

倉敷市児島地区における地域産業に関する研究

—ジーンズ産業を中心として—

A Study on the Local Industry in Kurashiki City Kojima Area

— Summary of Jeans Industry —

井上 近子

(Chikako INOUE)

はじめに

地域産業は、地域社会との密接なつながりの中に存立し、地域の自然的風土と深い関わりをもっている。地域に産出する原材料と伝統的技術の集積によって形成している。地理的に接近した特定の地域内に多数の中小企業が立地するとともに、各企業が受発注取引や情報交流、連携などによって互いに切磋琢磨しながら生産・販売活動を行っている。

本稿では、岡山県倉敷市児島地区を研究対象とした。児島地区は、歴史的に繊維産業が盛んな街であり、国産ジーンズ発祥の地として、全国でも有名である。ジーンズ産業によって地域を振興し、過疎に対処しながら地域に根ざし、地域住民がいきいきと生活するための企業が多く存在している。ファッションの多様化を取り組みながら、生き残りを駆けてデザイン力や提案力を駆使して、独自の製品開発などにより活路を開いている。児島地域のジーンズ産業に焦点をあてて、調査・研究を行ったものである。

I. 地域と地域産業

1. 地域とは何か

地域の形成は、歴史的には自然的風土規定によって形成されたものが多い。地域住民が歴史的風土性を巧みに取り入れ、利用し、経験をへて作り出した縦糸に、地域住民のライフスタイルや価値観の多様化等、変化の多い現代社会に対する横糸を織りなして独自の地域を構成してきた。地域という用語は、多くの問題に関連して近年用いられてきた言葉である。地域は、一定の特徴を持った区域であり、ビジネスや行政上の特定の目的にかなった単位なのである。なかでも地理学者にとって地域という場合は、それが土地に関するものであれ、住民に関するものであれ、工業、農業、人口分布、商業、あるいは都市の影響を受ける領域等が、それぞれの場合、あるいは一定条件において共通に支配し、等質である範囲をいうのである¹⁾。

地域の範囲については、さまざまな規定や区分がなされている。また、地域の範囲は、次第に広域になってきている。個人の行動範囲によっても地域のもつ範囲も異なってくる。特に近年の目覚ましい道路交通体系の拡充によって、地域は一層広がりを見せ、広域圏を形成する

とともに、地域のもつ機能分担が重要性を増している²⁾。

ところで、地域と地域商業の関係から考察してみると、地域は、地域勤労者の生活、社会の成立、そして市場の原点として存在している。地域経済の発展と社会の高機能化のなかで、広く地域勤労者の生活と関わりあいをもち、経済活動の基盤として、また、地域商業の諸活動の背景としても認識されてきた。地域商業が地域勤労者と深く関わりあうのと同時に地域勤労者は、地域と密接に関係がある。地域経済の発展が地域産業機能と地域との間に新しい関係がめばえはじめてきたのである。生活にゆとりと精神的豊かさが重要視される社会では、地域との関係が一段と密接になり、地域の個性を大切にすることが基本である。したがって、「地域とは歴史を通じて存在し、風土と一体化するものであり、地域勤労者の生活そのものを支える基盤なのである。」と地域概念を規定することができる³⁾。

2. 地域産業と社会性

地域産業には、地場産業、伝統産業、産地産業、在来産業などさまざまな呼び名がある。これらの産業を明確に区別することはできないが、地域産業は全国に3,000以上あるといわれている⁴⁾。いずれも資本、伝統的技術、労働力、原材料、立地条件などの経営資源を地域に依存し、工業製品、繊維・衣料製品、雑貨・日用品などの同一業種に属する特定製品やその周辺製品の生産および販売に携わっている多数の中小企業群、あるいは一定の地域における集積をさしている。

中小企業庁編の中小企業白書によれば、「地域産業とは、いわゆる『地場性』を有する産業のことをさすが、より具体的には、地元資本による中小企業群がその地方の経営資源（原材料、技術、人材、販売力等）を活用して、生産、販売活動を行っている産業ということができよう。」と記述されており、さらに中小企業白書では、「地元の経営資源（資本、技術、労働力、原材料等）を活用して独自の企業活動を展開している中小企業が多数存在している。地域によっては、これらの中小企業が一定地域内に集積し、地域産業と呼ばれる一群の中小企業群を形成している。さらに、地域産業のうち、特定の業種に属する中小企業が多数集積し、産地が形成されている。」とも述べられている⁵⁾

地域社会、地域の文化を支える産業を「地域産業」と呼ぶとすれば、ローカルな需要と、その地域の資源を活用して成り立つ地域産業（local industry）もそうであるが、当該産業を中心に経営者、従業員などの製造に携わる地域生産者、そして消費者であるところの地域勤労者、それを取り巻くその他の地域市民、地域の自治体などがその産業に対して共感でき、地域社会の連帯性を強めることのできる性格をもつ産業であれば、それもまた地域産業といえよう。したがって、取引を通じた人間関係、連帯感の形成、その産業に誇りがもてる経営者、従業員、地域住民の価値意識の共有と、理解し合える行動をとることに寄与する、すなわちその土地や地域に根をおろした産業が地域産業といえるのである。そして、経済の域内循環を高めるような産業が、地域の内側から支えられる産業といえよう⁶⁾。

地域産業が地域の「顔」として存在しているのは、地域社会に自然に人間との調和のなかに成立する地域とのコミュニティこそが、人間らしさ、豊かさを希求する地域産業の風土性である。特に地域社会に定着した地域産業は、地域的風土性をもつ産業として、きわめて重要であるといわねばならない。地域産業は、地域社会によって支えられ、地域勤労者、地域消費者、地域住民によって育てられるという考え方に立ち、地域にとって“我がまちの産業”として意識のなかに存在することが、その地域の誇りであるといえよう⁷⁾。

3. 地域産業の類型化

地域産業は、地域に根ざしている産業であり、本社を地域に置き、経営者が地域の一員としてなりきっている地域愛の強い企業群だといえる。また、中小企業が多いことから、その育成・振興については、地域の自治体の産業政策にも大きな影響を与え、重要な位置を占めているといえる。地域産業について、その内容を山崎充教授の類型化にしたがって整理すると、次の5つに区分することができる⁸⁾。

(1) 地域社会密着型地域産業

地域の住民、地域の企業、地域の自治体から生ずる地域や地区で喚起される需要に対して、製品（商品）・サービスを提供するものである。小売業（衣料品、雑貨など）、製造小売業（パン、ケーキなど）、対個人サービス業（クリーニング、保険など）、建築・建設業、自動車修理業などがこれに該当する。このタイプは、多くは中小零細企業群である。

(2) 地場産業型地域産業

地域独自の経営資源（原材料、伝統的技術、人材など）を活用して農産物や海産物、それに関連した加工品など、独自の特産品として生産・販売している中小企業群であるが、市場は先の地域社会密着型地域産業よりは広く、地域はもちろんのこと、全国に販路を求めている。このタイプは、産地、つまり同一業種の中小企業が特定の地域に地域的企業集団として形成し、立地していることが多く見受けられる。

(3) 自前地方企業型地域産業

このタイプは、地場産業型地域産業のように特定の産地を形成せず、いわば一匹オオカミ型の企業群であるといえる。個々の企業が独立的で、その地方に立地する優位性を生かし、地域独自の製品・サービスを提供するか、あるいはその地域でしか獲得されない原料・資源を活用し、伝統的技術を用いて、製品を生産・販売しているといった特性をもっている。市場は地域内から発展して全国や海外に展開をしているところもある。

(4) 全国企業型地域産業

特定の地域に立地しているが、地域性の乏しい企業である。独自の製品開発力、生産技術力を有し、マーケティング能力にも優れ、製品の認知度もあり、得意の分野では高いシェアをもっている中堅企業が多く、製品名および企業名は全国的に知れ渡っている。市場も国内だけではなく、海外にも展開しており、ある意味では地域産業の枠を突き破って、成長してきた中小

企業および中堅企業である。

(5) 大企業生産関連型地域産業

大企業に部品・半製品・製品を供給し、大企業の設備そのものの供給や大企業の生産に付帯するサービスを供給するタイプの下請企業群である。この中には、複数の大企業に部品・半製品・製品の供給、またはサービスの提供を行う独立系のもの、特定の大企業の下請に徹している専属下請型との2つのタイプがある。前者は“脱下請”をはかり、専門加工技術を売りものにして独立性を維持している「専門加工企業」と呼ぶことができる。これらは、いずれも取引先が大企業であり、その関連会社あるいは協力会社と一般的に見られている場合が多い。

地域経済の振興にあたっては、自力で地域の産業を振興させない限り、地域間格差は拡大すると考えられる。企業を構成する地域の住民は、それぞれの地域産業を通じて地域社会の住民と接触しており、その限りでは地域において重要な産業と位置づけられる。

II. 倉敷市の概要

1. 倉敷市のあゆみ

岡山県は、中国地方の南東部に位置する県であり、東は兵庫県、西は広島県、南は瀬戸内海を隔てて香川県、北は鳥取県と接しており、県庁所在地は岡山市にある。

明治以降の岡山県の農業は、備前、備中で江戸後期まで盛んであった綿作の衰退に代わり児島湾岸一帯で水田の裏作としてのイグサ、吉備高原での果樹、タバコなどの栽培が盛んであった。工業は、児島（倉敷市）地区において江戸時代からある綿織物業の伝統を受け継いで、1870年～80年代には県南の市町村に近代紡績が起り、特に1888年に開設された倉敷紡績が、大正末から昭和初期にかけて人造絹糸工業の工場を次々と設立し、発展させて行った。このように工業は、昭和初期までは全体として繊維の軽工業が主体であった。しかし、県は1953年頃から水島（倉敷市）地区を重工業地域にするように計画し、特に58年頃からは、農業県から重工業県への転換を狙って、水島地区の石油化学・鉄鋼コンビナートを実現するため、県の行政・財政をこれに注いだ⁹⁾。それに伴って交通網の整備も進み、瀬戸内工業地域の中核をなす工業県へと発展していった。

倉敷市は、岡山県の南中央部にあり、西部には瀬戸内海沿岸、高梁川の河口付近を取り囲むように位置している。市の規模としては、面積が354.72km²で、人口が483,012人で、世帯数が199,904世帯（2013年7月末、住民基本台帳）である。市内には山陽新幹線新倉敷駅があり、JR山陽本線の倉敷駅と岡山駅間は17分程度で結ばれている。市の南部にある児島地区は、瀬戸大橋で四国と結ばれており、市の北部には山陽自動車道が横断し、東部には瀬戸中央自動車道が縦断している。交通物流の接点としても、重要な位置を占めている。倉敷市は、1967年に倉敷・児島・玉島の旧3市が、71年、72年には庄村・茶屋町が合併して、東瀬戸圏の拠点として発展を続けてきた。さらに、2005年には旧倉敷市と船穂町、真備町が合併して、新しい倉敷市が誕生した。市の特徴としては、行政と観光の倉敷地区、コンビナートを持つ水島

地区、学生服・ジーンズのメッカである児島地区、貿易港と新幹線駅のある玉島地区の4つに分けることができる。それぞれ地区は、地理や歴史の異なる中で、市の経済的・社会的・文化的に重要な役割を担っている。

2. 倉敷市の産業

(1) 製造品出荷額の比較

表Ⅱ-1 岡山市と倉敷市の製造業事業所数・従業者数・製造品出荷額の比較

	製造業 事業所数	全国の比率 (%)	製造業 従業者数(人)	全国の比率 (%)	製造品出荷額 (100万円)	全国の比率 (%)
岡山県	3,838	1.6	146,350	1.9	6,611,585	2.5
		県の比率		県の比率		県の比率
岡山市	899	23.4	29,040	19.8	881,741	13.3
倉敷市	925	24.1	40,613	27.8	3,322,180	50.2

出所：『地域経済総覧2012年版』東洋経済新報社、2011年より編集。

2009年度の経済産業省「工業統計表」によれば、全国の製造業事業所数は235,817で、その中で岡山県は、3,838で全国の1.6%を占めている。岡山県における倉敷市の製造業事業所数は925で、県内の24.1%を占めており、岡山市より26事業所多い。全国の製造業従業者数は、7,735,789人で、その中で岡山県は146,350人で1.9%を占めている。倉敷市における製造業従業者数は40,613人で、県内の27.8%を占めており、岡山市より11,573人多い。また、製造業事業所の1事業所当たりで製造業従事者を見ると、岡山県は38.1人、岡山市は32.3人、倉敷市は43.9人となっている。倉敷市は事業所数も多いが、従事している勤労者も多いことが分かる。

全国の製造品出荷額では、2,652,590億円で、その中で岡山県は、6,611,585百万円で全国の2.5%を占め、第15位となっている。岡山県における倉敷市の製造品出荷額は3,322,180百万円で、県内の50.2%を占め第1位である。県庁所在地である岡山市の数値と比較して、3.8倍の規模を有している(表Ⅱ-1)。

(2) 倉敷市の製造品出荷額の上位5位業種

表Ⅱ-2 岡山市と倉敷市の製造品出荷額の上位5位業種

	1位	2位	3位	4位	5位
岡山県	輸送用機械器具	化学	鉄鋼	石油・石炭製品	食料品
出荷額 (100万円)	1,011,301	989,525	856,129	781,357	439,107
岡山市	食料品	飲料・飼料・たばこ	印刷・同関連	繊維	生産用機械器具
出荷額 (100万円)	140,364	116,948	102,644	80,462	65,427
倉敷市	石油・石炭製品	鉄鋼	化学	輸送品機械器具	繊維
出荷額 (100万円)	771,524	767,699	720,972	543,391	108,886

出所：『地域経済総覧2012年版』東洋経済新報社、2011年より編集。

倉敷市の製造品出荷額の上位5業種についてみていくことにする。同市の上位5業種のランキングは、第1位石油・石炭製品、第2位鉄鋼、第3位化学、第4位輸送品機械器具となっている。県内のシェアについては、石油・石炭製品が98.7%、鉄鋼が89.7%、化学が72.9%とそれぞれの数値が示している。これは水島コンビナート工業地域によるもので、重化学工業などの第2次産業が主力となっており、地域経済の基盤でもある。

また、第5位の繊維については、108,886百万円と岡山市と比較して、1.35倍の出荷額を誇っており、この分野では県内第1位である。倉敷市の繊維は、明治以後に紡績や縫製業が発達して行き、大正末期に足袋の生産から転換した学生服が全国の過半数の生産量を誇った。1963年が生産量のピークであったが時代の変化に伴い衰退し、生産量は明らかに減少しており、カジュアルウェアなどの多種少量生産に移行している。しかし、未だに学生服の生産量は、全国第1位である（表Ⅱ-2）。

3. 児島地区の産業

児島地区は、かつて瀬戸内海に浮かぶ島であったが、江戸時代初期の干拓により陸続きとなった。干拓地の新田は塩気があり、すぐには米作りができないため、塩気に強い綿花が米の代わりに盛んに栽培された。新田で栽培された綿花から糸を紡ぎ、機を織り、木綿織物にして売られるようになり、繊維産業が根付いていった。児島地区の北部は四国を結ぶ信仰地とされており、参拝客に真田紐や小倉帯地が土産として人気を博し、織物業が発展した。児島地区の北部に位置する井原地区（現井原市）は、温暖な気候に恵まれているが、米作に向く土地が少なく、江戸時代から綿花の栽培が盛んで、織物の産地であった。1681～84年（天和年間）頃、伝来した藍の栽培が行われるようになってからは、藍染厚地織物が多く作られ、繊維産業の基礎が築かれた。

昭和になると服装の洋風化の流れに伴い、足袋の裁断・縫製の技術を利用した学生服の産地へと転換した。1937年頃には、ほぼ全国の市場を独占し、学生服の生産のため紡績・撚糸・織物・染色・縫製という一貫生産体制も形成されていった。1952年頃から合繊による学生服の生産が始まり、合繊系以外の学生服メーカーの中で、国内初のジーンズを発売する企業が現れる。

児島地区のジーンズについては、国内で最初にジーンズ生産を手かげたことで有名である。1950年から60年代にアメリカ兵が着ていたジーンズが人気となり、1964年には地元にある製造業がアメリカのデニムメーカーからデニム生地を輸入し、縫製したジーンズを発売している。これが児島地区の「国産ジーンズ発祥の地」といわれる由縁である。現在、児島地区は、縫製、洗い加工業者、生地問屋、あるいはテキスタイル・コンバーターなどの事業者が多く集積している。同県の井原地区（井原市）は、ジーンズ生地であるデニムの産地として、日本を代表する地域である。シャトル織機と呼ばれる機械を使用しており、熟練された技術者を要する。伝統的に受け継がれた職人の技術と古くから使用されてきた機械が織りなす手織りに近い風合いのある生地が有名であり、これが井原地区の特徴となっている。このように児島地区

は、ジーンズの製品（商品）の製造・販売に力を入れているのに対して、井原地区は、ジーンズ生地であるデニムの生産に力を入れており、両地区は、ジーンズに関しては上手な棲み分けがなされている。

Ⅲ. ケーススタディー —児島地区のジーンズ企業—

1. ジャパンブルーグループの会社概要

ジャパンブルーグループは、現在、株式会社コレクト、藍布屋を傘下に持っている企業グループである。1992年に株式会社コレクトをデニム生地の企画、製造、販売の会社として設立し、その後、96年に有限会社藍布屋として、特殊デニム部門を独立させ分社化した。特に有限会社藍布屋は、98年に本藍染工房「藍のぞき」を開業し、当地を訪れた観光客に藍染めを体験してもらうことを狙った事業である。さらに2002年には、児島ジーンズストリートに小売店舗「らんぷや味野店」を開店し、地域に根付いた企業としての道を進んでおり、地域振興の役割を担っている。当社は、ジーンズメーカーとして、岡山県に4店舗、東京都に3店舗の出店をしており、これを基礎に全国展開を目指している。

(1) 有限会社藍布屋

- ①設立：1996年4月25日
- ②資本金：300万円
- ③事業内容：藍布原布および藍染商品、デニム製品の企画・製造・販売
- ④代表取締役：眞鍋寿男
- ⑤従業員数：27名
- ⑥工場：本藍染工房「藍のぞき」、縫製工場「桃太郎縫製工場」、織り工場「織り工房 鶴の工房」
- ⑦直営店舗：「桃太郎JEANS by RAMPUYA」
岡山県（味野本店、中畦店、城下店、倉敷店）、東京都（高円寺店、北青山店、渋谷店）

(2) 株式会社コレクト

- ①設立：1992年11月2日
- ②資本金：1,000万円
- ③事業内容：デニム・綿織物の企画・製造・販売
- ④代表取締役：眞鍋寿男
- ⑤年商：18億9,700万円（2009年2月実績）
- ⑥従業員数：25名

有限会社藍布屋は、2005年に商標登録された藍染め「桃太郎ジーンズ」の発売元で有名である。特徴としては、創業当時生地メーカーだった関係から、現在も生地を自社製造しており、染料と織りにこだわりを出している。通常、ジーンズの染料としては、合成インディゴを使用するのが一般的であるが、同社は化学物質を一切使用せず、天然の藍を使用している。デ

ニム生地の織については、手織りによる生産とシャトル織機の2つの方式を採用している。このように当地区でも生地から製品まで、一貫した工程を行っている企業は少ない。そのため、価格は、手織りジーンズで最高級品が約178,500円程度であり、シャトル織機のジーンズでは、最高品で約47,250円程度となっており、両者の商品とも高価格帯で販売されている。なお、ボリュームゾーンとしては、約20,000円程度から30,000円程度の価格設定をしている。

近年、最新式の織物機械を導入し、コスト削減と大量生産を実現し、安価な労働力を採用することで、低価格製品を実現していく企業が多く見られる傾向があるが、同社は地域産業として、原材料、伝統的技術などにより、高品質な製造・販売に取り組んでいる。製品に手織りの風合いを出すため、伝統的な力織機を使用しており、部品の破損によるメンテナンスは大変で苦労しているようである。だが、当地区やその周辺には織機修理ができる技術力の高い職人が存在しており、彼らの支えのお陰で継続的で安定的な生産を可能にしている。

眞鍋寿男代表取締役社長は、児島地区の地域活性化のため、積極的な活動を行っている人物である。味野商店街にジーンズの販売店などを集めた協同組合「児島ジーンズストリート」の代表をしており、推進協議会の会長でもある。2005年に推進協議会は、倉敷市の支援によって、ジーンズショップ、ジーンズ工場、ミュージアムなどを巡る路線バス「ジーンズバス」を運行に携わっており、その企画の推進者でもある。

2. 有限会社キャピタルの会社概要

- (1) 設立：1986年
- (2) 資本金：500万円
- (3) 事業内容：デニム製品、カジュアルウェアの企画・製造・販売
- (4) 代表取締役：平田 俊清
- (5) 従業員数：103名

平田俊清代表取締役は、兵庫県神戸市出身であるが、妻の出身である児島を訪れたときにジーンズの生産地であることを知り、直ぐに、当時エドウィンのOEMを行っていた会社に就職した。その後、独立してジーンズの製造企画、販売の会社を立ち上げることになる。

当社は、設備投資のかかる織機をもたないファブレス企業として、製品開発や独自の企画を行い、機屋に生地生産の発注をしているが、その多くは手織り生地である。上記の藍布屋が生地に特徴があるのに対して、同社は、ソフト部門であるデザインに特徴があるといえる。特に民族衣装にヒントを得たデザインは、ユニークでオリジナリティがあり、独自の雰囲気を持つものが多く、企画され製品化されている。企画した生地は、2013年春夏メンズのルイヴィトンで発表されたコレクションにおいても使用されている。

3. 有限会社ダニアジャパンの会社概要

- (1) 設立：1992年4月

- (2) 資本金：600万円
- (3) 事業内容：デニム製品の企画・製造・販売
- (4) 代表取締役：兼光 治
- (5) 従業員数：2名

有限会社ダニアジャパンの大きな特徴は、糸の原材料となる綿について、ニューメキシコ産コットンを使用している。企画は自社開発で行っているが、製品の90%を児島地区にある生地工場、縫製工場に生産を発注しており、地域密着型企业といえる。オリジナル商品以外に、東京都の有名セレクトショップから依頼によるダブルネーム商品も数多く手がけており、また販売量は少ないものの関東圏に販売先の焦点を置こうとしていることが理解できる。もちろん、児島ジーンズストリートにも出店しており、同地区を訪れる観光客に対しても販売をしている。

兼光治代表取締役は、地域イベントの際には、ジーンズストリートのキャラクター「Gパンだ」の着ぐるみの中に入ってPR活動などを行ったりし、汗を流しながら児島ジーンズの活動に積極的に参画しており、地域のリーダー的な存在の1人である。

4. 有限会社サイオーの会社概要

- (1) 1964年
- (2) 資本金：3,600万円
- (3) 事業内容：デニム製品、カジュアルウェアの企画・製造・販売
- (4) 代表取締役：三野 高明
- (5) 従業員数：27名

1948年に三野勝義氏が創業したのが当社の始まりである。その後、作業服、子供服、アウターウェアなどを中心とした製造業に転換して、1958年に株式会社に改組して、社名を三野産業株式会社した。1964年に三野高明氏が、デニムを使ったカジュアルウェアの企画・販売が主たる業務内容に特化した有限会社サイオーを立ち上げて、分社化し、業務・商品の差別化をしたグループ経営を行っている。市内のジーンズストリートに直営店があるほか、全国各地に卸している。創業当時から使用している自社工場は、店舗から車で5分ほどのところに位置し、約1,000坪の広さをもっている。生地は、岡山県内や広島県のデニムメーカーから仕入れ、パターンから裁断、縫製などについては、自社工場で行っている。営業担当者は、商品企画も兼任しており、自社の縫製技術を生かした商品企画をベースに、各店舗の顧客ニーズを商品に反映できるという強みをもっている。また、工場では、中国から研修生を受け入れて、3年間の技術指導を実施している。

IV 方向性と役割

1. 自治体の取り組みと方向性

- (1) 児島商工会議所の活動

児島地区は、国産ジーンズ発祥の地として注目されており、児島商工会議所を中心として、ジーンズを「核」としたまちづくりと観光客誘致の取組みを推進している。そのため、織物や学生服メーカーなどが資料館を開設して消費者に告知活動の実施や工場見学やアウトレット品販売の場を設けるなど、産業観光としての動きも活発である。具体的な取り組みは、瀬戸内海に面した児島を「白・藍・糸・紡、せんい児島」としてブランディングし、高い技術と品質を誇る児島のジーンズと繊維産業を周知し、繰り返し児島に足を運んでもらうためのプランづくりを展開している。特徴としては、収穫・見学・体験などの産業観光、高い技術とオリジナリティあふれるジーンズや繊維製品探し、繊維関連技術の習得など、訪れる方の多様なニーズに対して、オンデマンドでルート案内できる仕組みづくりを実施している。

(2) 児島ジーンズストリート

2009年11月、児島商工会議所、地元メーカーが中心となって、児島ジーンズストリート推進協議会を設立し、古い商店が立ち並びレトロな雰囲気が漂う味野商店街に「児島ジーンズストリート」を誕生させた。「旧野崎家住宅（国の重要文化財）」と「野崎の記念碑」を結んだ街路を中心に、児島産ジーンズメーカーなど22店舗（2013年3月現在）が出店している。本藍染めの手織りジーンズで人気の桃太郎ジーンズ、「ぬきえもん」「ダニア」ブランドで知られるダニアジャパン、メイドイン岡山・倉敷ジーンズの倉敷天領デニム、正藍屋の直営ショップ「ピュアブルージャパン」など、こだわりのジーンズショップを巡ることができる。

(3) せんい児島瀬戸大橋まつり

児島地区では、毎年春と秋の年2回、繊維大即売会「せんい児島瀬戸大橋まつり」が開催されている。毎回、会場には、地元繊維メーカーなど200張りを超える即売テナントが並び、ジーンズや作業服が格安で販売され、大勢の人で賑わっている。関西、四国からの来場者も多く、期間中の来場者は約12万人の人々が集まってくる。これは岡山県内において最も動員数が多いイベントの1つに数えられている。1955年に第一回が開催され、その後、「児島繊維祭」「せんい児島まつり」「せんいのまち児島フェスティバル」と名前を変えながら今日まで続いている。

(4) ジーンズラッピングバス

地元の下津井電鉄株式会社が、縫製工場やジーンズショップ、旧野崎家住宅などの観光施設を巡る便利なバスを運行している。バス車体の外装にデニムに関する広告はもちろん、車内の額縁デニム広告、さらにシート、つり革、カーテンなどいたるところにデニムが使用されている。公共交通機関としてバスは、ジーンズの街としての雰囲気作りに貢献している。

2. 倉敷市児島産業振興センターの役割

2011年4月に倉敷市児島産業振興センターは、倉敷市の地域産業を多角的にサポートする施設としてオープンした。館内には工業用ミシンを使った小物づくりができる「地場産業ワークスペース」、地域の特産品を展示した「地域紹介コーナー」、セミナーなどに利用できる「多

目的コーナー」、そして5つの貸し会議室を備えている。また、当センターは、大きな柱の1つとして「インキュベーション」の事業がある。ジーンズはもちろんのこと繊維関係のデザイナーを目指す若者達の起業・創業期を支援するべく、工房やオフィスとして使用できる空間「デザイナーズインキュベーション」7室を館内に設けている。さらには、ワークスペースの施設やスタジオの施設などが使用できるし、入居から事業展開までをサポートするインキュベーションマネージャーも常駐していることが特徴として上げられる。このように、倉敷市児島産業振興センターでは、資金力やビジネスノウハウに乏しい、創業間もない企業、起業家に対して、研究開発や製品開発のためのスペース、設備などを賃貸すると同時に、経営アドバイスや経営資源調達に関する支援を行い、事業立ち上げの成功と成長を促す役割を担っている。次の世代を背負う若者達の潜在力を引き出すことを目的に、将来を見据えた考え方といえよう。

3. 組織化への期待

児島地区では、ジーンズ産業の組織に関して、任意団体の推進協議会などを中心に事業活動を推進してきたが、2013年3月に児島地区味野にある児島ジーンズストリートの出店業者らが集まり「児島ジーンズストリート協同組合」を設立した。協同組合の事業はそれ自体の利益を目的に行われるのではなく、組合員の経済を直接助成することを目的に行われるのであり、組合員から離れては存在しえない。

この組合が組織化することによって持つ役割は、第1に合理的に力を合わせることで、強い力を発揮することができる。協同組織においては、相互扶助の精神を出しあうことが大切であり、価値実現力を生むことができよう。第2に児島地区ジーンズ産業の対策推進の足場である。中小企業を発展させるためには、中小企業政策があり、具体的な施策が実施されている。その「施策の受け皿機能」としての重要性が高いといえる¹⁰⁾。このように「児島ジーンズストリート協同組合」は、児島地区ジーンズ産業における政策の中心的な役割を担うものとして、期待されるのである。

おわりに

児島地区ジーンズ産業の連携による経営革新は、ヒューマンネットワークによる相互扶助の場であり、参加企業が各々有する中核能力を惜しみなく出し合う場である。自社の持つすぐれた経営資源を互いに出し合わなくては、革新的なジーンズ産業は生まれない¹¹⁾。これからは、特に伝統的な技術、消費者ニーズに合った商品企画など、需要を創造するモノづくりに一段と取り組む姿勢が必要であろう。また、企業間同士は、信頼と協力、相互扶助の形を地元で形成し、親しく交流できる風土を築き上げることが望まれる。それが地域活性への挑戦にも繋がって来よう。

【注】

- 1) R.E. ディキンソン著、木内信蔵・矢崎武夫訳『都市と広域』鹿島研究所出版会、3頁参照、1974年。
- 2) 百瀬恵夫稿「地域産業の風土性とコミュニティ」百瀬恵夫・木谷一松編『地域産業とコミュニティ』白桃書房、7頁参照、1986年。
- 3) 今村哲著『地域商業の構造変化と地域経済の活性化に関する実証的研究—都心百貨店を中心とする事例研究—』明治大学大学院、1～2頁参照、1994年。
- 4) 伊藤正昭著『新地域産業論』学文社、167頁参照、2011年。
- 5) 中小企業庁編『昭和56年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1981年。中小企業庁編『58年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1983年。中小企業庁編『昭和59年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1984年、などを参照。
- 6) 伊藤正昭稿「地域産業の視点」百瀬恵夫・木谷一松編『地域産業とコミュニティ』白桃書房、15頁参照、1986年。
- 7) 今村哲稿「大店法緩和と地域商業の構造変化に関する研究」明治大学大学院『明治大学大学院紀要第29集政治経済学編』367頁参照、1992年。
- 8) 山崎充著『地域産業の見直し』中央経済社、23～26頁参照、1987年。
- 9) 平凡社編『世界大百科事典4』平凡社、168～169頁参照、2007年。
- 10) 三浦一洋稿「中小企業の組織化」百瀬恵夫・伊藤正昭編『中小企業論』白桃書房、268頁参照、1991年。
- 11) 百瀬恵夫著『中小企業と地域産業の人材育成』同友館、106～107頁参照、2009年。

【参考文献】

1. 伊藤正昭著『新地域産業論』学文社、2011年。
2. 今村哲著『地域商業の構造変化と地域経済の活性化に関する実証的研究—都心百貨店を中心とする事例研究—』明治大学大学院、1994年。
3. 今村哲編著『ベンチャービジネス（ベンチャーリング）』学文社、2006年。
4. 岡山県編『岡山県の繊維産業』岡山県、2011年。
5. 清成忠男著『地域産業政策』東京大学出版会、1986年。
6. 倉敷市総務局総務部総務課編『倉敷市統計書（平成24年度版）』倉敷市、2013年。
7. 中小企業庁編『昭和56年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1981年。
8. 中小企業庁編『58年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1983年。
9. 中小企業庁編『昭和59年版中小企業白書』大蔵省印刷局、1984年。
10. 服部銈二郎著『都市を読む地域を診る』同友館、1988年。
11. 平凡社編『世界大百科事典4』平凡社、2007年。
12. 室井鐵衛編『地域とマーケティング』国元書房、1993年。
13. 明治大学大学院『明治大学大学院紀要第29集政治経済学編』1992年。
14. 百瀬恵夫・伊藤正昭編『現代中小企業論』白桃書房、1980年。
15. 百瀬恵夫・伊藤正昭編『中小企業論』白桃書房、1991年。
16. 百瀬恵夫・木谷一松編『地域産業とコミュニティ』白桃書房、1986年。
17. 百瀬恵夫著『中小企業と地域産業の人材育成』同友館、2009年。
18. 百瀬恵夫著『新協同組織革命』東洋経済新報社、2003年。
19. 山崎充著『地域産業の見直し』中央経済社、1987年。

以上