

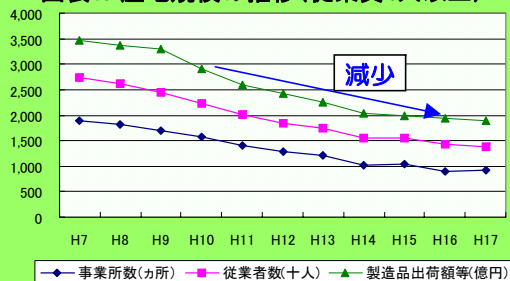
石川県繊維産業戦略(繊維ルネッサンス構想)の概要①

I. 石川産地の現状と課題

1. 産地の現状

●「失われた10年」以降、グローバル化の進展、大手原系メーカー系列の崩壊等により、**量産型委託加工産地としての機能は、大きく低下した。**

図表1. 産地規模の推移(従業員4人以上)

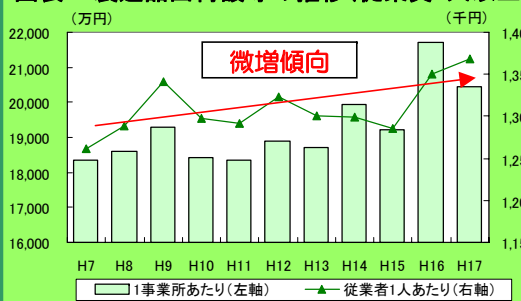


●これまで国・県は繊維産業に対して特別対策を講じてきた結果、産地全体においても自立化への気運は高まりをみせ、最近では委託加工であっても、**発注先に対して積極的に企画・提案を行うなどの取り組みもみられる。**

●一方、産地の一部には、依然として委託加工に依存した大量生産時代からの意識面・設備面における転換が十分に進んでいない企業も見られ、**企業間で二極化が進んでいる状況も見られる。**

●このような中、独自技術の高度化や新商品の開発、販路開拓等に積極的に取り組み、国際競争力を有する企業の業績は好調に推移し、**1事業所当たり及び従業者1人当たりの製造品出荷額等については、微増傾向にある。**

図表2. 製造品出荷額等の推移(従業員4人以上)



●県内繊維産業全体としては規模の縮小が見られるものの、引き続き事業を継続している企業の中には、**果敢なる自立化への取り組みにより、むしろ10年前より事業が拡大している企業もある。**

2. 繊維産業を巡る環境の変化

<国内市場>

●衣料分野が縮小傾向にある反面、産業用資材を始めとした**非衣料分野の拡大が進んでいる。**

<海外市場>

●中国やインドを始めとした新たな市場が拡大するとともに、中東、欧州などの市場では**トレンドの変化が進んでいる。**

<流通構造>

●国内における中間流通構造の中抜きや小売りの業態変化など、流通構造を巡る環境についても大きく変化しており、ビジネスの在り方も大きく変わろうとしている。

3. 今後の市場動向

<衣料分野>

●韓国・台湾の技術力の向上を受け、北陸産地(合織)の市場はより高級ゾーンへシフト。

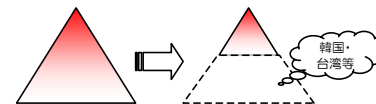
<非衣料分野>

●身の周りの生活用品から、自動車、機械、医療などの一般産業用まで幅広い分野で更なる需要が拡大。

<環境に対する取り組み>

●環境に配慮した製品の開発や、製造課程における環境負荷の軽減など、環境への配慮は今後一段と重要。

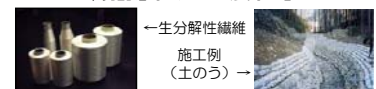
「日本は『小ロット高級ゾーン』での生き残りへ」



「更なる需要の拡大」



「環境配慮なくして成長なし」



4. 産地の課題

①「製品先にありき」のモノづくりからの脱却

●委託加工により発展してきた歴史や、近年の中間流通構造の中抜きを背景として、消費者動向の把握が困難になっている。
→「売れる商品」を作るため、消費者のニーズ・トレンドを的確に把握することが必要。

②非衣料分野への用途展開

●衣料分野が縮小する中、繊維産業の維持・発展のためには、非衣料分野の用途開発が必要不可欠。
→非衣料への取り組みが遅れている石川産地にとって、他産業との連携による用途開発が必要。

③人材の確保

●斜陽産業イメージが定着している業界にとって、人材の確保は他産業よりも困難な状況をきたしている。
→産地が今後成長していく上で、繊維産業を担う優秀な人材を確保・育成していくことは必要不可欠。

成長企業にみるキーワード

●一部の企業は、業界の厳しい状況乗り越えて、産地でしっかりと存在感を発揮している。これらの「元気のある企業」の成長要因は、以下の3つ。

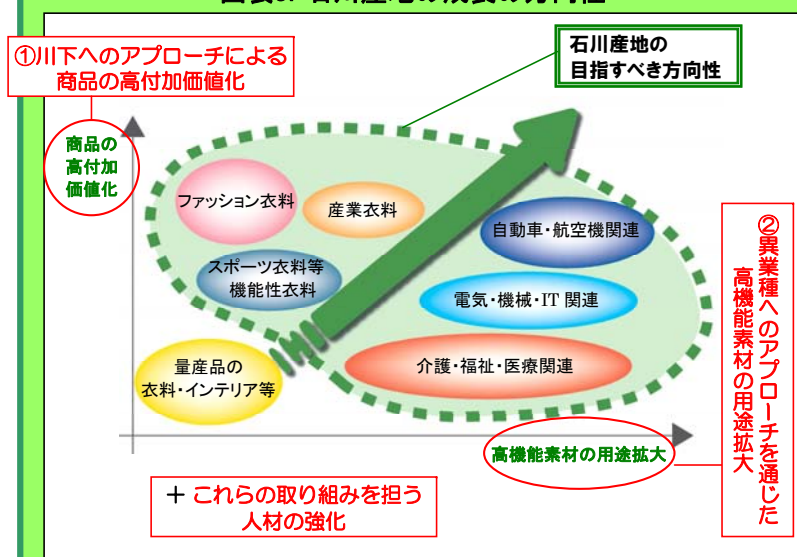
- 「量」から「質」へ**
◇商品の差別化による高付加価値品の開発を推進し、安定した受注を確保している。
- 「衣料」に加え「非衣料」も**
◇衣料分野で培った自社技術の「強み」を非衣料向けの製品に活かすことで、新たな市場を開拓している。
- 「下請型」企業から「企画提案型」企業への転換**
◇自らの得意技術を武器に、また市場の動向を的確に捉え、絶えず企画・提案を重ねている。

II. 石川産地の成長と方向性

●成長企業は、3つの課題に果敢に取り組み、更なる発展に向けて絶えず挑戦し続けてきた企業。
→これを踏まえ、以下の取り組みに対して業界が一体となって推進することが求められる。

- ①消費者ニーズを的確に捉えたモノづくり
- ②非衣料分野をターゲットとしたモノづくり
- ③これからの産地を支える人材の確保

図表3. 石川産地の成長の方向性



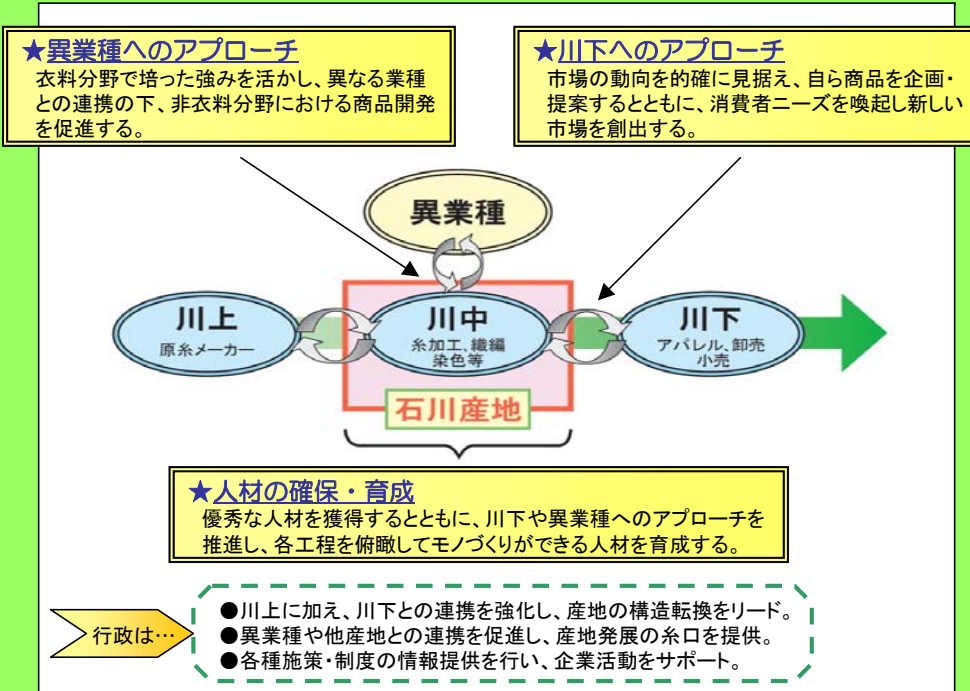
石川県繊維産業戦略(繊維ルネッサンス構想)の概要②

Ⅲ. 今後取り組むべき具体的な施策

～「底上げ型」から「やる気のある企業応援型」への転換～

- 石川産地の成長の方向性を見定め、積極果敢にチャレンジし産地をリードしていこうという「やる気のある企業」に対し、**商品開発面、販路開拓面、人材育成面**での集中支援を実施。
- 国の繊維特別対策の終了を一つの契機として、今後は各種の**業種横断的施策の活用**を積極的に推進。

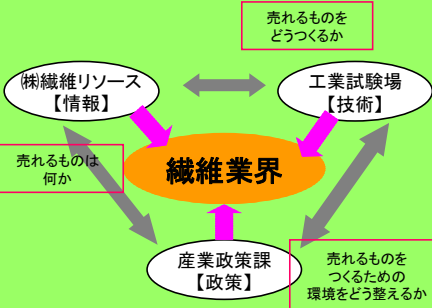
図表4. 産地の更なる成長のために取るべき方策



(参考) その他の施策・制度

- 経営基盤 ●経営革新、制度融資等の活用
- 取引是正 ●「取引ガイドライン」の周知徹底
- 各種情報の提供 ●国、県、市町村等の業種横断的施策について、メールマガジン等を活用して積極的に情報提供。
●(株)繊維リソースいしかわ、工試等の実施事業やスタッフ(外部人材等)の更なる「見える化」を推進。
●「元気な企業」のベストプラクティスの発信 など

(参考) 関係支援機関の体制図



1. 商品開発面

【衣料分野】

- ①差別化テキスタイル開発の支援(差別化テキスタイル開発倶楽部)
- ②アパレル業界との協働による商品開発の支援 ★川下

産地の繊維企業と首都圏のアパレル企業の協働による商品開発を推進することで、アパレル企業に対して産地の優れた加工技術をPRするとともに、直接的な販路開拓を推進する。
(「首都圏アパレル連携商品開発支援事業」)

【非衣料分野】

- ③非衣料分野へのアプローチを支援(産業資材プロジェクト) ★異業種
- ④非衣料分野の商品開発を支援 ★異業種

産地の繊維企業と異業種との連携による非衣料分野における新商品開発を支援する。
(「産業資材等新商品開発事業費補助金」)

【衣料・非衣料分野】

- ⑤国の中小企業地域資源活用プログラムの活用支援
- ⑥地域資源を活用した新たなビジネス創出のための県独自制度の創設
- ⑦「予防型社会創出産業創出協議会(仮称)」の設置 ★異業種
- ⑧石川県工業試験場による技術支援

2. 販路開拓面

【衣料分野】

- ①展示商談会への出展を通じた販路開拓を支援(JC、IFFへの出展) ★川下

【非衣料分野】

- ②非衣料分野におけるマッチングを支援(伊藤忠との協定) ★川下

【衣料・非衣料分野】

- ③国の中小企業地域資源活用プログラムの活用支援
- ④地域資源を活用した新たなビジネス創出のための県独自制度の創設
- ⑤海外展開の支援(「海外マーケット開拓事業費補助金」など)

3. 人材育成面 ★人材

【衣料分野】

- ①「いしかわ繊維大学」の開催

【非衣料分野】

- ②「産業資材用テキスタイル製造中核人材育成講座」の開催 ★異業種

【衣料・非衣料分野】

- ③「産業人材サポートデスク」の設置
- ④石川県工業試験場の研究員派遣制度
- ⑤「石川県経営天書塾」による次世代経営者の育成
- ⑥理工系大学等からの新卒学生の確保
- ⑦ジョブカフェにおける座談会の開催
- ⑧中学生等に対する理系人材の確保のための早期啓発