



業界レポート

繊維・衣服等卸売業

産業分類コード51

あなたの会社の **e-審査部®**
リスクモンスター株式会社

市場概要

(1) 営業種目

繊維品卸売業

衣服卸売業

身の回り品卸売業

(2) 業界規模

2兆3,386億円

上場企業数 24社

非上場企業数 19,844社

(3) 業界サマリー

繊維・衣服等卸売業とは、繊維原料・織物用の糸などや、既製の衣服を扱う業者を指し、大きく3つに分類される。

① 繊維品卸売業（衣服・身の回り品を除く）

繊維原料卸売業： 生糸、野蚕糸、綿花、化学繊維、羊毛など

糸卸売業： 綿糸、スフ糸、合成繊維糸、毛糸、絹糸、麻糸

織物卸売業： 綿・スフ織物、絹・人絹織物、毛織物、合成繊維織物、化繊布、フェルト地、ニット、生地、反物、麻織物、布団地など

② 衣服卸売業

男子服卸売業： 洋服、オーバーコート、レーヨンコート、学生服、作業服、白衣、ズボンなど

婦人・子供服卸売業： 婦人服、子供服、レーヨンコート、婦人事務服、毛皮コート、スカート、白衣、ベビー服など

下着類卸売業： 下着類、シャツ、ニットシャツ、ワイシャツ、ブラジャーなど

その他の衣服卸売業： 和服、和装用下着、半てんなど

③ 身の回り品卸売業

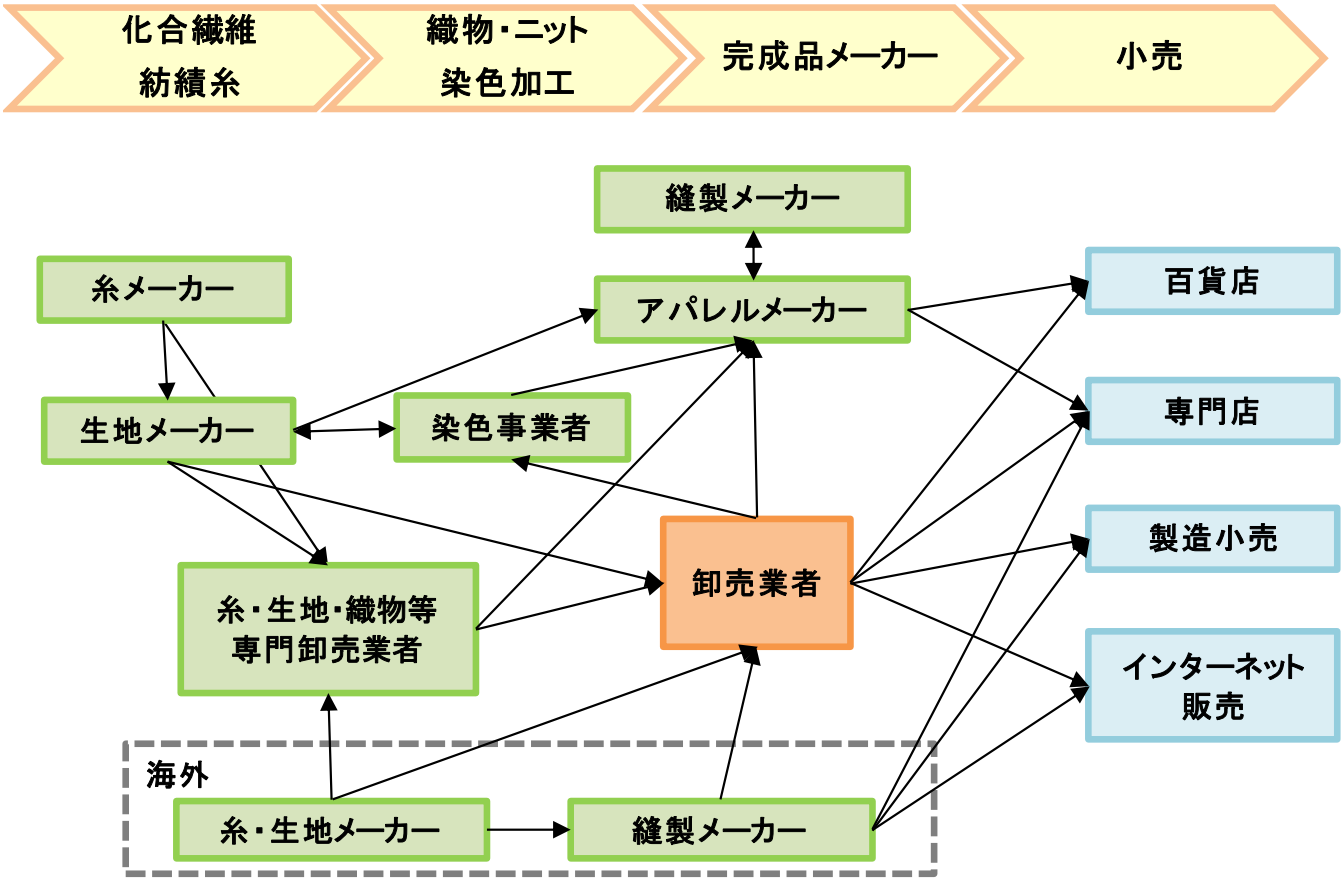
その他の身の回り品： タオル、手ぬぐい、ハンカチーフ、足袋、手袋、和傘、洋傘、装身具、洋品雑貨、帽子など

繊維・衣服産業は、原糸・原綿の生産から、紡績、織・編、染色などの加工を経た中間製品の生産、縫製による完成品の生産、小売という「川上」から「川下」まで長い分業体制が特徴で、その過程において繊維・衣服等卸売業の企業が存在する。

ビジネスモデル

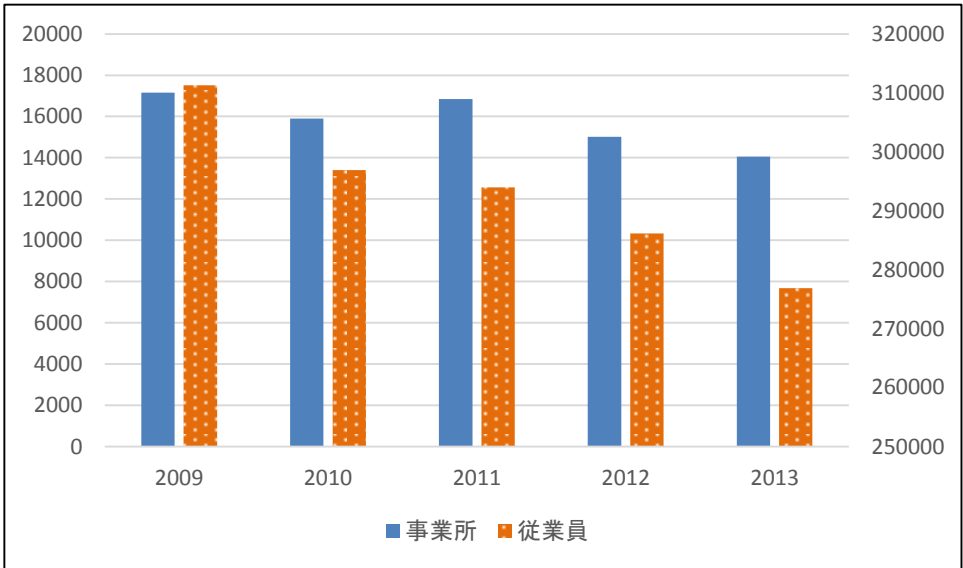
繊維業界の構図
メーカー(川上)→卸売業(川中)→小売業(川下)に分けられる。
多段階にわたるリスク分散型の分業体制が成立している業界であり、大企業から中小企業まで、極めて複雑多岐な構成になっている。分業体制の各段階で橋渡しの役割を果たしているのが卸売業者である。問屋ともいわれる業態で、一次問屋・二次問屋など複雑な流通経路を構成しているのも、この業界の特徴である。

繊維業界のサプライチェーン

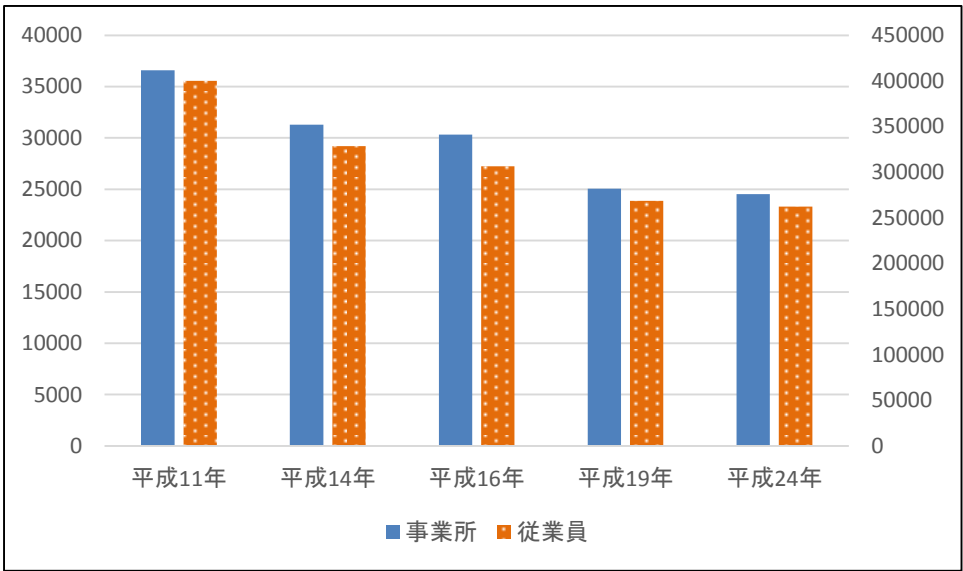


業界動向

繊維工業の事業所数、従業員数の推移（従業員4人以上の事業所）



繊維・衣服等卸売業の事業所数、従業員数の推移（従業員4人以上の事業所）



繊維・衣服等卸売業界は、内需に依存する体質である中、中国を中心として海外からの衣類の輸入量が年々増加し、国内の出荷額が減少している。また、ファーストリテイリングをはじめとした、大手SPA（製造・販売一体型企業）の台頭により、繊維メーカー及び卸売業者の淘汰が進んでいると考えられ、川上の繊維メーカー、川中の卸売業者の数は、共に長期的な下降傾向にある。

今後は、インターネットを介した無店舗販売市場の規模が拡大する一方で、百貨店・量販店の市場規模は縮小傾向に進むとみられることから、百貨店・量販店への販売に依存する企業は苦戦を強いられると想定される。

財務指標分析

業界標準値
比較業界: 繊維・衣服・身の回り品小売業

収益性について、他の卸売業と同様、仕入品を低マージンで販売するため、売上高総利益率は、繊維・衣服・身の回り品小売業(以下、繊維小売業)の42.6%に比べ、繊維・衣服等卸売業(以下、繊維卸売業)は、22.2%と半分程度の水準である。営業利益率は、繊維小売業の1.4%に対し、1.6%と同程度の水準である。繊維卸売業の場合は、一般的に販売活動のために店舗を必要とせず、販売人員も少なく、人件費などに関わる固定費が繊維小売業に比べ少ないため、販売費・一般管理費が抑えられている。売上高対販売費・一般管理費比率をみると、繊維小売業の41.2%に対し、繊維卸売業は20.7%であることから、販売に関わる固定費が繊維卸売業は少ないことがみてとれる。

自己資本比率、固定比率、借入依存度などの安全性指標から繊維卸売業は繊維小売業に比べ、安全性に優れている結果がみえる。繊維卸売業は、取引の性質上、多額の仕入によって、運転資金需要が生じることがあるものの、店舗開設などの費用が不要なため、設備投資用途としての借入が少なく、借入依存度は繊維小売業に比べ低水準となっている。

繊維卸売業で取扱う商品は、季節性があるため、商品のライフサイクルが短く、売れ残った商品が不良在庫化する恐れがある。業界平均と比べて棚卸資産の回転期間が長期である、または、急激に長期化しているなどの場合は注意が必要である。

		繊維・衣服等卸売業	繊維・衣服・身の回り品小売業
安全性	自己資本比率(%)	32.6	14.6
	流動比率(%)	173.1	138.6
	固定比率(%)	196.7	328.8
	借入依存度(%)	40.8	60.6
効資本率	総資本回転率(回)	1.42	1.06
収益性	売上高総利益率(%)	22.2	42.6
	売上高対販売費・一般管理費比率(%)	20.7	41.2
	売上高営業利益率(%)	1.6	1.4
	売上高経常利益率(%)	1.5	1.6

中小企業庁: 中小企業実態基本調査

与信管理のポイント

繊維・衣服等卸売業は、商品の種類が多岐に渡ることから、取扱商品の特徴を把握することが重要である。一般的な紳士・婦人・子供服を扱う企業の場合、例年より春季の気温が低ければ、春物の購入が遅れ、夏物受注の停滞に繋がるといった影響が生じるなど、季節要因や気候条件に需要が左右されやすい。一方で、ユニフォームを扱う企業の場合、季節や気候による影響を受けにくい反面、販売先企業の業績に影響を受けやすいなどの特徴がある。

手形での取引も一般であり、手形割引による資金調達が行われることもあるため、融通手形の発生及び融通手形グループの破綻に伴う連鎖倒産のリスクに注意する。仕入先・販売先を把握し、その信用力の確認を怠らないことが重要である。取引条件に変化があった際にも、変更理由について把握する。また、季節変動を考慮した上で、売掛金の回収や支払手形の決済時期が不自然ではないか注意する。可能であれば、例年の資金繰り表と対比して、資金の流れに大きな変化がないか確認する。

今後の動向としては、SPAの台頭に加え、インターネット販売の拡大により、メーカーと消費者間の直接取引が増加する、中抜き構造化が加速する懸念がある。業界の構造に変化が見られる中、卸売業者には、その特徴を活かし、売れ筋商品を調達する力や、売れる商品を企画提案する力が求められている。また、商品のライフサイクルが短いため、売れ筋商品を把握しても、納品が間に合わない状態も発生していることから、顧客の要望に応えるための迅速な納品及び適切な在庫管理が実現できるか否かも今後の重要なポイントとなるであろう。

参考資料

中小企業庁：中小企業実態基本調査

<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001150415>

総務省統計局 平成26年経済センサス

<http://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/bunrui.htm>

業種別審査事典(2012年版:きんざい)

経済産業省：繊維産業の現状及び今後の展開について

免責事項

リスクモンスター株式会社(以下、当社)は当コンテンツに掲載されている情報の正確性について万全を期しておりますが、当社は利用者が当コンテンツの情報をを用いて行う一切の行為について何ら責任を負うものではありません。