

【資料編】

1. 本場結城紬振興調査推進協議会委員名簿

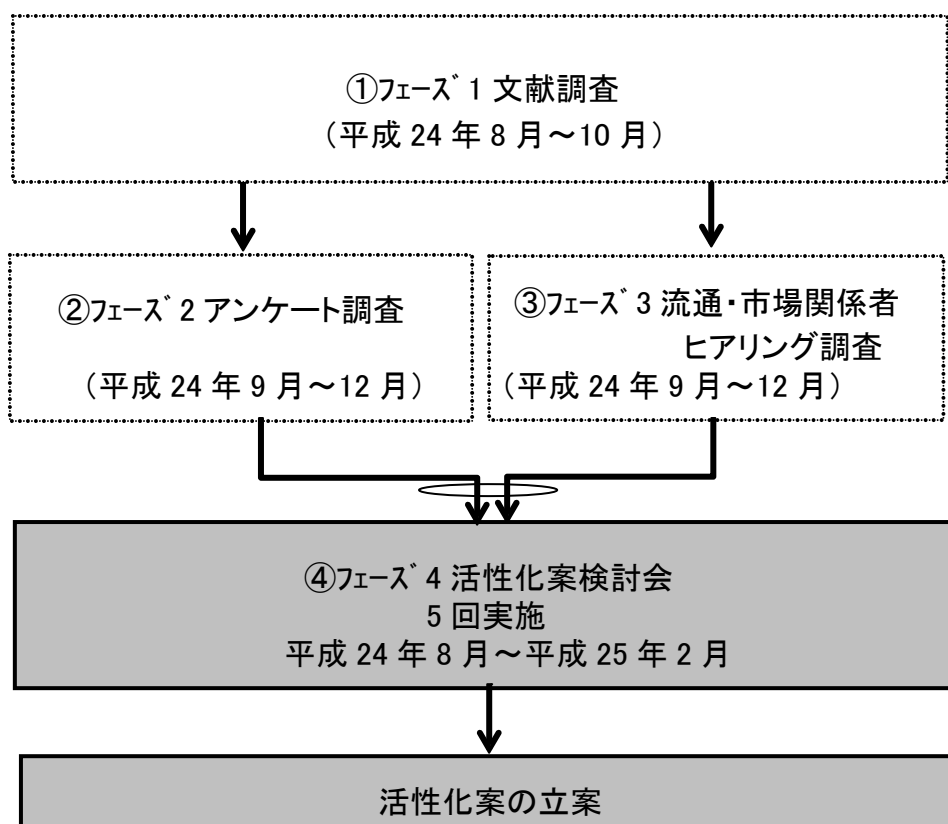
	選出区分	選 出 団 体 等	委 員 氏 名
1		小山市長	大久保 寿夫
2	学識経験者	宇都宮大学教育学部教授	清水 裕子
3		栃木県紬織物技術支援センター特別研究員	嶋田 和正
4	生産関係者	栃木県本場結城紬織物協同組合理事長	石川 好太郎
5		本場結城紬原料商共同組合理事長	須藤 燐
6		本場結城紬染色工業組合代表	坂入 則明
7		伝統工芸士（製糸）	山口 美佐緒
8	販売関係者	桑絹商工会会長	上野 弘夫
9		いせやきもの館代表取締役社長	柴田 裕司
10		本場結城紬 手織り工房代表	小島 義晴
11		テーラーハヤミ	速見 誠
12	広報関係者	テレビ小山放送株式会社代表取締役	増子 健一
13		小山ブランド創生協議会幹事会	大久保 雅道
14	着用推進関係者	小山市茶華道協会会長	松本 幸星（幸子）
15		清水学園・福田和裁着付教室室長	福田 悟子
	オブザーバー	栃木県工業振興課 課長補佐兼地域産業担当 G L	阿久津 守男
	事務局	経済部長	大久保 誠
		工業振興課長	溝口 謙治
		同課 工業振興係長	古川 都
		同課 工業振興係	砂山 俊之
		同課 工業振興係	吉森 映子
		商業観光課 ブランド創生推進係長	竹澤 奈緒美
		農政課 生産振興係長	松沼 健

2. アクションプラン策定のプロセス

文献調査、産地組合員アンケート調査、産地外流通関係者へのヒアリング調査並びに「本場結城紬復興振興協議会」の討議内容をふまえ、小山市本場結城紬復興振興計画としての「アクションプラン計画」を策定した。

アクションプラン策定の手順は次の通りである。

アクションプラン策定の手順



3. 本場結城紬復興振興5ヵ年計画策定のための事前調査

(1) 調査の目的・位置づけ

千年以上にわたり多くの先人たちの創意工夫によって伝承されてきた結城紬は、昭和31年に「重要無形文化財」、昭和52年に「伝統的工芸品」の指定を受け、また平成22年にユネスコ無形文化遺産に登録され、日本の代表的な紬織物と認識されるほどの高品質の紬織物を生産し続け、名実ともに呉服業界で確固たる地位を築いてきた。しかし、昭和50年代の後半ごろから継続して需要が落ち込み、とりわけ平成19年以降急落している状況にある。

本調査の目的は、小山市結城紬産地が持続的に活況を呈する振興策を立案するための基礎情報を得ることにある。

本年度策定することになる「本場結城紬復興振興計画（活性化アクションプラン）」を実現性のあるものにするためには、「正確で客観的な環境認識と自産地・自事業の現状認識」が不可欠であるが、そのためには産地内外の着物・着尺生産と販売のそれぞれの現場から幅広く多面的に情報を収集し、見極める必要がある。

本場結城紬の販売額・生産額の落ち込みについては、消費者の生活様式の変化を含めた外部要因と、産地における流通、販路開拓、後継者育成・確保、普及宣伝、新商品開発などの内部要因のそれぞれが挙げられる。

本場結城紬の強みを活かした産地戦略を立案する上で、産地独自の課題とともに、上記外部要因、内部要因の両面から産地の問題点を正確に把握し、課題の優先順位付けを行うため、協議会委員会における討議・意見集約に加えて、産地内の意見を広く集約する意味で組合員対象のアンケート調査を実施し、さらに消費者ニーズにより近い位置にある産地外の流通企業、呉服専門小売店の意見や問題意識を把握する目的のヒアリング調査を併せて実施する。

小山市本場結城紬産地として本場結城紬の産地競争力の強化を実現するためには、産地を担う人々が多面的で正確に情報武装・情報共有した上でベクトル（方向性）を揃えた前向きな努力をすることが求められる。しかし、情報が一方的で偏っていたり情報不足の中では関係者の活性化ベクトルは小さく、また方向が一致しない。

「活性化への智慧や課題は机上やインターネット検索上にはなく、必ず現場（その現場とは、産地内の現場、産地外の小売の現場・中間流通の現場など）にある」ということから、本調査の位置づけは、主にヒアリング調査やアンケート調査などの手法により産地内外の現場の問題意識、現状、課題への挑戦結果の評価などを各現場から聴き・集約することを通じて、多くの消費者に受け入れられる「よりの確な商品」をつくって「よりの確なルート」を介して提供するための不可欠な情報ソースを得るために実施するものである。

（２）調査事業の概要

〔１〕情報収集・調査の概要

基礎的な情報収集のための文献調査（業界紙誌、専門書、政府・団体調査資料、貿易統計等）、産地関係者の問題意識を集約するためのアンケート調査、流通関係者・呉服専門店への訪問ヒアリング調査を実施した。なおアンケート調査、ヒアリング調査の項目については、小山市本場結城紬振興調査推進協議会で問題意識を集約して作成した。

上記調査結果をもとに、かつ本場結城紬振興協議会作成の「本場結城紬産地振興計画 24年 2 月」を基礎資料として踏まえた上で、産地関係者との意見交換内容を核にして、商品開発、用途開発、販路開拓、流通構造の改善、ブランド政策やPR含めたマーケティング発信、後継者育成等の多角的視点からの提言・活性化アクションプランを作成した。

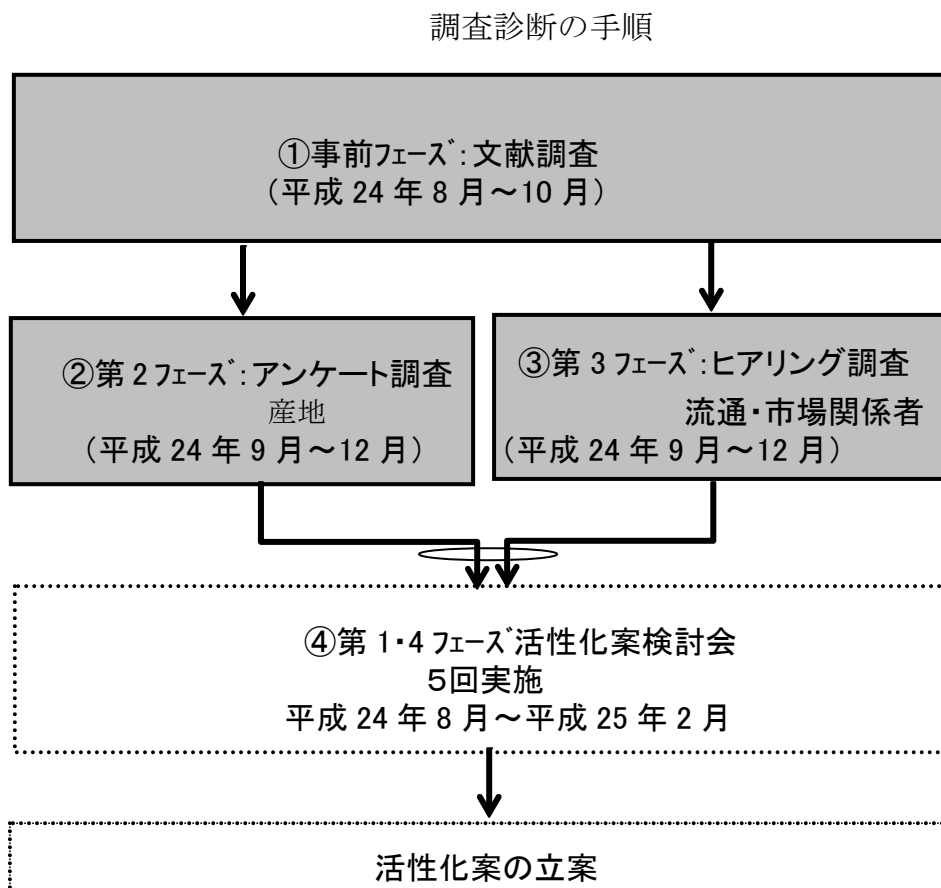
〔２〕方針

生産サイドの問題・課題等については、小山市本場結城紬振興調査推進協議会委員の問題意識と組合員対象のアンケート調査を基礎におき、一方市場サイドの問題・課題については、主に産地外の関係者・業界キーマンの意見を収集・分析し、その上に和装関連商品分野・商品の活性化に関わる事業・業務に数多く携わってきたシンクタンクとしての東レ経営研究所の智恵とノウハウを乗せて、その解決方向や進むべき方向性とその実現のための具体的活性化アクション・プログラムを処方箋としてまとめることを最終目的として調査事業を実施した。

基本スタンスとしては、消費者が求めているものを知り、作り、提供するというモノづくりの原点に立ち戻り、伝統的製法・技法を守りながらも、より多くの消費者に受け入れられる「より現代の生活スタイルに適合した商品」を提供するには、どのようにすべきかを考え、商品作りから、PR・情報発信の在り方、さらには流通の在り方まで含めて、多面的に取り纏め・提言するための情報ソースをヒアリング調査、アンケート調査、文献調査から得た。

〔3〕 調査の構成

調査診断の手順は次の通りである。



①文献調査

新聞雑誌、専門誌、呉服雑誌、ファッション雑誌、他調査報告書、ウェブサイトなどの公開文献調査（デスクリサーチ）を実施した。呉服産業のマクロ動向、業界動向などを調査し、現在の呉服産業の抱える課題や取り組みを把握する。本調査により呉服産業全体の課題と結城紬特有の課題を整理した。

②産地「アンケート調査」

産地（栃木県小山市）の織元を対象に実態を調査した。

アンケート調査は織元の抱える問題や実態を把握することを主眼として実施した。

「アンケート調査」主な質問項目

- ・ 事業者の年齢
- ・ 従業者数
- ・ 従業者の年齢構成
- ・ 伝統工芸士の人数
- ・ 取引先
- ・ 取引形態
- ・ 生産額の推移
- ・ 今後の生産予測
- ・ 織り機の保有台数
- ・ 伝統的工芸品指定の技法・原材料指定で生産している製品の割合
- ・ 後継者育成
- ・ 経営課題（技術開発、新商品開発、原材料開発など）

③流通・市場関係者「ヒアリング調査」（主に消費地）

産業を取り巻く状況を把握し、産地の方向性を明確にするために、流通関係、市場関係者などにヒアリングを実施する。流通関係者は「集散地問屋」「小売店（百貨店・呉服専門店・通販業者）」などを訪問し、それぞれの結城紬への問題認識や期待などについて聴取した。

「ヒアリング調査」主な質問項目

- ・ 着物販売に関する基本的な考え方・仕入れ方針・見通し
- ・ 着物販売の新しい試み
- ・ 結城紬の取り扱い実績
- ・ 結城紬産地・本場結城紬商品への要望
- ・ 本場結城紬の可能性・課題
- ・ 産地との関係・取り組み
- ・ 顧客（消費者）との独自の関係づくり
- ・ 顧客（消費者）ターゲット層
- ・ 顧客（消費者）の変化・動向
- ・ 販売促進手法・マーケティング戦略

〔4〕 調査スケジュール

本業務は次のスケジュールで実施した。

実施スケジュール 業務項目	平成24年					
	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月
事前フェーズ：文献調査		●	—	●		
第2フェーズ：アンケート調査 (産地組合対象)						
アンケート内容立案		●	—	●		
アンケート票等作成			●	—	●	
アンケート発送・回収				●	—	●
アンケート入力・集計・分析					●	—
第3フェーズ：ヒアリング調査						
ヒアリング先選定・依頼		●	—	●		
ヒアリング実施			●	—	●	
ヒアリング結果とりまとめ				●	—	●

(3) 組合員アンケート調査結果

栃木県本場結城紬織物協同組合の組合員が本場結城紬の活性化についてどのような考えを持っているのかを知るため、組合員全員を対象にアンケート調査を実施した。

その結果の明細は次の通りである。

アンケート依頼状およびアンケート票：末尾添付の通り。

調査票発送日：2012年10月19日（金） 小山市経済部工業振興課から各組合員に郵送

発送数：52通（組合員全員）

締切日：2012年10月31日（水） 各組合員から東レ経営研究所に直接郵送

回収数：26通

回収率：50%（回収率50%の集計結果を2倍すれば産地の実態に近いイメージになるのか、それとも回答のなかった50%は実際には生産活動をほとんどしていない組合員で、今回の集計結果が栃木県本場結城紬産地の実態をほぼ示したものなのか、協議会で検討した結果、今回の集計結果が産地の実態に近いのだろうとの結論となった）

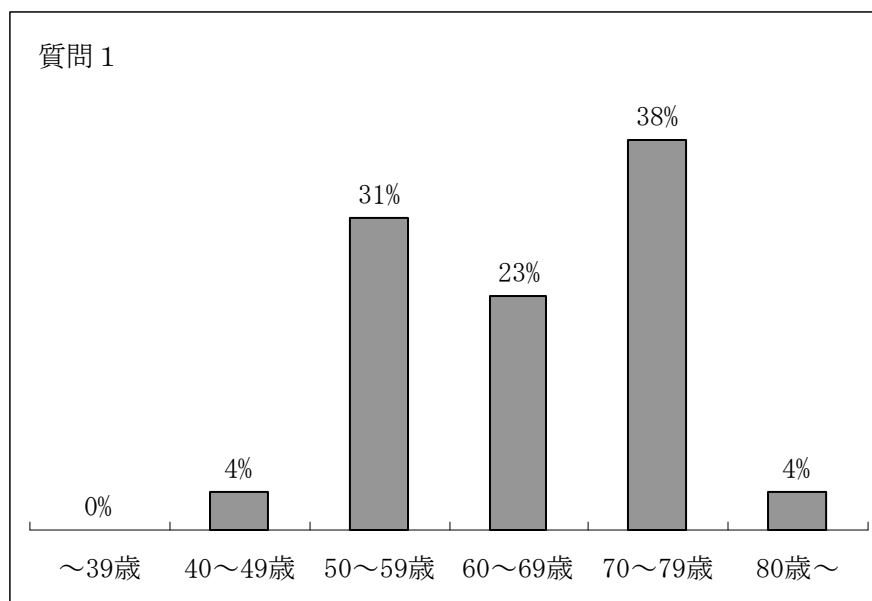
集計結果

①組合員の年齢

70歳以上が42%に達しており、組合員の高齢化は極度に進んでいる。30歳代以下の組合員はまったく居

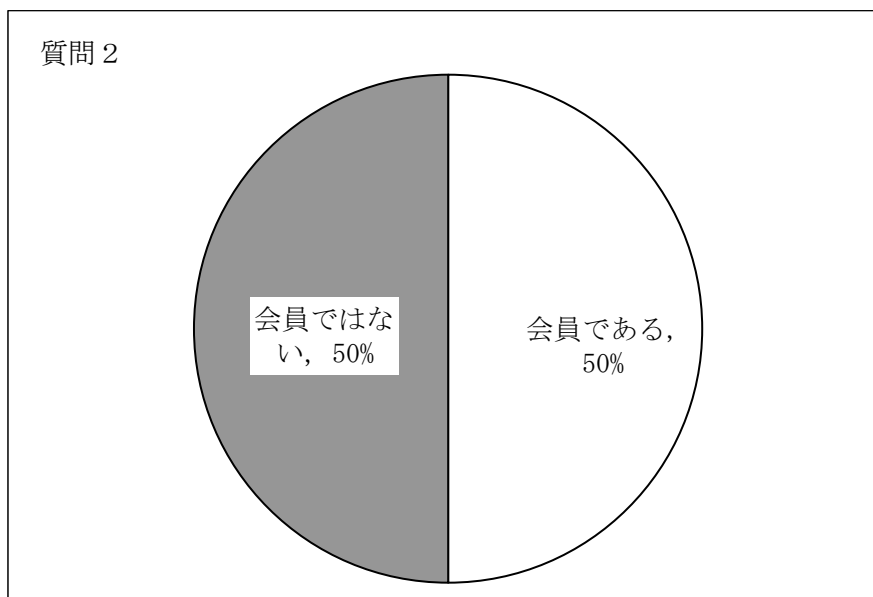
ない。

しかし、59歳までの組合員が35%いると言うことは、このメンバーであと20年くらいは生産活動を続けられるということも可能である。



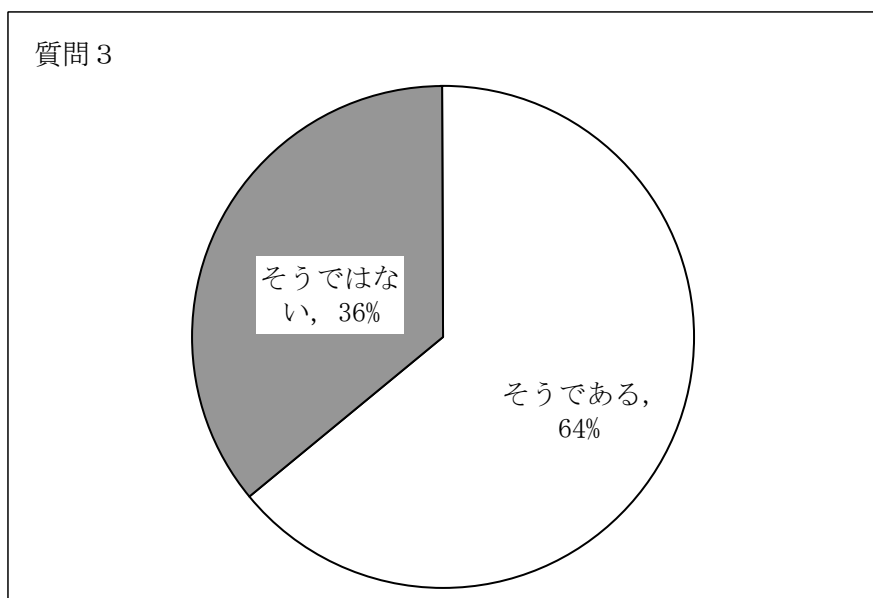
②本場結城紬技術保持会の会員ですか

回答者のちょうど半数が技術保持会会員であった。



③伝統工芸士ですか

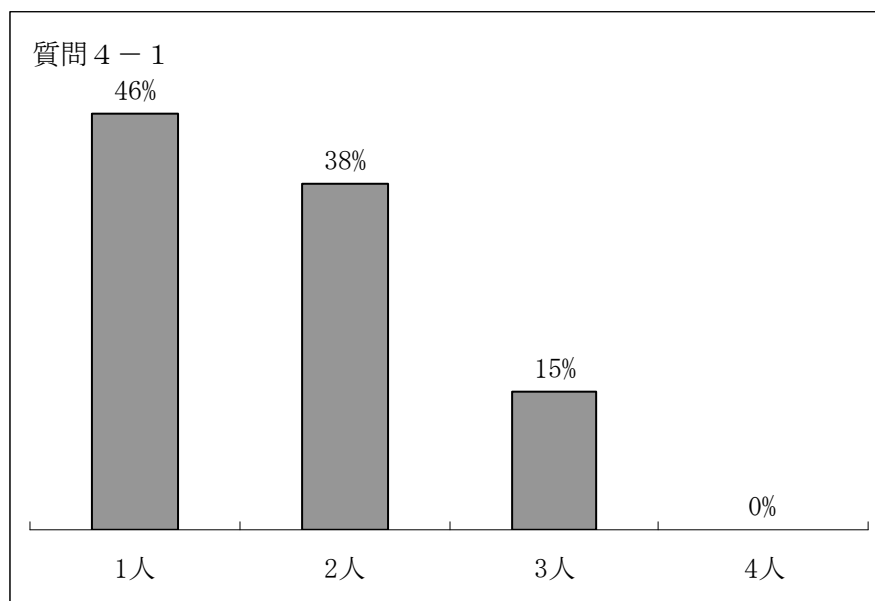
回答者の 64%が伝統工芸士であった。



④従業者数（本人含む）

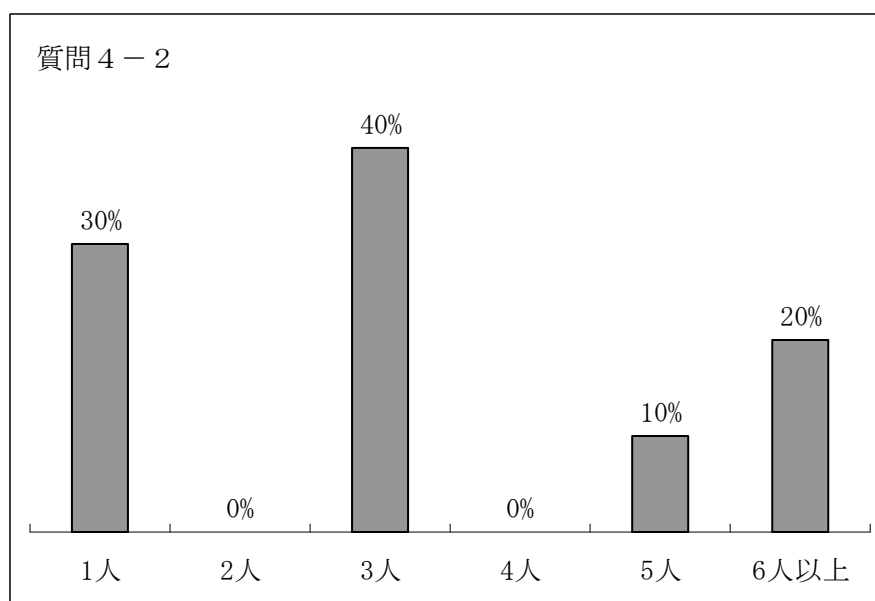
④－１ 本人および家族

本人だけで活動している組合員が 46%と多く、2 人（配偶者の場合が多いと考えられる）は 38%。これらで 84%を占めた。合計 44 人であった。



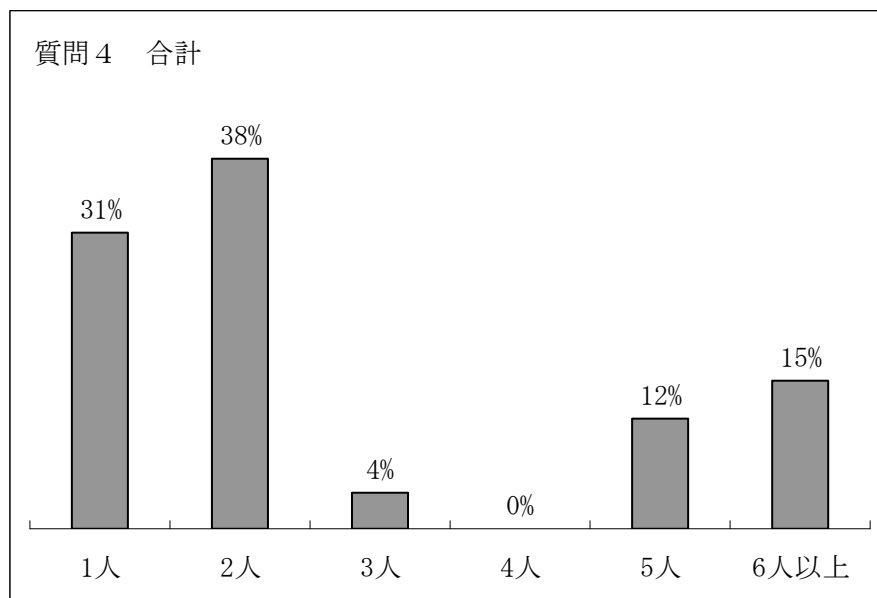
④－２ 雇用者（織子等）

雇用者がいるという回答は 10 組合員で、人数としては 1 人と 3 人が多かった（70%）。5 人以上を雇用している組合員も 3 件（30%）あり、雇用者数は 3 人以下と 5 人以上に 2 分化していると言える。雇用者数は合計 39 人であった。



④－３ 従業者合計

本人、家族、雇用者を合計しても１人と２人が多く、これらで回答数の６９％に達した。家族経営の色彩が強い産地であることが分かる。従業者の合計人数は８３人であった。



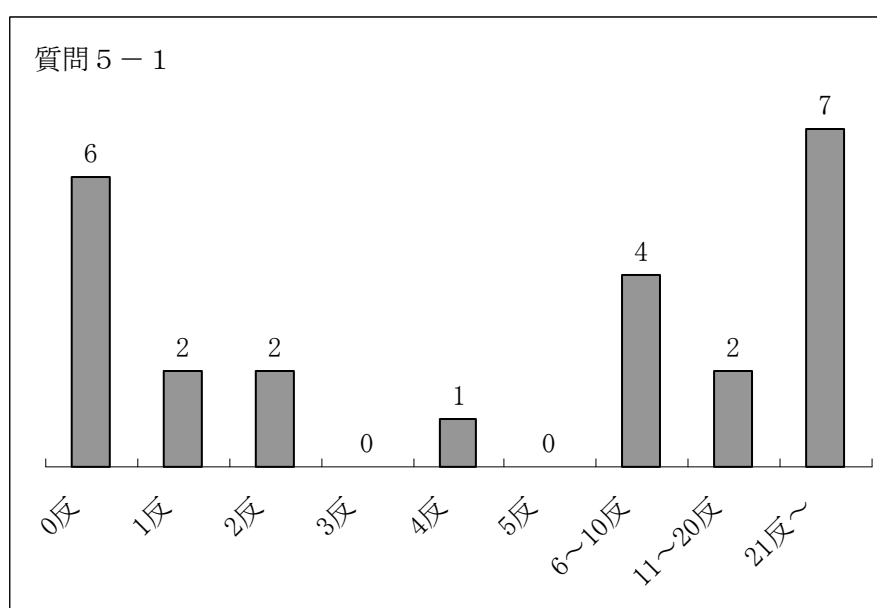
従業者合計が３人以下の組合員は合計１９件（７３％）、５人以上は７件（２７％）であるが、従業者の人数を計算すると前者は３１人（３７％）、後者は５２人（６３％）と後者の方が多い。また、組合員の年齢区分で見ると、前

者の平均は６０歳半ばと見られるのに対し、後者の平均は５０歳代前半と見られる。このことから、若手組合員の方が活発に活動していると考えられる。

⑤生産実績

⑤－１ 平成２３年１～１２月の実績

昨年の生産実績は「０」とする回答が６件もあった。総生産反数は３４８反であった。



この結果に従業者合計３人以下と５人以上に分けて見ると、３人以下の所では合計８３反、生産のあった組合員（１１件）１件あたり７．５反であった。これに対し従業者５人以上の組合員の生産は合計２６５反、回答した７件の組

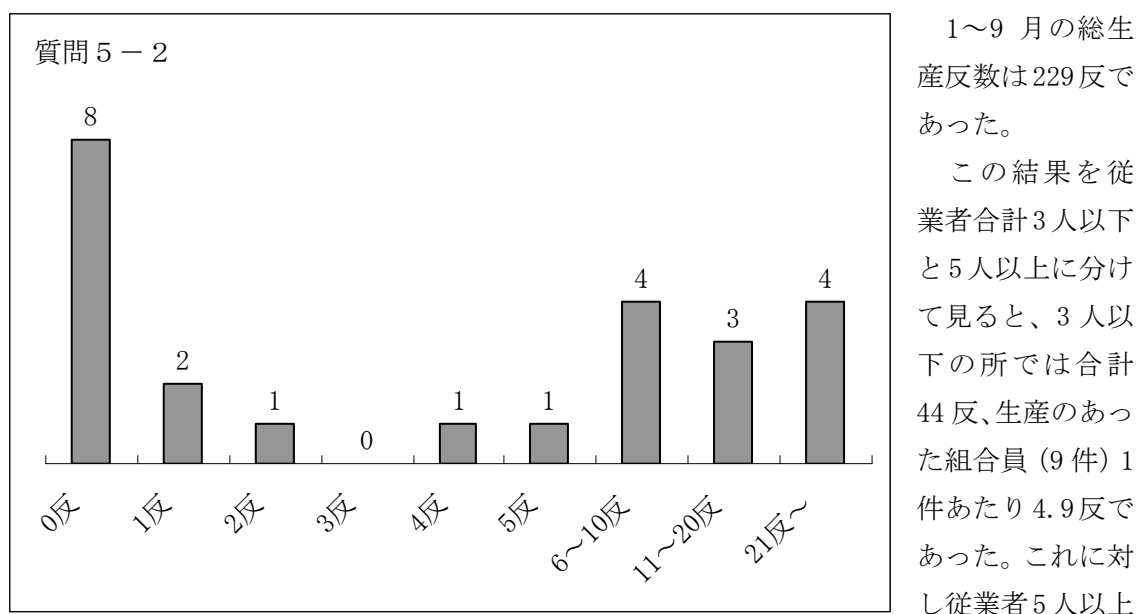
会員すべてで生産があり、1 組員あたり 37.9 反の生産があった。

また、調査結果を技術保持会員とそうでない組員に分けてみると、保持会員は 1 人平均 22.5 反、そうでない組員は 1 人平均 7.7 反と、大きな差があった。

さらに、伝統工芸士とそうでない組員に分けてみると、伝統工芸士は 1 人平均 20.9 反、そうでない組員は 1 人平均 3.9 反と、これも大きな差があった。

⑤－２ 平成 24 年 1～9 月の実績

今年の生産実績は「0」反とする回答が 8 件に増えた。とはいえ、対象期間が 9 月までのので、年末の数字を見なければ、産地不況が深刻化しているかどうかは判断できない。



の組員の生産は合計 185 反、回答した 7 件の組員すべてで生産があり、1 組員あたり 26.4 反の生産があった。

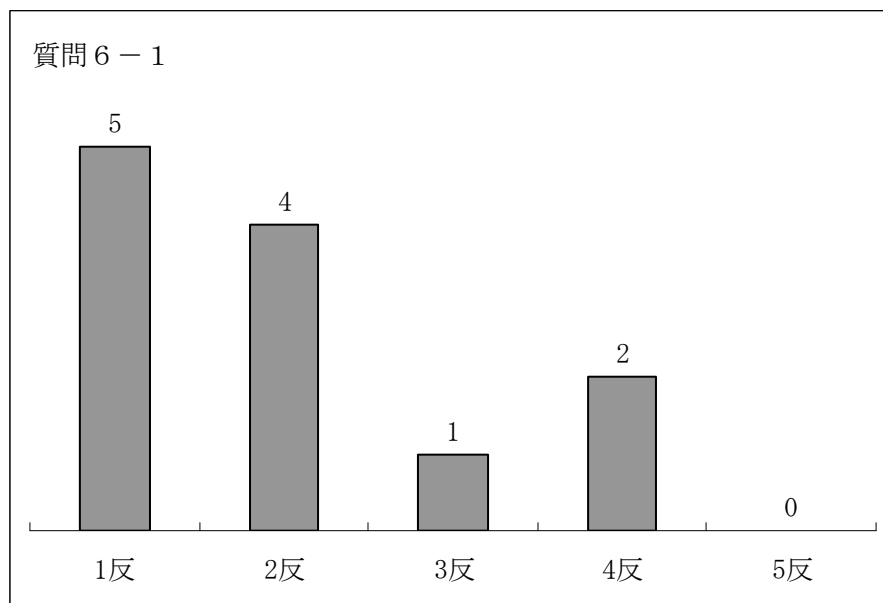
調査結果を技術保持会員とそうでない組員に分けてみると、保持会員は 1 人平均 13.3 反、そうでない組員は 1 人平均 5.4 反と、大きな差があった。

また、伝統工芸士とそうでない組員に分けてみると、伝統工芸士は 1 人平均 13.6 反、そうでない組員は 1 人平均 2.8 反と、これも大きな差があった。

質問 5.1 と 5.2 の結果を見ると、従業者数の多い組員、高度な技術を保持している組員に注文が集中している（あるいは、そういう組員ほど熱心に活動している）状況がうかがえる。

⑥着尺や帯の在庫を持っていますか

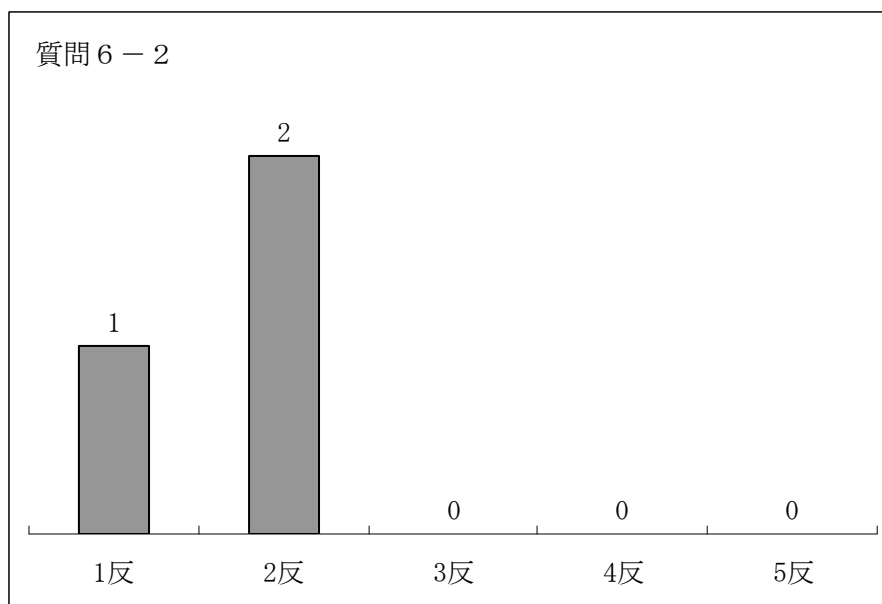
⑥－１ 着尺の在庫がある



着尺の在庫を保有している組合員は合計 13 人、在庫総数は 30 反であった。問屋の引き取り状況悪化などが噂されているが、実態としては大きな在庫ではないように思われる。

⑥－２ 帯の在庫がある

帯の在庫はさらに少なく、3 組合員で 5 本であった。

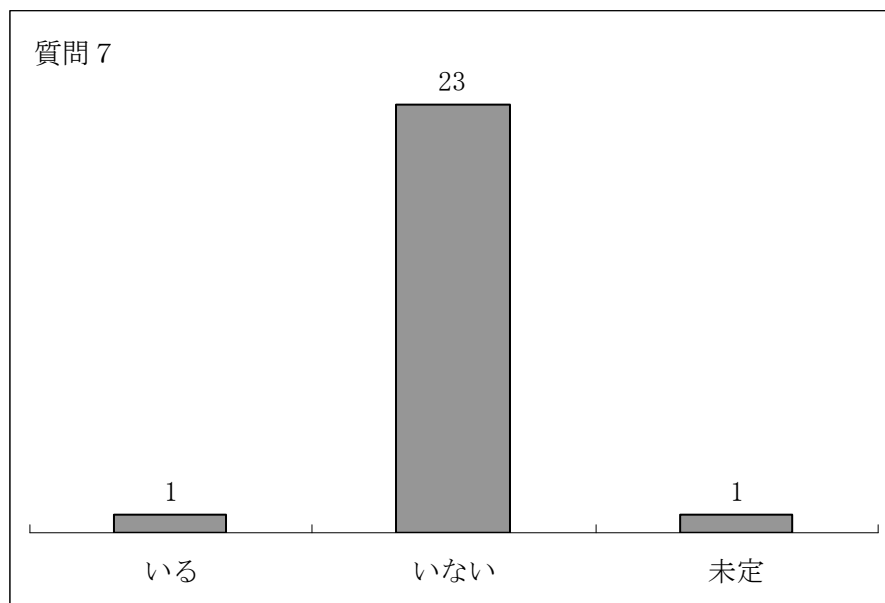


⑥－３ 在庫はない

着物も帯も在庫は持っていないと回答した組合員は 10 件であった。

⑦後継者はいますか

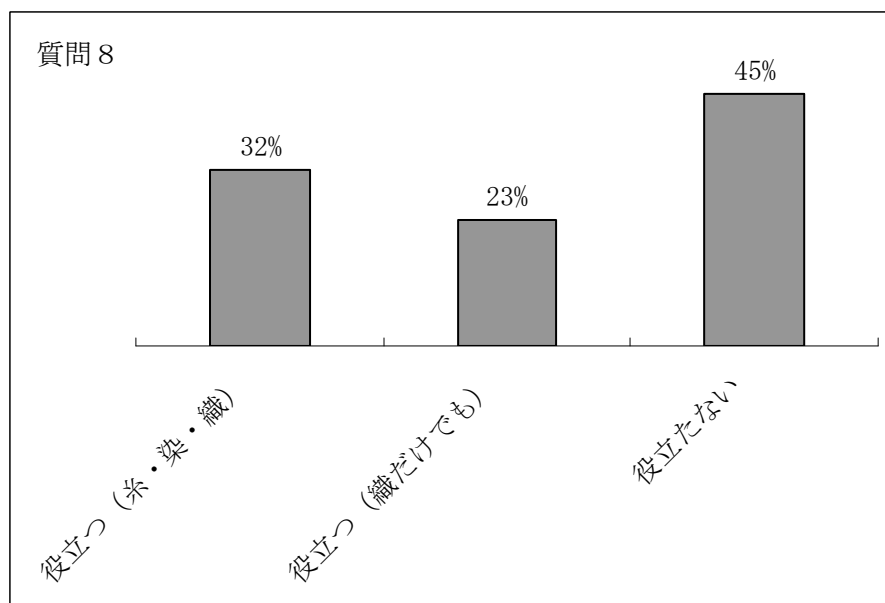
後継者問題は産地の大きな問題として認識されているが、調査の結果、ほとんどの組合員に後継者がいないことが判明した。質問 9 とも関連するが、後継者作りには産地の活性化と明るい展望



(つまり、儲かる産地であること)が必要であり、このままの産地のあり方を続けていては、組合員高齢化問題と相まって、産地の急激な縮小は避けられまい。

⑧共同作業場を作っている織物産地もありますが、職人確保の観点からどう考えますか

例えば沖縄の読谷山花織産地などは村内に数カ所の共同作業場を設け、織機をならべて作業している。もちろん、家庭で作業している組合員もいる。



一部の作業場には糸染め設備があり、草木染めを行っているが、数年前に染色専門の雇員が退職したため、これまで機織り専門でやってきていた各組合員(全員女性)が草木染めの技法を県の協力などで習得し、自分

分が使う糸は自分で染めるようになっている(使用糸は生糸)。なお、組合員は全員女性の副業ということもあって販売力がなく、製品は全量組合が買い上げて販売している。

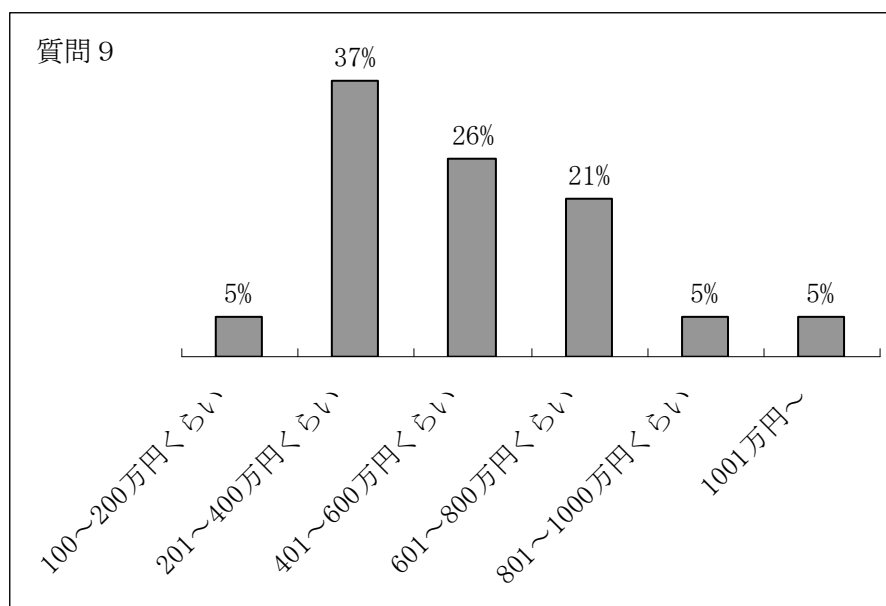
産地の存続をこれまでのような組合員の家中心で考えるか、それとも共同作業場を作っ

て企業的な動きを加えるかは思案のしどころの一つと思われる。

今回のアンケートでは、共同作業場があればよいという意見が 55%、不要という意見が 45%という結果となった（複数回答者を含む）。では、具体的にどうして行くのがよいのか、さらに検討を進める必要がある。

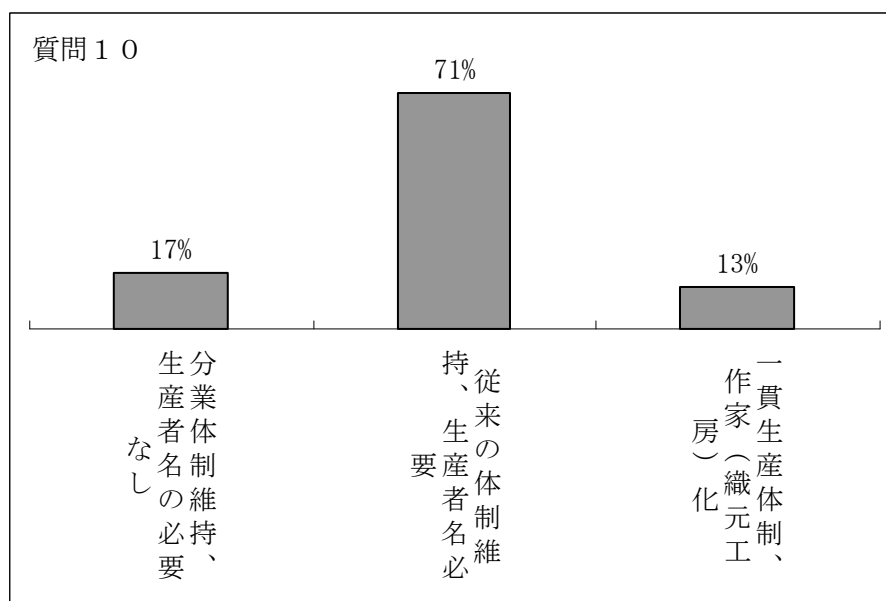
⑨事業継続には毎年どれくらいの所得が必要ですか

後継者のことも考えて、毎年欲しい所得について伺った結果は、下のグラフの通り、「201～400 万円くらい」がもっとも多い結果となった。回答は具体的な金額で示していただいた



ので、その平均値をとると 1 組合員あたり 563.7 万円であった。今後の目標の平均値としては、組合員 1 人あたり 500～600 万円の年間所得を目指すことになるだろうか。

⑩「作家もの」とまでは行かなくても「織元工房のブランド化」のような、生産者（作家）が消費者に伝わる体制や売り方についてどう思いますか



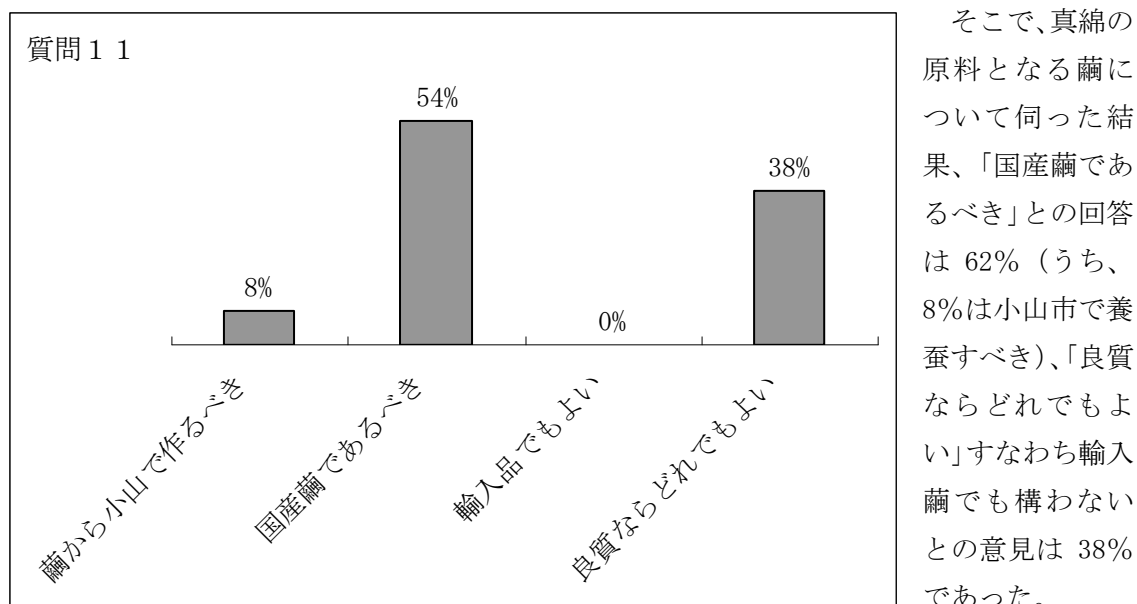
結城紬の場合、養蚕、真綿作り、手紡ぎ糸作り、括り、糸染め、機織り、それに柄出しや色指定など（最後の 2 項目は産地問屋の分担とされてきている）大勢の手を経るため、友禅などとは違

い一人の名前を出して販売促進することが行いにくい事情にある。しかし、世の中は「トレーサビリティ」が重視されるようになってきており、また「糸は誰、織は誰」と言った複数の名前を打ち出すことも考えられる。

調査の結果は、その様な必要性はないとの意見は 17%にとどまり、多くの意見（71%）は「従来の生産体制は維持しつつも、生産者名を表に出して消費者の信用を得ることが大事と考える」であった。少数（13%）ではあったが「出来るだけ一貫生産体制とし、生産者が作家化あるいは織元工房化するのがよいと考える」という積極的な意見もあった。

⑪原料繭について伺います

現在、日本の養蚕産業は衰退の一途を辿っており、中国、ブラジル等からの輸入に頼っている状況にある。生糸の場合、品質的にも中国、ブラジルなどの向上はめざましく、我が国の方が劣っているとの評価も仄聞する。



重要無形文化財の指定要件に原料繭や真綿の生産国は入っていない（要件：①使用する糸はすべて真綿より手つむぎしたものとし強撚糸を使用しないこと。②絰模様を付ける場合は手くびりによること。③地機で織ること。ただし、昭和 31 年の指定当時はすべて国産品が用いられており、国産品を使うことが当然であって、輸入品を使うことは念頭になかったとの意見もある）。また、伝統的工芸品（昭和 52 年指定）の告示も、「使用する糸は、真綿の手つむぎ糸とすること」となっており、国産、輸入を問うていない。補助金廃止に伴う糸価格高騰が懸念されている折でもあり、売りやすい価格での織物生産を考えると、どの繭、どこで作った真綿、手紡ぎ糸を使用するかは関係者間で十分に協議決定していく必要がある。

⑫組合に望みたいこと

9 組合員から 10 件の意見・要望があった。

- | | |
|-------------------------------------|-----|
| * 販売促進の希望、縞屋との関連で組合が動くことの難しさについての意見 | 5 件 |
| * 高齢化、後継者難を問題視する意見 | 2 件 |
| * 栃木・茨城の一本化により無駄を省くべしとする意見 | 1 件 |
| * 織工も行事を手伝うべきとする意見 | 1 件 |
| * あきらめの意見 | 1 件 |

やはり、「売れない」ことが最大の問題とされているものの、売るために何をすべきかについてのアイデアがない、あるいは組合内で進むべき方向性についての合意が形成されていないようである。

⑬行政に望みたいこと

10 組合員から 10 件の意見・要望があった。

- | | |
|------------------------------------|-----|
| * さらなる PR の実施や産地の維持・振興への注力。 | 6 件 |
| * 支援センターをもっと活用するための予算付け。 | 1 件 |
| * 景気を良くしてほしい。 | 1 件 |
| * 市職員が会議に（小山市以外でも）本場結城紬を着て参加して欲しい。 | 1 件 |
| * あきらめの意見。 | 1 件 |

これらの意見の中で注目すべきものとして「産地を残すのか、結城紬を残すのか、抜本的に見直す必要があると思う」という意見があった。非常に深い問いかけであり、十分検討してゆく必要があろう。

平成 24 年 10 月 吉日

組合員 各位

栃木県本場結城紬織物協同組合
理事長 石川 好太郎

本場結城紬活性化検討のための
組合員対象アンケート調査の実施について(お願い)

拝啓 時下ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

ご高承の通り、現在、小山市のご指導・ご協力のもと、「小山市本場結城紬振興調査推進協議会」において小山市における本場結城紬の活性化を目指し、調査・協議が行われております。

その具体的な調査実施・提言作成は株式会社東レ経営研究所が担当いたします。ちなみに、同社は平成 20 年度に実施した伝統的工芸品産業振興協会による結城紬の調査・診断事業の担当会社であります。

この度、その東レ経営研究所から、当産地の基礎的な情報を収集するため、当組合員全員に対して基礎的なアンケート調査を実施したいとの希望が寄せられました。

つきましては、ご多用の折から恐縮ですが、同封のアンケート用紙にご記入の上、きたる 10 月 31 日(水)までに同封の封筒にてご投函下さるよう、お願い申し上げます。

ご記入は無記名とし、なおかつ内容は東レ経営研究所だけが閲読・処理して結果をとりまとめますので、どうか実情をご記入下さるよう、お願い申し上げます。

末筆ながら、気候不順の折、ご自愛下さいますよう、お祈り申し上げます。

敬具

同封物 1. アンケート調査票
2. 返信用封筒

各 1 部
以上

本場結城紬活性化検討のための
栃木県本場結城紬織物協同組合 組合員アンケート調査票

10月31日（水）までにご記入の上、同封の封筒に入れてご投函下さい。

質 問		回 答	
1. 年齢		1. ～39 歳 2. 40～49 歳 3. 50～59 歳 4. 60～69 歳 5. 70～79 歳 6. 80 歳～	
2. 本場結城紬技術保持会の会員ですか		1. 会員である 2. 会員ではない	
3. 伝統工芸士ですか		1. そうである 2. そうではない	
4. 従業者数（本人含む）		1. 本人および家族 _____人 2. 雇用者（織子等） _____人 3. 合計 _____人	
5. 生産実績	1. 昨年(平成 23 年 1～12 月)	2. 今年（平成 24 年 1～9 月）	
	_____反	_____反	
6. 着尺や帯の在庫を持っていますか	1. 着尺がある（____）反 2. 帯がある（____）反 3. ない		
7. 後継者はいますか	1. いる 2. いない 3. 未定		
8. 共同作業場を作っている織物産地もありますが、職人確保の観点からどう考えますか	1. 糸・染・織を行う作業場があれば、職人確保と観光に役立つ 2. 織だけの作業場でも職人確保に役立つ 3. 役立たない		
9. 事業継続には毎年どれくらいの所得が必要です	年間_____万円くらい所得があれば後継者もでき、事業を継続していけると考える。		
10. 「作家もの」とまでは行かなくても「織元工房のブランド化」のような、生産者（作家）が消費者に伝わる体制や売り方についてどう思いますか	1. 従来の分業体制を維持し、生産者名が消費者に伝わる必要はない。 2. 従来の分業体制を維持しつつも、生産者名を表に出して消費者の信用を得ることが大事と考える。 3. できるだけ一貫生産体制とし、生産者が作家化あるいは織元工房化するのがよいと考える。		
11. 原料繭について伺います	1. 繭から小山で作るべき 2. 国産繭であるべき 3. 輸入品でもよい 4. 良質ならどれでもよい		
12. 組合に望みたいこと （簡潔に箇条書きで）			
13. 行政に望みたいこと （簡潔に箇条書きで）			

（４）産地外流通企業ヒアリング調査結果

本場結城紬産業を取り巻く状況を把握し、産地の方向性を明確にするために、呉服流通業界のキーマンにヒアリング調査を実施した。流通関係者は「集散地問屋」「小売店（呉服専門店・呉服通販業者）」を５社訪問し、それぞれの本場結城紬への問題認識や期待などについて聴取した

〔１〕実施日：

10月10日～29日

〔２〕ヒアリング先：

- ・ 集散地問屋（京都）
- ・ 先進的呉服専門店（前橋）
- ・ 先進的呉服専門店（東京人形町）
- ・ 高級呉服専門通販専門店（東京日本橋蛸柄町）
- ・ 高級紳士服テーラー（東京銀座）

〔3〕 ヒアリング結果要約

＜呉服市場の動向＞

- ・ 消費者は「自分に似合うか、オシャレに見えるかどうか」だけで購入する傾向が強まっており、希少価値や付加価値で売れる時代ではなくなった。
- ・ 消費者の購入選択基準の優先度は、「色」→「柄」→「価格」→「希少価値を含めた付加価値」の順であり、中でも「色」が決定的な鍵になっている。
- ・ 消費者は、着物に関しても「今年らしさ」があるものを求めてきている。つまり着物の流行サイクルが年々早まっているため、商品開発の方向性を見直しを絶えずして、新鮮な魅力を提供し続けなくてはならない。
- ・ 高級着物の売れ筋はフォーマルな着物に集中してきている。この背景には、都市部といえども街着・おしゃれ着としての着物着用習慣が減っていることがある。地方都市ではさらにその傾向が強まっている。
- ・ 大島紬などでも共通していえることであるが、柄に走り過ぎた商品は売れなくなっている。また柄行として古典離れが進んでいる。
- ・ リスクもはらずに中途半端に量を狙うことで、商品内容面、価格面とも消費者のニーズとますます乖離しつつある商品を揃えて商売しているような既存の流通企業・流通形態は10年も経たないうちに立ち行かなくなるであろう。今や単に量を流すだけの既存流通に振り回されている時代ではない。

＜結城紬に関して＞

- ・ 消費者は結城紬を紬織物の最高級品と評価している。この評価は以前と変わらない。
- ・ 特に地方では、街着などカジュアルな着物を着るシーンや場所が少なくなっているため、販売量が減少している。その意味で今まで以上に都市部向けの商品になっている。
- ・ 紬商品の売れ筋傾向は、色無地や縞へのニーズが高まっており、柄に走った細かい細工物の総柄亀甲柄、緋物は好まれなくなっている。
- ・ 紬は本来的にフォーマル着物ではないので、本筋としては街着・カジュアルな着物の一級品として商品の奥行きと幅を追求していったほしい。結城紬がフォーマルの着物・晴れ着を目指すことは、結城紬の本来持っている魅力が失われ、面白味のない商品が多くなる危険性がある。
- ・ 結城紬としてフォーマル着物のジャンルを本気で確立するのであれば、人工光の吸収度の研究も含めてフォーマル・シーンで映える質感とは何かまで踏み込んだ商品開発をする必要がある。
- ・ 百貨店やNCなど既存の売場では、長引く不況の中で、売りやすいものとして安いもの（＝製造原価の低いもの＝手のかからない商品）の品揃えが多くなるきらいがある。それは却って消費者を結城紬から遠ざける結果になっている。

＜産地への評価＞

- ・ 結城紬産地は他の紬産地と比べて産地問屋の力が強いことが特徴である。産地問屋が強いことの短所の一番は、物づくりが消費者嗜好を反映したものというより、産地問屋など業界向けの物作りに陥りがちなことであり、その結果、無地や縞などの本来あった結城紬の素朴な部分がなくなっている。
- ・ 本場結城紬は無地で十分商品として他の産地商品を圧倒する質感の魅力がある。
- ・ 結城紬の最大の問題点は重要無形文化財に固執しすぎているところである。重要無形文化財の指定方法を守り続けて欲しいと思うが、現在の消費者に受け入れられるような色・柄を揃える必要があると思う。昔は縮み織りがあったが、重要無形文化財指定の平織りが中心となってしまったように、他の紬産地に比べて商品構成の幅が狭くなっているし、商品の新規性が少ない。
- ・ 旧来の流通形態が商品上代の高価格化を招いている。流通経路をシンプル化すれば、特別な富裕層でないふつうの消費者の手の届く価格になる。いくら良い商品であっても、最終消費者の手の届く価格でなければ、販売量はますます先細りになる。

＜産地に対する改善要求＞

- ・ 結城紬は商品構成が昔からあまり変わっていない。新しい柄も極めて少ない。産地（問屋・織元）は消費者の嗜好の変化を深く理解した上で商品開発をして欲しい。
- ・ 着物の生産・販売において、メーカーと小売店は必要不可欠な機能だが、現状において問屋が本来の機能を果たしているのかが問題である。自らリスクをはることなく中途半端に量を狙って、消費者のリアルなニーズとますます乖離しつつある商品を揃えて、相応以上と思える利ざやを乗せて商売をしている流通企業とだけいつまでも深い取引を続けていては、5年後が危うい。既存流通に遠慮しているだけでなく、市場の転換点を先取りするような新しい取り組みをスタートさせるべきである。
- ・ 消費者の嗜好を深く反映した商品を開発するための最優先事項として、もっとそのシーズンに鍵となる流行色を含めて色の研究をする必要がある。
- ・ 織元は、自ら市場の風や消費者の気分を感じて、それを生き生きと反映した商品を作るのが基本であるから、消費者ニーズにより精通している小売店との共同商品開発に積極的に取り組む必要がある。
- ・ 草木染にもっと積極的にチャレンジしてほしい。但し移染や色落ちがないように十分知見を蓄積してからの商品化が望まれる。当面は、昔から移染や色落ちの起りにくいとされている茶系、ねずみ色系、黄色系の色に限定して商品開発すべきである。
- ・ 作家物でなくても、各工程の担い手の名前を記すこと、生産者の顔が消費者に見えることは、商品履歴を消費者に伝えることであり、特に高額品を売る場合、今の時代に極めて重要なことである。

- ・ 男物の新しい商品企画に力を入れるべきと考える。男物着物のニーズのポテンシャルが高まりつつあるという手ごたえを感じている。それには旧来の亀甲柄などではなく、無地やシャープな縞などが面白い。男物は分母が小さいゆえに急な伸び幅が期待できる。結城の男物が変われば、産地の新鮮な変化としてマスメディアでも取り上げられやすいので、女物着物を含めて産地全体の注目度を上げるに格好の材料になる可能性がある。
- ・ 消費者ニーズの変化に合わせて、商品的についても、売り方についても、情報発信についても、新鮮な魅力を顧客に提供する一方で、地機で織り上げる本場結城紬の技術と魅力は守り続けるべきである。

＜高級紳士服分野における商品展開の可能性について＞

- ・ テーラード紳士服用生地として、その質感は高級感が不十分であること、立体裁断・立体縫製に適合していないので、きれいなテーラード・シルエットやラインが出ない（＝着心地がよくない）こと、生地幅が狭く用尺が多く必要で上代が高くなり過ぎることなどから、地産地消的な購入ニーズは別として、現物見本生地では、市場性は期待できない。

＜高級紳士服分野において市場性を獲得するために必要なこと＞

- ・ 試織をもっと重ねて、立体裁断・立体縫製に適合したスペックを開発すべきである。
- ・ 新規参入の立場であるので、結城紬を使って二次製品を作った時に生まれる新たな価値をユーザーに知ってもらうために、新しいコンセプトの製品見本（例えば能楽師の稽古場までの道中着）を作ってから営業をすべきである。
- ・ ビジネスの基本は、「提案力（素材のバリエーション提案力・二次製品見本提案力・ライフスタイル提案力）」と「対応力（注文が入った際に2～3週間で納品可能な体制が整っていることなど供給責任を果たせること・1週間以内のサンプル作成体制が整っていること）」であり、その両方がしっかりできてないと当該分野でのビジネスは成り立たない。「機屋は生地を作るだけが仕事で、それをどう活かすかはお客さんであるアパレルなりテラーで考えて下さい」式の発想ではビジネスはできない。
- ・ 新規参入者として成功するには、産地のリーダーの発想力、決断力、実行力、ユーザーを動かす熱意などが不可欠である。

4. 協議会委員対象アンケート調査結果

小山市本場結城紬振興調査推進協議会の委員を対象に、策定すべき振興計画において特に重要な取り組みや注意点、これまでの振興策の状況等についてアンケート調査を実施した。

調査は東レ経営研究所の質問設定に沿って小山市経済部工業振興課が各委員に質問状を送付して2012年10月に実施した。回答は10名から得た。

以下は、その集計結果である。

委員としては、本場結城紬の活性化のためには「普及宣伝、販路開拓」および「流通」が重要であり、並行して「後継者育成」が今後の産地維持のために重要と考えていることが判明した。

小山市本場結城紬振興調査推進協議会委員対象 アンケート調査結果

1 (1) 本場結城紬産地振興計画で特に重要な取り組みは何か	回答数
①普及宣伝、販路開拓	6
②新商品開発	1
③後継者育成・確保	5
④流通	4
⑤その他	0
計	16
理由（丸囲み数字は上の①～⑤に対応）	
①過去、縞屋からの注文よりのんびりと仕事をしていたが、状況が一変した。物作りが出来る状態なら後継者も育てられよう。組合員がやる気を失う前に手を打つ必要があるから。	
①本場結城紬を知らない人が多くなっているから。	
①産地で産地の人で購入できる販売会（お店）が必要である。	
①販売店が不足しているから。	
①産地内の他業種（観光や小売等）との連携を推進しやすい立場にあるから。	
①市が主催する行事等でPRすることで普及広報の場が広がるから。	
①集散地問屋や小売にとって、結城紬は取扱商品の1つでしかないため、結城紬の販売促進に積極的に取り組んでくれるわけではないので、産地が主体となった普及宣伝、販路開拓が必要だから。	
①本場結城紬の素晴らしさは、工程を見れば分かるが、値段が高いため庶民はなかなか入手できない。このため、世界の富裕層の人達に本場結城紬の利点（夏涼しく、冬は暖かく、	

とても軽く、皺になりにくい) をPRし、展示、ファッションショーを行うのがよい(フランス〈パリ〉、イタリア〈ミラノ〉、米国〈ニューヨーク〉などで)。	
②新商品を作るのはよいが、本場結城紬を知らない人から結城紬って何?と言われないう注意が必要である。	
③高齢化のため糸取りの若年層がいない。他産業に行ってしまう。子供に用がなくなった人達を対象にすると良いと思う。	
③金銭的に生活が成り立たないから後継者が育たない。それがなんとかなれば後継者は全国にたくさんいるはずである。	
③良い糸を紡ぐには経験を積まなくてはならない。	
③後継者育成・確保は福良に結城紬支援センターがあるので、できると思う。	
③宣伝や販路開拓、新商品開発等もちろん大事だが、肝心の本場結城紬が生産できなくなると、それらのことをやっても何にもならないから。	
④流通をかえれば売れるというものでもないと思う。きもの業界の昔からの流通も大切と思う。特に本場に関しては。	
④結城紬はどこで買うのと聞かれることがある。	
④現在の流通ではあまりにも高額になりすぎる。5倍～10倍の値が付くため消費者の購買意欲がなくなる。	
④集散地問屋に問題がある。集散地問屋の営業に影響するような販売活動はできないというが、改良しなければならない。流通マージンが高くなり、生産者価額の倍以上になっている。いずれの商品を見てもこんな流通はないと思う。	
1 (2) 実施困難または注意が必要な取り組みは何か	回答数
①普及宣伝、販路開拓	1
②新商品開発	2
③後継者育成・確保	2
④流通	3
⑤その他	1
理由(丸囲み数字は上の①～⑤に対応)	
①普及宣伝、販路開拓するとき、結城紬と全然関係のない機械織りの安い紬を同時に見て貰うと、結城紬の素晴らしさが誰でも分かると思う。これは今までやっていないと思うので、是非お願いしたい。	
②魅力ある製品作りは難問である。	
②今年4月に結城にある呉服店の新作発表会に行ってきた。着物にも洋服にも使えるコートやマント、ショール、帽子、紬糸の開発が素晴らしかった。より軽く、透明度があり、模様も凝っていた。これから市が取り組むのでは遅すぎると思う。	

③高度技術の継承も難しい。	
③後継者の育成をしても受け入れ先がなくては何にもならない。生産者が以前のように注文が入れば単独で後継者育成はできる。	
④注文が途絶えている状況にある。打破するには相当な覚悟が必要。自ら作り、自ら売れるかどうか悩みの種である。	
④卸商に頼っている体質が抜けきれないでいる。又個人で販売するにも今までやっていなかったものでルートがない。自分で見付けるのが大変である。	
④現在の結城紬の販売は集散地問屋、小売によるところが大きく、正面切って対立するような構図はとるべきではない。また、集散地問屋、小売は多くの着物顧客のリストを持っており、様々な消費地における即売会等のイベント時の集客は彼らによるところが大きい。	
④現在、産地問屋は結城紬のほとんどを取り扱っているので、産地問屋とは共存共栄していくシステムの流通形態とする必要がある。	
2 (1) 伝産協会提案 ^(注) で実施に取り組んだものは何か	回答数
①産地即売会の定期開催	0
②産地内での普及促進	3
③成人式での着用促進	1
④新しい取り組みを実施する小売店との連携	2
⑤消費地での定期的な情報発信	0
⑥色無地商品の販売強化	1
⑦写真アルバムの新用途展開	0
⑧結城紬以外との観光資源との連携	0
⑨本場結城紬の中での新ブランド確立	0
⑩トレーサビリティの確立	1
計	8
2 (2) 取り組みの具体的な内容（丸囲み数字は上の①～⑩に対応）	
②糸とりの実演は産地の着物や作務衣でした。見学者には手触りを楽しんだ人がいた。	
②地域での公民館祭り、桜祭りで本場結城紬を着用してファッションショーを行った。	
③成人式での着用促進	
④⑥色見本を作成し、小売店に配り、消費者から直接注文を受ける。	
⑩トレーサビリティの確立	
2 (3) 取り組みの成果（丸囲み数字は上の①～⑤に対応）	回答数
①成功した	0
②成功したが、改善すべき点があった	2
③あまり成功とは言えず、廃止した	0
④その他	2

理由（丸囲み数字は上の①～⑤に対応）	
②1回目は全員で本場結城紬を着てファッションショーを行ったが、2回目以降は2～3人の人だけに着用して貰った（同じものを着て発表することはできないので）。なかなか全員が結城紬を着てファッションショーを行うことは難しい。	
②本場結城紬は一反一反出来上がりが違うので、見本の作成は注意が必要。	
③あくまで市の応援によるもので感謝している。	
④成果は不明である。	
⑩検査協同組合で既に実施している。	
2（4）伝産協会提案で本場結城紬活性化に効果的と思われるもの	回答数
①産地即売会の定期開催	3
②産地内での普及促進	3
③成人式での着用促進	2
④新しい取り組みを実施する小売店との連携	3
⑤消費地での定期的な情報発信	3
⑥色無地商品の販売強化	2
⑦写真アルバムの新用途展開	0
⑧結城紬以外との観光資源との連携	2
⑨本場結城紬の中での新ブランド確立	2
⑩トレーサビリティの確立	3
2（5）理由（丸囲み数字は上の①～⑩に対応）	
①出来れば、素晴らしい。例えば年に一度の生産者からの即売会をやることをTV（全国放送）などで放送すれば、何年かやっている内に着物愛好家が即売会を楽しみに来てくれるようになり、小山市の全国に誇れるイベントが確立しよう。	
①結城紬の反物を見る機会が増える。	
①産地販売会は反物の種類も多く、格安のため、女性にとって魅力的であり、定期開催は人が集まると思う。	
②イベント等の開催により広くPRすべき。	
②イベントへの着物は、本場結城紬はもちろんだが、石下紬も幅広く認めて欲しい。	
②③⑤沢山の消費者に良さを分かって貰うことが必要と考えられる。	
③について：前年からやっているが、着物のこと全体から見てピント外れではないか。	
③成人式での晴れ着、とても見たい。	
③一般の若い人達が和服を着用しないと呉服屋が言っている。成人式があるためにこの機会しかないと言われている。成人式での着用を是非進めて欲しい。	
④客の求める商品を自ら勉強して能力アップが必要と考える。また、商品提供力を付けられればと考える。	

④販売の拡販が必要。
⑤着物離れや生活様式の洋風化等で結城紬に関する情報、知識を入手する場面が減少しているので、積極的な情報発信を続けることが必要である。
⑥について：流行はめまぐるしく変わっている。少し前ならOKと思っていたが。
⑥色無地に一つ紋でフォーマルに。
⑥色無地は、帯により礼装にもなるし、街着としても着用できるので、寄り多くの人にその魅力を知って欲しいと思う。
⑧親類にスカイツリーのとちまるショップで結城紬を見たと言われた。
⑨本場結城紬の特性を利用した、時代にあったものへと形を変えることは必要だと思う。
⑩原料商としては商品の保障が必要です。
⑩何かと不正糸の話が出るので安心・信用して貰うため。
⑩商品履歴システムがあれば安心できると思う。
⑩トレーサビリティは今は当たり前である。
3 現在取り組んでいる又は取り組もうとしている活性化事業
・生産反数の減少に伴い組合に入る資金も減少し組合活動を自粛せざるを得ない。行政の応援から少しでも一本立ちできるよう努力せねばと考えている。
・生産者が背広を作ったが、皆一所懸命取り組んでいた。又このような企図があればよいと思う。
・図書館に絵本があるということですが、ぜひ近いうちに見ます。絵本とか、昔話、紙芝居など、子供のうちから地域によいものがあることを知って貰いたい。
・現在取り組んでいる事業：地機による結城紬の幅広の紬織物の試作。
・今後取り組もうとしている事業：結城紬のフォーマル化に向けた取り組み。
・より多くの人に着物の魅力を知って欲しいために、先ず浴衣の着方や小紋を着て、語り部や茶会、琴の演奏会を開催していきたいと思っている。
・とりまるショップで販売しているショールが、今のところ好調である。スーツ、ジャケットなど、もっと対外的にPRしてはどうか。
・結城紬がフォーマルで着られるように変えていくべき。
4 本場結城紬活性化への意見・要望
・組合が出来て30有余年。まさかまさかの時代に突入し頭の中も回転不足に陥っている。外部の意見を貰い精進できればと考えている。
・注文があっても糸糸の取り手不足のため、糸が間に合わない場合があると思う。良い案が見つからないでいるが、早急に何かをしなければならない。又H26年度から繭の補助金がなくなるので、真綿の値上げは避けられない。これが生産のブレーキにならないければよいが。
・もっと後継者育成に力を入れて欲しい。今市役所の方が考えている後継者育成制度では後継者も育たないし、育てる先生になる人もいない。かといって、どうしたらよいのか自分

にも分からない。この問題はいろいろな人が集まって早急に相談する必要があると思う。
・糸とりをする人達がお互いの糸を見せあって勉強する場所が月に1回くらいあると良いと思う。
・販売網の強化が必要。
・本場結城紬に携わる人達には、国や県の補助が必要と思われる。一般的に広めていくのは石下紬であり、世界に広めていくものが（富裕層）本場結城紬と思われる。
・活性化も必要だが、今一番重要なことは、原料糸の確保である。小山産繭を使用した原料糸使いに早急に取り組む必要がある。本場結城紬は手紬糸でもっているものである。
・結城紬の一番の難問題は流通にある。流通を改善することにより価額が安くなり販売促進につながる。生産者も後継者の跡取りができると思われる。

注：伝産協会提案とは、平成 20 年度に伝統的工芸品産業振興協会が実施した「伝統的工芸品産地調査・診断事業報告書 一結城紬一」における諸活性化策を指す。

5. 紬産地の「振興・活性化の問題点」「産地振興の方向性」

(平成 18 年 伝統的工芸品産業振興協会調査から)

	結城紬 (栃木)	結城紬 (茨城)	本場大島紬 (奄美)	置賜紬 (米沢紬)	信州紬 (上田紬)	小千谷紬	塩沢紬	村山大島紬	牛首紬	久米島紬
＜振興・活性化の問題点＞										
①材料や生産用具など、製品を作るための生産基盤を調達することが難しい		○	○			○		○		
②後継者の確保が難しく人材が不足している	◎	◎					○		○	
③販路開拓が困難である			◎			○	○	◎		
④産地としてのまとまりが欠けている					◎		◎			○
⑤産地の知名度や PR が足りない				○				○		
⑥消費者ニーズを積極的に収集し、製品を企画・開発していくことが難しい		○	○	◎		○	○		◎	○
⑦社会環境の変化等により伝統を維持していくことが難しい			○	○				○		○
⑧流通が旧来のままで硬直的である	○		○	○	○	◎	○			◎
⑨特になし										
＜産地振興の方向性＞										
①伝統を守りながら、これをさらに高めていきたい										○
②これまで守ってきた伝統を維持しながら、現状のまま進んでいきたい	○						○			
③二次製品や新しい分野に積極的に挑戦してきており今後もこの方向性で進みたい			○							
④これまでは伝統から発展した二次製品などに取り組んできたが、今後は										

改めて伝統に拘っていききたい										
⑤これまでは伝統に拘ってきたが、今後は伝統を核としながらも新製品や二次製品の開拓に取り組んでいきたい					○	○		○	○	
⑥伝統的工芸品産業に限らず、新しい技術との融合を図り、新事業分野に参入していきたい		○								
⑦特に考えていない										
⑧その他				*						

*産地を代表するブランド商品の開発に取り組んで行く事