

# 繊維産業の地域連携事業への取組について

大阪産業経済リサーチ&デザインセンター 主任研究員 小野 顕弘

## 1. はじめに

日本は、かつては繊維製品の世界的な産地でしたが、特にバブル崩壊以降は、アジア地域などの生産の拡大に伴いその規模が急激に縮小しており、昨今は産地内の分業による生産体制の維持が難しくなるなど厳しい状況となっています。しかし一方で、市場は、多様化の進展で「もの」から「こと」への志向の変化が進んでおり、それを支える生産背景として繊維産地や職人技術などへの関心が高まっていることから、改めてそれらを地域資源として捉え直し、それを活かした地域の活性化への取組が各地で進められています。

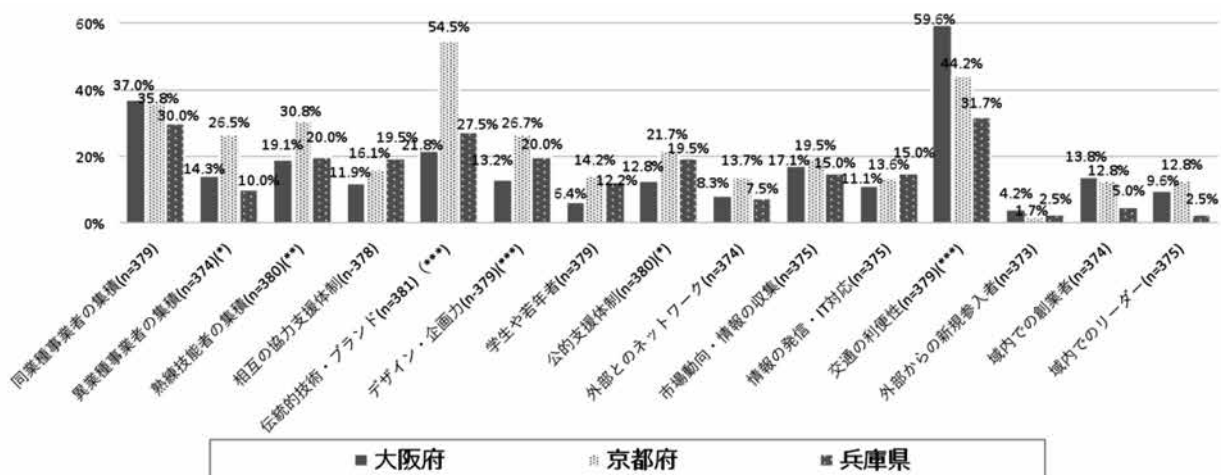
そこで、当センターでは、大阪府・京都府・兵庫県の繊維工業事業者を対象に、繊維産地の経営実態や地域資源を活用した取組状況などについて、平成30年に調査を実施し、報告書としてとりまとめました。本レポートでは、その概要を説明します。

(※なお、本分析ではカイ2乗検定を実施し、※※※は1%、※※は5%、※は10%でそれぞれ有意であることを示しています。)

## 2. 繊維産地の状況について

各府県の繊維産地の状況を各項目の充実度で示したものが図表1ですが、いずれの府県でも「同業種事業者の集積」は3割超の企業が「充実している」と回答しており、現在でも一定の産業集積は維持されていると考えられます。また「交通の利便性」を挙げる企業も多く、発展を続ける流通網は三府県の大きな強みとなっています。また、京都府は、「伝統的技術・ブランド」(54.5%)の他、「熟練技術者の集積」(30.8%)、「異業種事業者の集積」(26.5%)、「デザイン・企画力」(26.5%)についても他府県より評価が高く、知名度の高い「京ブランド」とそれを支える技術が強みとなっています。しかしいずれの地域も、「外部からの新規参入」、「学生や若年者」、「外部からの新規参入者」など地域を支える人材の充実度は低く、人的体制面には課題を抱えているといえます。

図表1 産地の状況について



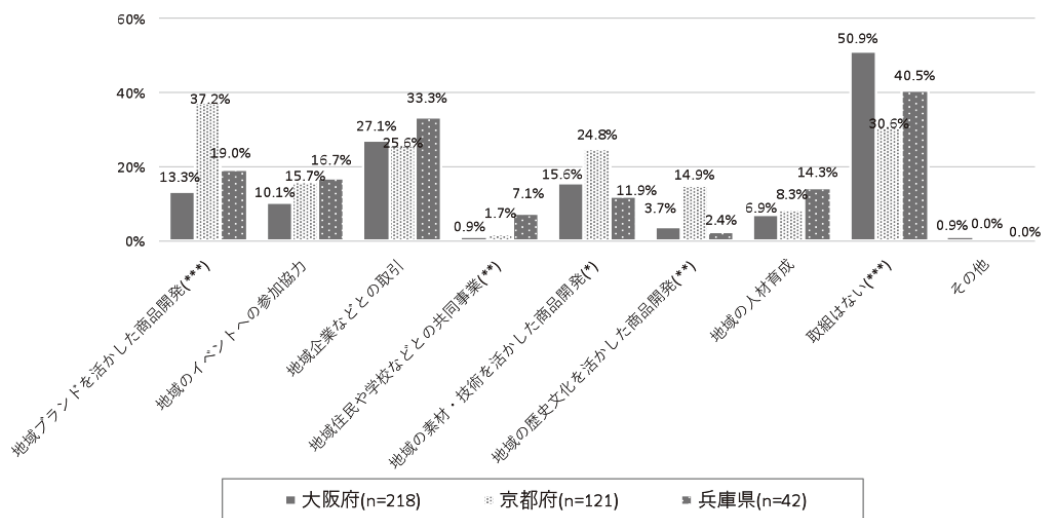
### 3. 地元地域との関わりについて

次に、産地や地元地域との取組の状況をみると（図表2）、いずれの府県でも「地域企業などの取引」は3割程度あり、地元企業間での取引は活発となっています。また京都府は、「地域ブランドを活かした商品開発」（37.2%）や「地域の素材・技術を活かした商品開発」（24.8%）など、京ブランドやその技術背景に対して、より積極的に活用していこうとする姿勢がみられます。しかし大阪府や兵庫県は「取

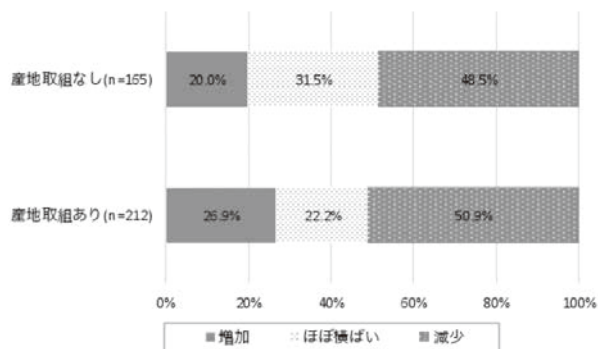
組はない」とする比率が京都府よりも高く、地域との取組にはやや消極的な姿勢がみられます。

さらに産地取組と業績の関係を見たものが図表3、4ですが、地域との関わりを持つ企業は売上高や収益性が好転している企業の比率が高く、地域連携の取組は経営にプラスの効果があるといえます。つまり、地域色を訴求した商品や事業は、昨今の市場で一定の支持を得ていると考えられ、それらは繊維産地の取組の方向性として適切なものと考えられます。

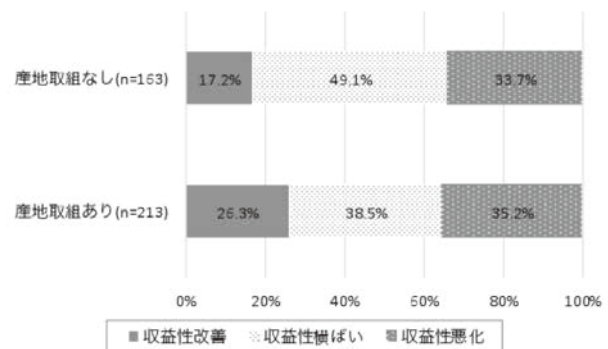
図表2 地域との具体的取組



図表3 産地取組と売上高との関係(※)



図表4 産地取組と収益性との関係(※)



### 4. おわりに

以上から、関西の繊維産地は現状でも機能しており、地域連携も様々な取組が実施されていますが、それは単なる地域貢献というよりも、事業という視点を持って展開することで業績に結び付けている企業も多いと考えられます。しかし、実際には国内の繊維産地は規模が縮小しており、今後の産

地の存続に向けては若年者やリーダーの不足など人的課題への対応が重要となると考えられます。その中で大阪府は、現状、地域との連携への取組はやや消極的な姿勢がみられますが、交通面や企業・人的集積などで強みを有することから、今後はそれら連携の結節点としての機能を発揮することで、産地の発展や地域の活性化に寄与することが期待されます。