

事業者及び各種団体との協働によるまちづくり

～『桐生は日本の機どころ』を目指して～



群馬県桐生市 千葉敦弘

はじめに

桐生市の繊維産業は、平成 26 年に桐生織物を朝廷に献上した和銅 7 年から数えて 1,300 年の節目の年を迎えた。

桐生市には、今もなお、先人達が築き上げてきた織物、編物、刺繍、染色加工などの繊維産業に関する知恵が受け継がれ、幅広い分野における高度な技術が集積しているほか、市内には、ノコギリ屋根の織物工場や土蔵造りの店舗といった桐生の歴史や文化を伝える貴重な建造物や風情ある町並みが残っている。

このように、桐生市の歴史は、繊維産業の発展とともにあることから、市では、繊維産業を軸にしたまちづくりこそが、市全体の活性化に繋がるものと考え、各種施策に取り組んでいるが、まちの活力を感じられる状況には至っていない。

また、事業者や各種団体、大学をはじめとする研究機関など、様々な組織が歴史や文化、伝統を生かしたまちづくりに積極的に取り組んでいるものの、市全体としての一体感がなく、それぞれの取組の効果が発揮されていないように感じている。

そこで、桐生織物の発祥に関する伝説『白滝姫物語』として語り継がれ、また、群馬県民の郷土に対する誇りや愛着を深めるため作成された『上毛カルタ』に「桐生は日本の機どころ」と読まれている繊維産業に焦点を当て、「地域ブランド」という概念を活用しながら、事業者、各種団体及び行政の取組が相乗効果を生み出す連携体制について研究する。



『白滝姫物語』
(桐生市国際交流協会ホームページ)



『上毛カルタ』
(群馬県ホームページ)

1 地域ブランドとは

(1) 地域ブランドの現状

人口減少や少子高齢化、経済のグローバル化といった社会経済の変容が進み、地域間競争が激しくなる中、「地域ブランド」という概念を活用し、地域の資源を生かしながら、地域の差別化や高付加価値化を図る取組が進められている。

こうした中、「地域ブランド」という言葉は、特産品や観光地といった特定の地域資源のブランド化から都市イメージのブランド化まで、様々な意味で使用されていることから、「地域ブランド」の代表的な定義を整理し、本稿における地域ブランドの定義について考えてみたい。

(2) 地域ブランドの定義

中小企業基盤整備機構では、「①地域ブランドとは、『地域に対する消費者からの評価』であり、地域が有する無形資産のひとつ、②地域ブランドは、地域そのもののブランド (Regional Brand) と地域の特長を生かした商品のブランド (Products Brand) で構成される、③地域ブランド戦略とは、これら2つのブランドを同時に高めることにより、地域活性化を実現する活動のことである」と定義している。

また、青木幸弘氏は、地域ブランド構築のプロセスについて、「①ブランド化できる個別の地域資源（農水産物、加工品、商業集積、観光地など）を選択し、ブランド構築の基盤や背景としての地域性を最大限に活用しながらブランド化していく、②地域資源を柱として、共通する地域性（資源、歴史、文化、伝統）を核にしなが『傘ブランド』としての地域ブランドを構築していく、③地域ブランドが象徴する地域性と各地域資源ブランドに共通する核となる地域性との間に一貫性、整合性を保ちながら、地域ブランドによる地域資源ブランドの強化と底上げを行う、④底上げされた地域資源ブランドによって、各地域資源の競争力が増し、地域経済や地域自体が活性化する」と定義している。

他方で、和田充夫氏は、地域ブランドとは、「その地域が独自に持つ歴史や文化、自然、産業、生活、人とのコミュニティといった地域資産を、体験の『場』を通じて、精神的な価値へと結びつけることで、『買いたい』、『訪れたい』、『交流したい』、『住みたい』を誘発するまち」と定義し、地域ブランド構築には、『特産品』や『観光地』を売るための努力ではなく、地域に住む人々が地域に誇りと愛着、アイデンティティを持つことなど、地域コミュニティの活力が必要である」と述べている。

以上のように、代表的な地域ブランドの定義だけでも幅広い考え方が存在するが、本稿においては、上記を踏まえ、地域ブランドを下記のとおり定義する。

・地域ブランドは、地域イメージと地域資源ブランド（産品、観光、定住）により構成され、地域イメージと地域資源ブランドが、相乗効果を生み出しなが地域経済や地域自体の活性化に繋がるとともに、市民が自らの地域に誇りや愛着、アイデンティティを持ち、生活文化に対する満足感が向上する状態とする。

③ぐんま絹遺産施設

群馬県は、県内に残る養蚕、製糸、織物などの建物や場所、祭りなどを対象に、ぐんまの「たからもの」として登録している。ぐんま絹遺産施設は、現在 91 か所あり、桐生市内には、県内最多の 18 か所が認定されている。

④日本遺産「かかあ天下-ぐんまの絹物語-」

文化庁により桐生市内の文化財 6 件を含む群馬県内の文化財 12 件が、「かかあ天下-ぐんまの絹物語-」と題して、日本遺産に認定された。

⑤世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」

「富岡製糸場と絹産業遺産群」は、高品質な生糸の大量生産を実現した技術革新と、世界と日本との間の技術交流を主題とした近代の絹産業に関する遺産として、平成 26 年 6 月、世界文化遺産に登録された。

日本が開発した絹の大量生産技術は、生産量が限られ一部の特権階級のものであった絹を世界中の人々に広め、その生活や文化をさらに豊かなものに変えた富岡製糸場と 3 つの養蚕に関わる資産（田島弥平旧宅、高山社跡、荒船風穴）が構成資産となっている。なお、桐生市の文化財は、構成資産になっていないが、製織は絹産業の興隆にとってなくてはならない資産である。

桐生市内の「ぐんま絹遺産施設」一覧	日本遺産
旧模範工場桐生撚糸合資会社事務所棟	◎
群馬県繊維工業試験場	
赤城型民家	
桐生織物会館旧館	◎
金谷レース工業株式会社	
MAEHARA20th (旧合名会社飯塚織物工場)	
無鄰館 (旧北川織物工場事務所ほか)	
旧堀祐織物工場	
旧曾我織物工場	
後藤織物	◎
森秀織物	
織物参考館“紫”	◎
彦部家住宅	
金善ビル	
日本織物株式会社発電所跡及び煉瓦積遺構	
桐生市桐生新町重要伝統的建造物群保存地区	◎
桐生織塾 (旧青木家住宅)	
白瀧神社	◎

3 地域ブランド構築の先行事例

桐生市の特徴である「地場産業」や「重伝建地区」といった地域資源を活用した地域ブランド構築の先行事例を考察することにより、その手法や過程、課題などについて理解を深め、桐生市において地域ブランドを構築するための連携体制の参考とする。

(1) 福井県鯖江市 ～地場産業を生かしたまちづくり～

鯖江市は、古くから眼鏡、繊維、漆器の 3 つの地場産業都市として栄えたものづくりのまちであるが、近年、市の基幹産業である眼鏡産業において、市場における低価格商品の氾濫や中国との OEM 競争の激化など、厳しい状況が続いていた。

こうした中、市が事務局となり、商工会議所及び眼鏡・繊維・漆器の地元業界団体が構成する「めがねのまち鯖江」元気再生協議会や、やる気のある企業 10 社による「鯖江ブランドワーキンググループ」を立ち上げた。

鯖江市では、市がフレームを作り、企業が参加する形で協議会等が設置され、「鯖江ブランド認証事業」をはじめ、多岐にわたる事業を推進しているほか、市では、民間の側面支援のみならず、市のイメージ構築、「鯖江ブランド」の推進に向けて、トップダウンで積極的な取組を進めている。

(2) 東京都墨田区 ～産業振興施策を中心としたまちづくり～

墨田区は、昭和 54 年に「墨田区中小企業振興基本条例」を制定、昭和 55 年に「墨田区

産業振興会議」を設置し、産業人、学識経験者及び区が、地域産業の抱える諸問題について共通認識を図り、意見交換を行いながら、産業振興施策に取り組んでいる。

また、平成5年に、区、関連産業団体、区内企業による官民一体の「すみだファッションタウン推進協議会」を設立し、生活文化に関わるものづくりが集積している特色を生かしてファッションタウン構想を推進している。

墨田区では、区が事業者や関係団体との連携をコーディネートし、緊密な連携体制を確立しながら継続的にものづくりに関する事業を展開している。

(3) 東京都台東区 ～外部の専門家を活用したまちづくり～

台東デザイナーズビレッジは、平成16年に台東区が旧小島小学校の校舎を活用して設立したファッション関連のインキュベーション施設であり、平成21年に設立された株式会社ソーシャルデザイン研究所が区の委託を受け運営している。

台東デザイナーズビレッジでは、これまで50組以上のクリエイターの起業を支援し、そのうち23組は区内において工房や店舗を構えるなど、地域における雇用創出に貢献している。また、ものづくりの現場を「体験・交流・販売」の場として、地域全体を「見える化」するオープンファクトリーを実施し、ものづくりに取り組む企業間の新たな事業展開を生み出すなど、専門知識を持つ民間事業者が区の支援を活用しながら、地域の特徴を生かしたまちづくりを推進している。

(4) 大分県日田市豆田町 ～重伝建と商店街のコラボレーションによるまちづくり～

日田市豆田町は、江戸時代に日田御役所や西国筋郡代が置かれるなど、九州における政治的に重要な地位を占めるとともに、日田金を扱う掛屋が豪商となり、経済の中心地としても発展した。現在も江戸から昭和までの各時代の特色を備えた多様な建築が残っており、変化に富んだ町並みを形成している。

活気を失いつつあった豆田町の状況に危機感を持った住民有志が、「天領まつり」や「草野本家ひなまつり」を開催する一方、市では、平成15年に日田市伝統的建造物群保存地区保存条例を制定、日田市豆田町伝統的建造物群保存地区が、大分県内で初めての重要伝統的建造物群保存地区に選定された。

現在も、平成17年に設立された住民組織である豆田伝建地区保存会と市が緊密な連携を図りながら、景観の維持や歴史文化の継承に取り組んでいる。



天領豆田資料館



豆田町の町並み

以上のように、地域ブランドの構築に成果が出ている地域の特徴としては、①地域に対する思いや問題意識の強いリーダーがいる、②地域住民や首長の理解度や関心度が高い、③民間主導の取組が多い、④ブランドの理念や目指すべき方向性が明確である、⑤関連性やストーリー性のある取組が継続されている、⑥外部と積極的に繋がっていることが見受けられる。

また、いずれの事例についても、事業者、各種団体及び行政の連携が、地域固有の性質を踏まえながらバランス良く実施されたことにより、取組が形骸化することなく、地域資源のブランド化や地域イメージの向上に繋がっているように見受けられる。

4 桐生市内における地域ブランドに関する取組

(1) 桐生市の取組

桐生市では、現在取り組んでいる「桐生市新生総合計画」の将来都市像として、「豊かな自然とそこに生きた人々によって育まれた独自のものづくりや歴史、文化、産業などの『伝統』に、先端技術や『創造力』の融合による新たなものづくり文化（桐生ブランド）を創出する」としている。

また、同計画の地域産業の活性化策として、すべての産業において地域資源を活用した地域ブランドの創出を図るとしており、具体的には、農産物の安定生産と産地のブランド化をはじめ、「ものづくりのまち桐生」が誇る数々の優れた製品のトップセールスや、ファッションタウン構想の推進、繊維産業を中心に発展してきた産業・歴史・文化を生かした産業観光、地場産品を活用した土産品開発、「重要伝統的建造物群保存地区」を生かした町並み整備などを推進している。

(2) 事業者の取組

①「きりはた」[(資)後藤、泉織物(有)、高光織物(有)、井清織物(有)]

「きりはた」は、平成16年に伝統的工芸品「桐生織」を製造する着物・帯・和装小物のメーカー4社が各社の強みを持ち寄り、産地ブランドの確立に向けて活動を開始したグループである。同グループでは、消費者ニーズに基づいた新製品開発や和装のトータルコーディネートを提案しており、東京都中央区銀座のギャラリーなどにおいて新作発表会を継続している。現在も、時代の流れを捉えながら、和装産業の新たな可能性を目指して創造的な歩みを続けている。

②株式会社松井ニット技研

株式会社松井ニット技研は、マフラーなどのニット製品を製造し、デザイナーズブランドのOME生産を行っていたが、自社ブランドを確立するため、公益財団法人桐生地域地場産業振興センターが主催する「桐生テキスタイルプロモーションショー」での商品開発やジャパングリェーションへの出展を重ねた。その結果、「マルチカラーマフラー」が、平成12年からニューヨーク近代美術館(MOMA)のミュージアムショップで販売され、5年連続で売れ筋ナンバー1を記録したほか、平成17年には、念願の独自ブランド「KNITTING IN」設立を実現した。

(3) 各種団体の取組

① 桐生織物協同組合

桐生織物協同組合では、桐生織物が、和装・洋装・インテリア素材などに幅広く活用され、多品種少量生産や新しい素材・技術にも対応できる繊維産地である強みを生かして、国内や海外市場への需要開拓に取り組んでいる。



地域団体商標『桐生織』

(桐生織物協同組合ホームページ)

また、同組合では、昭和 52 年に通商産業大臣から伝統的工芸品「桐生織」の指定を受けたほか、平成 18 年の商標法の一部改正により創設された地域団体商標制度を活用し、平成 20 年に地域団体商標「桐生織」を商標登録するなど、類似品や偽物防止に努めている。

② 桐生商工会議所

桐生商工会議所では、平成 27 年度重点事業項目の「地域振興、産業観光への取り組み」として、「近代化産業遺産や食文化を含めた地域資源を活用した産業観光の推進」、「生産機能と連携した桐生ブランドの創出と展開」、「ファッションタウン構想の推進と支援」を推進している。

今年度は、「技と芸術が織り成す生活空間『Room of KIRYU』事業による桐生ブランドの創出（地場産業の生産機能と連携した新ブランドの創出支援）」を実施するため、同会議所内に Room of KIRYU 開発プロジェクト常任委員会を設置し、桐生のモノづくり技術とデザイン感性をマッチングさせながら、桐生ならではのライフスタイルの提案と桐生のブランド力の向上に取り組んでいる。

③ NPO 法人本一・本二まちづくりの会

本一・本二まちづくりの会は、歴史的建造物の保存活用に賛同する地区住民が中心となり、歴史的建造物や文化遺産を保存・活用・継承し、地域の活性化や市の発展に寄与することを目的として、平成 12 年に設立され、平成 20 年からは特定非営利活動法人として活動領域を広げている。

同会では、歴史的建造物の保存・活用に向けた啓蒙活動をはじめ、歴史的建造物や土地利用に関する相談・助言、伝統文化の保存・継承などに取り組み、平成 19 年には、重要伝統的建造物群保存地区選定に関する同意収集活動の集大成として「桐生新町まちづくり基本計画」を作成したほか、住民説明会、自治会及び行政との定期的な懇談会を実施し、同計画の普及活動に取り組んでいる。現在も、まちづくりを担う人材の育成や資金調達、まちづくり活動に取り組む団体や教育機関との連携を深めている。

以上のように、桐生市内の事業者、各種団体及び行政は、それぞれの立場で地域資源ブランドと地域イメージの構築に取り組んでいるが、各取組に一体感がなく、思うような成果が生まれていない状況にある。

5 地域ブランドを構築するための連携体制

(1) 地域ブランドを構築する際の課題

地域ブランドは、企業ブランドとは異なり、その対象が地域住民、観光客、一般消費者、企業など多岐わたり、ブランド化施策が自治体内の複数の部署において実施される。

このため、①目的を達成するための経路が数多く存在し、地域ブランド化施策の対象とその結果を論理的に関連付けることが困難である、②地域資源ブランド化施策を実施する部署が複数あり、担当部署を超えた利害調整を行うことが困難である、③地産品販売拡大や観光交流人口の増加など、地域資源ブランドの全てを包括できる地域イメージを設定することが困難であることなどが、地域ブランドを構築する際の課題である。

ブランドとは、単に品質を保証するものではなく、持っているだけで満足できる、持っていることによって他人から良い評価を得られるなど、多様な側面から顧客に便益を与えることにより他のものとの差異化を示すものを意味するが、地域ブランド関連施策においては、多岐にわたる対象を包括してブランドを形成する必要があるため、メッセージが一般化し、構築しようとしている地域ブランドは、オリジナリティのあるシンボルとしての意味を失うことになる。特に、多様性に富んだ地域では、地域資源や関係者が増加し、地域全体として実効性のある地域ブランドを構築することが困難になる。

(2) 地域ブランドを構築するための連携体制

「目標や認識、価値観の共有」や「地域内部での連携・協力の難しさ」などの課題はあるが、様々な事業や分野への波及効果を図る際には、包括的な地域イメージと地域資源ブランドを同時に構築する必要がある。

このため、先行事例にもあるように、地域ブランドの検討グループは、事業者、各種団体及び行政が、地域イメージと地域資源ブランドについて共通認識を持ち、連携を図ることが重要であり、地域ブランドのマネジメント責任者を明確にした上で、事業者、各種団体及び行政などが参加する地域ブランドを推進するための協議会等を形成することが望ましい。

また、行政内部の連携が不十分な場合、複数のブランド化事業は、ブランド化への波及効果が期待できないばかりでなく、地域ブランド全体の価値を損ないかねないことから、地域イメージを構築する際には、行政の企画部署に統括組織があることが望ましく、地域資源ブランドを構築する際にも、各関連部署のブランド事業の整合性を図るような連絡組織を設置する、あるいは、企画部署においてブランド・マネジメント機能を確保することが求められる。

さらに、連携体制のポイントは、地元住民や地元企業の主体的な取組であり、外部の人材に頼るだけでなく、内部の人材から地域ブランドのマネジメント責任者を輩出する努力が必要となる。こうした連携体制は、地域への愛着やアイデンティティを育てることに繋がり、地域住民の地域に対する誇りを醸成する効果がある。

(3) 桐生市における地域ブランドを構築するための連携体制案

地域ブランドの定義をはじめ、桐生市の概要や先行事例、市内における地域ブランドに関する取組、地域ブランドを構築する際の課題などを踏まえ、桐生市における地域ブラン

ドを構築するための連携体制について考えてみたい。

桐生市においては、地域ブランド構築に通じる取組として、ファッションタウン構想があり、平成9年度に推進主体であるファッションタウン桐生推進協議会が設立され、市民、業界団体やNPO法人などのほか、市長をはじめ各担当部長が構成員となり、構想の具現化に取り組んでいる。事業内容としては、生活文化の創造に寄与した団体等を表彰するファッションタウン大賞をはじめ、個性あるまちの風景を表彰するわがまち風景賞、桐生市固有の魅力を情報発信する桐生ファッションウィークなどのイベントを開催し、多くの観光客を集めているほか、産業観光推進事業、ノコギリ屋根工場の保存・活用に関する事業など、幅広い分野において、個性豊かで魅力的なまちづくり、人づくりについて研究し、産業の活性化と生活文化の向上に大きく貢献している。

こうしたことから、同協議会は、地域ブランドを構築するための理想的な組織形態であると考えられるが、取組内容が多岐にわたり、また、組織が大きくなりすぎてしまっているため、本稿において定義した地域ブランドを構築するための取組を実施することは困難であると思われる。

そうした状況を踏まえ、桐生市における地域ブランドを構築するための連携体制については、事業者、各種団体及び行政が、地域イメージと地域資源ブランドに関する共通認識を持ち、連携を図りながら地域ブランドの構築に取り組むことを基本とするが、事業が拡大してしまい、一つの方向性に向かうことが困難になりがちな協議会のような大きな組織ではなく、小さな組織を考えている。

具体的には、積極的な取組を行っている事業者や、これまで市民団体や経済団体において実施した地域ブランド事業の事務局経験者を構成員とし、少数の懇話会形式で、率直な意見交換を行うとともに、事業者や各種団体の地域ブランド構築に向けた計画について共通認識を図りたいと考えている。

また、包括的な地域イメージや目指すべき姿については、各種団体のヒアリングや市民アンケート、ワークショップなどを実施し、その調査結果に基づき、作成することが理想的であるが、調査の実施や計画の作成で満足してしまい、その先に進めない恐れがあるため、これまで見てきたように、桐生市を象徴する特徴の一つであり、活発な取組が行われている繊維産業に焦点を当て、「桐生は日本の機どころ」とすることを提案したい。

先行事例においても、地域ブランド構築は、単に人目を惹く施策や行政の計画のみでは実現しておらず、地元住民が誇りや愛着、アイデンティティを感じることができるよう取組であることが重要であり、地元住民とともに長期的にわたり地域ブランドを実現するための取組を継続する必要があることから、桐生市に受け継がれてきた地域の特徴を表現する「桐生は日本の機どころ」が相応しいと考える。

おわりに

私は、桐生市に転居してきたことから、当初、桐生市の繊維産業に関する知識がなかったが、市役所職員となり産業振興課に配属され、繊維産業に関わる事業者の方々にお会いするようになり、繊維産業に興味を持つようになった。

事業者や各種団体の方々は、繊維産業に無知な私に対して、基本的なことから親切丁寧に教えてくれた。また、事業者や各種団体の方々の仕事現場において、高度な技術や仕事に対する情熱を目の当たりにし、高齢化や業績の低迷が続く繊維産業の活性化や、歴史を生かしたまちづくりを活発にしたいという思いが芽生えた。

前述のとおり、桐生市においては、事業者や各種団体が積極的な活動を展開しているが、「事業者は市役所の考えていることがわからない。市役所は事業者の考えていることを知らない。」という言葉が象徴するように、市全体の取組に一体感がないように感じている。事業者や各種団体の活動目的を統一することはできないが、それぞれの取組が相乗効果を生み出すような手法を見つけ出すため、地域ブランドという概念に着目し、研究テーマとした。

本稿においては、桐生市における地域ブランドを構築するための連携体制について、少数の懇話会形式により、率直な意見交換を行うものとし、地域イメージや目指すべき姿については、桐生市を象徴する特徴の一つである「桐生は日本の機どころ」にするという結論に至った。

本稿における提案が、一体感のあるまちづくりを実現するためのきっかけとなり、桐生市において、地域ブランドを構築するための小さな取組が開始され、その取組を継続することにより、繊維産業や市全体の活性化、そして、市民が愛着と誇りを持って住み続けられるまちの実現に繋がりたいと考える。

【参考資料】

- 青木幸弘（2008）『地域ブランドを地域活性化の切り札に』ANA 総合研究所
生田孝史、湯川抗、濱崎博（2006）『地域ブランド関連施策の現状と課題』富士通総研経済研究所
石原慎士（2009）『地方社会における一次産品を中心とした地域ブランドの形成手法に関する研究』
独立行政法人中小企業基盤整備機構（2005）『地域ブランドマニュアル』
和田充夫、菅野佐織、徳山美津恵、長尾雅信、若林宏保（2009）『地域ブランド・マネジメント』有斐閣
株式会社矢野経済研究所（2014）『地域ブランディングとそれに関連する地域づくりのあり方に関する調査』
群馬県 HP<<http://www.pref.gunma.jp/>>
桐生市 HP<<http://www.city.kiryu.gunma.jp/>>
桐生市国際交流協会 HP<<http://www.kiea.jp/indexj.html>>
桐生商工会議所 HP<<http://www.kiryucci.or.jp/>>
桐生織物協同組合 HP<<http://www.kiryuorimono.or.jp/>>
公益財団法人桐生地域地場産業振興センターHP<<http://www.kiryujibasan.or.jp/>>