

# 繊維産業の現状と課題

平成29年12月12日

経済産業省製造産業局生活製品課

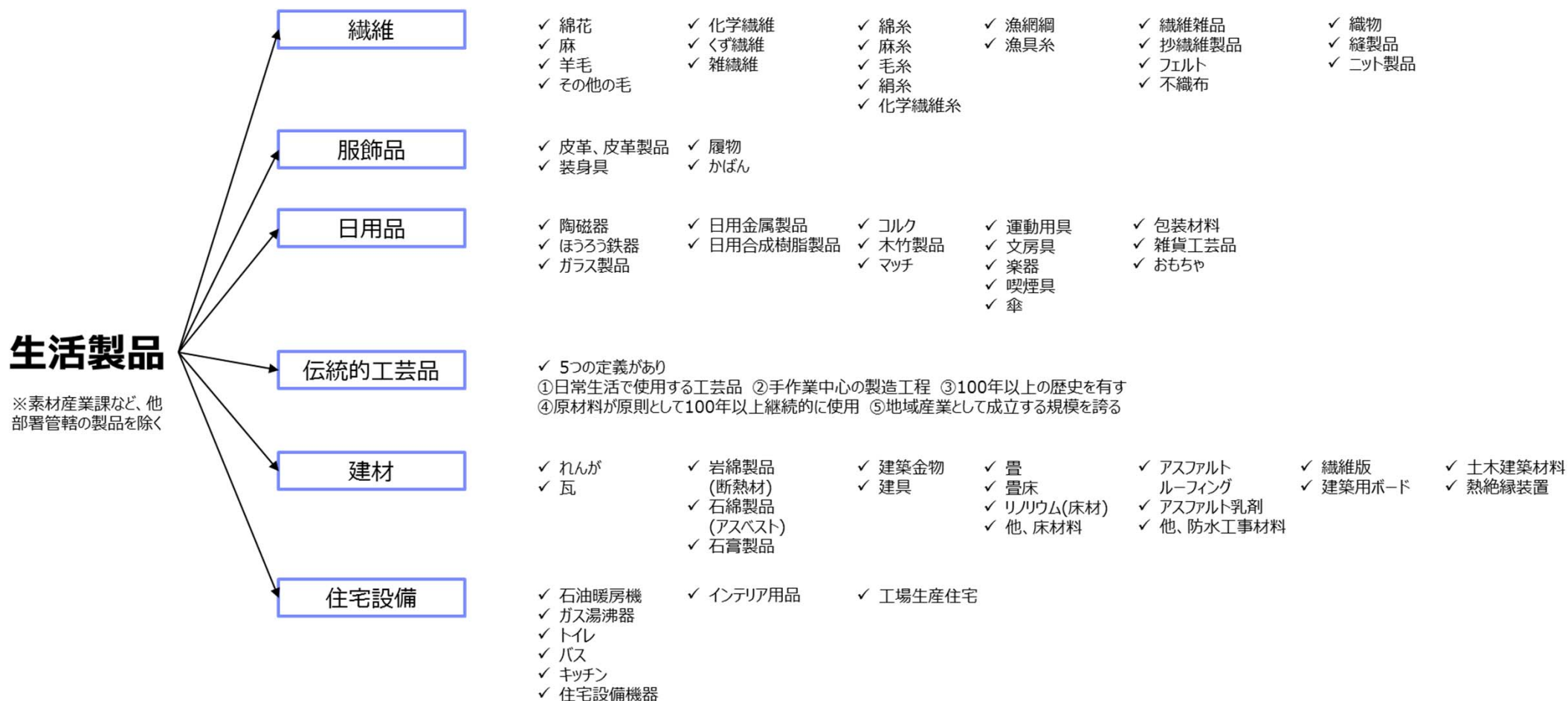
# 目次

– 生活製品課	…	2
– 繊維産業の概況	…	7
– Connected Industries	…	2 1
– 中小企業支援	…	5 6
– 地域未来投資	…	6 1
– 通商関係	…	6 8
– 標準化	…	7 9
– 技術開発	…	8 3
– 海外市場への展開	…	9 1
– アパレル・サプライチェーンの再構築	…	1 1 5
– 商取引慣行の見直し	…	1 4 2

# 生活製品課

# 生活製品課の所掌

生活製品課では 繊維、服飾品、日用品、伝統的工芸品、建材、住宅設備等を所掌している。





# 生活製品課の取組方針のポイント

生活製品課では、本年7月に「取組方針」を策定、公表した。

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/fiber/pdf/seikatsuseihin\\_policy.pdf](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/fiber/pdf/seikatsuseihin_policy.pdf)

## 1. 当課の視点

- (1) 生活をよくする製品 (生活の質の向上)
- (2) 消費者本位でのものづくり
- (3) 適正な価格
- (4) Connected Industries (ソリューション志向)

## 2. 生活製品関連産業の方向性

- (1) 商品・サービスの高付加価値化と消費者への訴求
- (2) サプライチェーンの再構築
- (3) 積極的な海外展開
- (4) 地域ブランド化等
- (5) IoT等の活用
- (6) 人材の確保・育成
- (7) 取引の適正化

## 3. 当課の取組方針

- 創意工夫をもって前向きかつ意欲的に取り組む事業者を支援
  - ・ 関係省庁・機関、業界団体等と連携
  - ・ 中小企業関連支援策やクールジャパン施策等の活用
  - ・ 優良・先進事例の分析・展開
  - ・ 産地間・異業種間の連携の促進
  - ・ 通商交渉、標準化等の環境整備
- IoT等のデジタルツールの活用
  - ・ 生活の質の向上の観点
  - ・ 生活製品におけるIoT等の活用の可能性等の検討
- 海外展開
  - ・ ジェットロ等との連携の強化
  - ・ 産地ブランド化推進事業等
- サプライチェーン全体での取引の適正化
  - ・ 中長期的な信頼関係の構築
  - ・ 付加価値の向上と適正な利益の配分

# 生活製品課の取組方針のポイント（繊維部分）

## 1. 日本の繊維産業の強み

- ・ 高機能・高性能繊維
- ・ 高品質・高感性の素材
- ・ 精緻な縫製技術等

## 2. 当課の主な取組事項

- 海外展開
  - ・ 中小企業関連支援策やクールジャパン施策等の活用
  - ・ ジェトロ等との連携
  - ・ 優良・先進事例の分析・展開等
- アパレル・サプライチェーンの再構築
  - ・ アパレル企業による産地の素材・技術の積極的な開拓
  - ・ 産地発のアパレル・サプライチェーンの再構築
  - ・ 新たなIT/IoTプラットフォーム
  - ・ J∞QUALITY（意欲的な事業者との連携、FACTORY SEARCHの充実、各工程の開示・訴求等）
- IoT等の活用
  - ・ 繊維産業の効率化、生産性・付加価値の向上
  - ・ スマートテキスタイルの可能性等の検討
- 環境・安全
  - ・ 生産活動におけるサステナビリティへの一層の配慮
  - ・ 規制当局への働きかけ等
- 商取引慣行
  - ・ 自主行動計画のフォローアップ
  - ・ 特に、「適正な原価率及び利益の確保」、「消費者に対する正価の信頼性の維持・向上」の取組みの促進
- 和装振興
  - ・ 商慣行に関する指針のフォローアップ
  - ・ ユネスコ無形文化遺産登録、東京オリンピック・パラリンピックに向けた業界の取組み等

# 生活製品課の取組方針（4つの視点）

## （1）生活をよくする製品

当課が所掌する「生活製品」とは、単に生活に使う製品というだけではなく、生活をよくする製品でなければならない。生活製品関連産業は、高度な技術力と感性により、利便性、機能性において、あるいは、デザイン性、ファッション性、ストーリー性において、あるいは、レジャー、ヘルスケア、スポーツ、エシカル等の観点において、国内外の消費者のニーズに対応した付加価値の高い商品・サービスを提供することにより、人々の生活の質の向上や生活文化の発展に貢献することができる産業である。

## （2）消費者本位でのものづくり

我が国の生活製品関連産業が今後も中長期的に発展するためには、事業者がこうした社会的意義を認識し、消費者本位でのものづくりを一層進めることが求められる。

事業者の創意工夫によって、消費者本位の良質な商品・サービスを提供し、人々の暮らしや文化に豊かさや潤いをもたらすことで、消費意欲が喚起され、その結果、事業者も業界も経済も発展し、それによって、更に良質な商品・サービスを提供することができ、人々や社会に一層の豊かさをもたらす、という好循環を持続的に実現することが重要である。

## （3）適正な価格

良質な商品・サービスをその価値に見合う適正な価格で提供することが重要である。安易に値引き販売等を行うことは、消費者の価格に対する信頼性を失うとともに、ブランド価値を損うことになりかねず、結局は消費者の利益にも事業者の利益にもならない場合が多いことに留意する必要がある。

他方、価格に見合う価値のない商品を提供することは、事業者が目先の利益をもたらすことはあっても、結局は消費者の利益を損なうものであり、そうした販売手法に中長期的な持続可能性はないと考えられる。

特に、売れ残った場合には値引き販売等を行うことを前提とした上で、商品の価値に相応しない高価格で当初提供するような販売手法は、消費者本位に反していると言える。

## （4）Connected Industries

急速に進展する第4次産業革命の動きをSociety 5.0（超スマート社会）の実現につなげるためには、産業のあり方の変革が重要であり、当省においては、我が国産業が目指すべき姿として、機械、データ、技術、人、組織等、様々なものがつながることにより、新たな付加価値の創出と社会問題の解決をもたらす「Connected Industries」の実現に向けて取り組んでいくこととしている。

- 生活製品関連産業においても、こうしたコンセプトにより、具体的には、
- ・作り手と消費者がつながり、作り手の顔や情熱が消費者に間近に見える
  - ・産地間や異業種間でつながることで、新たな商品・サービスが生まれる
  - ・日本ならではのこだわりの商品が海外の消費者につながる
  - ・IoT等の新たな技術が効率化やイノベーションをもたらす
  - ・サプライチェーンの各事業者が継続的な信頼関係でつながる
  - ・匠の技が世代を超えてつながる

など、様々なつながりによって、ソリューション志向（消費者本位）のものづくりを進めていくことが重要である。

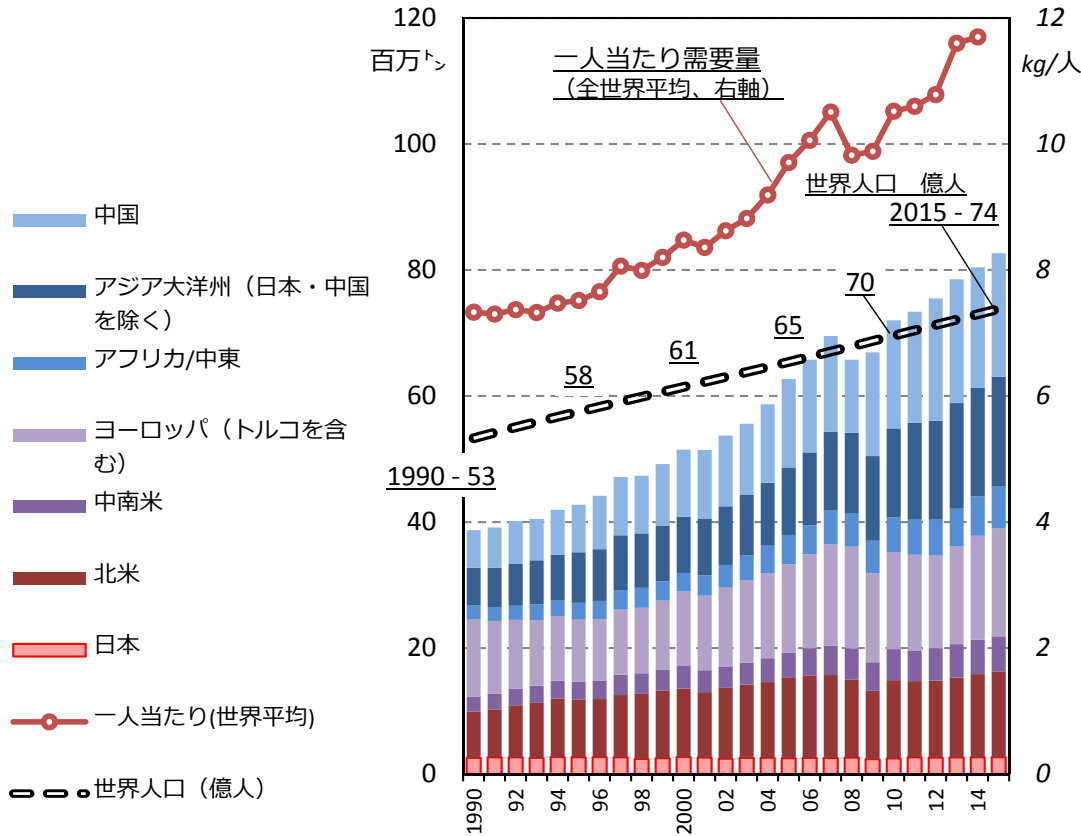
# 繊維産業の概況

# 世界における繊維市場の拡大

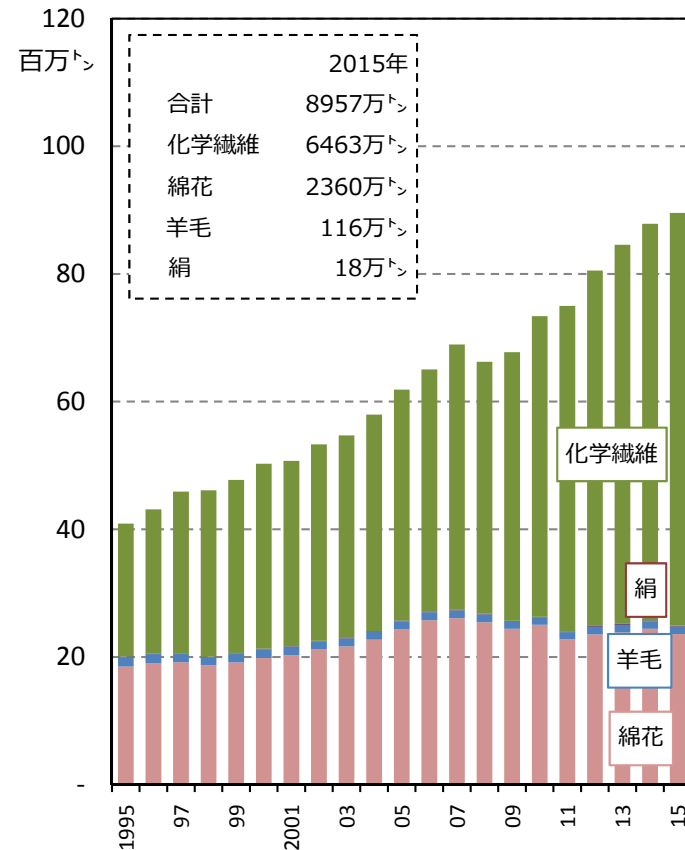
- 2015年における世界の繊維最終需要量は82百万トンとなり、前年比で2.8%の増加。1990年からの25年間で2.1倍まで増加している。また、全世界における一人当たり需要量も同1.6倍に増えている。
- 原料種類別に見ると、天然繊維はほぼ横ばいで推移するが、化学繊維では過去20年間で年平均5.8%の伸び率で拡大している。
- 世界的には、繊維産業は引き続き成長産業である。

## 世界の繊維需要量

### 1. 地域別最終消費需要量



### 2. 原料種類別需要量



出典：Fibres World Supply & Demand Report, PCI Wood Mackenzie(地域別、一人当たり需要量)  
 国連統計(世界人口)  
 注) 最終消費需要量 = 原繊維生産量 - 原繊維輸出入量 - 生地・製品輸出入量

出典：繊維ハンドブック, 日本化学繊維協会  
 注1) 「化学繊維」は生産、その他は消費統計  
 注2) 綿花は国際綿花諮問委員会、羊毛は国際羊毛繊維機構、絹は国際絹業協会による  
 注3) オレフィン、アセテートトウ、麻類を含まない。

注) 1. と2. は、出典統計が異なるため合計値が一致しない。

# 日本における繊維産業の位置づけ

- 繊維産業は全製造業のうち6.1%の事業所数、3.3%の従業員数を占める産業。

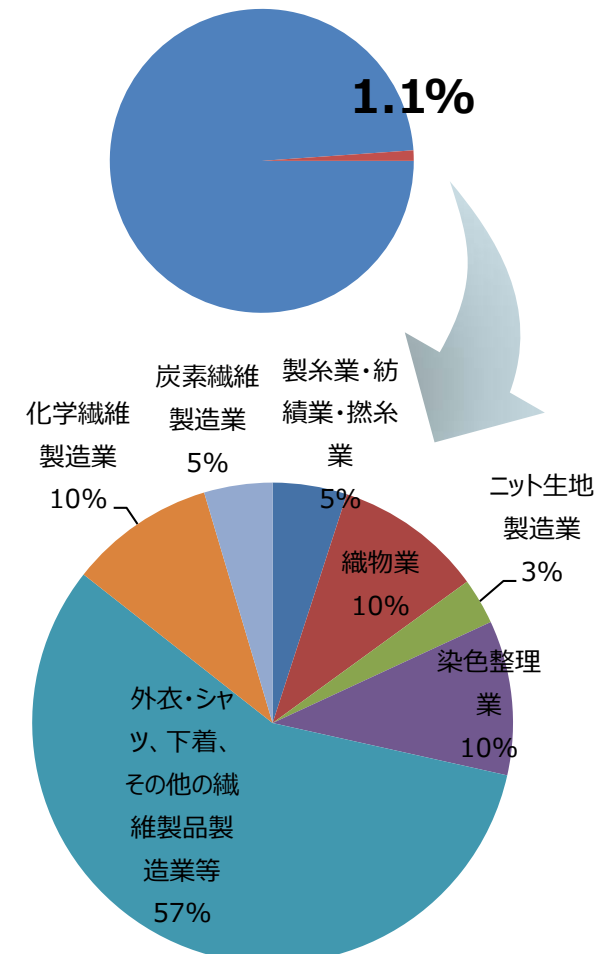
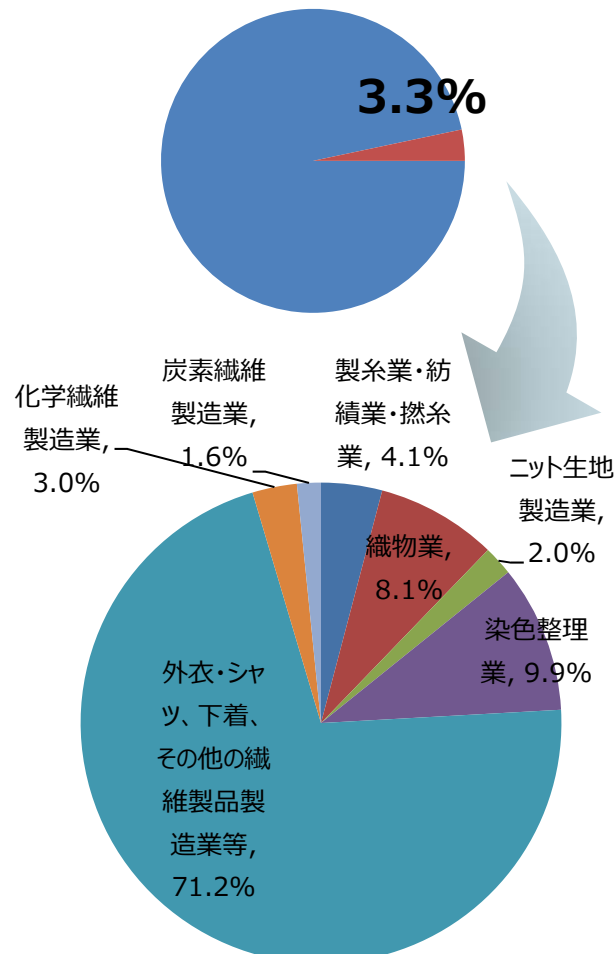
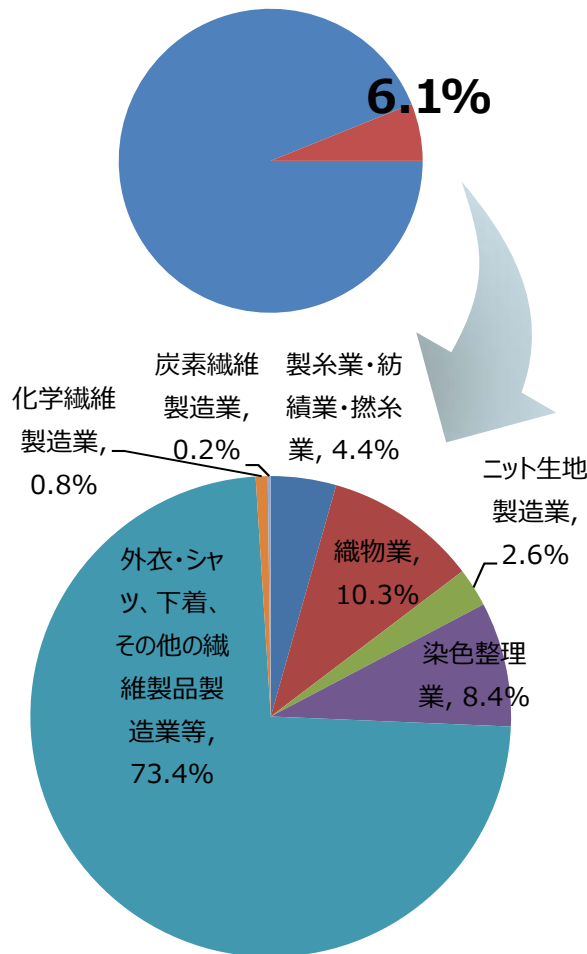
## 【全製造業に占める繊維産業の位置づけ】

出典：工業統計

**事業所数 1.2万 (2014年)**

**従業者数 24.6万人 (2014年)**

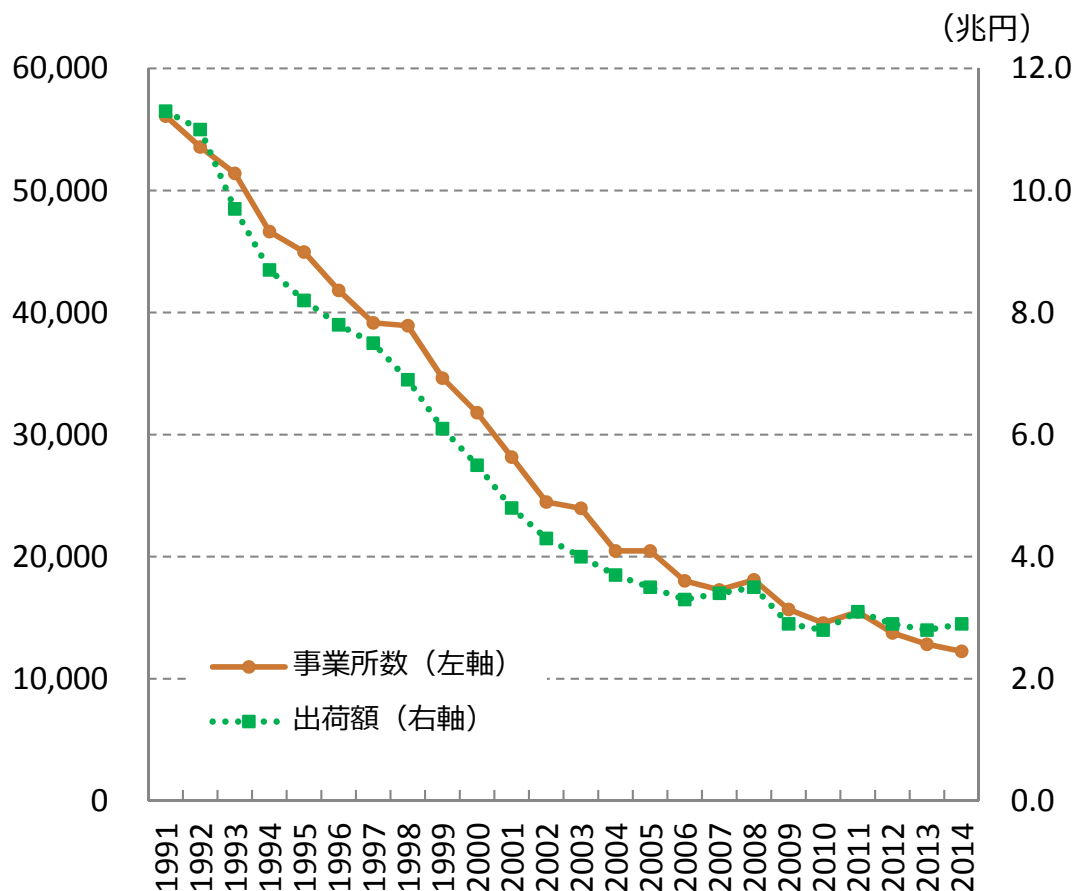
**出荷額 3.3兆円 (2014年)**



# 国内繊維産業の概況①

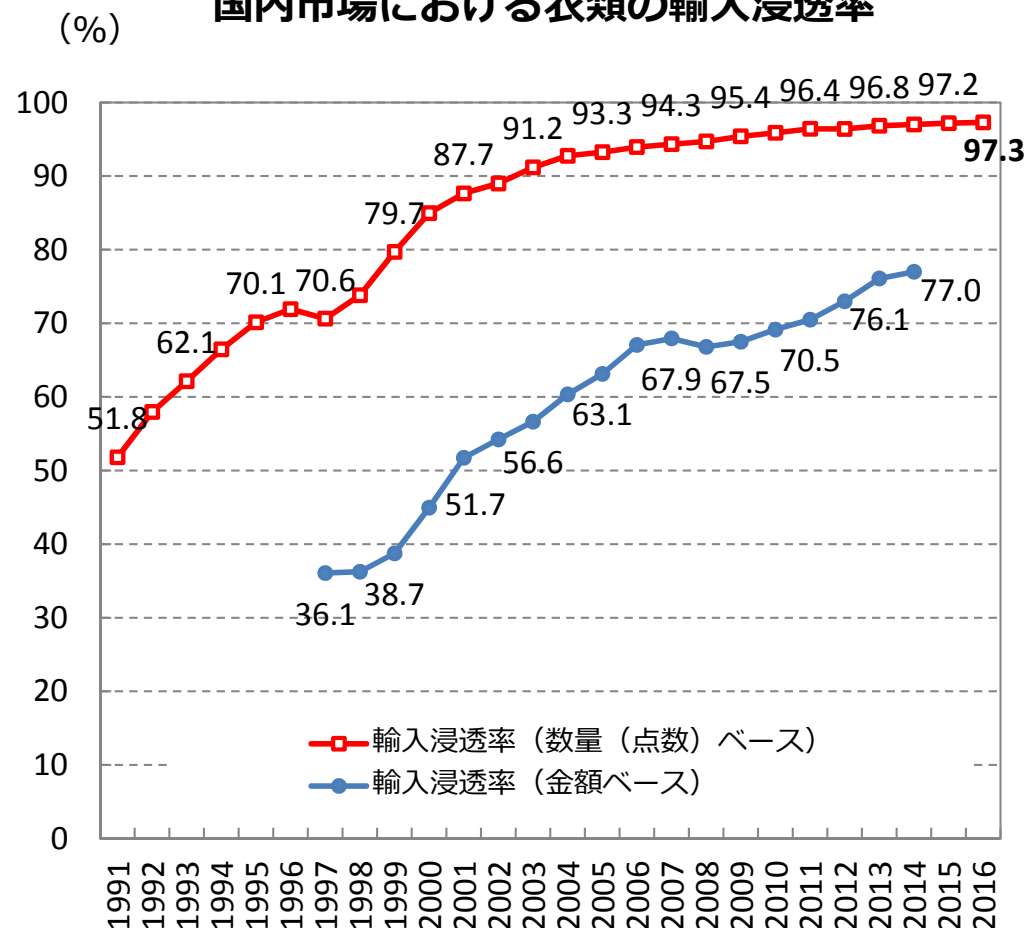
- 国内生産の減少により、国内の繊維事業所数、製造品出荷額とも、1991年比で約1 / 4に減少。
- 国内市場における輸入浸透率は増加し続けており、2016年には97.3%まで増加。

## 国内繊維産業の事業所数及び製造品出荷額



出典：経済産業省「工業統計表」

## 国内市場における衣類の輸入浸透率



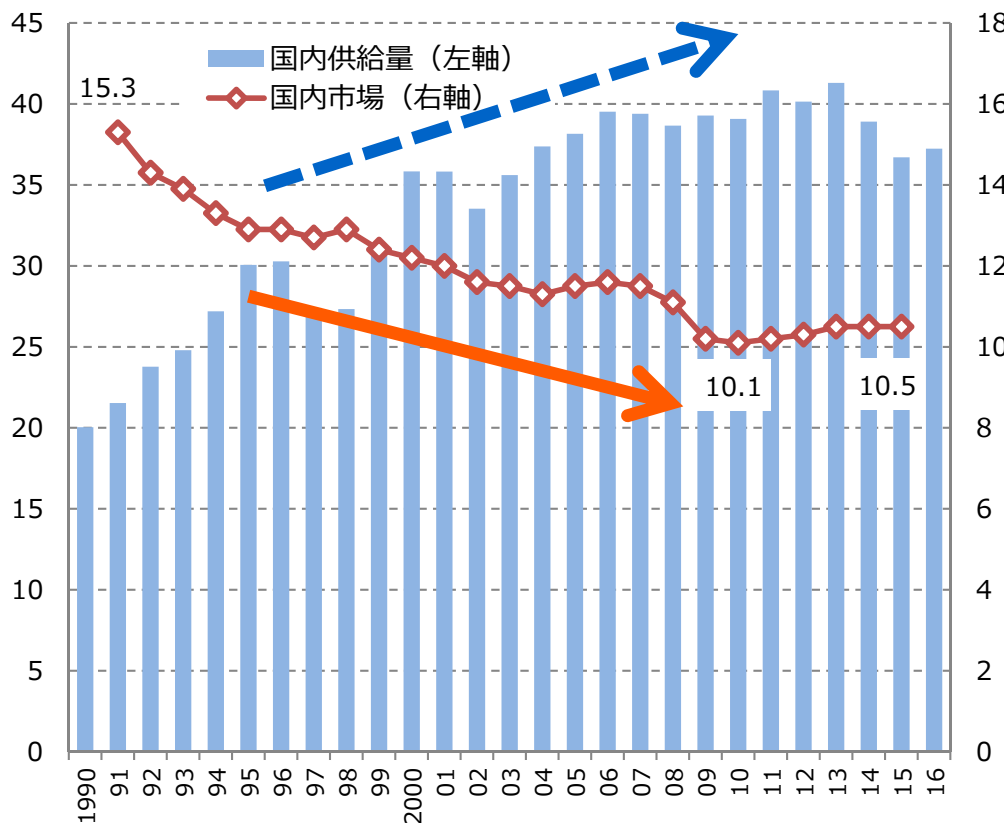
出典：経済産業省「工業統計表」、総務省「センサス統計」、財務省  
日本繊維輸入組合「日本のアパレル 市場と輸入品概況」



## 国内繊維産業の概況②

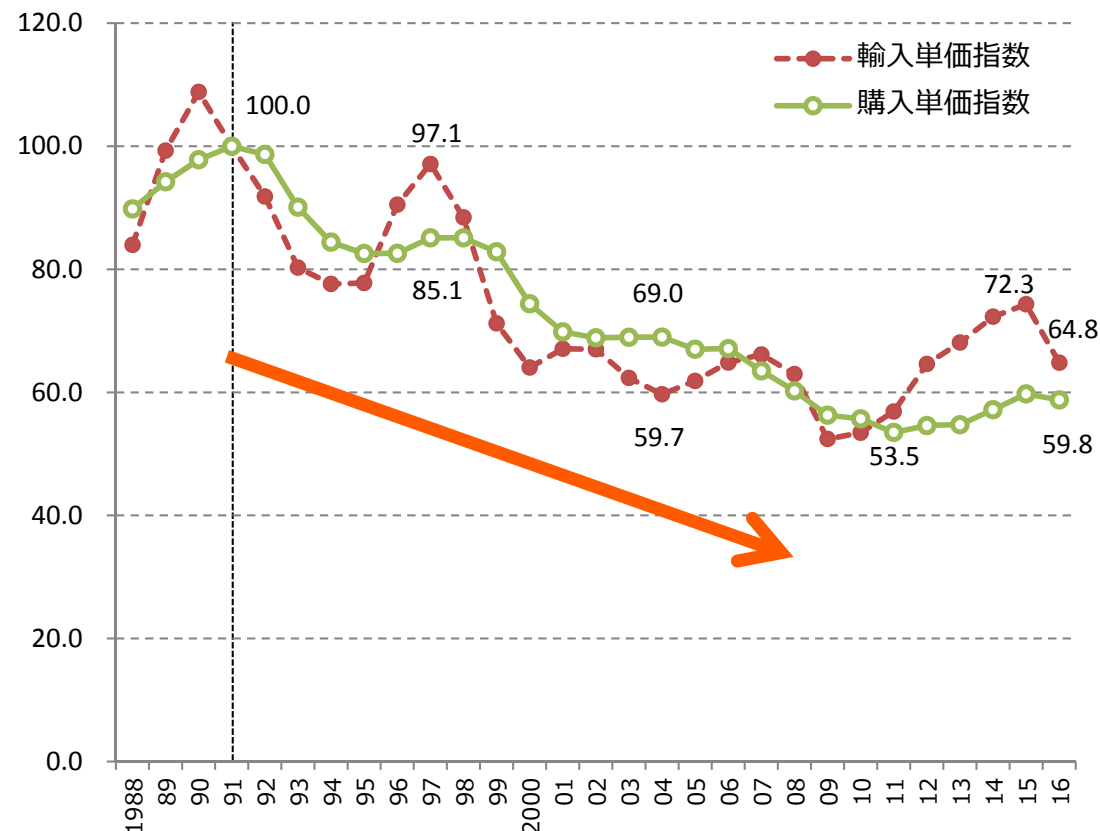
- 国内のアパレル市場規模は、バブル期の15兆円から10兆円程度に減少する一方、供給量は20億点から40億点程度へと、ほぼ倍増している。
- 衣料品の購入単価および輸入単価は、1991年を基準に6割前後の水準に下落。

(億点) 国内アパレル供給量・市場規模の推移 (兆円)



出典：(国内供給量) 経済産業省「生産動態統計」、財務省「貿易統計」  
(国内市場) 矢野経済研究所「繊維白書」

衣料品購入単価・輸入単価の推移



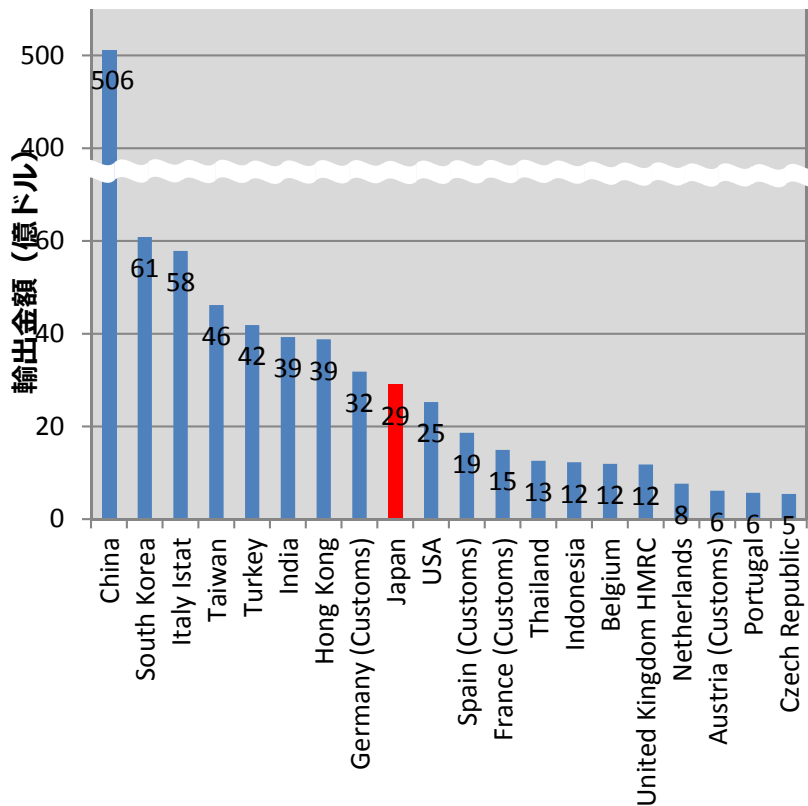
出典：購入単価=総務省「家計調査」、輸入単価=財務省「貿易統計」よりそれぞれ算出  
※1991年を「100」とする



# 国内繊維産業の概況③

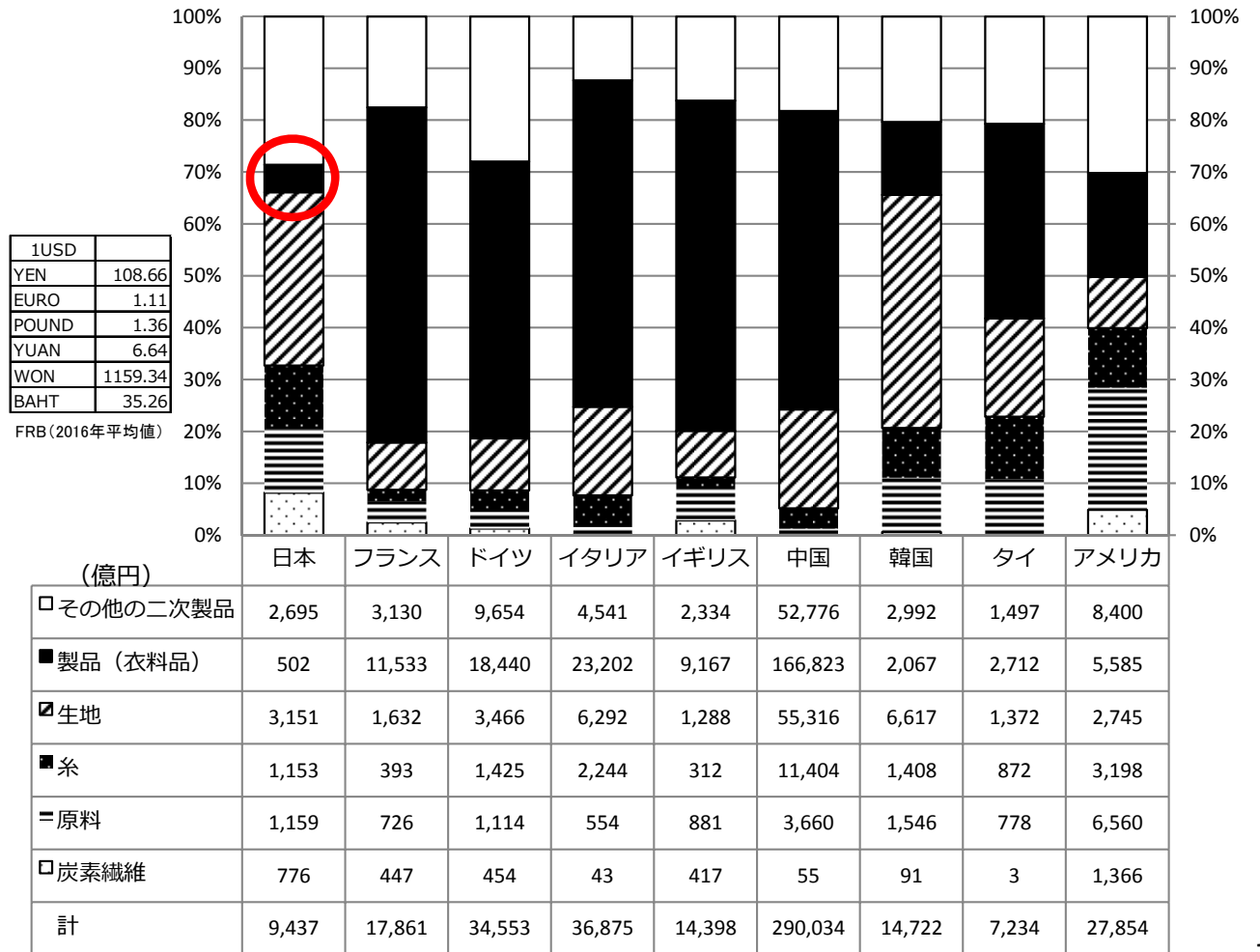
- 長年の厳しい国際競争の中で、生き残った素材メーカー等は相応に強いものづくりの地力を有し、織物輸出額は世界的に見ても高い水準にある。
- 生地は競争力があるが、衣料品の輸出は先進国のなかでも極めて少ない。

各国織物輸出額（2016）



出典：Global Trade Atlas

主要国における繊維・繊維製品輸出内訳（2016年）



# 国内繊維産業の強み ① 高機能・高性能繊維

- 我が国繊維産業は、繊維に機能を付与したり、繊維の性能を高める技術において世界をリード。
- こうした繊維が、中間製品（織物、編物、不織布など）を経て、衣料のみならず、衛生用品（紙おむつなど）、産業資材（エアバッグなど）、医療、インテリアなど幅広い分野において展開。QOLの向上に貢献。

## <繊維>

### 高機能繊維

ポリエステル、ナイロンなどの汎用繊維に新たな機能を付与した繊維

例) 吸汗速乾、吸湿発熱、抗菌防臭 等

### 高性能繊維

高強度、高弾性率、耐衝撃性、耐熱性などの繊維特性を強化した繊維

例) 炭素繊維（高強度）、アラミド繊維（耐火性）等

## <中間製品>

織物

編物

不織布

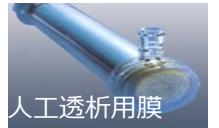
複合材料

## <最終製品>

衣料



医療



衛生用品



産業資材



インテリア



# (1) 高機能繊維

- ポリエステル、ナイロンなどの汎用繊維に特殊な機能を付与した繊維で、主に衣料用途に開発が進展。

## 主な高機能繊維

### 吸汗速乾繊維

ポリエステル、アセテート繊維等を使用。汗を素早く吸収して乾かし、衣服内をドライで快適な状態に保つ。繊維に機能を付与したものの他、生地織り方で機能を発揮するもの等、適用する技術は様々。

### 吸湿発熱繊維

人体から発せられる汗などの湿気が繊維に吸着するときに発生する熱を利用。微細加工したアクリル繊維等が用いられる。

### 抗菌防臭繊維

繊維に抗菌・防臭機能材を付着させたり、練り込むなどにより、汗や汚れを栄養源に繁殖する菌の増殖を抑え、嫌な臭いの発生を防ぐ。主な用途は白衣、寝装、ユニフォーム、マスク等。

## (2) 高性能繊維

- 高強度、高弾性率、耐衝撃性、耐熱性などの特性を有する繊維で、主に産業用途に開発が進展。

### 主な高性能繊維

#### 炭素繊維

##### 生産量、品質ともに世界首位

40年程前に日本で開発。アクリル長繊維を高温で焼成して製造。軽量、高強度、耐薬品性等に優れる。

#### 主な用途

航空・宇宙部材、  
自動車用部材、釣り  
竿、ゴルフクラブ等



#### アラミド繊維

##### パラ系アラミドは世界シェア約50%

アラミド繊維には高強度・高弾性が特徴のパラ系アラミドと、耐熱性などに優れるメタ系アラミドが存在。このうち、パラ系は米国・デュポンと帝人が世界市場の大半を二分。

#### 主な用途

メタ系：防災服  
パラ系：  
タイヤコードやコン  
クリート補強材等



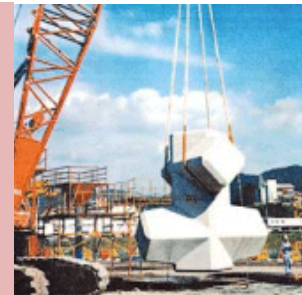
#### ポリアリレート繊維

##### 世界で唯一日本企業が生産

強度がポリエステル約4倍。伸びなどの変形が非常に小さく、耐摩耗性、衝撃吸収性等に優れる。クラレが世界で唯一生産（商標「ベクトラン」）。

#### 主な用途

飛行船膜材や船舶・  
港湾用ロープ、漁網  
等





# 国内繊維産業の強み ②高品質・高感性の素材

● 全国各地の繊維産地において、高品質・高感性で独自性の高いテキスタイルを生産。

## ● 化合繊維編物 産地：石川、福井、富山等（北陸地域）

天然繊維に比べ幅広い機能性を持たせることが可能で、多岐にわたる種類・用途の生地を生産している。また、原糸から生地、染色までの高次加工一貫の企業連携による取組は世界に類例がなく、合同での新素材、新商品開発と展示会出展のサイクルにより、市場ニーズに応じたものづくりを行うことができる。国内有数の規模を持つ繊維産地であり、高い開発力、イノベーションは世界から注目されている。



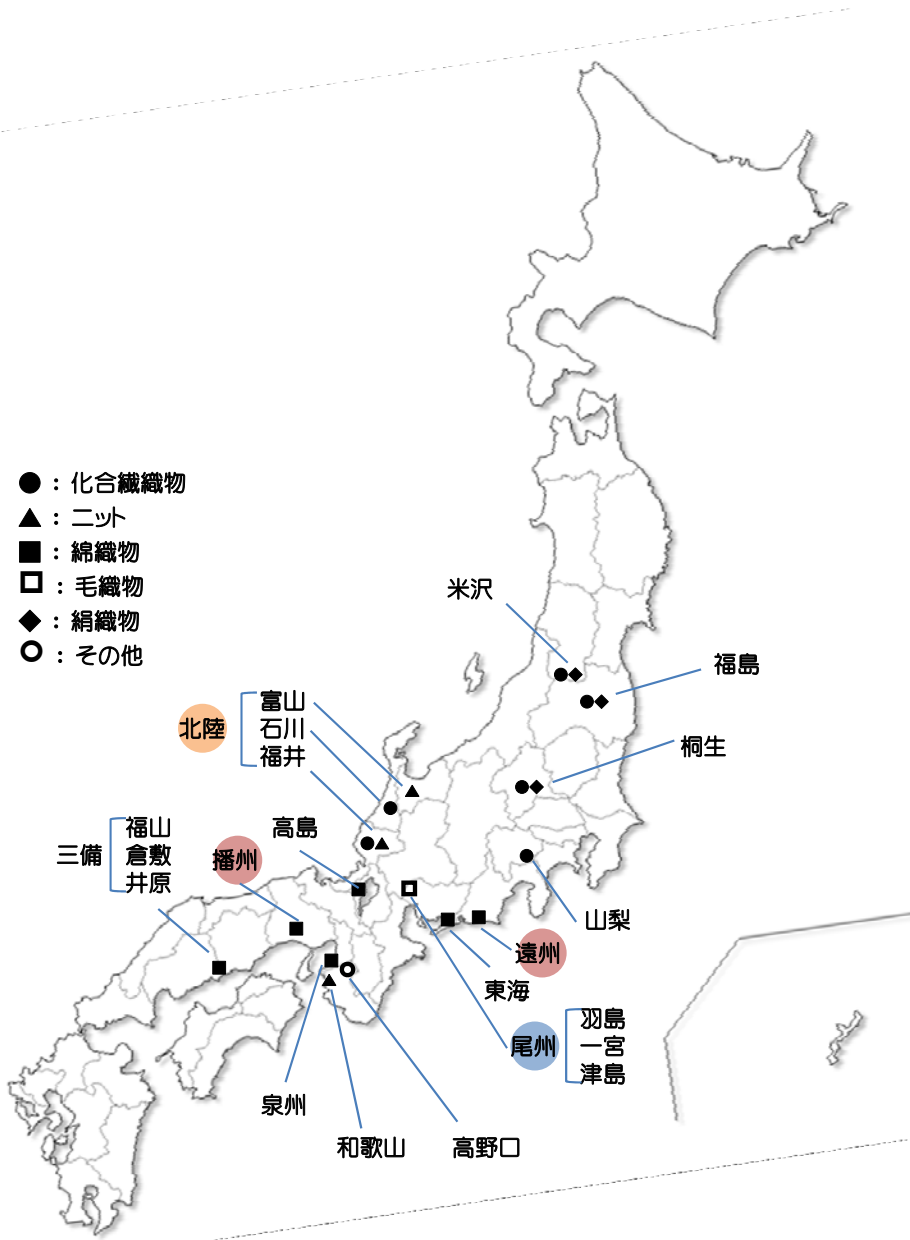
## ● 毛織物 産地：一宮、津島、羽島等（尾州地域）

世界有数の毛織物の産地として知られ、ニットの生産も盛ん。産地内で紡績、製織・編立、染色・整理加工の各工程が分業・集積している事により、多様な工程の組み合わせや技術の高度化を実現。バリエーション豊かな生地の生産を可能としている。特に、細番手高密度ながら優れた風合いのスーツ生地や、意匠性の高い婦人服地などが代表的。



## ● 綿織物 産地：西脇（播州）／浜松・掛川（遠州）等

播州地区は綿先染めシャツ地の生産が中心でその柄、色は国内外で評価が高く、欧米への販売に力を入れている。また、産元が産地全体の機屋をまとめ、産地内での連携した販売活動にも特徴がある。遠州地区は細番手・高密度素材や、強撚織物、シャトル織機による風合いの高い織物など、独特の強みに世界からの評価も高い。また、整理加工に工夫を凝らした他産地との差別化にも力を入れている。



# 国内繊維産業の強み ②高品質・高感性の素材

## ●丸編ニット生地 産地：和歌山



インナー・Tシャツなど多様な用途向けの丸編みニット生地の産地。中でも、昔ながらの吊り編み機を用いた生地は、糸への負担が小さく編み地に余裕のある手編みのような風合いになり、海外ブランドからも関心が高い。また、撚糸方法の工夫、染色整理業者との製品開発等、産地発ブランド化にも積極的に取り組む。

## ●パイル織編物 産地：高野口



パイル（有毛）織・編物に特化した、世界有数の産地。フェイクファー衣料・車両シート・寝装寝具品など多用途向けパイル織編物、独自に発展した再織の技術など、ファッション素材から産業資材まで幅広く他の地域では見られない織物の集積産地となっている。現在では産業資材関係の素材の生産が特に多い。

## ●デニム 産地：倉敷、井原、福山等（三備地域）

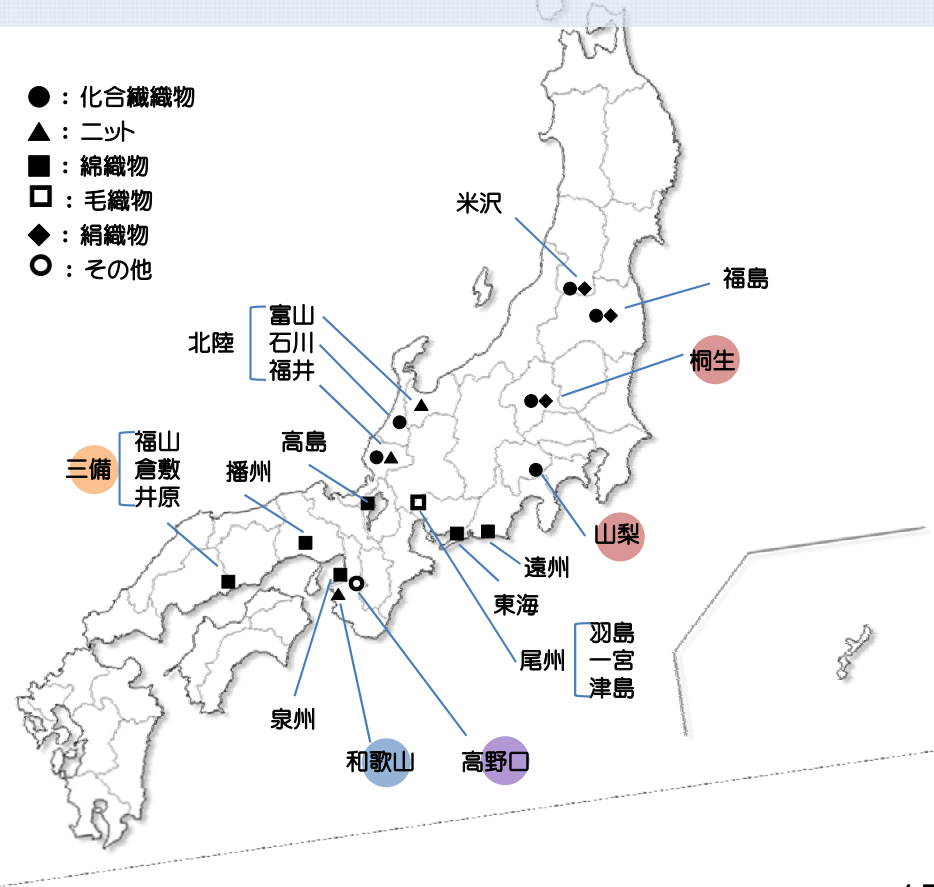


伝統的な「リング式紡績」や「ロープ染色」、「シャトル織機」を用いた、やわらかくふっくらとした仕上がりの生地が海外でも高く評価されている。また、近年では綿以外の素材も活用し、織・加工の技術を複合したファッション性の高い素材やストレッチ加工などの付加価値化、高性能・高機能生地の開発にも精力的に取り組むなど、世界をリードするデニム産地となっている。

## ●先染高密度織物 産地：山梨、桐生等



先染め・細番手・高密度などの特徴を持ち、しなやかで光沢感のある風合い、ジャカード織機などを用いた緻密・複雑なテキスタイルデザインが特徴。和装着尺の小規模生産を原点とする企業が多く、小回りがきき様々なオーダーメイドにも対応。絹等の天然繊維や、長繊維化合繊など、素材を問わず意匠性の高いテキスタイル産地として発展してきた。





# アパレル企業の海外展開の事例

## マツオインターナショナル株式会社（NorieM）

● 2001年にミラノへ直営店を開設して以来、パリや香港など海外に12店舗を展開。2017年6月にはロンドンに直営店を出店。

● 織り編みの組織（テクスチャー）から日本の匠の技術を活かすなど、素材から自社生産にこだわる日本製の婦人服と雑貨を揃える。  
出典：マツオインターナショナルHP等



## 株式会社ジャパングルー（桃太郎ジーンズ等）

● 2000年代後半より、国内で糸から縫製まで手がけた自社ジーンズブランド「桃太郎ジーンズ」、「JAPAN BLUE JEANS」を海外に向けて販売。現在、仏・伊・英・米など海外28ヶ国に展開している（パリに直営店あり）。



● 「桃太郎ジーンズ」ブランドでは、「世界一の日本のデニム」を追求、素材（デニム）の良さを活かしてダメージ加工などはせずに、製造販売を行っている。

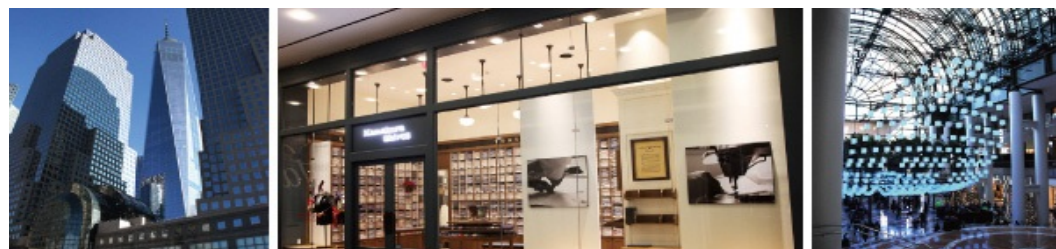


出典：ジャパングルーHP等

## メーカーズシャツ鎌倉株式会社（鎌倉シャツ）

● 2012年にニューヨークに初出店以来、NY2号店、台湾、タイに店舗展開。

● 出店エリアの顧客層が求める内容に合った商品開発を行うとともに、生地から縫製まで、上質な日本のシャツを手頃な価格（79US\$〜）で提供。



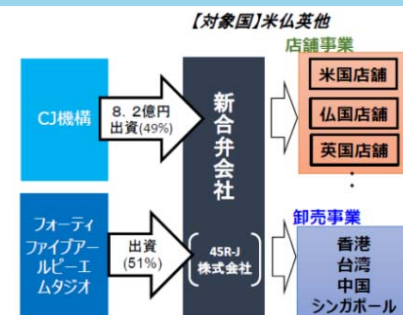
出典：メーカーズシャツ鎌倉HP等

## フォーティファイブアルピーエムスタジオ株式会社（45R）

● 2000年にニューヨークへ進出して以来、香・仏・米など海外16店舗を運営。2017年よりクールジャパン機構との共同出資事業により、欧米等海外市場に向けた事業拡大に取り組む。

● 「人に優しく、丈夫で長持ちする工夫に満ちたものづくりで、日本の持つよさを表現する」という哲学の下、藍染製品など、日本ならではの高品質なテキスタイルやこだわりのものづくりで「和」の魅力を世界に発信。

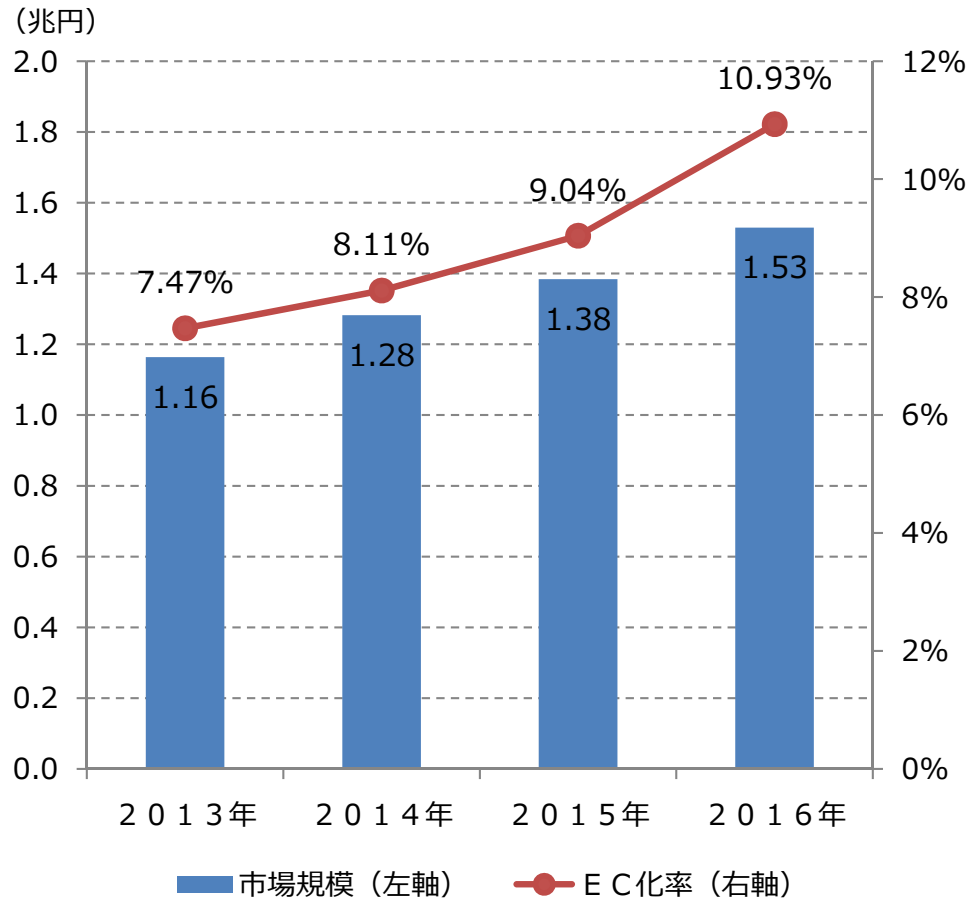
出典：45RHP等



# アパレル業界におけるEコマースの拡大①

- 衣類・服飾雑貨等のEC市場は2016年に1.53兆円(前年比10.5%増)、EC化率は10%を超えた。
- 今後もEC市場規模の拡大が見込まれる。

衣類・服飾雑貨等のEC市場規模及びEC化率



出典：経済産業省，電子商取引に関する市場調査

物販系分野のBtoC-EC市場規模

分類	2015年		2016年	
	市場規模 (億円)	EC化率 (%)	市場規模 (億円)	EC化率 (%)
① 食品、飲料、酒類	13,162	2.03%	14,503 (10.2%)	2.25%
② 生活家電、AV機器、PC・周辺機器等	13,103	28.34%	14,278 (9.0%)	29.93%
③ 書籍、映像・音楽ソフト	9,544	21.79%	10,690 (12.0%)	24.50%
④ 化粧品、医薬品	4,699	4.48%	5,268 (12.1%)	5.02%
⑤ 雑貨、家具、インテリア	12,120	16.74%	13,500 (11.4%)	18.66%
⑥ 衣類・服装雑貨等	13,839	9.04%	15,297 (10.5%)	10.93%
⑦ 自動車、自動二輪車、パーツ等	1,874	2.51%	2,041 (8.9%)	2.77%
⑧ 事務用品、文房具	1,707	28.19%	1,894 (10.9%)	33.61%
⑨ その他	2,348	0.63%	2,572 (6.3%)	0.75%
合計	72,398	4.75%	80,043 (10.6%)	5.43%



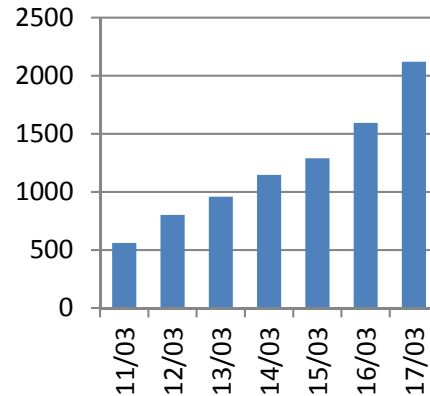
# アパレル業界におけるEコマースの拡大②

- 衣料品のEコマースは、リユース、レンタル、クラウドファンディングも含め、拡大を続けている。

## ファッションE C市場の拡大 (ZOZOTOWN)

- 2004年12月にサービスを開始した日本最大級のファッションショッピングサイト。
- 3,900以上のブランド (2017年3月末時点) を取扱っており、常時52万点以上の商品アイテムを掲載。
- 2017年4月には、Amazon.co.jpの決済サービス「Amazon Pay」を導入。ZOZOTOWNで会員登録をしなくても、Amazon.co.jpのアカウントを利用した決済が可能となった。

商品取扱高の推移 (億円)



## C to Cのリユースマーケットを創出 (メルカリ)

- 不要になった服や雑貨等を出品し、C to Cの直接取引ができるサービス。販売価格も出品者が自ら決定できる。
- 取引終了時に購入者、出品者が相互に評価をするため、取引を行う上での指標となる。
- お金のやりとりはメルカリが仲介し、商品が購入者に届いてから出品者に振り込まれる。



## シェアサービスによる利便性向上 (airCloset)

- airCloset (エアークローゼット) は、定額会費の支払いにより、利用回数・返却期間に制限無く (\*), 新しい洋服との出会いを楽しめるファッションレンタルサービス。20代後半から40代の女性を中心として、現在の登録会員数は、約11万人となっている。 (\* ) レギュラープランの場合。
- 利用者は気に入った服を買い取ることも可能。また、取扱いブランドは、百貨店その他で扱われている300ものアパレルブランドを中心としている (個別のブランド名は非公表)。
- また、2016年秋にはエイブルとの業務提携で表参道エリアにファッションレンタルショップを開業。仕事帰りや休日のお出かけ前に立ち寄り、コーディネート提案を受けてのファッションレンタルや、コスメスペースの利用が可能となっている。

## クラウドファンディングの拡大 (Makuake)

- 掲載した自らのプロジェクトに賛同してくれたサポーター (資金提供者) に対してそれぞれが提供してくれた資金額に従い、プレミアムなモノやサービスが返ってくる仕組み。
- Makuake (マクアケ) では、多数のメディアからの集客により、多くのネットユーザーにプロジェクトのアイデアを知ってもらうことができる。
- また、スマートフォンユーザー向けに最適化されたページ表示や、多彩な決済手段も用意されており、スムーズなクラウドファンディングの支援が可能となっている。

# Connected Industries

# Connected Industriesの考え方

～我が国産業が目指す姿（コンセプト）～

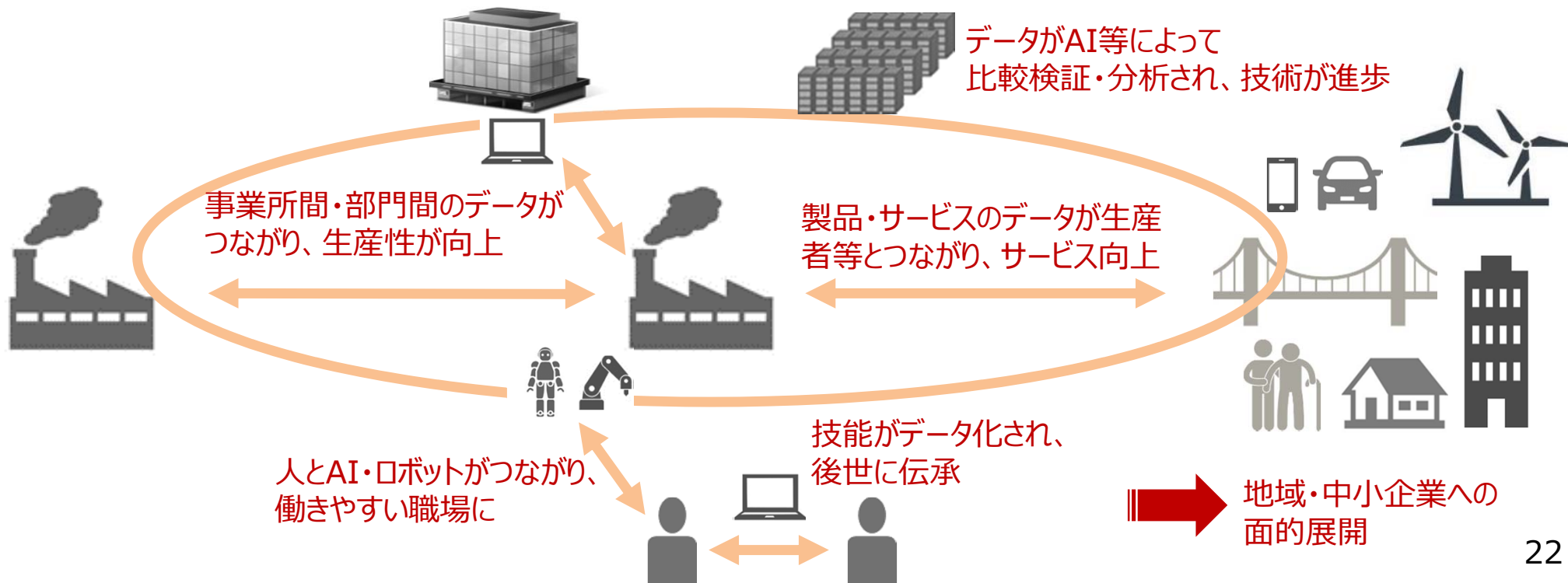
**従来** 事業所・工場、技術・技能等の電子データ化は進んでいるが、それぞれバラバラに管理され、連携していない

産学官における  
議論喚起・検討

モビリティ、ものづくり、バイオ・素材、プラント保安、スマートライフなど分野別の取組  
データ利活用、標準化、IT人材、サイバーセキュリティ、AI開発など横断的な取組

**将来** データがつながり、有効活用されることにより、技術革新、生産性向上、技能伝承などを通じた課題解決へ

「Connected Industries」は、Made in Japan、産業用ロボット、カイゼン等続く、日本の新たな強みに



# Connected Industries とは？

様々な業種、企業、人、機械、データなどがつながって



AI等によって、新たな付加価値や製品・サービスを創出、生産性を向上



高齢化、人手不足、環境・エネルギー制約などの社会課題を解決



これらを通じて、産業競争力の強化

→国民生活の向上・国民経済の健全な発展

こうした「Connected Industries」の実現は、業種・業態やこれまでのIT化の取組み度合いなどによって、多種多様。一工場内の「つながり」にとどまるものもあれば、取引先や同業他社とつながったり、顧客や市場と直接つながっていくものも。既存の関係を越えてつながりが広がれば、新たな産業構造の構築に至る可能性も。



## 【参考】 CeBITにおける「Connected Industries」の発信

- 本年3月に開催されたドイツ情報通信見本市（CeBIT）に、我が国はパートナー国として参加。**安倍総理、世耕経済産業大臣**他が出席。日本企業も**118社出展**（過去最大規模）。
- 安倍総理からは、我が国が目指す産業の在り方としての「**Connected Industries**」のコンセプトについて、①**人と機械・システムが協調する新しいデジタル社会の実現**、②**協力や協働を通じた課題解決**、③**デジタル技術の進展に即した人材育成の積極推進**を柱とする旨をスピーチ。
- また、第四次産業革命に関する**日独共同声明「ハノーバー宣言」**が、世耕経済産業大臣、高市総務大臣、ツィプリス独経済エネルギー大臣との間で署名・発表。この中で、**人、機械、技術が国境を越えてつながる「Connected Industries」**を進めていく旨を宣言。

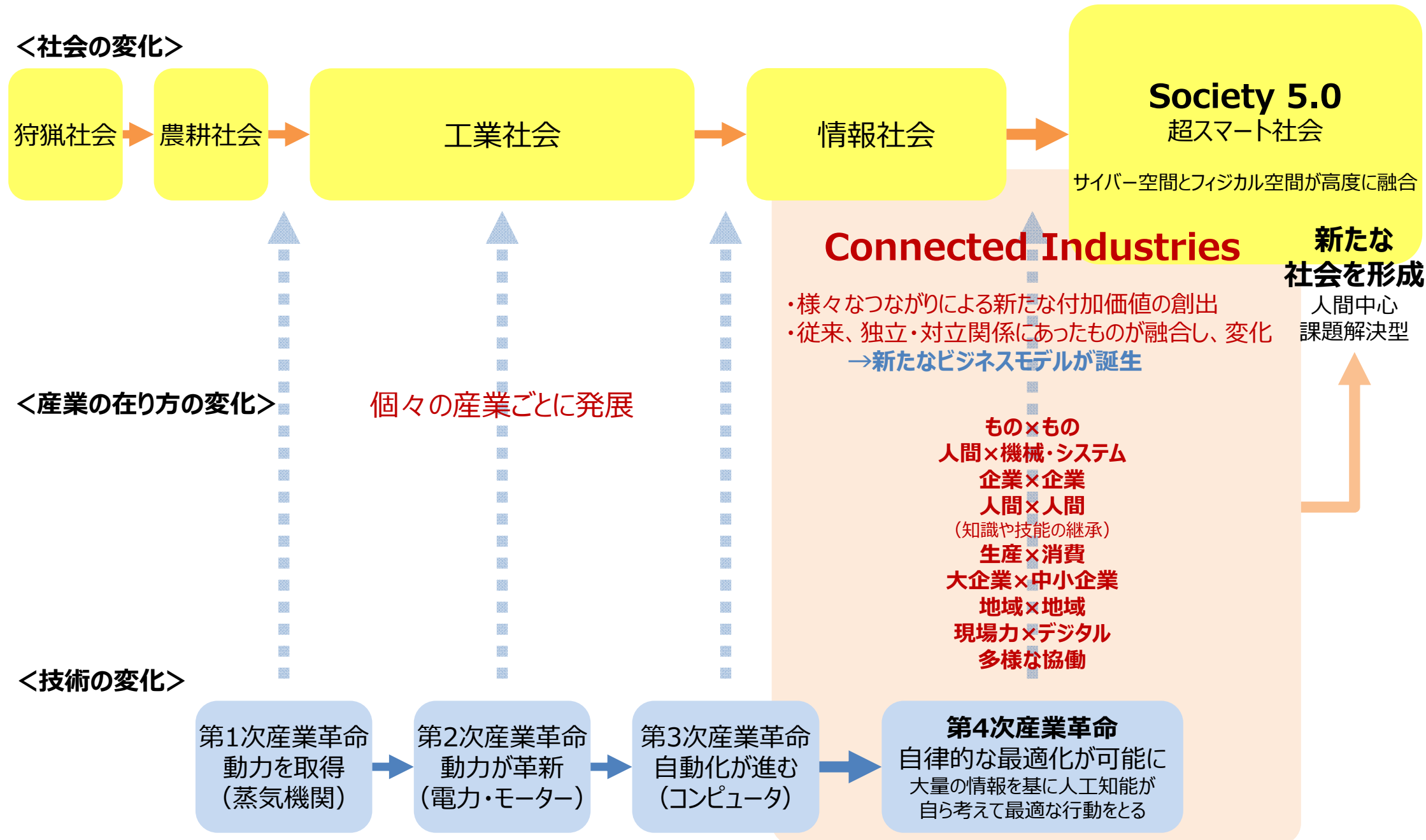
安倍総理のスピーチ



世耕経済産業大臣とツィプリス経済エネルギー大臣との会談



# Society 5.0につながるConnected Industries



# 「Connected Industries」5つの重点取組分野

## 「自動走行・モビリティサービス」

- データ協調の在り方を早急に整理
- AI開発・人材育成の強化
- 物流等も含むモビリティサービスやEV化の将来像を見据えた取組

## 「ものづくり・ロボティクス」

- データ形式等の国際標準化
- サイバーセキュリティ・人材育成等の協調領域での企業間連携の強化
- 中小企業向けのIoTツール等の基盤整備

## 「バイオ・素材」

- 協調領域におけるデータ連携の実現
- 実用化に向けたAI技術プラットフォームの構築
- 社会的受容性の確保

## 「プラント・インフラ保安」

- IoTを活用した自主保安技術の向上
- 企業間のデータ協調に向けたガイドライン等の整備
- さらなる規制制度改革の推進

## 「スマートライフ」

- ニーズの掘り起こし、サービスの具体化
- 企業間アライアンスによるデータ連携
- データの利活用に係るルール整備

**これらを支える横断的支援策を早急に整備**



# 「Connected Industries」の取組の方向性

- 市場成長性、我が国産業が有する強み、社会的意義の大きさ等から、**5つの重点取組分野**を定め、取組の加速化と政策資源の集中投入を図る。
- 加えて、横断的課題に対する支援措置・法制度等の整備に取り組む。

重点取組分野 (分科会)	自動走行・ モビリティサービス	ものづくり・ ロボティクス	バイオ・素材	プラント・ インフラ保安	スマートライフ
ビジョン (社会的意義)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・交通事故の削減</li> <li>・交通渋滞の緩和</li> <li>・環境負荷の低減</li> <li>・分散エネマネ</li> <li>・物流も含む移動サービスの拡大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・生産の全体最適</li> <li>・止まらない工場</li> <li>・事故や環境負荷の低減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・材料や医療・創薬の革新</li> <li>・エネルギー資源対策</li> <li>・社会変革を実現する革新素材創出</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・プラントにおける安全性と生産性の向上</li> <li>・自主保安力の向上と「稼ぐ力」の創出</li> <li>・センサー、ドローン等の効果的活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・少子高齢化が進む中で、人手不足等の社会課題に対して、スマートライフ市場が代替することで、働き手(労働時間)を創出</li> </ul>
市場成長、 経済効果予測	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自動運転車市場で870億ドル</li> <li>・運転時間を生産性向上やサービス消費に充て、千億～1兆ドル</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「産業インターネット市場」が今後20年以内に世界のGDPを10兆～15兆ドル押し上げ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2030年の世界のバイオ市場は約1.6兆ドルに成長</li> <li>・世界の機能性素材市場は約50兆円</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インフラ老朽化や需要拡大への対応に世界で約200兆円の市場</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・2011年の無償労働貨幣評価額は約100兆円(家電市場は約7兆円)</li> </ul>
推進主体	自動走行ビジネス検討会(追って、モビリティサービス産業戦略検討会(仮称)を設置)	RRI(ロボット革命イニシアティブ)	COCN、日本化学工業協会	プラントデータ活用等促進会議	IoT推進ラボ
横断的課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>・協調領域を含むデータ共有・利活用</li> <li>・トップ人材育成の抜本的強化</li> <li>・国際標準の戦略的活用</li> <li>・データルールをめぐる国際連携の促進(日EUデータエコノミー対話の深化)</li> <li>・中小企業への普及、取組支援</li> <li>・AIシステムの更なる開発支援・海外展開</li> <li>・AIをめぐる法務事項に関する検討の具体化(AI責任論等)</li> <li>・サイバーセキュリティ対策の実施</li> <li>・更なる検討課題: バックオフィス改革、Fintech など</li> </ul>				



# 「Connected Industries」の横断的な政策

## リアルデータの共有・利活用

- データ共有事業者の認定制度の創設、税制等による支援
- リアルデータをもつ大手・中堅企業とAIベンチャーとの連携によるAIシステム開発支援
- 実証事業を通じたモデル創出・ルール整備
- 「データ契約ガイドライン」の改訂

## データ活用に向けた基盤整備 ＜研究開発、人材育成、サイバーセキュリティ＞

- 革新的なAIチップ開発の促進
- ネット×リアルのハイブリッド人材、AI人材等の育成強化
- 世界中から優秀な人材を集める枠組みの検討
- サイバーセキュリティ対策の強化

## さらなる展開 ＜国際、ベンチャー、地域・中小企業＞

- 欧州、アジア等世界各国との協力強化
- 国際連携WGを通じたシステム輸出強化
- 国際標準化人材の質的・量的拡充
- 日本版ベンチャーエコシステムの実現
- 専門家育成や派遣による、地域・中小企業への支援強化

**日本の強みであるリアルデータを核に、支援を強化**

# 地域・中小企業へのさらなる展開

- 日本商工会議所、I V I、ロボット革命イニシアティブ協議会といった各民間団体や、よろず支援拠点や地方版IoT推進ラボ等と連携をし、カリキュラム等の共有を幅広く横断的に全国展開。
- 今後、中小製造業者の第四次産業革命への対応を支援していく拠点を目指す。

## 民間団体等



- 事業拠点としての申請や、実習先事業の紹介
- IoT活用専門委員会との連携
- 経営指導員（約**3400**名）の活用



- I V I 地方セミナーにより培った知見の共有



- ロボット革命イニシアティブ協議会によるスマートものづくり応援ツールの情報提供等



- 地域銀行(従業員約17万人)、信用金庫(従業員約11万人)等

## 専門家育成や派遣による支援

### スマートものづくり応援隊

- ・ 指導者の育成 (OB人材活用)
- ・ 中小製造業でのカイゼン活動
- ・ IoT・ロボット導入支援

※今後2年間で**40ヶ所**を目指す

### よろず支援拠点

- ・ ワンストップ相談窓口

- 経営コンサルティングに加え、ITやデザイン、知的財産などの専門家を配置  
※全国**40**拠点到設置されている



- 地域プロジェクト・企業等の実現・発展に資するメンター派遣等

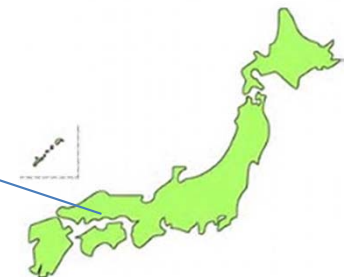
連携

連携

### 生産性・付加価値の向上

- ・ 工場や倉庫の全体の稼働状況を把握
- ・ 設備故障の予兆をつかみ対応
- ・ 人手不足への対応
- ・ 技能伝承の促進

等



# 【参考】地域・中小企業の「Connected Industries」実現のメリット

## 中小企業へのメリット つながって「現場力強化」

- IoT、ロボット等の導入によって、生産性を向上させたり、単純作業や重労働を省力化し、労務費を削減。テレワークともあいまって、若者、女性、高齢者が働きやすくなる。  
→ **人手不足解消、働き方改革**
- 人工知能等によって「匠の技」が見える化し、若い職員のスキル習得を支援。

### 事例1 旭鉄工

愛知県碧南市、自動車部品製造、従業員480名

- **カイゼン活動を加速するセンサーモニタリングシステム**を自社開発し、それを生産設備につなぐことによって、部品製造プロセスの問題点が見える化。生産性を短期で向上させ、労務費を大幅低減。
- **単純作業を極力デジタル化**し、カイゼン活動の工夫といった人にしかできない仕事に従業員が取り組むことで、「働き方改革」も実現。

#### 自社開発したモニタリングシステム

- ・低電力消費の無線技術により電気配線やLAN工事は不要。
- ・汎用のスマートフォン等で閲覧可能にすることで初期投資を抑制。



### 事例2 IBUKI

山形県河北町、金型メーカー、従業員45名

- 従来は匠にしかとらえられなかった、いわゆる「**金型の息づかい**」（樹脂の流れ、金型の動き等）をセンシングでデータ化・見える化し、「匠の技」の継承が可能に。
- 人工知能を活用して、**工場長のみが保持していた見積もり作成の知見や、特有の思考回路の見える化・システム化も実施**。
- **部品試作時に取得・分析したデータを出荷時に納入企業に提供することで、不具合発生前の予防保全・故障時の早期対処に役立てるサービスも実施中**。

→ **技能継承**

# 【参考】地域・中小企業の「Connected Industries」実現のメリット

## 中小企業へのメリット つながって「稼ぐ」

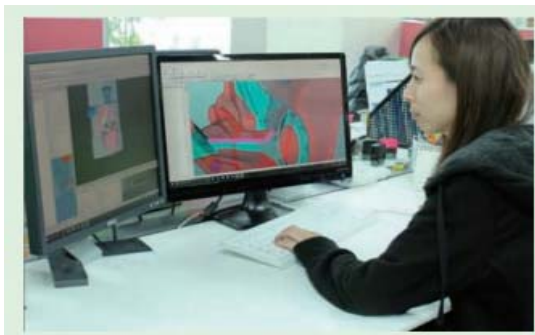
- 職人の技能や創造性をデータ化し、それを生産設備につなぐことで、多品種・単品・短納期加工を実現。新規顧客を獲得。  
→ **利益の拡大**
- 複数の中小企業の生産管理データを顧客とつなぐことで、稼働率の低い設備や労働力を互いに融通。  
→ **新たなビジネスの創出、販路の拡大**

### 事例3 HILLTOP

京都府京都市、金型ファブレスメーカー、従業員23名

- 職人の技能や創造性をデータ化し、それを稼働を最大化した（完全自動化・24時間無人稼働）生産設備につなぐことで、多品種・単品・短納期加工を実現。
- かつては下請けの町工場だったが、今やカリフォルニアにも進出し、2年で300社の顧客を獲得。

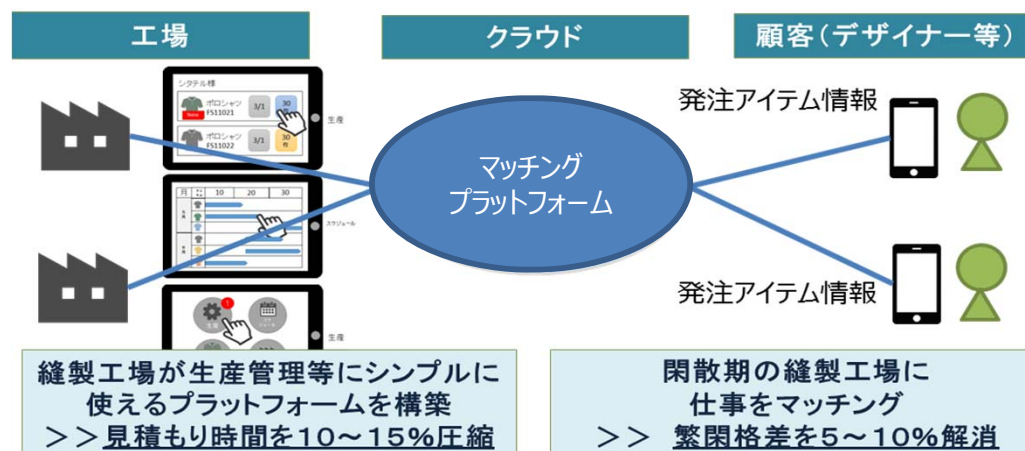
・日中は、図面を見ながら、デザインやプログラミングといった、クリエイティブな業務に専念。  
・それにしただって、夜のうちに機械がデータ通りの加工を行い、朝には加工品が出来上がっている。



### 事例4 シタテル

熊本県熊本市、衣服生産プラットフォーム、従業員10名

地方に点在する100余りの縫製工場の生産管理データ（工場の余剰能力）を、顧客（都市部のデザイナー）とつなぐことで、稼働率を高め、少量・短納期での生産を実現。



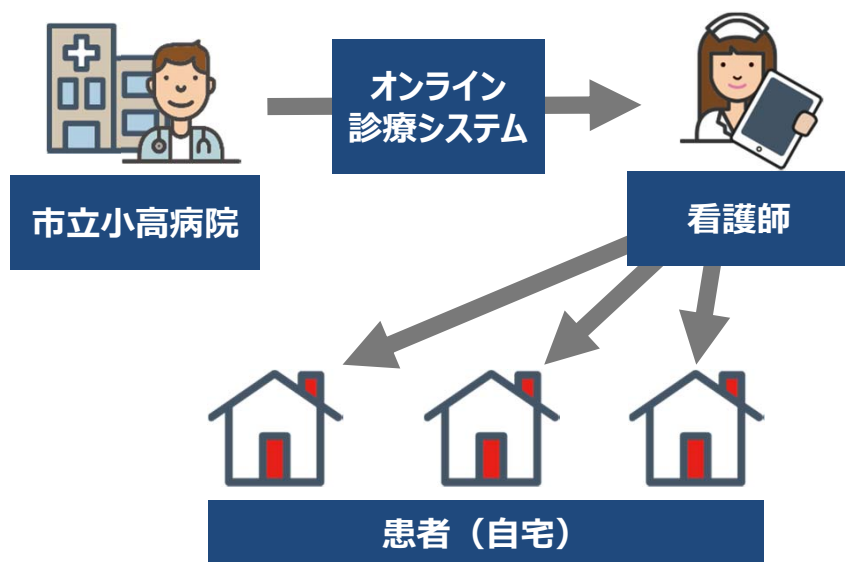


# 【参考】地域・中小企業の「Connected Industries」実現のメリット

## 国民生活へのメリット つながって「社会課題解決」

- 遠隔地でも診療を受けることが可能に。健康・医療データを統合し、個々人に応じた予防や治療が可能に。  
→ **社会課題解決（健康長寿、生涯活躍）**
- 過疎地での高齢者の移動、遠隔地への荷物配送が可能に。歳をとってもクルマを安全に運転。将来的には、運転できない人も自動運転で目的地へ。  
→ **社会課題解決（安全運転・移動支援）**

### 事例5 本年5月から福島県南相馬市でオンライン診療を実施中



医師が患者宅に出向く訪問診療よりも効率的  
より多くの患者を診察可能

### 事例6 全国各地で実証実験を展開中

**自動運転** 福井県永平寺町、石川県輪島市（写真右上）、  
沖縄県北谷町、茨城県日立市（写真右下）  
**ドローンによる荷物配送** 福島県浜通り（写真左）



## 第四次産業革命に挑戦する中堅・中小製造企業への支援施策

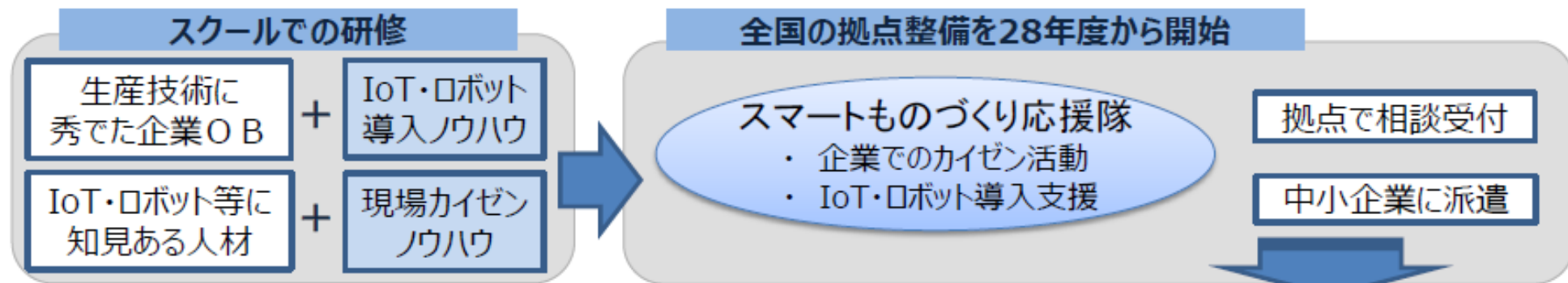
平成29年10月  
経済産業省

- ① 何ができるのか、どんな効果があるのか知りたい
  - 先進事例集、IoT自己診断／費用対効果算定ツール P 1
  - プラスITセミナー P 3
- ② 何をすればいいか相談したい
  - スマートものづくり応援隊 P 4
- ③ 手軽に低コストで使えるツールを知りたい
  - スマートものづくり応援ツール P 9
- ④ IoT等を活用した新しいビジネスモデルを実際に試してみたい
  - スマート工場実証事業 P 1 7
- ⑤ IoT等への投資を資金面で支援してほしい
  - 日本政策金融公庫の「IoT財投」 P 2 2
  - 省エネ補助金 P 2 3
  - 新連携支援事業、サポイン事業 P 2 5
  - 第4次産業革命スキル習得講座認定制度（仮称） P 2 6
- ⑥ IoT等の活用に取り組む企業とネットワークを作りたい
  - 「IoT革命にシティブ」協議会「中堅中小企業アクショングループ」 P 2 7
  - IoT推進ラボ・地方版IoT推進ラボ P 2 9

## 2 何をすればいいか相談したい

### スマートものづくり応援隊

- ▶ 中小企業にとっては、**IoT・ロボットなど技術の説明よりも、自社の課題の解決に関心。**業務をどう改善するか、その際、技術をどう活用すればよいか、アドバイスが欲しい。
- ▶ このため、中小製造業が相談できる「**スマートものづくり応援隊**」の整備を平成28年度から開始。（29年度採択結果：**全国25拠点に整備**）
- ▶ **「伴走型」で中小企業に専門人材を派遣し、中小企業の課題に応じた改善策や技術をアドバイス。**派遣する人材は、研修によりクオリティを確保。



### 先行例：カイゼン×ロボットによる生産性向上の例

#### 北九州産業学術推進機構 (FAIS)



- ◆ 「生産技術」と「ロボット技術」に通じたコーディネータ2名が連携して中小企業の生産性向上（カイゼン 活動+ロボ導入）
- ◆ FAISでは、備えられたロボットを実際に動かして生産の効率化を実験できる。ロボット・IoTは「手の届かない高度なツール」との苦手意識を変え、**中小企業の身の丈に合った活用を推進。**

【問合せ先】 経済産業省製造産業局総務課  
TEL：03-3501-1689 Mail：[kaizen@meti.go.jp](mailto:kaizen@meti.go.jp)

- リードタイムの短縮
- ・ 仕掛在庫の極小化
  - ・ 作業動線の短縮
  - ・ 多能工化の推進
  - ・ 作業の合理化
  - ・ 製造指示の作成 等
- 下請け生産からの脱却
- 企業OBの海外流出防止
- 身の丈に合ったロボット・IoT活用促進



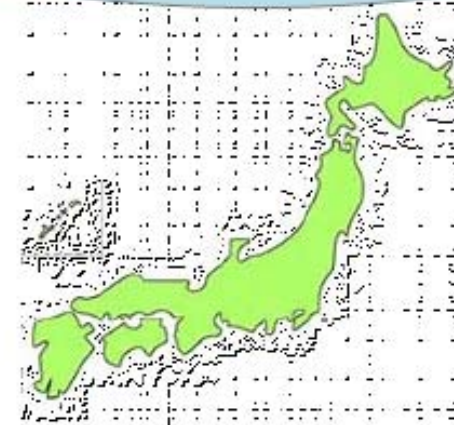
## 平成29年度 スマートものづくり応援隊活動拠点一覧

- ・山形大学
- ・足利商工会議所
- ・(公財) 群馬県産業支援機構
- ・(公財) さいたま市産業創造財団
- ・(一社) 日本電子回路工業会
- ・(公財) 横浜企業経営支援財団
- ・(特非) 長岡産業活性化協会 N A Z E
- ・(公財) ふくい産業支援センター
- ・(特非) 諏訪圏ものづくり推進機構
- ・(公財) ソフトピアジャパン
- ・(公財) 静岡県産業振興財団
- ・愛知県幸田町
- ・名古屋商工会議所
- ・(公財) 三重県産業支援センター
- ・(公財) 滋賀県産業支援プラザ
- ・大阪商工会議所
- ・大阪府産業支援型NPO協議会
- ・(公財) わかやま産業振興財団
- ・(公財) 新産業創造研究機構
- ・(公財) ひろしま産業振興機構

- ・(公財) 北九州産業学術推進機構
- ・佐賀商工会議所
- ・(公財) 大分県産業創造機構
- ・(公財) くまもと産業支援財団
- ・(公財) ながさき地域政策研究所

### 生産性・付加価値の向上

- ・工場や倉庫の全体の稼働状況を把握
  - ・設備故障の予兆をつかみ対応
  - ・人手不足への対応
  - ・技能伝承の促進
- 等





### 3 手軽に低コストで使えるツールを知りたい

#### スマートものづくり応援ツール

- “IoTは、経営や生産現場の課題を解消するためのツールだが、「高度で手の届かないツール」との認識は不要。それぞれの企業の身の丈に合った活用方法がある”（ロボット革命イニシアティブ協議会（RRI）中堅・中小企業サブ幹事会）
- 中堅・中小製造業がより簡単に、低コストで使える業務アプリケーションやセンサーモジュール等のツールについて、第1回募集ではユースケースをテーマに収集。
- 第2回募集では、機能領域ごとのツールと一連の仕組みとしてのレシピを募集
- 中小製造企業の経営者の目線にて審査委員会を実施した上で公表。

#### 【第1回募集テーマ：7つのユースケース】

1. 生産現場における課題を解決するためのツール
2. 工場や企業の間で情報連携をする際の課題を解決するためのツール
3. 事務における課題を解決するためのツール
4. グローバル化に伴い、海外で展開するために役に立つツール
5. 自社製品をIoT化するためのツール
6. データの活用全般に関わるツール
7. 人材育成の観点で活用できるツール

⇒第1回募集の結果、**106件**を「スマートものづくり応援ツール」としてロボット革命イニシアティブ協議会HP上で公表。  
(<http://www.jmfrri.gr.jp/info/314/>)

⇒審査委員たる、中小製造企業の経営者より、ツールに対する評価コメントも掲載

【問合せ先】ロボット革命イニシアティブ協議会事務局  
TEL：03-3434-6571 Mail：[jimukyoku@jmfrri.gr.jp](mailto:jimukyoku@jmfrri.gr.jp)  
<https://www.jmfrri.gr.jp/>



# 第1回募集ツール（例②） 写真データを活用した在庫管理

## 【写真de在庫管理 …（株）サンクレエ】

○従来、個数の手書きやエクセルへの転記入力等で行っていた在庫管理を、スマートフォンなどで**手軽に、短時間で行うことができる**ツール。企業間で**在庫情報の共有も可能**。

○**バーコードやRFID、各種機器等の中小企業にとっては大掛かりな投資は不要となり**、身近なスマートフォンを用いて5,000円/月～、購入したその日から利用できる。また、クラウドを介して、グループ企業や協力企業の間で共有することで在庫管理に係るトラブルを減らしサプライチェーン全体の生産効率化にも寄与するものである。

○入庫時には製品の画像とともに、カテゴリ、数量を入力、出庫処理や在庫確認時はカテゴリによる検索の他、写真撮影と画像検索による絞込みが可能。

### 活用イメージ（食品製造業の例）

#### 【ログイン画面】



#### 【入庫処理画面】



#### 【在庫確認画面】



賞味期限などのトリガーに応じてアラーム発信も

【問合せ先】 ロボット革命イニシアティブ協議会事務局  
TEL : 03-3434-6571 Mail : [jimukyoku@jmfrii.gr.jp](mailto:jimukyoku@jmfrii.gr.jp)  
<https://www.jmfrii.gr.jp/>



# 4 IoT等を活用した新しいビジネスモデルを実際に試してみたい

## スマート工場実証事業

- ▶ 世界で多くの企業が、新しい「ユースケース」の確立を目指して、試行錯誤を続けている。「スマート工場実証事業」により、我が国製造企業の意欲的な取組みを支援。
- ▶ ①様々な機械・設備のデータを共有できるよう、データ伝達の共通フォーマットを作成。  
②現場情報を用いて、**中堅、中小企業も利用可能なデータ活用システムを開発**

平成28年度：5億円(14プロジェクト)

平成29年度：3億円(4プロジェクト)

(例)

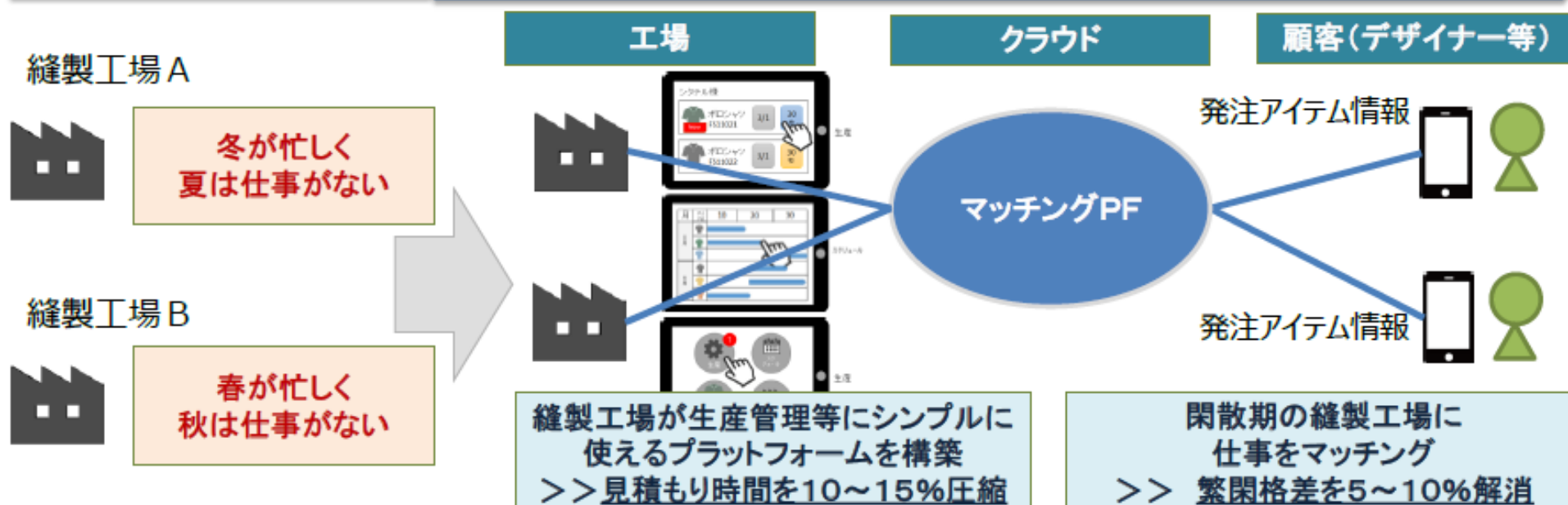
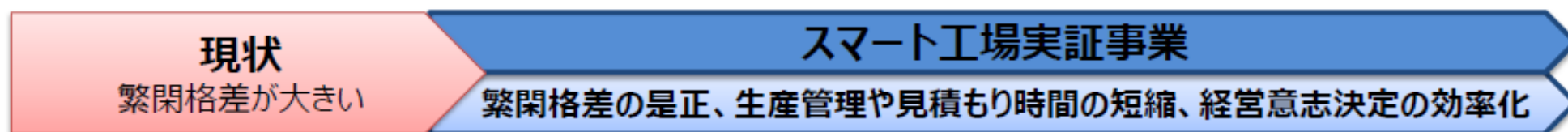
- 複数の航空機部品加工会社間をまたがる工程の統合管理を可能とするプラットフォーム
- ビッグデータ分析により、これまで熟練技能者の経験と勘で行ってきた不良品への対応をリアルタイムに検知・原因解明できるようにするシステム
- 国内外の複数社の工場の稼働状況を見える化し、予知保全、繁閑平準化等を可能とするシステム

【問合せ先】 経済産業省製造産業局総務課  
TEL：03-3501-1689 Mail：[kaizen@meti.go.jp](mailto:kaizen@meti.go.jp)



## スマート工場実証(例②)：シタテル

- シタテルは100を超える縫製工場と連携し、得意な素材、商品を把握。地方に点在する工場の余剰能力と都市部のデザイナーなどとマッチングし、少量・短納期での生産を実現。中小縫製工場の雇用と技術を守りつつ、発想を形にしたいデザイナーの要望に応える。
- アパレル製品の受発注・生産管理コストを削減し、縫製工場の繁閑格差の是正を可能とする、シームレスなデータ連携プラットフォームを開発。
- 多品種小ロット時代に適合したクラウド型生産の実現、プラットフォーム内のネットワーク拡張による衣服生産のシームレス化を目指す。



# IoT推進コンソーシアム

- IoT／ビッグデータ／人工知能時代に対応し、**企業・業種の枠を超えて産学官で利活用を促進**するため、民主導の組織として「IoT推進コンソーシアム」を設立。（平成27年10月23日（金）に設立。）
- 技術開発、利活用、政策課題の解決に向けた提言等を実施。現在、**3,200社（団体）以上**が会員。

**総会**

- 会長
- 副会長

**運営委員会（15名）**

**会長** 村井 純 慶應義塾大学 大学院 政策・メディア研究科委員長  
環境情報学部 教授

**副会長** 鵜浦 博夫 日本電信電話株式会社 代表取締役社長  
中西 宏明 株式会社日立製作所 取締役会長 代表執行役

**運営委員会メンバー** 委員長 村井 純 慶應義塾大学 大学院 政策・メディア研究科委員長  
環境情報学部 教授

大橋 豊 三菱電機株式会社 副社長	堂元 光 日本放送協会 副会長
越塚 登 東京大学大学院 教授	徳田 英幸 情報通信研究機構 理事長
小柴 満信 JSR株式会社 社長	野原 佐和子 イプシ・マーケティング研究所 社長
齊藤 裕 株式会社日立製作所 副社長	林 いづみ 弁護士
志賀 俊之 産業革新機構 会長(CEO)	程 近智 アクセンチュア株式会社 相談役
篠原 弘道 日本電信電話株式会社 副社長	松尾 豊 東京大学大学院 特任准教授
須藤 修 東京大学大学院 教授	森川 博之 東京大学大学院 教授

**技術開発WG**  
(スマートIoT推進フォーラム)

ネットワーク等のIoT関連技術の開発・実証、標準化等

**先進的モデル事業推進WG**  
(IoT推進ラボ)

先進的なモデル事業の創出、規制改革等の環境整備

**IoTセキュリティWG**

IoT機器のネットワーク接続に関するガイドラインの検討等

**データ流通促進WG**

データ流通のニーズの高い分野の課題検討等

**国際連携WG**

我が国が優位性を持つ分野等に関する海外展開戦略の検討





# IoT推進ラボ

- IoT推進ラボは、①**資金支援**、②**規制支援**（規制見直し、ルール形成）、③**企業連携支援**を通じて
  - 短期の個別企業による尖ったプロジェクトや
  - 中長期の社会実装を見据えた複数企業によるプロジェクト
 を支援していく。現在、**2,800社(団体)以上**が会員。



**IoT推進コンソーシアム**

総会の様子  
600社、760人が参加

運営委員会（15名）



## 支援内容

資金支援	規制関連支援	企業連携支援
IoT Lab Demonstration (テストベッド実証) →中長期の複数企業によるテーマ別プロジェクトの支援	IoT Lab Selection (IoTプロジェクト選考会議) →短期の個別企業による尖ったプロジェクトの支援	IoT Lab Connection (ビジネスマッチング) →企業・研究機関・自治体の <b>マッチングイベント</b> などの開催

<テーマ(案)>

製造分野 (※)	モビリティ	医療・健康	公共インフラ・建設	エネルギー	金融 (※※)	スマートハウス
農業	物流・流通	行政	産業保安	教育サービス	観光	

- 各IoTプロジェクトに対するアドバイス、**規制・制度に関する政府提言等**を行う



※ロボット革命イニシアティブ協議会と緊密に連携  
 ※※FinTech研究会と緊密に連携

## 株式会社フクル

### ～桐生発、日本の繊維産業の第4次産業革命を起こす～

#### <事業概要>

- IT/IoTを活用し、複数の企業の生地や副資材などの在庫データ、デザインパターン、縫製工場などをデータベース化。
- 顧客ターゲットを20～30代の女性とし、個別の顧客向けに衣服を生産する超多品種一点個別生産＝「オーダーメイド型マスカスタマイズ生産」を実現する。

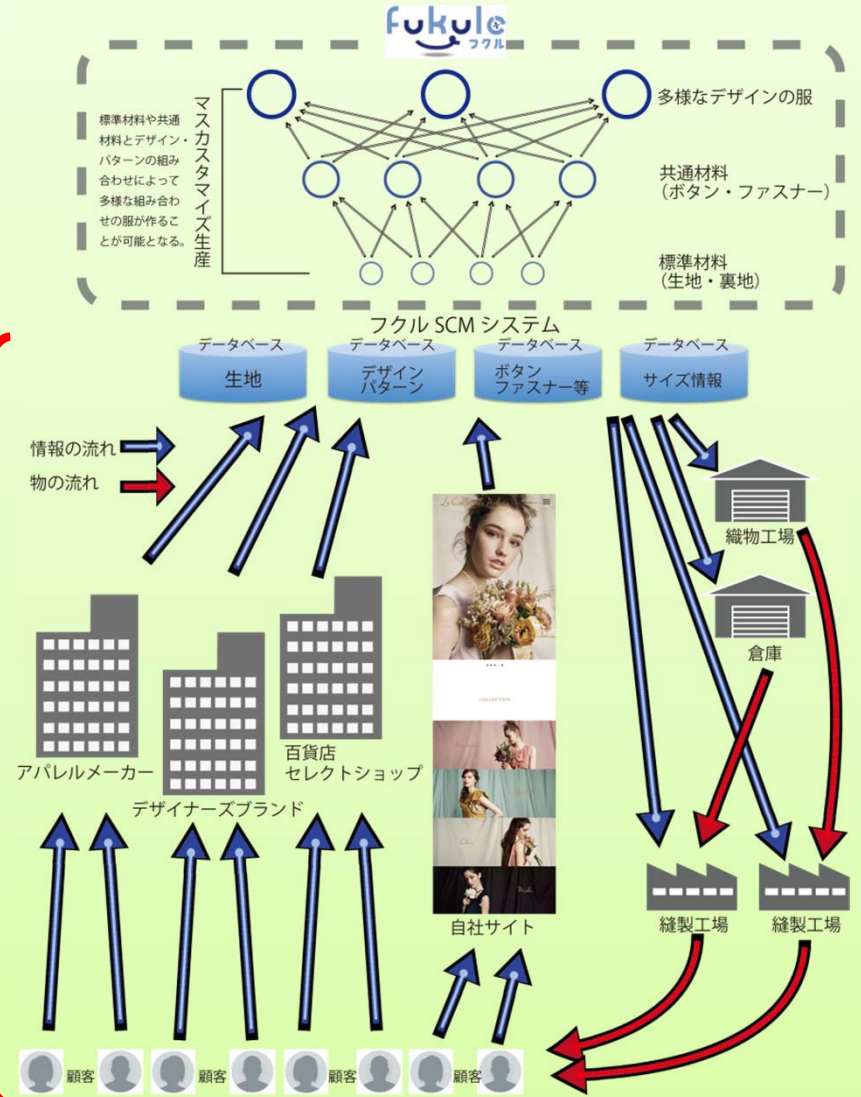
#### <IoT、AIを用いた課題解決>

- これまで分断されていたサプライチェーン内情報を、IoT、ビッグデータを活用するシステムで統合することで、膨大なカスタムオプションを選ぶことによる「世界で1着だけ」の服をオンデマンドで購入することが可能になる。
- 一方、マスカスタマイズ生産に必要となる①顧客が膨大なカスタムオプションを選ぶ手間②製造者が部材管理・製造/物流・顧客とのCRMなどに必要となるコスト、について、IoT、AIを用いて解決していく。

#### <プロジェクトの強み>

- 「品質・技術」・・・パリコレで経験した「芸術的デザインと高品質パターンのもので作り」を生かし、顧客毎に提案するアパレル製品を、世界品質の視点で提供。
- 「生産管理システム」・・・マスカスタマイズ生産に必要な「一点丸縫い生産」ができる縫製工場をシステム管理。今後、各地の繊維産地とのネットワークを目指す。

フクルSCMシステムがあれば、多工程を必要とするアパレル製品のマスカスタマイズ生産において、フクルだけの材料管理・一点生産・配送運営を可能とする



# 中堅・中小企業等イノベーション創出支援プログラム（飛躍 Next Enterprise）

安倍総理がシリコンバレー訪問時に掲げたプロジェクトを具現化するため、以下のプログラムを実施する。シリコンバレーと日本の企業・起業家・投資家の交流を促進し、我が国企業がグローバルに通用するイノベーションを持続的に創造する仕組みを形成する。

## 企業

高い技術力を持つ中小・中堅・ベンチャー企業（大企業技術のスピノフを含む）が、ノウハウやチャネル等の不足によって、十分に世界展開出来ていない。



## 企業の架け橋プログラム

ロボット、バイオ、医療等我国が技術的優位性を有する分野において、グローバルな事業展開を指向する中小・中堅・ベンチャー企業を公募・選定し、シリコンバレーに派遣。

（5年で200社を派遣予定）

### 【シリコンバレー派遣】



進化を続けるイノベーションの最先端都市を起点にアメリカ展開を加速する

### 【オースティン派遣】



全米最大級のビジネスイベントSXSW「Trade Show」を通じて現地からのフィードバックを獲得し、海外展開の足掛かりにする

### 【イスラエル派遣】



イスラエル政府のプログラム、YLPを活用して“スタートアップネイション”のエコシステムを体感し、イノベーション創出のノウハウを獲得する

### 【シンガポール派遣】



政府主導による規制緩和や手厚いスタートアップ支援を活用して、シンガポールを起点にアジア展開を加速させる

### 【ヘルシンキ・ベルリン派遣】



スタートアップイベント「SLUSH」出展と「Disrupt Berlin」視察を通じて現地からのフィードバックを獲得し、海外展開の足掛かりにする

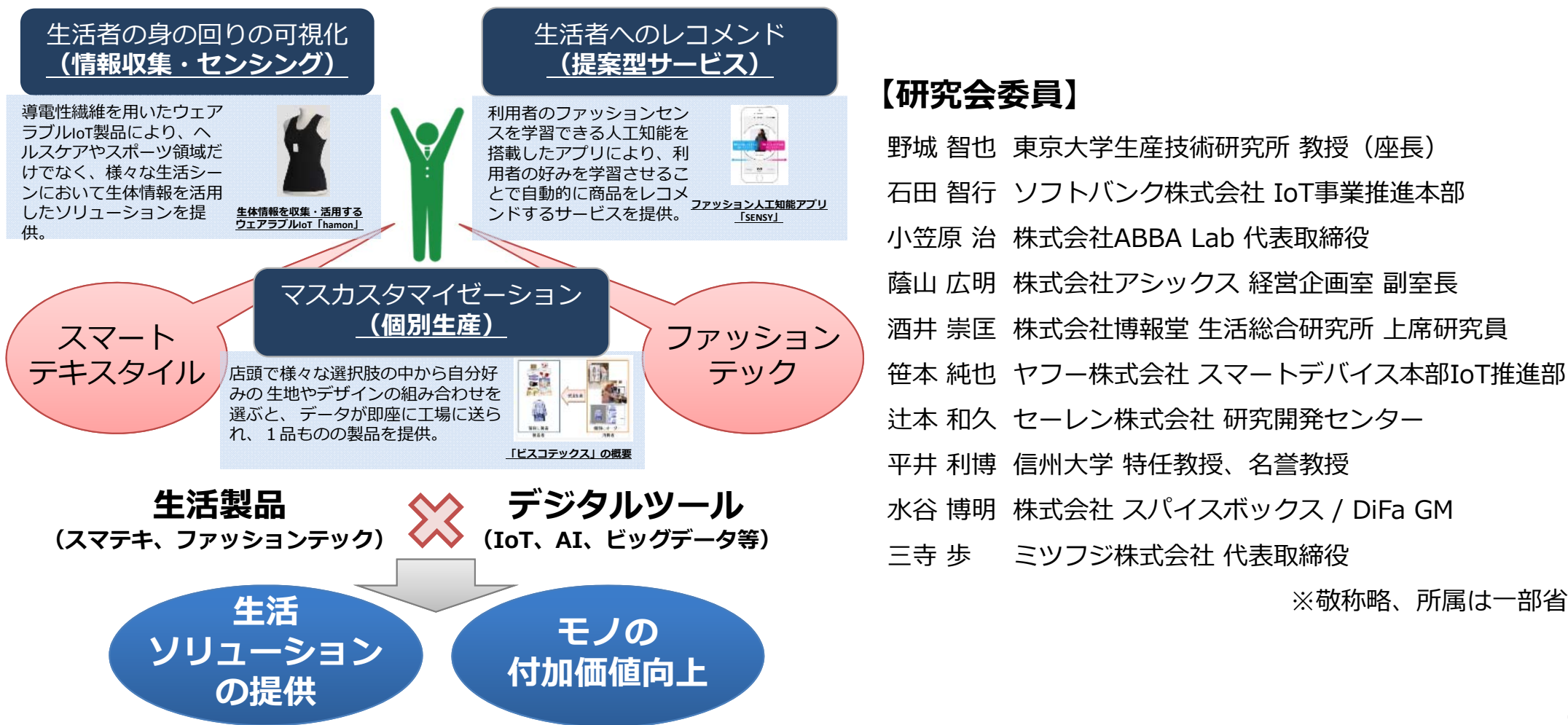


ニューヨーク	Kay me 株式会社	Kay me 株式会社は、はたらく女性のための日本製仕事服ブランドを展開しています。当社はひとりの経営コンサルタントにより2011年7月に東京銀座で創業しました。また、日本のアルチザン技術と呉服からインスパイアされたデザインで世界でもユニークなエグゼクティブ女性のための「一瞬で華やか ずっとラク」な仕事服をインターナショナルオンラインサイトを運営し、国内5店舗などで提供しています。
ニューヨーク	ライフスタイルアクセント株式会社	ライフスタイルアクセント株式会社は、日本初のアパレル工場直結ファッションブランド「ファクトリエ」を展開しています。全国500以上のアパレル工場に山田代表自ら訪問し、世界で戦える高い技術や誇りを持っていると判断した工場のみと直接提携。職人の技術とこだわりが詰まった、語れるものをつくっています。国産比率が3%まで減少したメイドインジャパンを復活させるため「工場と消費者」を適正価格でつないでいます。
シリコンバレー	エーアイシルク株式会社	エーアイシルク株式会社は、電気を伝えるシルク(絹)電極の製造販売を行います。既存の生体用電極と比較し、肌触りがよく、長時間身に付けても肌荒れやストレスを感じません。既存商品と比較し、導電効率が高いため、汗をかいたり、動いたりしても問題なく生体情報を取得することができます。ヘルスケアからスポーツ、介護、自動車、宇宙、アパレルまで、幅広い範囲への応用を目指します。

シリコンバレー	株式会社ウィファブリック	株式会社ウィファブリックは、法人間で在庫を売買する繊維・ファッション業界のフリマサイト・SMASELL(スマセル)を運営しております。SMASELL(スマセル)は在庫を処分したい企業と在庫を低価格で知りたい企業をオンライン上でグローバルにマッチングするプラットフォームです。
オースティン	エーアイシルク株式会社	エーアイシルク株式会社は、電気を伝えるシルク(絹)電極の製造販売を行います。既存の生体用電極と比較し、肌触りがよく、長時間身に付けても肌荒れやストレスを感じません。既存商品と比較し、導電効率が高いため、汗をかいたり、動いたりしても問題なく生体情報を取得することができます。ヘルスケアからスポーツ、介護、自動車、宇宙、アパレルまで、幅広い範囲への応用を目指します。
イスラエル	日本環境設計株式会社	日本環境設計株式会社は、消費者から使用済み製品を回収し、革新的技術でリサイクルした原料を使用して、新たな製品を製造・販売します。使用済み製品の回収から、輸送、再生材の製造(リサイクル)、そして再生材を使用した製品の製造、流通、販売、再生材を使用した製品のブランディングとマーケティングに至るまで、製品のサプライチェーンをパートナーと共に構築しオペレーションを実施します。

# 生活製品におけるIoT等のデジタルツールの活用による生活の質の向上に関する研究会

- 第4次産業革命によりデジタル化が進む中、IoTやAI、ビッグデータ等の新たな技術やデータを活用することにより、新たな付加価値を創出していくことが重要。
- 本研究会は、生活製品産業におけるIoT等のデジタルツールの活用を通じた、新たなソリューションを生み出すための課題や方向性について検討を行うことを目的とする。



## 【研究会委員】

- 野城 智也 東京大学生産技術研究所 教授 (座長)
- 石田 智行 ソフトバンク株式会社 IoT事業推進本部
- 小笠原 治 株式会社ABBA Lab 代表取締役
- 蔭山 広明 株式会社アシックス 経営企画室 副室長
- 酒井 崇匡 株式会社博報堂 生活総合研究所 上席研究員
- 笹本 純也 ヤフー株式会社 スマートデバイス本部IoT推進部
- 辻本 和久 セーレン株式会社 研究開発センター
- 平井 利博 信州大学 特任教授、名誉教授
- 水谷 博明 株式会社 スパイスボックス / DiFa GM
- 三寺 歩 ミツフジ株式会社 代表取締役

※敬称略、所属は一部省略

# 生活製品におけるIoT等デジタルツール活用の流れ

- 生活製品においても、例えばバリューチェーンの観点で見ると、商品企画・生産・流通・販売、そして消費者による商品使用でもIoT等が使われ始めている。

## 商品企画

株式会社 ミリメーターは、足を3Dスキャンしそのデータを基に3Dプリンタで足型を作成する、フルオーダーメイドのポンプスの販売。



「足の3D計測」によるオーダーメイドポンプス

Bluetoothを利用した荷物のトラッキング機能「TrackR」を有する。スマートフォンとの連携により一定距離以上に離れた際に通知したり、他のTrackRユーザーが近くを通るとBluetooth範囲外であっても荷物の位置がスマートフォンに通知される。



マックスパス スマート (スマートラゲージ)

## 消費（商品使用等）

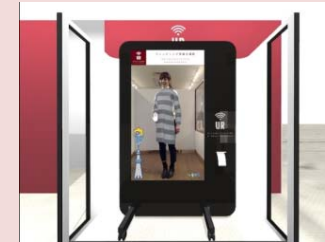
## 生産

ネットを使った縫製工場のマッチングサービスを運営するシタテルは、縫製工場に特別なセンサーを設置して、工場の稼働率をマシン単位でデータ化する仕組みを開発。



ICTによるアパレル生産システム

アーバンリサーチは、3D技術を駆使したバーチャルフィッティング端末を設置。端末に搭載されたカメラが体型を正確に読み取り、体のラインに合わせてバーチャル上で試着ができる。

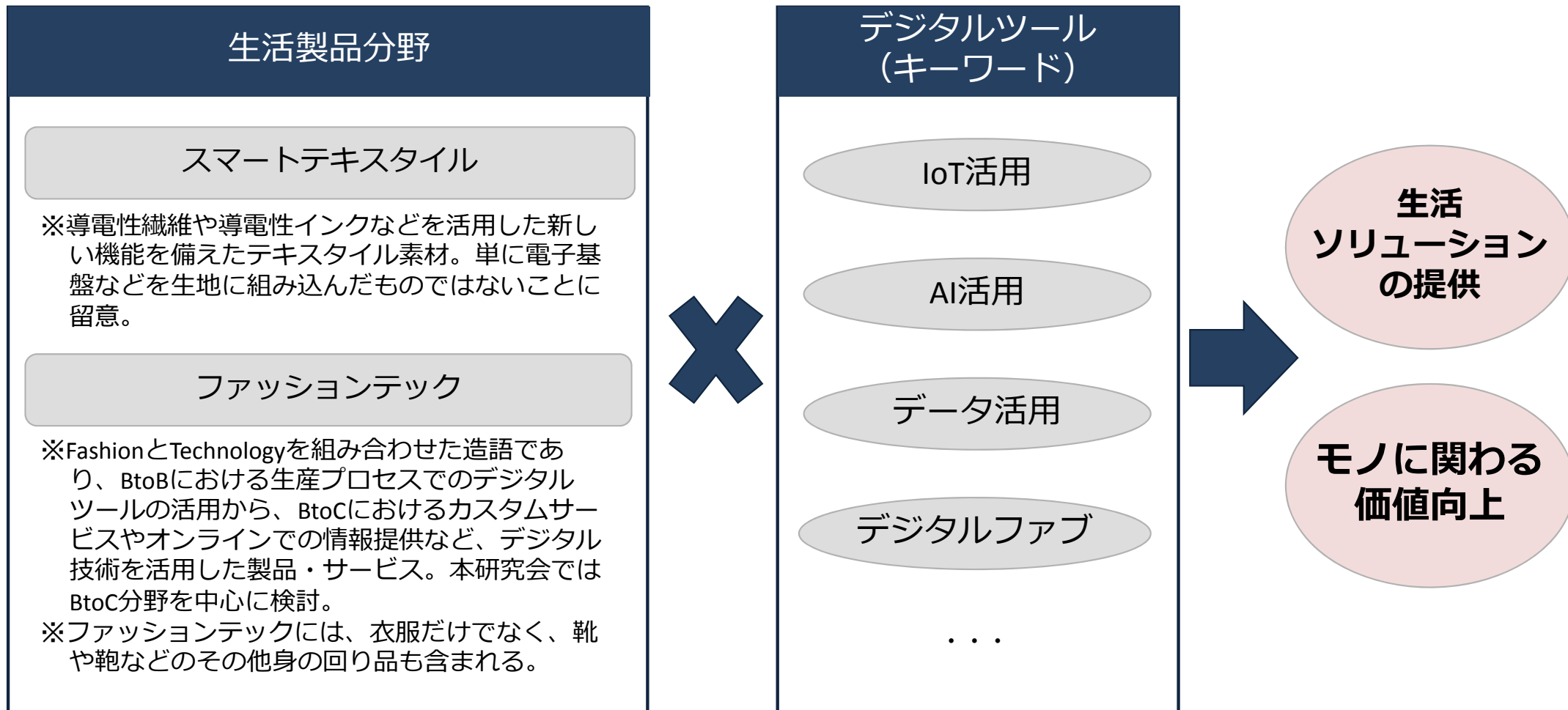


バーチャルフィッティング

## 流通・販売

# 本研究会での検討の対象範囲について

- 本研究会では、「スマートテキスタイル」、「ファッションテック」を主たる対象として検討。





# スマートテキスタイル

- 着るだけで生体情報の連続測定を可能にするなど、スマートテキスタイルが注目。大学や異分野業種との連携を図り、多様なニーズに対して各社開発を進めているところ。
- ウェアラブルデバイスの世界市場において、2017年の靴・衣類型デバイスの出荷台数は2800万台であり、2021年には1億1600万台となることが見込まれている。（年間平均成長率約43%）※

※ IDCJapan「2021年までのウェアラブルデバイスの世界・国内出荷台数予測を公表」（2017/9/28）

## 企業の取り組み例

企業名	製品名	技術	用途例
エーアイシルク	エーアイシルク	・シルクに導電性高分子をコーティング	・生体センサー等
クラブウ、信州大学他	Smartfit 熱中症管理システム	・心拍センサー等を備え付けた衣料 ・個人の生体情報から集団の状態を推測する「人センサ集団システム」	・作業員の熱中症対策
グンゼ、日産自動車、NEC、信州大学他	美姿勢チェック 筋電WEAR	・軽導電性繊維を使用したニット素材	・姿勢、消費カロリー等の計測、筋電情報の取得（フィットネスクラブと連携）
Xenoma	e-skin	・ウェアの上に伸縮する電子回路を形成し、動きを認識	・ゲーム、スポーツ、健康管理、見守り等
帝人	圧電組紐	・圧電体を組紐状にしたウェアラブルセンサー	・一般産業用センサー、生体センサー、スポーツアパレル用途
東洋紡	COCOMI	・導電材料を使ったフィルム状の機能性素材	・競走馬用心拍数測定用腹帯カバー、長距離ドライバー向け眠気検知システム
東レ、NTT	hitoe	・導電性高分子をナノファイバーニットに含浸	・作業員見守りサービス、ドライバー向け眠気検知、飛行機内赤ちゃんモニタリング
ミツフジ	hamon	・同社製の銀メッキ繊維「AGposs」をセンサに使用	・介護施設入所者、建設現場作業員の見守り



# 事例：ウェアラブルIoT「hamon」（ミツフジ株式会社）

- 繊維に銀メッキをした導電性繊維「AGposs」を電極として使用した着衣型ウェアラブルデバイス。導電性繊維からウェア、トランスミッタ、システムまですべて同社で開発。
  - スポーツ選手のモーション測定や、建設現場の作業員の健康管理、介護・福祉、医療分野での見守り等を想定した実証実験を実施。
  - また、フランスのベンチャー企業と「てんかん発作を予測するシャツ」を共同開発し、欧州で医療機器認証を取得済み。フランスやドイツ、ベルギーなどの約30の医療機関で利用開始。
- 心電・心拍、呼吸数、加速度（体の傾き、動き）等が測定可能。
  - ウェアには伸縮性導電性繊維及びホールガーメントウェアを使用。身体密着性が高いため、ノイズが少なく、測定精度が高いことが特徴。
  - 繊維からクラウドシステムまで、全て同社がワンストップで開発。

## 【展開】

- ゼネコンや介護施設等と連携し実証実験を進めるとともに、低価格使い捨てウェア等、ニーズに応じたウェアの開発を進める。
- 導電性繊維とウェアの量産体制の整備を目的として、2018年4月、京都府南丹市に、2018年7月、福島県川俣町に自社工場を竣工する予定。
- 日本医療研究開発機構（AMED）「平成29年度先端計測分析技術・機器開発プログラム」に採択。シャツ型心拍センサーにより「てんかん発作」を予測する技術の開発を目指す。



「hamon」ウェア



伸縮性導電性繊維

# (参考) ファッションテック

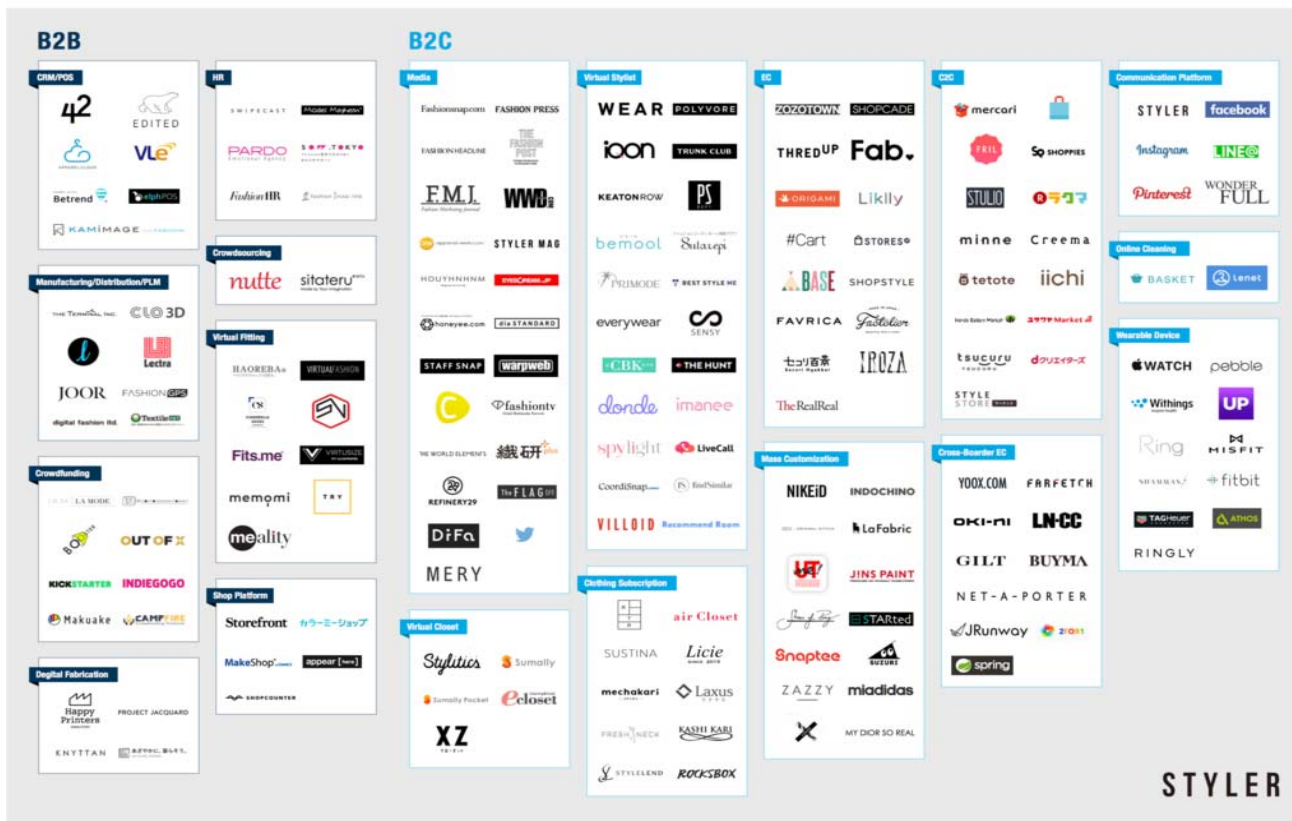
- ▶ 近年、テクノロジーを活用してファッション市場の拡大を目指した商品やサービス、システムが生まれている。
- ▶ こうした商品・サービス・システムは、「ファッションテック」と呼ばれ、この活用により、ファッションへの新たな付加価値提供、販路拡大や機会ロスの削減、さらには製造プロセスを含めた新たなサプライチェーンの構築につながっている。
- ▶ 2017年4月には、国内ファッション産業をICTや最新のデジタルテクノロジーを活用して変えていく人材を育成する目的で、Tokyo Fashion Technology Labが原宿に開校した。



業界内の先進的事業者によるファッションテック関連イベント = FASHION TECH "Conference" 2017

## 世界のファッションテック マップ

### FASHION TECH MAP Nov, 2015



出典：スタイラー株式会社「FASHION TECH MAP」  
<http://stylermag.link/2015/11/26/fashiontechmap-381/>

## ファッションテックの一例

■ Project "Jacquard" / Google  
 スマートフォンと連携する、スマートジャケット。Googleの先端技術開発チームATAPと日本のテキスタイル企業が開発した繊維センサーを、Levi'sのジャケットの袖に埋め込み、袖をスワイプやタップすることでスマートフォンを操作できる。

■ SENSY  
 個人の服の好みを覚え、膨大なデータからその人の好みに合う服を提案してくれる対話型AIアプリ。ディープラーニングの技術を取り入れ、写真から服の形、色、柄などの特徴を捉え、付随するテキスト情報から利用者が好む傾向を見つけ出すことが可能。

■ Flicfit  
 ipad専用アプリで動作する機器に足を乗せることで、赤外線センサーにより足と靴の形を読み取り、3Dデータとして分析、ためし履きをしなくとも、自分の足に合う靴を購入することができる。両足を10秒で計測可能で、靴売り場での接客時間短縮、接客クオリティの向上を実現。

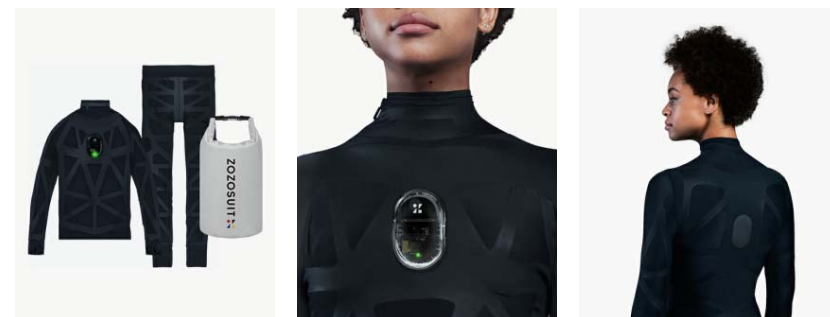
■ シタテル  
 100を超える縫製工場と連携し、得意な素材、商品を把握。工場の余剰能力とデザイナーをマッチングすることで、多品種小ロット時代に適合したクラウド型生産を実現。



## 参考事例：ZOZOSUIT（スタートトゥデイ）

- ZOZOSUIT（ゾゾスーツ）は、個人の身体の寸法を瞬時に採寸することのできる伸縮センサー内蔵の採寸ボディースーツ。上下セットで着用し、スマートフォンをかざすことで、採寸データから注文が可能となる。
- ZOZOSUITは無料で配布。2017年11月より予約注文を開始、順次発送予定。

- ニュージーランドのソフトセンサー開発企業「StretchSense Limited.」と共同開発した伸縮センサー内蔵のボディースーツを用い、トップスとボトムスのあらゆる箇所の寸法のデータを瞬時に計測。
- スマートフォンとBluetooth通信で接続することで、寸法データをZOZOTOWNアプリに保存が可能。計測した体型データを活用し、ファッションECの課題である「サイズの不安」を解消する。
- なお、ZOZOSUITで測定したデータは、プライベートブランド「ZOZO」での商品購入に活用される予定。



# 参考事例：Viscotecs（セーレン）

- セーレンは繊維加工技術にITを融合したデジタルプロダクションシステム「Viscotecs」を開発。同社の店舗では、等身大のモニターとタブレット端末を用いて、モニター上でバーチャルに試着しながら洋服のシルエット（型）、柄、色を個人の好みに合わせ、47万通りに及ぶ組み合わせの中から自分に合った一枚を発注することができる仕組みを構築。
- さらに、店舗のタブレット端末から生産工場に直結したシステムにより、すぐに発注、3週間ほどで自宅へ届く仕組みを構築。店舗は在庫を持つ必要がなく、顧客は「欲しいものを・欲しいときに・欲しいだけ」注文できる、マスカスタマイズ生産を実現する。

カメラで撮影した画像を  
等身大モニターに投影



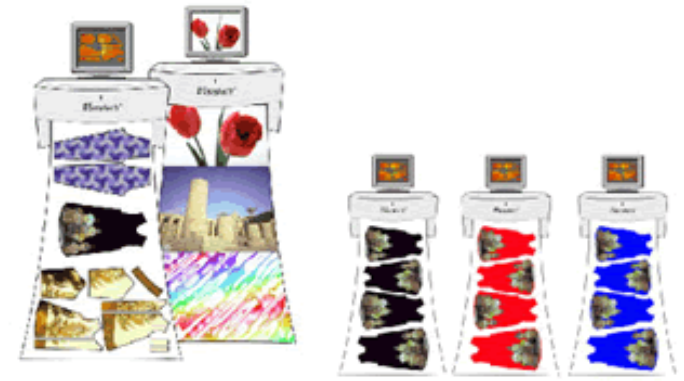
実店舗で試着し、好みの  
サイズやシルエットを選択

タブレット端末から柄や色  
を選択するとバーチャル試  
着ができる（タブレットと  
モニターに映る服と連動）



自分の好みの「型」「サイズ」  
「柄」「色」を選択して発注可能

## マスカスタマイズ生産



個別柄を必要な量だけ生産、  
多品種小ロットを個別に製造

# 参考事例：ねむりの相談所（東京西川）

- 西川産業は睡眠を科学的に解明し、個人の眠りに関する課題に対して総合的なコンサルティングサービスを行う「ねむりの相談所」を直営店、百貨店、寝具専門店などで展開。
- 活動量計により個人の睡眠環境を計測し、富士通と共同開発した睡眠環境解析サービスにより「寝つき」、「睡眠効率」、「睡眠の質」、「日中の活動度」、「睡眠時間」を分析。
- 眠りの改善に繋がるアドバイスや個人に最適な製品をレコメンドする等、寝具というモノの販売からデジタルツールを活用したサービス・ソリューションによる付加価値創出を進める。

## 店舗への来店

- コンサルティングシート、質問票への記入



- 希望した個人に対する活動量計の貸与



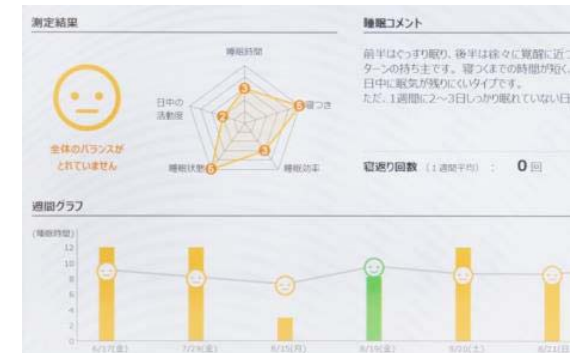
## 自宅での睡眠環境の計測

- コイン型の活動量計を1~2週間程度腰の部分に取り付けて生活するだけで、日中の「運動量」や睡眠時の「姿勢」「寝返り回数」「時間」などを計測



## 店舗での悩みや相談

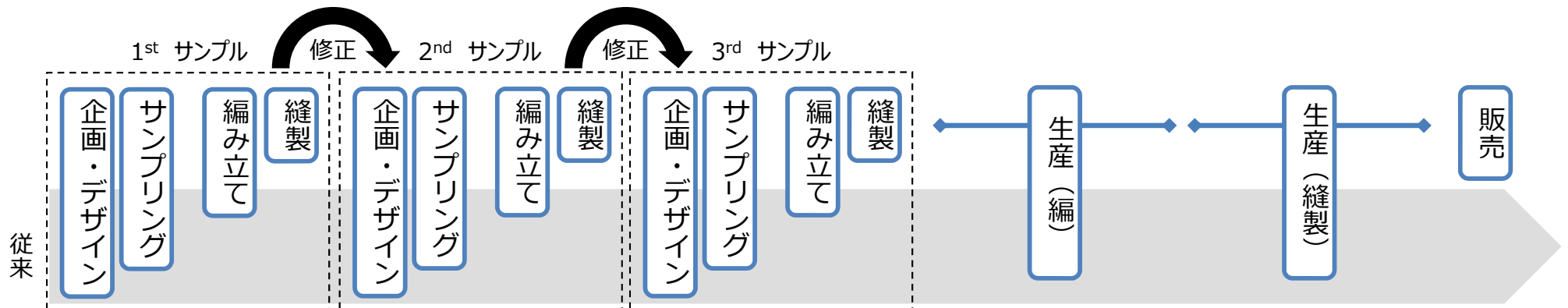
- 活動量計で計測した自宅での睡眠を可視化
- 店舗の専門家が視化結果を踏まえ、**一人一人に合わせた睡眠環境のアドバイスや個人に適した寝具等の提案を実施**



西川産業HPより作成

# 参考事例：島精機製作所

- ニット製造機械メーカーの島精機は、ニットデザインシステム（APEX-3）と無縫製編み機（ホールガーメント）を連携し、客先におけるデザイン提案、バーチャルサンプリング、編みパターンの作成から1点毎の製品の生産まで、シームレスに実現。無駄を省いたマスクスタミズ生産を実現することにより、ニットメーカーの生産性、競争力向上に寄与。



デザインシステムと編み機の連携

## ニットデザインシステム（APEX-3）による3Dバーチャルシミュレーション

- ✓糸作成とループシミュレーション
- ✓パターンメイキング・グレーディング
- ✓3Dフィッティングシミュレーション
- ✓リアルタイム3Dビュー
- ✓3Dバーチャルサンプル

→ 素材から3Dシミュレーションをすることで、無駄なサンプル生産をなくす  
 → ニットのサプライチェーン全体を統合するシステム





# 参考事例：JUKI株式会社

- 縫製工場向けIoTミシンを2016年に発表。ミシンの送り機構などをデジタル制御することにより、素材にあわせた最適な縫製を職人技術から顕在知として、制御の再現性の確保を可能にした。
- 更に、デジタル制御データをネットワークに繋げることで、本社縫製データを世界中の工場の全ての工程で共有でき、例えばサンプル縫製データを量産データに再現することによる品質確保・高効率化に寄与。

## DDL-9000Cの特長

### ○デジタル制御機能

- ① 送り制御のデジタル化（上下・水平）
- ② 上糸張力のデジタル化
- ③ 押え圧調整のデジタル化



ミシン制御の**再現性**の確保

### ○縫製データ管理と共有化



## 縫製工場のスマート化ステップ



スマートファクトリー化  
高度な情報処理能力と  
管理・制御機能を持つ工場

2ndステップ

双方向通信による  
縫製設備の自動制御

1stステップ

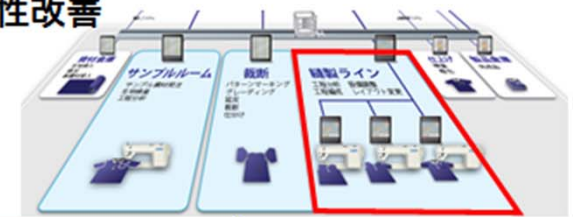
設備データの見える化  
データ解析による生産性改善

現状(少数派):

人の作業実績の見える化

現状(多数派):

手作業による集計 or データなし



ミシンがネットワーク化され、システムと連動することで、

- 縫製データ（稼働情報・素材情報）のトレーサビリティ、
- 予防保全、設備管理などの保全、
- オペレータヘルプ機能 などが可能となる



# 中小企業支援

# よろず支援拠点

## 背景

- ✓ 複数の支援機関が存在することで、中小企業・小規模事業者からは、どこに相談すればいいのか分からないという声が多い。
- ✓ そこに行けば適切な相談機関につなげる、売上拡大など高度な経営相談に対応できる相談機関が必要。

## 「よろず支援拠点」を設置(平成26年6月～)

1. 中小企業・小規模事業者に対し、一步踏み込んだ専門的な助言を行うワンストップ相談窓口。  
(各都道府県の中小企業支援センター等に設置)

### 【具体的事業】

- ①どこに相談すべきかわからない事業者が電話や訪問で気軽に相談できる窓口
- ②売上拡大等のための解決策を提案  
(新商品のアイデア、パッケージなどの新デザイン、インターネット販売立ち上げなど)
- ③経営改善策を提案し、行動に移すための専門家チームを編成して派遣  
(企業OB、弁護士など)

2. 中小企業庁と各都道府県で選んだ5～10名の専門家を配置。専門分野は経営コンサルティングに加え、ITやデザイン、知的財産など。

# 中小企業支援ポータルサイト

公的機関の支援情報・支援施策（補助金・助成金など）の情報提供や、経営の悩みに対する先輩経営者や専門家との情報交換の場を提供する、中小企業・小規模事業者の未来を支援するサイト。



- ★ 補助金に関する検索・申請ならミラサポ！電子申請もできます！
- ★ 補助金や支援施策のポイントがよくわかる巻頭特集！
- ★ 経営課題に応える専門家を年3回まで無料派遣！
- ★ 全国の事業者・専門家などが参加するミラサポコミュニティで交流できる！
- ★ ビジネス創造のヒントや便利なITツールも満載！
- ★ メルマガ登録で、行政の動きや補助金情報をいち早く受け取れます！



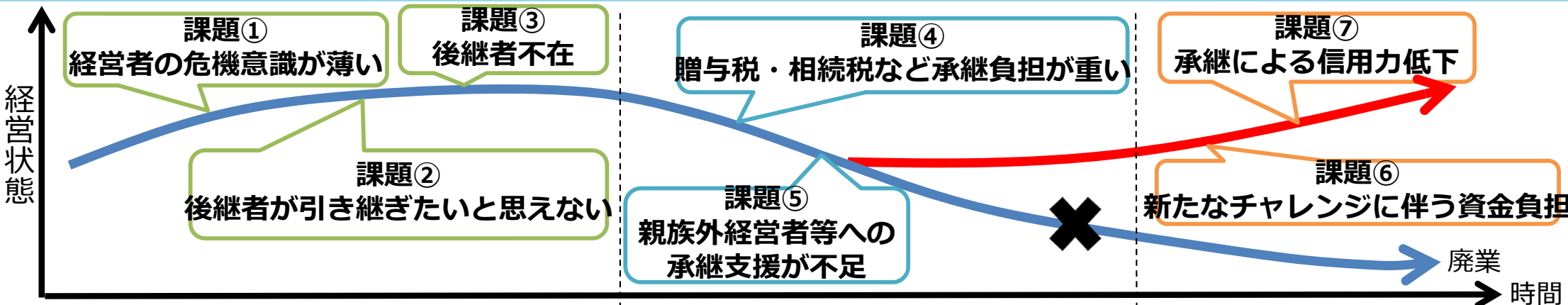
ミラサポは、中小企業庁委託事業として  
中小企業・小規模事業者の未来をサポートするサイトです。

<https://www.mirasapo.jp/>



# 事業承継のシームレスな支援

● 今後10年を限定の集中期間と位置づけ、事業承継・再編・統合の推進のため、経営者の早期の気づきの促進から後継者とのマッチング、事業承継、第二創業まで、シームレスな支援を行う。



## 承継前の課題と対応策

- ① **地域全体で気づきの機会を提供**
  - ・ 事業者の身近にいる 金融機関、土業等専門家による経営者への働きかけ強化 (事業承継ネットワークの全国展開)
  - ・ プッシュ型事業承継診断を徹底実施(年5万者)
- ② **世代交代準備の支援**
  - ・ 将来の事業承継を見据えた 経営革新や事業転換準備を支援
- ③ **後継者のマッチング、外部中核人材の確保支援**
  - ・ 事業引継ぎ支援センターにて 年間1千~2千件のマッチング
  - ・ 外部人材のマッチング支援、兼業副業の促進、潜在的経営者の開拓

## 承継時の課題と対応策

- ④ **事業承継税制の抜本拡充**
  - ・ 納税猶予制度
  - ・ 雇用要件
  - ・ 対象となる発行済議決権 株式総数の上限
  - ・ 対象者等の見直し
- ⑤ **売却・M&Aによる承継の促進**
  - ・ 売却・M&Aに係る 税負担軽減
  - ・ 事業承継を契機とした 地域再編計画策定の支援

## 承継後の課題と対応策

- ⑥ **ベンチャー型承継、IT化の支援**
  - ・ 事業承継を契機とした 経営革新や事業転換の支援 (設備投資等)
  - ・ クラウド等のIT導入支援、企業間データ連携推進、IoT・AIを活用した研究開発支援
  - ・ 職場環境改善、多様な働き方の推進
- ⑦ **金融支援**
  - ・ 承継後に必要な 資金の低利融資等



# 事業承継・再編・統合集中実施事業

平成30年度概算要求額 **16.2億円（新規）**

## 事業の内容

### 事業目的・概要

- 中小企業経営者の高齢化が進展し、特に団塊世代の経営者が引退期を迎える2020年頃には後継者難を理由に廃業を余儀なくされる中小企業が数十万単位で見込まれ、円滑な事業承継支援が喫緊の課題となっています。
- そのため、地域の有用な事業を次世代に引き継ぎ、また地域・業種における事業再編・統合を促進するための支援施策の整備を行います。
- 具体的には、事業承継ネットワークを構築することによる支援専門家へのアクセス環境整備、休廃業リスク分析等の活用等、事業再編・統合を行いやすい環境の整備やその取組に対する支援、事業承継を見据えた又は事業承継・再編・統合に伴う経営革新等に対する支援を行います。

### 成果目標

- 平成29年から平成34年までの5年間（※）の事業であり、
    - ① 支援機関等による事業承継診断を年間5万件実施することを目指す。
    - ② 補助対象者の事業計画達成率 8 割以上を目指す。
- （※）平成29年度は創業・事業承継支援事業の一部

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

### 1. 事業承継ネットワーク構築事業

- 各都道府県に拠点を置く支援機関等による、地方自治体等と連携した、地域における事業承継ネットワークを新たに構築することにより、地域で行う事業承継支援を促進します（平成29年度事業を実施していない地域が対象）。

### 2. 事業承継・再編計画策定支援事業

- 円滑な事業承継や、経営者の世代交代を伴う事業再編・統合を促進するため、特定の地域や業種・業界に属する中小企業グループが地域再編を進める支援機関等を中心として行う事業承継・再編計画策定や事業化調査等に必要な経費を補助します（1グループあたり500万円（補助率2/3））。

### 3. 事業承継・再編・統合促進補助金

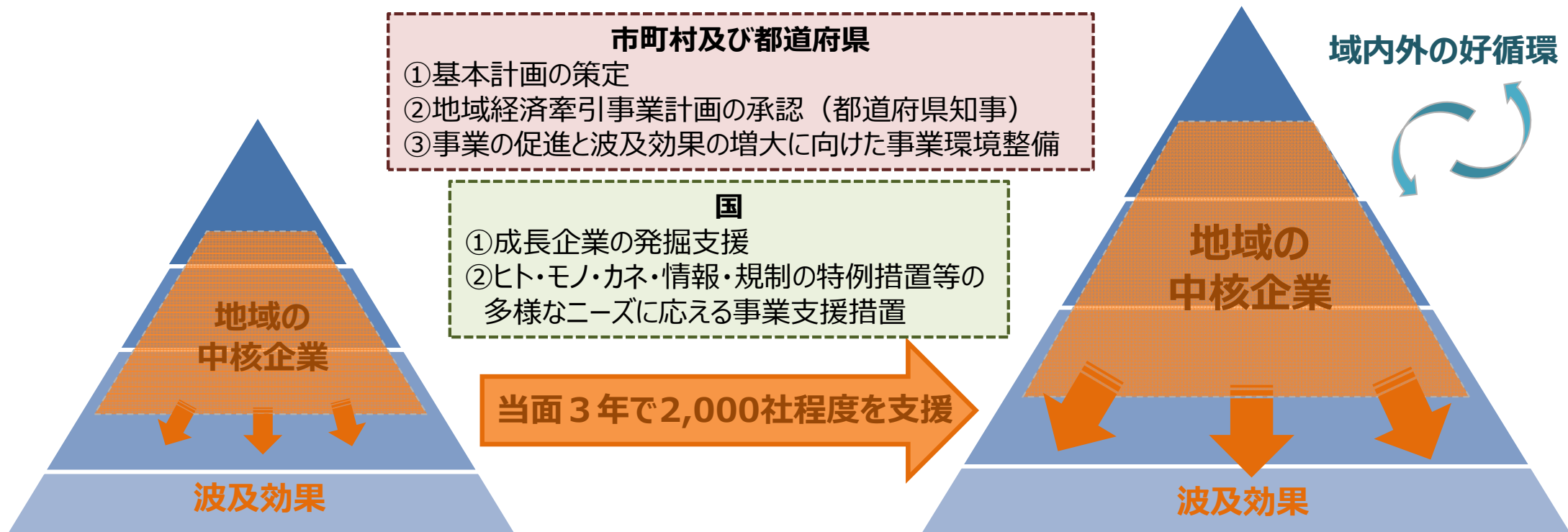
- 中小企業の成長につながる下記の取組について、設備投資や既存事業の廃業、新事業の展開、再編・統合後の投資等に必要な経費を支援。
  - ① ベンチャー型事業承継等の経営革新タイプ（補助率2/3）  
事業承継に伴う経営革新等の取組を支援。
  - ② 「事業再編・統合」タイプ（補助率2/3）  
地域・業種における再編・統合等に伴う設備投資等の取組を支援します。
  - ③ 世代交代準備タイプ（補助率2/3）  
将来の事業承継を見据え後継者を中心として取り組む経営革新等を支援。  
(補助上限(事業転換を伴う場合))
    - ①:200万円(500万円) ②:1000万円(2000万円) ③:50万円

# 地域未来投資

# 地域未来投資促進法の制定の狙い

- 地域が自律的に発展していくため、地域の強みを生かしながら、将来成長が期待できる分野での需要を域内に取り組むことによって、地域の成長発展の基盤を整えることを目指す。
- 当面3年で2,000社程度を支援し、投資額を1兆円、GDPを5兆円増大させることを目指す。

## <地域経済牽引事業の促進による地域経済の成長イメージ>

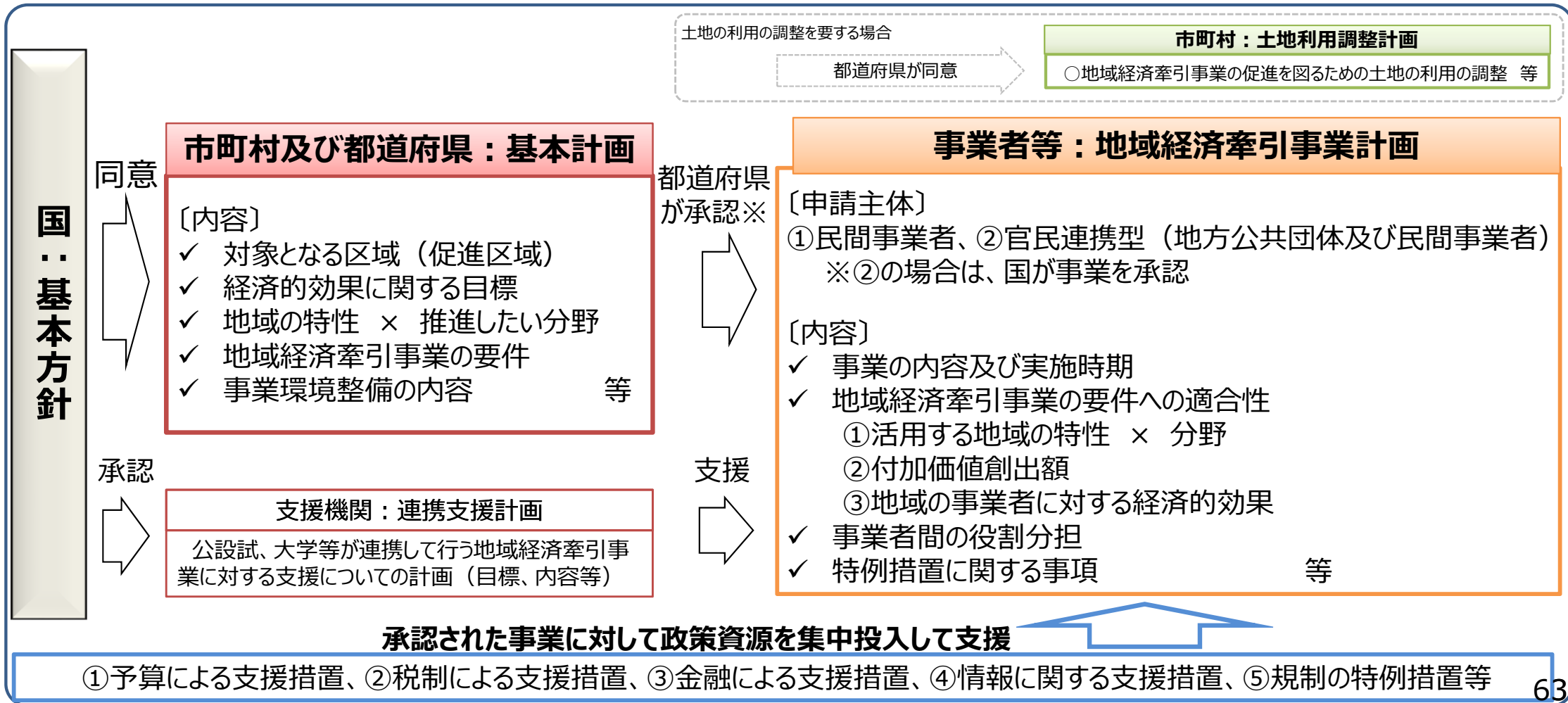




# 地域未来投資促進法の概要 (地域経済牽引事業の促進による地域の成長発展の基盤強化に関する法律)

地域未来投資促進法は、地域の特性を活用した事業の生み出す経済的波及効果に着目し、これを最大化しようとする地方公共団体の取組を支援するもの。

- 国の基本方針に基づき、市町村及び都道府県は基本計画を策定し、国が同意。
- 同意された基本計画に基づき、事業者が策定する地域経済牽引事業（\*）計画を、都道府県知事が承認。  
\* 定義の要点：①地域の特性を生かして、②高い付加価値を創出し、③地域の事業者に対する相当の経済的効果を及ぼす 事業
- 国は、地方公共団体とともに地域経済牽引事業者を支援。





# 主な支援措置

## ① 予算による支援措置

### ○地域中核企業・中小企業等連携支援事業

(30年度概算要求178億円)

- ・研究開発から設備投資、販路開拓等まで一体的に支援
  - 1) 新技術の研究開発等への補助
  - 2) 戦略分野の市場獲得に向けた設備投資等への補助
  - 3) 専門家による事業化戦略の立案や販路開拓の支援

### ○地方創生推進交付金の活用

(30年度概算要求1,070億円)

- ・地域未来投資促進法に基づき都道府県の承認を受けた事業計画については、内閣府と連携し、重点的に支援(設備投資も可。交付上限やハード事業割合の弾力化)

## ② 税制による支援措置

### ○課税の特例

- ・先進的な事業に必要な設備投資に対する減税措置
  - ✓ 機械・装置等：40%特別償却、4%税額控除
  - ✓ 建物等：20%特別償却、2%税額控除

### ○地方税の減免に伴う補てん措置

- ・固定資産税等を減免した地方公共団体に減収補てん

## ③ 金融による支援措置

### ○資金供給の円滑化

- ・政府系金融機関による金融支援(30年度要求)
- ・地域経済活性化支援機構(REVIC)、中小企業基盤整備機構等によるファンド創設・活用等

## ④ 情報に関する支援措置

### ○候補企業の発掘等のための情報提供

- ・地域経済分析システム(RESAS)等を活用

### ○IT活用に関する知見の支援

- ・情報処理推進機構(IPA)による協力業務

## ⑤ 規制の特例措置等

### ○幅広い規制改革ニーズへの迅速な対応

- ・工場立地法の緑地面積率の緩和
- ・補助金等適正化法の対象となる財産の処分の制限に係る承認手続の簡素化
- ・一般社団法人を地域団体商標の登録主体として追加

### ○農地転用許可、市街化調整区域の開発許可等に係る配慮

### ○事業者から地方公共団体に対する事業環境整備の提案手続の創設

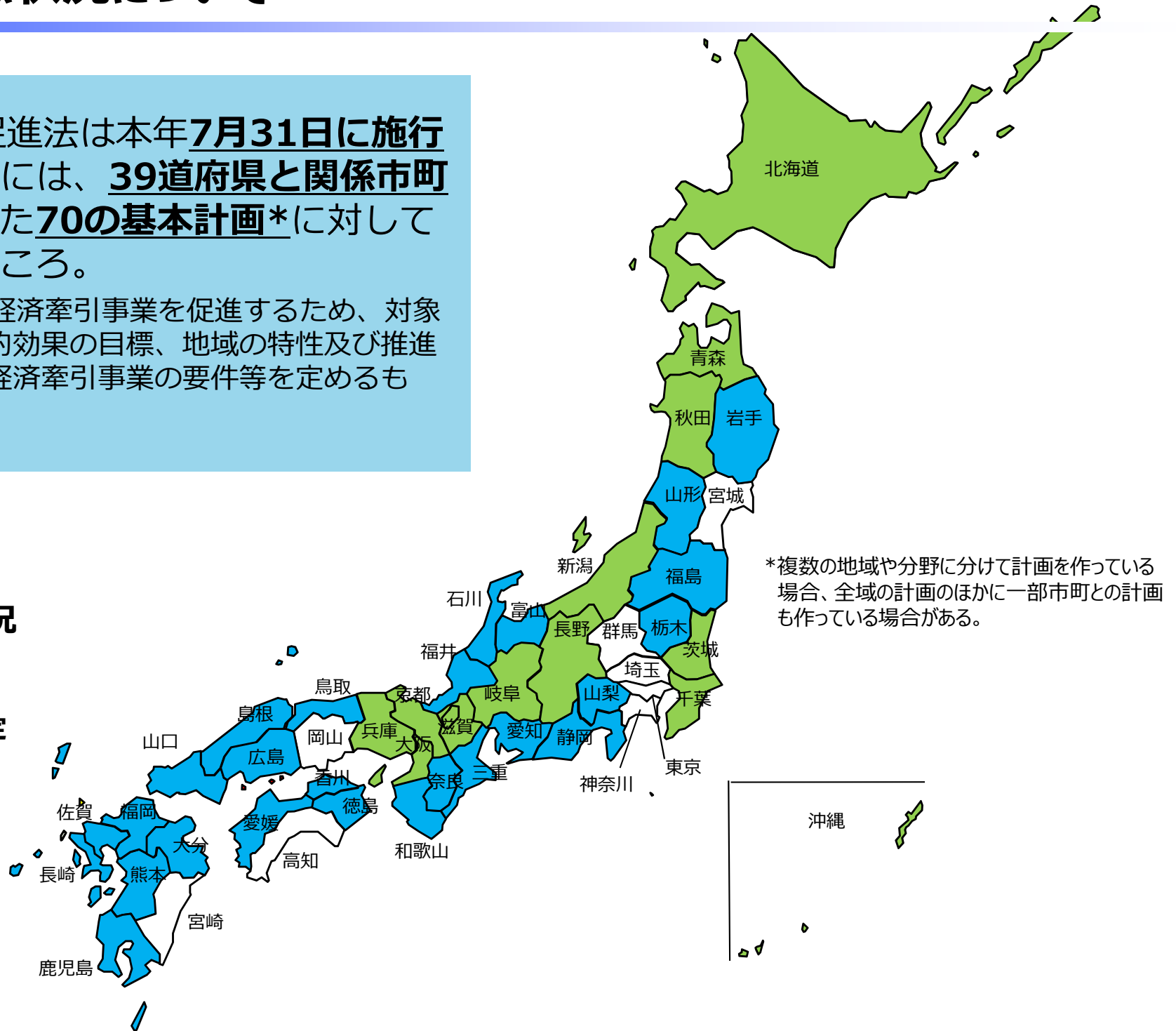
# 基本計画の同意状況について

・地域未来投資促進法は本年**7月31日に施行**され、**9月29日には、39道府県と関係市町村**から提出された**70の基本計画\***に対して**国が同意**したところ。

\*基本計画は、地域経済牽引事業を促進するため、対象となる区域、経済的効果の目標、地域の特性及び推進したい分野、地域経済牽引事業の要件等を定めるもの。

## ○基本計画の策定状況

- 青：県全域で策定\*
- 緑：一部地域で策定



# (参考) 地域で生まれつつある新たな経済成長の動き

- 観光・航空機部品など地域の特性を生かした成長性の高い新たな分野に挑戦する取組が登場しつつある。こうした取組（「**地域未来投資**」）が全国津々浦々で活発になることで、地域経済における稼ぐ力の好循環の実現が期待される。

## <「地域未来投資」が行われている成長分野の例>

### 成長ものづくり

- 医療機器
- 航空機部品
- バイオ・新素材



航空機市場の成長予測：  
国内生産額1.8兆円（2015年）  
⇒ 3兆円超（2030年）

### 農林水産・地域商社

- 農林水産品の海外市場獲得
- 地域産品のブランド化



6次産業化市場の成長予測：  
10兆円（2020年）

### 第4次産業革命関連

- IoT、AI、ビッグデータを活用
- IT産業の集積を地方に構築
- データ利活用による課題解決・高収益化



第4次産業革命関連の成長予測：  
付加価値額 30兆円（2020年）

### 観光・スポーツ・文化・まちづくり

- 民間のノウハウを活用したスタジアム・アリーナ整備
- 訪日観光客の消費喚起
- 文化財の活用



スポーツ国内市場の成長予測：  
5.5兆円（2015年） ⇒ 15兆円（2025年）

### 環境・エネルギー

- 環境ビジネス
- 省エネルギー
- 再生可能エネルギー



環境・エネルギーの成長予測：  
エネルギー関連投資：28兆円（2030年）

### ヘルスケア・教育サービス

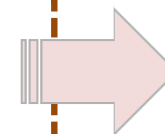
- ロボット介護機器開発
- 健康管理サポートサービス
- 専門職の専修学校整備



健康医療関連国内市場の成長予測：  
16兆円（2015年） ⇒ 26兆円（2020年）

## <「地域未来投資」の特徴>

- (1) 将来の市場規模拡大が見込まれる成長分野への投資
- (2) 地域におけるリーダーシップと地元の産官学金との連携
- (3) 明確なビジネス戦略とスピード感のある経営資源の集中投入



担い手として  
**地域の中核企業**が  
重要な存在



# 地域中核企業・中小企業等連携支援事業

平成30年度概算要求額 **178億円（155.0億円）**

- (1) 中小企業庁 技術・経営革新課  
03-3501-1816
- (2) 地域経済産業グループ  
地域企業高度化推進課  
03-3501-0645
- (3) 同上

## 事業の内容

### 事業目的・概要

- 我が国経済の底上げを図っていくためには、地域経済を牽引する地域中核企業（中小企業、中堅企業）と、中小企業、大学・公設試等の連携を促進し、地域に波及効果を及ぼす取組を重点的に支援していくことが重要です。
- このため、地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者等が、中小企業と連携して行う活動等を、事業化戦略の立案から研究開発、市場獲得まで一体的に支援していきます。

### 成果目標

- (1) ものづくり研究開発においては事業終了後5年以内、サービス開発においては事業終了後2年以内に、事業化を達成した事業が半数を超えることを目指します。
- (2) 市場獲得においては、事業終了後3年以内に、売上額、付加価値額、累計収益等の目標値を達成した事業が半数を超えることを目指します。
- (3) 新事業創出に向けた一貫支援においては、地域中核企業等の平均売上高20億円(2011年度)を、取引先への波及効果も含め、5年間で3倍増とすることを目指します。

※なお、「未来投資戦略2017」では、地域未来投資促進法を活用し、当該事業以外の施策も総動員して3年で2000社程度の支援を目指すこととしています。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）

補助（1/2、2/3、定額）、委託

国

中小企業・小規模事業者等  
大学、公設試等  
民間団体等

## 事業イメージ

### (1) ものづくり・サービスの開発（戦略的基盤技術高度化・連携支援事業）

- 中小ものづくり高度化法の計画認定又は地域未来投資促進法の計画承認を受けた中小企業が、大学・公設試等と連携して行う研究開発、試作品開発及び販路開拓等への取組を支援します。
- 中小企業等経営強化法の新連携計画認定を受けた中小企業が行う新たなサービスモデル開発等を支援します。※地域未来投資促進法の計画承認を受けた者が参画する事業は審査において優遇

補助上限額：【ものづくり】4,500万円 ※初年度以降は異なる  
【サービス】3,000万円

### (2) 市場獲得（戦略分野における地域経済牽引事業等支援事業）

- 地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者等が、中小企業と連携して行う、戦略分野（先端ものづくり（医療機器、航空機、新素材等）、地域商社、観光等）における市場獲得に向けた取組を、専門家による徹底したハンズオン支援と関連させて支援します。

補助上限額：5,000万円（中小企業も設備投資する場合は1億円）

### (3) 新事業創出に向けた一貫支援（地域中核企業創出・支援事業）

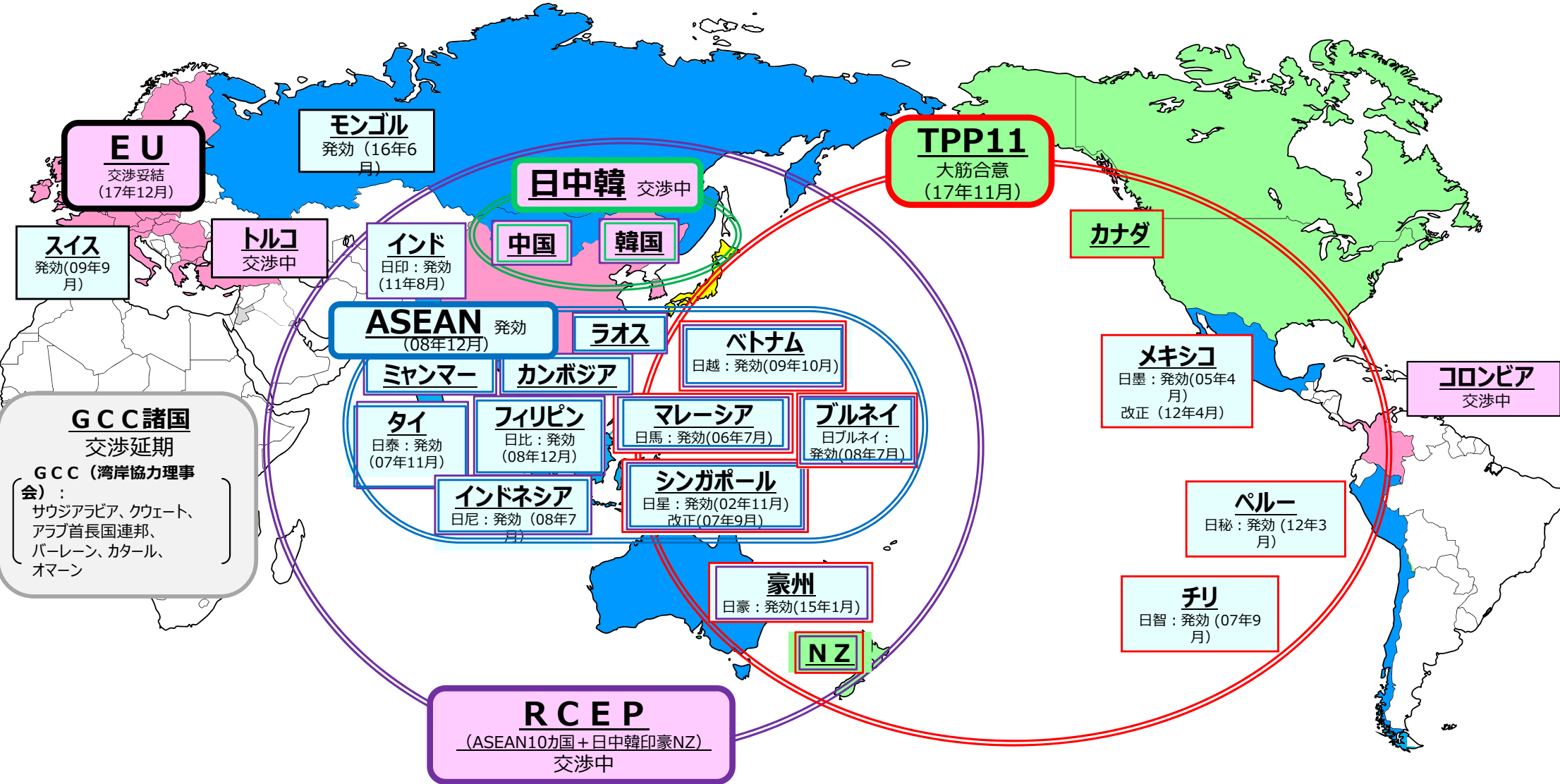
- 国際市場に通用する事業化等に精通した専門家（グローバル・コーディネーター）を含むグローバル・ネットワーク協議会や支援人材を通じて、地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者をはじめとする地域中核企業等による新事業のための体制整備から、事業化戦略の立案、販路開拓、市場獲得まで、事業段階に応じた支援をします。



# 通商關係

# 自由貿易のイニシアティブを引き続き推進：日本の経済連携の推進状況

- 現在、16の経済連携協定を署名・発効済。FTAカバー率は40.0%。
- 2018年までに貿易のEPAカバー率70%を目指す。



# TPP閣僚会合の結果概要（平成29年11月9日 於：ダナン）

- 11月9日のTPP閣僚会合にて、新協定の条文、凍結リスト等を含む合意パッケージに全閣僚が合意した（大筋合意）。翌10日の閣僚会合で、閣僚合意内容を確認、閣僚声明を作成した。
- 協定の法技術的チェック（リーガル・スクラブ）等の作業終了後、署名予定。
- TPP12の発効が見込まれる場合又は見込まれない場合に、いずれかの締約国の要請があったときは、TPP11協定の改正等を考慮するため、この協定の見直しを行う（協定第6条）

## TPP閣僚声明（仮訳）

1. 2017年5月21日に我々がベトナムのハノイで行った前回国際会議の際、オーストラリア、ブルネイ・ダルサラーム、カナダ、チリ、日本、マレーシア、メキシコ、ニュージーランド、ペルー、シンガポール及びベトナムの閣僚は、オークランドで2016年2月4日に署名されたTPP協定(以下「TPP」)のバランスのとれた成果及び戦略的・経済的価値を再確認し、地域経済統合を促進し、メンバー国の経済成長見通しに寄与し、労働者、家族、農業従事者、企業そして消費者へ新たな機会を創出する手段としてのTPPの原則と高い水準を強調した。
2. 5月、閣僚は、その包括的で質の高い合意を迅速に発効させるための選択肢を評価する作業に従事するよう実務者に指示した。過去数ヶ月にわたり、実務者はTPPの重要な利益を維持するバランスの取れた成果に到達するため、作業を行ってきた。
3. 閣僚は、「包括的及び先進的な環太平洋パートナーシップ協定」（CPTPP）の中核について合意に達したことを喜びとともに公表する。閣僚は、TPPの条文を組み込み、一部条文を例外的に凍結する附属書I及びII（別紙）に合意した。この文書には、大きな進展があったが署名前に意見の一致に至るべき4つの特定事項が含まれている。
4. 閣僚は、CPTPPが、TPPの高い水準、全体的なバランス、完全性を維持し、同時に、すべての参加国の商業上の利益及びその他の利益を確保し、また、柔軟な立法および規制上の優先事項の設定を含む締約国の固有の規制権限を保持することに合意する。閣僚はまた、それぞれの締約国が文化政策を維持し、策定し、実施する権利を有することを確認する。閣僚は、CPTPPが、TPPの成果を締約国間で実施するという締約国の願望を反映していると考えている。
5. 閣僚は、CPTPPとして提案された法的文書により、参加国が、時宜を得た形で共通の目標を推進するために断固とした行動をとることができることを確認する。閣僚は、CPTPPが、開かれた市場、保護主義への対抗、地域経済統合の推進に対する各国の確固たるコミットメントを示していることを改めて確認する。
6. CPTPP第6条に関し、閣僚は、見直しの範囲が、TPPの現状に関する状況を反映するためのCPTPP改正の提案に及ぶ可能性があるとの見解を共有した。

# 「総合的なTPP等関連政策大綱」(平成29年11月24日 TPP等総合対策本部決定)

TPP (TPP11を含む) 及び日EU・EPA (以下、これらを「TPP等」とよぶ。) の発効を見据え、「総合的なTPP等関連政策大綱 (平成27年11月25日TPP等総合対策本部決定)」で明示した施策のうち、引き続き必要となる施策については、必要な見直し等を行った上で実施することとし、特に日EU・EPAにより必要となる施策等について新たに盛り込むことで、TPP等を見据えた政策を体系的に整理し、上記大綱を改訂したもの。

新輸出大国	国内産業の競争力強化	農政新時代
<p>&lt;輸出促進によるグローバル展開推進&gt;</p> <p>1 丁寧な情報提供及び相談体制の整備</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○TPP等の普及・啓発</li> <li>○中堅・中小企業等のための相談体制の整備</li> </ul> <p>2 新たな市場開拓、グローバル・バリューチェーン構築支援</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○中堅・中小企業等の新市場開拓のための総合的支援体制の抜本的強化(「新輸出大国」コンソーシアム)</li> <li>○コンテンツ、サービス、技術等の輸出促進</li> <li>○農林水産物・食品輸出の戦略的推進</li> <li>○インフラシステムの輸出促進</li> <li>○海外展開先のビジネス環境整備</li> </ul>	<p>&lt;TPP等を通じた国内産業の競争力強化&gt;</p> <p>1 TPP等による貿易・投資の拡大を国内の経済再生に直結させる方策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○イノベーション、企業間・産業間連携による生産性向上促進</li> <li>○対内投資活性化の促進</li> </ul> <p>2 TPP等を通じた地域経済の活性化の促進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○地域の関する情報発信</li> <li>○地域リソースの結集・ブランド化</li> <li>○地域の雇用や経済を支える中堅・中小企業・小規模事業者、サービス産業の高付加価値化</li> </ul> <p>&lt;食の安全、知的財産、政府調達&gt;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○輸入食品監視指導体制強化、原料原産地表示</li> <li>○特許、商標、著作権関係について必要な措置</li> <li>○著作物等の利用円滑化等</li> <li>○政府調達に係る合意内容の正確かつ丁寧な説明</li> </ul>	<p>&lt;農林水産業&gt;</p> <p>1 強い農林水産業の構築(体質強化対策)</p> <p>政策大綱策定以降、各種の体質強化策を実施。引き続き必要な施策を実施。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○次世代を担う経営感覚に優れた担い手の育成</li> <li>○国際競争力のある産地イノベーションの促進</li> <li>○畜産・酪農収益力強化総合プロジェクトの推進(国産チーズ等の競争力強化等)</li> <li>○高品質な我が国農林水産物の輸出等需要フロンティアの開拓</li> <li>○合板・製材・構造用集成材等の木材製品の国際競争力の強化</li> <li>○持続可能な収益性の高い操業体制への転換</li> <li>○消費者との連携強化、規制改革・税制改正</li> </ul> <p>2 経営安定・安定供給のための備え(重要5品目関連)</p> <p>TPP又は日EU・EPA発効後の経営安定に万全を期すため、協定発効に合わせて経営安定対策の充実の措置を講ずる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○米(政府備蓄米の運営見直し)</li> <li>○麦(経営所得安定対策の着実な実施)</li> <li>○牛肉・豚肉、乳製品(畜産・酪農の経営安定充実)</li> <li>○甘味資源作物(加糖調製品を調整金の対象)</li> </ul>



# ① 輸出促進によるグローバル展開推進

## 新輸出大国(中堅・中小企業等の海外展開支援)

◆海外展開を図る中堅・中小企業等を専門家・支援機関による支援を通じ後押し。

### <「新輸出大国コンソーシアム」>

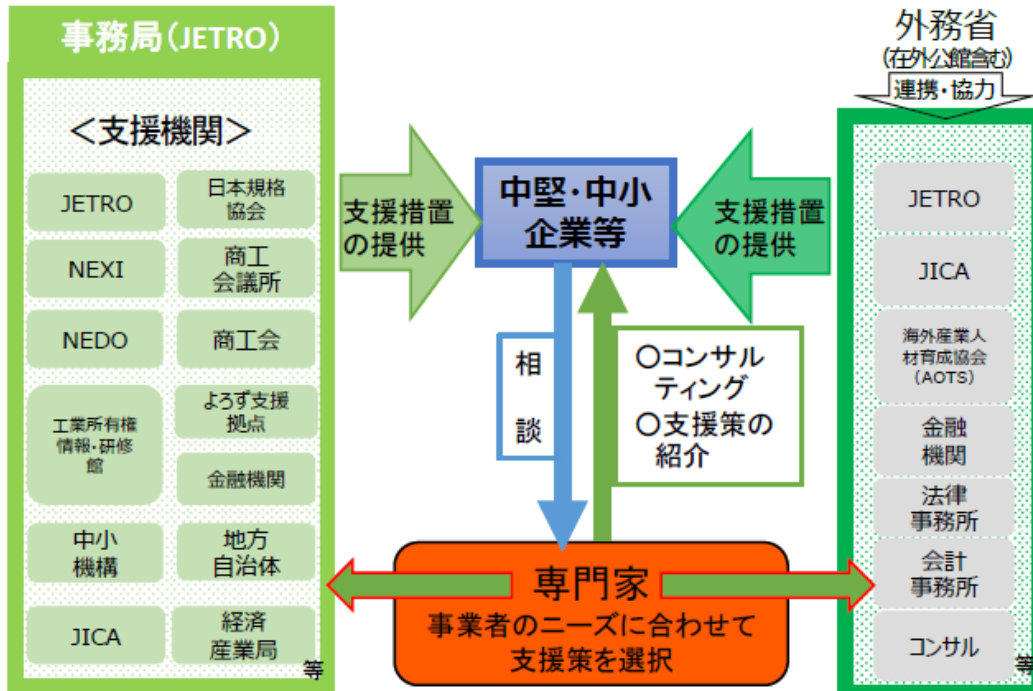
- 複数の支援機関が協力(ワンストップ)
- 支援策を組合せ、より効果的な支援メニューを提供

※支援内容:

海外展開計画の策定、市場調査、現地での商談、バイヤーの選定 等

<国内>

<海外>



## 新輸出大国コンソーシアムによる支援の状況

①支援機関:1103機関

政府・政府関係機関等、自治体、商工会議所・商工会、地方銀行、信用金庫等

②支援対象企業:6282社 利用企業総数6,517社のうち繊維関係企業は262社(11/24時点)。

支援対象企業の業種:工業、農水産業、卸売業 等

③専門家:477名

商社OB、メーカーOB、コンサルタント 等

(平成29年10月13日時点)

<例: 室町酒造 株式会社(岡山県)>



- ◆実績の無かったカナダへの輸出を計画
- ◆コンソーシアムによる情報提供により州ごとに異なる販売規制に対応
- ◆専門家とともに現地での商談会で新規販路を開拓
- ◆約1,000本の取引が実現

## <今後の取組>

◆支援対象にEU市場への展開を図る企業を追加するとともにEU市場の実情を踏まえ、支援の一層の充実を行う。

- ・EU市場向けの専門家が事業計画策定から市場開拓に至るまでを支援
- ・EUの規格・規制対応(例:CEマーク)を支援
- ・地域商社等の活用によるEU市場への展開を支援 等



## ② TPP等を通じた国内産業の競争力強化

### グローバル・ハブ(貿易・投資の国際中核拠点)

- ◆我が国企業の海外展開が進み、我が国企業の強みである優れた技術力等が海外で認知され、海外からの投資が期待。
- ◆優れた技術力等を有する我が国企業が海外展開できるよう基礎体力、体質強化を図る。

### 貿易・投資の拡大の恩恵を我が国に取り込む 好循環の拡大



### 中堅・中小企業と外国企業との共同開発等を通じた事業拡大の事例

#### ＜戸田工業(化学素材、広島県、従業員390名)＞

- ◆トナー等を製造している戸田工業の顔料に仏の化粧品メーカーが着目。
- ◆当該仏の化粧品メーカーは、日本に研究所を設立。戸田工業と共同で化粧品顔料を開発。(オープンイノベーション)  
※口紅やファンデーションとして世界中で販売。
- ◆独BASFとリチウムイオン電池用素材の合弁会社設立(山陽小野田市等に工場)



#### ＜今後の取組＞

- ◆外国企業と中小企業とのマッチング支援
  - ・例えば、J-GoodTech(ジェグテック)では、国内大企業と国内中小企業を中心にマッチングを実施中。
  - ・今後、外国企業と中小企業とのマッチング支援の推進。

※J-GoodTech:(独)中小企業基盤機構が運営する、国内中小企業の優れた技術を紹介し大企業等とのマッチングを支援するウェブサイト

## 1. EU側

- 即時撤廃率：81.7%、関税撤廃率：100.0%（貿易額ベース）
- 即時撤廃率：96.3%、関税撤廃率：100.0%（品目数ベース）

## 2. 日本側

- 即時撤廃率：96.2%、関税撤廃率：100.0%（貿易額ベース）
- 即時撤廃率：96.0%、関税撤廃率：100.0%（品目数ベース）

※少数点第二位を四捨五入。

※即時撤廃率、関税撤廃率の算出にあたり、「貿易額ベース」の数値については、2012年における日EU双方の輸入額に基づき計算。「品目数ベース」の数値については、2017年4月の国内細分に基づき計算。

# 日EU経済連携協定：繊維製品の関税率

単位：百万円

品目名	日本（現行）	EU（2013年）	EPA発効後の関税率	対EU輸出額:2016 （対世界輸出額）
<b>ニット</b>				
生地	4.0～9.8%	6.5～8%	無税（即時撤廃）	1,828(63,429)
コート、ジャケット、ブレザー、 スーツ（※）、セーター、カー ディガン	8.4～10.9%	12%		217(701)
シャツ	7.4～10.9%	12%		63(1,122)
ズボン	8.4～10.9%	12%		275(1,378)
下着	7.4%	12%		1(10)
パジャマ	7.4%	12%		6(97)
水着	8.4～10.9%	8～12%		11(178)
<b>ニット以外</b>				
生地	無税～12.6%	3～8%	無税（即時撤廃）	17,733(250,171)
コート、ジャケット、ブレザー、 スーツ（※）	9.1～12.8%	12%		475(2,221)
シャツ	7.4～10.9%	12%		887(3,869)
ズボン	9.1～10.0%	12%		1,794(6,413)
下着	7.4～9.0%	12%		9(2,986)
パジャマ	7.4～9.0%	12%		5(38)
水着	9.1%	12%		2(10)
ハンカチ、スカーフ、ショール	5.3～9.0%	10%		175(736)
ネクタイ	8.4～13.4%	6.3%		20(24)
帽子	3.2～5.8%	無税～5.7%		6,576(14,585)



# 日仏繊維協力

**概要：**平成26年5月、日本の先端繊維素材と仏国の商品加工技術のマッチングによる、グローバル市場の共同開拓の可能性の追求を目指し、仏(エリゼ宮)にて、安倍総理、オランド大統領臨席の下、日仏繊維協力に関する協力文書（MOC）を締結。

**協力文書（MOC）改定：**本年5月に当該MOCの改訂期限を迎えるにあたって、スマートテキスタイル等の戦略的な分野を明記するなどの見直しに合意。4月28日付け、日本側3機関代表者である糟谷経済産業省製造産業局長、日覺化学繊維協会会長、及び鞠谷繊維学会会長、仏側はティエリー・ダナ駐日仏大使により、改定MOCの署名を行った。

## ●主な協力の柱：

- スマートテキスタイル分野（関連分野として標準化やリサイクルなどを取り上げ、情報交換や議論を行う。）
- 企業間、及び研究機関と大学間における日仏共同プロジェクトを推進（仏国における優先産業プロジェクトの素材又は技術にかかる関心に対し、日本は先端の繊維素材又は技術の提供を行う等。）
- B to B会合の深化（ビジネスフランス及び独立行政法人日本貿易振興機構の協力を得て行う。）
- 日EU・EPA合意内容の普及啓発：繊維分野にかかる合意内容の円滑な実施及びその成果の最大限の活用のため、産業界に対する普及啓発として積極的な情報提供に取り組む。

## ●これまでの成果：

BtoB会合をきっかけとする協力案件は、移動体分野、アパレル・スポーツ分野、ヘルスケア分野などで計13件（うち、10件は共同開発、3件は新規ビジネス）。

新たな共同プロジェクト組成に向けた第5回WGが29年10月にパリにて開催され、両国民間事業者間での検討が行われている。

在京仏大使館に於いて署名式を開催  
（平成29年4月28日）

右から、平井繊維学会長  
ティエリー・ダナ駐日フランス大使  
糟谷経済産業省製造産業局長



# 日越繊維政策対話と産業協力

- 平成28年11月14日、経済産業省とベトナム商工省は、繊維分野での貿易・投資を一層活性化させるため、政府間による日越繊維政策対話と、日越双方の繊維団体・企業が参加する官民合同会議を開催した。米国市場開拓を含むグローバルな展開や、川上、川中を含め、多層的な二国間協力について議論。
- 越側要請を受け、28年度から、ファッションデザイン、生産管理、環境対策等の専門家をハノイ、ホーチミンに派遣する事業を開始。29年度は日本への招へい研修も実施予定。
- 繊維産業協力は、29年9月に世耕経産大臣とアイン商工大臣により署名された「戦略協力パッケージ」（（1）産業競争力強化（2）キャパシティビルディング（3）成長を支えるエネルギー・インフラ支援の三本柱から成る産業協力推進プラン）の1事業に位置づけられ、グローバルサプライチェーンの重要な拠点となりつつある同国繊維産業の強化に関する協力が合意された。



# 日ミャンマー政策対話

## 概要：

平成26年、トミマウン ミャンマー工業省次官（当時）が訪日し、黒田製造局長（当時）と、ミャンマーの重要産業である繊維分野について、二国間の政策対話を立ち上げることに合意。政策対話は、ミャンマーの繊維産業促進に向け、政府への助言やビジネス環境改善の申し入れ、ミャンマー政府・企業と日本の繊維企業との間の関係構築等を通じて、両国間の協力促進を図る。

第1回日ミャンマー繊維政策対話は平成28年2月にミャンマーにおいて開催、第2回は東京にて平成29年1月に開催された。

## 第2回政策対話の概要：

- 平成29年1月27日、東京にて、日本側は土田製造産業局審議官が議長を務め、ミャンマー側は、工業省の第3国営企業公社のウイン・アウン総裁がヘッド（当日出席を予定していた工業省次官が急遽欠席したため同総裁が代理出席）に繊維企業・機関が出席。
- 政策対話では、ミャンマー側から同国の繊維政策について説明があった他、日本からはミャンマーにおけるビジネス環境の改善要望の申し入れを行った。また、専門家派遣の対象分野等、二国間協力における双方の関心事項についての意見交換を行い、引き続き議論を継続していくこととした。
- 平成29年度から、繊維産業発展事業として、ミャンマーの繊維産地における生産性向上を図るべく、日本の専門家派遣を開始。初年度は製織工程における技術指導を行う。

# 標準化



# 繊維分野の標準化

- 高機能繊維は、使用者にさまざまなベネフィットを提供する一方、新たな素材であることからその評価基準がなく、使用者に対して正しい情報が提供されていないケースがある。
- また新たな素材であるため、使用者が利用を控え、又は制度的な制約により、活用が阻害されるケースもある。
- このため、試験法や性能基準の標準化を図ることで、このような課題を解消しつつ、安価な海外製品との差別化も図りながら、市場拡大を目指す。

## (ISO)

## (JIS)



# 平成29年度国際標準・高機能JIS開発事業 実施テーマ（繊維分野）

## ●国際標準開発

テーマ名	提案団体	概要
アパレルECにおけるフィッティング性能の評価に関する国際標準化	日本アパレル工業技術研究会	人が衣服を着装した際に感じるフィット性について、コンピュータ上で3D技術を用いて仮想評価する方法や、消費者向けにフィット性を可視化する方法を開発する。
コンクリート及びモルタル用合成短繊維の試験方法に関する国際標準化	日本化学繊維協会	コンクリート及びモルタルの補強に用いられる合成短繊維について、繊維径、繊維長、引張強度、引張弾性率等の評価試験方法を開発する。（H26-28開発のJIS案のISO化）

## ●高機能JIS開発

テーマ名	提案団体	概要
吸湿発熱性試験方法に関するJIS開発	日本化学繊維協会	吸湿発熱性繊維に関して、発熱の性能や持続性の評価について、試験条件、試験手順、評価指標、評価基準値を検討し規定する。（H27発効のISOのJIS化）
中綿充填繊維製品の断熱保温試験方法に関するJIS開発	（一社）繊維評価技術協議会	高機能充填素材は空隙が大きく、従来のJISでは断熱保温性が適切に評価できないため、新たに繊維の熱伝導に基づく試験方法を開発し、等級基準値を規定する。

# 戦略的国際標準化加速事業

平成30年度概算要求額 **30.0億円（15.0億円）**

## 事業の内容

### 事業目的・概要

- 第4次産業革命の時代を迎え、新市場の創造や技術の社会実装のために、標準化の戦略的な推進が極めて重要になっています。
- このため本事業では、あらゆるモノやサービスをつなぐための異業種間連携等が必要な分野や、先端技術に関するルールの整備に必要となる分野等について、関連技術情報や実証データの収集、国際標準原案の開発・提案、国際標準の普及を見据えた試験・認証基盤の構築等を実施します。国際標準化に必要な場合は、日本工業規格（JIS）の開発を併せて実施します。
- また、市場が立ち上がる前から世界で標準や規制の議論がなされている現状を踏まえ、我が国産業界がグローバル市場における優位を確保するため、新規分野の国際標準化戦略に係る調査研究、標準化の戦略的活用に係る啓発・情報提供、次世代標準化人材（国際標準化機関の国際幹事・議長候補等）の育成等を行います。

### 成果目標

- 平成24年度から平成34年度までの11年間の事業であり、本事業を通じて国際標準を国際標準化機関に提案し、(3年程度を要する国際標準化機関での審議を経て)平成37年度までに累計800件の国際標準の発行を目指します。(平成28年度までに296件を発行済)

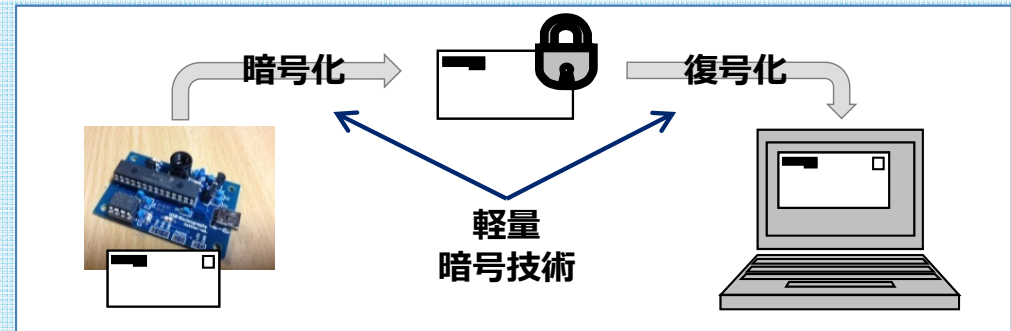
### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

### 国際標準開発(テーマ例)

#### IoT環境におけるセキュリティ



IoT環境において極めて重要な役割を果たす、通信データに改ざん等がないことを確認する機能について、日本で開発された、PCやスマートフォン等にも実装可能な軽量暗号技術を標準化

### 我が国の国際標準化戦略を強化するための体制構築

- 新規分野の国際標準化戦略に係る調査研究
  - 今後の重点分野の特定・標準化戦略の構築に必要な、諸外国の規制やフォーラムを含む海外の標準化動向等についての情報収集・分析 等
- 国際標準化機関等対策活動
  - 国際標準化機関における政策・マネジメントに係る議論や他国提案への対応、海外標準化機関との標準化協力、日本での国際会議開催 等
- 標準化の戦略的活用に係る啓発・情報提供(セミナー、個別相談)
- 次世代標準化人材育成
  - 国際会議でのOJTによるスキル・ノウハウの習得、標準化教育モデルカリキュラム・教材の開発 等

# 技術開発



# 地域中核企業・中小企業等連携支援事業

平成30年度概算要求額 **178億円（155.0億円）**

- (1) 中小企業庁 技術・経営革新課  
03-3501-1816
- (2) 地域経済産業グループ  
地域企業高度化推進課  
03-3501-0645
- (3) 同上

## 事業の内容

## 事業イメージ

### 事業目的・概要

- 我が国経済の底上げを図っていくためには、地域経済を牽引する地域中核企業（中小企業、中堅企業）と、中小企業、大学・公設試等の連携を促進し、地域に波及効果を及ぼす取組を重点的に支援していくことが重要です。
- このため、地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者等が、中小企業と連携して行う活動等を、事業化戦略の立案から研究開発、市場獲得まで一体的に支援していきます。

### 成果目標

- (1) ものづくり研究開発においては事業終了後5年以内、サービス開発においては事業終了後2年以内に、事業化を達成した事業が半数を超えることを目指します。
- (2) 市場獲得においては、事業終了後3年以内に、売上額、付加価値額、累計収益等の目標値を達成した事業が半数を超えることを目指します。
- (3) 新事業創出に向けた一貫支援においては、地域中核企業等の平均売上高20億円(2011年度)を、取引先への波及効果も含め、5年間で3倍増とすることを目指します。

※なお、「未来投資戦略2017」では、地域未来投資促進法を活用し、当該事業以外の施策も総動員して3年で2000社程度の支援を目指すこととしています。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）

補助（1/2、2/3、定額）、委託

国

中小企業・小規模事業者等  
大学、公設試等  
民間団体等

### (1) ものづくり・サービスの開発（戦略的基盤技術高度化・連携支援事業）

- 中小ものづくり高度化法の計画認定又は地域未来投資促進法の計画承認を受けた中小企業が、大学・公設試等と連携して行う研究開発、試作品開発及び販路開拓等への取組を支援します。
- 中小企業等経営強化法の新連携計画認定を受けた中小企業が行う新たなサービスモデル開発等を支援します。※地域未来投資促進法の計画承認を受けた者が参画する事業は審査において優遇

補助上限額：【ものづくり】4,500万円 ※初年度以降は異なる  
【サービス】3,000万円

### (2) 市場獲得（戦略分野における地域経済牽引事業等支援事業）

- 地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者等が、中小企業と連携して行う、戦略分野（先端ものづくり（医療機器、航空機、新素材等）、地域商社、観光等）における市場獲得に向けた取組を、専門家による徹底したハンズオン支援と関連させて支援します。

補助上限額：5,000万円（中小企業も設備投資する場合は1億円）

### (3) 新事業創出に向けた一貫支援（地域中核企業創出・支援事業）

- 国際市場に通用する事業化等に精通した専門家（グローバル・コーディネーター）を含むグローバル・ネットワーク協議会や支援人材を通じて、地域未来投資促進法の計画承認を受けた事業者をはじめとする地域中核企業等による新事業のための体制整備から、事業化戦略の立案、販路開拓、市場獲得まで、事業段階に応じた支援をします。



平成29年度戦略的基盤技術高度化支援事業採択一覧（繊維関係抜粋）

<p>防縮性と抗ビリング性をあわせもつウールによる縫い目のないインナー製品の開発</p>	<p>市販の洗えるウールのニット製品は、塩素剤や樹脂コーティングの加工が施され、天然の機能性や、風合い、柔らかさに欠けている。また、抗ビリング性が低いため毛玉が発生し、見栄えや着心地が劣っている。本事業では、非塩素系の酸化還元処理を行ったウールを使用し、紡績・染色・編立の各工程において技術開発を行い、防縮と抗ビリング性を併せ持つウールのインナー製品の低コスト・量産技術を実現する。</p>	<p>複合・新機能材料</p>	<p>佐藤繊維株式会社 公益財団法人山形県産業技術振興機構</p>	<p>佐藤繊維株式会社</p>	<p>山形県</p>
<p>リサイクル羽毛の生産コストを低減するための分離分別回収システムの技術開発</p>	<p>羽毛製品用の縫製用溶解系を開発し、羽毛ふとんやダウンジャケット等の羽毛製品の分解プロセスに適用することにより、羽毛の回収率の向上を図る。そのため、羽毛製品の分解・分別技術の確立を目指すとともに、縫製用溶解系を使った羽毛製品の耐久性検証も行う。</p>	<p>材料製造プロセス</p>	<p>公益財団法人福島県産業振興センター</p>	<p>東和株式会社</p>	<p>福島県</p>
<p>特殊側面発光糸を製織できるジャカード織物製造システム、および癒しと安全の機能を提供可能な次世代自動車内装材用織物の研究開発</p>	<p>合成樹脂繊維のジャカード織物に光ファイバーを混入して織り、従来の主な照明は、点や線での発光であったが、幅広く面で光らせ、昼は織物自身のデザインが表現され、夜には自由にデザインされた織物表面に見えている光ファイバー部分が光り出し、昼と違った幻想的な世界を創り出すことで、人々に癒し効果を与えたり、インジケータリーな使用により安全を提供したりする、照明機能を付加した光ファイバー新織物の研究開発。</p>	<p>複合・新機能材料</p>	<p>公益財団法人ふくい産業支援センター</p>	<p>大喜株式会社</p>	<p>福井県</p>
<p>セルロース系繊維を用いた飼料用ラップネットの利用技術の開発</p>	<p>セルロース系繊維（木綿）を原料とした飼料用ラップネットとして製造するものである。PP、PE製で従来製品とは異なり、本事業製品は木綿であることから牛が誤食しても消化可能で安全に使用でき、また外したネットは牛の糞尿と混ぜて堆肥にできることから、酪農農家にとって安全かつ後処理（廃棄物）がゼロになる便利なネットである。本製品を取り扱う農機具メーカーより指摘を受けたカビ対策等の課題を解決し、事業化を目指す。</p>	<p>機械制御</p>	<p>公益財団法人一宮地場産業ファッションデザインセンター</p>	<p>松山毛織株式会社</p>	<p>愛知県</p>
<p>縫製及び洗濯耐久性に優れたスマートテキスタイル向けセンサー用並びに配線用導電性縫い糸の開発</p>	<p>スマートテキスタイル普及への課題として、バイタルセンシング等のセンサー部の洗濯耐性や、デバイスと電源等との配線コードが阻害する着心地の問題がある。本研究では新技術を用いた研究を通じ、これらを解決するため、(1)堅ろうな金属皮膜を有するセンサー用及び、(2)繊維内部に導電性をもち、その縫い目を通じてセンサー部と電源等とを、接続する配線用の導電性縫い糸を開発し、衣料のみならず、医療、健康分野を含む幅広い産業分野に貢献する。</p>	<p>表面処理</p>	<p>公益財団法人滋賀県産業支援プラザ</p>	<p>株式会社フジックス</p>	<p>滋賀県</p>
<p>高吸放湿機能、高発熱機能を付与したポリエステル繊維を実現する新規な繊維加工技術の研究開発</p>	<p>機能性繊維衣料が不振のなかで発熱系繊維の需要は非常に多く、発熱性能ならびに衣類内環境向上のニーズが高まっている。現在は吸放湿性を備えた発熱繊維は要求を満たしていないため、この要求を満たし尚且つ衣類内環境を改善、リサイクル可能な繊維の開発を目指す。</p>	<p>複合・新機能材料</p>	<p>公益財団法人滋賀県産業支援プラザ</p>	<p>洛東化成工業株式会社</p>	<p>滋賀県</p>
<p>ポリアセタール樹脂によるコアシェル型二重構造糸を用いた高機能不織布の開発</p>	<p>自動車産業では、耐エタノール性及び耐熱性のあるガソリンフィルターや電池セパレータのニーズがある。そこで、上記要求を満たすポリアセタール繊維を微細化且つコアシェル型高性能繊維を開発する。</p>	<p>複合・新機能材料</p>	<p>一般財団法人大阪科学技術センター</p>	<p>株式会社プレジール</p>	<p>大阪府</p>

# NEDOとは



## 国立研究開発法人 新エネルギー・産業技術総合開発機構

**NEDO** (New Energy and Industrial Technology Development Organization)

- 日本最大級の公的研究開発マネジメント機関
  - ・経済産業省所管・職員数941名（2017年4月1日現在）
- NEDOのミッション
  - ・エネルギー・地球環境問題の解決
  - ・産業技術力の強化

## NEDOにおける研究開発事業の概要

**ナショナルプロジェクト**

- 新エネルギー分野
- 電子・情報通信分野
- 省エネルギー分野
- 材料・ナノテクノロジー分野
- 蓄電池・エネルギーシステム分野
- ロボット技術分野
- クリーンコールテクノロジー(CCT)分野
- 機械システム分野 等

**テーマ公募型事業**

- 次世代プロジェクトシーズ発掘事業**
  - エネルギー・環境新技術先導プログラム
  - 未踏チャレンジ2050
- 研究開発プロジェクト(ナショナルプロジェクト等)の創出
- 研究開発型ベンチャーの起業家支援事業**
  - 研究開発型ベンチャー支援事業
- 研究開発成果の実用化・事業化支援**
  - ベンチャー企業等による新エネルギー技術革新支援事業
  - 戦略的省エネルギー技術革新プログラム
  - 課題解決型福祉用具実用化開発支援事業 等

# シーズ発掘から事業化までシームレスに支援を行うNEDOのプラットフォーム

## 研究開発成果の実用化・事業化支援事業

中堅・中小企業

大学等

⇒新技術を具体的に以下の特定新分野の研究開発に生かしたい方

- ④ ベンチャー企業等による新エネルギー技術革新支援事業
- ⑤ 戦略的省エネルギー技術革新プログラム
- ⑥ 課題解決型福祉用具実用化開発支援事業
- ⑦ IoT推進部実施事業の周辺技術・関連課題における小規模研究開発
- ⑧ 中堅・中小企業への橋渡し研究開発促進事業



## 次世代プロジェクトシーズ発掘事業

⇒革新的なエネルギー・環境新技術をお持ちの方

- ① エネルギー・環境新技術先導プログラム
- ② 未踏チャレンジ2050

大学等

中堅・中小企業

死の谷

## 研究開発型ベンチャーの起業家支援事業

⇒Tech系ベンチャーの起業をご検討の方

- ③ 研究開発型ベンチャー支援事業
  - ③-1 NEDO Technology Commercialization Program (TCP)
  - ③-2 起業家候補 (SUI:スタートアップイノベーター) 支援事業
  - ③-3 シード期の研究開発型ベンチャー (STS) への事業化支援
  - ③-4 企業間連携スタートアップ (SCA) に対する事業化支援
  - ③-5 高度専門産業支援人材育成プログラム (SSA)

ベンチャー

大学等

## マッチング支援事業

⇒ビジネスへのマッチングを促進

- サンプルマッチング
- 金融マッチング
- ビジネスマッチング

中堅・中小企業

※「中堅・中小企業」「大学等」「ベンチャー」アイコンは、視覚的分類を目的につけており、事業によっては、応募対象を制限しているとは限りません。詳細は各事業をご確認ください。



# 研究開発型スタートアップ支援事業

## 平成30年度概算要求額 20.0億円（15.0億円）

産業技術環境局 技術振興・大学連携推進課  
03-3501-1778  
産業技術環境局 大学連携推進室  
03-3501-0075

### 事業の内容

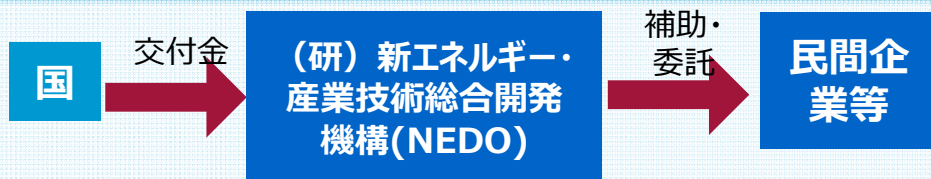
#### 事業目的・概要

- 研究開発型ベンチャー（スタートアップ）の創出・発展のため、資金面・事業化面の支援を行うことにより研究開発型スタートアップが次々に創出される環境の構築を図ります。
- このため、実用化開発に係る費用等を支援するとともに、起業時に必要な手続き・活動に対して支援を実施します。具体的には、(研)新エネルギー・産業技術総合開発機構（NEDO）の認定を受けたVC等を中心に、専門家による出資・経営指導等の事業化にむけた支援を行うことにより、起業から他企業との共同研究の実現まで、それぞれの段階に応じた支援を行う仕組みを構築します。

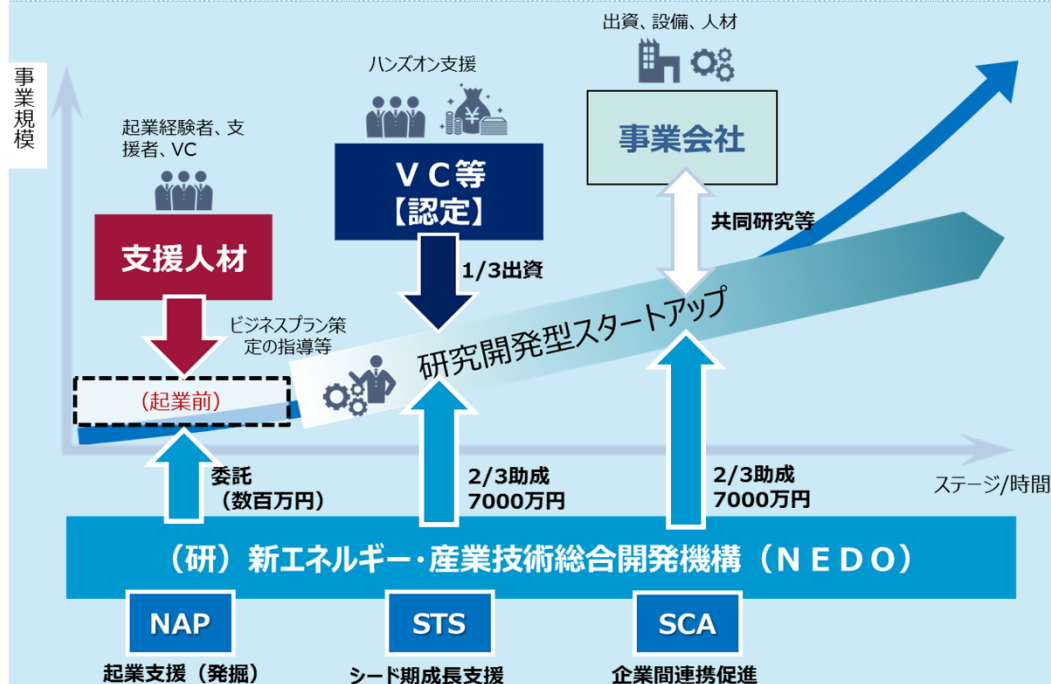
#### 成果目標

- 平成29年度から平成31年度までの3年間の事業であり、
  - ① 5年後に認定VC等がNEDO事業開始前と比較して研究開発型のスタートアップに対する投資額が2倍
  - ② 事業終了後5年以内でのM & A等によるイグジットが3割以上となることを目指します。

#### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



### 事業イメージ



- ・ NEDOが、シード期（起業前含む）、創業期の研究開発型スタートアップを支援するVC等を公募。
- ・ 認定されたVC等の出資等を受けるスタートアップの中から選定された企業等に対する以下の支援を実施。
  - 実用化開発、事業プラン作成等の事業化に係る費用への助成等
  - VC等による助言、活動拠点の提供
  - 上記支援を効果的に活用する場（エコシステム）の提供等



# 課題解決型福祉用具実用化開発支援事業

平成30年度概算要求額 **1.0億円（1.0億円）**

## 事業の内容

### 事業目的・概要

- 高齢者や障害者の自立の促進、活動を広げる製品や社会基盤の整備、介護者の負担の軽減等、従来の福祉用具の研究開発・普及に加えて、共生社会の構築等、新たな社会課題・ニーズへの対応が求められています。
- 具体的には、福祉用具の製品開発を担う民間企業とユーザー評価を担う機関・個人（福祉施設、介護施設等）とが連携した開発・実用化を支援します。
- また、解決が期待される課題の整理、共生社会の構築に向けて福祉用具がもたらす効果の普及・情報発信を行います。
- これらにより、高齢者や障害者、介護者の福祉の増進に寄与するとともに、我が国福祉用具産業の競争力強化を図ります。

### 成果目標

- 本事業による助成終了後、3年経過した時点で、50%以上の製品について市場化されていることを目指します。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

### I. 高齢者及び障害者のQOL効用を目指した機器

【軽量で走破性に優れる電動車椅子の前輪とモーター】

オムニホイールの軽量化及び静音で高効率小型なブラシレスモーターによる駆動部の開発により、既存製品に比べ高いデザインや走破性を維持したまま軽量でポータビリティの優れた電動車椅子を開発。



### II. 介護者の負担を軽減する機器

【ワンタッチ操作で移乗支援できる車椅子型移乗器】

要介護者が座った状態から一旦腰を上げ、ワンタッチ操作で座面をセットしてその場に腰を下ろすだけで移乗できる機器を開発。



### III. 高齢者の日常動作を支援する機器

【多機能で簡易な下向き動作補助手摺棒装架腰掛】

高さ調節・回転機能を持ち、丸棒手摺と腰掛を一体化させた、高齢者の下向き動作（靴の脱ぎ履きなど）補助を目的とした腰掛を開発。



### 特記事項

「福祉用具の研究開発及び普及の促進に関する法律」において、以下についてNEDOが行う業務として規定。

- ①産業技術の実用化に関する研究開発であって、福祉用具に係る技術の向上に資するものを助成すること。
- ②福祉用具に関する産業技術に係る情報の収集及び①の業務の対象となる者に対する当該情報の提供その他の援助を行うこと。



# 中堅・中小企業等への橋渡し研究開発促進事業

## 平成30年度概算要求額 10.0億円（新規）

産業技術環境局 技術振興・大学連携推進課  
03-3501-1778  
産業技術環境局 大学連携推進室  
03-3501-0075  
産業技術環境局 産業技術総合研究所室  
03-3501-1366

### 事業の内容

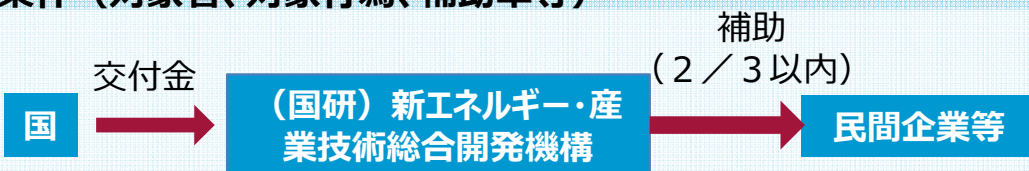
#### 事業目的・概要

- 中堅・中小企業等は、大企業が参入しないような小規模な市場などにおいてもリスクを取りつつ、機動的に事業化を図るなど、イノベーションの創出への貢献が期待されています。
- 他方、中堅・中小企業等は特定の優れた技術シーズを有していても、それだけでは事業化に不十分な場合が多くみられます。このため、中堅・中小企業等にとっては、広い分野に関して優れた基盤技術や学術的知見等を有する研究機関の助力を得て、技術シーズを実用化・事業化に向けて迅速に磨き上げていくことが重要となります。
- 具体的には、中堅・中小企業等が、「橋渡し研究機関(※)」と共同研究を実施する際や、橋渡し研究機関の持つ基盤技術等を実用化する際にNEDOがこれらの中堅・中小企業等に対して支援を行います。

#### 成果目標

- 中堅・中小企業が、橋渡し研究機関の活用を通じて生産方法の革新や技術力向上等を実現することにより、事業完了から3年後に新技術の実用化達成率が3割になることを目指します。

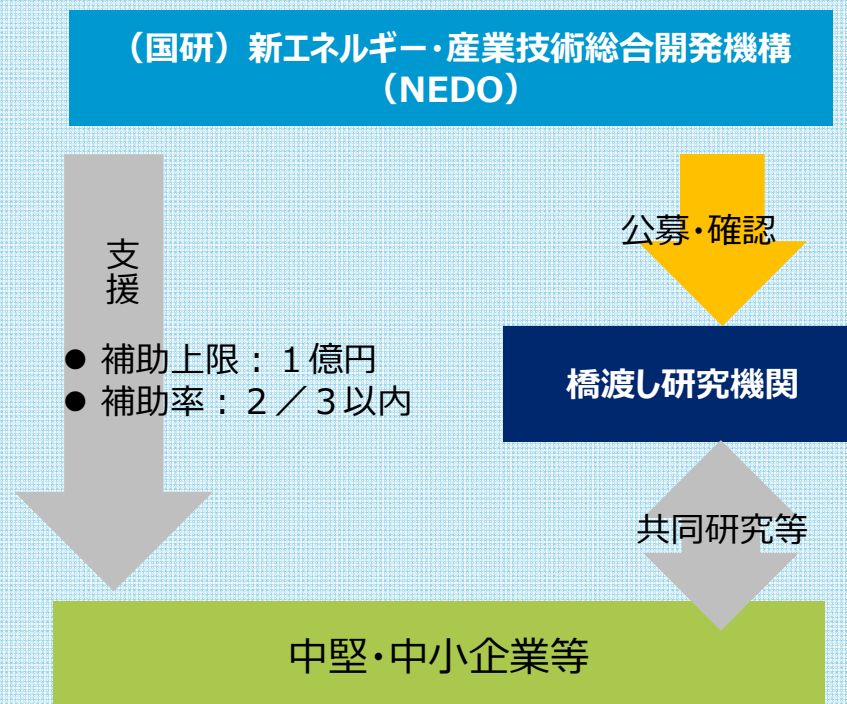
#### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



### 事業イメージ

#### 橋渡し研究機関との連携による実用化開発支援

中堅・中小企業等が、「橋渡し研究機関」と共同で取り組む共同研究、実用化開発等を支援



※ 橋渡し研究機関：大学、高専、公設試、公的研究機関など、先端的な基盤技術や学術的知見、優れた試験・分析能力等を持つ研究機関。平成29年4月現在、192機関が参画。

# 海外市場への展開



# 国内外の需要獲得に向けた支援強化（海外展開支援(全体像)）

## 知る・調べる

○TPP説明会を  
全国で開催

○海外展開に有益な  
情報を提供  
・JETRO  
・中小機構

○ウェブサイトを通じた、  
情報収集を支援  
・ミラサポ  
・JETROのウェブサイト  
・中小機構のウェブ  
サイト  
・J-net21

## 計画する・準備する

（専門家によるアドバイス）

- 海外ビジネスの専門家による個別アドバイス（JETRO・中小機構）
- 海外コーディネーターによる相談サービス（JETRO）
- 知財の専門家によるアドバイス（特許庁・INPIT）

### ◆専門家派遣事業

よろず支援拠点や地域プラットフォームが個々の中小企業・小規模事業者の課題に合った専門家を3回まで無料で派遣。

### ◆新輸出大国コンソーシアム

海外ビジネスに精通した専門家が、段階に応じた施策を紹介。最終的な海外展開の実現までをサポート。

### ◆海外ビジネス戦略策定支援事業

海外事業の経験を有する専門家が現地同行調査などを通じ事業計画の策定をアドバイス。

（商品開発・販路開拓への支援）

### ◆ふるさと名物応援事業

農商工連携や地域資源を活用した新商品・サービスの開発や販路開拓を支援。

### ◆JAPANブランド育成支援事業

複数の中小企業が連携し、自らの持つ素材や技術の強みを活かした戦略の策定、戦略に基づく商品開発、海外展示会出展等の取組を支援。

## 海外に進出する

（資金調達への支援）

- 貿易保険（NEXI）
- 融資制度（日本政策金融公庫）
- 債務保証（信用保証協会）

（現地での課題解決）

### ◆海外展開現地支援 プラットフォーム

15の国・地域21ヶ所に配置されたコーディネーターが日系企業の課題解決を支援。

### ◆海外展示会出展支援

- ・出展スペース提供、現地バイヤーとのマッチング等、海外販路開拓を支援。
- ・専門家のアドバイスや資料翻訳等の費用を補助。

# ジェットロによる海外販路開拓支援

- 製品輸出や海外店舗進出に対する支援を事業進捗状況に応じ行う。

## 製品輸出

### 計画段階

- 事業戦略明確化
- 市場調査
- 貿易実務の習得
- 貿易管理制度・輸出手続きの確認
- 商標・知財関連の情報収集
- 戦略立案  
資金計画、流通経路・販売チャネル計画立案など

### 輸出先・取引先探し・商談

- 国内での商談経験の蓄積  
海外バイヤー参加の国内商談会・ビジネスマッチングサイト等を活用
- 海外見本市  
競合他社、来場バイヤーの特性を知り、自社製品に最適な・見本市を見つけるために視察して出展見本市を確定
- バイヤーニーズの把握  
各種セミナー & ワークショップ等に参加して情報を収集する  
重要商業施設を視察しての市場動向の把握  
国内外での商談機会に直接バイヤーからヒアリングしてのニーズの把握  
商品開発・商品構成の精度向上を図る

### 契約交渉・契約

- 契約条件の確定  
商品仕様、価格、納期、輸送方法、支払い条件
- 契約書の作成
- 顧客管理手法の策定  
ランク別顧客管理等を決めて継続取引のための顧客アプローチを継続
- 社内での営業体制の整備

## 主な必要事項

- HP上で国別・産業別の基本情報（輸出手続きから統計に至るまで）を収集  
\* 貿易・投資相談Q&A  
事例別制度・手続き説明等
- 新輸出大国コンソーシアム  
専門家による産業別、個別課題別、海外展開フェーズ別での個別情報提供
- 海外コーディネーター  
輸出支援相談サービス  
産業領域別現地商品動向等の提供
- 貿易実務オンライン講座（有料）  
WEBでの貿易実務の習得・学習
- 商標先行登録調査・相談
- 海外ブリーフィングサービス  
海外事務所で一般経済事情や現地商習慣等の情報を提供
- 貿易投資相談

- 海外ミニ調査サービス（有料）  
企業リスト、統計資料等を主に海外事務所スタッフが検索を代行して行い、収集した情報を提供
- 海外見本市  
\* J-messe  
ジェットロの世界の見本市情報紹介サイトを活用して情報を収集  
\* ジャパン・パビリオンへの出展
- 海外バイヤー招聘・商談会  
海外から有力バイヤーを招いて国内で商談の機会を提供  
\* 海外セレクトショップバイヤー商談会、  
\* 欧米向けテキスト輸出展示商談会等
- ビジネスマッチングサイト（TTPP）  
登録をして仕入れ先・販路開拓、生産・販売のパートナーを探す  
\* TTPP登録ユーザーは海外企業信用調査を優待料金で利用可
- 各種セミナー&ワークショップ  
商品開発に必要なトレンド情報、販路開拓に必要な商談準備からアフターフォローまでの海外ビジネス取引の基礎知識、等を提供
- 新輸出大国コンソーシアム  
専門家の産業別、個別課題別、海外展開フェーズ別での個別支援

- 新輸出大国コンソーシアム  
専門家による産業別、個別課題別、海外展開フェーズ別での個別情報支援
- 輸出有望案件支援サービス  
専門家が輸出戦略の策定から契約の締結まで一貫してサポート  
\* 審査・採択企業対象サポート
- 貿易投資相談  
輸出入や海外進出の実務のご相談に、経験豊富なアドバイザーが具体的な事例を基に情報を提供
- ビジネスライブラリー  
貿易・投資に関する実務書・書式（各種契約書雛形等）を活用して自社の書類を作成  
統計・関税率・制度の資料活用

注意：支援メニューによっては、  
中小企業限定あり

## 主な支援メニュー

# (参考) 輸出有望案件支援サービス

## ジェットロのサービス

目的別支援メニュー ・ 輸出支援 ・ 海外進出支援 ・ 支援サービス一覧 ・ ジェットロ活用事例 ・ 全国のジェットロの窓口

## 輸出有望案件支援サービス (事前審査あり)

このページを印刷する

### 専門家が輸出戦略の策定から契約締結まで一貫してサポートします

各分野の専門家が、お客様の製品や会社の状況にあわせて戦略を策定し、マーケット・バイヤー情報の収集や海外見本市の随行、商談の立会い、最終的には契約締結までお手伝いします。

### 専門家によるマンツーマンの継続支援

こんな方におすすめします



## 支援分野/対象

1. 農林水産・食品/製造業者もしくは農林漁業者
2. デザイン製品・日用品/製造業の中小企業
3. ファッション (アパレル、テキスタイル) /製造業の中小企業

## 支援対象候補企業 (優先順位)

1. 優れた技術力やオンライン商品など、優秀な商品を持っていないがこれまで輸出経験がない、あるいは輸出ビジネスを躊躇している中小企業
2. これまで幾度か海外への売込みを試みたものの、単発に終わり、太い輸出のパイプが構築できていない中小企業
3. すでにある国 (例えば米国) に輸出ルートを持っているが、新規市場 (中国やドイツなど) への販路を開拓したい中小企業

## 支援内容

1. 候補企業の中から支援対象企業を選定し、各種輸出指導、海外バイヤーの発掘、海外への商談随行、輸出契約締結までの一連の支援を行います。ただし、事前に審査が必要となり、本事業の対象とならない場合もあります。
2. これらの支援は、ジェットロの国内事務所およびジェットロがリテンする専門家が、地元自治体や関連機関等と協力して行います。

出典：ジェットロHP <https://www.jetro.go.jp/services/export.html>

## 採択事例



### 米富繊維株式会社

OEM生産が中心だったニットメーカーが自社ブランドを展開。海外展示会を中心にブランド認知を広げ、ニューヨークのセレクトショップをはじめ、各国バイヤーとの取引に成功。

山形県東村山郡山辺町 <輸出> 対象国・地域：中国、香港、米国、イタリア



### 株式会社沼尻テキスタイル研究所

東京都渋谷区  
<http://numaken.com/>  
テキスタイルの製造販売

<輸出> 対象国・地域：アジア、欧州

写真：アルバーザ天竺



### 西山産業開発株式会社

地場の伝統産業「牛首袖」を守るため、欧州のオートクチュール・メゾンターゲットに見本市などに出展。洋装用生地を生産して世界のテキスタイルとして再出発を果たす。

石川県白山市 <輸出> 対象国・地域：フランス



### 株式会社川栄

高級ネクタイ生地を欧州に売り込むため、シーズン毎に新商品を開発して意欲的に生地を売り込んだ結果、目標としていた大手ブランドからのバリエーション受注に成功。

山梨県南都留郡西桂町 <輸出> 対象国・地域：フランス



### 古橋織布有限会社

職人のこだわりが紡ぎ出す高密度織物を、欧州に広めて、遠州地区の織物産業に新たな風を吹き込む。

静岡県浜松市 <輸出> 対象国・地域：イタリア、フランス



### 福井経編興業株式会社

ニット生地製造の国内トップメーカーが、海外販路開拓のため、商談会やミッションに参加。各国有名ブランドからの継続的な受注に成功。

福井県福井市 <輸出> 対象国・地域：米国、欧州



## (参考) ジェトロのファッション分野への支援 (2017年度 1 / 2)

### 国内商談会

#### 欧米向けテキスタイル輸出展示商談会

2017 年6月27日(火) (山梨)  
6月29日(木)・30日(金) (東京)  
アパレル向けテキスタイル&ニット (秋冬)

欧州・米国の有カメゾン・ブランドの生地買付け担当者を招聘して国内企業との商談会をアレンジ  
はじめて輸出をめざす企業向けの専門家の個別相談フォロー実施

#### 海外セレクトショップバイヤー商談会

2017 年10月17(火) ~ 19日(木) (東京)  
レディース&メンズ アパレル&服飾雑貨 (春夏物)

米国・欧州・東南アジアの有力小売店舗の買付け担当者(バイヤー)を招聘して国内企業との商談をマッチング

#### 欧米デニム生地バイヤーとの輸出展示商談会

2017 年11月13日(月) (福山)  
2018 年1月25日(木) (福山)  
デニム商品を扱うアパレル向け

米国・欧州の有力ブランド生地買付け担当者を招聘して国内企業との商談会をアレンジ(デニムに特化)  
はじめて輸出をめざす企業向けに、輸出の進め方や商談の注意点、デニムにおけるマーケティングの観点等についてセミナーを実施

#### 欧米向けテキスタイル輸出展示商談会

2017 年12月5日(火)・6日(水) (大阪)  
12月8日(金) (京都)  
アパレル向けテキスタイル (春夏)

欧州・米国の有カメゾン・ブランドの生地買付け担当者を招聘して国内企業との商談会をアレンジ  
はじめて輸出をめざす企業向けの専門家の個別相談フォロー実施

# (参考) ジェトロのファッション分野への支援 (2017年度 2/2)

## 海外商談会

### Milano Unica (\*)

イタリア / ミラノ

2017年7月11日 (火) ~ 13日 (木)

アパレル向けテキスタイル&ニット (秋冬)

パリ・プルミエール・ヴィジョンと双璧をなし、高付加価値生地を提案できる2大有力見本市のうちのひとつ

広報・バイヤー誘致・商談支援 ※出展支援なし 募集：終了

### LIBERTY FASHION & LIFESTYLE FAIRS

米国 / ニューヨーク

2017年7月17日 (月) ~ 19日 (水)

メンズアパレル&服飾雑貨 (春夏物)

メンズ・コンテンポラリーゾーンのブランドが多く参加する人気展示会

出展支援・商談支援

募集：終了

### Paris sur Mode / Premiere Classe & TRANOI Paris Women' s

フランス / パリ

PSM/PC : 2017年9月28日 (木) ~ 10月1日 (日)

TRANOI : 2017年9月29日 (金) ~ 10月2日 (月)

レディスアパレル&服飾雑貨 (秋冬物)

クリエイティブなレディスアパレルや雑貨ブランドが一同に参加することで世界的に有名な見本市

募集：終了

### Japan Textile Salon in NYC

米国 / ニューヨーク

2018年1月17日 (水) ~ 18日 (木)

アパレル向けテキスタイル

米国ミドル・ハイエンドゾーンでの需要発掘・喚起を目的とする展示会

出展支援・商談支援

募集：終了

### LIBERTY FASHION & LIFESTYLE FAIRS

米国 / ニューヨーク

2018年1月23日 (火) ~ 25日 (木)

メンズアパレル&服飾雑貨 (秋冬物)

メンズ・コンテンポラリーゾーンのブランドが多く参加する人気展示会

出展支援・商談支援

募集：終了

### Milano Unica (\*)

イタリア / ミラノ

2018年2月6日 (火) ~ 8日 (木)

アパレル向けテキスタイル&ニット (春夏)

パリ・プルミエール・ヴィジョンと双璧をなし、高付加価値生地を提案できる2大有力見本市のうちのひとつ

広報・バイヤー誘致・商談支援 ※出展支援なし

### Paris sur Mode / Premiere Classe & TRANOI Paris Women' s

フランス / パリ

PSM/PC : 2017年3月1日 (木) ~ 3月4日 (日)

TRANOI : 2017年3月2日 (金) ~ 3月5日 (月)

レディスアパレル&服飾雑貨 (秋冬物)

クリエイティブなレディスアパレルや雑貨ブランドが一同に参加することで世界的に有名な見本市

出展支援・商談支援  
はじめて輸出をめざす企業向けの海外コディネーターによる個別支援を実施

\*：出展者募集は一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

<問合せ先> 日本貿易振興機構 (ジェトロ) 生活関連産業課 (ファッション班)



# ふるさと名物応援事業

平成30年度概算要求額 **16.0億円（13.5億円）**

1,2,3 中小企業庁 創業・新事業促進課  
03-3501-1767  
3 商務・サービスグループ クールジャパン政策課  
03-3501-1750  
4 製造産業局 生活製品課 伝統的工芸品産業室  
03-3501-3544

## 事業の内容

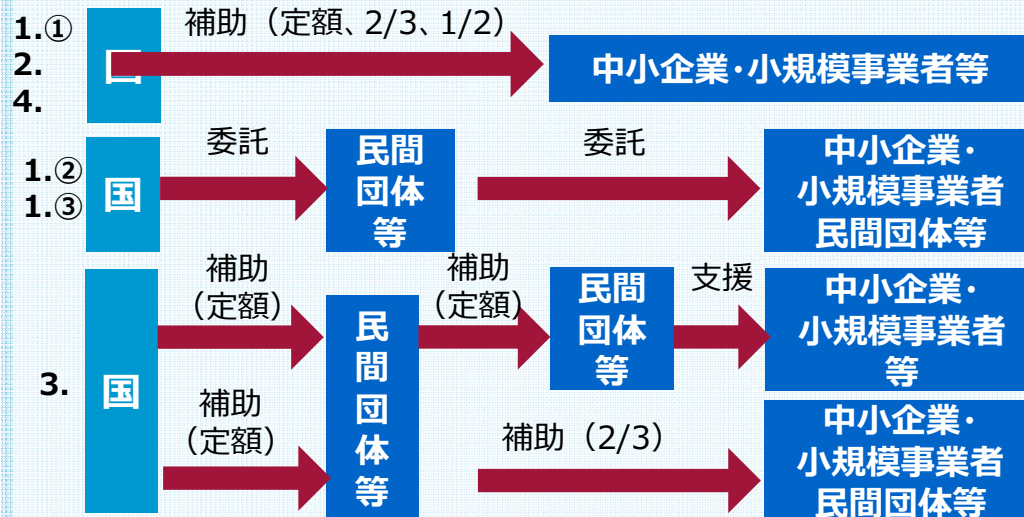
### 事業目的・概要

- 全国津々浦々の地域や中小企業・小規模事業者の活性化を図るため、各地域にある地域資源を活用した「ふるさと名物」のブランド化などに対する支援を行います。
- 地域の団体等による農商工等連携体構築の機会の創出等を支援します。
- 地域の関係者を巻き込み、特色を活かした産品をブランド化して国内外に売り出す「ふるさとプロデューサー」人材を育成します。
- 地域産品の強みを活かし、海外展示会出展等を通じてブランド確立や海外販路開拓に取り組む事業を支援します。
- 隠れた魅力を秘めている地場産品等を改めて海外の視点で再評価することで、新たな切口での産地のブランド化に向けた取組を支援します。

### 成果目標

- 平成27年度から平成31年度までの5年間の事業であり、開発した商品・サービスの市場取引達成率80%を目指します。

### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

### 1. ふるさと名物支援事業

- ①事業計画の認定を受けた中小企業・小規模事業者が、地域資源の活用や農林漁業者との連携により行う新商品・新サービスの開発や販路開拓等に係る費用の一部を支援します。（補助率：1～2回目2/3、3回目1/2、補助上限：原則として500万、ただし4者連携2,000万、支援事業者1,000万、機械化・IT化1回目1,000万、2～3回目500万）
- ②中小企業者と農林漁業者のそれぞれのニーズ・シーズを把握し、マッチングさせることで新商品・新サービスの開発、販路開拓等の農商工が強く連携した取り組みを促進します。
- ③地域の関係者を巻き込み、魅力ある地域資源をブランド化して、国内外に売り出す取組の中心的人材をOJT研修等により育成するとともに、その活動を支援します。

### 2. JAPANブランド育成支援事業

- 「ふるさと名物」などの地域産品が持つ素材や技術等の強みをいかした海外展開戦略の策定を支援します（補助上限200万円、定額補助）。また、海外販路開拓に向けたブランド確立のため、新商品開発や海外展示会出展等のプロジェクトを支援します（補助上限2,000万円、補助率2/3）。

### 3. 専門家招聘型商品開発・プロデュース支援事業

- 各分野ごとのクールジャパン商材の掘り起こしと顧客視点からの磨き上げの強化、海外専門家招聘等を通じたマーケットイン思考の商品開発等の支援を行います。
- 支援事業の活動を公開し、地域商材・サービスの包括的なデータベースを構築するとともに、外部人材を活用した海外展開支援と新たなプロデューサー育成に取り組みます。

### 4. 産地ブランド化推進事業

- 伝統工芸や繊維等の産地への観光客誘致・海外販路開拓を後押しするため、各産地にデザイナー等の外部人材を招聘する取組等を支援します（補助上限5,000万円、定額補助）。



平成29年度予算ふるさと名物応援事業補助金（地域産業資源活用事業・小売業者等連携支援事業）採択事業（繊維関係抜粋）

地域	補助事業者名	所在地	事業テーマ
東北-18	青文テキスタイル株式会社	山形県米沢市	Aobunブランドのジャガード織物・ジャガードニットのブランディングによる企画開発力と海外展開を目指した販路拡大
東北-19	株式会社安部吉	山形県米沢市	自社ブランドの確立及び電子ジャカードを活用したシルク織物の開発と海外販路開拓
東北-21	鶴岡シルク株式会社	山形県鶴岡市	産地間連携による新たな鶴岡シルク製品の開発と販路拡大及びブランド化の取組み
東北-23	佐藤繊維株式会社	山形県寒河江市	超希少性の高級ニット小物の開発と、新たな販売形態による地域ブランド化
東北-24	有限会社奥山メリヤス	山形県寒河江市	超立体造形技術とマルチゲージ対応によるメイドインジャパンのトータルニットブランドの確立
東北-26	オリエンタルカーペット株式会社	山形県山辺町	山形緞通の個人ユース向け絨毯の開発と販売～和モダンデザインによる新しい床からの創造～
関東-6	有限会社ワダノブテックス	栃木県足利市	新たな構造的特徴を持ったトーションレースおよびその組み合わせによる新商品の開発と販売
関東-9	ガチャマンラボ株式会社	栃木県足利市	産地を越えた足利・秩父の職人の連携による「銘仙」をテーマにした「銘仙」の伝統的技法を活かした洋装分野等での新商品開発・販路開拓事業
関東-32	株式会社匠の夢	新潟県見附市	複合糸の組み合わせと多重織による新見附織物の服飾雑貨の開発・販売
関東-47	有限会社福田織物	静岡県掛川市	コーデュロイ技術を活用した深畝柄デザイン変則二重織の開発及び商品販売事業
中部-13	浅野燃系株式会社	岐阜県安八町	西濃の燃系膨化技術を活かした柔らかく吸水性の高い糸、および同糸で織り上げた高級タオル等の製造販売事業
中部-15	株式会社マルジュー	愛知県名古屋	海外デザイナーらとのコラボレーションしたガーゼ製ベビーアパレル製品群の製造・販売事業
中部-16	丸安ニット株式会社	愛知県名古屋	“和紙糸”を使用したニット製品「siffonシリーズ」の製造・販売事業
中部-18	中伝毛織株式会社	愛知県一宮市	尾州毛織物による欧米市場向け「尾州ハイブリットウール」と「サマーウール」の生地及び製品の開発・製造・販売
中部-25	おぼろタオル株式会社	三重県津市	豊かな表現を可能とする新たなおぼろ染め技術等を活用したオンリーワン製品の開発と販路の開拓
近畿-1	株式会社伊と幸	京都府京都市	絹織物とガラスとを複合加工した建築資材・内装資材等の試作開発・生産・販売～和装用絹織物の技を活用した“絹ガラス”の事業拡大～
近畿-2	宮井株式会社	京都府京都市	世界初の静電式電子写真方式によるデジタル転写捺染技術を活用したオリジナル繊維製品の開発・製造・販売～小ロット・短納期・高精度なふるしき・クリーナー等～
近畿-4	旭紡績株式会社	大阪府泉南市	独自の機械組み合わせ技術により毛羽落ちを極限まで抑えたタオルの企画・製造・販売～いつまでも心地良く、濃色にも適したタオルを実現～
近畿-6	播州織工業協同組合	兵庫県西脇市	特殊加工により機能性・表現力を高めた播州織生地の開発・生産・販売—播州織の多品種化による需要拡大—
近畿-7	株式会社丸萬	兵庫県西脇市	多重レイヤージャカード織等を活かした製品ブランドPOLLS(ポルス)の製品企画・生産・販売
近畿-8	島田製織株式会社	兵庫県西脇市	シルク感覚の綿生地を活用したアパレル製品の開発・生産・販売～綿100番単糸の生地の開発・生産により実現～
近畿-9	オザワ繊維株式会社	兵庫県西脇市	播州織と産地内技術を複合させた新素材及び製品の開発・販売～インテリア分野をはじめとする新たな需要開拓～
近畿-11	阿江ハンカチーフ株式会社	兵庫県加東市	長繊維などの新素材整経による産地初の生地を用いた製品の開発・生産・販売—ファッション・ホテルリネン・ホームファッション用品の事業拡大—
近畿-14	萩原メリヤス株式会社	和歌山県和歌山市	「高オリジナリティ生地」でファッションにこだわりを持つ層に向けたアパレル製品の開発・製造・販売～独自の編み技術と素材へのこだわりで実現～
近畿-15	株式会社アイセン	和歌山県海南市	樹脂加工繊維を活用した高洗浄力清掃用品の開発・製造・販売
中国-6	日本綿布(株)	岡山県井原市	「世界初のソリッド・ファイバーデニムによる高付加価値デニム生地の製造販売」
九州-25	株式会社アマミファッション研究所	鹿児島県名瀬市	泥染めを活用したヨガウェアの試作と販路開拓

平成29年度予算 JAPANブランド育成支援事業採択一覧 (繊維関係抜粋)

【戦略策定支援事業】

No.	都道府県名	補助申請者名	実施プロジェクト名
5	山形	鶴岡シルク株式会社	最高級シルクをアピールする、最高級ブランドの構築
14	和歌山	風神莫大小株式会社	高機能ニット生地の特徴を最大限に活かした生地とアウトドアインナー商品の開発
16	滋賀	浜縮緬工業協同組合	近江スタイル・湖国の織物～世界へ発信プロジェクト～

【ブランド確立支援事業1年目】

6	静岡	有限会社福田織物	パリ市場向け“KANTO”ブランド開発・販路開拓事業
9	京都	宮眞株式会社	「丹後ちりめんを世界に通用する高級テキスタイルブランドにする」

【ブランド確立支援事業2年目】

14	神奈川	株式会社丸加	cilkプロジェクト(関東広域圏の絹関連事業者連携による新商品開発と海外販路開拓事業)
16	石川	サンコロナ小田株式会社	“ミストロン”と石川県固有技術のコラボレーションによる繊維産地石川県のブランディング
22	岡山	有限会社ニイヨンイチ	ジーンズの聖地・児島から新ブランド“e”の世界展開
24	鹿児島	奄美大島商工会議所	本場奄美大島紬のブランド確立プロジェクト

【ブランド確立支援事業3年目】

5	東京	精巧株式会社	IKIJIブランド・プロジェクト(海外展開事業)
8	石川	丸井織物株式会社	欧州ファッション市場向け高機能・高感性テキスタイル販路開拓と展開
9	京都	株式会社高岡	京座布団作りの伝統と技を活用した新感覚クッションの海外展開

平成29年度 ふるさと名物応援事業費補助金 (JAPANブランド等プロデュース支援事業) 採択プロジェクト (繊維関係抜粋)

番号	プロジェクトの事業計画					プロデュースチーム			
	プロジェクト名	商材	詳細	分野	ターゲット	所在地	申請事業者 企業名	プロジェクトマネージャー 氏名	所属
7	奈良の蚊帳製品をヨーロッパへ	着心地のよい蚊帳と麻を素材とした服飾雑貨、テーブルウェア、インテリア商材	蚊帳と麻を素材とした服飾雑貨、テーブルウェア、インテリア商材をヨーロッパに展開するプロジェクト。フランスをターゲットに、パリに拠点を置くエーピングプラス社と手を組むことで、彼らのバイヤーネットワーク、ショールームを使用した営業に取り組む。また2017年内をテストマーケティング期として、パッケージデザインの見直し、商品設定、販売システムの構築を実施。2018年1月のメゾンエオブジェで販売する。	ものづくり	フランス、欧州	奈良県	有限会社 井上企画・幅	青木 千映	ABingPlus Co.,Ltd.

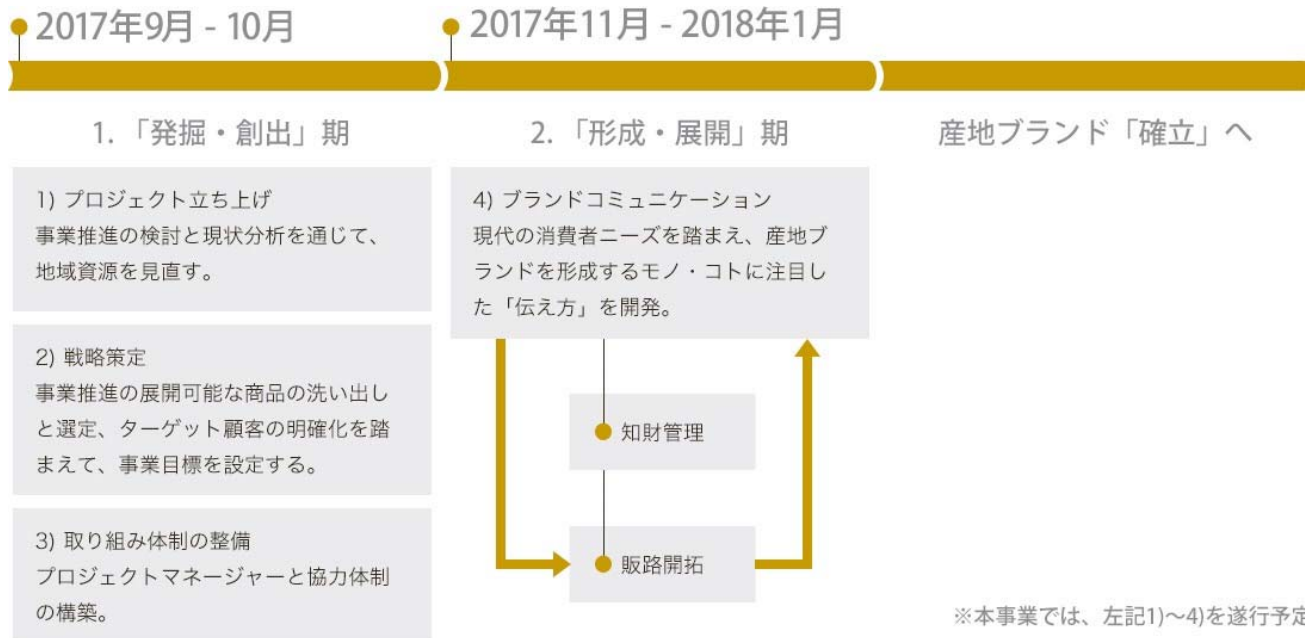
# 平成29年度の産地ブランド化推進事業の進捗状況

平成29年度予算額  
5,000万円

※29年度より支援対象を伝統工芸品に加え地場産品等にも拡大し、「Local Creators' Market」プロジェクトとして実施中。

- 伝統的工芸品や繊維などの地域産品の海外販路開拓や、産地への観光客誘致を後押しするため、産地に海外の有識者を招聘し、各分野における海外の有識者の観点から、各産地に埋もれている技術・ストーリーを再評価。
- 評価を通じ、「産地ブランド」を形成していくための体制作り、コラボ商品開発や産地間の交流によるライフスタイルのトータルコーディネート提案体制の構築など、土台作りを支援。

## 今後の事業スケジュール



※本事業では、左記1)~4)を遂行予定

## 平成29年度の採択産地

- **東京都墨田区**  
関係産業：繊維染色  
概要：染色とデザイナーのコラボによる海外展開
- **石川県加賀市**  
関係産業：山中漆器  
概要：伝統工芸と温泉観光による魅力発信
- **岐阜県関市**  
関係産業：刃物  
概要：刃物の製造背景・使い方、食との連携
- **兵庫県神戸市**  
関係産業：真珠  
概要：アコヤ真珠の海外向けブランド化戦略
- **広島県福山市**  
関係産業：デニム  
概要：デニム産地のSNS等を通じた情報発信



# クールジャパン機構出資案件①: マレーシアジャパンモール

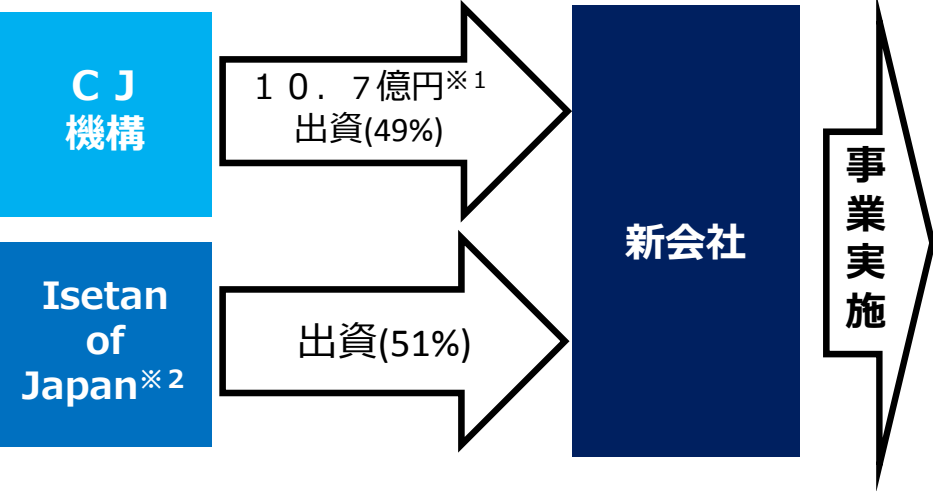
## 概要・意義

- クアラルンプール最大の繁華街で、三越伊勢丹の既存拠点（約1万㎡）を**ASEAN初の全館クールジャパン仕様に刷新**。2016年10月末オープン。  
 ※海外における一般的な日系百貨店の日本商材の比率は5～10%程度
- **ショールームや体験スペース等を通して、ファッションから食、美容、健康まで日本の最先端のライフスタイルを発信。地域・中小企業の海外展開の足がかりとする。**
- **ハラル対応等のノウハウを蓄積し、イスラム圏への展開に向けたモデルケースとする。**

## 事業内容

総事業規模20億円程度

【対象国】マレーシア



## ISETAN The Japan Store Kuala Lumpur

・6層のフロア構成・品揃えは、4つの日本の美意識「雅・粋・織・素」と日々の暮らし「食べる・暮らす・過ごす・楽しむ・学ぶ」を掛け合わせて編集。

4F	「THE TABLE」 レストランフロア (2017年2月オープン)
3F	「THE CUBE」 「感じる」「知る」「創る」として日本の様々なカルチャーを体感できるフロア
2F	「THE ROOM」 日本ならではの素材や技術とともに美しく健康的でいられるライフスタイルを提案
1F	「THE STUDIO」 雑貨・ファッションの都道府県解放区など日本のファッションカルチャーを提案
GF	「THE MUSEUM」 全館の品揃えの要素を集約し、ファッション・アート・テクノロジーなど日本の多様性を表現
LG1 LG2	「THE MARKET」 都道府県別・産地別にクローズアップした調味料・食材などを集積させ、本格本物の日本の味やテクノロジーによる新しい食を提案



※1: 金額は上限額であり、為替の影響等により変動がある。  
 ※2: 三越伊勢丹HDのマレーシア現地子会社

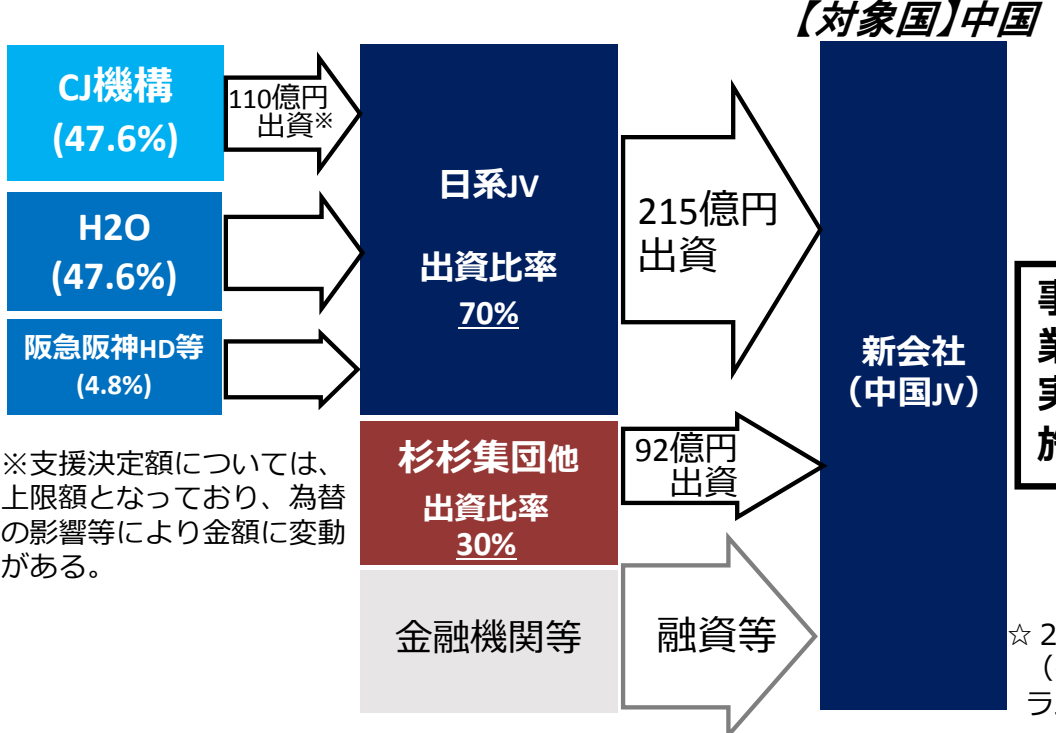
# クールジャパン機構出資案件②：寧波ジャパンモール

## 概要・意義

- 中国寧波市における、**日系百貨店世界屈指の規模（約16万m<sup>2</sup>：東京ドーム3個超）**で、**日系商材を前面に出した商業施設**の新規出店支援。
- 富裕層の多い中国親日都市の大規模都市開発（1,600ha：山の手線内の4分の1相当）に併せた、**日系百貨店による過去最大級**の商業拠点整備であり、**日本ブランド**の中国浸透に取り組む。
- アリーナやイベントスペース等を設け「**体験**」できる**ジャパン・エンターテインメント型**のコンセプトで、年間通じ**毎日複数**、日本各地をテーマにした物産展・文化行事等の**イベント**を実施。**日本企業100社以上の参加**を目指し、**地域企業の海外展開**の足がかりに。

## 事業内容

総事業規模 510億円程度（30億人民元）



※支援決定額については、上限額となっており、為替の影響等により金額に変動がある。

（H2Oリテイリングが中心となり、流通販売拠点を整備）

浙江省寧波市  
1人当たりGDPは中国平均レベルの2.2倍、  
人口約760万人

**事業実施**

[テナントイメージ] 環境

ライフスタイル

メディア・カルチャー

食

低層オフィス  
60F-79F ホテル  
～59F 高層オフィス  
サービスアパート

本件

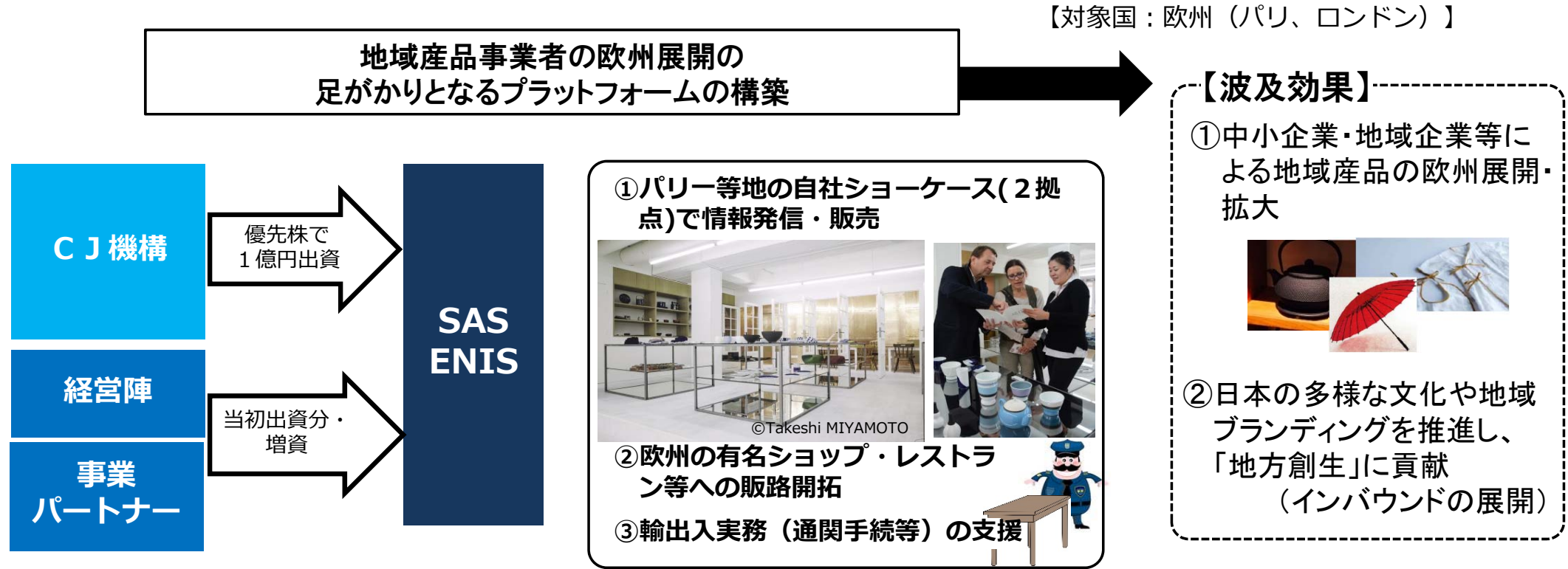
☆2018年秋の開業を予定。出店企業に対し、日本政策金融公庫の「海外展開資金（クールジャパン関連）」による融資や商工組合中央金庫の「成長・創業支援プログラム」による融資等の活用を促し、日本の地域企業の本施設への入居展開を支援。

# クールジャパン機構出資案件③：地域産品セレクトショップ

## 概要・意義

- 世界の情報発信地パリの中心部に、地域の伝統工芸品等の**クールジャパン商材を、欧州展開するためのビジネス拠点（ショーケース）を整備**する。
- 規模の小さい地域産品事業者は、展示会に出展し海外展開を狙うも、独力では、その後必要となる「マーケティング（商品情報発信・改良）」「販路開拓（含営業交渉）」「輸出入実務」等は困難。
- 本事業は、こうした課題を克服するため、地域事業者に継続的なビジネス支援を提供するもの。

## 事業内容

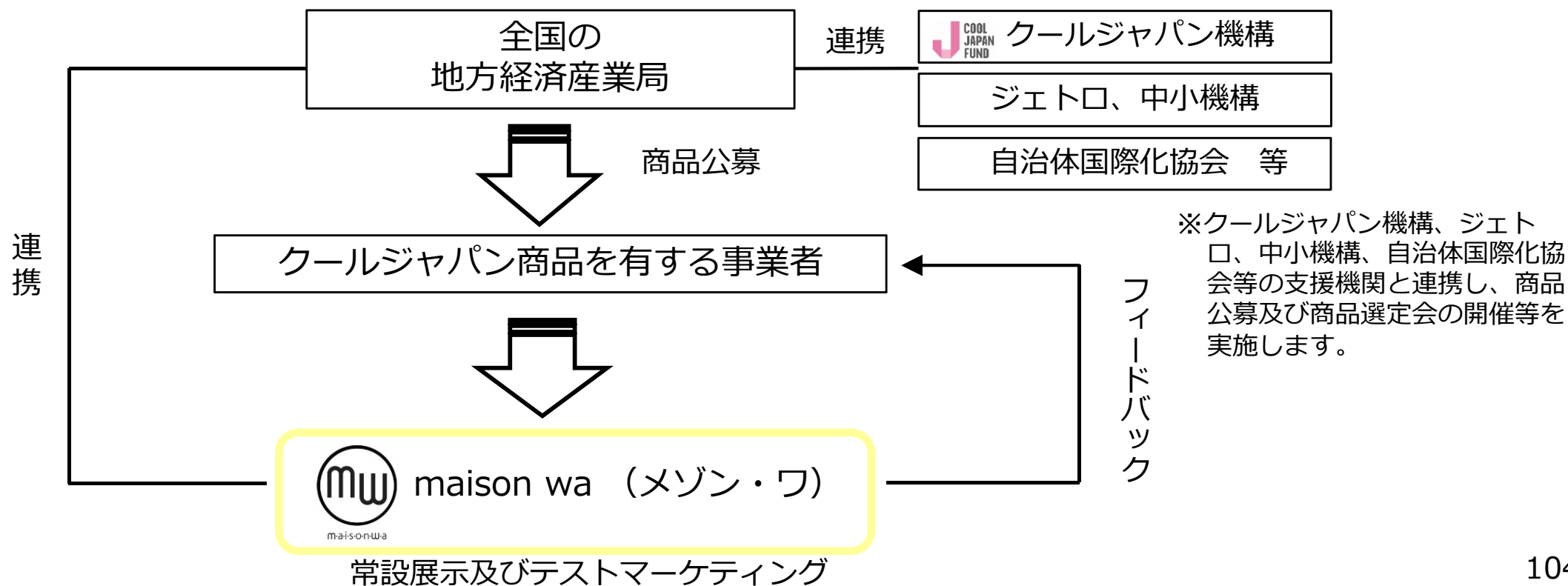




# Challenge Local Cool Japan in パリ

## 事業目的及び実施体制

- ・本事業は、全国の地方経済産業局が、クールジャパン機構、ジェトロ、中小機構、自治体国際化協会等と連携し、世界のショーウィンドウであるパリにおいて、クールジャパン商品の常設展示及びテストマーケティングの実施を通じて、全国各地の優れたクールジャパン商品の海外販路開拓を支援することを目的とします。
- ・具体的には、パリ市内のショールーム「maison wa (メゾン・ワ)」(運営事業者：SAS ENIS (サス・エニス)) において、各地のクールジャパン商品合わせて50点程度を陳列し、原則1年間(半年間の選択も可)のテストマーケティング支援を行います。



# Challenge Local Cool Japan in パリ

## 事業概要

### (1) クールジャパン商品の募集及び選定

- ・本事業への参加を希望するクールジャパン商品を公募
- ・書類選考及び商品選定会を実施し、SAS ENIS責任者が中心となり展示商品を選定
- ・最終的に選定されなかった商品については、選定されなかった理由等をフィードバック

### (2) パリでの常設展示及びテストマーケティング

- ・出展商品の海外輸出関連手続のサポート（通関手続、物流）
- ・SAS ENISが運営するパリのショールームにおいて、出展商品の常設展示及びテストマーケティングの実施（一定程度の在庫保有も可能）
- ・出展商品に関し、パリで商談や問合せが発生した場合、言語面や営業面でのサポート
- ・テストマーケティング結果のフィードバック（毎月）
- ・特定バイヤーによるコメント取得（半年に1回）
- ・参加事業者による自主的な営業活動について必要に応じて助言・サポート等を実施

【本事業で連携する特定バイヤー例】

YANNICK DUFAIT（ヤニック氏）〈FLEUX' バイヤー〉

FLEUX'は、パリのセレクトショップの中でも、最も多いセレクト商品を取り扱う店の一つ。パリで3店舗を展開しており、顧客の90%近くがフランス人、残り10%が外国人とされる。メゾン・エ・オブジェに出展するようなプレゼントしやすい商品を幅広く扱っており、高級過ぎず安過ぎず、FLEUX'に行けば、一般的なフランス人が今どういう物を求めているのか分かるという専門家もいるなど、フランス市場を反映する代表的なセレクトショップ。

<http://www.fleux.com>



# Challenge Local Cool Japan in パリ

## 選定商品（繊維関連 11点）

展示期間：平成29年4月～平成30年3月末

		商品カテゴリ	商品名	事業者名	所在地域
北海道	01	印染商品	手ぬぐい、手ぬぐいを使った小物	株式会社水野染工場	北海道
北海道	02	財布	クラッチバッグ～着物・KIMONO～ ミニ財布～着物・KIMONO～	Palaina L.O	北海道
関東	01	雑貨	ひょうたんネクタイ	株式会社大定	栃木
関東	05	足袋	SAMURAI TABI	株式会社武蔵野ユニフォーム	埼玉
中部	01	タオル	ビューティケアタオル「VOGA（ヴォーガ）」	浅野撚糸株式会社	岐阜
中部	02	タオル、ハンカチ	伊勢古式着物文様ガーゼタオル & ハンカチ	おぼろタオル株式会社	三重
近畿	01	蝶ネクタイ	蝶ネクタイ	株式会社AKI NAGAI	大阪
中国	02	ジーンズ	ジーンズ	日本綿布株式会社	岡山
四国	03	手袋・ソックス	「%」PERCENT	株式会社フクシン	香川
四国	05	タオル	ストレイツオーガニック 240	IKEUCHI ORGANIC株式会社	愛媛
四国	05	タオル製品	ラビットスタイ	株式会社さくらコットン	愛媛



# 国内の地域産品等を扱う事業者

- ショッピングモールやインターネット等において、地域産品や工芸品等を取り扱う民間事業者が増加。
- 単体商品だけでなく、産地や職人の魅力を伝えるなどの取組などもあわせて行われている。

## 株式会社中川政七商店

1716年創業の奈良の卸・小売業。創業以来、蚊帳やふきんなどの麻織物を取り扱い、近年では「日本の工芸を元気にする！」をテーマに、波佐見焼などの産地企業の経営コンサルティング、産地の情報発信などを行っている。

また、代表の中川氏は平成29年2月に一般社団法人日本工芸産地協会を設立し、各地の一番星となる企業と連携を進めている。



## 株式会社リアルジャパンプロジェクト

伝統工芸品等の地場産品の卸・小売業。E Cサイトを持ち、日本各地の伝統工芸品等の商品販売を行うとともに、産地と連携したブランド確立、ホテルなどへのセールス・プロモーションなどを行う。また、職人の魅力を伝えるインタビュー記事をH P上で掲載するなどの情報発信を行い、産地振興に取り組んでいる。



## メイド・イン・ジャパン・プロジェクト株式会社

地域文化を守るための流通活性化などに取り組む、小売・コンサルティング業。「THE COVER NIPPON」という小売店を東京・ニューヨーク・パリに構え、日本各地の伝統的工芸品等の販売を行うとともに、自治体や産地と新商品開発やブランディング支援などのコンサルティングを行っている。



## 株式会社日本百貨店

2010年創業の小売業。「ニホンのモノづくりとスグレモノ」をテーマに、全国からモノづくりにこだわった職人の手による商品を集めて販売。店舗内で実演やワークショップなどをイベントを多く開催するなど、東京を中心にした店舗展開を図っている。



# パリにおける地域産品の発信

地域産品や工芸品の海外展開に向けた欧州の流通拠点をパリに設置する動きが民間事業者を中心に活発化している。

## メゾン・ワ

運営主体：SAS ENIS

取扱商材：地域産品、伝統的工芸品等

概要：

クールジャパン機構からの出資を受け、ルーブル美術館近くに所在し、日本製品の販売を行っている。また、伝統的工芸品産業協会からの受託を受けESPACE DENSANとして伝統的工芸品の海外販路拠点としての役割を担っている。\*この1部にESPACE DENSANを常設。



## アトリエ・ブランマント

運営主体：斎藤峰明等による運営

取扱商材：地域産品、伝統的工芸品等

概要：

日本の技術と文化を世界に向けて発信すべく、元エルメスの斎藤峰明氏や京都の和傘製造等を行う西堀耕太郎氏等が協力して出店。最終商品の販売のみならず、素材としての発信も行っており、伝統的工芸品産業協会から素材としての伝統的工芸品の販路開拓事業を委託。



## The Japan Store ISETAN MITSUKOSHI Paris

運営主体：三越伊勢丹

取扱商材：地域産品、日用品、着物、伝統的工芸品等

概要：

パリ日本文化会館の1階に所在する小売店。三越伊勢丹が運営し、定期的にテーマを変えるポップアップと常設商品に分かれる。



## マークスタイル・トーキョー

運営主体：(株)マークスによる現地法人

取扱商材：文具、地域産品、伝統的工芸品、食材・酒等

概要：

文具などを中心としたセレクトショップが運営する海外1号店。工芸品だけでなく、バッグ、日用品、日本酒など幅広い商品を扱う小売店。

## ソライ・マテリアル・エディションズ

運営主体：エスエスケイサプライ

取扱商材：木、紙、金属、布などの素材

概要：

DVDなどの素材開発会社が行う海外展開事業。日本の伝統技術による布・金属などの建築素材として広く海外展開を目指すための拠点として設置。



# ニューヨークにおける地域産品の発信

- 株式会社 和技WAZAは、ニューヨーク・ソーホー地区などにおいて、日本の繊維・革製品や工芸品などの優れた地域産品等を取り扱う店舗を展開するとともに、米国向けECサイトを設立し、海外需要開拓に向けた産地事業者への支援に取り組んでいる。

## 株式会社 和技WAZA

- ニューヨークにおいて小売店を2店舗運営し、また、米国向けECサイトによる販売を実施。海外への商品輸送に関するサポートも実施。
- また、店舗ショールームを活用した、代理店として現事業者への卸売販売を実施。
- 商品販売に際して得られた現地の声を事業者にフィードバック、海外でのブランド構築による市場での需要開拓を支援。



### 【主な取扱商品】

伝統工芸品（金属・ガラス食器、漆器）、繊維製品（服、ネクタイ、ストール等）、革小物等

### 【主な取引先】

能作、モルフォ、永島服飾、グンゼ、ハニーファイバー、バルコス、宮本、カイトックファミリー、天野漆器、フカシロ、フレックスジャパン、天池合織、ビバーチェ



# ジャポニズム 2018 について

## 開催概要

「ジャポニズム 2018：響きあう魂」では、パリ市内を中心に 20 を超える会場で、展覧会や舞台公演に加えて、さまざまな文化芸術を約 8 ヶ月間にわたって紹介していきます。

古くは日本文化の原点とも言うべき縄文から伊藤若冲、琳派、そして最新のメディア・アート、アニメ、マンガまで、さらには歌舞伎から現代演劇や初音ミクまで、日本文化の多様性に富んだ魅力を紹介します。同時に、食や祭りなど日本人の日常生活に根ざした文化をテーマにした交流イベントも開催します。

また、東京 2020 オリンピック・パラリンピック競技大会を前に、日本各地の魅力をパリに向け、またパリを通して世界に向けて発信します。

さらに日本国内における広報活動を通じて、日本文化を再発見できる機会もつくっていきます。

## 背景

「ジャポニズム 2018：響きあう魂」は、2016 年 5 月に安倍総理大臣とフランスのオランド大統領（当時）の合意により、日本文化の素晴らしさを世界へ発信する取り組みとして、実施が決定しました。

世界的に文化大国として知られ、また以前から日本文化の最もよき理解者でもあるフランスでの開催に向け、日仏両国が共同で取り組んでいます。

## コンセプト

タイトルである「ジャポニズム 2018：響きあう魂」には、二つの意味が込められています。

一つは、過去から現代までさまざまな日本文化の根底に存在する、自然を敬い、異なる価値観の調和を尊ぶ「美意識」です。日本人は、常に外部から異文化を取り入れ、自らの文化と響きあわせ融合させることで、新しい文化を創造してきました。多様な価値が調和し、共存するところにこそ、善悪を超えた「美」があるとする日本文化ならではの「美意識」を世界に紹介します。

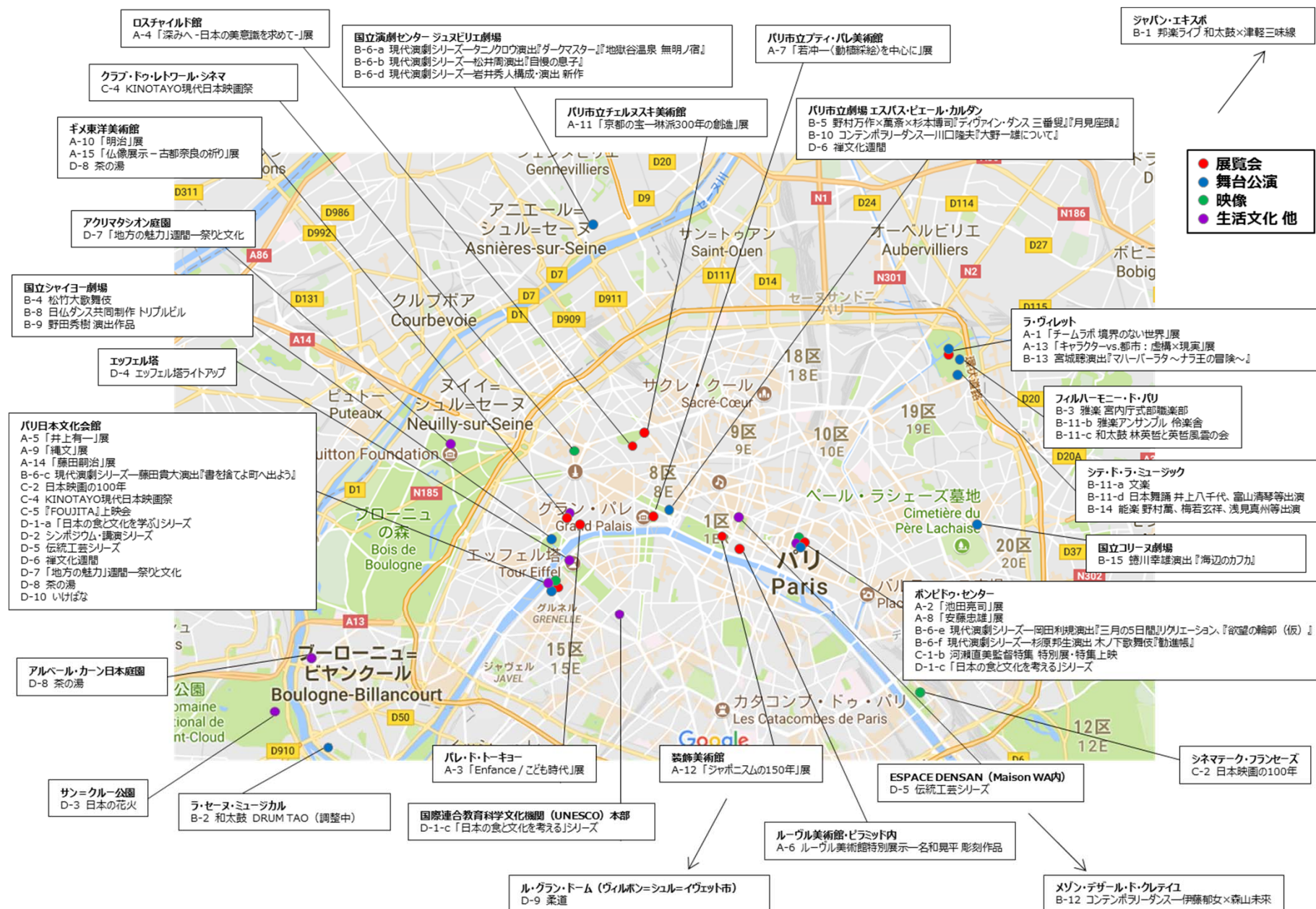
二つ目は、日本とフランスの感性の共鳴です。文化芸術を通して日本とフランスが感性を共鳴させ、協働すること、さらには共鳴の輪を世界中に広げていくことで、21 世紀の国際社会が直面しているさまざまな課題が解決に向かうことを期待します。

開催期間：平成30年（2018年）7月～平成31年（2019年）2月

（出典：独立行政法人国際交流基金ジャポニズム事務局 報道発表資料より経済産業省作成）



# ジャポニズム2018 会場地図



(出典：独立行政法人国際交流基金ジャポニズム事務局 報道発表資料より経済産業省作成)



# 中小企業海外展開支援施策

詳細は中小企業庁HPにて公開  
<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/kokusai/2012/KTJirei.htm>

施策番号	施策名	実施機関
1	<a href="#">ミラサポ</a>	中小企業庁
2	<a href="#">「我に続け、海外展開！」応援隊</a>	中小企業庁

## Step1 知る・調べる

### 海外展開に関するセミナーに参加したい

3	<a href="#">セミナー・講演会</a>	国際協力銀行
4	<a href="#">中小企業海外展開セミナー</a>	中小機構
5	<a href="#">海外関連セミナー</a>	中小企業投資育成
6	<a href="#">セミナー・講演会</a>	JETRO
7	<a href="#">EPA・海外展開相談窓口</a>	経済産業省、JETRO、中小機構

### 情報収集したい

8	<a href="#">新興国等知財情報データベース</a>	INPIT
9	<a href="#">海外投資環境資料</a>	国際協力銀行
10	<a href="#">中小企業ワールドビジネスサポート (SWBS)</a>	中小機構
11	<a href="#">海外ビジネスナビ</a>	中小機構
12	<a href="#">中小企業国際化支援ナビゲーター</a>	日本商工会議所
13	<a href="#">国・地域別情報</a>	JETRO
14	<a href="#">国際ビジネス情報誌「月刊 ジェトロセンサー」</a>	JETRO
15	<a href="#">国際ビジネス情報番組「世界は今 -JETRO Global Eye」</a>	JETRO
16	<a href="#">ジェトロ・メンバーズ</a>	JETRO
17	<a href="#">世界のビジネスニュース (日刊 通商弘報)</a>	JETRO
18	<a href="#">ビジネスライブラリー</a>	JETRO
19	<a href="#">貿易実務オンライン講座</a>	JETRO
20	<a href="#">海外安全情報の提供</a>	外務省
21	<a href="#">外務省海外旅行登録「たびレジ」</a>	外務省
22	<a href="#">BOPビジネス支援センター</a>	経済産業省・JETRO

## Step2 計画する・準備する

### 海外展開の専門家に相談したい

23	<a href="#">海外投資移動相談室</a>	国際協力銀行
24	<a href="#">中小企業海外展開サポートデスク</a>	商工中金
25	<a href="#">海外展開セルフチェック</a>	中小機構
26	<a href="#">国際化支援アドバイス</a>	中小機構
27	<a href="#">中小企業国際展開アドバイザー制度</a>	東京商工会議所
28	<a href="#">海外コーディネーターによる輸出支援相談サービス</a>	JETRO
29	<a href="#">海外プリーフィングサービス</a>	JETRO
30	<a href="#">BOP/ポリュームゾーン・ビジネス支援サービス</a>	JETRO
31	<a href="#">貿易投資相談</a>	JETRO
32	<a href="#">ミラサポ専門家派遣事業</a>	中小企業庁

### 事業化に向けて調査したい、計画を立てたい

33	<a href="#">基礎調査 (ODA を活用した中小企業海外展開)</a>	JICA
34	<a href="#">案件化調査 (ODA を活用した中小企業海外展開)</a>	JICA
35	<a href="#">普及・実証事業 (ODA を活用した中小企業海外展開)</a>	JICA
36	<a href="#">開発途上国の社会・経済開発のための民間技術普及促進事業</a>	JICA
37	<a href="#">途上国の課題解決型ビジネス(SDGsビジネス)調査</a>	JICA
38	<a href="#">海外ビジネス戦略推進支援事業</a>	中小機構
39	<a href="#">海外ミニ調査サービス</a>	JETRO
40	<a href="#">国際認証等取得の支援</a>	JETRO

### 海外展開に向けて製品開発・試験販売したい

41	<a href="#">JAPAN ブランド育成支援事業</a>	中小企業庁
42	<a href="#">ふるさと名物応援事業</a>	中小企業庁

### 知的財産に関するサポートを受けたい

43	<a href="#">知財総合支援窓口</a>	INPIT
44	<a href="#">海外知的財産プロデューサー</a>	INPIT
45	<a href="#">模倣品・海賊版被害相談窓口</a>	JETRO
46	<a href="#">中小企業商標先行登録調査・相談</a>	JETRO
47	<a href="#">在外公館における知的財産相談窓口</a>	外務省
48	<a href="#">外国出願補助金 (中小企業外国出願支援事業)</a>	特許庁
49	<a href="#">地域団体商標海外展開支援</a>	特許庁



## Step3 海外に進出する

### 国内で海外への販路を開拓したい

50	<a href="#">国際展示会（国内開催）出展支援</a>	中小機構
51	<a href="#">中小企業 CEO ネットワーク事業</a>	中小機構
52	<a href="#">マッチングサイト「J-GoodTech（ジェグテック）」</a>	中小機構
53	<a href="#">eコマース活用支援</a>	中小機構
54	<a href="#">オープン・イノベーション・プログラム</a>	JETRO
55	<a href="#">海外バイヤー招聘・個別商談会</a>	JETRO
56	<a href="#">引き合い案件データベース（TTPP）</a>	JETRO
57	<a href="#">中小企業等の海外展開支援（中小企業製品を活用した機材供与）</a>	外務省

### 海外で直接販路を開拓したい

58	<a href="#">中小企業活路開拓調査・実現化事業</a>	全国中央会
59	<a href="#">海外展示会出展サポート</a>	中小機構
60	<a href="#">海外見本市・展示会出展支援（ジャパン・パビリオン）</a>	JETRO
61	<a href="#">見本市・展示会データベース（J-messe）</a>	JETRO
62	<a href="#">海外ミッション派遣</a>	JETRO
63	<a href="#">ジェットロ・イノベーション・プログラム</a>	JETRO
64	<a href="#">ビジネスアポイントメント取得サービス</a>	JETRO
65	<a href="#">日 ASEAN 新産業創出実証事業</a>	JETRO
66	<a href="#">草の根・人間の安全保障無償資金協力</a>	外務省
67	<a href="#">プロモーションのための在外公館施設利用</a>	外務省

### 海外のリスク対策に取り組みたい

68	<a href="#">中小企業のための海外リスクマネジメントマニュアル</a> <a href="#">中小企業のための基礎からわかる海外リスクマネジメントガイドブック</a>	中小機構
69	<a href="#">官民合同テロ・誘拐対策実地訓練</a>	外務省
70	<a href="#">国内安全対策セミナー</a>	外務省
71	<a href="#">在外安全対策セミナー</a>	外務省

### 海外進出時・進出後にサポートを受けたい

72	<a href="#">海外事業再編戦略推進支援事業</a>	中小機構
73	<a href="#">中小企業海外展開支援弁護士紹介制度</a>	日本弁護士連合会
74	<a href="#">海外進出企業の支援サービス</a>	JETRO

75	<a href="#">海外ビジネスサポートセンター（BSC）</a>	JETRO
76	<a href="#">中小企業海外展開現地支援プラットフォーム事業</a>	JETRO
77	<a href="#">新輸出大国コンソーシアム</a>	経済産業省・JETRO 等
78	<a href="#">在外公館における日本企業支援窓口</a>	外務省
79	<a href="#">在外公館における弁護士活用事業</a>	外務省
80	<a href="#">APEC・ビジネス・トラベル・カード</a>	外務省
81	<a href="#">在外公館における外国公務員贈賄防止相談窓口</a>	外務省

### 資金回収・訴訟等のリスクに備えたい

82	<a href="#">海外 PL 保険制度</a>	全国商工会連合会
83	<a href="#">中小企業海外 PL 保険</a>	日本商工会議所
84	<a href="#">輸出取引信用保険</a>	日本商工会議所
85	<a href="#">中小企業・農林水産業輸出代金保険</a>	日本貿易保険
86	<a href="#">海外知財訴訟費用保険</a>	特許庁 等

### 資金を調達したい

87	<a href="#">中堅・中小企業向け融資</a>	国際協力銀行
88	<a href="#">海外展開支援（オーバーシーズ 21）</a>	商工中金
89	<a href="#">グローバルニッチトップ支援貸付制度</a>	商工中金
90	<a href="#">海外投資関係保証制度</a>	信用保証協会
91	<a href="#">特定信用状関連保証制度</a>	信用保証協会
92	<a href="#">ファンド出資事業</a>	中小機構
93	<a href="#">海外展開・事業再編資金</a>	日本政策金融公庫・沖 縄振興開発金融公庫
94	<a href="#">海外展開・事業再編資金（外貨貸付）</a>	日本政策金融公庫
95	<a href="#">スタンドバイ・クレジット制度</a>	日本政策金融公庫

### 海外での知的財産に関するサポートを受けたい

96	<a href="#">防衛型侵害対策支援（中小企業等海外侵害対策支援事業）</a>	特許庁
97	<a href="#">冒認商標取消支援（中小企業海外侵害対策支援事業）</a>	特許庁
98	<a href="#">模倣品対策支援（中小企業海外侵害対策支援事業）</a>	特許庁

グローバルな人材を育成したい		
99	国際化促進インターンシップ事業（技術協力活用型・新興国市場開拓事業）	HIDA・JETRO・パソナ
100	低炭素技術を輸出するための人材育成支援事業（低炭素技術輸出促進人材育成事業）	HIDA
101	研修・専門家派遣事業（技術協力活用型・新興国市場開拓事業）	HIDA
102	グローバル人材の「採用」（ボランティア経験者への求人票の提供）	JICA
103	グローバル人材の「育成」（民間連携ボランティア制度）	JICA
104	幅広い国際協力人材への情報アクセス（PARTNER 人材情報閲覧機能）	JICA
105	現地人材の育成及び人材確保等に関する現地ビジネス情報の提供（日本センター）	JICA
106	海外展開事業管理者研修	中小機構
107	契約実務等の研修	中小機構

### 対象分野・国が限定されている施策

108	農林水産情報研究会	JETRO
109	輸出有望案件支援サービス	JETRO
110	在外公館における日本企業支援（食産業）窓口	外務省
111	食品産業企業の海外進出支援事業	農林水産省
112	農林水産物・食品の輸出促進	農林水産省・JETRO
113	輸出関連情報の一元提供	農林水産省
114	農林水産物・食品輸出相談窓口	農林水産省・JETRO
115	中堅・中小建設企業の海外進出支援事業	国土交通省
116	海外建設・不動産市場データベース	国土交通省
117	在外公館からの情報の提供	国土交通省
118	ロシア・ビジネス支援専門家による継続一貫（ハンズオン）支援	JETRO
119	日露貿易投資促進機構（日露貿易投資促進支援策）	ロシア NIS 貿易会

## 中小企業海外展開支援施策集について

本施策集は、中小企業の海外展開を支援するため各支援機関が実施している主な支援施策を、中小企業の方々の海外展開事業の段階に応じて整理し、その概要を紹介したものです。

### 施策一覧

#### 施策一覧

施策名	実施機関	ページ
海外展開の事業段階		
1 辺鄙	中小企業庁	8
2 「我に続け、海外展開！」応援隊	中小企業庁	9
Step1 知る・調べる		
海外展開に関するセミナーに参加したい		
3 セミナー・講演会	国際協力銀行	10
4 中小企業海外展開セミナー	中小機構	10
5 海外関連セミナー	中小企業投資育成	10
6 セミナー・講演会	JETRO	11
7 EPA・海外展開相談窓口	経済産業省、JETRO、中小機構	11
情報収集したい		
8 新興国等知財情報データベース	INPIT	11
9 海外投資環境資料	国際協力銀行	12
10 中小企業ワールドビジネスサポート（SWBS）	中小機構	12
11 海外ビジネスナビ	中小機構	12

### 施策概要

## Step1 知る・調べる

### 海外展開に関するセミナーに参加したい

3	セミナー・講演会
支援内容	国際協力銀行（JBIC） JBIC で毎年実施しているアンケート調査結果、海外投資環境の最新情報やトピックスに関してそれぞれの業界の識者等と共に解説いたします。
利用方法	JBIC 単独または各地支援機関や地域金融機関との共催にて全国各地にてセミナーを開催します。セミナーの開催予定や申込み方法は JBIC のウェブページをご覧ください。 <a href="http://www.jbic.go.jp/ja">http://www.jbic.go.jp/ja</a>
料金等	無料
公募・受付時間	随時受付
お問い合わせ先	(株)国際協力銀行 中堅・中小企業ファイナンス室 総務課 TEL 03-5218-3579 西日本オフィス TEL 06-6311-2520

施策の使い方やご相談、お申込み方法について説明しています。施策の詳細や公募情報については、記載の URL をご覧ください。

### ご注意

- ・施策一覧に記載の支援施策は、主たる支援内容に基づいて整理してあります。
- ・掲載している内容（支援内容、実施方法、料金等）は、変更される場合があります。また、施策によっては公募期間が設けられており、ご利用いただけない場合があります。
- ・本施策集は、全ての海外展開の支援施策を網羅するものではありません。

※本施策集は、平成29年4月現在のものです。

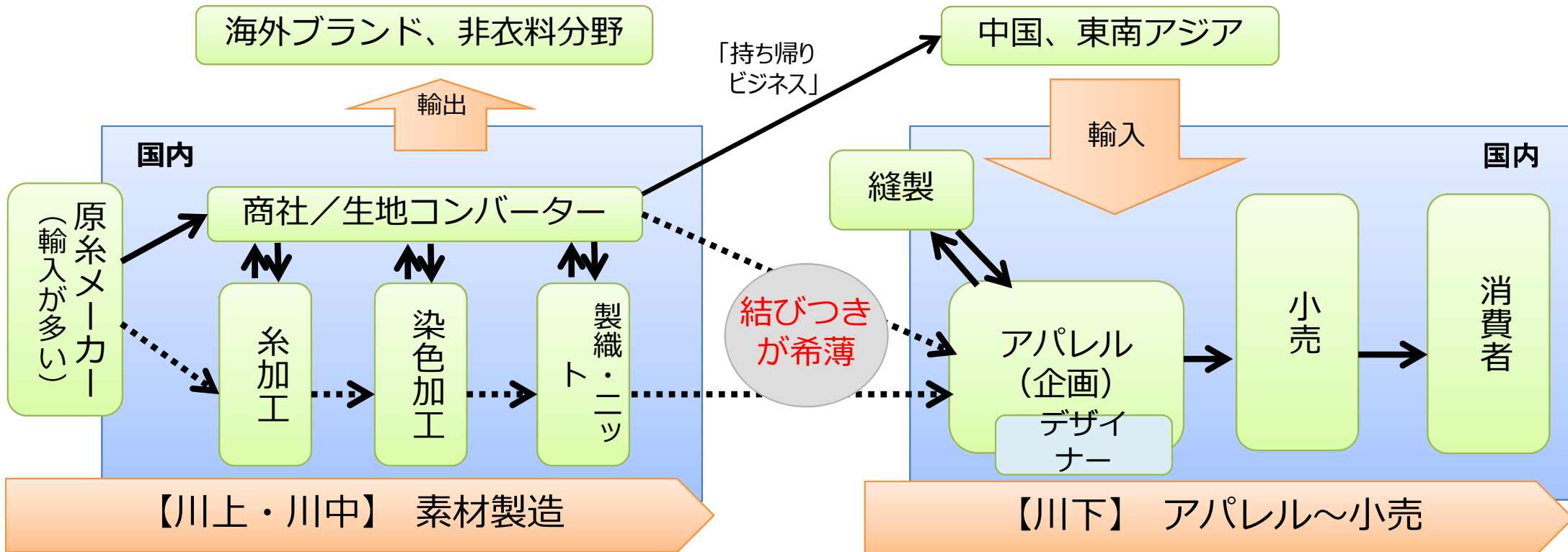
# アパレル・サプライチェーンの再構築



# 繊維産業における分断的な産業構造

- 高度成長期の名残で、大量生産・リスク分担を背景とした水平分業的な体質が顕著。
- アパレル・小売が輸入依存を強めた結果、国内の素材製造との結びつきが希薄化。

## 日本の繊維産業の典型的なサプライチェーン



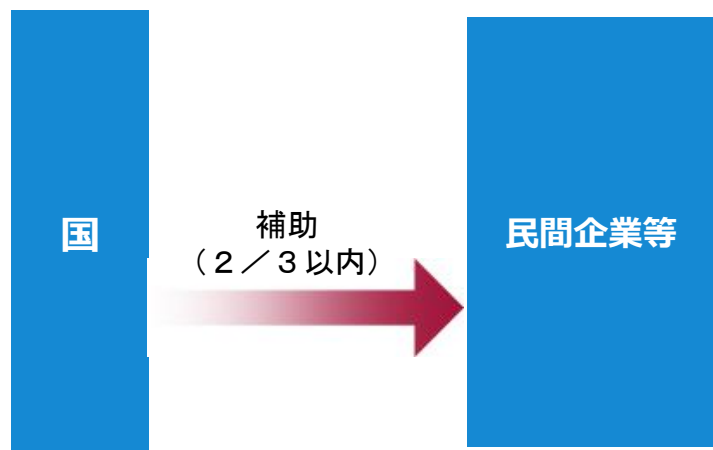
# ものづくりサプライチェーン再構築支援事業（H27補正：1億円）

## 事業の内容

### 事業目的・概要

- 製造業の国内回帰への動きを確たるものとするため、海外流出により小規模化・分散化した産地企業の事業再編を促し、輸出競争力の強化と地域経済の活性化を図ります。
- 具体的には、サプライチェーンの合理化につながる産地内の事業再編や産地間・異業種との連携を通じて海外需要獲得を目指す企業が、ビジネスモデルを検証するために専門家によるF/Sを実施することを支援します。

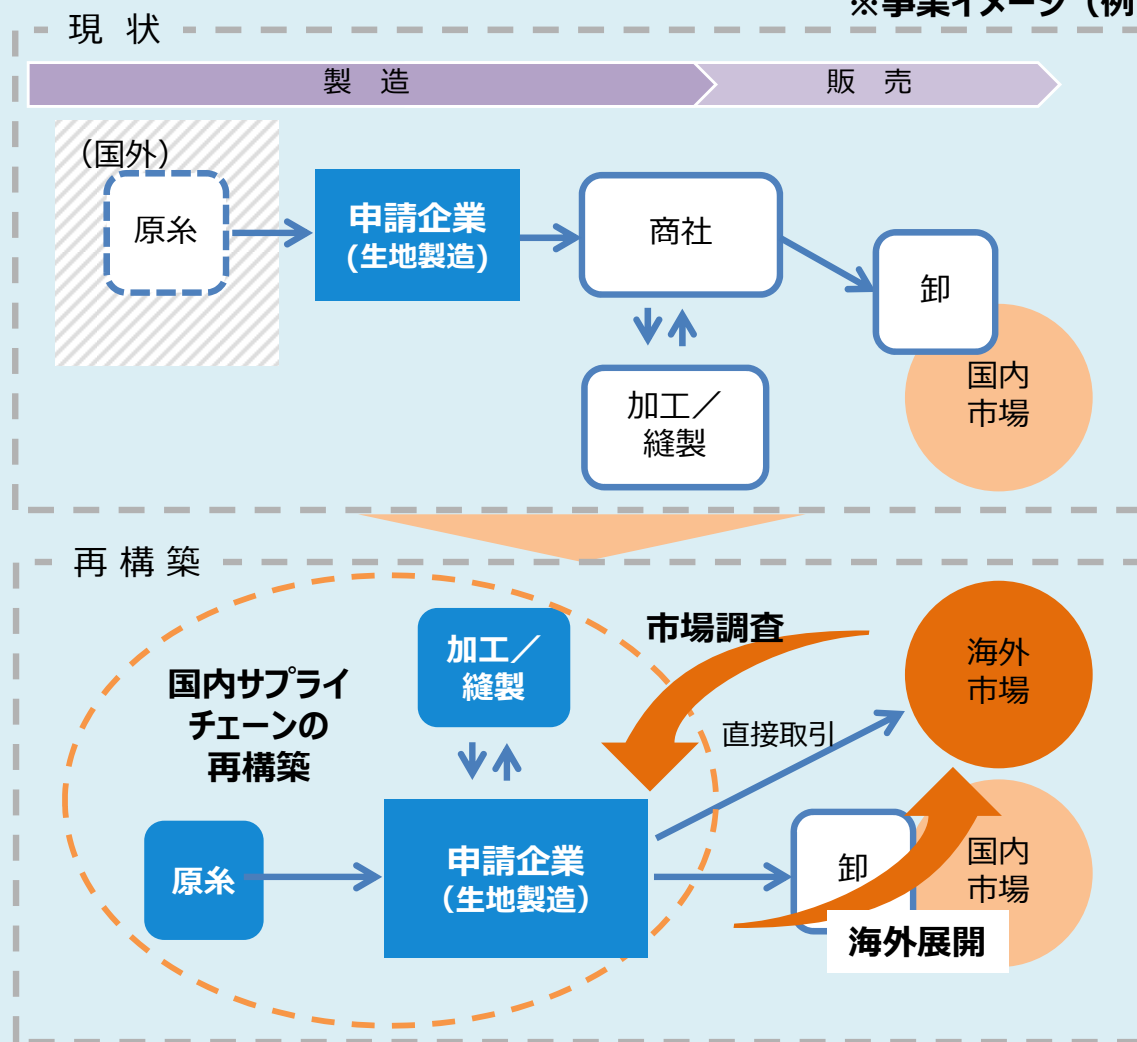
### 条件（対象者、対象行為、補助率等）



## 事業イメージ

- 地域のものづくり企業が、(i) 海外需要獲得を目的に、(ii) 前後の工程を担う産地内外の企業との事業統合や連携などを通じ、(iii) サプライチェーンの再構築を図る際の、ビジネスモデルの検証にかかる費用を補助します。

### ※事業イメージ（例）



# ものづくりサプライチェーン再構築支援事業 採択案件一覧

<p>(株) 宮坂製糸所          &lt;絹製品&gt;</p>	<p>製糸メーカーが長野県内のシルク関連の染色・製織工程の企業、デザイナーと連携し、内装材としての絹布紙など各種の試作商品を制作。シンガポールのインテリア関連展示会「NOOK ASIA」へ出展。</p>
<p>ミツフジ (株)          &lt;スマートテキスタイル&gt;</p>	<p>原糸の調達、インド企業に製造委託していた導電性繊維の銀メッキ工程の内製化と、当該銀メッキ導電性繊維を用いた二次加工品の開発、提供に関する F / S を実施。早い時期に国内一貫量産体制を整える計画。米国での導電性繊維の市場調査を行うとともに、家電見本市「CES 2017」に出展。</p>
<p>(株) サダ・マーチャンダイジ          ングリプリゼンタティブ          &lt;メンズシャツ&gt;</p>	<p>糸の調達や生地製造工程の多くを国外に依存していた中、紡績から染色整理、製織、縫製までの全工程を日本国内で行う高品位ドレスシャツの試作品を製作。米国等の自社顧客にモニター調査を実施。</p>
<p>(株) バーンズファクトリー          &lt;ニット製品&gt;</p>	<p>高級ニット商品の企画・製造メーカー。イタリア糸を国内糸に切り替え、生産コストを抑えつつ純国産のラグジュアリーブランドを立ち上げ、「PITTI FILATI」(伊)、「EDIT」(米)へ出展。</p>
<p>(株) 三越伊勢丹ホールディングス          &lt;婦人靴&gt;</p>	<p>百貨店がハブとなって直接、中小メーカーと連携した、マーケットイン型ビジネスモデルによる高付加価値の婦人靴を企画。試作品をイタリアの皮革製品展示会「MICAM」に出展。ウクライナのセレクトショップをはじめ国内外から受注。</p>
<p>辰巳織布 (株)          &lt;テキスタイル&gt;</p>	<p>高密度織物の技術を生かし、国産の綿糸や化学繊維等を用い、泉州産の各社製織・加工工程を行った試作品を開発、2017年2月の「ミラノウニカ」に出展。</p>



# ものづくりサプライチェーン再構築支援事業 採択案件一覧

<p>特定非営利活動法人プラット フォームあおもり 〈食〉</p>	<p>イタリア企業と連携し、黒にんにく、あおもりカシス、妙丹柿などの青森の食材とイタリアの原材料を組み合わせた新商品を共同開発。製造工程見直し、販路拡大、若手人材交流を合わせて実施。</p>
<p>(株)サルバム、(株)エイガールズ、(株)川島メリヤス製造所、(有)クリエイティブクラン、杉田メリヤス工業(株)、(株)EN 〈デザイナーズブランド〉</p>	<p>新進デザイナーブランド「サルバム」において、デザイナー自身のきめ細かいイメージを具現化できる生地製造、皮革加工、縫製など製造事業者とのコラボを、商社を介さない形で実現。2017年1月の伊「Pitti Uomo」に出展、同ランウェイに出演。報道・商談両面で大きな反響。</p>
<p>(株)プライズ 〈アパレル〉</p>	<p>従来は中国製品のOEM調達であったところを、埼玉、岡山、富山等の伝統素材を用い、現代風デザインによる欧米市場向けのアパレル商品を製作、米国・英国の展示会に出展。</p>
<p>(一社)日本ファッション産業 協議会 〈国産表示〉</p>	<p>J∞QUALITY認証制度に企業認証される500社強の企業情報をDB化、検索サービス「FACTORY∞SEARCH」を開始。このシステムを利用し、2017年3月の東京ファッションウィークにて展示会を実施。海外バイヤーを招聘してのアンケート評価を行い、海外展開可能性を調査。</p>
<p>(一社)化学繊維技術改善研究 委員会 〈化合繊〉</p>	<p>北陸産地の中小化合繊メーカーによる高機能・高性能繊維の米国販路開拓のため、スポーツウェア、アウトドア、医療関連等のユーザー企業の繊維製品への需要、加工拠点としてベトナムを活用したサプライチェーン構築についてF/Sを実施。北陸産地向けの報告説明会を開催。</p>
<p>Katsu Japan (株) 〈インテリア〉</p>	<p>中間流通コストが大きい米国インテリアテキスタイル市場の開拓に向け、北陸・尾州産地などで参加企業を募り、オンラインショールームを開設。米国インテリア業界団体と提携し、機能性・環境対応など最先端ニーズにマッチした日本製品を売り込み。</p>

# J∞QUALITY (1) 認証事業について

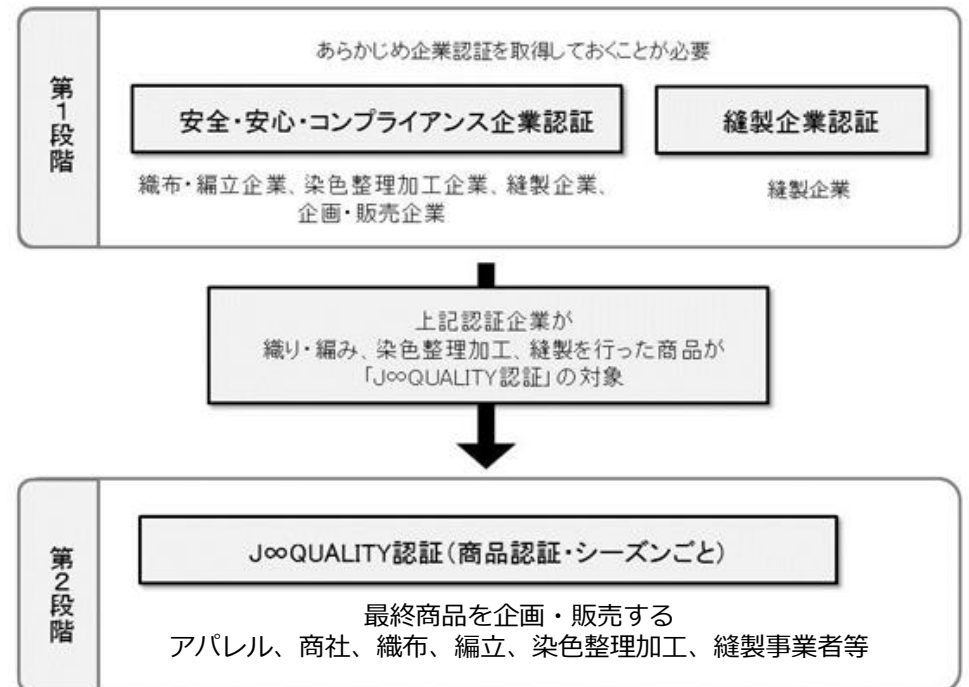
- J∞QUALITY制度とは、「織り・編み」、「染色整理加工」、「縫製」の3工程を日本国内で行っているアパレル商品を対象として、企業から申請のあった商品に対し認証ラベルを付すもの（実施主体：日本ファッション産業協議会）。
- 「J∞QUALITY」ラベルを活用し、国内外の消費者に対し国産品の魅力・価値を分かりやすく情報発信。消費者が高品質で感性豊かな商品を選ぶための一つの指標になるものとして期待。
- 2015秋冬のアパレル製品から開始し、靴下、寝具寝装品、手袋、帽子も追加。これまでに863社が企業認証を受け、合計1,632品番が商品認証を受けている。（2017年11月17日時点）



メンズ トレンチコート

J∞QUALITY AWARD 2016 グランプリ受賞商品

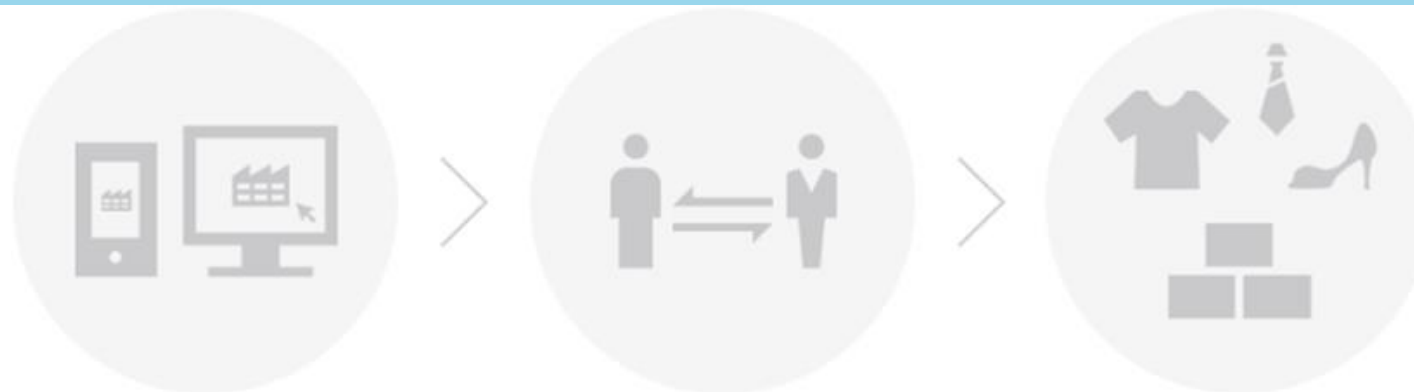
## J∞QUALITY製品認証のスキーム



# J∞QUALITY (2) FACTORY ∞ SEARCHについて

- J∞QUALITY 認証企業と国内外のアパレル企業等をマッチングする検索サービス。
- アパレル企業などの企画販売企業に対して、製造事業者がもつ強みを発信することにより、新たな企業間連携が促進されることを目指す。

※「中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事業費補助金（ものづくりサプライチェーン再構築支援事業）」を活用



1 検索: 全国500社以上の工場から、お探しの工場をキーワードから検索できます

2 出会い: 各分野の工場の担当者と直接コンタクトが取れます

3 コンタクト: 条件が合えば、新しいパートナーとのものづくりが始まります

## <検索項目例>

工程を選ぶ

- 織物
  - 綿織物  毛織物 (織物)
- 編物
  - よこ編
- 染色加工
  - 先染め
- 整理仕上
  - 長繊維

設備を選ぶ

- 織機
  - シャトル  レピア
- 編機
  - 横編  丸編 (編機)
- 染色整理
  - ワタ染め  糸染: 天
- 縫製

検索

## 検索結果一覧



## 個別企業





## 参考：J∞QUALITYの取組事例（株式会社高島屋）

- 4月19日から5月8日まで日本橋高島屋 1階正面入口のウィンドウでJ∞QUALITYを紹介、認証商品（紳士ジャケット）を展示
- ウェブ上でも、認証商品の産地やストーリー等を丁寧に説明
- 国内の繊維産地と共同で商品開発を進めている

### 2016SS商品

ブランド : タカシマヤ  
商品名 : ジャケット  
織り・編み : 宮田毛織工業（株）  
染色整理加工 : 日本化繊（株）  
縫製 : 秋田ファイブワン工業（株）

美濃和紙混の素材に汗消臭と吸汗速乾の技術を融合。薄いジャージー素材のためシワになりにくい



### 2017SS商品

ブランド : タカシマヤ  
商品名 : ジャケット  
織り・編み : 小林当織物（株）  
染色整理加工 : にしき染色（株）  
縫製 : 秋田ファイブワン工業（株）

桐生シルク混にウォッシュャブルと汗消臭加工、吸汗速乾などの技術を融合。1着290g以下という軽さ



# 参考：J∞QUALITYの取組事例（株式会社高島屋）

- 日本橋高島屋での商品展示の様子



1階 正面ウィンドウ



6階 コーナー展示

# 参考：J∞QUALITYの取組事例（株式会社フランドル）

- 化合繊メーカーや染色加工メーカーと共同で素材開発から取り組んでいる。
- 商品の魅力をより伝えやすいPOPを作成した。
- 累計で112品番が認証済み（2017年11月17日時点）



2016SS商品 (SS定番商品)

ブランド : INED  
 商品名 : キュプラ混オリジナル  
 マテリアルホール  
 ガーメントニット  
 素材 : 旭化成 (株)  
 織り・編み : 寺田ニット (株)  
 染色整理加工 : 山形整染 (株)



2017SS商品

ブランド : INED  
 商品名 : スウェード風  
 ステンカラーコート  
 織り・編み : 三岡繊維 (株)  
 染色整理加工 : 小松精練 (株)  
 縫製 : (株) 福装


**J∞QUALITY**

日本の技術と美意識の証  
 PROOF of JAPANESE TECHNOLOGY & AESTHETICS

---

J∞QUALITYの認証商品には  
 必ずオリジナルタグが取り付けられています。  
 このタグが日本品質を示す証です。

J∞QUALITY certified merchandise  
 always has an original tag attached to it.  
 This tag proves the product being of Japanese quality.




どこにもない色、どこにもない着心地

シルクのような滑らかさと、光沢感を合わせ持ち、さらに吸放湿性の機能を兼ね備えた上質なキュプラ混素材。非常にデリケートな素材なので、時間をかけて、手間をかけて、1本1本を丁寧に仕上げられています。そうして編み上がった製品は、一歩中着心地の良さを保ちます。本物の糸、染、織にこだわる。身にまとったときの美しさと快適さは格別です。

旭化成せんい株式会社 × FLANDRE


**J∞QUALITY**

※本誌は、旭化成せんい株式会社、寺田ニット工業株式会社、三岡繊維工業株式会社、小松精練工業株式会社、福装工業株式会社、山形整染工業株式会社の共同開発・共同生産によるものです。

店頭ポップ  
 など



# 参考：J∞QUALITYの取組事例（株式会社レナウン）

- 主にメンズのダーバンで商品展開。自社の縫製工場を持ち、湿度管理にまでこだわったものづくりを行っている。
- 香港、マカオ、台湾など中華圏向けに輸出もしており、好評を得ている。
- 累計で289品番が認証済み（2017年11月17日時点）

海外店舗展開



左：香港（ハーバーシティ）  
下：マカオ（ギャラクシー・マカオ）



2016AW商品

ブランド : D'URBAN

商品名 : 紳士スーツ

織り・編み : 日本毛織（株）印南工場

染色整理加工 : （株）ニッケ起ダイイング

縫製 : （株）ダーバン宮崎ソーイング

# 参考：J∞QUALITYの取組事例（株式会社ワールド）

- 素材、デザイン、着心地をシーズン毎に進化させ続けている。
- 産地との連携による商品展開を行っている。
- 累計で200品番が認証済み（2017年11月17日時点）

2016AW商品

ブランド : リフレクト  
 商品名 : 匠ジャケット  
 織り・編み : (有)オクニット産業  
 染色整理加工 : 艶金化学繊維(株)  
 縫製 : (株)ワールドインダ  
 ストリーファブリック  
 岡山技術研究所



産地企画商品



2016AW商品

ブランド : The Shop TK  
 商品名 : 新潟ニット  
 織り・編み : (株)アートプランナー  
 染色整理加工 : オザワ織工(株)  
 縫製 : (株)アートプランナー



2016AW商品

ブランド : The Shop TK  
 商品名 : 長崎シャツ  
 織り・編み : (株)丸萬  
 染色整理加工 : 播州織工業協同組合  
 縫製 : (有)レクサス



# ジャパン・ブランドの取組み事例

## ジャパン センシズ

(株) 三越伊勢丹



- ▶ 「世界で通用する日本の良さを改めて新しい価値として再認識し、日本を元気にしていく」をコンセプトに、日本の伝統や技術が宿るモノ・コト・ヒトを紹介する取組み。
- ▶ 2011年度より、三越伊勢丹グループとしてさまざまな催しを開催



<2017年の取組例>

桜をモチーフに、キャンペーンの世界観を伝えるムービーを制作。桜の美や日本の感性を表現している。

## TAKASHIMAYA

## NIPPON ものがたり

(株) 高島屋



- ▶ メイドインジャパンの伝統や確かな技術とデザイン、今の感性を吹き込むテクノロジーとの出会いによる新たなNIPPONの魅力を提案。
- ▶ 2017年秋は、女性クリエイターの企画商品や産地企業との協業商品のほか、各店舗ごとのおすすめ商品を展開。

赤ちゃん用ケープ  
<高橋理子×繊維・未来塾 小林メリヤス>  
伝統の吉祥文様を思わせるグラフィカルな柄を、性別を問わずお召いただける色、デザインにこだわって作ったジェンダーレスベビーウェア。



## ビームス ジャパン

(株) ビームス



- ▶ 2016年40周年を迎えたBEAMSは、「日本をブランディングする」試みで、日本のこだわりから生まれたモノ・コト・ヒトを編集するプロジェクト BEAMS "TEAM JAPAN" をスタート。新宿のBEAMS JAPANは、その拠点となる。
- ▶ 日本が誇る素材、優れた技術などに裏打ちされたブランドや日本人デザイナーの商品を紹介。

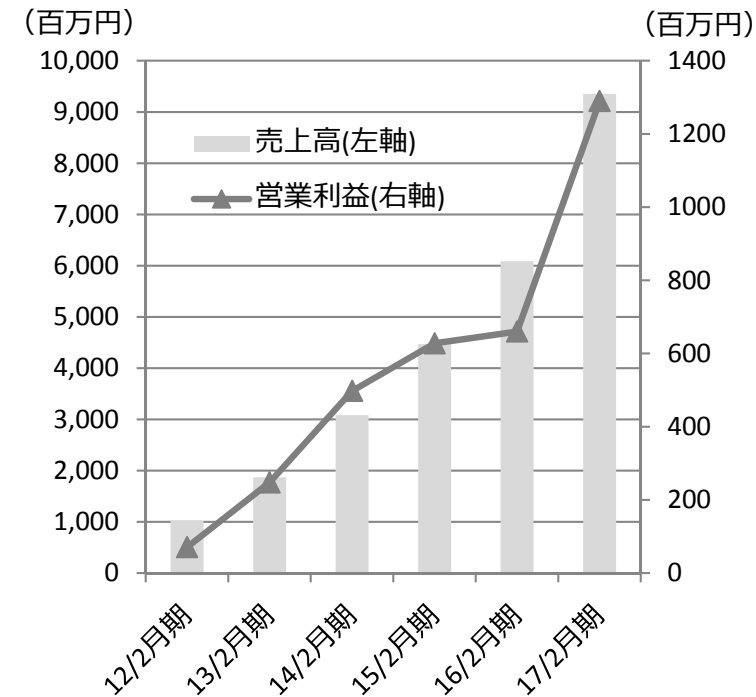
LOOPWHEELER × BEAMS JAPAN  
昔ながらの吊り編み機を使用した、世界に誇るジャパニーズブランド。“日本”の文化に馴染みの深い“SAKURA” (桜)を別注カラーとして制作。





# TOKYO BASE

- 2008年12月に株式会社STUDIOUSを設立、日本ブランドの商品のみを取り扱うセレクトショップ「STUDIOUS」を展開。「メイド・イン・ジャパン」のものづくりの良さの上に創造性をプラスした「日本発のクリエイション」を発信。2016年6月、株式会社STUDIOUSから株式会社TOKYO BASEへ商号変更。
- プロパー消化率を重視。取り扱いブランドごとにプロパー消化率を検証し、60%以下なら取引を停止、80%以上なら取引を増量、中間なら取引を維持するというルールを設ける。これにより、在庫積み増しに伴う無駄なセールを削減。
- 2015年3月には、自社ブランド「UNITED TOKYO」を発足。国産衣料品を自社で製造・企画・販売（SPA）。UNITED TOKYOの商品の原価率は約50%。原価率が高い分、在庫回転率を一定に保つことで、粗利益率を担保。国産ブランドは、2～3カ月前の発注で納入可能であるため（中国製だと通常6カ月前の発注）、ギリギリまでトレンドを見極めることが可能。機動的な追加発注により販売機会ロスの削減、定価での販売比率が高い。2017年9月には UNITED TOKYOの商品開発を生かし、女性向けブランド「CITY」を発足。
- 2017年4月にはセレクトショップ「STUDIOUS」が、11月にはUNITED TOKYOが海外初となる香港に出店。海外への販路拡大を図る。

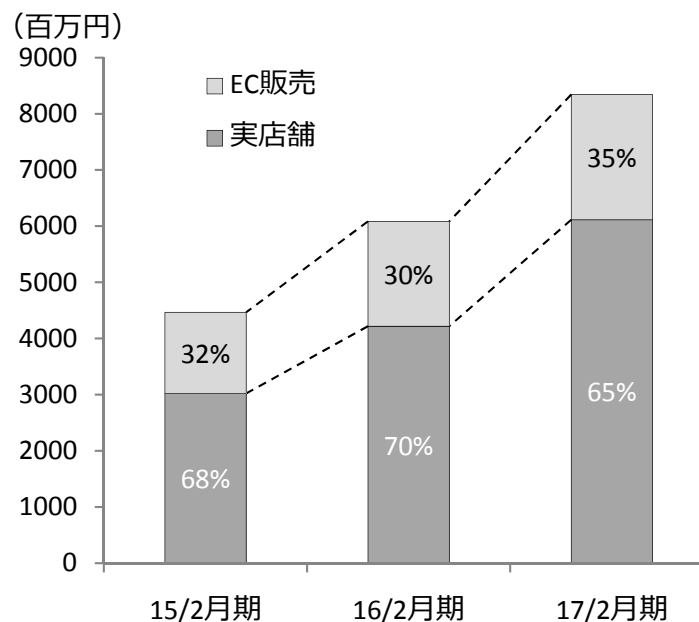


## 展開事業ポジショニングイメージ



第3の業態：弱体化した日本のカジュアル市場へ営業力・高原価率商品で進出を図る、2019年2月期開始を目標とした取組。

## EC経由売上高比率の推移



## 実店舗とECの相互送客力



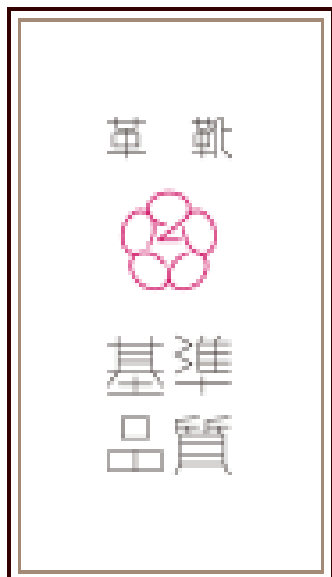
## ● 江戸の地域色をコンセプトとしたファクトリーブランド

- 大手ブランド向けOEMで鍛えた高い技術を持つ東京・墨田の老舗メーカー4社（カットソー、ニット、革小物、シャツ）による意気”を受け継いだ”粋”な男たちが手がけるファクトリーブランド。
- 各々に洒落た意味がある江戸の小紋柄等を現代風にアレンジする等、「下町の粋・江戸の粋・事(こと)」を基本コンセプトにモノづくりの街”すみだ(江戸)”をアピールするため、墨田区がスタート時から様々な場面でサポートを行う。
- 職人の技を生かす高品質に「心意気」を見せながら、浮世絵師兼戯作者・山東京伝作の「面(つら)の皮梅」のブランド・マークや、洒落の効いた小紋などを発掘・リデザインし、江戸の「遊び心」ある文化やライフスタイルをメッセージ性を備えた確かな商品力で現代に提案。海外展示会にも出展。
- 2014年に約50年前に建てられ、倉庫として使われていた建物を改組したブランド旗艦店「IKIJIストア」を地元・墨田にオープン。2016年には東急プラザ銀座に出店。



## (参考) 足入れのよい革靴プロジェクト

- 全日本革靴工業協同組合連合会では、平成23年度から日本人の足形に合う靴型を科学的に研究し、履き心地のよい革靴を開発する「足入れのよい革靴プロジェクト」を実施。開発した靴型を国内メーカーに普及させることで、海外製の革靴との差別化を図り、高付加価値なメイドインジャパンの革靴の確立を目指している。
- JIS規格の全144サイズ(※)に足形状の違い2パターン(ストレート型、カーブ型)を考慮した計288サイズで構成し、 $i / 288$ として実現。288タイプの木型と製造ガイドラインに沿って製造された靴には「革靴基準品質認証マーク」を付与。  
(※) 足長19.5~27.0cm(16サイズ) × 足囲A~F(EE等を含めて計9サイズ) = 144サイズ
- 平成27年12月、大手町に「パンプスメソッド研究所 i / 288」を開設。平成29年9/27から11/21まで、全国4カ所(大阪、玉川、横浜、日本橋)の高島屋で、順次、販売・オーダー受注会を開催。予想を上回る受注があり、合計約920足、約2600万円の売上があった。



*Ace Corporation  
Dinus Shoe  
Eizo  
Pilot Shoes  
Shamior  
Shian*





## ● 協力工場を含めた生産性向上の取組（株式会社 E D W I N）

- 国際競争力の高いデニム生地を使っているジーンズメーカーである（株）エドウィン（東京都荒川区）には、製造のため東北地方を中心とする15の自社工場以外に協力企業（工場）が数社存在している。
- 一般的には、協力企業の位置付けは、自社で行わない一部を協力、あるいは、繁忙期対応の調整弁的な関係となっている場合が多い。しかし、（株）エドウィンは、協力企業とは対等なパートナー関係を構築している。
- 例えば、定期的な社内工場長会議は、協力企業も含めて行い、現場における生産性の改善や技術的な問題点を議論するのみでなく、新規設備の導入から人材確保、地方や国の補助金活用まで、参考となる点を指摘し合い、情報を共有する場としても長年機能している。対等な技能、設備を有する協力工場であり続けるため、（株）エドウィンから設備投資に対して資金援助等を行っていないが、同時期に同じ機械装置を導入し、機械の操作ノウハウを共有するなど、様々な形で協業メリットを享受できるようにしている

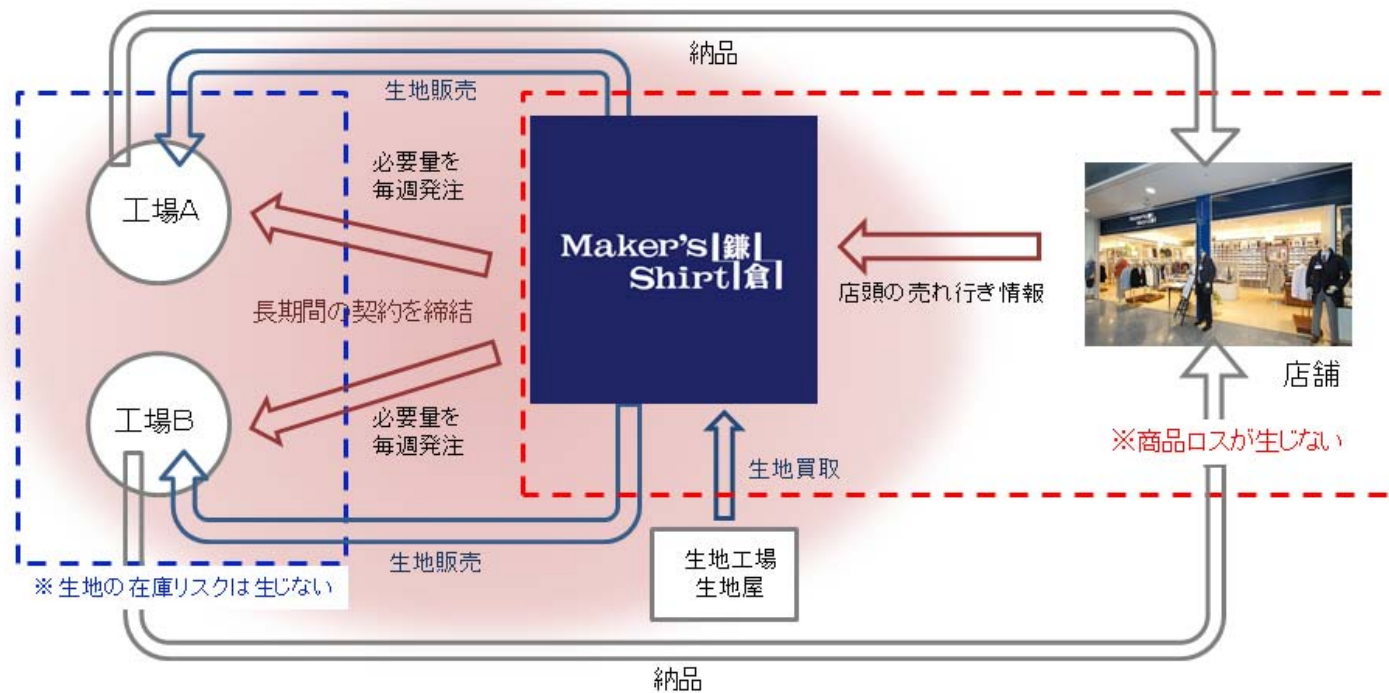


出典：エドウィンHP



## ● アパレルと工場の長期安定的な関係の構築（メーカーズシャツ鎌倉株式会社）

- 工場の稼働状況は、アパレルがシーズン毎のトレンドを見極めてからの発注が増えていることから、多品種小ロット化し、納期が短くなってきている。そのため、繁閑差が大きくなり、時期も偏った状況に陥っている。さらに、シーズン毎の発注であることから、各工場は長期的な視点での工場経営が困難となっている。
- その中で、上質なシャツを提供しているメーカーズシャツ鎌倉（株）（神奈川県鎌倉市）においては、協力工場との長期契約により、店舗での売れ行きを見極めながら、提携工場に必要量を毎週発注するとの仕組みを構築することで、自社にとっては商品ロスが生じにくくなり、プロパー消化率の向上をもたらすとともに、提携工場にとっては最低生産枚数を保証され、定期的発注により工場の繁閑差が縮小されることから、安定的な取引関係が実現されている。長期安定的な取引により、提携工場にとっては、長期的ビジョンを持った経営が可能となり、生産性向上、品質向上に向けた取組にもつながる好循環が生まれる。





## 参考事例③

### ● 国産ニットの新たなビジネスモデル（佐藤繊維株式会社）

- 紡績・ニットOEMメーカーとして1932年に創業。2001年より、レディース自社ブランド「M.&KYOKO」や「FUGA FUGA」などを展開。2016年には高品質なニットを扱うメンズブランド「991」をスタート。糸作りから製品化までを高い技術で一貫して行う。その中でも原料選びを最も重要視し、素材ごとの面白さを引き出すのが製作の基本姿勢となり、オリジナリティのある製作活動に取り組む。
- 2017年、無縫製横編み機「ホールガーメント」の専用工場を設立。トータルコストで海外品と戦えるニットOEM（相手先ブランドによる生産）を提案し、アパレルメーカーや小売業と共に日本のモノ作りの再構築に取り組む。全自動のため生産量が増えるほど製造コストが低減し、従来より安価に供給することができ、なおかつ、フルゲージに対応、その中でも中国やイタリアではあまり使われない15、18ゲージをメインにすることにより、海外品との差別化を図る。



ハイエンドニットブランド「991」



佐藤繊維 ホールガーメント工場



## 参考事例④

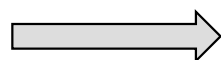
### ● 産地発のサプライチェーン再構築（丸井織物株式会社）

- 丸井織物（石川）は平成29年5月に株式公開買い付けにより、染色加工の倉庫精練（石川）を子会社化。丸井織物の拡充しているエアジェット織機と、倉庫精練が強みとするストレッチ素材の加工や起毛加工を融合させ、産地内でテキスタイルの自社販売を強化。
- また、アパレルの企画・販売を手掛けるオールユアーズ（東京）に出資することにより、消費者の声を踏まえた素材・商品開発への取組みや、生地の販路拡大につなげる。
- 丸井織物では、中小企業庁JAPANブランド育成支援事業に採択。欧州ファッション市場向け高機能・高感性テキスタイルの販路開拓に取り組む。
- 平成27年には自社ブランド「NOTO QUARITY」を立ち上げ、「心地よい高機能素材」をテーマに見た目、着心地、扱いやすさにこだわって商品を展開。コーティングをしてないのに通気性、透湿性がよく耐水圧性能を持つ「きるかさ」や、ストレッチ性、速乾性を持ちながら上質な綿のような風合いを持つ「ALTORITMO（アルトリティモ）」などを発表。

#### 石川県内



子会社化



出資

クラウドファンディングによる  
連携企画をスタート。

ALL  
YOURS

## 参考事例⑤：自立化から海外展開へ（第一織物）

- 高密度合繊織物メーカーの第一織物（福井県）は、高密度織物の持つ美しさや風合といった高感性を売りにし、自社で海外販路を開拓。
- ヨットの帆などの産業資材向け織物から、自社の強みを生かしてファッション素材へ転向。自販を強化し、現在は欧州メゾンなどからの引き合いを得ている。

➤ 1996年、高密度ポリエステル織物「DICROS(ディクロス)」を発売。耐久性の高い撥水能力と型崩れしにくくきめ細かい質感で、アウター向け素材として人気商品に。

➤ 整経・製織など、それぞれの工程で高密度織物のノウハウを集結。

■ 整経 … 糸の特徴を殺さず、糸をやさしく扱う事を目的に、織りに支障が無い最小限の適量を見極め、糊剤の着量を決める。それにより、柔らかな織物を作り上げる事が出来る。

■ 製織 … 経糸は糸のクrimp(縮れ)を残す為に、低張力で織る。緯糸は織機の回転数を低速で、商品に応じた最大限の密度で織り上げる事で、膨らみのある柔らかい風合いを可能にする。

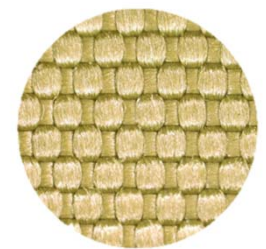
➤ 仕立て映え、着心地感、型くずれのしにくい質感までを意識して作り上げた商品が、世界のラグジュアリーブランドに認められ、客先とダイレクトに直販を続けている。

➤ 売上の95%が自販で、内輸出比率は70%の実績である

DICROS.  
DICROS



The skin of 'native beauty'  
High density fabrics with perfect yarn alignments



各種報道記事、第一織物HPより作成

### ● 日本で作った商品の海外販売を拡大（マツオインターナショナル株式会社）

- マツオインターナショナル（株）（東京都渋谷区）は、2001年にミラノへ直営店を開設して以来、パリや香港など海外に12店舗を展開。2017年6月にはロンドンに直営店を出店し、自社ブランドに加えて、素材からの自社生産にこだわる日本製の婦人服と雑貨を揃える。
- 海外の直営店舗で売られる商品は、全て日本製で、織り、編みの組織（テクスチャー）から匠の技術を活用して自由な感覚でものづくりを行っており、日本の技術だからこそできる海外では作れないものとなっている。さらに、継続的な売上に繋げるため、効率重視の高速織機では表現できない素材を使ったオリジナル商品を毎シーズン展開している。また、価格は出店している地域の商習慣を踏まえて設定している。



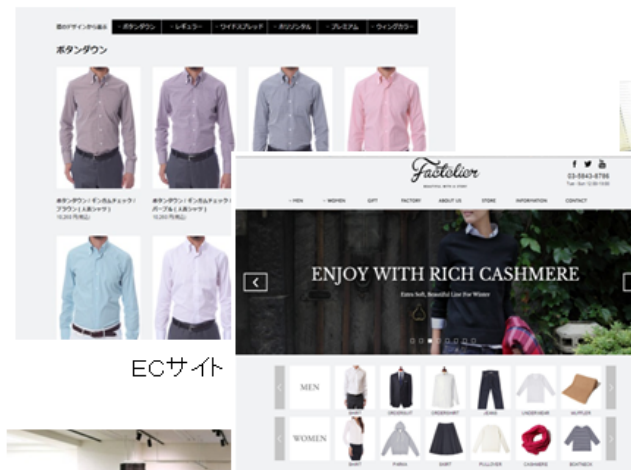
出典：マツオインターナショナルHP



## ● 自立化の取組（ライフスタイルアクセント株式会社）

- アパレルと工場取引においては、契約により高い技術を持つ工場や高品質な生地を生産する能力がある工場が名称が公開されず、下請的地位に甘んじている状況を招いている。ライフスタイルアクセント（株）（熊本県熊本市）では、全国に存在する優れた工場を掘り起こし、製造原価率を50%前後と高めるものの、直接の取引により商社や卸等に関わるマージンを排除することによって、高品質な衣料品を従来の約1/2～1/3の価格でファクトリーブランド専門ECサイト「ファクトリエ」にて販売している。
- 商品の織りネームには、「ファクトリエ」のブランドネームとともに、製造工場名を入れることで、商品のトレーサビリティを新たな価値として、消費者に訴求している。さらに、生産背景を学ぶ提携工場の見学ツアーを通してファンの拡大に結びつけ、安心・安全、かつ、高品質であるにもかかわらず、手頃な価格を実現することで高い評価を受けるに至っている。その結果、提携工場の自立化支援に繋がっている。

出典：ファクトリエWebサイト  
<http://factelier.com/>



ECサイト



銀座の試着スペース



提携工場の見学ツアーの様相

## ● アパレル企業と製造工場とのマッチング

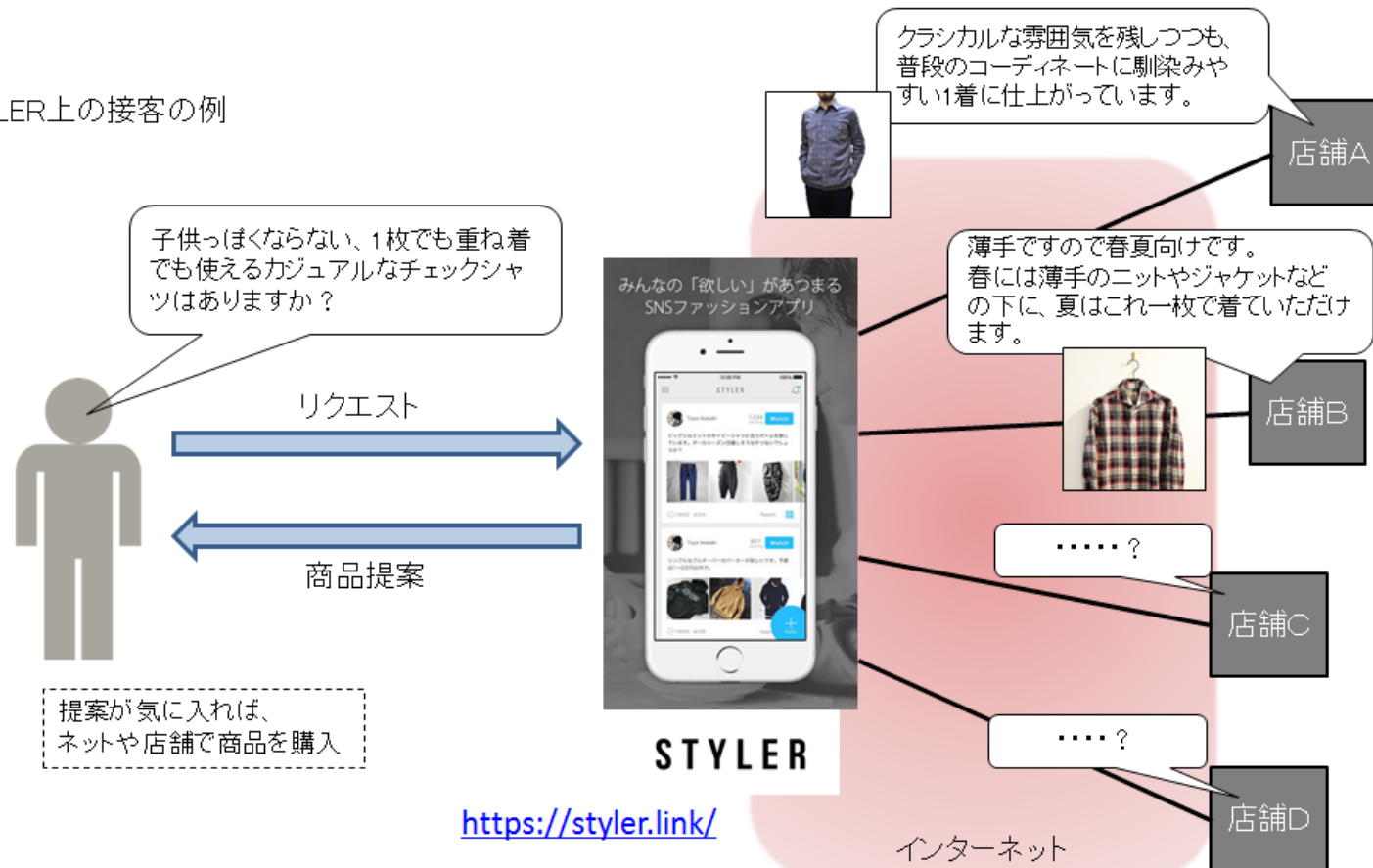
- 中国をはじめとする海外における衣料品生産コストの上昇に伴い衣料品の輸入単価が上昇し、「商品に対して低価格よりも値ごろ感を求める」といった消費者の嗜好の変化もあり、国内で衣料品製造を発注したいアパレル企業が増加しているが、国内工場の減少等により、仕事を請けてくれる製造事業者を探すのが困難となっている。
- 国内のアパレル等が把握しきれない技術ある国内工場を発掘し、マッチングすることでサプライチェーン全体の合理性、生産性が向上し、日本の高いものづくり技術を生かした商品づくりにつながっている。
- また、エントリーされる工場の標準工賃を掲載することにより、低価格による受注を回避する効果も生まれている。



## ● 消費者と店舗を I T でつなぐ「ウェブ接客」サービス（スタイラー株式会社）

- 欲しい商品をうまく探せない消費者と、商品を提案する店舗をインターネット上でつなぐサービス（STYLER）をスタイラー（株）（東京都渋谷区）が提供している。このサービスは、消費者がファッションに対する質問や要望をアプリから投稿。その投稿に答える形でアパレルショップの店員が洋服を提案するもの。消費者は、通勤中などの空き時間に効率良く、自分好みの商品を探すことが可能となり、店舗側は、平日など客が少ない時間帯を「ウェブ接客」に使えるというメリットがある。

STYLER上の接客の例





## ● 西脇ファッション都市構想

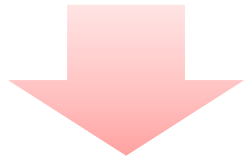
【期間】平成27年度～平成31年度

【背景】国内随一の繊維工業都市であるが、「後継者不足」や「生地生産地」という構造課題

● 10歳代後半から、20歳代の若者が都市部を中心に大量流出するという構造的な課題  
⇒播州織の産業集積がもたらす多様な仕事と魅力を背景に、播州織産地で経験を積み産地における人材の誘致・移住・就労・定住を促進。

起業や、播州織最終製品を作製する事業所で活躍を目指す人材の育成を図る。

● 西脇市の基幹産業である播州織の最終製品化、販売機会創出の取り組みを通じて産地全体のブランド力を向上させ競争力を強化



【目標】

**ファッションを志す若者の流入  
→人材の育成、移住・定住の促進**

**播州織最終製品の創出  
→西脇のブランド化**

**播州織の維持と創造**



## ● 一宮地場産業ファッションデザインセンターの取組

- (公財) 一宮地場産業ファッションデザインセンターは、①プロダクト事業 (売れるものづくり)、②パーソン事業 (人材育成)、③プロモーション事業 (ビジネスチャンス創出) を柱に、様々な繊維産業振興策を実施。



「ジャパン・ヤーン・フェア&総合展『THE尾州』」…今年2月の開催で第14回目で、計65社が出展。3日間で5,745人が来場。

### PRODUCT (モノ)

- ジャパン・ヤーン・フェア&総合展「THE 尾州」の開催
- 福祉衣料に関わる開発支援

**川上・川下段階との新たな連携、異業種との商品開発を通じ、製品の付加価値向上を目指す**



翔工房…優れたものづくりの技術を持つ産地の職人 (匠) の指導に基づき、テキスタイル開発を実習で学ぶ。書類審査・プレゼンを勝ち抜いた全国の学生約25名が参加。業界の将来を担う人材の育成を目的とする。

### PROMOTION (コト)

- 東京における産地展の開催
- ミラノウニカ、インターテキスタイル上海への出展
- 「尾州マーク」認証制度
- ジャパン・テキスタイル・コンテストの開催

**産地の優れた企業・製品を幅広く発信し、尾州産地のブランディング確立を目指す**



**BISHU**

「尾州マーク」…織・編、染色整理の2工程を尾州産地内で行った製品につけることが可能。95件が認証済 (5/17現在)。

### PERSON (ヒト)

- 尾州インパナ塾
- 翔工房
- ファッショントレンドセミナー、マーケットセミナーの開催
- ものづくりリレー事業

**産地の将来を担う人材を育成し、サプライチェーンの維持・発展を目指す**

# 商取引慣行の見直し



# 生活製品課の取組方針（関連部分抜粋）

## 【当課の視点】

### （3）適正な価格

良質な商品・サービスをその価値に見合う適正な価格で提供することが重要である。安易に値引き販売等を行うことは、消費者の価格に対する信頼性を失うとともに、ブランド価値を損うことになりかねず、結局は消費者の利益にも事業者の利益にもならない場合が多いことに留意する必要がある。

他方、価格に見合う価値のない商品を提供することは、事業者が目先の利益をもたらすことはあっても、結局は消費者の利益を損なうものであり、そうした販売手法に中長期的な持続可能性はないと考えられる。

特に、売れ残った場合には値引き販売等を行うことを前提とした上で、商品の価値に相応しない高価格で当初提供するような販売手法は、消費者本位に反していると言える。

## 【生活製品関連産業の方向性】

### （7）取引の適正化

「未来志向型の取引慣行に向けて」（世耕プラン）の発表、これを受けた下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準及び下請中小企業振興法の振興基準の改正、新たな手形に関する通達の発出、下請ガイドラインの改訂、自主行動計画の策定等を踏まえ、サプライチェーン全体での取引の適正化と付加価値の向上を進めることが必要である。

取引上立場の強い事業者が取引先にコストやリスクを一方向的に押しつけるのではなく、中長期的な信頼関係を構築し、サプライチェーン全体で付加価値の向上を図るとともに、各段階での付加価値に応じた適正な利益の配分に取り組むことが重要である。

不適切な取引慣行は、サプライチェーンを脆弱化し、中長期的には各事業者や業界の競争力を損なうほか、レピュテーション等において、ひいては消費者の信頼をも失うこととなることに留意する必要がある。

## 【当課の取組方針】

取引の適正化について、中小企業庁と連携しつつ、上記の基準、通達、自主行動計画等に基づく業界の取組みの実施状況等をフォローアップする。

# 生活製品課の取組方針（関連部分抜粋）

## 1. 繊維

### 【商取引慣行】

繊維業界の商取引慣行については、歩引き、長期手形、未引取、受領拒否、返品、契約書の不作成、過剰供給と値引き販売等の問題が長年の悪弊として指摘されてきたところであり、研究会報告書においても、最大の課題と位置づけられている。

「未来志向型の取引慣行に向けて」を踏まえ、経済産業大臣から自主行動計画の策定とその着実な実行を要請したことを受け、繊維業界においても、「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」が策定された。歩引きについては、「歩引き取引廃止宣言」がなされた。また、当省においても、「繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン」を改訂した。

和装についても、和装振興協議会において、「和装業界の商慣行に関する指針」がとりまとめられた。

繊維業界においては、自主行動計画等に基づき、業界全体の問題として、取引の適正化と付加価値の向上に向けた取組みを着実に進めていく必要がある。

### 当課の取組事項

#### 【商取引慣行】

- 自主行動計画及び下請ガイドラインについて、繊維業界において適切に実行されるよう、業界向け説明会の実施も含め、取組状況等のフォローアップを実施する。
- 特に、研究会報告書においても指摘されているように、過剰供給と値引き販売等の常態化が原価率の低下（品質の低下）を招いていることに鑑み、自主行動計画における「適正な原価率及び利益の確保」、「消費者に対する正価の信頼性の維持・向上」について、業界の取組みが進むよう促す。
- 縫製業について、取引の適正化等の観点から、繊維業界における取引ガイドラインの策定、標準単価算出システムの構築等を支援する。

# 未来志向型の取引慣行に向けて「世耕プラン」 （平成28年9月15日発表）

## 3つの基本方針

- (1) 親事業者による不適正な行為に対して厳正に対処し、**公正な取引環境を実現**する。
- (2) **親事業者・下請事業者双方の「適正取引」や「付加価値向上」**につながる望ましい取引慣行等を普及・定着させる。
- (3) **サプライチェーン全体にわたる取引環境の改善や賃上げできる環境の整備**に向けた取組を図る。

## 3つの重点課題

本来は親事業者が負担すべき費用等を下請事業者に押しつけないよう、徹底する。

**価格決定方法の適正化**

一律〇%減の原価低減を要請される、  
労務費上昇分が考慮されない、等

**コスト負担の適正化**

量産終了後に長期間に渡って無償で  
金型の保管を押しつけられる、等

**支払条件の改善**

手形等で支払いを受ける比率が高い、  
割引コストを負担せざるを得ない、等

## 業種横断的なルールの明確化・厳格な運用（横軸）

事項	具体的な政策
下請代金法の運用強化 (運用基準改正)	違反事例を追加し、違反情報の収集強化と未然防止を図る。(不適正な原価低減活動、金型の保管コストの押しつけ、等の違反行為事例の追加を公正取引委員会に提案) <b>【平成28年12月14日付 改正済み】</b>
適正取引、付加価値向上の促進 (振興基準改正) <small>*下請中小企業振興法</small>	望ましい取引慣行を追記し、親事業者に要請する。(取引先の生産性向上への協力、労務費上昇分に対する考慮、サプライチェーン全体での取引適正化、等) <b>【平成28年12月14日付 改正済み】</b>
下請代金の支払条件の改善 (通達、振興基準の見直し)	下請代金の支払条件の改善を、親事業者に要請する。(現金払いの原則、割引料負担の一方的な押しつけの抑制、手形等の支払期間の短縮、等) <b>【平成28年12月14日付 通達発出済み】</b>
下請代金法の調査・検査 の重点化	原価低減・金型・手形等に重点をおいて、下請代金法の書面調査の充実、特別立入検査を実施する。 <b>【29年度より実施すべく執行体制を強化】</b>

## 業種別の自主行動計画の策定等（縦軸）

- (1) 下請ガイドライン策定業種のうち、まずは幅広い下請構造をもつ自動車等の業種に対して、サプライチェーン全体での「取引適正化」と「付加価値向上」に向けた**自主的な行動計画の策定と着実な実行を要請**するとともに、**フォローアップ**を行う。**【28年度内に策定済み】**
- (2) 業種別下請ガイドラインを改訂し、親事業者と下請事業者の連携・協力に係る**ベストプラクティス**を追加する。**【全17業種において改訂・策定済み】**



# 下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準の改正のポイント

## 経緯・趣旨

平成28年12月14日、中小事業者の取引条件の改善を図る観点から、下請法・独占禁止法の一層の運用強化に向けた取組を進めることとし、その取組の一環として、「下請代金支払遅延等防止法に関する運用基準」を改正し、親事業者による違反行為事例等を追加

## 改正のポイント

### 違反行為事例の追加：現行66事例から141事例に大幅増加

- 公正取引委員会による勧告・指導の中で、繰り返し見受けられた行為、事業者が問題ないと認識しやすい行為等を追加
  - ・下請代金の額から一定額を差し引くことによる「減額」
  - ・支払制度の不備による「支払遅延」
- 中小企業庁等と共同で実施した大企業ヒアリングで得られた情報等を基に追加
  - ・合理性のない定期的な原価低減要請による「買いたたき」
  - ・量産品と同単価で補給品を発注することによる「買いたたき」
  - ・型・治具の無償保管の要請（不当な経済上の利益の提供要請）
  - ・労務の無償提供の要請（不当な経済上の利益の提供要請）

### 特に留意を要する違反行為の追加

- 違反行為の未然防止等の観点から、特に留意を要する違反行為を追加
  - ・引下げ後の新単価を発注済みの取引に遡及適用する場合の「減額」
  - ・燃料費高騰や労務費上昇等を一方的に据え置く場合の「買いたたき」

### 下請法の対象となる取引例の追加

- 事業者が下請法の対象となる取引でないと誤認しやすい取引の例を追加
  - ・建設業者が施主から作成を請け負う建築設計図面の作成を建築設計業者に委託する場合（情報成果物作成委託）
  - ・アニメーション制作業者が製作委員会から制作を請け負うアニメーションの原画の作成を個人のアニメーターに委託する場合（情報成果物作成委託）

### 違反行為事例の取引類型別の分類・見出しの付与

- 違反行為事例を「製造委託・修理委託」、「情報成果物作成委託」及び「役務提供委託」の3つの類型に分類
- 違反行為事例に見出しを付与

親事業者による違反行為の未然防止、事業者からの違反行為に係る情報が提供されやすくなるなど下請法の一層の運用強化

# 下請中小企業振興法「振興基準」の改正

- 昨年12月14日、親事業者と下請事業者の望ましい取引慣行等を示した下請中小企業振興法「振興基準」（経済産業省告示）を改正した。

## 1. 取引先の生産性向上等への協力

親事業者は、生産性向上等の努力を行う下請事業者に、必要な協力（下請事業者との面談、工場訪問、サプライチェーン全体での連携等）をするよう努める。

## 2. 原価低減要請

原価低減要請を行うに当たっては、客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く要請と受け止められないことがないよう、合理性の確保に努める。

## 3. 取引対価への労務費上昇分の影響の考慮

取引対価の見直し要請があった場合には、人手不足や最低賃金の引き上げ等に伴う労務費上昇について、その影響を十分に加味して協議する。

## 4. 型の保管・管理の適正化

金型、木型などの型の保管に関して、双方が十分に協議した上で、必要事項を明確に定める。  
親事業者の事情によって下請事業者にその保管を求めている場合には、親事業者が費用を負担する。

## 5. 手形支払及び支払関係

手形通達と同様の内容（次頁参照。）

## 6. 下請ガイドライン及び自主行動計画の位置付け

業種別下請ガイドラインの内容を踏まえ、社内のマニュアルやルールを整備することにより、自社の調達業務に浸透させるよう努める。  
また、業界団体等は自主的な行動計画を策定し、継続的にフォローアップするよう努める。

# 新たな手形に関する通達

- 昨年12月14日、中小企業庁と公正取引委員会において、手形支払に関する新たな通達を発出した（昭和41年以来、50年ぶり）。なお、「振興基準」の中でも同内容を記載している。

## 新たな手形に関する通達のポイント

- ① 下請代金の支払いは可能な限り現金で。
- ② 手形等による場合は、割引料を下請業者に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 手形サイトは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60日以内とするよう努める。

ありがとうございます！



今後の下請代金は現金払いにします。



親事業者のうち大企業から率先して取り組んでいただきます！

※今後、政府が数年間かけて改善状況を調査します。



# 自主行動計画

- 世耕大臣から業界団体に対して、サプライチェーン全体での「取引適正化」と「付加価値向上」に向けた**自主行動計画の策定と着実な実行を要請**した。
- 本年3月末までに自動車業界をはじめとして、**8業種21団体**が計画を策定・公表。
- さらに、**新たに機械製造業、流通業、警備業、放送コンテンツ業**において今年度中の計画の策定に向けて調整中。

業種	団体名
自動車	日本自動車工業会 日本自動車部品工業会
素形材	素形材センター等 計9団体
建設機械	日本建設機械工業会
繊維 (2団体連名で策定)	日本繊維産業連盟 繊維産業流通構造改革推進協議会
電機・情報通信機器	電子情報技術産業協会 (JEITA) ビジネス機械・情報システム産業協会 (JBMIA) 情報通信ネットワーク産業協会 (CIAJ) 日本電機工業会 (JEMA)
情報サービス・ソフトウェア	情報サービス産業協会
トラック運送業	全日本トラック協会
建設業	日本建設業連合会

# 今後のフォローアップ体制

- 発注側の大企業、下請側の中小企業の両方に対してきめ細やかな調査を実施し、サプライチェーン全体にわたる「適正取引」や「付加価値向上」の浸透・徹底を図る。

項目	今後の対応
(1)自主行動計画のフォローアップ	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 中小企業庁の定める『フォローアップ指針』を踏まえ、<b>各団体がフォローアップ調査</b>を実施。調査結果を踏まえ、<b>個社の取組の改善</b>や<b>自主行動計画の見直し</b>を実施。</li></ul>
(2)大規模な調査の実施	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 昨年12月の関係法令の運用強化を踏まえた改善状況について、<b>親事業者数千社及び下請事業者数万社に対する大規模な調査</b>を実施。（平成30年1月頃実施予定）</li><li>✓ <b>現金払い比率、手形サイト</b>等について、対策前と比較して<b>改善状況を確認</b>。また、<b>労務費上昇分の考慮、型保管費用の負担</b>など、新規項目も<b>調査対象に追加</b>。</li></ul>
(3)下請Gメンによる訪問調査	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 全国に80名規模の<b>取引調査員（下請Gメン）を配置</b>し、<b>年間2,000件以上の下請企業ヒアリング</b>実施。</li><li>✓ 下請Gメンによるヒアリングで<b>問題事案を把握した場合には、必要に応じ個社又は業界団体にフィードバック</b>し、自主行動計画の実行の徹底、改訂などを要請。</li></ul>

# 自主行動計画のフォローアップ指針について

- 中小企業庁において、各業界で策定された自主行動計画の『フォローアップ指針』を作成。
- 各団体において、本指針を参考に、それぞれの計画の内容に合わせて調査事項を調整した上で、フォローアップ調査を実施。

項目	主な調査事項
I. 基礎情報	回答する企業の取引階層、資本金 等
II. 重要改善指標（プロセス）	社内への浸透度、原価低減要請の方法、労務費上昇の考慮、型保管のルール・マニュアル化、支払制度についての改善 等
III. 重要改善指標（結果、取引条件）	合理的な価格決定（原価低減の合理性、転嫁の状況等）、型管理の適正化、現金払い比率や手形サイト 等
IV. その他	サプライチェーン全体での取組の好事例（取引適正化、付加価値向上） 等

○調査実施時期：平成29年9～10月

○調査結果：各策定団体において結果をとりまとめ、経産省等に報告。中企庁においてこれらを取りまとめ、平成29年内に公表予定。

○PDCAサイクル：平成30年1月以降、調査結果を踏まえ、個社の取組の改善や自主行動計画の見直し等を行っていただく。



# 繊維産業における「歩引き」廃止の宣言

- 繊維産業において、不適切な商慣行として「歩引き」取引が残っている。
- 昨年11月18日に行われた繊維産業流通構造改革推進協議会の経営トップ合同会議において、「歩引き」取引廃止宣言を採択・公表。
- 本年3月6日、日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会の連名で団体加盟企業及びその取引先企業（アパレル企業、百貨店、商社、テキスタイル・副資材メーカー、縫製企業など）**約4,800社に対して「歩引き」取引廃止の要請（※1）を行い、経産省としても、製造産業局長名で上記要請に対する協力依頼文（※2）を併せて送付。**

（※1） <http://fispagr.jp/wp/wp-content/uploads/yousei.pdf>

（※2） <http://fispagr.jp/wp/wp-content/uploads/kyouryoku.pdf>

※歩引きとは、代金から一定の金額を差し引いて支払うことにより、相手先の責めに帰すべき理由がないのに代金の額を減じる行為である。下請代金支払遅延等防止法に該当する取引の場合、下請代金の減額に該当する違法な行為。

# 自主行動計画①

## ● 日本繊維産業連盟と繊維産業流通構造改革推進協議会により策定。

繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画

平成29年3月1日

日本繊維産業連盟

繊維産業流通構造改革推進協議会

繊維業界は経済産業省が策定した「繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドライン（以下、「ガイドライン」という。）」に基づき、取引の適正化に努めてきた。日本繊維産業連盟及び繊維産業流通構造改革推進協議会（以下、「両団体」という。）は、これまでの当該ガイドラインに基づく取引適正化の取り組みを一層進めるべく、自主行動計画を策定する。

繊維業界は、紡績や製糸、製織・編立、染色・加工、縫製、アパレル及び小売といった長いサプライチェーンを有しており、サプライチェーン全体での取引の適正化が産業全体の競争力強化に寄与するものであり、サプライチェーンを構成する各企業がその重要性を理解し、不断に努力を行うことが求められる。

このような考えの下、両団体は経済産業大臣の掲げる政策「未来志向型の取引慣行に向けて」や、その一環として改正された下請代金支払遅延等防止法（以下、「下請代金法」という。）に関する運用基準、下請中小企業振興法（以下、「下請振興法」という。）に基づく振興基準及び下請代金の支払手段に関する通達等を踏まえ、適正取引の推進を一層進めるため、サプライチェーン全体の取引適正化に向けた活動を充実すべく「繊維産業の適正取引の推進と生産性・付加価値向上に向けた自主行動計画」を策定することとした。この自主行動計画は、取引を行う企業双方の「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・定着させる観点から、合理的な価格決定、コスト負担の適正化、支払条件の改善、生産性の向上等に関する今後の取り組みを表明するものである。

両団体は、サプライチェーン全体への適正取引の浸透に努めるとともに、この自主行動計画の遵守状況を定期的にフォローアップし、確実な実行を担保することで繊維業界の適正取引が浸透するよう取り組みを進める。

# 自主行動計画② ～適正取引推進に関する取組み～

## I. 適正取引の推進に関する取組み

### 1. 合理的な価格決定のための取組み

- 消費者が求める品質・価格でものづくりを行い、繊維業界全体としての競争力を高めるためには、各工程において取引数量、納期、品質等の条件、材料費、労務費等について関係者で協議をした上で、合理的な価格決定が行われることが不可欠である。しかしながら、各企業間の取引においては、歩引きや理由なき返品、受領拒否等の非合理的取引により、負担が偏っている場合がある。そのため、下請振興法第3条第1項の規定に基づく振興基準やガイドライン等を踏まえ、取引先と十分に適正な利益配分並びに非合理的取引を排除すべく協議を行った上、適正に価格を決定する。

他方、エネルギーコストの上昇や最低賃金の引上げによる労務費の増加といった、原価の増加に係る対応についても、適正な価格転嫁のルール等を踏まえ、取引企業間で十分に協議を行った上、適正に価格を決定する。

#### (実施事項)

以下の点を遵守し、合理的な価格決定のための取組みを行う。

- ・ 両団体は、合理的な価格決定のための取組みを進めるため、繊維産業流通構造改革推進協議会（以下、「SCM推進協議会」とする）が定めるTAプロジェクト取引ガイドライン（以下、「TAガイドライン」という）について、必要な改正を行うとともに、関係各社向けの説明会を開催する。
- ・ SCM推進協議会が行った「歩引き」取引廃止宣言と理念を踏まえ、歩引き取引の廃止に向けて、両団体に所属する法人会員及び団体に属する会員企業（以下、「会員企業」とする）は販売先及び仕入先と協議し取引適正化を行う。
- ・ 取引に係る数量、納期、価格等の条件について、事業者間での責任の明確化が図られるよう、取引企業間で十分に協議を行った上で、契約書等の書面化を徹底する。
- ・ 仕入先から経済情勢に大きな変化やエネルギーコストの上昇、人手不足、最低賃金の引上げに伴い取引価格の見直しの要請があった場合には、これらの影響を勘案し、十分に協議をした上で取引価格を決定する。
- ・ その他材料費の大幅な変動等、経済情勢に大きな変化が生じた際には、必要に応じて、取引先と協議し、取引価格の見直しを検討する。
- ・ 販売先は仕入価格の低減要請を行う際は、その根拠を明確にし、仕入先と十分協議を行う。
- ・ 販売先は仕入価格の低減要請を行うに際して、文書や記録を残さずに口頭で数値目標のみを提示しての要請、原価低減の根拠やアイデアを仕入先に丸投げするような要請、発注継続の前提を示唆した要請は、下請振興法に基づく振興基準において親事業者が留意すべき事項とされており、客観的な経済合理性や十分な協議手続きを欠く要請を行わないことを徹底する。
- ・ 販売先は原価低減活動の効果を十分に確認して取引価格に反映させる。また、仕入先の貢献がある場合は、その貢献度も踏まえて取引価格を決定することとし、仕入先の努力によるコスト削減効果を一方的に取引価格に反映することは行わないことを徹底する。

# 自主行動計画③ ～適正取引推進に関する取組み～

## 2. コスト負担の適正化のための取組み

- 繊維産業では、季節ごとに新たな商品展開が行われるため、仕入先に対する 厳しい納期が求められ、指定納期に指定場所へ納品するため、完成品を仕入先が保管するという倉庫機能を負わされるケースがある。また、気候の変化等に応じた追加発注等に対する生地在庫の確保等による倉庫管理等の負担も生じている。これらのコスト負担は、一方的に仕入先が負担すべきものではなく、川上から川下までの繊維産業のサプライチェーンを構成する各社が相応に負担すべき 管理コストであることから、コスト負担の適正化・改善に取り組んでいく。

### (実施事項)

以下の点を遵守し、取引企業間での管理コスト負担の適正化・改善に取り組む。

- ・ S C M推進協議会は、管理コスト負担の適正化・改善を進めるため、T Aガイドラインの必要な改正を行うとともに、関係各社向けの説明会を開催する。
- ・ 両団体の会員企業は、引取期日を過ぎた在庫保管等に対するコスト負担について、T Aガイドラインを遵守し、適正なコスト負担について関係する企業間で協議して取り決める。
- ・ 取引に係る数量、納期、価格等の条件について、当該企業間での責任の明確化が図られるよう、仕入先と十分に協議を行った上で、契約書等の書面化を徹底する（再掲）。
- ・ 完成品の引取り時期の未確定や追加発注に備えた材料確保による倉庫の負担、補給品等の追加発注による新たな生産コストの発生等の可能性がある取引に関しては、在庫の確保等に関する期限を定めるなど、仕入先に過度な負担が生じないよう、十分に協議を行った上で取り決める。
- ・ 自己都合による理由なき返品、製造委託した商品の受領拒否、及び不当な販売員や協賛金等の経済上の利益の提供要請など、一方的に仕入先に対してコスト負担を強いることがないよう、徹底する。

## 3. 支払条件の改善のための取組み

- 繊維業界においては、手形での発注代金の支払いサイトは下請代金法に基づく 下請代金の支払手段に関する通達において 90日以内とされている。また、原則として、代金支払いは現金支払いが望ましいとされていることから、現金支払いの増加を目指すとともに、手形決済の場合の支払いサイトは可能な限り短縮化を図り、60日以内となるよう努めていく。

### (実施事項)

以下の点を念頭に、代金の支払方法の改善を進める。

- ・ 代金支払いをできる限り現金払いとすべく改善に努める。
- ・ 支払方法については、手形により代金を支払う際、その現金化にかかる割引料等のコスト負担を勘案して、取引先と十分に協議して決定する。
- ・ 手形サイトは、60日を目標として短縮化に努める。



# 自主行動計画④ ～付加価値向上等に向けた取組み～

## Ⅱ. 付加価値向上等に向けた取組み

### 1. 生産性向上のための取組み

- 繊維業界のサプライチェーンを構成する紡績、製糸、製織・編立、染色・加工、縫製、アパレル及び小売の各会員企業は、各工程における課題をサプライチェーン全体の課題として把握し、生産性向上に取り組む。

#### (実施事項)

以下の点を念頭に、生産性向上のための取組みを進める。

- ・会員企業はそれぞれの工程における稼働率向上のための取組み、及び取引における生産計画などに関する情報の共有化に取り組む。
- ・販売先は企業間における、生産性向上に関する課題解決に向けて、仕入先企業への訪問や面談などの密なコミュニケーションに努める。
- ・会員企業は、サプライチェーン全体での付加価値向上等の観点から、各企業において適正な原価率及び利益を確保した上で、消費者に対する正価（プロパー価格等）の信頼性の維持・向上に努める。
- ・サプライチェーン全体の機能維持のために、事業継承が円滑に遂行されるよう、事業継続に向けた適切な対応を行う。
- ・両団体は、各取組みをベストプラクティスとして可能な範囲で会員企業に共有を図る。

### 2. 人材育成・教育の推進

- 繊維業界においては、企画・販売をはじめとして、女性の活躍が不可欠である。最終消費者のニーズを踏まえた業界全体の活性化のためにも、企画・販売に加え経営層・管理者層或いはマーチャンダイザーなどの職においても女性が活躍できるよう、環境整備や意識改革を進めていく。また、技術及び経験を持った高齢者の雇用の拡充等を積極的に検討していく。
- 会員企業においては、サプライチェーン全体への適正取引の推進のため、下請代金法の運用基準や下請振興法に基づく振興基準の改正等を踏まえ、業務ルール等の見直しを行うとともに、社内への周知徹底を図る。

#### (実施事項)

- ・女性及び高齢者が活躍する環境整備や意識改革を進めるため、会員企業は自主点検を行い、その結果を踏まえて、社内ルールやマニュアルの整備・見直しを行う。
- ・会員企業は、適正取引に関する勉強会等を実施する。

# 自主行動計画⑤ ～普及啓発活動の推進、フォローアップ～

## Ⅲ. 普及啓発活動の推進

- 繊維業界のサプライチェーン全体への適正取引の推進のため、自主行動計画の取組みを幅広く周知に努める。両団体の会員外の団体・企業への周知も不可欠であることから、両団体及び会員企業は経済産業省の協力を得ながら非会員企業を含め自主行動計画の取組み内容について普及を図るよう努める。

### (実施事項)

- ・両団体は、自主行動計画に掲げる各項目をサプライチェーン全体に浸透させるため、SCM推進協議会が行う全国各地でのTAガイドライン等に関する説明会を通じて、自主行動計画の取組内容の周知を行い、サプライチェーン全体への適正取引の浸透を図る。
- ・両団体に所属する法人会員及び団体に属する会員企業は、独占禁止法、下請代金法等の法令及び繊維産業における下請適正取引等の推進のためのガイドラインについて、勉強会等を開催するなど取引先を含めコンプライアンスの徹底を図る。
- ・会員外の団体・企業に対しては、改正された下請代金法及び下請振興法の振興基準などの経済産業省による周知と連携しながら、自主行動計画の普及に努めていく。

## Ⅳ. 自主行動計画のフォローアップ

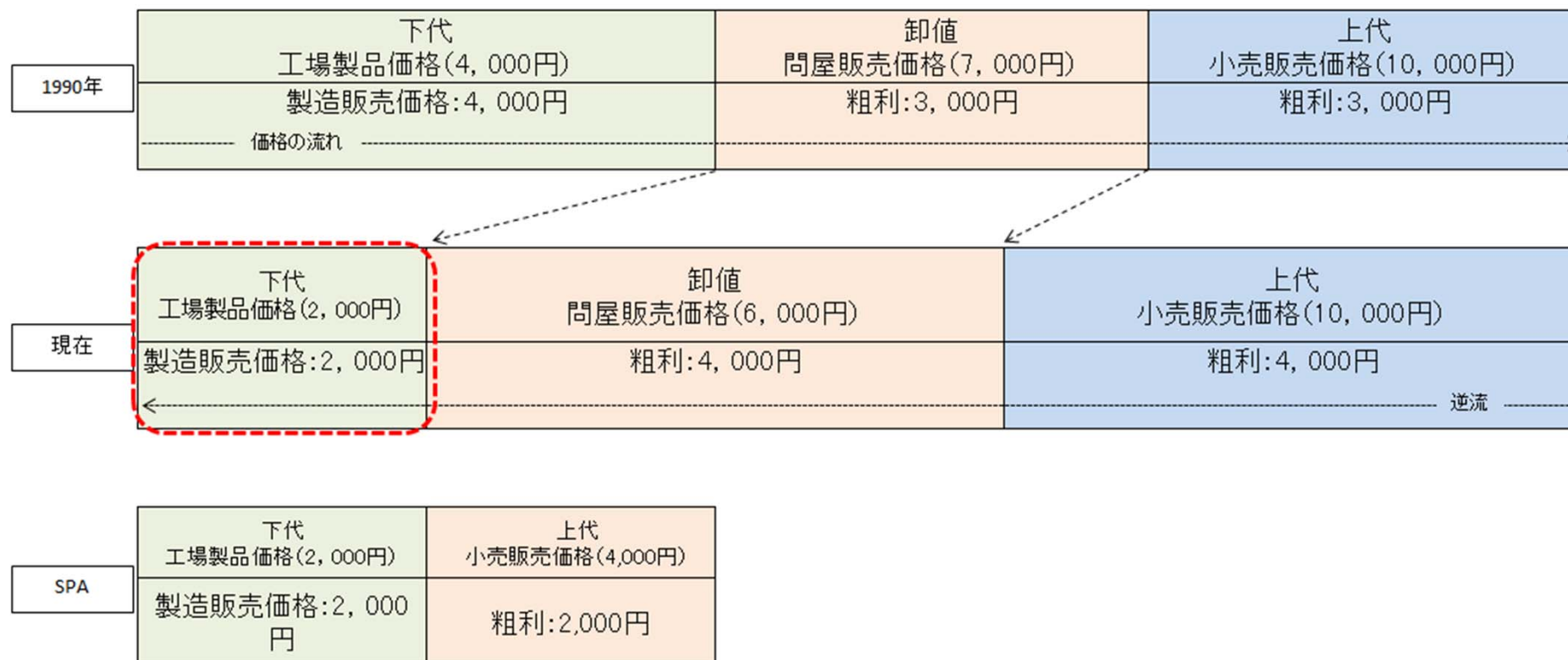
- 適正取引の推進には、両団体の会員各社における個々の取引に定着させることが重要である。そのため、両団体は中小企業庁／経済産業省が定める業種横断的なフォローアップの指針を踏まえ、自主行動計画の進捗状況について、定期的にフォローアップすることにより把握を行う。また、実施状況の評価を通じ、必要に応じて自主行動計画の見直しを行い、各社の取引慣行の改善を進める。

### (実施事項)

- ・取組み内容に関し、両団体の会員に対して聞き取り調査及びアンケート等により、実施状況についてのフォローアップ調査を行う。
- ・検証結果をもとに、必要に応じ自主行動計画の見直しを行う。

以上

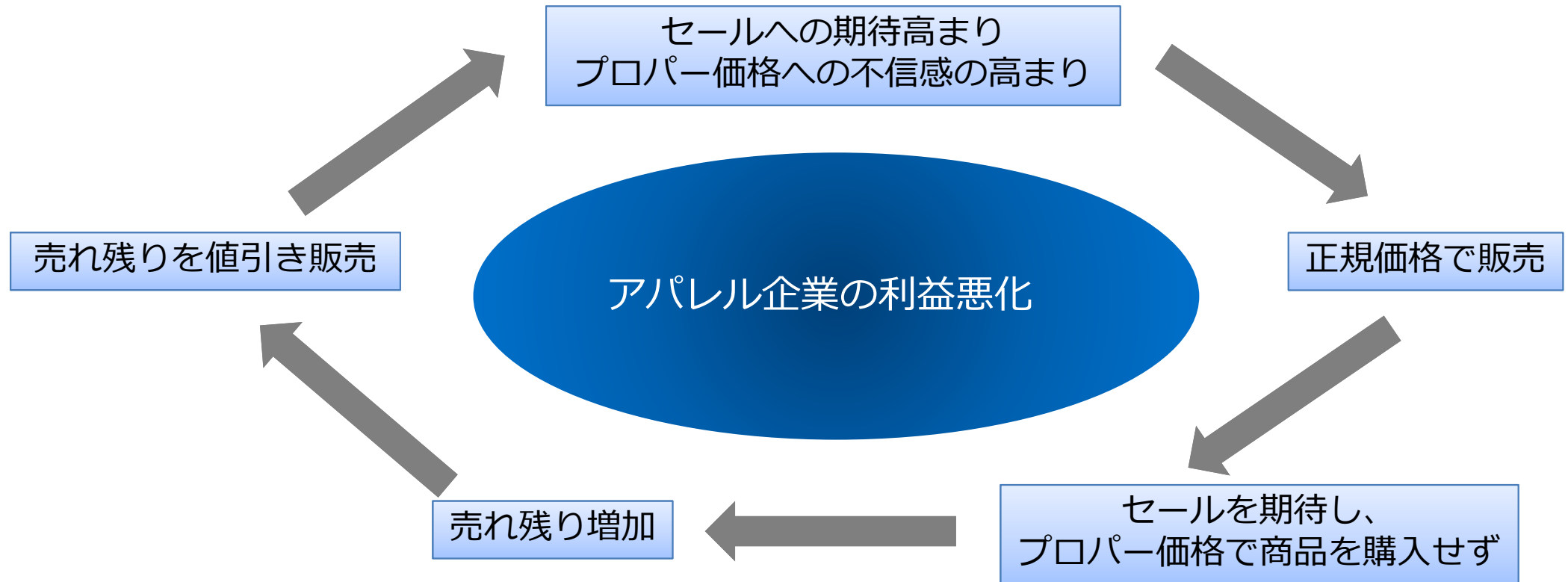
# (参考) アパレル産業における利益配分のイメージ



出典：経済産業省「アパレル・サプライチェーン研究会報告書」

## (参考) オーバーサプライ・バーゲンが起こす悪循環

- ✓ 正価で販売した商品が売れ残った場合、段階的に値引き販売（セール）を行って売り切るのが典型的なパターン。
- ✓ 販売の現場が機会損失を嫌って過剰発注を行うと過剰在庫を生じ、正価販売の比率（プロパー消化率）が低下。消費者は、あらかじめセールを予期・期待し、正価での購入を控え、売れ残り商品が更に増加。またセールを繰り返すといった悪循環が生じている。
- ✓ 「需要予測による過剰在庫の削減」や「販売状況に応じた迅速な追加生産・在庫投入」が可能となれば、プロパー消化率が向上し、企業の収益が向上。



出典：経済産業省「アパレル・サプライチェーン研究会報告書」



## 参考事例①

### メーカーズシャツ鎌倉

「セールをしない価格の信頼性を取り戻すビジネスモデルを確立。アパレルメーカーの原価率が20%以下と言われる中で、鎌倉シャツの原価率は平均55～60%です。

お客様にいつでも安心してお買い求めいただけるよう、一定価格で販売しています。つまり、常にセール価格なのです。」

(<http://www.shirt.co.jp/recruit/aboutus/>)

### 吉田カバン

「吉田カバンの商品は原則として値引きをしません。これにも理由があります。まずは定価で買ってくださったお客さまに対して失礼であること。カバンに限らず、自分が定価で買った商品がセールで値引きされているのを見た時、誰しも悔しい気持ちや悲しい気持ちになるでしょう。値引きをするとブランドイメージも崩れますし、利益も減ってしまふ。作り手側は誰も幸せになりません。

もともと当社の商品は、手間ひまをかけて製作する職人さんの工賃と、材料費や運送費などの諸経費、それに私どもの一定の利益を乗せて「販売価格」を設定しています。余分な上乗せは一切していません。」

(吉田輝幸著「吉田基準」)

### ネバーセイネバー

「STYLE DELIは、季節も早々にSALE価格で商品売ることに疑問を感じています。それでは、定価があること自体に意味がないし、最初からその価格で販売すればよい。

だからSALEにしても利益が出る値段の付け方ではなく、「最初からSALE価格！」をモットーに、同品質商品の一般的市価よりも30～40%お得な価格で販売することをOPEN当初から掲げています。」

([http://www.styledeli.com/fs/styledeli/c/policy?utm\\_source=mainimg&utm\\_medium=mainimg-139&utm\\_campaign=mainimg-139](http://www.styledeli.com/fs/styledeli/c/policy?utm_source=mainimg&utm_medium=mainimg-139&utm_campaign=mainimg-139))

### siki

「本質的視点から、必要で作製されたプロダクトの価値は、他に新しい物が出て来ようとも、時間が経過しようとも、価値が下がるという事は一切なく、予め適正な価格がつけられていて、価格がそれ以下になるという事は、その価値に賞味期限があり購入した時がピーク、価値が下がっていくという表示な訳です。だとしたら、そもそもそういう物には初めから価値はないと言えます。」

sikiには、時間の経過と共に、価値が下がっていく作爲的な物は一切無く、使用していくにつれ、その存在の大切さをより深く実感し、それが身近にあり良かったと思える、永続的プロダクトのみが選定され、提供しているので、器でも衣服でも古道具でも、セールは一切致しません。」

(<http://www.siki-daikanyama.com/posts/2615225>)

## 参考事例①（つづき）

### ONLY

私たちのONLYブランドは、“バーゲン”はしません。私たちのショップに行けばいつでも同じ価格で買える。これがお客様にとって一番わかりやすい販売方法だと考えています。

私たちのブランドがバーゲンをしないのは、慣例化した販売構造へのアンチテーゼでもあります。

一般的な小売店舗は、バーゲンで利幅が下がる分を上乗せして通常の販売価格を設定しています。

そして余ったものの価格を下げバーゲンで処分しています。この過剰利得と処分のサイクルは、ひとつの服が買う時期によって、また買う人にとって様々な価格の変化をもたらします。これはあまり誠実なあり方ではないと考えています。

バーゲンをせずいつも一定の適正価格を提示し続け、時期を選ばず必要なものを買っていただける環境づくりこそが、お客様に対して一番誠実な姿勢であり、本当にお客様のためになると私たちは確信しています。

また、私たちは社員だけが特別な価格で買える社員販売を行っておりません。これからも同様です。

なぜなら、お客様は私たちの「仲間」だと考えるからです。仲間であればこそ、価格については誰かを特別扱いせず、平等でなくてはならないと考えています。仲間であればこそ、親身になって接し、正直に対応することは当然のことです。そしてこれからもこの正直なスタンスを守っていきます。

私たちONLYは、すべてのお客様の最良の“仲間”であり続けられるよう、最大限の努力を続けていきます。

(<https://only.co.jp/concept/>)

### ALL YOURS

春、夏、冬とシーズンごとに服が30～50%オフになるセール。最終的には、80%オフになるケースも珍しくありませんが、これに疑問を感じたことはありませんか？　なんでそんなに下げるの？　と。元々買った服が2ヶ月後に半額になるケースなんてザラです。

長年業界に携わってわかったのですが、そもそもアパレル業界は商品の価格設定がおかしいんです。セールで値段を下げる前提で原価率を設定していますから。大抵の服の原価率は1～2割程度。セールに向けて最初の価格を設定するので、冬服を9月に買えばシーズンまるごと着れるとは言っても、最初の価格はかなり高い。これではいつまでも消費者からの信頼を獲得できないでしょう。そもそも、どうせ安くなるんでしょ、と思われる商品を出すのは誠実ではないのではないのでしょうか

（木村昌史氏インタビュー

<https://nikkan-spa.jp/1427514/>)

## 参考事例②

### ● 原価や工場を開示するオンラインSPA（米・EVERLANE（エバーレーン））

- 2010年に設立。メンズ・レディース幅広いアイテムを（売り場を持たない）オンラインストアで展開。
- エバーレーンでは消費者は自分が買う衣料品のコストについて知る権利があると考え、どの工場で作られ、製造と流通にコストがどれだけかかったかを明らかにし、その上でいくらで販売するか of 価格設定を提示している。
- 世界中にある工場と良好な関係を築くことで、適正なものづくりを保証。商品ページから製造工場の詳細を閲覧することができ、労働環境などにおいても透明性を確保している。



製造工程の開示

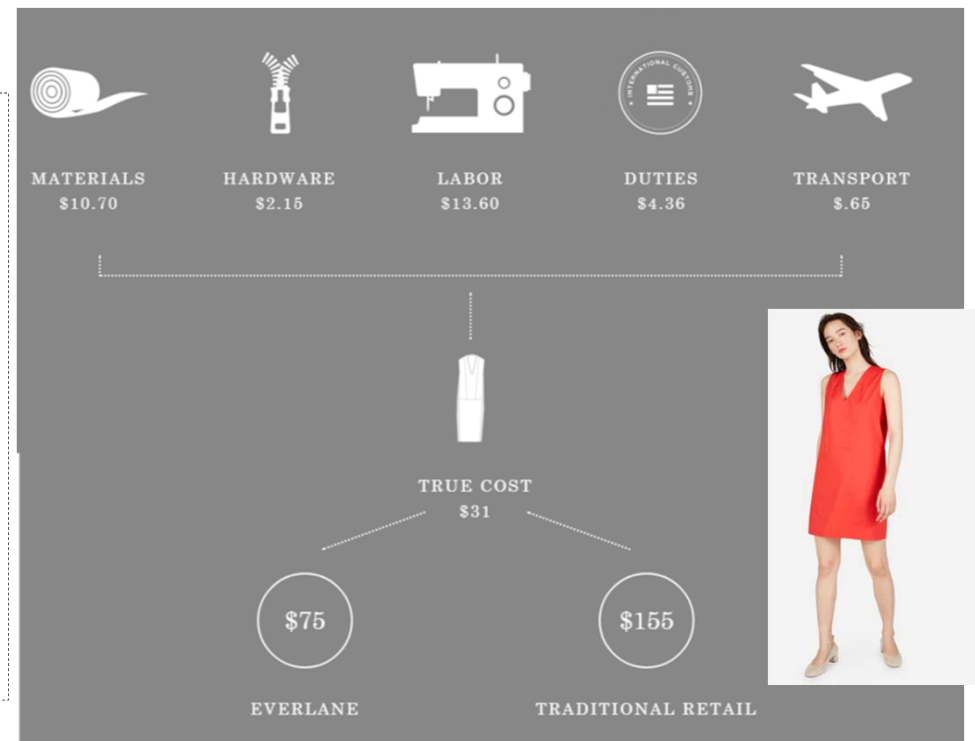


各工程でのコストが明記され商品の価格内訳を開示している。  
“伝統的なブランド”では、この2倍近い価格設定であることも併記。

#### （コスト開示の例）

素材 \$10.70  
副資材 \$2.15  
工賃 \$13.60  
関税 \$4.36  
物流費 \$.65  
= 原価 \$31

- ⇒ エバーレーンでは  
…売価 \$75
- ⇒ 伝統的なブランド  
では …売価 \$155



# 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について①

- 和装振興協議会において、「和装の持続的発展のための商慣行のあり方について」との報告書を取りまとめた。
- 和装業界は、前近代的な取引慣行や不透明な販売手法等が指摘されており、和装の持続的発展に向けた、「和装業界の商慣行に関する指針」を定めたもの。

## 報告書の概要

和装市場の規模は、昭和50年頃の約1.8兆円をピークとして、近年は3千億円を下回っており、6分の1以下まで減少。事業者数も減少の一途にあり、特に職人の高齢化等、産地の疲弊が指摘されており、このままでは全国の産地のサプライチェーンの中長期的な持続可能性も懸念される。

和装業界については、長期の手形や「歩引き」に象徴されるような前近代的な取引慣行・不透明な販売手法等が指摘されており、常識を逸脱しているとの厳しい指摘もあり、旧態依然とした商慣行の問題については、消費者の不信感や「きもの離れ」をもたらしている一因とも指摘される。

こうした中、和装の持続的発展を図るためには、サプライチェーン全体にわたる適正な取引の確保と付加価値の向上を図るとともに、自らの目先の利益にとらわれるのではなく、消費者本位の商品・サービスを提供し、消費者との継続的な信頼関係を構築することが不可欠。

本指針は、和装の持続的発展のために、下請取引の適正化や消費者保護に関する法令等を適切に遵守することはもちろん、和装業界が自主的に実施することが望ましいと考えられる商慣行上の諸原則を示すもの。広く各事業者が本指針の趣旨に積極的に賛同し、本指針の各原則について、各事業者の置かれた状況に応じて具体的に咀嚼し、研修等により周知徹底を図りつつ、適切に実践に移していくことを強く期待する。



# 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について②

## 和装業界の商慣行に関する指針 ～和装の持続的発展のために～

### 第1 事業者間取引

#### 【サプライチェーン全体での付加価値の向上】

1. 取引上優位な地位に立つ事業者が取引先事業者に不利な取引条件を押しつけるのではなく、サプライチェーン全体で（川上・川中・川下の事業者全体で）付加価値の向上を図り、適正な利益の配分及びコストやリスクの分担に取り組む。

#### 【取引対価の決定】

2. 取引対価は、取引数量、納期の長短、代金の支払方法、品質、材料費、労務費等の要素を考慮し、合理的な算定方法に基づき、受注事業者の適正な利益を含むよう、受注事業者及び発注事業者が協議して決定する。

#### 【取引の書面化】

3. 全ての取引について、契約書、発注書、請求書、納品書等により書面化する。

#### 【代金の支払】

4. 代金はできる限り現金で支払う。手形により代金を支払う場合、手形のサイトは90日以内とし、将来的には60日以内とするよう努める。
5. 手形により代金を支払う場合、その現金化にかかる割引料等のコストを受注事業者に負担させることのないよう、代金の額を取引先事業者と十分協議して決定する。

#### 【歩引き取引・延べ払いの廃止】

6. 歩引き取引は、いかなる名目であれ、不透明・非効率な慣習であり、これを廃止する。また、いわゆる「延べ払い」を廃止する。

#### 【不当なコスト負担】

7. 発注した商品について、自己都合により正当な理由なく返品や受領拒否を行い、または販売員の派遣や協賛金の支払い等の経済上の利益の提供を強いるなど、受注事業者に一方向的に不当なコストを負担させることを禁止する。

#### 【販売方式の決定】

8. 販売方式（買取販売または委託販売）については、製造事業者及び販売事業者が適切にコストやリスクを分担し、双方で付加価値の向上を図る観点から、個々の商品の特性等も踏まえつつ、双方で十分協議して最適な販売方式を決定する。その際、委託販売は、製造事業者が金融コストや売れ残りリスクを負担する一方、販売事業者はこれを負担しないものであることに特に留意するものとする。

# 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について③

## 第2 消費者との取引

### 【消費者本位の商品・サービスの提供】

9. 消費者本位の商品・サービスを提供することにより、消費者の和装に対する理解の促進、消費者からの品質・価格等に対する信頼性の向上を図り、消費者との継続的な信頼関係の構築に取り組む。

### 【消費者にふさわしい商品の販売】

10. 消費者の知識・経験、属性、ニーズ等に照らし、消費者にふさわしい種類・品質・価格の商品を販売する。消費者にとって高額と考えられる商品を販売する場合、消費者に真にふさわしい商品を販売しているか、特に留意するものとする。

### 【消費者に分かりやすい説明】

11. 消費者との間の情報や交渉力の格差（非対称性）に鑑み、商品の品質・特性、価格の合理性等、消費者が購入を判断するために重要な事項について、消費者の知識・経験、属性、ニーズ等に照らし、分かりやすく説明する。消費者にとって高額と考えられる商品を販売する場合、若年者や高齢者に販売する場合については、上記事項について消費者の十分な理解を確実に得るものとする。

### 【産地等の明瞭な表示】

12. 製品の産地・仕立地（縫製地）、組成（絹、綿、ポリエステル等）、製法（手描き染、型染、インクジェット等）、事業者の連絡先等を明瞭に表示する。

### 【価格の適切な表示】

13. 根拠のない「通常価格」等を提示した後、「値引き」等を行って購入を誘引し、または、根拠のない「問屋価格」や「特別価格」等を提示して購入を誘引するなど、商品の販売価格が実際と異なって安いという印象を消費者に与えるような表示を禁止する。
14. 同一の商品について、消費者の知識・経験や販売チャネル等の如何によって不当に差別的な（高額の）価格を提示することを禁止する。
15. 反物の価格表示に際しては、消費者のニーズ等に応じ、仕立代、小物代等を含めた、消費者にとっての最終的な負担を分かりやすく説明する。

### 【適切な販売手法】

16. セミナーやイベント等に参加を募る際、その場で商品の販売を行う意図がある場合、参加者に事前に当該意図を明確に示すものとする。
17. 消費者を長時間拘束し、または威迫するなど、強引・執拗な勧誘を禁止する。

# 和装の持続的発展のための商慣行のあり方について④

- 「和装業界の商慣行に関する指針」の趣旨に積極的に賛同する業界団体・事業者の取組を一層推進し、和装業界全体の商慣行改善を促進する観点から、本指針に賛同を表明した業界団体・事業者を、経済産業省ホームページに公表。
- 和装業界における本指針の取組状況等については、今後も和装振興協議会において、定期的にフォローアップを行う。

## 指針賛同を表明した団体・事業者名簿

H29.11.13時点

### ○協議会参加団体

一般財団法人 きもの森  
 全国染色協同組合連合会  
 一般社団法人 全日本きもの振興会  
 一般財団法人 大日本蚕糸会  
 日本織物中央卸商業組合連合会  
 一般社団法人 日本絹人織織物工業会

### ○その他団体

伊勢崎織物工業組合  
 茨城県結城郡織物協同組合  
 小千谷織物同業協同組合  
 加賀市織物協同組合  
 鹿児島県絹織物工業会  
 亀田繊維工業協同組合  
 京都織物卸商業組合  
 京友禅協同組合連合会  
 京都工芸染匠協同組合  
 京都染織整理工業協同組合  
 京都染色補正工業協同組合  
 京都染型協同組合

京都手描友禅協同組合  
 京都引染工業協同組合  
 京都紋章工芸協同組合  
 京都友禅協同組合  
 京都友禅蒸水洗工業協同組合  
 桐生織物協同組合  
 五泉織物工業協同組合  
 塩沢織物工業協同組合  
 城端織物工業協同組合  
 NPO法人 全国つくりべの会  
 小千谷つくりべの会  
 十日町つくりべの会  
 結城つくりべの会  
 桐生つくりべの会  
 東京つくりべの会  
 浜松つくりべの会  
 西陣つくりべの会  
 京友禅つくりべの会  
 加賀友禅つくりべの会  
 丹後つくりべの会

博多つくりべの会  
 久留米耕つくりべの会  
 鹿児島つくりべの会  
 奄美つくりべの会  
 沖縄つくりべの会  
 丹後織物工業組合  
 十日町織物工業協同組合  
 東京織物卸商業組合  
 東京都染色工業協同組合  
 東京都染織卸商業協同組合  
 栃尾織物工業協同組合  
 富岡シルクブランド協議会  
 名古屋織物卸商業組合  
 西陣織工業組合  
 博多織工業組合  
 八王子織物工業組合  
 浜縮緬工業協同組合  
 浜松織物卸商協同組合  
 兵庫県絹人絹織物工業組合  
 福井県織物工業組合

福島県絹人織織物構造改善工業組合  
 本場奄美大島紬協同組合  
 本場大島紬織物協同組合  
 本場結城紬卸商協同組合  
 村山織物協同組合  
 米沢織物工業組合  
 米沢織物商業協同組合  
 米沢繊維協議会

### ○事業者

牛首紬 大門屋  
 有限会社 内海呉服店 きもの千歳屋  
 株式会社 京都きもの市場 代表取締役社長 田中敬次郎  
 株式会社 黒木織物  
 株式会社 松屋 代表取締役社長 宝子山賢祐  
 株式会社 やまと (50音順)

※本名簿の詳細は経済産業省HPにて公開

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/fiber/sando\\_list.html](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/fiber/sando_list.html)