

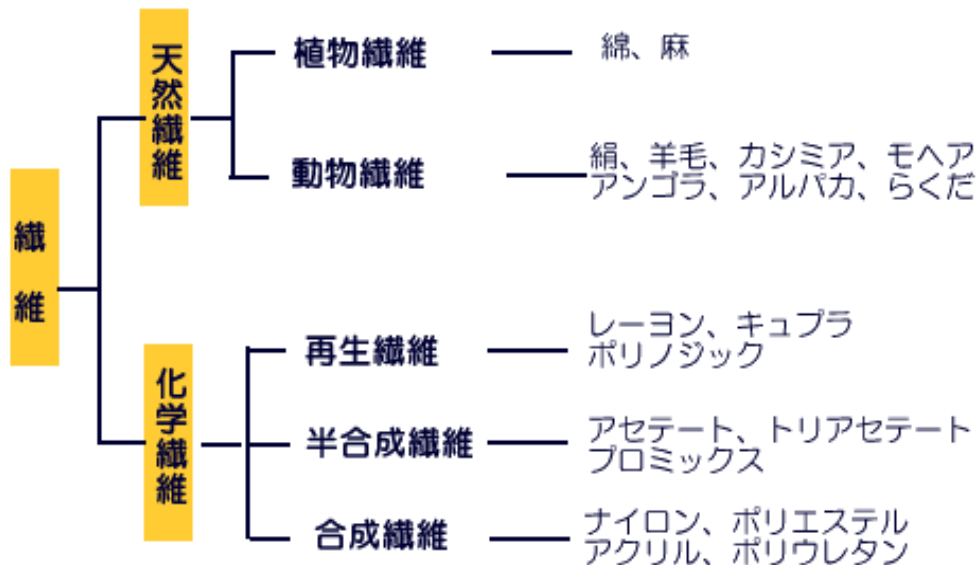
3-8 繊維工業の財務

執筆担当：永森功一

1. 繊維工業の基本情報

(1) 繊維とは

衣料品は糸を織ったり、編んだりしてつくられる布地を一般的には縫い合わせて、あるいは糸から直接編み立てて作られますが、その糸を構成している素材が繊維と言われるものです。一般に、細さは1mmの1/100から1/10程度で非常に細いため、曲がりやすくしなやかな素材です。また繊維は、植物や動物などの天然素材から得られる『天然繊維』と、人工的に発明され実用化出来る素材に形作られた『化学繊維』に大別されます。(東京都クリーニング生活衛生同業組合ホームページより)



『天然繊維』としては、植物の茎や葉から繊維を取り出した「綿」「麻」などの「植物繊維」と羊の体表面の毛を切り取った「羊毛」や蚕が繭を形成するときに吐き出す「絹」などの「動物繊維」があります。

『化学繊維』は、約 130 年前にフランスで、天然のセルロースからはじめて人造繊維が作られ、レーヨンとも再生繊維とも呼ばれています。それから約 50 年後に、原料となるポリマー（高分子）を科学的に作り出し（合成）、ナイロンやポリエステル、アクリルなどの合成繊維が作られてきました。

繊維の中でも特に化学繊維は、衣料用以外にも、カーテン、カーペット、椅子張りなどのインテリア、寝具やオムツなどの生活・衛生資材、自動車、航空機、医療・ヘルスケアなどの産業・工業資材としても、多くの重要な用途があります。

(出典：「繊維の種類と加工が一番わかる」日本繊維技術士センター編 技術評論社)

(2) 繊維産業の特徴と産業分類

繊維産業は川上から川下までサプライチェーンが長く、段階ごとに業界構造が異なるという特徴があります。

各段階の特徴は、右記の通りです。

産業分類については、川上の繊維産業は、日本標準産業分類のF11「繊維工業」です。川下のアパレル産業については、その中の51「繊維・衣服等卸売業」全般と57「織物・衣服・身の回り品小売業」のうちの衣服などのアパレル製品の卸売、販売に関わる部分を加えた範囲となります。

○川上【合成繊維製造、紡績業】

大企業中心

(東レ、帝人、三菱レーヨン、東洋紡等)

○川中【染色加工業、織物業】

中小企業中心、日本各地で「産地」を形成
(北陸、尾州、泉州、今治、播州、丹後等)

○川下【縫製業、ニット製品製造業、アパレル】

中小企業中心、アパレルではオンワード樫山、ワールド等の大企業も存在

○その他【商社(OEM生産品の輸入)、SPA】

大企業中心

(伊藤忠、三菱商事、ユニクロ等)

2. 繊維業界の現況

(1) 業界規模

平成21年の繊維業界の業界規模(主要対象企業47社の売上高計)は1兆9,656億円となっています。

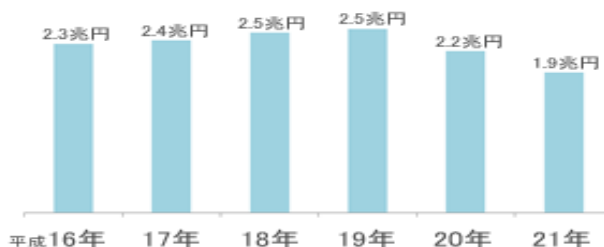
また、経済産業省HP内で閲覧することのできる工業統計調査「平成21年確報 産業編」によると、「繊維工業」(従業者4人以上の事業者に関する統計表)の製造品出荷額は2009年度で約3兆8,681億9,000万円です。また、従業者数は約31万1,264人、事業所数は17,151となっております。

(2) 繊維業界の売上高の推移

繊維業界の過去の推移を見ますと、平成16年から19年までは横ばい傾向にありましたが、平成19年から21年までは減少に転じています。

国内の繊維業界は、中国からの安価での大量輸入、衣料品の伸び悩みなどを背景に、縮小基調にあります。特に平成19年以降は衣料用、産業用繊維ともに大幅な減少を記録し業績不振が続いています。

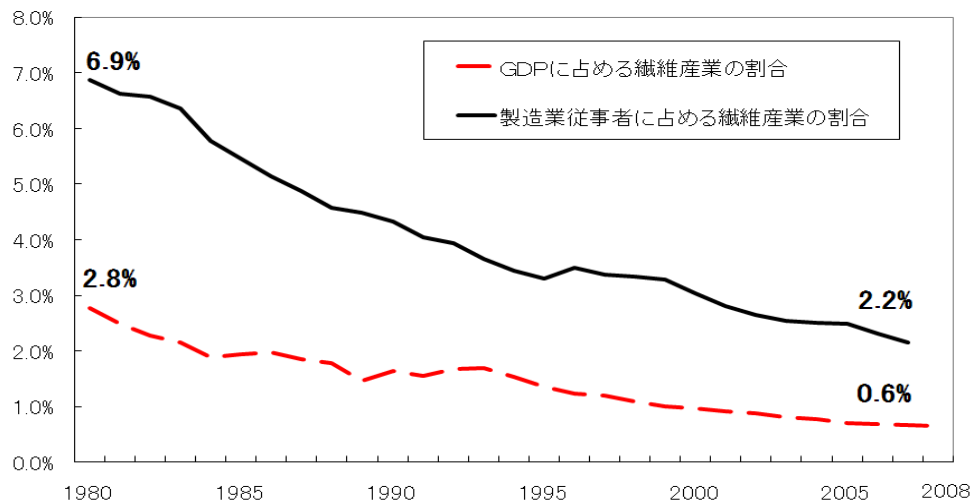
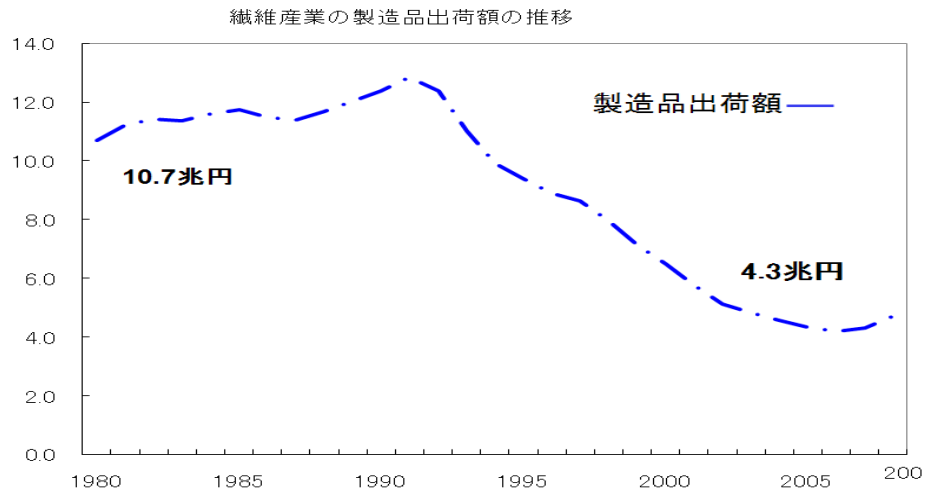
主要繊維メーカー47社中43社が売上高前年割れを記録し、18社が最終赤字を計上しました。



(3) 繊維工業を取り巻く環境

繊維産業については、需要の落ち込みや生産拠点の海外移転に伴う国内産業空洞化等により減産傾向が続いています。そこで炭素繊維などの高機能繊維の生産にシフトするとともに、樹脂や光学フィルムなど従来の繊維事業から、繊維事業でのノウハウを生かせる電子関連分野などの非繊維事業へとコア事業をシフトしてきております。

日本の繊維産業の製造品出荷額はピーク時（1991年）の3分の1程度まで縮小しています。国内総生産・就業者数とも経済全体に占める割合は低下の一途をたどっています。



(注) 国民経済計算確報(内閣府) なお繊維産業従事者については2007年度まで。

3. 事例企業の概要

今回取り上げた事例企業は、川下のアパレルメーカーであるグンゼ(株)、川上の紡績業である、倉敷紡績(株)、オーミケンシ(株)を取り上げます。

3社とも、非繊維事業へとコア事業をシフトしてきている企業が増えている中で、繊維事業のウエイトが比較的高い企業であり、主力の繊維事業の他、電子部品や工作機械、不動産賃貸業など、多角的に事業展開をしております。

また、3社とも共通して、収益力、コスト競争力の強化や新製品開発や新規事業の創出を課題としております。研究開発費は、グンゼが3,247百万円と最も多く、新製品開発に注力していることが推察されます。

3社の概要は、下表の通りです。

	グンゼ(株)	倉敷紡績(株)	オーミケンシ(株)
所在地	大阪市 京都府綾部市(登記上)	大阪市 岡山県倉敷市(登記上)	大阪府中央区
業績	売上高 1,366億円 経常利益 9.8億円	売上高 1,590億円 経常利益 41億円	売上高 164億円 経常利益 68百万円
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・インナーウェア、レックウエア、ハウスカジュアルウェア、繊維資材 ・プラスチックフィルム、エンジニアリングプラスチック、電子部品、メカトロニクス ・メディカル、スポーツクラブ、緑化、商業デベロッパー、温浴、エステイト開発、エンジニアリング 	<ul style="list-style-type: none"> ・繊維製品、不織布、補強ネット、綿、合繊維物、化成品 ・不動産の賃貸およびホテル、自動車教習所、駐車場等の経営 ・工作機械、産業機械 ・色彩、生産管理、CAD等に関する情報、検査・計測システム ・環境、リサイクル関連の各種プラント、設備および機器 ・バイオ関連製品、真空凍結乾燥食品 	<ul style="list-style-type: none"> ・繊維製品(レーヨン綿、紡績糸、編織物等) ・不動産の賃貸、販売及び住宅の建築、販売 ・園芸事業 ・電子機器等の仕入れ及びソフトウェアの開発、販売
設立	明治29年8月	明治21年3月	大正6年8月
従業員数	連結 8963人	連結 5036人	連結 899人
主要取引先	繊維、アパレル関係商社 GMS 電子部品業界	繊維、アパレル関係商社 大手SPA 化成品業界 自動車整備業	アパレル関係商社 専門店 化成品業界
研究開発費	3,247百万円	1,567百万円	126百万円
課題	<ul style="list-style-type: none"> ・顧客メリットを明確にした特長商品・サービスの開発 ・グローバル販売の積極展開による収益力の強化 ・コスト競争力の強化と経営資源の有効活用 ・グンゼブランド価値の向上 	<ul style="list-style-type: none"> ・既存事業の収益構造の再構築 海外市場や新市場の開拓および深耕 ・コスト競争力の強化 ・新商品の開発、新規事業の創出 	<ul style="list-style-type: none"> ・安定した収益体制の確立 ・新素材、新製品の開発 ・早期の復配

4. 繊維工業の収益構造の特徴

事例企業3社の業績は、下記の通りです。

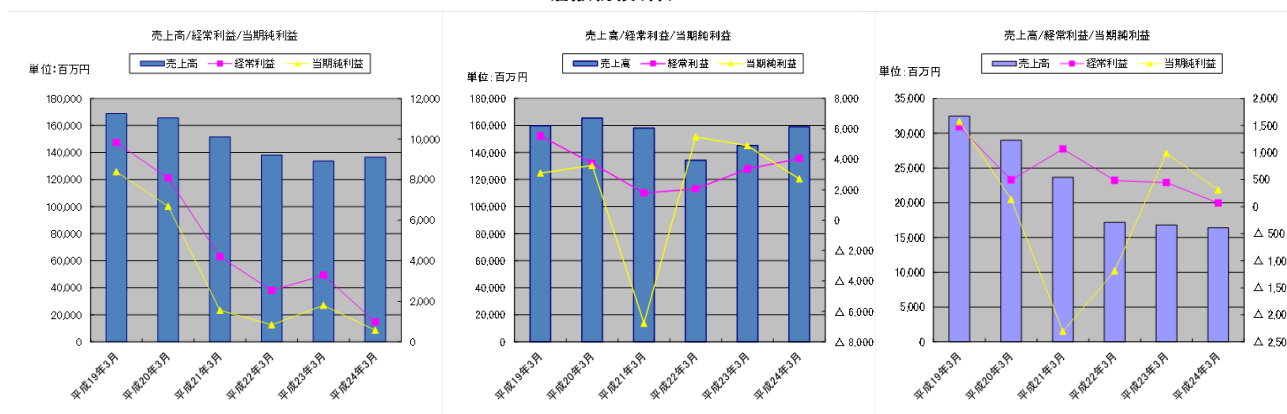
(単位：百万円)

	ゲンゼ(株)			倉敷紡績(株)			オーミケンシ(株)		
	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3
売上高	138,116	133,705	136,621	134,262	145,177	159,081	17,163	16,810	16,395
売上原価	101,102	97,295	102,717	113,015	121,520	134,550	13,231	13,177	13,518
売上総利益	37,014	36,410	33,904	21,247	23,657	24,531	3,932	3,633	2,877
売上総利益率	26.8%	27.2%	24.8%	15.8%	16.3%	15.4%	22.9%	21.6%	17.5%
販管費	35,051	33,324	32,880	19,382	20,236	20,542	3,016	2,738	2,526
営業利益	1,963	3,086	1,024	1,865	3,421	3,989	916	895	351
営業利益率	1.4%	2.3%	0.7%	1.4%	2.4%	2.5%	5.3%	5.3%	2.1%
経常利益	2,534	3,285	975	2,058	3,358	4,051	483	446	67
経常利益率	1.8%	2.5%	0.7%	1.5%	2.3%	2.5%	2.8%	2.7%	0.4%
当期純利益	841	1,796	571	5,471	4,897	2,716	△ 1,188	986	311
当期純利益率	0.6%	1.3%	0.4%	4.1%	3.4%	1.7%	△ 6.9%	5.9%	1.9%

ゲンゼ(株)

倉敷紡績(株)

オーミケンシ(株)



3社の中では、ゲンゼが最も売上総利益率が高く、逆に営業利益率は最も低くなっています。これは、ゲンゼは川下のアパレルメーカーであり、完成品である衣料品を生産、販売する割合が川上の紡績業である他の2社と比べると高いことが要因です。また、他の2社は原材料費率が高いため売上原価率がゲンゼよりも高く、販管費率はゲンゼよりも低いことが要因としてあげられます。

次に3社の利益の推移について見ますと、ゲンゼは、平成19年3月期から売上、利益とも減少傾向にあり、消費者の買い控えや節約志向、消費の低迷により、厳しい経営環境にあることが分かります。平成23年3月期に利益率は改善しましたが、24年3月期には売上は微増したものの、糸などの原材料価格高騰や資源価格等の高止まりにより、再び利益率は悪化しております。

倉敷紡績は、20年3月期から売上高は減少傾向にありましたが、22年3月期には不採算事業の縮小など事業構造改善効果により利益率は改善され、固定資産売却益等を計上したことなどにより、当期純利益は大幅に増加しました。その後も、海外での受注の増加や、非繊維部門の主要販売先である自動車業界や半導体業界の業績が回復したことにより、売上、経常利益とも順調に推移しております。

オーミケンシは、平成19年3月期には324億円あった売上高が、24年3月期には164

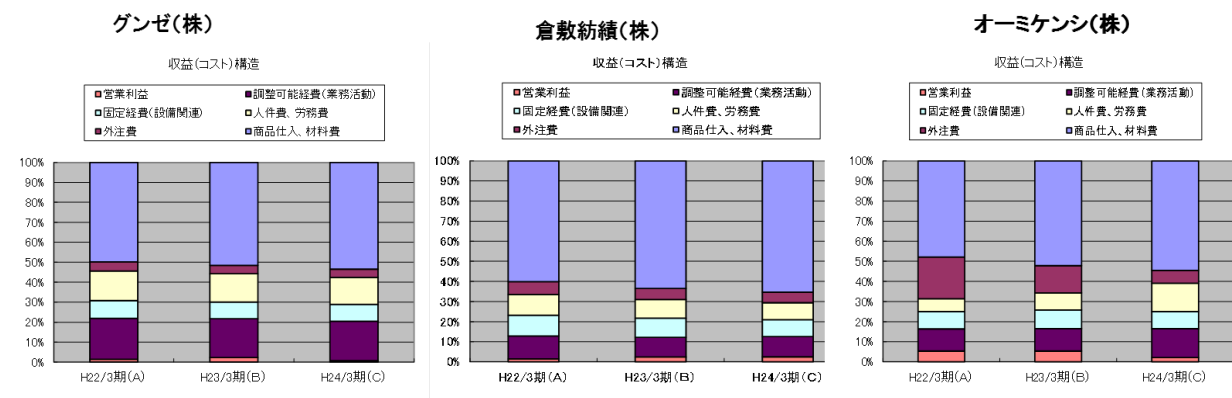
億円まで落ち込んでいます。平成 21 年 3 月期には個人消費の低迷等により婦人服部門の売上が大きく落ち込み、翌期には婦人服卸売業、プリント基盤製造業からの撤退等により、売上、経常利益は大きく減少しました。23 年 3 月期は、連結子会社を吸収合併し、固定資産売却益等を計上した結果、当期純利益は黒字化しました。平成 24 年 3 月期は、原綿価格の高騰によるコストアップや綿糸の販売価格の下落等により、売上・利益とも厳しい状況で推移しております。

次に各社の収益構造と 1 人当たりの売上高、労働生産性を見てみます。

(金額単位：百万円)

	ゲンゼ(株)			倉敷紡績(株)			オーミケンシ(株)		
	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3
	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額	金額
売上高	138,116	133,705	136,621	134,262	145,177	159,081	17,163	16,810	16,395
商品仕入・材料費	68,791	68,921	73,005	80,741	92,194	103,987	8,223	8,773	8,937
外注費	6,380	5,656	5,629	8,560	8,030	8,321	3,548	2,277	1,052
人件費、労務費	20,380	18,932	18,488	13,805	13,419	13,554	1,095	1,426	2,303
固定経費(設備関連)	12,341	11,120	11,562	13,919	13,833	13,336	1,492	1,546	1,410
調整可能経費(業務活動)	28,261	25,990	26,913	15,371	14,280	15,894	1,889	1,893	2,342
営業利益	1,963	3,086	1,024	1,866	3,421	3,989	916	895	351
一人当たり売上高(千円)	15,494	14,874	15,243	25,467	28,064	31,589	22,174	20,986	20,965
労働分配率(%)	35.4	34.9	35.2	33.1	32.1	30.8	20.3	24.8	36.0
付加価値生産性(千円)	6,672	6,209	6,047	8,034	8,208	8,843	6,966	7,191	8,192

下記グラフは、収益(コスト)構造を示しています。

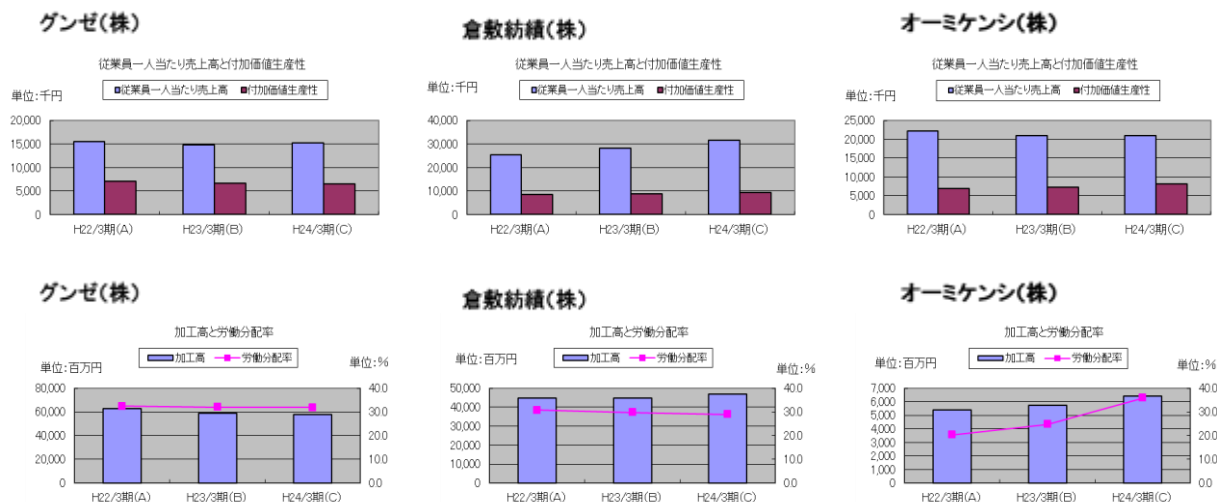


3社の売上高に占める商品仕入、材料費の割合を見ますと、倉敷紡績が60%と最も高く、他の2社は50%前後で推移しています。これは紡績業である同社は原料である繊維素材を仕入れて加工、製造していることが要因として考えられます。反対にアパレルメーカーであるゲンゼは、紡績業や染色加工業によって製造された生地を仕入れ、縫製して完成品を生産する川下の企業であるため、倉敷紡績と比較すると材料費の割合は低くなっております。また、ゲンゼは商品の拡販や不採算店舗からの撤退、商業施設の新設等により、人件費や業務活動費の割合が高いという事業構造上の違いが見てとれます。

3社とも平成 24 年 3 月期には原材料価格高騰という外的な要因により、材料費の割合が

増加しております。オーミケンシについては、プリント基盤事業からの撤退や婦人服部門の縮小などにより平成23年3月期には外注費の割合が減少しております。

次に生産性の視点から、一人当たり売上高、付加価値生産性、労働分配率を検討します。



グンゼは一人当たり売上高が15百万円前後、付加価値生産性は約6百万と、他の2社に比べて生産性はやや低い傾向にあります。

倉敷紡績は一人当たり売上高と付加価値生産性が増加傾向にあり、不採算事業の縮小など事業構造改善の効果が現れていることが推察されます。

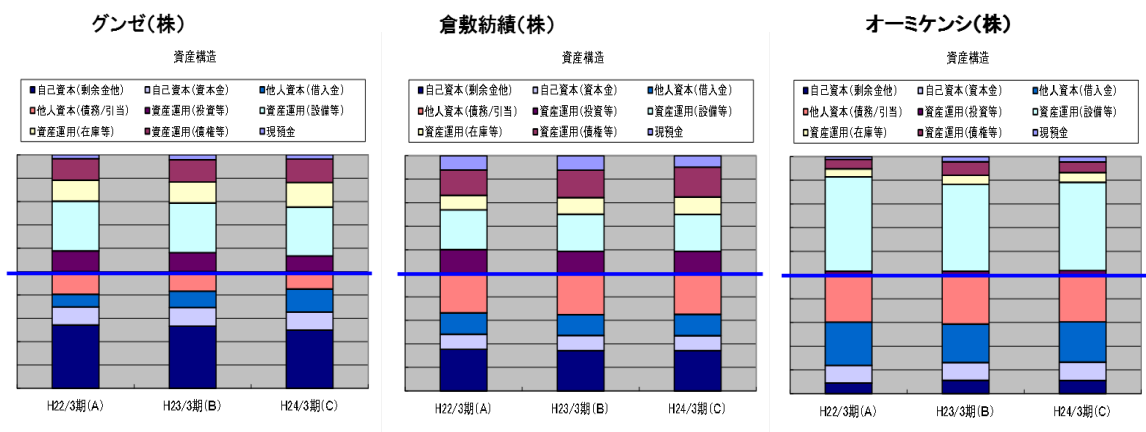
一方で労働分配率は、倉敷紡績が31%となっておりますが、他の2社は35%を上回っています。オーミケンシは、外注費の割合の減少とともに、労働分配率が上昇しております。

5. 繊維工業の資産構造の特徴

次に示す表及びグラフは事例3社の資産構造です。

(金額単位:百万円)

	グンゼ(株)			倉敷紡績(株)			オーミケンシ(株)		
	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3
現預金等	5,496	6,905	6,078	20,760	21,080	16,929	818	1,497	1,514
債権等	31,383	31,283	33,749	36,639	40,054	44,781	2,824	4,078	3,083
在庫等	29,985	29,534	35,565	21,057	24,008	25,875	2,469	2,675	2,808
設備等	71,902	69,658	70,660	57,782	54,177	54,821	28,321	25,845	25,601
投資等	30,002	26,537	22,465	34,459	31,896	32,934	1,200	1,137	1,317
債務/引当	32,963	27,521	25,164	57,508	60,072	60,949	14,133	14,545	13,555
借入金	18,249	23,051	33,156	30,773	30,178	31,976	13,011	11,427	11,668
資本金	26,071	26,071	26,071	22,040	22,040	22,040	5,305	5,305	5,305
剰余金他	91,485	87,274	84,126	60,376	58,925	60,375	3,183	3,956	3,795
うち利益剰余金	79,727	80,033	79,255	43,189	46,941	48,488	2,060	2,851	2,974
総資産額	168,768	163,917	168,517	170,697	171,215	175,340	35,632	35,232	34,323



総資産に占める固定資産の割合は、オーミケンシが75%と最も高く、不動産事業用の賃貸建物、土地が多く、ほとんどは商業施設に賃貸しています。次いでゲンゼが42%で、商業施設などの不動産を保有していることが要因です。

またゲンゼは、繊維資材よりもアパレル関係の商品在庫のウェイトが高いため、他の2社と比較すると在庫の割合が多いのが特徴です。

自己資本は、ゲンゼが60%以上と高く充実していますが、倉敷紡績は自己資本と他人資本が同程度の割合で推移しており、オーミケンシは借入金の割合が高くなっております。

6. 繊維工業のキャッシュ・フローの特徴

次に事例3社のキャッシュ・フローを示します。

(金額単位：百万円)

	ゲンゼ(株)			倉敷紡績(株)			オーミケンシ(株)		
	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3
営業CF	16,369	5,050	△ 1,417	7,206	7,741	3,477	△ 1,270	96	20
投資CF	△ 7,568	△ 5,958	△ 7,780	△ 891	△ 4,167	△ 7,747	△ 197	2,308	68
フリーCF	8,801	△ 908	△ 9,197	6,315	3,574	△ 4,270	△ 1,467	2,404	88
財務CF	△ 11,237	2,506	8,373	△ 2,623	△ 2,926	△ 355	1,317	△ 1,773	117
CF期末残高	5,496	6,905	6,078	19,295	19,661	15,304	691	1,313	1,511
CFパターン	4	3	7	4	4	4	7	2	1

ゲンゼの平成24年3月期の営業キャッシュ・フローは、棚卸資産の増加、売上債権の増加などによりマイナスとなりました。

倉敷紡績の営業キャッシュ・フローはプラスで推移しており、健全な状態にあります。設備投資は有形固定資産や投資有価証券の取得を継続的に行っており、フリーCFがプラスのときは、返済にまわしています。

オーミケンシは、平成23年3月期に不採算事業の撤退により支払いが減少したことと、有形固定資産の売却等により、フリーCFがプラスに転じたと推察されます。翌期には、すべてのCFがプラスとなり、期末CF残高は微増しております。

7. 繊維工業の経営指標の特徴

次に示す表は、各社の主な経営指標です。

		グンゼ(株)			倉敷紡績(株)			オーミケンシ(株)		
		H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3	H22/3	H23/3	H24/3
ROA	%	0.50	1.10	0.34	3.21	2.86	1.55	△ 3.33	2.80	0.91
総資本回転率	回	0.82	0.82	0.81	0.79	0.85	0.91	0.48	0.48	0.48
売上債権回転期間	日	71.73	74.04	78.94	89.37	90.02	90.93	52.02	55.04	46.13
棚卸資産回転期間	日	79.24	80.62	95.02	57.24	60.36	59.37	52.51	58.08	62.51
一人当たり売上高	千円	15,494	14,874	15,243	25,467	28,064	31,589	22,174	20,986	20,965
流動比率	%	197.5	192.1	173.9	150.5	149.0	140.8	45.00	59.34	58.10
自己資本比率	%	69.2	68.6	64.7	45.3	45.6	45.7	23.1	25.33	26.01
負債比率	%	43.6	44.6	52.9	107.1	111.5	112.8	319.8	280.44	277.18
固定長期適合率	%	75.5	74.8	74.4	77.8	75.4	77.6	133.9	126.50	124.75
資本生産性	%	35.2	34.1	32.2	24.8	24.8	25.4	15.1	16.35	18.66
労働分配率	%	35.4	34.9	35.2	33.1	32.1	30.8	20.3	24.76	35.95
借入金依存度	%	10.8	14.1	19.7	18.0	17.6	18.2	36.5	32.43	33.99

① ROA（総資本当期純利益率）

生産設備と不動産などへの投資のため投下資本が大きくなり、また当期純利益率が1~2%であることも影響し、ROAを押し下げています。

② 総資本回転率

総資本回転率については、グンゼと倉敷紡績が0.8回前後とほぼ同じですが、オーミケンシは0.5回と企業間の差が出ています。

③ 売上債権回転期間

グンゼと倉敷紡績は、電子部品や自動車部品などの異業種が得意先にあるため、オーミケンシと比較すると債権回収までの期間が長期化していることが推察されます。

④ 棚卸資産回転期間

在庫は、アパレル関係の商品在庫のウエイトが高いグンゼが、他の2社と比較すると回転期間が長期化しております。

⑤ 流動比率

流動比率は、オーミケンシが100%を割っており、短期支払い能力に問題があると考えられます。他の2社については、平成24年3月期には短期借入金と仕入債務の増加によりやや低下しております。

⑥ 借入金依存度

オーミケンシは自己資本比率も低く、設備投資を借入金に依存しています。他の2社は借入金依存度が低く、資金調達をほとんどを自己資本と債務で賄っています。

8. 繊維工業の課題

(1) 内需依存体質からの脱却、外需の取り込み

世界の繊維市場は新興国等の経済発展を受けて拡大しているものの、国内市場の生産、需要は横ばい・微減の状況にあります。中国からの輸入の増加、輸出の停滞により、国内の出荷額は大幅に落ち込んでいます。リーマンショック以降、生産は更に急減し、未だ回復していない状況が続いております。

こうした中、拡大するアジアなどの海外市場に対して積極的に活動の領域を広げていくことが求められています。

(2) 高付加価値製品の開発による競争力の強化

川上分野（化学繊維製造業、紡績業）については、中国による汎用素材の生産が拡大する一方、炭素繊維、アラミド繊維等の高付加価値素材において、我が国企業が国際競争力を維持しております。今後は、このような高付加価値素材の市場拡大に取り組むとともに、繊維素材・技術を衣料以外の幅広い産業分野（例：環境や健康分野）に広げることが課題といえるでしょう。

(3) 産地中小企業の新たな活動領域の創出と地域社会への貢献

川中・川下分野（織物業、染色業、縫製業、ニット製造業）については、大半が中小・零細企業であり、委託加工業が中心となっています。また、最終製品の輸入拡大により、受注数・単価が減少しており、高齢化の進展により、特に川中の人材力の低下は深刻となっております。

こうした中、革新的な繊維素材と産地中小企業が有する高度加工技術を融合し、成長分野で新たなビジネスの展開が進むことが期待できます。（例えば、繊維産地企業の技術を活用した炭素繊維クロスの開発や自動車部品メーカーによる炭素繊維複合材の活用）。

更にはこうした新たな分野での技術が産地に集積することにより、地域の活性化にも貢献することが期待されます。

(4) 企業間の連携による製品開発・ビジネスチャンスの創出

繊維産業は川上から川下までサプライチェーンが長く、各段階ごとに業界構造が異なり、連携がうまくいっていないという問題点があります。今後は、川上から川下までの企業間の連携を推進することにより、強みを活かした技術開発や新規事業の創出を図ることが課題であると思われます。

（参考：「今後の繊維・ファッション産業のあり方に関する研究会」報告書）

（経済産業省）

以 上