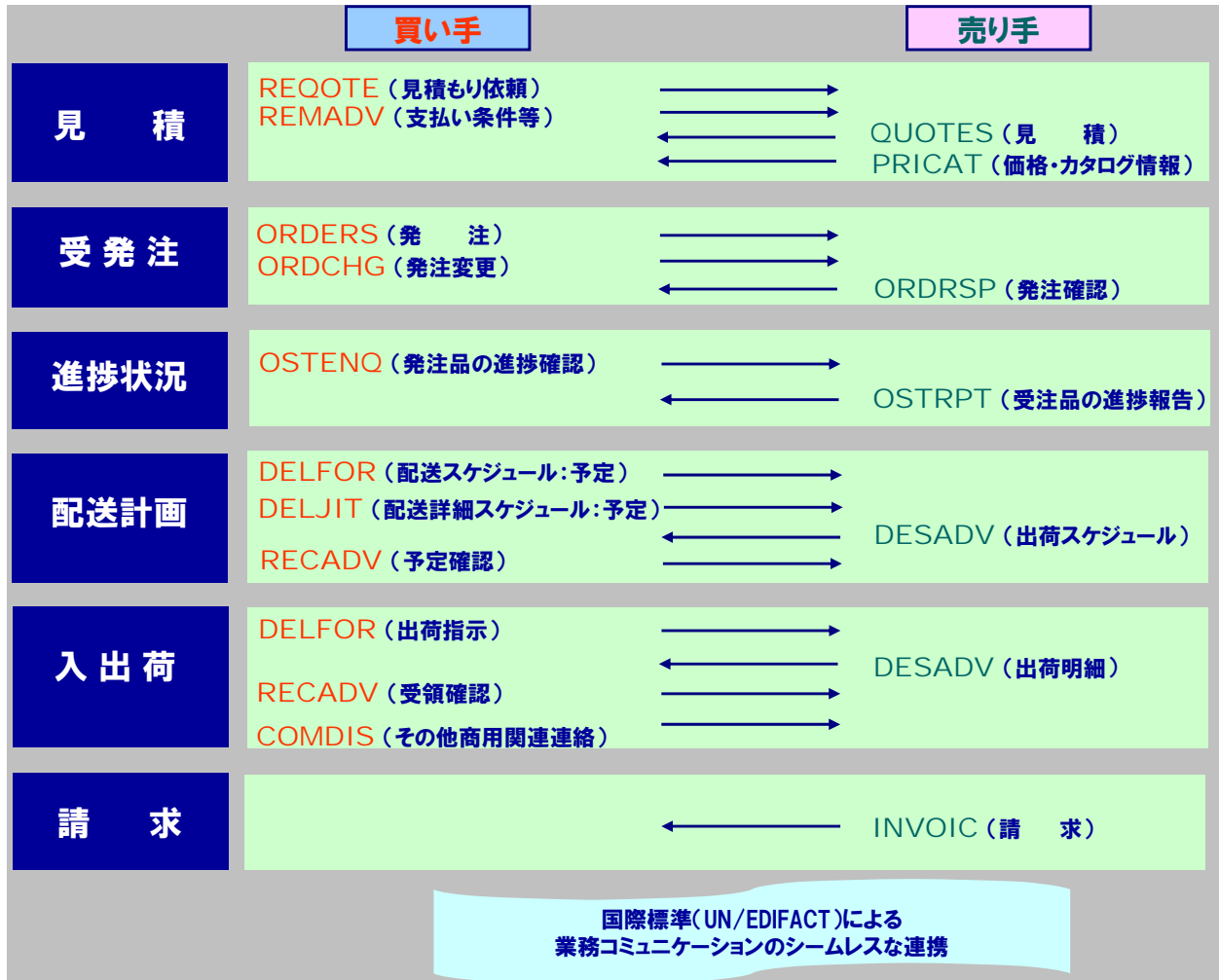
図② 海外グローバル企業における国際標準の活用と“日本標準”への対応(例)

この図はある大手スポーツ用品企業の例で海外とは国際標準を活用し、国内とは同社で保管入力して幾つかの日本標準につないでいる。進んでいる企業でも、国内へつなぐ時には手間がかかるのが現状である。



図③ 国際標準(UN/EDIFACT)によるシームレスな情報連携(例)

UN/EDIFACT の業務フローの例で、買い手の見積依頼から始まる売り手との一連のメッセージのやりとりは、ビジネスの流れとしてごく普通のものである。TA プロジェクトの取引ガイドラインで決めているものはこの EDIFACT とほぼ同じ流れである。



Ⅲ.今後の進め方について

(1)「取引ガイドライン」の普及啓発活動の実施

1)「取引ガイドライン」聴き取り調査の実施

これまで経営トップ合同会議の参加企業は「ガイドライン」を遵守し合意事項について実践してきた結果、繊維ファッション産業界の取引正常化に少なからず影響を与え、契約に対する概念が当たり前の状況を醸成してきた。この取り組みは地道な活動を継続することが問題解決の道でもあり、引き続き「聴き取り調査」を実施する必要がある。

2)「金利引き」の全廃に向けた活動の実施

昨年は「歩引き」取引の全廃を宣言したが、今回の「経営トップ合同会議」で下請法の範囲外では「金利引き」といわれる「歩引き」取引が行われている実情を報告した。前述のように「取引ガイドライン」の基本的な考え方は、既存の取引慣行化における課題を解消し、「取引における公平性・平等性の担保」および「繊維産業全体の成長に向けたサプライチェーン全体の最適化を目指す緊密なコラボレーション（協働活動）の実現」を目的としている。そのようなことから、「経営トップ合同会議」参加企業が会議の趣旨に基づき自ら率先して行動することが重要と考える。

3)「下請法」の見直しについての提言

「歩引き」が起きている背景でも述べたように、「下請法」が適用されない取引においては、下請法では違反となる行為が存在したとしても、法規制の対象外の取引であるので問題とはならないとする土壌を生み出している。

また、前述のように、現行の「下請法」は親事業者から下請事業者へと発注されている様々な委託業務を対象とした下請取引における、取引の公正化及び下請事業者の利益の保護を目的としたものであるが、今日の繊維産業を取り巻く環境は各段階のサプライヤーの役割、機能の多面化や国内外等に渡るビジネスの多様化等により、置かれている環境が大きく変化している。

この環境に鑑み、サプライチェーン全体の最適化を目標とし、全ての取引に係わる公平・公正化及びサプライヤーの利益保護を図るためには、現行の「下請法」が適用される対象範囲の見直し、中でも取引内容に関連した製造委託取引でない一般商品の売買取引で行われている「歩引き取引」等について、規制を含む見直しが必要ではないかと思うところである。

(2)「情報化の共有化」の取組みについて

現在の日本の繊維産業を取り巻く環境を考えると、今までのような国内の企業間でのビジネスを視点にした情報共有化の基盤整備への取組みを見直し、グローバル市場でのビジネス展開を前提に置き、海外企業との情報の共有化が図れる事も視野に入れた取組みが必要である。

「ガイドライン」では、取引に関するルールだけでなく、SCM 構築に必要とされる生産供給に関する情報共有項目や発注に関わる最低限必要とされる項目等が定められている。

「TA 情報化分科会」では生産供給に関わる「情報の共有化」を基軸に、国内取引、海外取引の形態を再度確認した上で、国内外で使用可能な情報基盤にはどのようなツールが存在するのか、同時に存在する情報基盤を繊維産業に係わる海外の企業はどのように取り入れてビジネスを展

開しているのか等について調査し把握する必要がある。

また、前述のように、業界標準を個別業界や国ごとに独自に作る時代ではなく『国際標準を使いこなす』方向も視野に入れる必要がある。そのため、国際標準 EDI が前提としているビジネス・フローへの業界としての変更も不可避となる場合もあり、国際標準 EDI が使いこなせるかの検討も必要となる。

上記に関する調査結果に基づき、情報化における基盤構築についての今後の方向性、あるべき姿を協議し本会議に答申したいと考えているところである。