

業界レポート

繊維工業

産業分類コード 11



リスクモンスター株式会社

繊維工業（産業分類コード11）

（1）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

総売上高 13兆1,634億円

上場企業数 36社

非上場企業数 17,690社

③ 業界サマリー

繊維工業は、用途別では衣料・家庭用品等を製造する「衣料繊維」と、自動車部品、建材等で使用される産業資材を製造する「産業繊維」に大別され、素材別では天然由来の「天然繊維」と人工的に合成する「化学繊維」に分けられる。天然繊維は主に衣料品類に利用され、化学繊維は用途に関わらず、幅広く利用されている。

【天然繊維】綿、麻、絹、ウールなど

【化学繊維】ポリエステル繊維、ナイロン繊維、炭素繊維など

製造業全体や製造業出荷額上位3業種と比べて、繊維工業における1事業所あたりの出荷額・従業者数は半数以下であり、小規模事業者が多い業種といえる。細分類業種としては「119 その他の繊維製品製造業」を除くと、「116 外衣・シャツ製造業」が製品出荷額や従業員数、事業所数の全てにおいて最も多く、斯業種の主分野となっている。

1 事業所当たりの出荷額・従業員数 ※参考として製造業の上位3業種を記載

業種	出荷額/事業所数(百万円)	従業者数/事業所数(人)
製造業計	1,708	42
繊維工業	365	23
輸送用機械器具製造業	6,186	105
食料品製造業	1,369	51
化学工業	6,201	81

(出所) 経済産業省 令和3年経済センサス「製造業全体に占める繊維工業」に基づき算出

製造品出荷額・従業者数・事業所数比較(小分類別)

小分類コード	業種名	製造品出荷額等(百万円)	従業者数(人)	事業所数(件)	代表的な上場企業
116	外衣・シャツ製造業(和式を除く)	674,592	70,888	3,728	(株)ゴールドウイン
115	網・網・レース・繊維粗製品製造業	518,212	20,798	1,064	芦森工業(株)
111	製糸業、紡績業、化学繊維・ねん糸等製造業	507,070	20,695	785	東レ(株)、帝人(株)
112	織物業	282,241	16,965	1,425	セーレン(株)
114	染色整理業	267,227	20,094	950	小松マテーレ(株)
118	和装製品・その他の衣服・繊維製身の回り品製造業	179,080	15,638	1,164	アツギ(株)
117	下着類製造業	110,808	8,110	314	グンゼ(株)
113	ニット生地製造業	73,695	4,341	338	-
119	その他の繊維製品製造業	922,331	49,725	3,158	川本産業(株)

(出所) 経済産業省 令和3年経済センサス

(2) ビジネスモデル

衣料繊維の流通ルートは、繊維原料から原糸を製造する「川上部門」、原糸から織物・染色等の製造を行う「川中部門」、織物から衣服などの最終製品を製造する「川下部門」に分けられる。

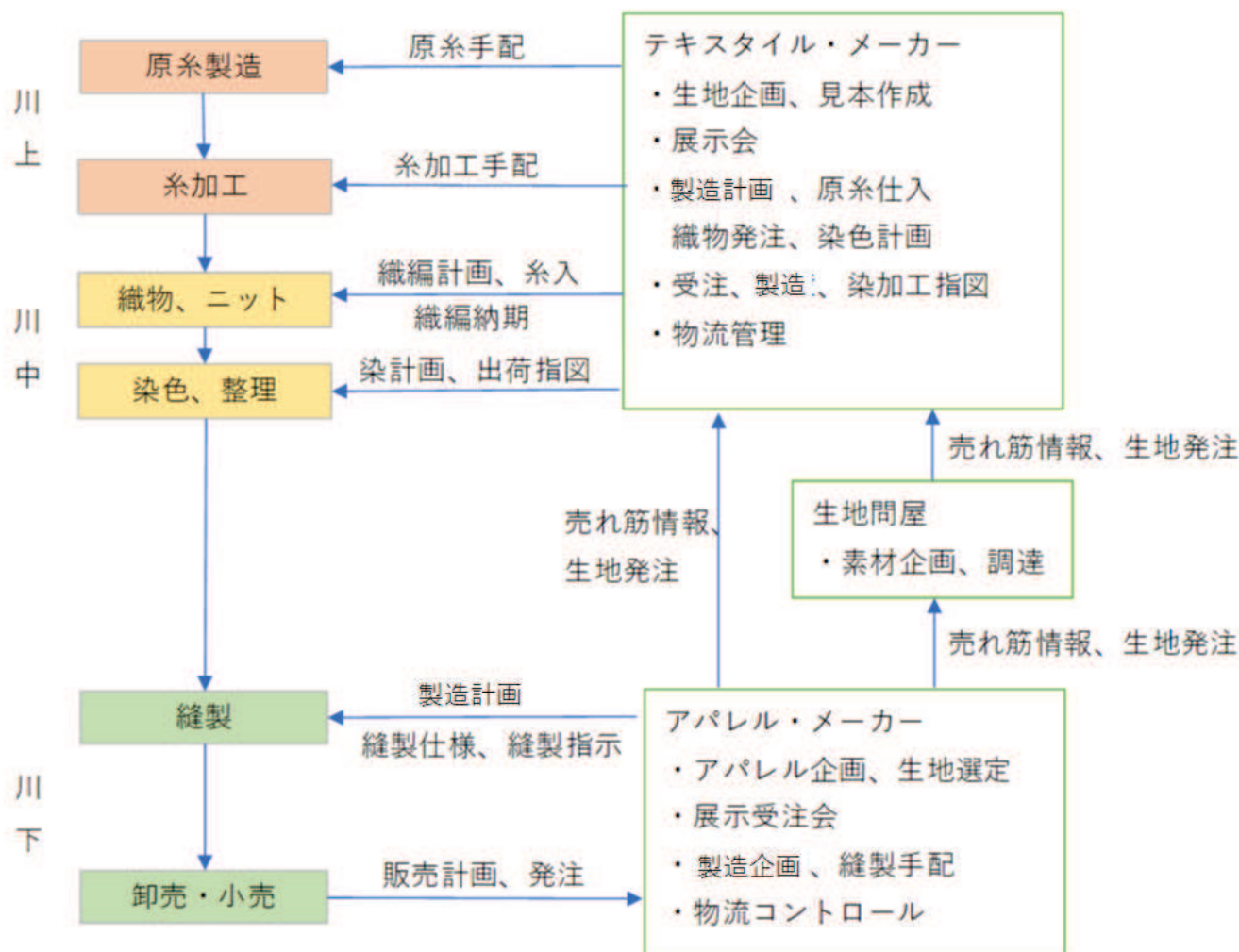
川上部門では、合成繊維メーカーや紡績会社など、比較的規模の大きい企業が多く、製造した原糸は繊維商社などを通して、川中部門である織物・染色業者に販売される。

織物・染色業者には、中小・零細企業が多く、下請製造が一般的である。これらの下請企業は、特定製品毎に一部の生産地に集中している点が特徴であり、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、綿織物の西脇市、化合繊維物の北陸地域が挙げられよう。

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く、工程ごとに製造過程が異なるため、サプライチェーンの長期化が問題視されていたが、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。

衣料繊維の商流



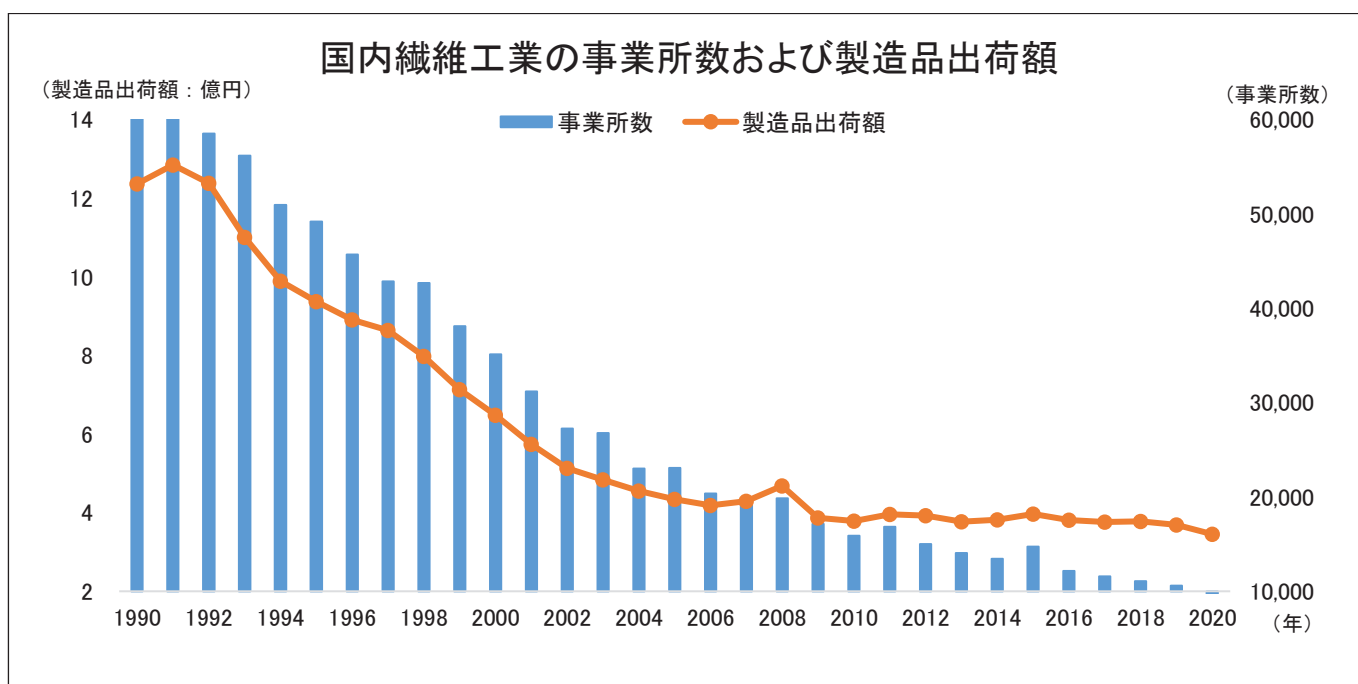
(3) 業界動向

国内繊維工業の製造品出荷額は、1991年の12.8兆円をピークに縮小基調が続き、2006年では4兆円台にまで低下した。その後は4兆円前後での推移が続いているが、近年はやや弱含みの状態にある。低コスト製造が可能な海外拠点への移転のほか、中国や東南アジアからの輸入拡大やファストファッションの台頭などが製品出荷額の減少要因と推察される。

また、2020年以降は、新型コロナウイルス感染症の拡大に伴う販売店舗の休業や営業時間の縮小などによって大きな打撃を受けたことも相俟って、1990年に62,501か所あった国内繊維工業の事業所数が2020年に初めて1万件を下回った。

他方、近年の斯業種における大きな変化として、EC販売（電子商取引）の拡大が挙げられる。経済産業省「電子商取引に関する市場調査」（令和3年度）によると2013年時点で7.5%であった衣類・服飾雑貨等のEC化率（取引額に占める電子商取引の割合）は、その後毎年1%程度の上昇を続け、2021年には21.2%まで拡大しており、今後もEC販売の拡大が見込まれる。

衣料繊維において、中国や東南アジアからの輸入拡大に伴い、国内市場が縮小する中、自動車や航空機、建築などの産業繊維では、品質や性能面の差別化を推し進めた結果、炭素繊維など高機能製品の需要が高まっている。炭素繊維（航空、自動車部材等）において、国内企業は世界市場の約6割、アラミド繊維（防災服、コンクリート補強材）においては、約4割のシェアを占めていることから、産業繊維は斯業種における有望な分野といえよう。



(出所) 経済産業省 令和3年経済センサス

(4) 財務指標分析

(安全性分析)

製造業全体と比べて繊維工業の流動比率は35.7ポイント、当座比率は16.5ポイント高くなっている。生地や衣料品は、見込み生産が中心であることから、多くの在庫を抱えている点が一因として挙げられる。

(収益性分析)

収益性において、売上高総利益率は製造業全体よりも高い水準となっているものの、売上高営業利益率および売上高経常利益率は低い水準となっている。斯業界では低迷が続く中、消費者のライフスタイルやファッションの傾向に人気製品が大きく影響されるため、大規模な広告・宣伝活動が必要となるほか、新デザインの開発費用等の一定の固定費が発生している点が一因であると推察される。

近年は、安価な海外製品の輸入拡大によって、競争力維持のために値下げを余儀なくされているほか、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により衣料品等の需要が大幅低下したことで、収益性は低水準で推移している。

(効率性分析)

効率性の面においては、製造業全体と比べて棚卸資産回転期間がやや長い点が特徴的である。斯業種の主分野である外衣は常に季節感を先取りするために、販売シーズンから前倒しで原料加工や製品製造を手掛けていることから、季節性商品の長期在庫が要因と推察される。他にも在庫過多により、総資本回転率は製造業全体よりも下回っており、資本効率が低く収益に繋げにくい業種であるといえよう。

【財務指標】

		繊維工業	製造業
安全性	自己資本比率(%)	43.0	49.4
	流動比率(%)	190.3	154.6
	当座比率(%)	114.3	97.8
	固定比率(%)	118.3	105.2
	借入依存度(%)	39.1	12.8
収益性	売上高総利益率(%)	25.8	21.6
	売上高営業利益率(%)	0.2	5.2
	売上高経常利益率(%)	4.4	8.3
効率性	売掛債権回転期間(か月)	2.5	2.4
	買掛債務回転期間(か月)	1.5	1.6
	棚卸資産回転期間(か月)	2.4	1.5
	総資本回転率(回)	0.65	0.75

(出所) 財務省「令和3年度法人企業統計調査」

(5) 与信限度額の考え方

■与信限度額の設定方法

与信限度額とは、取引において自社が許容する信用供与の最大額であり、いかなる時点でも超過してはならないものである。与信限度額は、「必要かつ安全な範囲内」で設定する必要がある。必要な限度額は、取引実態を基に算出し、安全な限度額は、自社の財務体力や取引先の信用力（格付）を基に算出する。

●与信金額（必要な限度額）

実際の取引において、必要となる与信金額。繊維工業に対して発生する与信取引としては、原材料や生産機材の販売等での「売買取引」が挙げられ、継続取引における必要な与信金額は、以下の通り算出される。

$$\text{与信金額} = \text{月間の取引金額} \times \text{回収サイト}$$

取引を行う際には、自社の取引条件が斯業界の平均水準から大きく乖離していないか、確認すべきである。買掛債務回転期間の業界標準値が「斯業界の平均的な支払サイト」を表しているため、「月間の取引金額×買掛債務回転期間の業界標準値」によって、与信金額の基準とすることができる。

$$\text{繊維工業に対する平均的な与信金額} = \text{月間の取引金額} \times 1.5 \text{ か月}$$

●基本許容金額（安全な限度額）

基本許容金額は、自社の財政がどの程度の貸倒れまで耐えうるかを予め計ることで、自社の体力を超える取引に対する牽制機能を働かせるものであり、自社の財務体力と取引先の信用力を考慮して算出する。一例として、自社の自己資本額に対して、取引先の信用力（格付）に応じた割合を安全な限度額とする方法がある。

$$\text{基本許容金額} = \text{自社の自己資本額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A格10%、B格5%、C格3%、D格0.5%、E格0.3%、F格0%）

●売込限度額（安全な限度額）

販売先において、自社との取引シェアが高くなり過ぎると、自社が取引から撤退することが困難となる恐れがある。そのため、取引先の信用力（格付）に応じて取引シェアに上限を設けるべく、取引先が抱える買掛債務額の一定割合を売込限度額として設定する方法が考えられる。

$$\text{売込限度額} = \text{買掛債務額} \times \text{信用力に応じた割合}$$

（例：A格30%、B格20%、C格15%、D格10%、E格6%、F格0%）

仮に、取引先の売上高情報しかなく、買掛債務額が不明な場合であっても、業界標準値を用いて売上高総利益率（25.8%）と買掛債務回転期間（1.5か月）から、以下のように買掛債務額を推定することができる。

$$\begin{aligned} \text{買掛債務額} &= \text{売上高} / 12[\text{月商}] \times (1 - 0.258)[\text{原価率}] \times 1.5(\text{か月})[\text{買掛債務回転期間}] \\ &= \text{売上高} \times 0.093 \end{aligned}$$

（例：売上高100億円・A格の場合：100億円×0.093[買掛債務額]×30%[信用力に応じた割合]=2.79億円）

(6) 与信管理のポイント

斯業界は、ファストファッションの台頭により、長期にわたって低迷が続いている。業界全体として低利益率の企業が多く、売上高の減少によって、短期間で赤字が拡大するケースもあるため、取引先の業績変化は注意する必要がある。また、手形使用率が高い業種であり、90日を超える手形サイトも珍しくないことから、現預金の状況についても把握しておきたい。

また、斯業界は、サプライチェーンが長く、取扱製品が多岐にわたるため、取引の際には、取引先企業の商流をきちんと把握し、リスクの所在を確認しておく必要がある。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。

川上部門は大量製造の需要が高く、川下部門に向かうほど、近年の需要構造の多様化により、多品種少量生産に迫られている。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。繊維製品装置の自動化や高度化による大量製造体制の構築についてあわせて確認すべき点である。川中部門においては、中小・零細企業が多く、特定製品を製造している下請企業の近くに密集していることから、取扱製品や受注状況について確認すべき点といえる。川下部門においては、アパレルメーカーが集中しているため、ブランド力の強化や品質管理が収益を左右する。売掛債権回転期間や棚卸資産回転期間など、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。

繊維工業における倒産件数は、新型コロナウイルス蔓延前（2019年）の115件から2022年では247件に増加しており、注意が必要な業種である。斯業界の特徴として、高価格な冬物製品を仕入れた支払いが本格化する3月以降に倒産件数が増加する傾向にあるため、3月以降の資金繰りについては特に確認すべき点である。

繊維工業は、日本の伝統的な工業であるが、一方で歩引き取引（手形の代わりに現金あるいは期日前に支払うことによって、支払額を減額する取引）や、契約書の書面化がされていないケースがあるなど、古い慣習が続いている業界でもある。上述した通り、近年の衣料品分野は低迷しているが、産業繊維など有望な分野もあるため、取引先の経営方針等を把握した上で、今後の動向を読み取る姿勢が重要となる。

【参考資料】

財務省：「令和3年度法人企業統計調査」

経済産業省：「令和3年 経済センサス」、「令和3年 繊維産業の課題と経済産業省の取組」

業種別審査事典（一般社団法人金融財政事情研究会）