



「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
B-④

大和高田商工会議所
大和高田地域ブランド「さくらコットン」の育成

1. 面的支援の概要

(1) 支援のきっかけ

奈良の大和高田は、江戸時代に綿栽培～綿加工業が盛んだったことから明治時代に紡績産業が興り、繊維産業が発達した土地である。産業構造の変化により国内の繊維産業が衰退した現在でもメリヤスやニット製造、靴下産業など、ものづくりの伝統は息づいている。

大和高田商工会議所では、当時の酒本副会頭が推進役となって、平成18年度から「大和木綿」を地域産業の象徴とした地域振興活動を始めた。

(2) 支援のプロセス・アプローチ法

① 支援プロセス

支援を担当した にぎわい大和高田推進課・森田課長は、平成19年に「地域力活用新事業∞全国展開プロジェクト」を活用して「大和木綿復興・コットンロード展開事業」を進めた。本事業では、綿作りの復興と、ものづくり技術力の再集結を図った。前者は有機栽培の綿畑「わたたーらんど」の設置や市民の綿栽培参加、後者は「ものづくりメッセ大和高田2007」開催により推進された。

その後20年度には異業種交流会「大和高田ものづくりネットワーク」の起ち上げ、21年度には∞プロジェクトを活用し、ブランド発信の調査研究、23年度には「大和高田ブランド開発委員会」起ち上げ、栽培した綿を使った試作品の開発～「ベビー&キッズエキスポ」「ギフトショー」への出展、地域の産官民学のコーディネートを担う「元気な大和高田創造協議会」発足などを進め、地域ブランド構築活動に弾みがついた。

翌24年度は、ブランド強化をテーマに活動を進めた。地域で育てた綿を「さくらコットン」と名付け、綿を使って開発したベビー用品の販路開拓を行った。平成26年度も、∞プロジェクトの活用によりニット製品開発の調査研究を行いつつ、「さくらコットン」商品の販売促進や販路開拓など継続的に活動を続けている。

② アプローチ法

郷土の誇りと地場産業発展の象徴である「大和木綿の復興」をテーマに、有機栽培による綿栽培とものづくりの両面から取り組んでいる。この2軸は、技術力を持った地域企業の連携により、大和高田産の有機栽培綿を使った「さくらコットン」ブランドの商品として結実する。森田課長は、一連の活動により、地域活性化と大和高田の地域ブランド向上を目指している。

(3) 支援内容

① 関係者のコーディネート

綿栽培の協力企業や商品開発に必要な技術を保有する企業、モニターや商品販売で協力してくれる市立病院看護局や観賞用綿栽培に協力する市民など、会議所が軸となって活動に参加する関係者を集い束ねている。

② ブランド開発

大和高田を全国発信するための「さくらコットン」ブランドを開発し、平成25年には商標登録をした。また、ブランド基準を策定して厳格な管理を実行し、ブランド育成・強化を図っている。

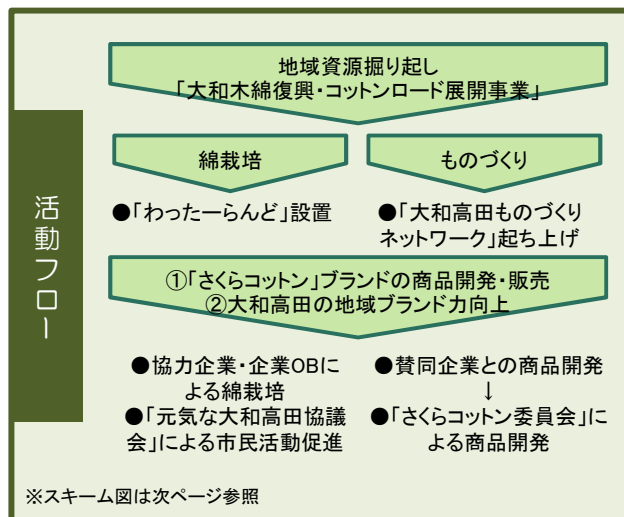
③ 商品開発と、PR・販路開拓

協力会社と共同で、有機栽培綿を使った「さくらコットン」の商品開発を行うと共に、展示会出展やPR・広報活動により、販路を開拓している。



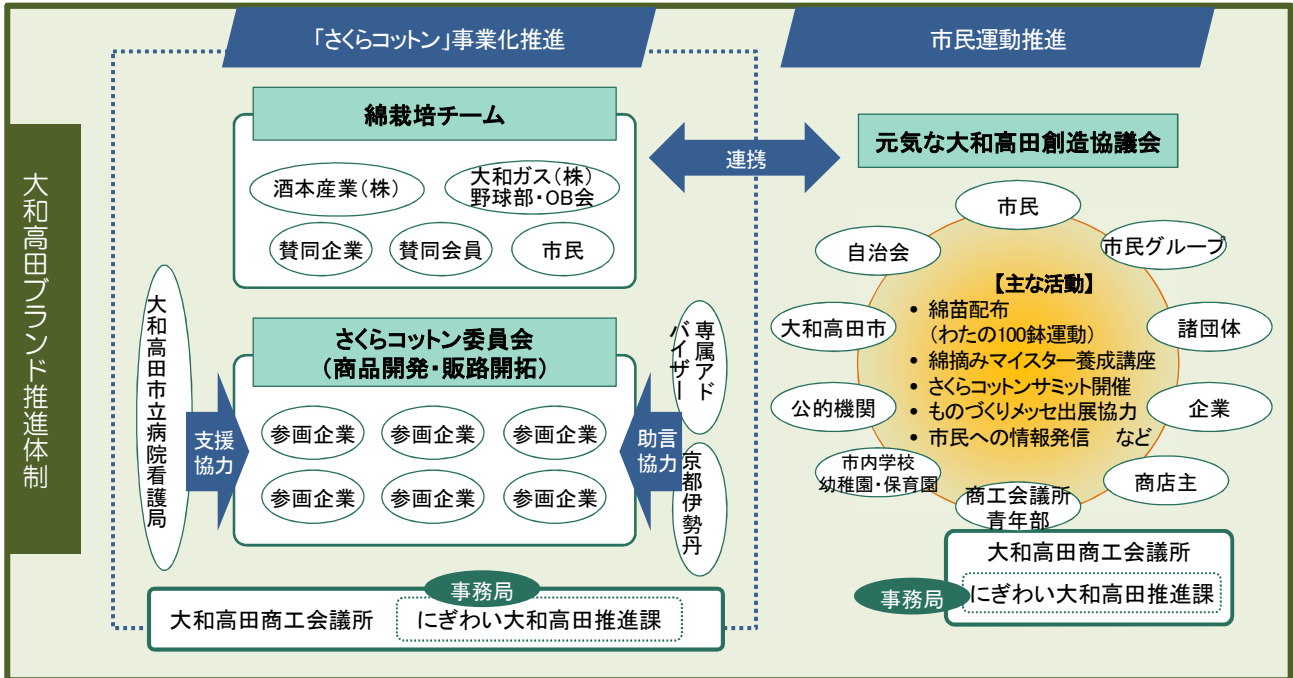
有機栽培された綿を素材として作られたベビー服などの「さくらコットン」商品群。

平成23年の展示会で、試作品の柔らかな肌触りが大きな反響を呼び、バイヤー等からのアドバイスを受けながら、技術力のある会員企業と会議所と共同で商品化にこぎつけた。



大和高田商工会議所
大和高田地域ブランド「さくらコットン」の育成

2. 支援組織・連携スキーム



(1) 「さくらコットン」事業化推進

本活動は、綿栽培と栽培した綿を活用したものづくりの2面が足並みを揃えないと上手く回らない。「さくらコットン」の事業化推進に当たっては、綿栽培チームと、商品開発・販路開拓を行うさくらコットン委員会の2団体で押し進めている。

① 綿栽培チーム

綿栽培の牽引役は、地域のリーダー企業である。社長が会議所会頭を務める大和ガス（株）の野球部とOB会が綿を栽培し、その綿を酒本前副会頭が会長を務める酒本産業（株）が買取って綿種を取除く“繰り綿作業”を行っている。

② さくらコットン委員会

ベビー用衣服を優しい肌触りに作り上げるためには高度な技術が求められる。商品開発・製造に関しては、技術力に定評のある地元企業が連携して取組んでいる。これらメンバー企業と会議所が、モニタリングなどで商品開発に協力してくれている市立病院の看護師や外部のアドバイザー、京都伊勢丹のバイヤーの協力・助言を得ながら商品の開発を進めている。

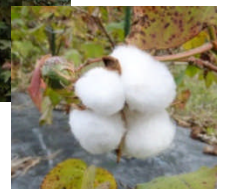
＜さくらコットン委員会＞のメンバー

写真左から：高井ニット株式会社・高井代表、大和高田商工会議所・森田課長、パドック株式会社・福田代表、株式会社ハヤシ・ニットの林代表。
皆さん、地域貢献を第一に、採算性は二の次で商品開発と製造に取組んでいる。

(2) 市民運動の推進

市民運動は、平成23年より「元気な大和高田創造協議会」が担っている。綿の鉢を配布して軒先で栽培してもらった「わたの100鉢運動」や、「綿摘みマスター養成講座」の開催など、大和高田をコットンのまちとしてブランド化するための地域活動は、協議会メンバーの青年部部員や商店主が推進している。

＜綿栽培チーム＞
綿栽培を担う大和ガス株式会社の前田・総務部次長(右)と、OBの中出さん。



この畑で育った綿。綿を手摘みした後、種を取除き(繰り綿)、糸を紡いで生地を編む。手摘み作業に大変な手間がかかるため、「綿摘みマスター」制度により、市民の参加を促そうとしている。

大和高田商工会議所 大和高田地域ブランド「さくらコットン」の育成

3 成果

① 「さくらコットン」ブランドの創出と育成

技術力の高い企業の参画により、バイヤーも関心を持つほどの高品質の有機栽培綿商品が生まれた。価格は高目の高付加価値品であるが、無農薬有機栽培で手摘みの安心・安全が話題を呼び、徐々に販路も広がってきている。

講師に招いた縁で知り合った京都伊勢丹のバイヤーの意見を採り入れて開発した商品が、平成25年6月に京都伊勢丹で店頭販売された。この件などがきっかけとなり徐々に人気上昇し、平成26年には京都伊勢丹のほか伊勢丹立川店、仙台三越など伊勢丹グループの17店舗で期間限定販売され、一部店舗で常設販売も予定されているという。

売上は、取組み当初の平成24年度は27万円であったのが、平成25年度は128万円、平成26年度10月までで237万円と順調に伸びている。

参画企業のネットワークの構築や商品開発ノウハウの獲得も大きな成果である。複数社の協力により商品開発を進めることや、高付加価値商品のニーズの掴み方、適正価格の把握などにより、新たなものづくりのノウハウが蓄積されつつある。

② 大和高田の知名度の向上

一連の活動により、メディアへの露出が急増した。NHK奈良の番組で放送されたり、毎日新聞や産経新聞などの大手紙やローカル紙から何回も取材を受け記事になっている。その度に大和高田の知名度も上がり、地域ブランドを形成中である。

③ 市民意識の醸造

「わったーらんど」設置や「元気な大和高田創造協議会」を中心とした綿の鉢植え運動などの活動により、市民の間で「綿」が歴史的な地域資源であるという認識が生まれつつあるとともに、郷土への想いも深まってきている。



「さくらコットン」を使ったベビー用品。会議所が認めた畑で無農薬有機栽培した綿を85%以上使用した製品のみが「さくらコットン」と認定される。

4 今後の計画

① 商品開発と綿栽培の課題解決

今後は、大人向け商品の開発やデザイン性の向上に取り組むつもりである。既にショールを開発して発売開始している。また、天然染料を使ったカラー染色に取り組む予定もある。

より大きな課題としては、綿の生産量の安定と増加がある。綿栽培をボランティア企業に依存するのではなく、「綿摘みマイスター」制度導入などにより、市民を巻き込んでいく計画である。

② 「さくらコットン」種の用途開発

森田課長は、綿の種を活用した新事業開発を考えている。今は廃棄している綿実を綿実油として食品加工することや、綿実の搾りかすの肥料化などである。そのために農商工連携の活用も視野に入れている。新事業を開発することで、繊維製造業だけでなく、より多くの企業が関与でき、会議所のチーム力の向上が見込まれる。また「さくらコットン」に対する地域の意識の向上も期待している。

5 地域活性化のポイント

- ① 地域ブランドを創出するに当たって、今日では見られなくなったものの、地域産業の礎となった地域資源＝綿を歴史の中から見出した。
- ② 市民活動としての綿栽培を発展させ、「さくらコットン」ブランドを構築し事業化した。厳格なブランド基準（綿栽培基準など）を設定し、ブランド価値の希釈を防いでいる。
- ③ 活動を推進するにあたって、「さくらコットン事業化推進」と、「市民活動推進」の2側面から取り組んでいる。また各々の推進団体を切り分けて活動をしやすくしている。
- ④ “地域で取り組む歴史の復興（綿栽培と繊維産業の復興）と地域ブランド化”というストーリー性の高さがメディアの注意を惹き、メディア露出に繋がった。その後も、話題を継続的に提供することでリピート取材を受け、メディアとの良好な関係を構築している。