



「地域経済活性化を通じた面的支援」に関する調査研究

地域資源・観光等を活用した地域活性化事例

事例
A-④

城陽商工会議所

城陽の金銀系ブランド「燦彩系（さんさいし）」の創出

1. 面的支援の概要

(1) 支援のきっかけ

京都府城陽市を中心とする山城地区は、西陣織などに使用される金銀系の国内生産の8割を占める一大生産地である。金銀系生産は江戸時代から続く伝統ある地場産業であるが、近年の和装市場の縮小や輸出単価の下落により、生産量・生産者数も縮小の一途を辿っていた。

城陽商工会議所では、この伝統産業の振興を目標に、支援プロジェクトを立ち上げることにした。認識課題は二つ。①素材生産地であるため「城陽」の知名度が低くブランド力が無い。②同じく素材生産地であるため、最終製品や二次加工製品製造のノウハウが無いことであった。担当した生駒指導課長（当時、現事務局長）は、今後は新たな用途開発や商品開発に取組み、素材製造から加工製造への脱皮が必要であると考えていた。

(2) 支援のプロセス・アプローチ法

① 支援プロセス

下記段階的プロセスを踏み活動を推進してきた。

- 平成17年：「金銀系資源活用プロジェクト」を所内に立ち上げ、生産者に参加を呼び掛け。
- 平成17～18年：京都府立大学の協力を得て、商品デザインについての学習に取組む。
- 平成19年：京都府の助成事業を活用し、金銀系の製品化可能性に関する研究を行う。
- 平成20年：「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を活用し「燦彩系」ブランドを創出。同時にバッグなどの試作品を東京ビッグサイトで開催された日商の「feel NIPPON」に出展して市場調査を実施。
- 平成21～24年：「JAPANブランド育成支援事業」に採択され、商標登録、メーカーとのコラボ活動の推進と試作品開発～中国・大連展示商談会と上海ギフトショーに出展（市場調査）。
- 平成25年度：インテリア業界とのコラボ商品開発、インテリアトレンドショー出展。
- 平成26年度：インテリアデザイナーとの協業によるインテリア商品開発、東京インターナショナル・ギフト・ショー出展。

② アプローチ法

複数の支援事業を有効活用し、①ブランド創出 ②研究による参加企業の意識変革→海外展示会出展による事業化方向性検証→他企業とのコラボによる商品開発 の2側面でプロジェクトを推進、最終的にはメンバーの自立化を目指している。

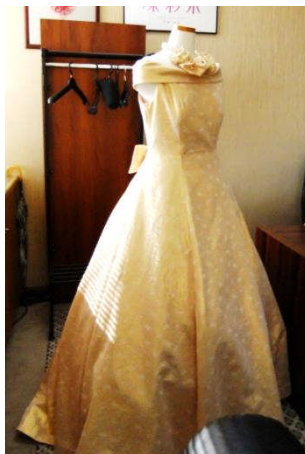
(3) 支援内容

① ブランド開発

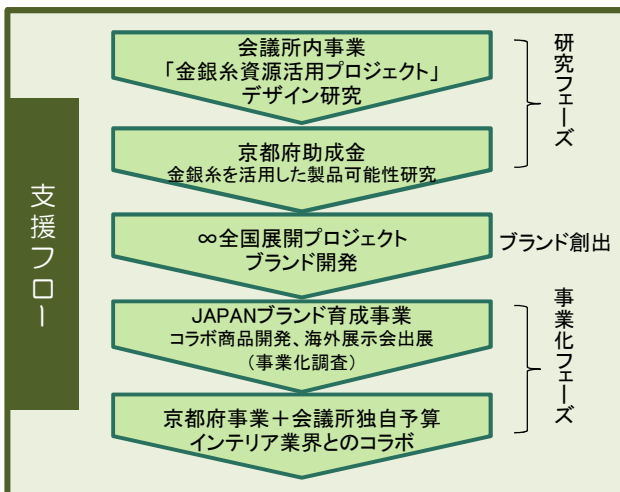
金銀系活用に関する研究を経て、プロのデザイナーの協力を得ながら、城陽（山城地域）発の“光の糸”を「燦彩系」と命名してブランドを創出した。平成22年には商標登録も行っている。

② 他業種とのコラボによる商品開発

プロジェクトメンバーは素材生産者であるため、商品開発のノウハウがない。そこで、他事業者とのコラボにより商品開発を進める基本戦略で、織物メーカーやアクセサリデザイナー、雑貨メーカーなどと共同で商品開発を進め、現在、ストラップや靴紐、お財布などが商品化されている。ここ数年はインテリア素材としての可能性に着目して、インテリア業界やインテリアデザイナーとのコラボに力を入れている。

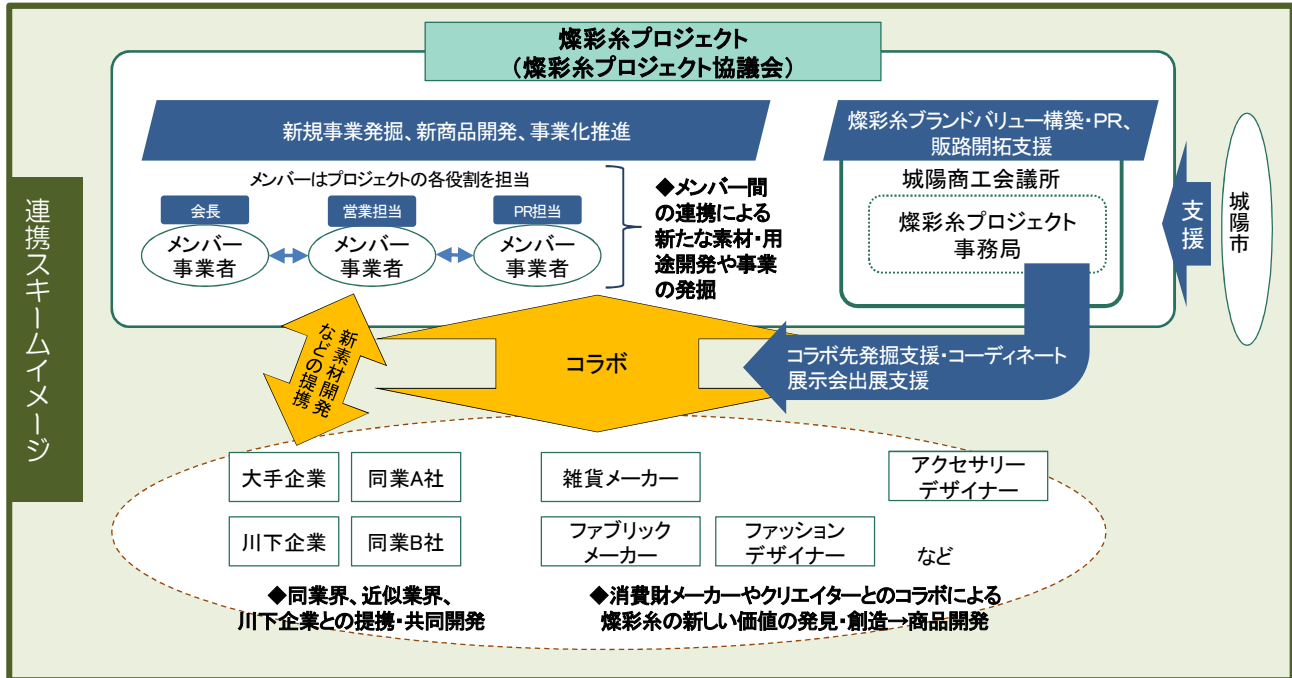


写真右：大連でお披露目した黄金に煌くウェディングドレス。兵庫の播州織とのコラボレーション。写真下：ファブリックとして燦彩系を使った椅子の試作品。



城陽商工会議所
城陽の金銀系ブランド「燦彩系（さんさいし）」の創出

2. 支援組織・連携スキーム



(1) 会議所のプロデュース機能

城陽商工会議所は、一連の活動を通してプロデュース機能を担ってきたと言える。メンバーを集め金銀系の新たな可能性を探ると共に、「燦彩系」ブランドを創出することで、プロジェクトメンバーや地域にビジョンを提供した。そして燦彩系を活用できる新分野を模索してきた。

当初は、日本の伝統産業という特性から中国など海外展開を模索したものの、事業化可能性を考え、現在は国内市場の深耕を図っている。これまで他業種企業やクリエイターのコーディネートを通してコラボによる雑貨商品開発などを支援してきた。現在は、インテリアデザイナーとの月2回の定例会議を設定し、燦彩系のインテリア商品への展開を進めている。

販路開拓支援に関しては、東京での展示会出展支援を毎年継続している。



(写真前列) 燦彩系プロジェクトメンバー: (左から) 泉工業株式会社・福永専務、竹村惣系工業・竹村代表(協議会会長、伝統工芸士)、シャフテックツチハシ株式会社・土橋氏
(写真後列) 城陽商工会議所: (左から) 生駒事務局長、藤井振興課課長。藤井課長は平成20年度に参加し、22年度からプロジェクトを引継いでいる。

(2) 連携スキームとメンバーの活動

① 連携スキーム

本活動は、会議所による「金銀系資源活用プロジェクト」として始まった。当初は大学との共同研究的な活動であった。その後平成24年度までは、JAPANブランド事業の「金銀系事業展開プロジェクト」として金銀系製造業者と城陽市、大学教授、専門家等が参加する会議所主催の実行委員会形式で活動したが、燦彩系ブランドの開発後は、「燦彩系プロジェクト」の協議会形式になり、現在はチャレンジ精神に溢れた若手メンバーを中心に9名が活躍している。

② メンバーの活動

メンバーの活動には2側面がある。一つは、燦彩系プロジェクトとしての活動である。新商品をコラボ開発して試作品を作り、城陽商工会議所が支援する展示会に出展する。その後の営業活動も自分達で行う。そのため、各メンバーは営業担当やPR・プロモーション担当などの役割を引受け、自社の業務とは別に積極的に活動している。

もう一つは、燦彩系の新素材開発や新用途開発である。これらはメンバー企業としての活動となるが、メンバーは「燦彩系」ブランド強化と将来の事業開発に不可欠な活動として、採算を度外視して取り組んでいる。

城陽商工会議所

城陽の金銀系ブランド「燦彩系（さんさいし）」の創出

3 成果

① 「燦彩系」ブランド創出

今まで素材供給地の位置付けであったため、城陽・山城地域には生産者が多数いるにもかかわらず、生産地としての訴求が出来なかった。しかし、この地で生まれる金銀系・光る糸を括って「燦彩系」ブランドとしてポジショニングすることで新たな価値の創造に繋がり、消費者向け商品開発など、加工製造への足掛かりを掴み始めている。

② メンバーの意識変革

長く支援を続けてきた生駒事務局長と藤井課長にとって、最大の成果は参加メンバーの意識の変化であるという。本活動に取り組む前は、各メンバーとも素材生産者としての認識しか持っていなかった。それが、他社とのコラボによる商品開発や展示会出展を経験するにつれ、新事業展開のビジョンを抱くようになった。一連の挑戦はメンバーの自主性を培い、固い絆も作られた。来年度には、プロジェクトの協議会運営は会議所主催から離れて、自主運営へと一歩踏み出す予定である。そして、将来的には株式会社化も視野に入れているとのことである。

③ 商品開発ノウハウの蓄積

メンバーは、様々な分野とのコラボレーションやプロデザイナーからのアドバイス、展示会出展経験を積み重ねることで、消費者や市場ニーズを捉える感性や商品開発ノウハウを蓄積しつつあるという。



右上:「燦彩系」のブランドロゴ

下:燦彩系を使って商品化された純銀靴紐、キティちゃん小銭入れ、名刺入れ、ペンシルケース入れ、燦彩系ストラップなど。

4 今後の計画

① 「燦彩系プロジェクト」の自主運営促進

現在支援を担当している藤井課長は、次年度からは、会議所が事務局を務めている現行の組織形態を変更して協議会メンバーによる自主運営への変更を進めるつもりである。メンバー企業からの会費と商品収益を柱とした活動へと自立化を促す。会費制への移行についてメンバーからの了解は取れており、既に徴収も始まっている。次年度は会議所は側面支援に回る予定である。

② 販路開拓支援と商品開発支援

側面支援に回ると言っても、伴走支援が終わるわけではない。日商の「feel NIPPON」を活用した展示会出展による販路開拓支援や、開発商品の広報・PR、城陽会議所での開発商品の販売などの販売支援は積極的に継続していく計画である。また、藤井課長としては、次年度も今年度に引き続き、インテリア分野での商品開発支援を推し進めていきたいと考えている。

5 地域活性化のポイント

- ① 地域内で生産する金銀系・ラメ糸を「燦彩系」と命名してブランド化することで商品力が向上し、加工製造への足掛かりを掴んだ。
- ② ブランドを創出することで生産者や地域に共通ビジョンが生まれ、金銀系の日本一の生産地としての誇りと、産業の衰退を食い止めたいという共通認識が生まれた。
- ③ 担当者が短期的な成果を求めずに、＜研究→ブランド創出→市場調査→事業化チャレンジ→自立化促進→本格的な事業化促進＞と、段階的にプロジェクトをリードしている。
- ④ やる気があり、チャレンジ精神の旺盛な若手メンバーをプロジェクトに引き入れた。チーム内に活気や夢が生まれ、自立化に繋がっている。