



業界レポート

繊維工業

産業分類コード11

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

製糸紡績、化学繊維、撚糸等製造業、織物製造業、ニット生地製造業、染色整理業、網、レース・繊維粗製品製造業、外衣、シャツ製造業、下着類製造業その他繊維製造業

## ② 業界規模

17兆9326億円

上場企業数 44社

非上場企業数 28,597社

## ③ 業界サマリー

繊維工業は、最終製品の種類によって、「衣料繊維」と「産業繊維」に大別される。「衣料繊維」の最終製品は、衣料・家庭用品等であるのに対し、「産業繊維」の最終製品は自動車部品、建材等幅広い業界で産業資材として使用されている。

また、素材によって、天然に由来する「天然繊維」と人工的に合成する「化学繊維」にも分けられる。天然繊維の多くは衣料品類に使われるが、化学繊維は最終用途に関係なく、衣料用と産業用ともに幅広く利用されている。

「天然繊維」：綿、麻、絹、ウール等

「化学繊維」：ポリエステル繊維、ナイロン繊維、炭素繊維等

日本の繊維産業は、事業所数が製造業全体の6.2%を占めているのに対して、出荷額は製造業全体の1.1%に過ぎず、全体として中小企業の割合が高い業種であるといえよう。

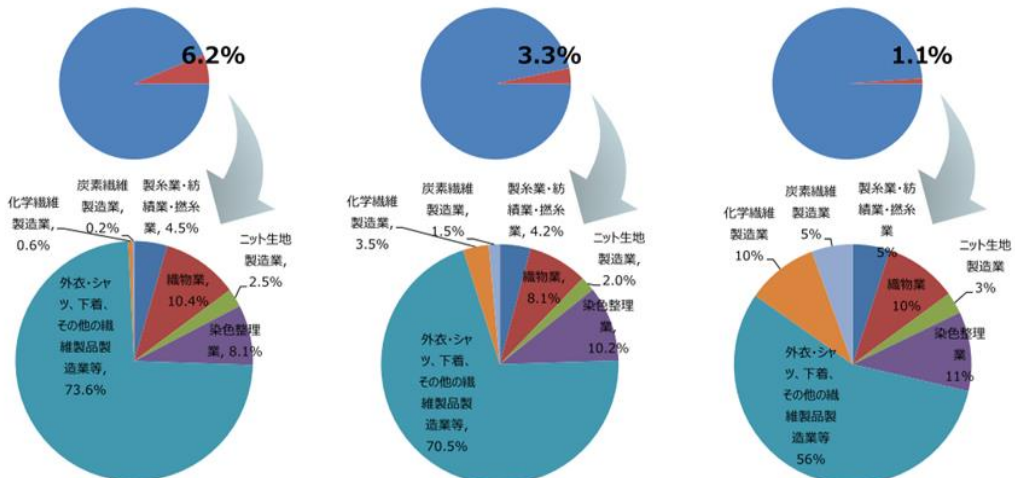
【全製造業に占める繊維産業の位置づけ】

出典：経済センサス

事業所数 1.4万 (2015年)

従業者数 24.6万人 (2015年)

出荷額 3.5兆円 (2015年)



# ビジネスモデル

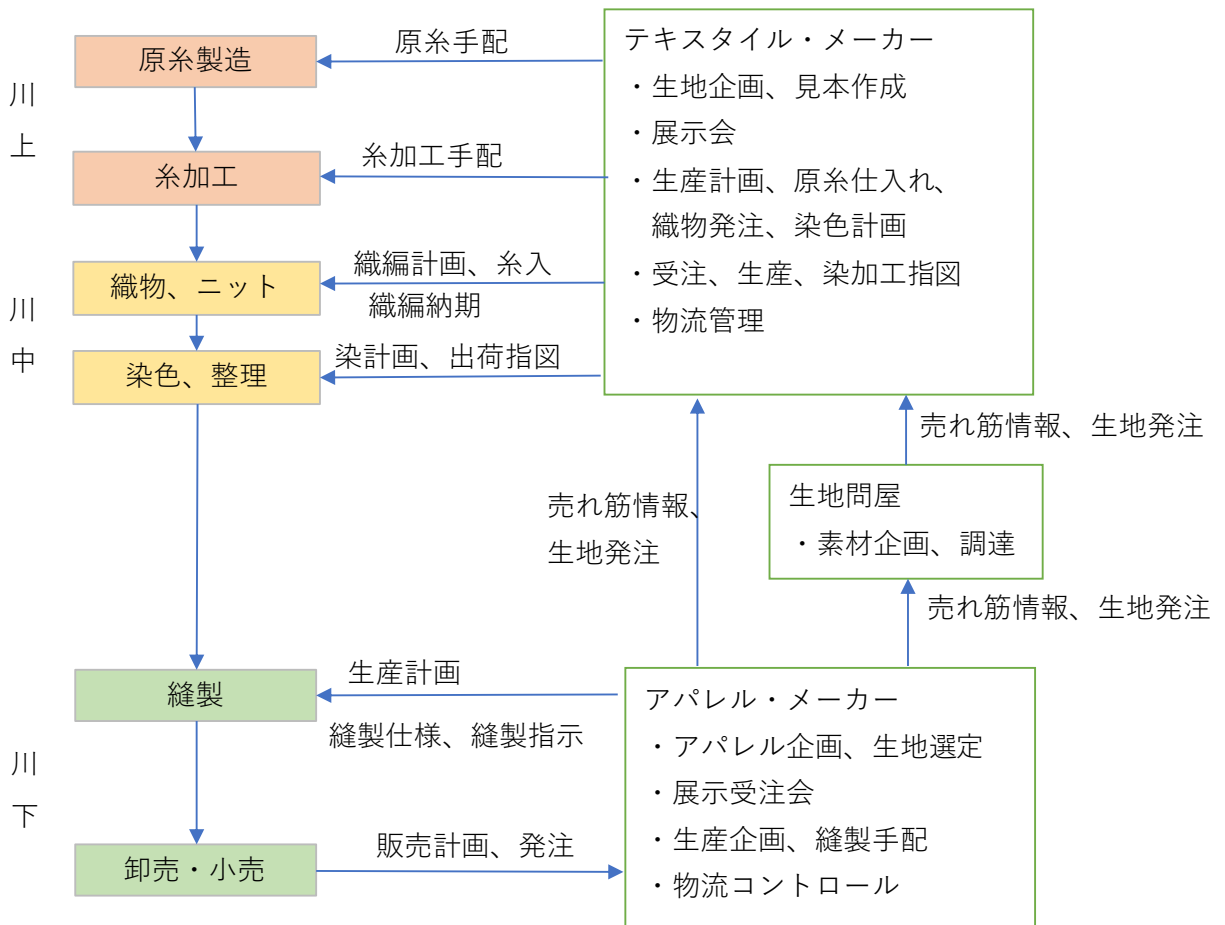
衣料繊維の流通ルートは、繊維原料を元に原糸を生産・加工する「川上部門」、糸を材料に織物・染色等、生産・加工する「川中部門」、織物を衣服などの最終製品に生産・加工する「川下部門」に分けられる。

川上部門では、合成繊維メーカーや紡績会社など、比較的規模の大きい企業が多く、生産した原糸を繊維商社などを通して、川中部門である織物・染色業者に卸している。

織物・染色業者には、中小・零細企業が多く、下請け生産が一般的である。これらの下請け企業が、特定製品の生産において工程別に協力し合うことで、特定地域内に「産地」が形成される。

代表的な産地としては、デニムの産地として有名な三備地方、綿織物の西脇、化合繊維織物の北陸地域があげられよう。

川下部門は、主に最終製品となる衣料品や産業繊維製品の製造を行っている。従来は、最終製品の製造のみを行う企業が多かったが、近年では生地仕入から製造・販売まで一貫して行う中規模以上の企業も増えてきている。



# 業界動向

近年、国内の繊維市場は衰退が顕著である。原因としては、以下の3つが挙げられる。

- (1)若年労働者の不足及び地方経済の衰退
- (2)個人消費の落ち込み及び消費嗜好の多様化
- (3)増加する輸入依存度及び低迷する輸出要因

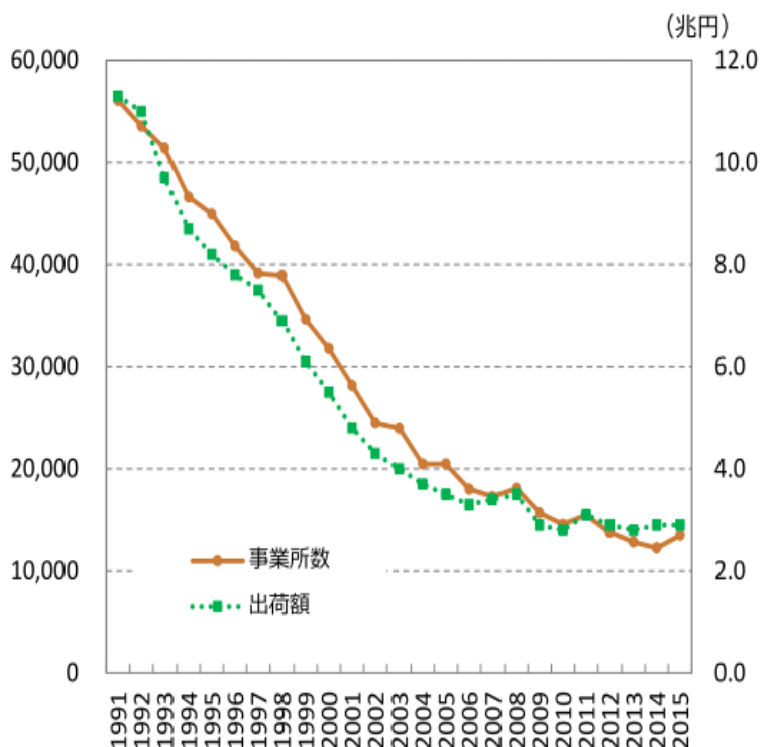
特に、衣料繊維においては中国や東南アジア企業からの大量輸入や、ファストファッションの拡大によって、衣料品価格の低下は著しく、価格競争が激化している。

一方、繊維業界内の規模としてはそれほど大きくはないものの、今後の市場拡大が期待されるのが、産業繊維である。特に自動車や航空機、建築などの産業分野において、炭素繊維など高機能繊維の需要が増加しており、多くの繊維メーカーがこうした産業繊維に注力するような動きが見られる。

現在、日本企業は、炭素繊維(航空、自動車部材等)において、世界市場の約6割のシェアを有しており、アラミド繊維(防災服、コンクリート補強材)においても、約4割のシェアを占めている。

衣料繊維においては価格競争力で海外企業に遅れを取っている日本企業であるが、産業繊維においては製品力で海外でのシェアを拡大する傾向になっている。

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」

# 財務指標分析

## (安全性分析)

繊維業界の流動比率は、製造業全体と比べて32.6ポイント高くなっている。主な製品である衣料品は、見込み生産が中心であることから、在庫が増加しやすいことが一因として考えられる。

また、他の製造業と比べて、衣料品の製造における設備投資の頻度は高くないため、固定比率は製造業全体と比較して22.9ポイント低くなっている。

## (収益性分析)

収益性の面をみてみると、営業利益率・経常利益率ともに製造業全体より低いことが分かる。国内の繊維製造業者は、安価な海外製品に押されて、値下げせざるを得なくなっており、収益性は低下傾向にある。

## (効率性分析)

棚卸資産回転期間は製造業全体と比べ、長期化傾向にある。最終製品である衣料品は、季節によって需要が大きく変動することから、過剰生産になりやすく、在庫が積みあがりやすいためであると推察される。

		繊維工業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	43.9	46.4
	流動比率(%)	182.1	149.5
	固定比率(%)	114.8	137.7
	借入金依存度(%)	33.1	38.2
	配当性向	41.7	63.8
資本効率	売掛債権回転期間(ヵ月)	2.5	2.4
	棚卸資産回転期間(ヵ月)	1.8	1.3
	設備投資効率(%)	61.4	67.1
収益性	売上高営業利益率(%)	2.5	4.3
	売上高経常利益率(%)	3.9	5.9

経済産業省 法人企業統計より

# 与信管理のポイント

繊維工業は、安価な海外製品やファストファッションの台頭によって、特に衣料品分野において、長期にわたって低迷が続いている。業界全体として利益率の低い企業が多く、売上高の減少によって、短期間で赤字が拡大してしまうケースもあることから、取引先の業績の変化については、より注意する必要がある。

また、斯業種は事業内容の幅が広く、取扱製品も多岐にわたるため、取引の際には、取引先企業の商流をきちんと把握しておき、リスクの所在を確認しておく必要がある。そのほか、各製品ごとに川上～川下までグループ企業で生産されている場合も多いため、グループ企業や関連企業を含めて、総合的に与信判断を行うようにしたい。

川上部門においては、見込み生産が中心であることから、生産計画の綿密性や、在庫の状況が資金繰りに大きく影響する。川中部門においては、中小・零細企業が多く、且つ地域内の連携が強いため、審査時には自社の取引先だけではなく、取引先の仕入・販売先についても確認しておく必要がある。川下部門においては、収益源が衣料事業に集中しているため、ブランド力の強化や品質管理が重要になる。売掛債権回転期間や棚卸回転期間など、生産性に関連した指標に着目し、取引先の事業構造の変化を素早く察知できるようにしておきたい。

繊維工業は、日本の伝統的な工業の一つである。近年では、衰退傾向にあるが、こうした状況の中でも、産業繊維など新素材の開発や生産効率化によって、業績を伸ばしていく企業もある。業界全体動向を把握しつつ、取引先の信用状態を正確に判断できるようにしておく必要がある。

## 参考資料

高橋 啓(2013)「繊維産業政策の変遷」,大原社会研究所雑誌 NO.652

「繊維産業を取り巻く市場環境動向に見るSCM高度化の重要性」,

[http://www.smrj.go.jp/keiei/dbps\\_data/\\_material/\\_common/chushou/b\\_keiei/keieiseni/pdf/021838-A-03.pdf](http://www.smrj.go.jp/keiei/dbps_data/_material/_common/chushou/b_keiei/keieiseni/pdf/021838-A-03.pdf)

「繊維産業の課題と経済産業省の取組」

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

財務省：法人企業統計局

<http://www.mof.go.jp/pri/reference/ssc/results/>

## 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。