

# 第2期 小山市本場結城紬復興振興5カ年計画



平成30年3月

小山市



## はじめに

小山市が誇る国重要無形文化財であり伝統工芸品「本場結城紬」は、平成22年11月16日ユネスコ無形文化遺産に記載(登録)され、世界の宝となる一方で、長引く景気の低迷や着物離れなどの生活様式の変化により需要は激減し、廃業する織元が後を絶たず、本場結城紬産業の存続さえ危ぶまれています。

平成25年3月に策定した第1期「本場結城紬復興振興5カ年計画」では、1「魅力ある質の高い商品の開発と生産」2「生産者数の維持と時代に即した生産体制の見直し」3「後継者の確保・育成」を3本柱としたアクションプランに取り組んでまいりました。

市においては、生産振興事業として市内在住の生産者が生産した本場結城紬を購入した際の購入費の一部を助成する本場結城紬購入費等助成制度の拡充、小山駅前口レベル1階「おやま本場結城紬クラフト館」の設置及び情報発信、着心地体験事業などの普及振興策に取り組み、後継者問題に関しては、本場結城紬の技術を後世に確実に継承するため、「紬織士」という職種を設け、本場結城紬の製作技術習得を行う等、数々の振興策を実施しております。

2020年東京オリンピック・パラリンピック、2022年とちぎ国体の開催に際し、産地の活性化と本場結城紬の復興振興に向け、さらなる一致協力体制が必要となってまいります。真の活性化のため、生産者をはじめとした産地関係者との連携、国、県の支援、そして市民とともに、郷土の誇りであり世界の宝である「本場結城紬」を振興してまいりたいと考えます。

第2期「本場結城紬復興振興5カ年計画」は、「小山市本場結城紬振興調査推進協議会」において、第1期計画の取り組みの検証とともに、現状と課題を整理し、策定いたしました。今後の本場結城紬の復興振興への将来像に向けて、新たに5カ年計画に取り組んでまいりますので、皆様方の一層のご理解とご協力をお願い申し上げます。

結びに、本計画の策定にあたり、ヒアリングにご協力いただいた関係者の皆様、アンケート調査をはじめ貴重なご意見、ご提言をいただきました「小山市本場結城紬振興調査推進協議会」委員の皆様に対しまして、心から御礼申し上げます。

平成30年3月

小山市長 大久保 寿夫



## 序章 計画の目的等

序 - 1	計画の目的	1
序 - 2	計画の位置づけ	1
序 - 3	計画の期間	2
序 - 4	策定体制	2
序 - 5	上位関連計画の整理	3
序 - 6	本場結城紬について	12

## 第1章 本場結城紬復興振興に係る現状と課題の整理

1 - 1	本場結城紬を取り巻く現状	15
1 - 2	第1期計画の検証	36
1 - 3	ヒアリング調査	46
1 - 4	小山市本場結城紬復興調査推進協議会アンケート調査	50
1 - 5	本場結城紬復興振興に係る課題抽出	58

## 第2章 小山市本場結城紬復興振興計画

2 - 1	本場結城紬復興振興の計画テーマ・取組の柱	62
2 - 2	本場結城紬復興振興計画の基本施策と計画体系	64
2 - 3	体系別アクションプランの位置づけ	69

## 資料編

資料 - 1	本場結城紬復興調査推進協議会委員名簿	87
資料 - 2	協議会委員アンケート調査関連資料	88



## 序章 計画の目的等

### 序 - 1 計画の目的

「本場結城紬」は、小山市が誇る伝統産業であり、2010年に世界のユネスコ無形文化遺産に登録されました。

しかしながら、長引く景気の低迷や生活様式の変化に伴う着物離れ等により、生産量が年々減少しており、このままでは日本最古の織物の技法を今に伝える「本場結城紬」が、途絶えてしまうことも懸念されています。

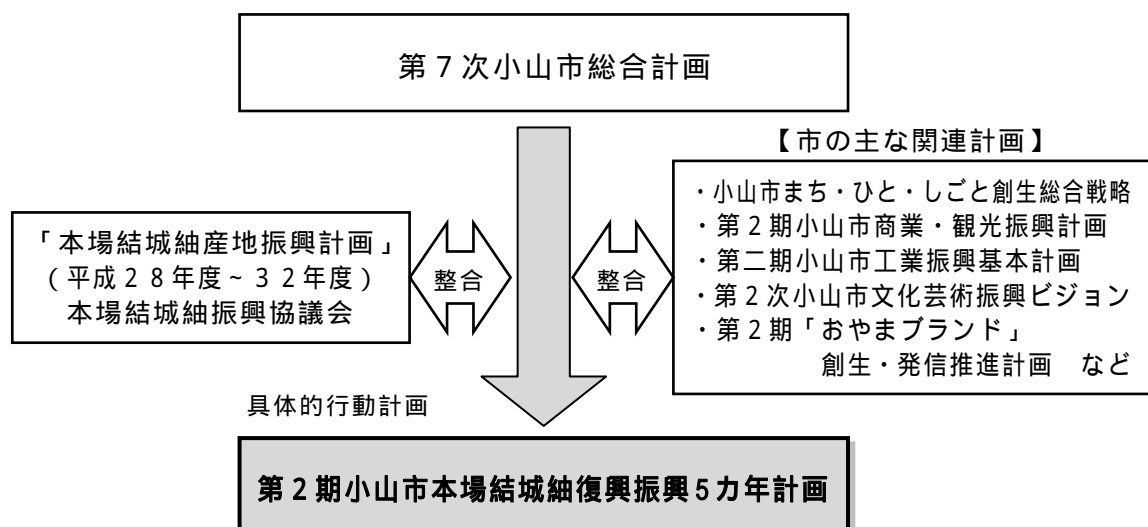
このような状況を打破するため、本市における本場結城紬産業の活性化に向けた振興策について、2013年3月に第1期「小山市本場結城紬復興振興5カ年計画」を策定し、各種事業に取り組んできました。

本業務は、第1期計画の検証や、生産反数の減少や産地の高齢化等の状況を踏まえ、第2期「小山市本場結城紬復興振興5カ年計画」を策定するものです。

### 序 - 2 計画の位置づけ

本計画は、「第7次小山市総合計画」に掲げる「豊かな大地と伝統 めぐみをはぐくむまちづくり」を推進するための具体的な行動計画として位置づけるものです。

また、栃木・茨城両県や地元産地組合等で構成された「本場結城紬振興協議会」により策定された「本場結城紬産地振興計画」や、本市における商業・産業・観光等に係る関連計画との整合を踏まえた計画とします。



序 - 3 計画の期間

計画期間については、2018年度から2022年度までの5カ年とします。

ただし、小山市第7次総合計画等上位計画との整合性や、社会経済情勢等の変化への対応が求められる場合は、計画期間中においても必要に応じ適宜見直しを検討します。

**2018年度から2022年度までの5カ年**

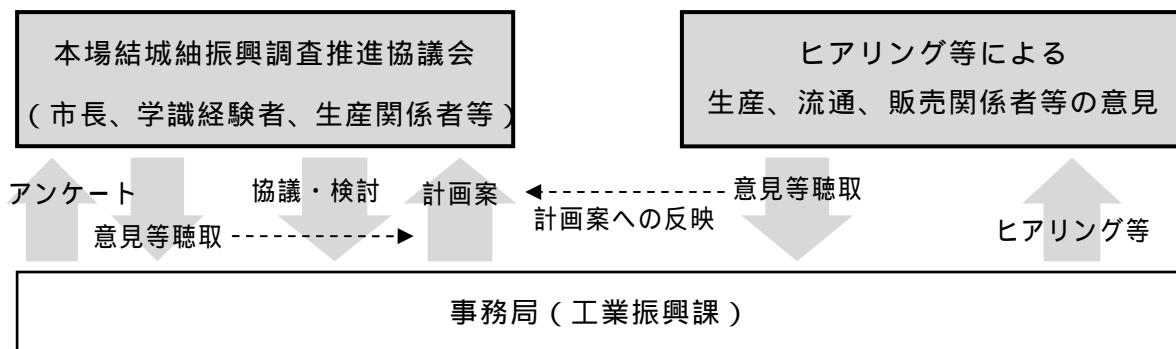
序 - 4 策定体制

本計画は次に示す体制で遂行するものとします。

小山市長、学識経験者、生産関係者等で構成する「本場結城紬復興調査推進協議会」(以下、「協議会」と言います。)において協議・検討します。

また、協議会委員へのアンケートや関係者等へのヒアリング調査により、本場結城紬の生産、流通、販売関係者の意見等を聴取し、計画への反映を図るものとします。

図 - 策定体制





## 序 - 5 上位関連計画の整理

本計画に関連する上位関連計画には以下に示すものがあります。

上位計画及び各関連計画の概要及び本場結城紬の復興振興に係る位置づけ等を次頁以降に示します。

**【上位計画】**

- ( 1 ) 第 7 次小山市総合計画

**【主な関連計画】**

- ( 2 ) 本場結城紬産地振興計画
- ( 3 ) 小山市まち・ひと・しごと創生総合戦略
- ( 4 ) 第 2 次小山市文化芸術振興ビジョン
- ( 5 ) 第二期小山市工業振興基本計画
- ( 6 ) 第 1 期小山市シティプロモーション 5 カ年計画
- ( 7 ) 第 2 期小山市商業・観光振興計画
- ( 8 ) 第 2 期「おやまブランド」創生・発信推進計画

(1) 第7次小山市総合計画

策定年月	平成28年3月		
計画の目的	2014(平成26)年3月に策定した「第2次小山市長期ビジョン」を長期的市政運営の基本とし、2020(平成32)年を目標に、「豊かで活力があり、暮らしやすい小山」を実現するための指針となる総合的な計画として策定しています。		
将来都市像	「夢・魅力いっぱい 未来へつなぐ - みんなの笑顔と元気で明日の小山創生 - 」		
本場結城紬をはじめとする誇れる伝統を生かしたまち	<p>ユネスコ無形文化遺産である本場結城紬の復興・振興のため、後継者の確保・育成や地元小山産繭を原料とする本場結城紬のブランド化、着物の着用の推進、新規販売ルートの開拓等を行うとともに、本場結城紬を活用した地域創生を進めます。</p> <p>また、本市の伝統工芸品の普及・PRを図り、地域活性化に向けた活用を進めます。</p> <p>基本計画編において本場結城紬産業の復興を目指した基本方針を次のように示しています。</p> <p>基本方針(概要)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・魅力ある質の高い商品の開発・生産 / ・生産者数の維持と時代に即した生産体制への見直し / ・後継者の確保・育成</li> </ul> <p>個別施策</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 新商品開発 <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭からの一貫生産体制づくり / ・トータルアイテム開発に向けた関連メーカーとの柔軟な連携</li> </ul> </li> <li>2. 販路開拓・流通 <ul style="list-style-type: none"> <li>・時代に即した生産体制への見直し</li> </ul> </li> <li>3. 普及宣伝 <ul style="list-style-type: none"> <li>・市有本場結城紬の活用 / ・本場結城紬の購入促進 / ・「小山きもの日」の実施 /</li> <li>・産地間の連携 / ・本場結城紬などの伝統産業の活用・PR</li> </ul> </li> <li>4. 後継者育成・確保 <ul style="list-style-type: none"> <li>・紬織士の育成・製作技術講習会・織元とのマッチング</li> </ul> </li> </ol>		
重点プロジェクト	基本構想施策の大綱における分野別計画のうち、特に全庁的に推進する戦略的・重点的に取り組む施策・事業であり、本場結城紬の振興に係る重点プロジェクト及びその行動スケジュールは以下の通りです。		
7-2-1	継続	本場結城紬着用推進事業 ○本場結城紬着心地体験者数	活用・推進 継続実施 拡充・推進 継続実施 強化・充実 現状値 (H27) : 220人 ▶ 目標値 (H32) : 500人
本場結城紬等伝統産業	継続	ユネスコ無形文化遺産登録記念事業 ○着物着用イベント参加者数	継続実施 現状値 (H27) : 500人 ▶ 目標値 (H32) : 1,000人
	新規	本場結城紬プロモーション事業 (おやま本場結城紬クラフト館の活用) ○来館者数	整備 活用・推進 現状値 (H27) : 0人 ▶ 目標値 (H32) : 10,000人
	新規	「本場結城紬」を資源とした 「観光まちづくり」の推進 ○本場結城紬産地への観光客数	調査・検討 計画・推進 現状値 (H27) : 0人 ▶ 目標値 (H32) : 300人

## (2) 本場結城紬産地振興計画

策定年月	平成28年2月
計画の目的	
結城紬の産地が一丸となって振興に取り組むため、栃木県、茨城県、産地組合や商工団体など13団体で構成される「本場結城紬振興協議会」において、産地の現状と課題を整理するとともに、今後の産地活性化の方向性及びアクションプランの検討を行い、産地の更なる振興・連携を強化することを目的としています。	
産地活性化アクションプラン	
<p>1. 普及宣伝・販路拡大</p> <p>求評宣伝会開催事業                      首都圏販売プロモーション事業</p> <p>産地直売会開催事業                      販売促進合同企業訪問事業</p> <p>海外販路開拓調査研究事業              消費者ニーズ調査研究事業</p> <p>本場結城紬伝統技術PR事業</p> <p>茨城・栃木両県合同紬織物技術交流・展示会開催事業</p> <p>本場結城紬集客促進事業                  絹のみち広域連携プロジェクト事業</p> <p>2. 新商品開発</p> <p>新商品開発研究事業                      茨城・栃木公設研究機関連携研究事業</p> <p>紬織物技術講習会等開催事業</p> <p>3. 後継者育成・確保</p> <p>後継者育成・確保事業                   糸取り技術者養成事業</p> <p>高度技術継承事業                        手つむぎ糸入手拡大事業</p> <p>4. 流通</p> <p>流通問題研究事業</p> <p>5. その他</p> <p>本場結城紬定義検討事業                  真綿確保研究事業</p> <p>きもの着用推進事業                      結城紬振興合同セミナー開催事業</p>	
小山市等が主体的に取り組む振興策	
<p>1. 本場結城紬情報発信事業（ロブレ1階おやま本場結城紬クラフト館を活かした情報発信）</p> <p>2. 結城紬購入費助成制度の実施（本場結城紬着用促進のための購入費の一部助成）</p> <p>3. 市ホームページ及びテレビ小山等によるPR（産地住民の伝統文化の理解と慈しむ心の醸成）</p> <p>4. 小山市本場結城紬振興調査推進協議会による調査・研究（新商品開発のための調査・研究等）</p> <p>5. 地元小山産繭を原料とする結城紬作成（本場結城紬のブランド発信力強化と商品開発）</p> <p>6. 紬織士職員の技術習得研修の実施（本場結城紬製作工程の技術習得と継承）</p> <p>7. 糸つむぎ講習会の開催（短期集中講座による糸つむぎ技術者の新たな養成）</p> <p>8. ユネスコ登録記念事業「小山きもの日」の開催（着物着用の促進イベントの開催）</p> <p>9. 本場結城紬着心地体験事業（需要の掘り起こしのための無料着心地体験会の随時開催）</p> <p>10. 市女性職員着付隊養成講座の開催（市職員の着付け技術講習と着付けボランティア活動）</p> <p>11. 仕事始め職員の着物着用（和装振興のための市職員による率先的な着物着用）</p> <p>12. 市議会での市執行部による結城紬着用（和装振興のための着物促進PR）</p> <p>13. 本場結城紬学習ブック・DVDの配付（小中学校用街区集補助教材の配付）</p> <p>14. 中学生着心地体験授業の実施（郷土の伝統工芸品に触れ、伝統文化を慈しむ心の育成）</p> <p>15. 栃木県本場結城紬織物協同組合の運営に対する補助</p>	

(3) 小山市まち・ひと・しごと創生総合戦略

策定年月	平成27年10月(平成30年3月改定)
計画の目的	国や栃木県の将来戦略を見据えながら、本市における人口の現状と将来の展望を示す人口ビジョンを策定し、これを踏まえて、今後5ヶ年の基本目標や施策の基本的方向、具体的な施策等をまとめた「小山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定するものです。
基本理念・基本目標	<p>基本理念</p> <div style="text-align: center;"> <pre> graph TD     A[本総合戦略の基本理念] --&gt; B[ひとを創る]     A --&gt; C[まちを創る]     A --&gt; D[暮らしを創る]             </pre> </div> <p>基本目標：1. 産業の振興による新たな雇用の創出 2. 新しい人の流れの創出 3. 結婚・出産・子育ての希望の実現 4. 持続可能な地域づくり</p>
具体的な施策	<p>【基本目標1 - 産業の振興による新たな雇用の創出 - 】</p> <p>1 - 2 地場産業の振興・情報発信</p> <p>○本場結城紬の復興・振興</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本場結城紬復興調査推進事業(小山産繭からの一貫生産体制の構築)</li> <li>・本場結城紬着用推進事業(購入費助成事業・着心地体験事業)</li> <li>・ユネスコ無形文化遺産登録記念事業(小山きものの日)</li> <li>・後継者育成事業(紬織士の育成・製作技術講習会・織元とのマッチング)</li> <li>・本場結城紬情報発信推進事業(本場結城紬情報センターの整備)</li> </ul> <p>【基本目標2 - 新しい人の流れの創出 - 】</p> <p>2 - 2 観光地化による交流人口の増大</p> <p>本場結城紬による観光まちづくりの推進</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ユネスコ無形文化遺産登録記念事業(小山きものの日)</li> <li>・本場結城紬情報発信推進事業(本場結城紬情報センターの整備)</li> <li>・「本場結城紬」を資源とした観光まちづくりの推進</li> <li>・小山駅・結城駅を起点とした絹地区への観光ルートの開発</li> </ul>

(4) 第2次小山市文化芸術振興ビジョン

策定年月	平成29年3月																																
計画の目的	<p>様々な市民文化をさらに発展させるため、市民の主体的な文化芸術活動を促進するとともに、豊かで活力のある「小山らしさ」があふれる文化の創造を目指して、本計画を策定し、本市の文化芸術の振興を図ることを目的としています。</p>																																
基本理念・基本目標	<p>コンセプト</p> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 10px; text-align: center;"> <p>心豊かで活気のあるくらしやすい「文化都市小山」</p> </div> <p>基本目標</p> <p>(1)「文化芸術活動の推進」 ～市民文化～                  (2)「歴史的文化の継承と活用」～歴史文化～</p>																																
具体的施策	<p>基本施策5 文化芸術を創造する環境づくり</p> <p>本場結城紬の活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・本場結城紬を活用した着心地体験や結城市との連携事業等を推進し、地域振興・活性化を図ります。</li> </ul>																																
文化芸術振興の概念図及び施策体系	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">基本理念</th> <th style="width: 70%;">具体的施策</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>心豊かで活気のあるくらしやすい「文化都市小山」</td> <td></td> </tr> <tr> <td>基本目標 ・文化芸術活動の推進 ～市民文化～ ・歴史的文化の継承と活用 ～歴史文化～</td> <td></td> </tr> <tr> <td>基本的視点 1. 地域の伝統や独自性を生かした視点 2. 時代の変化を踏まえた視点 3. 交流を活性化する視点</td> <td></td> </tr> <tr> <td>集約の方向性</td> <td></td> </tr> <tr> <td>たのしみ ～市民一人ひとりの感性と創造性を育む文化芸術環境の充実～ ○市民の文化芸術の発表機会の充実 ○市民・青少年の鑑賞機会の充実 ○市民の文化芸術活動への参加促進</td> <td></td> </tr> <tr> <td>そだてる ～文化芸術活動発展のための支援体制づくりと人材育成～ ○文化芸術資源の活用 ○文化ボランティアの育成、支援 ○文化を生かしたまちづくり ○国際文化・芸術交流の推進 ○創造活動を担う人づくり ○文化芸術情報への市民及び外部への発信 ○おやまブランドの創出と発信 ○結城市との文化芸術交流</td> <td></td> </tr> <tr> <td>つたえる ～「おやま」文化遺産の活用と次世代への継承～ ○文化遺産の保存と継承 ○伝統文化や生活文化の継承 ○伝統文化を支える人づくり ○文化的環境の整備と推進 ○伝統工芸の継承と発信 ○文化財を通じた学習機会の充実 ○文化、芸術教育を通じた青少年の育成</td> <td></td> </tr> <tr> <td>ささえる ～文化芸術行政の推進と連携～ ○芸術祭の育成と支援 ○文化芸術を担う人材や団体への顕彰 ○文化活動拠点の整備 ○観光、産業との連携事業 ○周辺市町村の文化施設との連携強化 ○文化芸術活動に対する民間事業者の誘導推進 ○情報発信、政策 ○文化行政への市民参画と市民との協働の推進 ○文化センター、公民館等の充実、活用</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">基本施策</th> <th style="width: 70%;">具体的施策</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 多様な文化芸術活動の促進</td> <td>                     1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充                      2 文化芸術の公演や展示事業の多様化                      3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援                      4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>2 文化芸術の担い手の育成</td> <td>                     1 顕彰制度の確立                      2 人材育成事業の拡充                      3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進                      4 学校教育・生涯学習との連携の推進                 </td> </tr> <tr> <td>3 伝統文化の保護及び継承</td> <td>                     1 文化遺産に関する専門的調査の推進                      2 歴史の掘り起こし、記録・公開                      3 文化財の保存と活用の推進                      4 国登録文化財への推進                      5 歴史や伝統文化の学習機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>4 文化芸術交流の促進</td> <td>                     1 世代間交流による伝統文化の継承支援                      2 情報・人材・施設に関する情報提供                      3 地域間交流及び国際交流等の促進                 </td> </tr> <tr> <td>5 文化芸術を創造する環境づくり</td> <td>                     1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策                      2 文化施設の活用                      3 文化芸術活動のための公共施設の活用                 </td> </tr> </tbody> </table> </td> </tr> </tbody> </table>	基本理念	具体的施策	心豊かで活気のあるくらしやすい「文化都市小山」		基本目標 ・文化芸術活動の推進 ～市民文化～ ・歴史的文化の継承と活用 ～歴史文化～		基本的視点 1. 地域の伝統や独自性を生かした視点 2. 時代の変化を踏まえた視点 3. 交流を活性化する視点		集約の方向性		たのしみ ～市民一人ひとりの感性と創造性を育む文化芸術環境の充実～ ○市民の文化芸術の発表機会の充実 ○市民・青少年の鑑賞機会の充実 ○市民の文化芸術活動への参加促進		そだてる ～文化芸術活動発展のための支援体制づくりと人材育成～ ○文化芸術資源の活用 ○文化ボランティアの育成、支援 ○文化を生かしたまちづくり ○国際文化・芸術交流の推進 ○創造活動を担う人づくり ○文化芸術情報への市民及び外部への発信 ○おやまブランドの創出と発信 ○結城市との文化芸術交流		つたえる ～「おやま」文化遺産の活用と次世代への継承～ ○文化遺産の保存と継承 ○伝統文化や生活文化の継承 ○伝統文化を支える人づくり ○文化的環境の整備と推進 ○伝統工芸の継承と発信 ○文化財を通じた学習機会の充実 ○文化、芸術教育を通じた青少年の育成		ささえる ～文化芸術行政の推進と連携～ ○芸術祭の育成と支援 ○文化芸術を担う人材や団体への顕彰 ○文化活動拠点の整備 ○観光、産業との連携事業 ○周辺市町村の文化施設との連携強化 ○文化芸術活動に対する民間事業者の誘導推進 ○情報発信、政策 ○文化行政への市民参画と市民との協働の推進 ○文化センター、公民館等の充実、活用			<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">基本施策</th> <th style="width: 70%;">具体的施策</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 多様な文化芸術活動の促進</td> <td>                     1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充                      2 文化芸術の公演や展示事業の多様化                      3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援                      4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>2 文化芸術の担い手の育成</td> <td>                     1 顕彰制度の確立                      2 人材育成事業の拡充                      3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進                      4 学校教育・生涯学習との連携の推進                 </td> </tr> <tr> <td>3 伝統文化の保護及び継承</td> <td>                     1 文化遺産に関する専門的調査の推進                      2 歴史の掘り起こし、記録・公開                      3 文化財の保存と活用の推進                      4 国登録文化財への推進                      5 歴史や伝統文化の学習機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>4 文化芸術交流の促進</td> <td>                     1 世代間交流による伝統文化の継承支援                      2 情報・人材・施設に関する情報提供                      3 地域間交流及び国際交流等の促進                 </td> </tr> <tr> <td>5 文化芸術を創造する環境づくり</td> <td>                     1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策                      2 文化施設の活用                      3 文化芸術活動のための公共施設の活用                 </td> </tr> </tbody> </table>	基本施策	具体的施策	1 多様な文化芸術活動の促進	1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充 2 文化芸術の公演や展示事業の多様化 3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援 4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実	2 文化芸術の担い手の育成	1 顕彰制度の確立 2 人材育成事業の拡充 3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進 4 学校教育・生涯学習との連携の推進	3 伝統文化の保護及び継承	1 文化遺産に関する専門的調査の推進 2 歴史の掘り起こし、記録・公開 3 文化財の保存と活用の推進 4 国登録文化財への推進 5 歴史や伝統文化の学習機会の充実	4 文化芸術交流の促進	1 世代間交流による伝統文化の継承支援 2 情報・人材・施設に関する情報提供 3 地域間交流及び国際交流等の促進	5 文化芸術を創造する環境づくり	1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策 2 文化施設の活用 3 文化芸術活動のための公共施設の活用
基本理念	具体的施策																																
心豊かで活気のあるくらしやすい「文化都市小山」																																	
基本目標 ・文化芸術活動の推進 ～市民文化～ ・歴史的文化の継承と活用 ～歴史文化～																																	
基本的視点 1. 地域の伝統や独自性を生かした視点 2. 時代の変化を踏まえた視点 3. 交流を活性化する視点																																	
集約の方向性																																	
たのしみ ～市民一人ひとりの感性と創造性を育む文化芸術環境の充実～ ○市民の文化芸術の発表機会の充実 ○市民・青少年の鑑賞機会の充実 ○市民の文化芸術活動への参加促進																																	
そだてる ～文化芸術活動発展のための支援体制づくりと人材育成～ ○文化芸術資源の活用 ○文化ボランティアの育成、支援 ○文化を生かしたまちづくり ○国際文化・芸術交流の推進 ○創造活動を担う人づくり ○文化芸術情報への市民及び外部への発信 ○おやまブランドの創出と発信 ○結城市との文化芸術交流																																	
つたえる ～「おやま」文化遺産の活用と次世代への継承～ ○文化遺産の保存と継承 ○伝統文化や生活文化の継承 ○伝統文化を支える人づくり ○文化的環境の整備と推進 ○伝統工芸の継承と発信 ○文化財を通じた学習機会の充実 ○文化、芸術教育を通じた青少年の育成																																	
ささえる ～文化芸術行政の推進と連携～ ○芸術祭の育成と支援 ○文化芸術を担う人材や団体への顕彰 ○文化活動拠点の整備 ○観光、産業との連携事業 ○周辺市町村の文化施設との連携強化 ○文化芸術活動に対する民間事業者の誘導推進 ○情報発信、政策 ○文化行政への市民参画と市民との協働の推進 ○文化センター、公民館等の充実、活用																																	
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 30%;">基本施策</th> <th style="width: 70%;">具体的施策</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 多様な文化芸術活動の促進</td> <td>                     1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充                      2 文化芸術の公演や展示事業の多様化                      3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援                      4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>2 文化芸術の担い手の育成</td> <td>                     1 顕彰制度の確立                      2 人材育成事業の拡充                      3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進                      4 学校教育・生涯学習との連携の推進                 </td> </tr> <tr> <td>3 伝統文化の保護及び継承</td> <td>                     1 文化遺産に関する専門的調査の推進                      2 歴史の掘り起こし、記録・公開                      3 文化財の保存と活用の推進                      4 国登録文化財への推進                      5 歴史や伝統文化の学習機会の充実                 </td> </tr> <tr> <td>4 文化芸術交流の促進</td> <td>                     1 世代間交流による伝統文化の継承支援                      2 情報・人材・施設に関する情報提供                      3 地域間交流及び国際交流等の促進                 </td> </tr> <tr> <td>5 文化芸術を創造する環境づくり</td> <td>                     1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策                      2 文化施設の活用                      3 文化芸術活動のための公共施設の活用                 </td> </tr> </tbody> </table>	基本施策	具体的施策	1 多様な文化芸術活動の促進	1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充 2 文化芸術の公演や展示事業の多様化 3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援 4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実	2 文化芸術の担い手の育成	1 顕彰制度の確立 2 人材育成事業の拡充 3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進 4 学校教育・生涯学習との連携の推進	3 伝統文化の保護及び継承	1 文化遺産に関する専門的調査の推進 2 歴史の掘り起こし、記録・公開 3 文化財の保存と活用の推進 4 国登録文化財への推進 5 歴史や伝統文化の学習機会の充実	4 文化芸術交流の促進	1 世代間交流による伝統文化の継承支援 2 情報・人材・施設に関する情報提供 3 地域間交流及び国際交流等の促進	5 文化芸術を創造する環境づくり	1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策 2 文化施設の活用 3 文化芸術活動のための公共施設の活用																				
基本施策	具体的施策																																
1 多様な文化芸術活動の促進	1 子供に対する文化芸術鑑賞機会の拡充 2 文化芸術の公演や展示事業の多様化 3 市民主体の公演、展示会への有形・無形の行政の支援 4 市民の文化芸術活動と発表の機会の充実																																
2 文化芸術の担い手の育成	1 顕彰制度の確立 2 人材育成事業の拡充 3 文化芸術団体の運営・活動に対する支援の推進 4 学校教育・生涯学習との連携の推進																																
3 伝統文化の保護及び継承	1 文化遺産に関する専門的調査の推進 2 歴史の掘り起こし、記録・公開 3 文化財の保存と活用の推進 4 国登録文化財への推進 5 歴史や伝統文化の学習機会の充実																																
4 文化芸術交流の促進	1 世代間交流による伝統文化の継承支援 2 情報・人材・施設に関する情報提供 3 地域間交流及び国際交流等の促進																																
5 文化芸術を創造する環境づくり	1 歴史的景観の再発見と保護・活用に関する施策 2 文化施設の活用 3 文化芸術活動のための公共施設の活用																																

(5) 第二期小山市工業振興基本計画

策定年月	平成28年3月																																																			
計画の目的	第一期の計画期間終了に伴い、本市を取り巻く工業の現状と課題等を整理するとともに、上位計画との整合を図りながら工業振興施策の体系を見直し、効果的な施策の展開を図るため策定することを目的としています。																																																			
工業振興の将来像・基本目標	<p>将来像</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">                 さらに便利に 魅力的に                  未来に広がる工業のまち小山市へ             </div> <p>基本目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 地域とともに発展する力の創造 「活力・魅力づくり」</li> <li>2 さらに発展する工業力の創造 「人と企業を呼び込む基盤づくり」</li> <li>3 新たな働く力の創造 「雇用創出・労働環境づくり」</li> <li>4 次代の小山を担う力の創造 「人・ものづくり」</li> <li>5 互いに支え合う力の創造 「交流・ネットワークづくり」</li> </ol>																																																			
計画体系	<p style="text-align: right;">【O】「小山市まち・ひと・しごと創生総合戦略」において位置づけられた事業   ★重点事業 【既定】既存法・事業・制度に基づくもの   &lt;新規&gt; 既存法・事業・制度がなく新たに位置づけるもの</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>将来像</th> <th>基本目標</th> <th>基本施策</th> <th>具体的取り組み</th> <th>位置づけ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="15">『さらに便利に 魅力的に 未来に広がる工業のまち小山市へ』</td> <td rowspan="3">基本目標Ⅰ 地域とともに発展する力の創造 活力・魅力づくり</td> <td rowspan="3">I-1 地元企業の支援・振興</td> <td>I-1-1 中小企業ISO認証取得支援事業</td> <td>【O】 【既定】</td> </tr> <tr> <td>I-1-2 中小企業工業所有権取得支援事業</td> <td>【O】 【既定】</td> </tr> <tr> <td>I-1-3 中小企業研究開発支援事業</td> <td>【O】 【既定】</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">基本目標Ⅱ さらに発展する工業力の創造 人と企業を呼び込む基盤づくり</td> <td rowspan="3">II-1 戦略的新規工業団地の整備</td> <td>II-1-1 新4号国道沿線新規工業団地開発推進事業</td> <td>【O】 &lt;新規&gt; ★</td> </tr> <tr> <td>II-1-2 工業団地開発推進事業</td> <td>【O】 【既定】</td> </tr> <tr> <td>II-2-1 工業振興奨励金拡大事業</td> <td>【O】 【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">基本目標Ⅲ 新たな働く力の創造 雇用創出・労働環境づくり</td> <td rowspan="3">III-1 企業に対する支援</td> <td>III-1-1 緊急雇用対策事業（雇用促進奨励金）</td> <td>【O】 【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td>III-1-2 トライアル雇用促進支援事業</td> <td>【O】 【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td>III-2-1 求職者技能向上教育訓練奨励金交付事業</td> <td>【O】 【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">基本目標Ⅳ 次代の小山を担う力の創造 人・ものづくり</td> <td rowspan="3">IV-1 若者や女性等の創業支援・育成</td> <td>IV-1-1 インキュベーションオフィス運営事業</td> <td>【O】 【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td>IV-1-2 創業応援事業</td> <td>【O】 &lt;新規&gt;</td> </tr> <tr> <td>IV-2-1 企業経営体質強化事業</td> <td>【既定】</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">基本目標Ⅴ 互いに支え合う力の創造 交流・ネットワークづくり</td> <td rowspan="3">V-1 地元企業のPR・交流機会の創出</td> <td>V-1-1 地元企業のPR・交流機会創出事業</td> <td>【既定】</td> </tr> <tr> <td>V-2 企業立地のための支援拡大</td> <td>V-2-1 企業立地促進事業と周知・PR事業</td> <td>【既定】 ★</td> </tr> <tr> <td>V-3 およば産学官ネットワークの支援</td> <td>V-3-1 異業種間・企業間交流事業</td> <td>【既定】</td> </tr> </tbody> </table>				将来像	基本目標	基本施策	具体的取り組み	位置づけ	『さらに便利に 魅力的に 未来に広がる工業のまち小山市へ』	基本目標Ⅰ 地域とともに発展する力の創造 活力・魅力づくり	I-1 地元企業の支援・振興	I-1-1 中小企業ISO認証取得支援事業	【O】 【既定】	I-1-2 中小企業工業所有権取得支援事業	【O】 【既定】	I-1-3 中小企業研究開発支援事業	【O】 【既定】	基本目標Ⅱ さらに発展する工業力の創造 人と企業を呼び込む基盤づくり	II-1 戦略的新規工業団地の整備	II-1-1 新4号国道沿線新規工業団地開発推進事業	【O】 <新規> ★	II-1-2 工業団地開発推進事業	【O】 【既定】	II-2-1 工業振興奨励金拡大事業	【O】 【既定】 ★	基本目標Ⅲ 新たな働く力の創造 雇用創出・労働環境づくり	III-1 企業に対する支援	III-1-1 緊急雇用対策事業（雇用促進奨励金）	【O】 【既定】 ★	III-1-2 トライアル雇用促進支援事業	【O】 【既定】 ★	III-2-1 求職者技能向上教育訓練奨励金交付事業	【O】 【既定】 ★	基本目標Ⅳ 次代の小山を担う力の創造 人・ものづくり	IV-1 若者や女性等の創業支援・育成	IV-1-1 インキュベーションオフィス運営事業	【O】 【既定】 ★	IV-1-2 創業応援事業	【O】 <新規>	IV-2-1 企業経営体質強化事業	【既定】	基本目標Ⅴ 互いに支え合う力の創造 交流・ネットワークづくり	V-1 地元企業のPR・交流機会の創出	V-1-1 地元企業のPR・交流機会創出事業	【既定】	V-2 企業立地のための支援拡大	V-2-1 企業立地促進事業と周知・PR事業	【既定】 ★	V-3 およば産学官ネットワークの支援	V-3-1 異業種間・企業間交流事業	【既定】
将来像	基本目標	基本施策	具体的取り組み	位置づけ																																																
『さらに便利に 魅力的に 未来に広がる工業のまち小山市へ』	基本目標Ⅰ 地域とともに発展する力の創造 活力・魅力づくり	I-1 地元企業の支援・振興	I-1-1 中小企業ISO認証取得支援事業	【O】 【既定】																																																
			I-1-2 中小企業工業所有権取得支援事業	【O】 【既定】																																																
			I-1-3 中小企業研究開発支援事業	【O】 【既定】																																																
	基本目標Ⅱ さらに発展する工業力の創造 人と企業を呼び込む基盤づくり	II-1 戦略的新規工業団地の整備	II-1-1 新4号国道沿線新規工業団地開発推進事業	【O】 <新規> ★																																																
			II-1-2 工業団地開発推進事業	【O】 【既定】																																																
			II-2-1 工業振興奨励金拡大事業	【O】 【既定】 ★																																																
	基本目標Ⅲ 新たな働く力の創造 雇用創出・労働環境づくり	III-1 企業に対する支援	III-1-1 緊急雇用対策事業（雇用促進奨励金）	【O】 【既定】 ★																																																
			III-1-2 トライアル雇用促進支援事業	【O】 【既定】 ★																																																
			III-2-1 求職者技能向上教育訓練奨励金交付事業	【O】 【既定】 ★																																																
	基本目標Ⅳ 次代の小山を担う力の創造 人・ものづくり	IV-1 若者や女性等の創業支援・育成	IV-1-1 インキュベーションオフィス運営事業	【O】 【既定】 ★																																																
			IV-1-2 創業応援事業	【O】 <新規>																																																
			IV-2-1 企業経営体質強化事業	【既定】																																																
	基本目標Ⅴ 互いに支え合う力の創造 交流・ネットワークづくり	V-1 地元企業のPR・交流機会の創出	V-1-1 地元企業のPR・交流機会創出事業	【既定】																																																
			V-2 企業立地のための支援拡大	V-2-1 企業立地促進事業と周知・PR事業	【既定】 ★																																															
			V-3 およば産学官ネットワークの支援	V-3-1 異業種間・企業間交流事業	【既定】																																															

(6) 第1期小山市シティプロモーション5カ年計画

策定年月	平成28年3月			
計画の目的				
<p>「水と緑と大地」の豊かな自然環境、東京圏からのアクセスの良さといった立地利便性、多様なおやまブランドなど、小山市の特徴や魅力をより多くの人々に伝え、市内外へのプロモーションを総合的、積極的に展開していくことを目的としています。</p>				
計画の全体像				
<p><b>シティプロモーション展開全体像</b></p>				
第7次小山市総合計画: 将来都市像	夢・魅力いっぱい 未来へつなぐ 一人みんなの笑顔と元気で明日の小山創生ー			
小山市まち・ひと・しごと創生総合戦略: 基本理念	ひとを創る まちを創る 暮らしを創る			
第1期小山市シティプロモーション5カ年計画: 将来像	人と企業を呼び込む栃木の玄関口 魅力あふれる「開運のまち」おやま			
<p><b>基本戦略</b></p>				
①小山市の認知度を高めるための取組	②観光促進のための取組	③移住・定住促進のための取組	④きめ細かい情報発信を実現するためのメディア戦略	⑤シティプロモーションの体制構築
<ul style="list-style-type: none"> <li>「開運のまち おやま」「おやまブランド」の認知度向上と活用促進</li> <li>トップセールスの実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>観光資源の活用と潜在資源の再認識</li> <li>近隣市町と連携した観光促進</li> <li>訪問者のニーズに応じた情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>優れた交通利便性の認知度向上</li> <li>転入人口促進のための情報発信</li> <li>若年層へ向けた小山暮らし情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報発信に関する専門家と連携したメディア展開</li> <li>発信ターゲットに適した情報伝達媒体の選択と活用</li> <li>地元メディアの活用強化</li> <li>全国ネット等マスメディアの活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>内部体制の構築</li> <li>市民参加を促す仕組みづくり</li> </ul>
<p><b>KPI</b></p>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>小山市の認知率</li> <li>おやまブランドホームページアクセス数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小山市への訪問率</li> <li>観光客入込数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>若い世代の転入超過(20~39歳の社会増加数)</li> <li>小山市への定住意向率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小山市ホームページアクセス数</li> <li>政光くん・寒川尼ちゃん facebookフォロワー数</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小山市への居住推奨度</li> <li>小山市の地域ブランド順位(情報接触度)</li> </ul>
観光促進のための取組				
重点	基本施策	区分	No	事業名(具体的取組例)
◎	9. 渡良瀬遊水地のさらなる認知度向上のためのプロモーション推進	拡大	12	渡良瀬遊水地の観光地化の推進
◎	10. 本場結城紬のさらなる認知度向上のためのプロモーション推進	★	13	おやま本場結城紬クラフト館の活用
		★	14	「本場結城紬」を資源とした「観光まちづくり」の推進
◎	11. 着地型観光推進のためのプロモーション推進	継続	15	まち歩きやレンタサイクル事業のための観光散策コースの確立
		継続	16	ウォーキングコースの整備(開運の道ー徳川家康と小山の日光街道ー)
		★	17	水辺の道コースの整備(渡良瀬遊水地と水郷の自然と歴史)
		継続	18	おやま食の道歩きコースの整備(大地のうまみをぎゅっ!と濃縮)
◎	12. 新たな地域資源の発掘と活用	継続	19	桑の実プロジェクト事業
		★	20	若い女性に関心を持つ資源の発掘と活用

(7) 第2期小山市商業・観光振興計画

策定年月	平成27年3月																																										
計画の目的	第1期の計画期間終了に伴い、商業・観光資源を取り巻く現状と課題を分析したうえで、商業・観光振興の指針や体系を見直し、効果的な施策の展開を図るため策定することを目的とします。																																										
商業・観光振興のコンセプト・基本目標	<p>コンセプト</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <p>人が集まる賑わいづくり、「開運のまち おやま」の魅力発信 集・住・楽・感 小山の商業・観光振興</p> </div> <p>基本目標</p> <p>商業活性化による賑わいのあるまちづくり 【集める】                  豊かな資源を活かした観光魅力化 【活かす】                  景観拠点づくりとネットワーク形成による回遊性の確保 【つなぐ】                  多様なPR・情報による小山の魅力の発信 【拡げる】                  協働で取り組む連携・支援と総合マネジメント 【共に支え、続ける】</p>																																										
計画体系	<table border="1"> <thead> <tr> <th>コンセプト</th> <th>基本目標</th> <th>基本施策</th> <th>具体的な取組み【位置づけ】</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="15" style="writing-mode: vertical-rl; text-orientation: upright;">                     人が集まる賑わいづくり、「開運のまち おやま」の魅力発信 集・住・楽・感 小山の商業・観光振興                 </td> <td rowspan="3">I 【集める】 商業活性化による賑わいのあるまちづくり</td> <td>I-1 中心商業活性化</td> <td>                     ○ まちなか居住推進事業 【既定】                      ○ 中心市街地活性化TMO事業 【既定】                      ○ 小山駅周辺活性化基本構想策定事業 【新規】                      ○ 中心市街地商業出店等促進事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>I-2 地域商業活性化</td> <td>                     ○ 地域商店街活性化事業 【既定】                      ○ 地域生活拠点環境整備事業 【新規】                 </td> </tr> <tr> <td>I-3 地元消費喚起</td> <td>○ 開運小山市共通商品券発行事業 【新規】</td> </tr> <tr> <td rowspan="3">II 【活かす】 豊かな資源を活かした観光魅力化</td> <td>II-1 自然・田園資源の活用</td> <td>                     ○ 渡良瀬遊水地周辺観光振興事業 【既定】                      ○ 悪川観光資源化事業 【既定】                      ○ グリーンツーリズム、エコツーリズム推進事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>II-2 歴史・文化資源の活用</td> <td>                     ○ ユネスコ無形文化遺産「本場結城紬」活用事業 【新規】                      ○ 地域の伝統行事支援事業 【既定】                      ○ 歴史のまちづくり推進事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>II-3 まちなか観光の推進</td> <td>                     ○ まちの駅運営・拡充事業 【既定】                      ○ 駅西口広場及び駅周辺地域再整備事業 【既定】                      ○ 小山御殿跡地整備事業 【既定】                      ○ まち歩き推進整備事業 【新規】                      ○ 小山駅周辺都市景観形成事業 【新規】                 </td> </tr> <tr> <td rowspan="2">III 【つなぐ】 景観拠点づくりとネットワーク形成</td> <td>III-1 拠点景観の保全・創造</td> <td>○ 小山らしい風景・景観の保全・創出事業 【新規】</td> </tr> <tr> <td>III-2 ネットワークの形成</td> <td>                     ○ 自転車ネットワーク形成事業 【新規】                      ○ 周遊観光コミュニティバス運行事業 【新規】                      ○ 安全・安心な歩行環境整備事業 【新規】                 </td> </tr> <tr> <td rowspan="4">IV 【拡げる】 多様なPR・情報による小山の魅力の発信</td> <td>IV-1 イベントの充実</td> <td>○ 商業観光振興イベント強化事業 【既定】</td> </tr> <tr> <td>IV-2 食の創出・発信</td> <td>○ 独自の食創出・発信支援事業 【既定】</td> </tr> <tr> <td>IV-3 おやまブランドの展開</td> <td>                     ○ 「おやまブランド」発信・創出事業 【既定】                      ○ 「小山評定ふるさと大使」事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>IV-4 情報発信・PRの推進</td> <td>                     ○ 「開運のまち おやま」推進強化事業 【既定】                      ○ SNS活用情報発信事業 【新規】                 </td> </tr> <tr> <td rowspan="3">V 【共に支え、続ける】 協働で取り組む連携・支援と総合マネジメント</td> <td>V-1 広域連携の促進</td> <td>                     ○ 下都賀地区広域観光ネットワーク事業 【既定】                      ○ 広域観光メニュー開発事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>V-2 体制強化・人づくり</td> <td>                     ○ 商業・観光関係組織の強化と連携・支援事業 【既定】                      ○ 若者商業観光活動支援事業 【新規】                      ○ 観光ボランティアガイド育成事業 【新規】                      ○ 市民、中小企業、商工関連団体等支援事業 【既定】                 </td> </tr> <tr> <td>V-3 総合マネジメント</td> <td>                     ○ 商業ニーズ・マーケティング調査事業 【新規】                      ○ 観光・ブランドプロモーション事業 【新規】                      ○ 総合コーディネータ登用事業 【新規】                 </td> </tr> </tbody> </table>			コンセプト	基本目標	基本施策	具体的な取組み【位置づけ】	人が集まる賑わいづくり、「開運のまち おやま」の魅力発信 集・住・楽・感 小山の商業・観光振興	I 【集める】 商業活性化による賑わいのあるまちづくり	I-1 中心商業活性化	○ まちなか居住推進事業 【既定】 ○ 中心市街地活性化TMO事業 【既定】 ○ 小山駅周辺活性化基本構想策定事業 【新規】 ○ 中心市街地商業出店等促進事業 【既定】	I-2 地域商業活性化	○ 地域商店街活性化事業 【既定】 ○ 地域生活拠点環境整備事業 【新規】	I-3 地元消費喚起	○ 開運小山市共通商品券発行事業 【新規】	II 【活かす】 豊かな資源を活かした観光魅力化	II-1 自然・田園資源の活用	○ 渡良瀬遊水地周辺観光振興事業 【既定】 ○ 悪川観光資源化事業 【既定】 ○ グリーンツーリズム、エコツーリズム推進事業 【既定】	II-2 歴史・文化資源の活用	○ ユネスコ無形文化遺産「本場結城紬」活用事業 【新規】 ○ 地域の伝統行事支援事業 【既定】 ○ 歴史のまちづくり推進事業 【既定】	II-3 まちなか観光の推進	○ まちの駅運営・拡充事業 【既定】 ○ 駅西口広場及び駅周辺地域再整備事業 【既定】 ○ 小山御殿跡地整備事業 【既定】 ○ まち歩き推進整備事業 【新規】 ○ 小山駅周辺都市景観形成事業 【新規】	III 【つなぐ】 景観拠点づくりとネットワーク形成	III-1 拠点景観の保全・創造	○ 小山らしい風景・景観の保全・創出事業 【新規】	III-2 ネットワークの形成	○ 自転車ネットワーク形成事業 【新規】 ○ 周遊観光コミュニティバス運行事業 【新規】 ○ 安全・安心な歩行環境整備事業 【新規】	IV 【拡げる】 多様なPR・情報による小山の魅力の発信	IV-1 イベントの充実	○ 商業観光振興イベント強化事業 【既定】	IV-2 食の創出・発信	○ 独自の食創出・発信支援事業 【既定】	IV-3 おやまブランドの展開	○ 「おやまブランド」発信・創出事業 【既定】 ○ 「小山評定ふるさと大使」事業 【既定】	IV-4 情報発信・PRの推進	○ 「開運のまち おやま」推進強化事業 【既定】 ○ SNS活用情報発信事業 【新規】	V 【共に支え、続ける】 協働で取り組む連携・支援と総合マネジメント	V-1 広域連携の促進	○ 下都賀地区広域観光ネットワーク事業 【既定】 ○ 広域観光メニュー開発事業 【既定】	V-2 体制強化・人づくり	○ 商業・観光関係組織の強化と連携・支援事業 【既定】 ○ 若者商業観光活動支援事業 【新規】 ○ 観光ボランティアガイド育成事業 【新規】 ○ 市民、中小企業、商工関連団体等支援事業 【既定】	V-3 総合マネジメント	○ 商業ニーズ・マーケティング調査事業 【新規】 ○ 観光・ブランドプロモーション事業 【新規】 ○ 総合コーディネータ登用事業 【新規】
コンセプト	基本目標	基本施策	具体的な取組み【位置づけ】																																								
人が集まる賑わいづくり、「開運のまち おやま」の魅力発信 集・住・楽・感 小山の商業・観光振興	I 【集める】 商業活性化による賑わいのあるまちづくり	I-1 中心商業活性化	○ まちなか居住推進事業 【既定】 ○ 中心市街地活性化TMO事業 【既定】 ○ 小山駅周辺活性化基本構想策定事業 【新規】 ○ 中心市街地商業出店等促進事業 【既定】																																								
		I-2 地域商業活性化	○ 地域商店街活性化事業 【既定】 ○ 地域生活拠点環境整備事業 【新規】																																								
		I-3 地元消費喚起	○ 開運小山市共通商品券発行事業 【新規】																																								
	II 【活かす】 豊かな資源を活かした観光魅力化	II-1 自然・田園資源の活用	○ 渡良瀬遊水地周辺観光振興事業 【既定】 ○ 悪川観光資源化事業 【既定】 ○ グリーンツーリズム、エコツーリズム推進事業 【既定】																																								
		II-2 歴史・文化資源の活用	○ ユネスコ無形文化遺産「本場結城紬」活用事業 【新規】 ○ 地域の伝統行事支援事業 【既定】 ○ 歴史のまちづくり推進事業 【既定】																																								
		II-3 まちなか観光の推進	○ まちの駅運営・拡充事業 【既定】 ○ 駅西口広場及び駅周辺地域再整備事業 【既定】 ○ 小山御殿跡地整備事業 【既定】 ○ まち歩き推進整備事業 【新規】 ○ 小山駅周辺都市景観形成事業 【新規】																																								
	III 【つなぐ】 景観拠点づくりとネットワーク形成	III-1 拠点景観の保全・創造	○ 小山らしい風景・景観の保全・創出事業 【新規】																																								
		III-2 ネットワークの形成	○ 自転車ネットワーク形成事業 【新規】 ○ 周遊観光コミュニティバス運行事業 【新規】 ○ 安全・安心な歩行環境整備事業 【新規】																																								
	IV 【拡げる】 多様なPR・情報による小山の魅力の発信	IV-1 イベントの充実	○ 商業観光振興イベント強化事業 【既定】																																								
		IV-2 食の創出・発信	○ 独自の食創出・発信支援事業 【既定】																																								
		IV-3 おやまブランドの展開	○ 「おやまブランド」発信・創出事業 【既定】 ○ 「小山評定ふるさと大使」事業 【既定】																																								
		IV-4 情報発信・PRの推進	○ 「開運のまち おやま」推進強化事業 【既定】 ○ SNS活用情報発信事業 【新規】																																								
	V 【共に支え、続ける】 協働で取り組む連携・支援と総合マネジメント	V-1 広域連携の促進	○ 下都賀地区広域観光ネットワーク事業 【既定】 ○ 広域観光メニュー開発事業 【既定】																																								
		V-2 体制強化・人づくり	○ 商業・観光関係組織の強化と連携・支援事業 【既定】 ○ 若者商業観光活動支援事業 【新規】 ○ 観光ボランティアガイド育成事業 【新規】 ○ 市民、中小企業、商工関連団体等支援事業 【既定】																																								
		V-3 総合マネジメント	○ 商業ニーズ・マーケティング調査事業 【新規】 ○ 観光・ブランドプロモーション事業 【新規】 ○ 総合コーディネータ登用事業 【新規】																																								
<p>【既定】：第1期小山市商業・観光振興計画において位置づけられていた具体的取組事業（取組事業名を変更したものを含みます。）                  【新規】：今回第2期小山市商業・観光振興計画において新たに位置づける具体的取組事業</p>																																											



(8) 第2期「おやまブランド」創生・発信推進計画

策定年月	平成26年3月														
計画の目的	平成20年3月に策定された第1期「おやまブランド」創生・発信推進計画の検証と計画の見直しを行い、基本的な方向性や具体的な取り組み内容を再構築するとともに、H26年度以降の具体的な事業推進計画を明らかにすることを目的としています。														
計画の概要	<b>ブランド創生のキャッチフレーズ</b> 「みんなが誇り育てる オンリーワン おやまブランド」														
計画体系	<p style="text-align: center;"><b>第2期「おやまブランド」創生・発信推進計画の体系</b></p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <table border="0"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>1. 農畜産物・本場結城紬をはじめとする伝統工芸のまち</b></p> <p>1-1 既存ブランド選定品の拡充・展開 1-2 新しい産品や利用法の開発 1-3 本場結城紬をはじめとする歴史ある伝統工芸品</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>小山の誇る農畜産物・加工品と、数々の伝統工芸品をブランドの柱として展開し、全国へ発信します。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>2. 歴史・開運のまち</b></p> <p>2-1 「開運のまち」をキーワードとした歴史ブランド展開 2-2 地域の歴史の発見・掘り起こし</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>小山評定をはじめとする有形無形の貴重な歴史遺産によりおやまを際立たせるブランドを構築します。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>3. 思川・思川桜・渡良瀬遊水地のまち</b></p> <p>3-1 母なる川「思川」の活用 3-2 「思川桜」でまちを彩る 3-3 渡良瀬遊水地の賢明な活用の3本柱</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>「水と緑と大地」を有する自然豊かな地域の表象である思川・思川桜・渡良瀬遊水地を中心にブランドを構築します。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>4. 産業技術のまち</b></p> <p>4-1 世界に誇る工業力 4-2 小さくてもきらりと光る先端技術</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>小山にある全国レベル・世界レベルの技術・製品・規模等を誇る、大小様々な企業を柱としてブランドを展開します。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>5. ハンドベル・花火の市民文化のまち</b></p> <p>5-1 ハンドベルで世界に発信、市民が奏でる天使のメロディ 5-2 心豊かで活気のある文化都市小山の推進 5-3 関東一を誇る小山の花火や多くのイベント</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>世界レベルから市民レベルまでのハンドベルの響き、関東一を誇る花火、おやまの誇る市民文化のブランドです。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>6. スポーツ・健康のまち</b></p> <p>6-1 スポーツで市民の健康づくり「スポーツ立市」 6-2 市民みんなで健康づくり「健康都市おやま」 6-3 シニア元気あつぷ塾</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>単なる長寿ではなく、高齢になっても元気でいきいきとした市民が住むまちおやまのブランドを構築します。</p> </td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p><b>7. 男女共同参画・ボランティアのまち</b></p> <p>7-1 女性が活躍し、ともに生きる「市民力」のまち 7-2 「ボランティアの力」で地域を育てる、協働のまち</p> </td> <td style="padding: 5px;"> <p>「女性の様々な能力」を活かした「男女共同」の市民力、地域みんなが協働のまちづくりを支える「ボランティアの力」をおやまのブランドとして展開していきます。</p> </td> </tr> </table> </div>	<p><b>1. 農畜産物・本場結城紬をはじめとする伝統工芸のまち</b></p> <p>1-1 既存ブランド選定品の拡充・展開 1-2 新しい産品や利用法の開発 1-3 本場結城紬をはじめとする歴史ある伝統工芸品</p>	<p>小山の誇る農畜産物・加工品と、数々の伝統工芸品をブランドの柱として展開し、全国へ発信します。</p>	<p><b>2. 歴史・開運のまち</b></p> <p>2-1 「開運のまち」をキーワードとした歴史ブランド展開 2-2 地域の歴史の発見・掘り起こし</p>	<p>小山評定をはじめとする有形無形の貴重な歴史遺産によりおやまを際立たせるブランドを構築します。</p>	<p><b>3. 思川・思川桜・渡良瀬遊水地のまち</b></p> <p>3-1 母なる川「思川」の活用 3-2 「思川桜」でまちを彩る 3-3 渡良瀬遊水地の賢明な活用の3本柱</p>	<p>「水と緑と大地」を有する自然豊かな地域の表象である思川・思川桜・渡良瀬遊水地を中心にブランドを構築します。</p>	<p><b>4. 産業技術のまち</b></p> <p>4-1 世界に誇る工業力 4-2 小さくてもきらりと光る先端技術</p>	<p>小山にある全国レベル・世界レベルの技術・製品・規模等を誇る、大小様々な企業を柱としてブランドを展開します。</p>	<p><b>5. ハンドベル・花火の市民文化のまち</b></p> <p>5-1 ハンドベルで世界に発信、市民が奏でる天使のメロディ 5-2 心豊かで活気のある文化都市小山の推進 5-3 関東一を誇る小山の花火や多くのイベント</p>	<p>世界レベルから市民レベルまでのハンドベルの響き、関東一を誇る花火、おやまの誇る市民文化のブランドです。</p>	<p><b>6. スポーツ・健康のまち</b></p> <p>6-1 スポーツで市民の健康づくり「スポーツ立市」 6-2 市民みんなで健康づくり「健康都市おやま」 6-3 シニア元気あつぷ塾</p>	<p>単なる長寿ではなく、高齢になっても元気でいきいきとした市民が住むまちおやまのブランドを構築します。</p>	<p><b>7. 男女共同参画・ボランティアのまち</b></p> <p>7-1 女性が活躍し、ともに生きる「市民力」のまち 7-2 「ボランティアの力」で地域を育てる、協働のまち</p>	<p>「女性の様々な能力」を活かした「男女共同」の市民力、地域みんなが協働のまちづくりを支える「ボランティアの力」をおやまのブランドとして展開していきます。</p>
<p><b>1. 農畜産物・本場結城紬をはじめとする伝統工芸のまち</b></p> <p>1-1 既存ブランド選定品の拡充・展開 1-2 新しい産品や利用法の開発 1-3 本場結城紬をはじめとする歴史ある伝統工芸品</p>	<p>小山の誇る農畜産物・加工品と、数々の伝統工芸品をブランドの柱として展開し、全国へ発信します。</p>														
<p><b>2. 歴史・開運のまち</b></p> <p>2-1 「開運のまち」をキーワードとした歴史ブランド展開 2-2 地域の歴史の発見・掘り起こし</p>	<p>小山評定をはじめとする有形無形の貴重な歴史遺産によりおやまを際立たせるブランドを構築します。</p>														
<p><b>3. 思川・思川桜・渡良瀬遊水地のまち</b></p> <p>3-1 母なる川「思川」の活用 3-2 「思川桜」でまちを彩る 3-3 渡良瀬遊水地の賢明な活用の3本柱</p>	<p>「水と緑と大地」を有する自然豊かな地域の表象である思川・思川桜・渡良瀬遊水地を中心にブランドを構築します。</p>														
<p><b>4. 産業技術のまち</b></p> <p>4-1 世界に誇る工業力 4-2 小さくてもきらりと光る先端技術</p>	<p>小山にある全国レベル・世界レベルの技術・製品・規模等を誇る、大小様々な企業を柱としてブランドを展開します。</p>														
<p><b>5. ハンドベル・花火の市民文化のまち</b></p> <p>5-1 ハンドベルで世界に発信、市民が奏でる天使のメロディ 5-2 心豊かで活気のある文化都市小山の推進 5-3 関東一を誇る小山の花火や多くのイベント</p>	<p>世界レベルから市民レベルまでのハンドベルの響き、関東一を誇る花火、おやまの誇る市民文化のブランドです。</p>														
<p><b>6. スポーツ・健康のまち</b></p> <p>6-1 スポーツで市民の健康づくり「スポーツ立市」 6-2 市民みんなで健康づくり「健康都市おやま」 6-3 シニア元気あつぷ塾</p>	<p>単なる長寿ではなく、高齢になっても元気でいきいきとした市民が住むまちおやまのブランドを構築します。</p>														
<p><b>7. 男女共同参画・ボランティアのまち</b></p> <p>7-1 女性が活躍し、ともに生きる「市民力」のまち 7-2 「ボランティアの力」で地域を育てる、協働のまち</p>	<p>「女性の様々な能力」を活かした「男女共同」の市民力、地域みんなが協働のまちづくりを支える「ボランティアの力」をおやまのブランドとして展開していきます。</p>														

## 序 - 6 本場結城紬について

## (1) 結城紬の歴史

## 【古代から中世】

結城紬の起源は、はるか古代に織られていた「長幡部紬（ながはたべのあしぎぬ）」に結びつくものと言われており、「常陸国風土記」に紹介されています。

ちなみに「紬」とは太い糸で織った粗布を指します。

中世になると、「庭訓往来（ていきんおうらい）」という習字用・読本用の初級教科書の中に、「常陸紬（ひたちつむぎ）」という名称の織物が紹介されており、この「常陸紬」が室町時代にこの地方を治めていた結城氏から室町幕府や鎌倉管領に献上されたことから、「結城紬」と呼ばれるようになったと言われています。

## 【近世】

近世になり、国替によって産地の大部分が天領となった後、初代代官としてこの地を治めたのが伊奈備前之守忠次です。忠次は紬の改良発展に力を注ぎ、信州上田から織工を招き、染色の改善と柳条（しま）の織り方の技術を導入しました。その結果、結城紬の名声は高まり、生産が増大しました。「和漢三才図絵（わかんさんさいずえ）」によると、「結城紬 下総国結城に出づるを上と為し」とあるように、数ある紬織物の中でも、上質な織物であったことが分かります。

## 【近代から現代】

無地か縞が主流であった結城紬も、幕末になると、より高度な緋織りの技術が取り入れられました。さらに明治時代の後半になると、縮織（ちぢみおり）という、緯糸（よこいと）に強い撚（よ）りを加えた糸を織り込んだものが出現します。この開発によって、それまで結城紬と言えば男物や年配の女性物であったものが、女物の単衣にも進出するようになり、昭和初期から中期にかけて生産が増大しました。

一方、縮織の出現により、古い伝統を持った結城紬本来の姿である平織（ひらおり）の消滅が危惧されるようになり、このため平織を残すべく技術保存運動が展開され、昭和31年、平織のみを結城紬として国の重要無形文化財に指定されることになりました。

また、昭和52年には「伝統的工芸品」にも指定され、さらに平成22年11月16日、ユネスコ（国際連合教育科学文化機関）の無形文化遺産保護条約に基づき、「人類の無形文化遺産の代表的な一覧表」に記載（登録）され、結城紬が現在も守り続けている高い技術が世界的に評価されました。

## 参考文献

『小山市史 民族編』 小山市史編さん委員会 昭和53年

『第26回企画展 伝統工芸の世界』 小山市立博物館 平成4年

『結城紬 ～紬織りの技と美～』 栃木県立博物館 平成16年

## (2) 重要無形文化財としての結城紬

結城紬の製作には、数多くの工程がありますが、その中でも次の3つの工程を経たものが、重要無形文化財の指定要件とされています。

### 1 糸はすべて真綿から手つむぎしたもの

「ツクシ」と呼ばれる道具に真綿を引っ掛けて糸を引き出し、「オボケ」と呼ばれる桶に糸をためていきます。



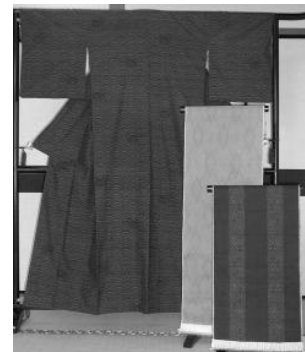
### 2 緋の模様をつける場合は手くびりによること

緋の柄となる部分に、染料が染み込まないように、墨付けした部分を綿糸でくくっていきます。



### 3 地機(じばた)で織ること

地機は最も原始的な織機と言われており、大きな特徴は、機に張る経糸(たていと)を、腰で吊って張り具合を調整できることにあります。



### (3) 結城紬購入費等助成制度

小山市では、本場結城紬産業の振興を図るため、市民の方が、栃木県本場結城紬織物協同組合の組合員が生産した本場結城紬の反物を購入し、着物やスーツに仕立てた場合、その購入費用の一部を助成する制度を設けています。

結城紬購入費等助成制度一覧

交 付 対 象	助成金の額
婚姻にあたり、本場結城紬の着物等を購入した方	購入費用の 50% (上限 40 万円)
本場結城紬の着物等を購入した方(新成人を除く)	購入費用の 20% (上限 20 万円)
成人式で着用するため、本場結城紬の着物等を購入した方	購入費用の 40% (上限 30 万円)
結城紬の洋服等を購入した方	購入費用の 25% (上限 10 万円)

### (4) 本場結城紬着物等貸出事業

市では、本場結城紬を身近に感じ広くPRを推進するため、市が所有する本場結城紬の着物等を貸出ししています。

貸出事業概要

対象となる貸出	・多数の人が集まるイベント(主に市が主催又は後援する場合)等に結城紬をPRする場合
対象となる方	・結城紬のPR等を行なう団体又は個人
申請の方法	・市工業振興課に電話等で確認 ・その後、小山市本場結城紬貸出着物等使用許可申請書兼誓約書に関係書類を添えて、工業振興課に提出

[(2) ~ (4) 出典: 小山市ホームページ「ユネスコ無形文化遺産「結城紬」]

## 第1章 本場結城紬復興振興に係る現状と課題の整理

### 1 - 1 本場結城紬を取り巻く現状

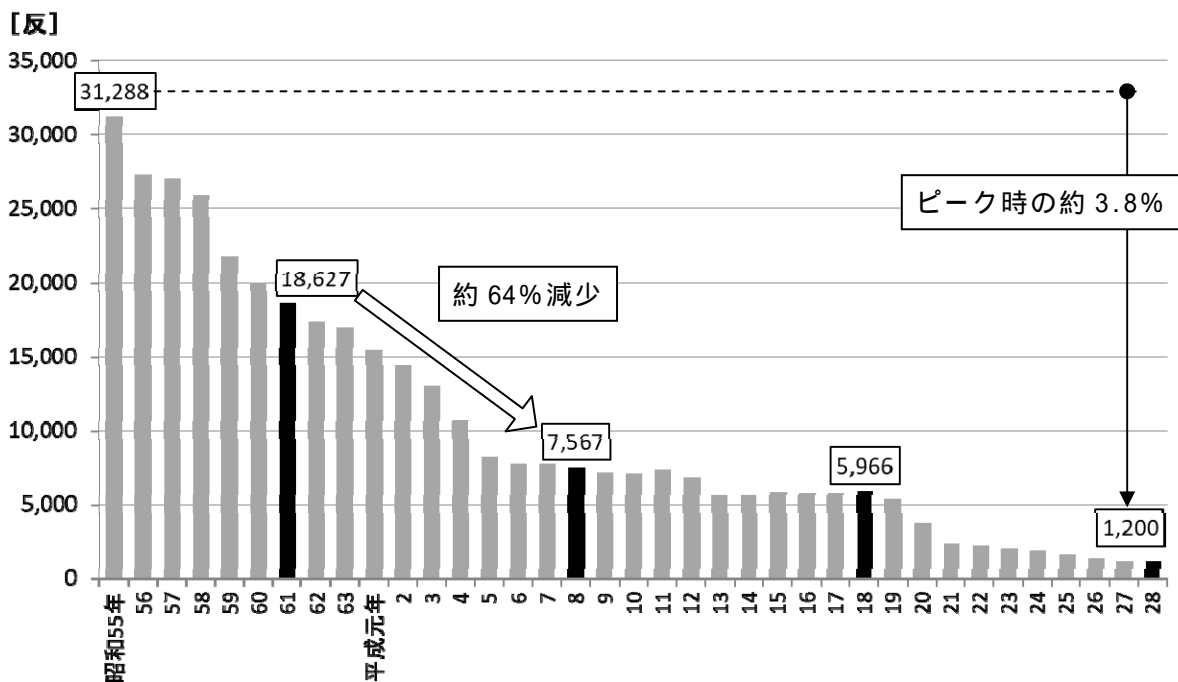
#### (1) 生産量の状況

本場結城紬の生産量（検査反数）は、栃木県、茨城県の合計で、昭和55年31,288反をピークに、平成28年時点では1,200反と、ピーク時の約3.8%にまで大きく減少しています。

昭和61年では18,627反、平成8年では7,567反、平成18年では5,966反と、特に昭和後期から平成初期にかけての減少率が高く、昭和61年から平成8年の10年間では、約59%も減少しています。

平成24年以降は、2,000反を下回っており、生産量の減少傾向に歯止めがかからない状況にあります。

本場結城紬の生産反数の推移（栃木県、茨城県の合計）



[資料：工業振興課]

(2) 生産者の状況

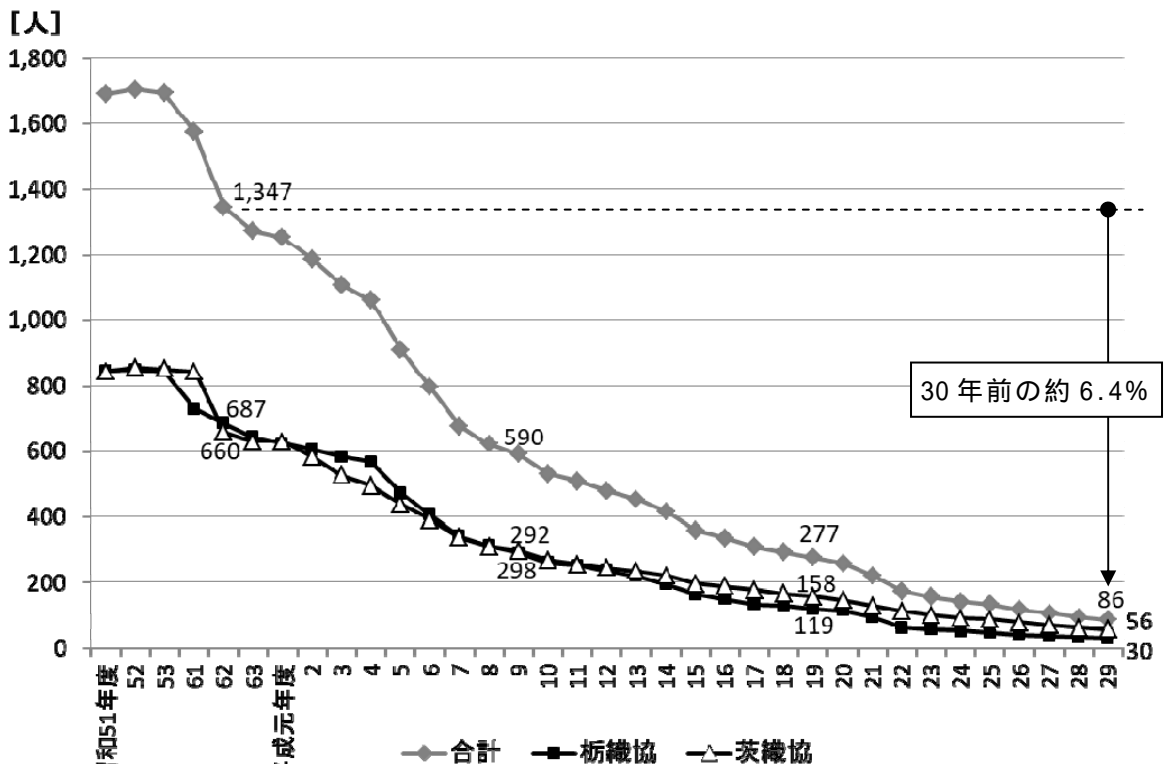
① 製織事業者（織元）

平成29年の生産者数（栃木県本場結城紬織物協同組合及び茨城県本場結城紬織物協同組合の組合員の合計）は年々減少傾向が続き、計86名（栃木県30名、茨城県56名）となっており、30年前（昭和62年）の1,347名の約6.4%に減少しています。

また、平成25年本場結城紬実態調査報告書によると、平成20年と平成25年を比較すると、生産者の工程別従事者数はいずれも減少し、かつ平均年齢が高くなってきています。

さらに同調査による後継者の状況を見ると、栃木県、茨城県ともに後継者がほとんどいない状況となっており、栃木県は茨城県より後継者がいない割合が高くなっています。また、後継者がいないため、組合をやめ、廃業を余儀なくされている状況がうかがえます。

本場結城紬産地組合員の推移



[資料：工業振興課]

本場結城紬産地組合員の推移

(単位：人、歳)

県別	平成25年				平成20年			
	製織	拵括り	下拵え	計	製織	拵括り	下拵え	計
栃木県	39(66.3)	18(67.2)	6(70.0)	63	78(65.4)	39(66.3)	14(67.9)	131
茨城県	126(58.7)	30(61.7)	42(68.1)	198	151(59.0)	41(58.4)	54(65.4)	246
合計	165(62.5)	48(64.5)	48(69.1)	261	229(62.2)	80(62.3)	68(66.6)	377

[資料：本場結城紬産地振興計画(H28.2)]

後継者の状況

(単位：戸)

県別	後継者の有無							
	平成25年				平成20年			
	いる	いない	不明	合計	いる	いない	不明	合計
栃木県	1	30	2	33	4	67	1	72
構成比	3.0%	90.9%	6.1%	100.0%	5.6%	93.1%	1.4%	100.0%
茨城県	5	52	4	61	4	79	5	88
構成比	8.2%	85.2%	6.6%	100.0%	4.5%	89.8%	5.7%	100.0%
合計	6	82	6	94	8	146	6	160
構成比	6.4%	87.2%	6.4%	100.0%	5.0%	91.3%	3.8%	100.0%

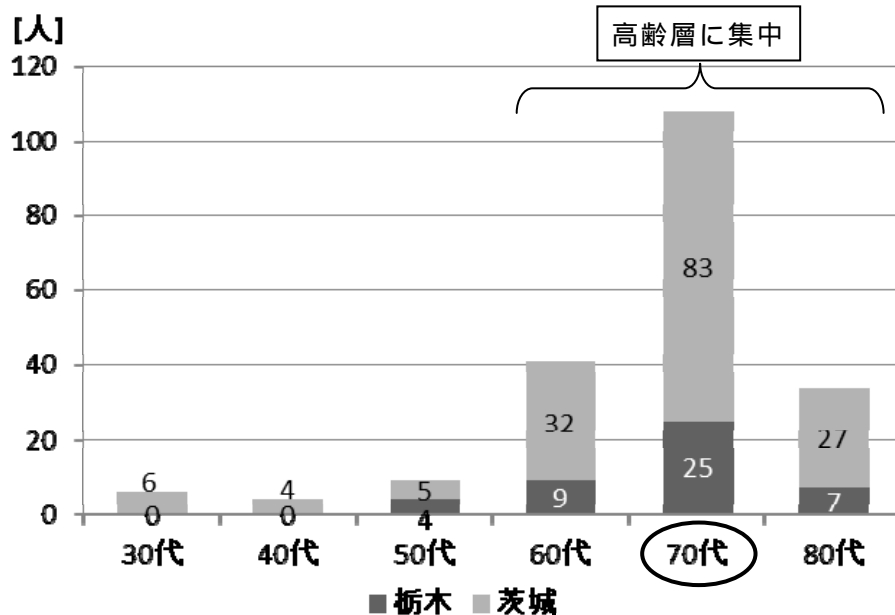
[資料：本場結城紬産地振興計画(H28.2)]

②原料事業者（本場結城紬原料商共同組合）

原料系である手つむぎ系の取り扱い事業者は、原料となる真綿を福島県伊達市保原町の事業者から購入し、糸取り者の手によって手つむぎ糸を作り、織元に供給しており、組合員は両県で9戸となっています。内、小山市（栃木県）は2戸となっています。

本場結城紬産地振興計画（H28.2月）では、糸取り者の年代別構成を見ると、栃木県、茨城県とも70代が最も多く、合計では全体の約54%を占めています。次に60代が約20%、80代が約17%の順に多く、平均年齢も68.1歳と高齢化が顕著となっています。また、後継者不足も加わり、良質の糸をつむぐことができる人材が少なくなっています。

糸取り者の年代構成



年代	栃木県	構成比	茨城県	構成比	計	構成比
30代	0	0.0%	6	3.8%	6	3.0%
40代	0	0.0%	4	2.5%	4	2.0%
50代	4	8.9%	5	3.2%	9	4.5%
60代	9	20.0%	32	20.4%	41	20.3%
70代	25	55.6%	83	52.9%	108	53.5%
80代	7	15.6%	27	17.2%	34	16.8%
計	45	100.0%	157	100.0%	202	100.0%
平均年齢	71.5	-	67.3	-	68.1	-

[資料：本場結城紬産地振興計画（H28.2）]



③染色事業者（本場結城紬染色工業組合）

組合員は栃木県、茨城県両県で10戸で、そのうち専業は4戸、兼業は6戸となっています。内、小山市内は3戸となっています。

本来は、本場結城紬の機屋からの染色依頼ですが、最近はいしげ結城紬の染色依頼も多くなってきています。

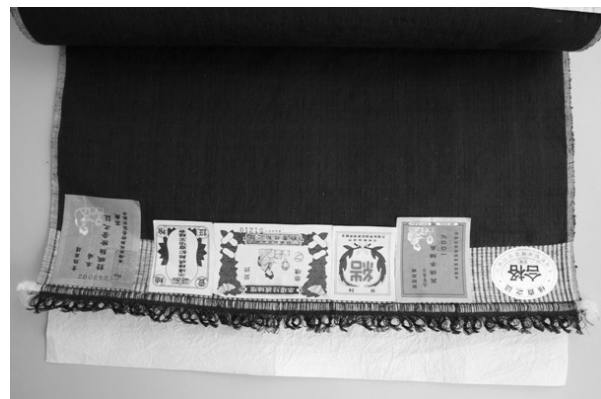


[ 染色作業 ]

(3) 産地問屋の状況（本場結城紬卸商協同組合）

産地問屋は、結城紬の流通の要であるばかりでなく、意匠権など生産の主導権を握り、反物の大部分は卸商の注文によって生産されています。

組合員は栃木県1戸、茨城県8戸となっています。



[ 本場結城紬の各種登録商標 ]

(4) 和装に関する調査資料

1) 生活定点調査（博報堂生活総合研究所）

（株）博報堂が実施する「生活定点調査」によると、「和服（きもの、ゆかたなど）が好きな方だ」とする年代割合の1998年から2016年までの推移は次のとおりです。

調査の概要

調査方法：訪問留置法

調査期間：1992年から偶数年5月に実施

回収サンプル数：N=3,160人(2016年有効回答数)

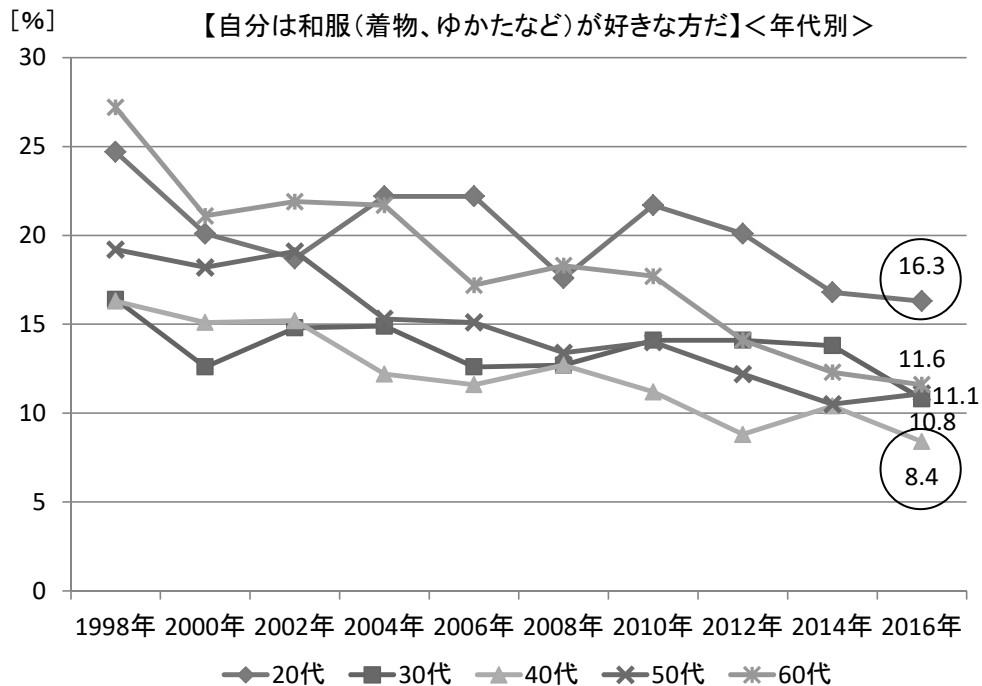
首都40km圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県）：2,249人

阪神30km圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）：911人

【和服（きもの、ゆかたなど）が好きな方だ】

経年的にはどの世代もおおむね減少傾向にあります。

そのような中、2016年では、20代が約16.3%と最も高い割合を示しており、40代が約8.4%と最も低い割合となっています。



[出典：博報堂生活総合研究所「生活定点」調査]

## 2) きものの着用に関する消費者調査（経済産業省委託調査）

経済産業省が2015年3月に実施した「きものの着用に関する消費者調査」を参考に、和装に関する人々の意識を把握します。

### 調査の概要

調査方法：WEB 調査法

調査期間：2015年3月中旬

回収サンプル数：N=10,980(女性 10,541、男性 439)

未婚女性：20代 1,383、30代 1,313、40代 1,313、50代 1,312

既婚女性：20代 1,267、30代 1,322、40代 1,317、50代 1,314

男 性：20代 109、30代 110、40代 110、50代 110

### ①消費者の現状

#### 【着用経験、儀式・冠婚葬祭で着用した人の割合】

20代以上の女性の8割以上は着用経験があると回答（図1）し、そのうちの8割以上が着用シーンとして「儀式・冠婚葬祭」をあげています。（図2）

図1 きものの着用経験（女性、年代別）

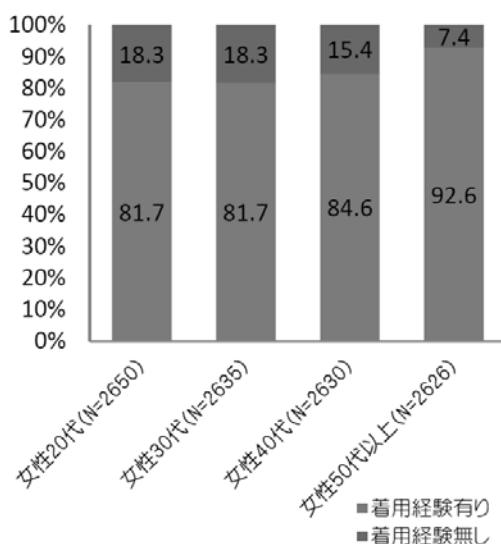
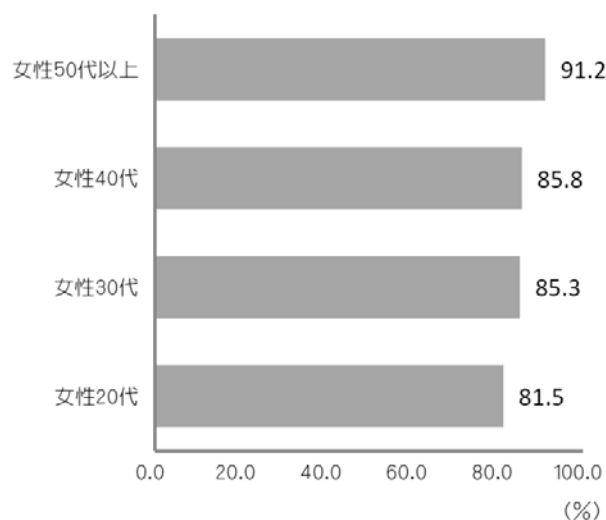


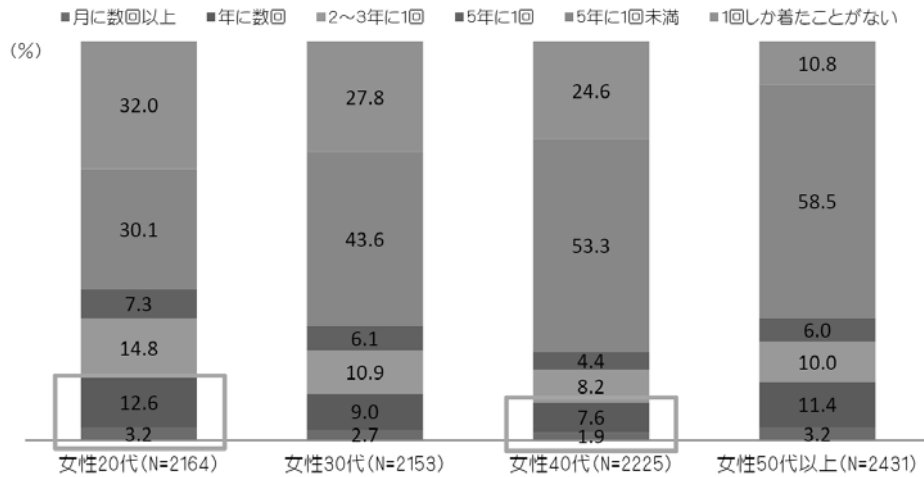
図2 儀式・冠婚葬祭で着用した人の割合



【着用頻度】

きものを年に数回以上着る人は20代女性が15.8%と最も多く、40代女性が最も少なくなっています(9.5%)。(図3)

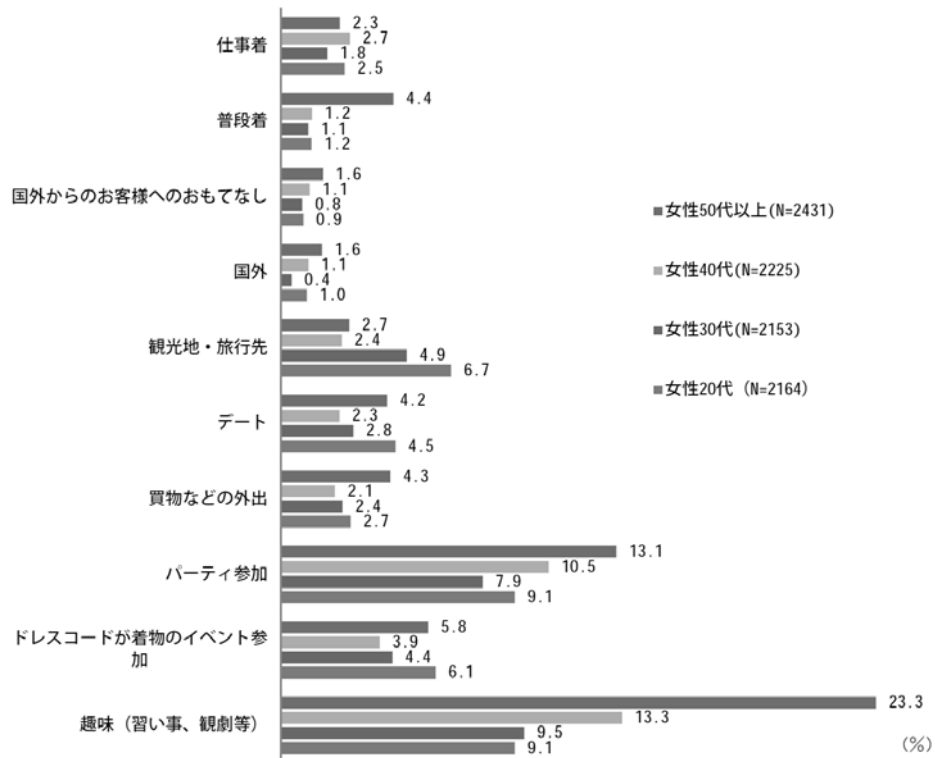
図3 着用頻度



【着用シーン】

儀式以外のシーンでは、趣味(習い事等)やパーティ参加が多くなっています。一方で、20代の若い世代では「観光地・旅行先」で着用すると答えた人が比較的多いのが特徴的です。(図4)

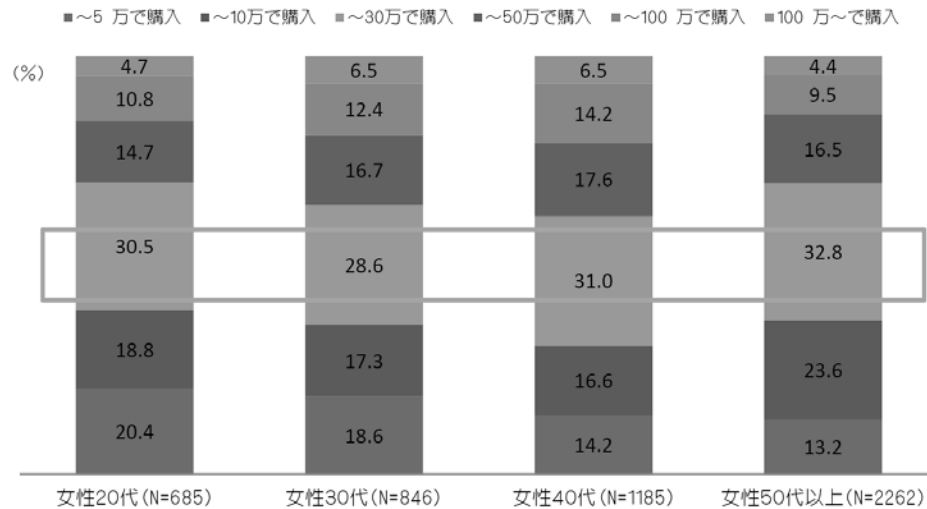
図4 どのようなシーンで着用しますか(儀式・冠婚葬祭以外)



【購入価格帯】

きものの購入実態は、どの世代においても、「10万超～30万円以下」が多くなっています。この価格帯が、現在のきものの価格帯の中心であることがうかがえます。(図5)

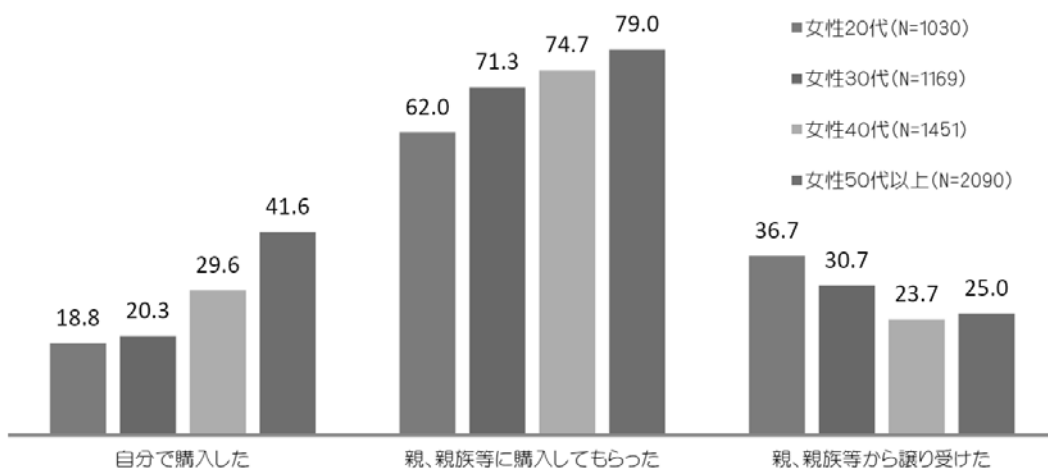
図5 実際に購入されたきものの価格帯



【入手方法】

どの世代も、きものを「親・親族等に購入してもらった」というケースが最も多くなっています。(図6) 図5と図6をあわせてみると、現在は、「『10万円超～30万円以下』の価格で、親や親族に買ってもらう」ことが主流の市場であることがうかがえます。

図6 購入しましたか？譲り受けましたか？

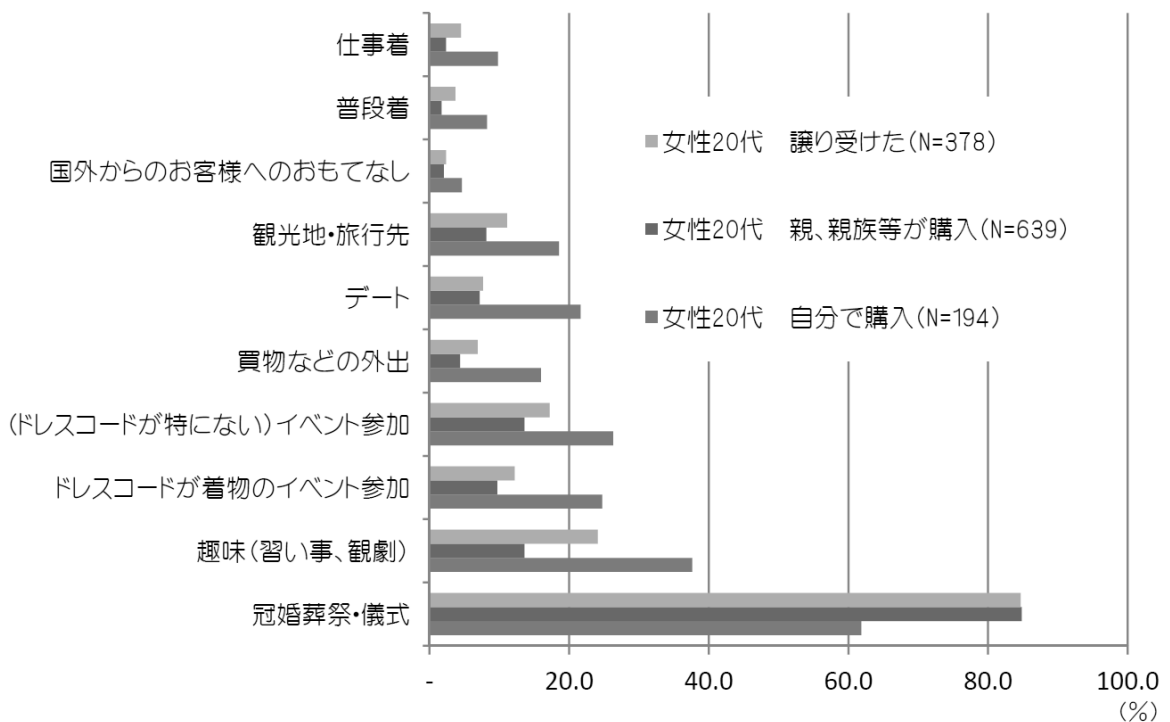


【入手方法別着用シーン】

一方で、購入してもらう比率が若い世代ほど低くなっている点が特徴的です。(図6)きものを買ってもらう主なタイミングとしては、「成人式」、「卒業式」などの20代で経験する儀式であることが想定されます。(図7より、購入してもらった人の8割以上が着用シーンとして儀式を選択)

きもの入手方法(購入したか、購入してもらったか、譲り受けたか)の違いによっても着用シーンに違いがあります。自分できものを購入した人は、儀式以外のイベント、外出、デート、旅行など様々なシーンに積極的にきものを着用しています。(図7)

図7 入手方法別着用シーン(20代女性)



②今後の着用意向

【着用経験別の今後の着用意向】

着用経験者、着用未経験者に今後の着用意向を尋ねた質問では、いずれについても、20代、30代の若い世代の着用意向が高くなっています。若い世代がきものに興味を持っていることが分かります。(図8及び図9)一方、40代以上の着用経験者の4割程度が「今後の着用意向はない」と回答しています。

主な理由として、「手入れが大変」、「似合わない」、「そもそも体に合わない」ということが挙げられています。さらに、50代以上では、「きつくて苦しい」、「体の自由がきかなくなり着られない」、「五十肩のため着られない」といった回答も多く見られました。

図8 着用経験者の今後の着用意向

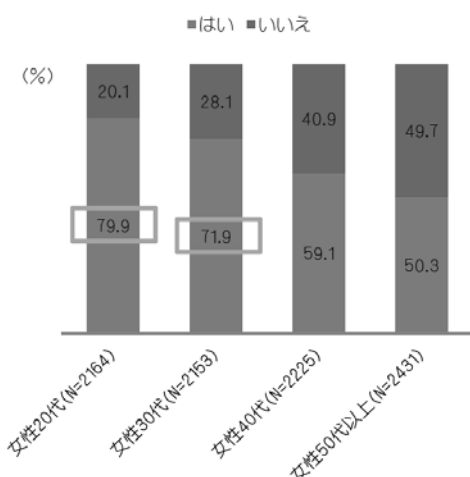
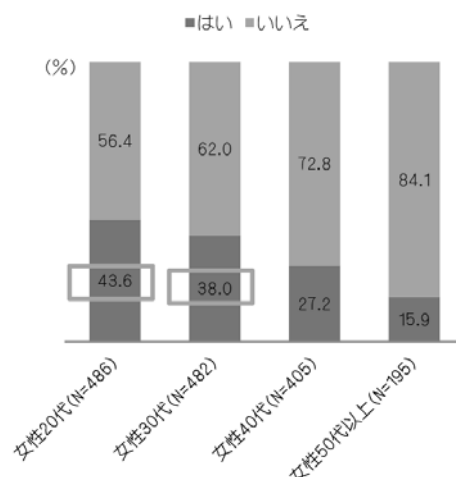


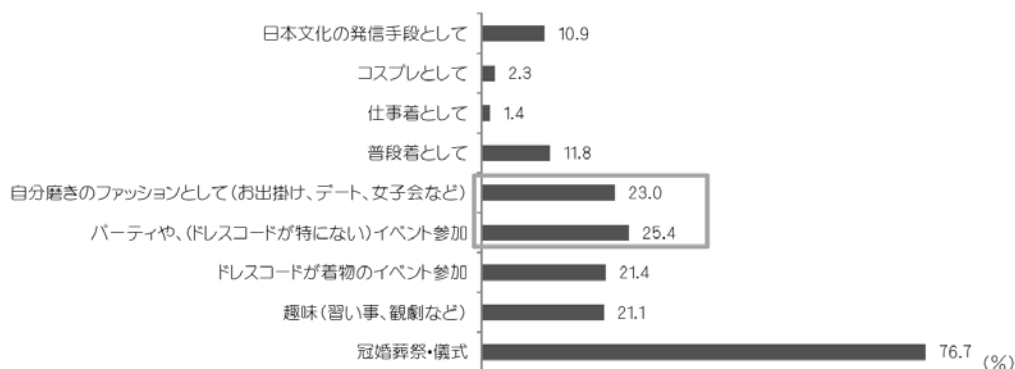
図9 着用未経験者の今後の着用意向



【今後の着用シーン】

さらに、20～40代女性の今後の着用意向者に、着てみたいシーンを聞いたところ、儀式・冠婚葬祭以外では、「自分磨きのファッションとして(デート、女子会)」、「パーティへの参加」を挙げる人が多くなっています。「普段着として」、「日本文化の発信手段として」といった理由も比較的多くなっています。「ハレ着」以外で着てみたいと考える若い女性が多く存在することがわかりました。(図15)

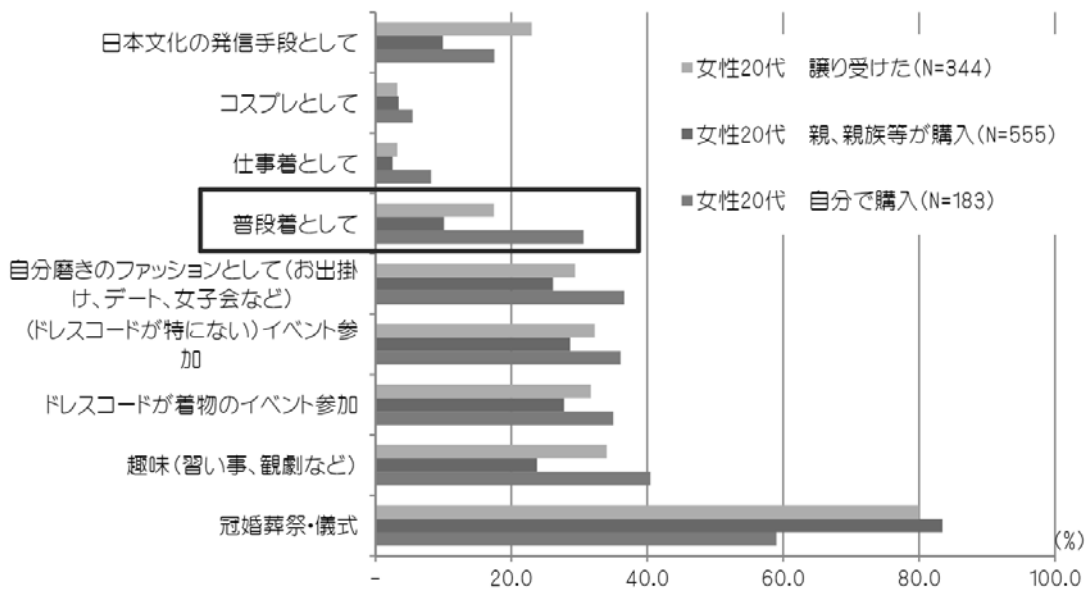
図10 今後どのようなシーンできものが着たいですか？(20～40代女性)



【20代女性の今後の着用シーン】

さらに、きもの所有者の入手方法（自分で購入、購入してもらった、譲り受けた）の違いによる今後の着用シーン（20代女性）については、「自ら購入したことがある」人ほど、幅広いシーンで着たいと思っています。特に、この層では普段着で着てみたいと考えている人が多いのが特徴的です。（図11）

図 11 今後どのようなシーンできものが着たいですか？（きもの入手方法別 / 20代女性）





③ 今後着用するにあたって

【女性の購入する場合の価格帯】

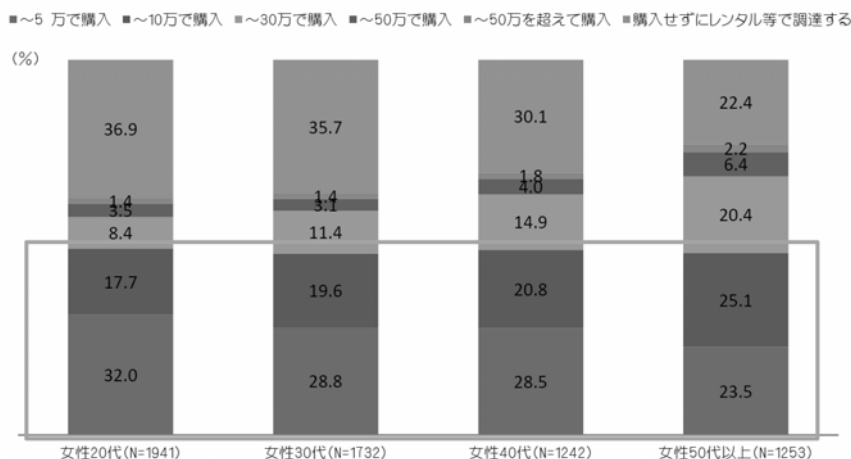
世代に関わらず着用意向者の約5割が10万円以下であれば購入すると回答し、20代の36.9%がレンタルで調達すると回答しています。(図12)

20代、30代の若い世代では、購入する場合は、5万円以下で買いたいという人が最も多くなっています。(20代：32%、30代：28.8%)

一方、実際のきものの購入価格について、最も多い価格帯は「10万円超～30万円以下」(図5)となっていることから、きものの主な価格帯と、自ら購入したいと考える消費者のニーズにずれが生じていることがうかがえます。

また、「10万円を超えた金額で購入する」と答えた人は、50代以上は29%ですが、20代は13.3%しかいません。

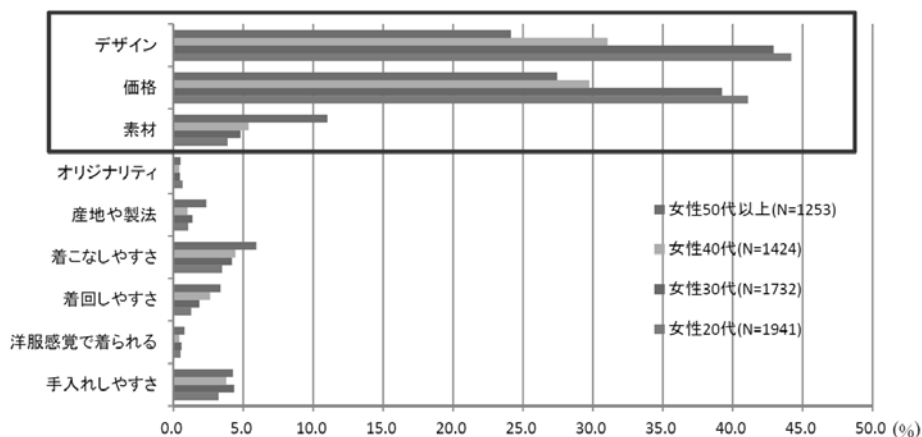
図12 購入する場合の価格は？



【購入の際の重視点】

きもの購入に関して重視する点については、どの世代も、多くが「デザイン」、「価格」をあげています。特に20代、30代ではその傾向が顕著です。50代は、素材を重視する点が特徴的です。(図13)

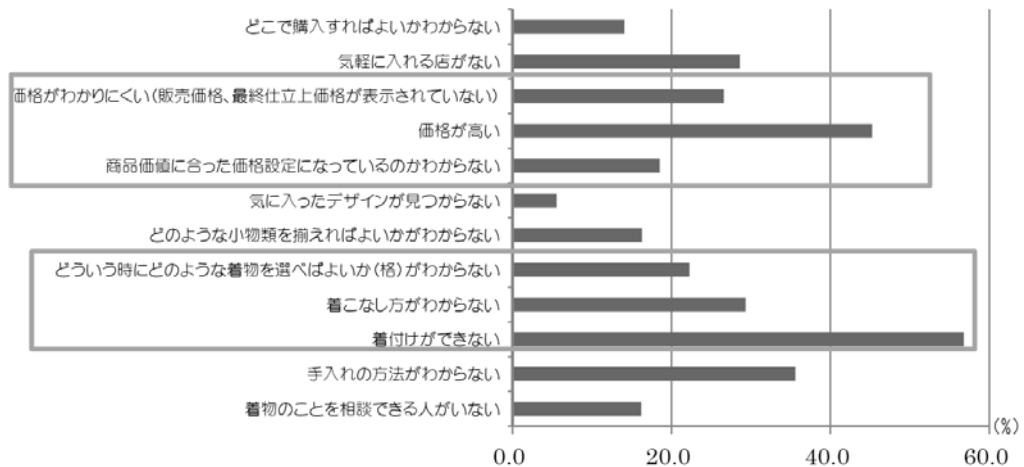
図13 きもの購入に関して重視する点は？



【着物着用で困ること】

さらに、着用意向者が、今後きものを着用するにあたり困っている点として、価格に関しては、5割近くが「価格が高い」ことを指摘しているほか、「価格がわかりにくい」「商品価値にあった価格設定なのか不明」といった指摘も多くなっています。また、「着付けができない」「着こなし方が分からない」「どの場面にどの着物を着ればよいか不明」との回答も多くなっています。(図14)「リーズナブルな価格」、「価格の透明性」、「着用スキル」、「スタイル」、「着るシーン」の提供などが若い世代をターゲットとした市場開拓のためのポイントになると考えられます。

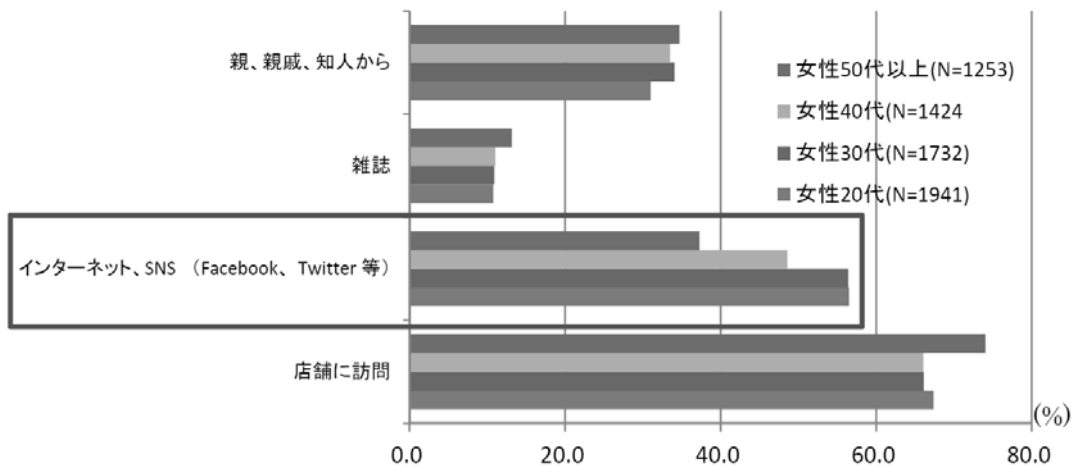
図14 今後きものを着るにあたり困っていること(20代~40代の女性)



【購入の際の情報収集元】

さらに、購入する際の情報収集手段については、20代、30代女性の5割以上がインターネットを挙げており、近年の情報化に対応した情報発信も重要と考えられます。(図15)

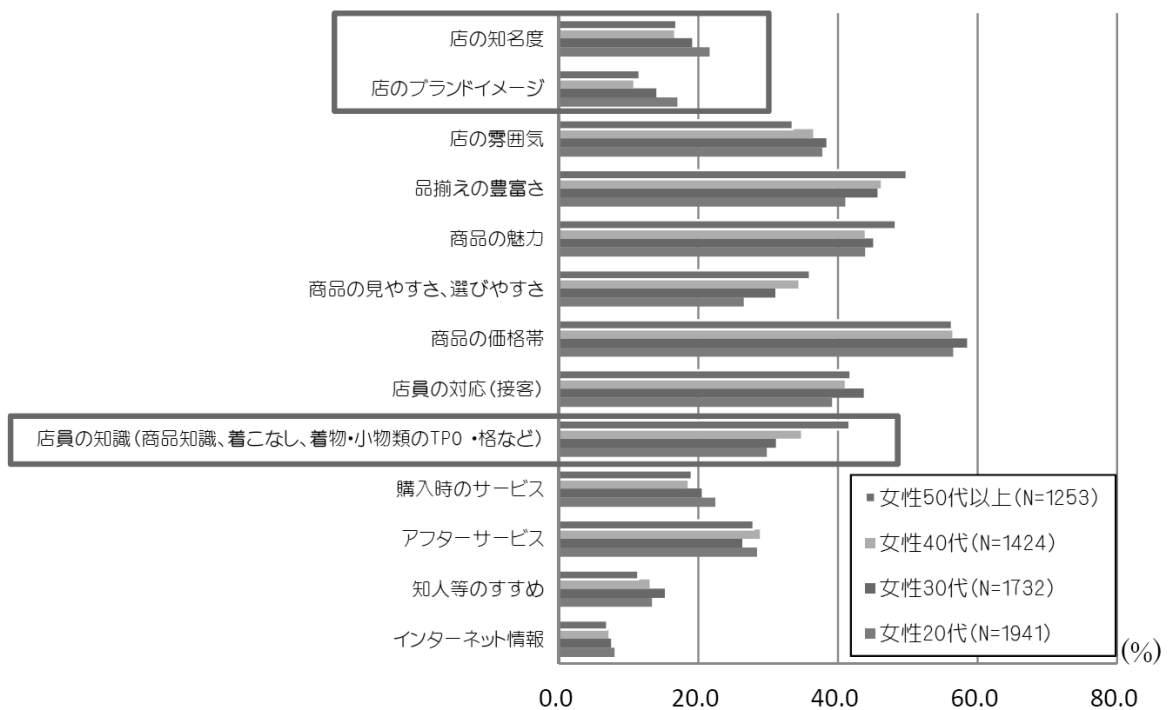
図15 購入する際どこから情報収集しますか



【購入店の決定ポイント】

購入する店を決めるポイントとしては、商品の価格帯が最も多く、20代の若い世代は、他の年代層に比べ、「店のブランドイメージ」、「店の知名度」を挙げる人が比較的多いのが特徴的です。若い世代を中心に、アパレル等、他の消費財と同様のニーズが高まりつつあることがうかがえます。(図16)一方、50代以上の世代は、店員の商品等の知識に対するニーズが高いことが特徴的である。ターゲットとなる世代に合わせて店舗展開の戦略が必要です。

図16 購入する店を決めるポイントは？



## ④まとめ

## ■ 素材にこだわりながら、50代以上の女性が最も多くきものを購入

現在のきものの購入価格帯は、10万円～30万円が中心であり（図5）着るシーンとしては「ハレ着」としての着用がメインです。また、きものを購入する年齢層としては50代以上の女性が最も多くなっています。この世代は購入する商品の素材、店舗の店員の商品に対する知識を重視する傾向が高いようです。（図13、図16）

## ■ 若い世代ほどきものを「買ってもらう」比率が低下する中、高い普段着としての着用意向

現在の購入実態としては、「買ってもらう」ことが主流の市場ですが、世代が若くなるにつれて、買ってもらう比率が低下しており（図6）この形態が今後も維持されるかは不明です。

一方、20代、30代といった若い女性の多くが今後の着用意向を示しており（図8、図9）「自分磨きのファッションとして（デート、女子会）」、「パーティへの参加」と、従来の市場の中心であるハレ着以外のシーンでもきものを着てみたいというニーズが高くなっています。また、購入してもらったり、譲り受けたりする人より、きものを自ら購入した人ほど、幅広いシーンで着用してみたいと考えています。特に普段着として着用したいというニーズが高いことが特徴的です。（図11）

## ■ きものを他のアパレルと同感覚で捉える若い世代。そんな世代にはインターネットによる情報発信が重要

20代、30代の若い世代は、他の世代に比較して、きものを購入する店舗を決めるポイントとして、「店の認知度」や「店のブランドイメージ」を重視していることも分かりました。（図16）このことから、この世代は、きものをアパレル等のほかの消費財と同様にとらえる傾向が比較的高いことがうかがえます。また、この世代には、インターネットによる情報発信も重要です。（図15）

### ■ きものに対して異なる価値観を持つ若い世代に対し、従来とは異なるアプローチを講ずることが潜在的な市場の成長に効果的

20代、30代の若い女性はきものを着たいという着用意欲が高いことが分かりました。この層をターゲットとした市場は潜在的に成長が期待されます。しかし、この世代は、従来型の市場（ハレ着中心の高級市場）のターゲットとは異なる価値観（ファッションとしてきものを楽しみたい）を有していることから、これまでとは異なるアプローチが求められます。

具体的には、ファッションとしてきものが楽しめるスタイルや着るシーンの提案、そして商品のブランドイメージの構築、そしてインターネットによる情報発信が重要です。さらには「着付けができない」といった着用の際の問題点も解消していくことも大切です。

### ■ きもの潜在的な市場拡大には価格が問題

潜在市場を成長させるため最も考慮すべき点は、「価格」の問題です。現在の市場の主な価格帯が10万円超～30万円以下ですが、若い世代の多くは、5万円以下であれば買いたいと考えており、需要側と供給側でズレが生じています。リーズナブルな価格の商品を提案し、買いたいと思う人の市場へのアクセシビリティを向上させることがこの潜在市場拡大の重要なポイントです。

### ■ 自らきものを購入したいと思う市場へのアプローチが必要

きものを購入してもらったり、譲り受けたりする人よりも、自ら購入した人の方が、ハレ着というシーンにとらわれず、さまざまなシーンで着てみたいという意欲が高いことが分かりました。「自らきものを買いたい」と思う消費者の市場へのアクセシビリティを向上させていくことが、きもの着用シーンの多様化にも貢献すると考えられます。

(5) 訪日外国人の動向

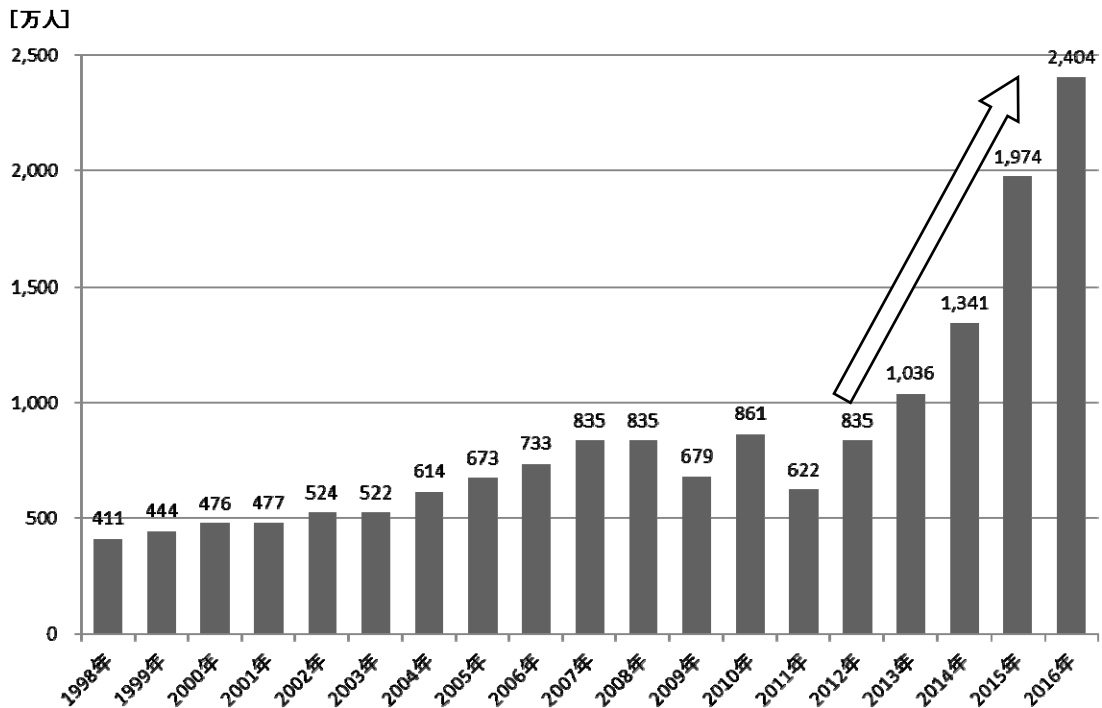
- 今後も訪日外国人の急増が予想される。
- 和服等の購買欲は他の土産品に比べ低いものの、米国人購入者の満足度は非常に高い。
- 日本の歴史・伝統文化を体験した訪日外国人は次回も期待している。

① 訪日外客数の推移

法務省の出入国管理統計年鑑による訪日外客数（外国人正規入国者のうちから日本に永続的に居住する外国人を除き、さらに一時上陸客等を加えて集計）の推移を見ると、東日本大震災が発生した2011年に減少したものの、その後順調に伸び続け、2016年では約2,400万人に達しています。

国としても、訪日外国人旅行者数を2020年に4,000万人とすることを目標としており、積極的なインバウンド政策の展開を進めています。

図 訪日外客数の推移（1998年～2016年）

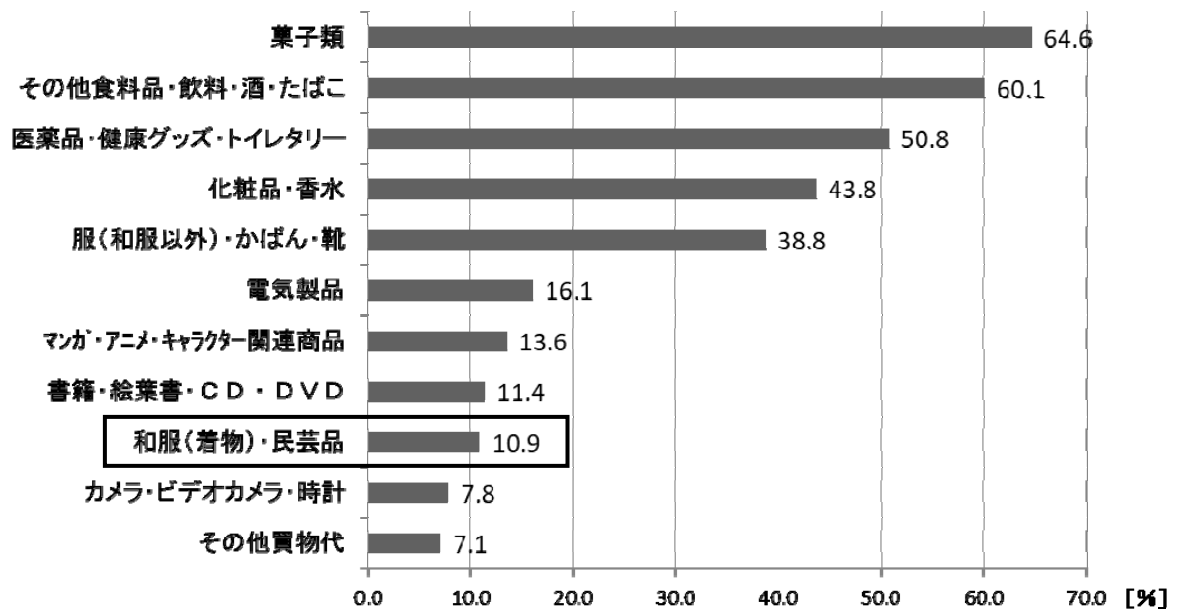


②土産購入品目別購入率

観光庁が実施している訪日外国人消費動向調査（H28年度）による土産購入品目別購入率（複数回答）を見ると、菓子類や食料品、医薬品等が多くなっている中、和服（着物）・民芸品については、約10.9%にとどまっています。

2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を契機とした訪日外国人の増加が予想される中、和服に対する購買意欲の向上が求められます。

図 訪日外国人の土産購入品目別購入率

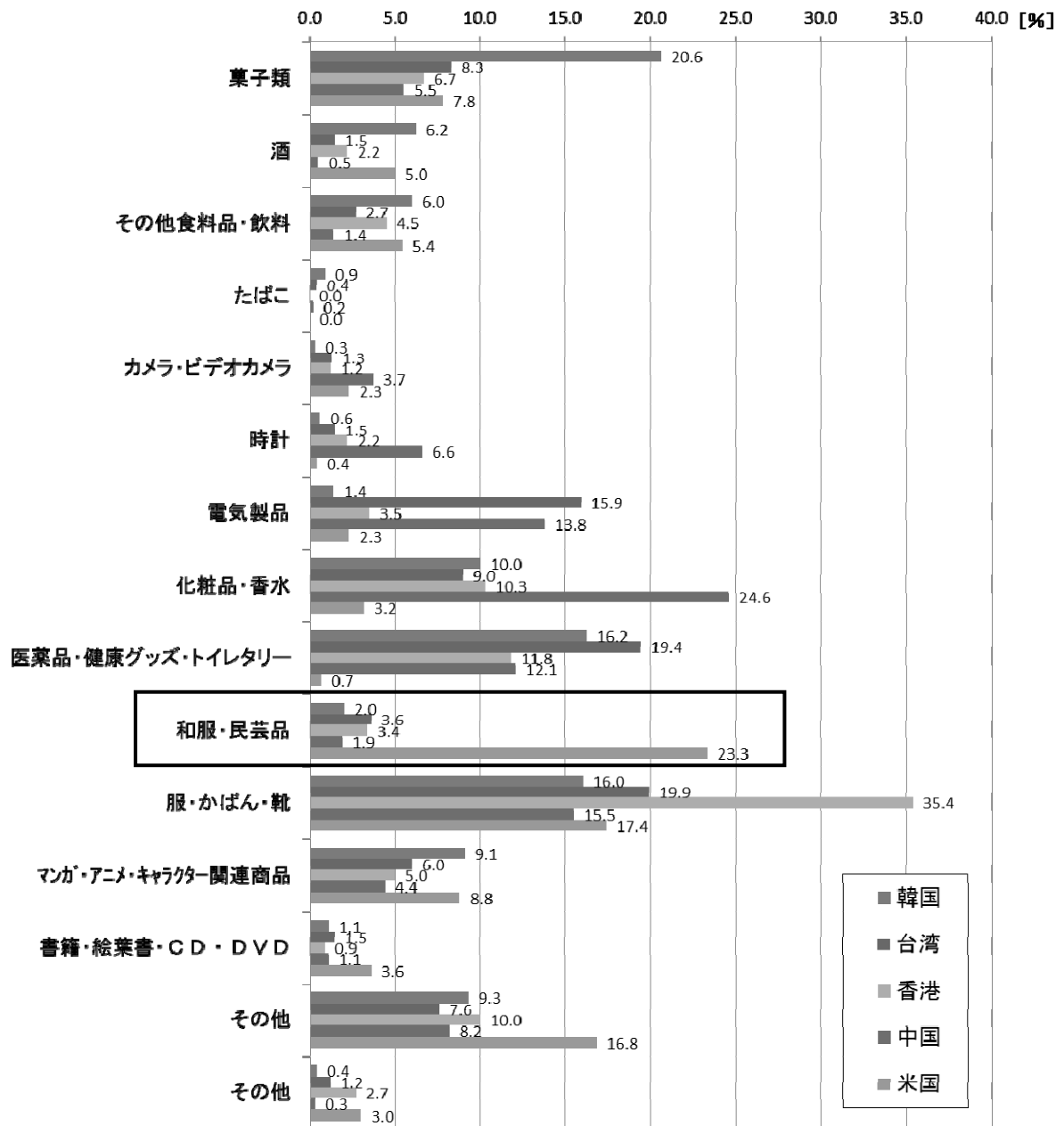


③国別最も満足した購入商品

観光庁が実施している訪日外国人消費動向調査（H28年度）による国別の最も満足した購入商品を見ると、国によりばらつきがあるものの、米国は「和服・民芸品」が他の国に比べ突出して高く、米国の中でも最も満足しています。

これは、米国以外はアジア諸国であることが大きく影響しているものと考えられますが、欧米諸国をターゲットとして捉えることができるとも言えます。

図 国別最も満足した購入品



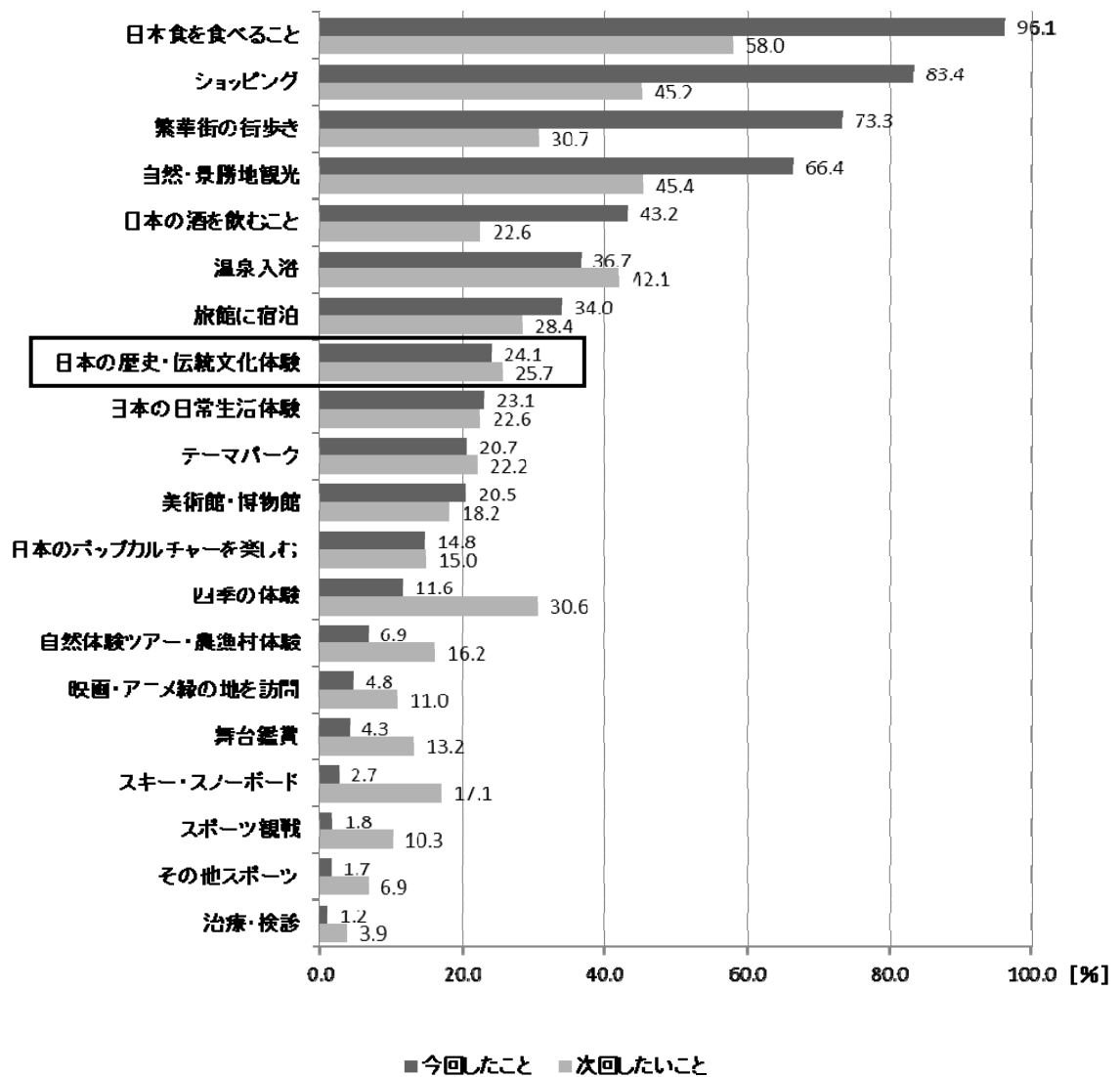


④今回したことと、次回したいこと

観光庁が実施している訪日外国人消費動向調査（H28年度）による今回したいことと次回したいこと（複数回答）を見ると、日本滞在中にしたことでは、「日本食を食べること」「ショッピング」などが多くなっている中、「日本の歴史・伝統文化体験」は8番目に多く約24.1%となっています。

一方、次回日本を訪れた時にしたいことでは、四季の体験や温泉入浴などが今回したことを上回っており、「日本の歴史・伝統文化体験」についても若干上回り約25.7%と比較的多くなっています。

図 訪日外国人の今回したこと、次回したいこと



1 - 2 第1期計画の検証

(1) 第1期計画の概要

第1期計画の概要は以下のとおりです。

第1期計画の概要

策定年月	平成25年3月
計画の目的	本場結城紬の生産者をはじめ、販売・広報関係者等、本場結城紬産業に関わる様々な関係者の総力を結集しながら、本場結城紬産業を持続的に発展させるため、小山市としての振興策の基本的考え方と戦略を明らかにし、それに基づく取組の計画的かつ着実な推進を図るために策定するものとしています。
計画の期間	平成25年度から5カ年
基本方針	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 魅力ある質の高い商品の開発・生産</li> <li>2. 生産者数の維持と時代に即した生産体制への見直し</li> <li>3. 後継者の確保・育成</li> </ol>

(2) 第1期計画におけるアクションプラン

第1期計画におけるアクションプラン（テーマ別復興振興計画）は次表の通りです。

アクションプランは、重点的に取り組む施策として、5つの取り組みに対し、計14のアクションプランが位置づけられています。

第1期計画における取組別アクションプラン一覧

取組	アクションプラン	取組概要
取組1	新商品開発	
	街着・おしゃれ着としての商品開発の充実・強化とフォーマルにも対応できる商品の提案	<ul style="list-style-type: none"> <li>・色無地や縞、草木染などの商品開発</li> <li>・開発商品のサブブランド化、商標登録</li> </ul>
	ブランド（＝織元工房）単位のトータル商品開発、流通開発	<ul style="list-style-type: none"> <li>・統括ディレクターによる商品開発</li> <li>・織元工房のブランド化</li> </ul>
	男物の「縞」、「無地」、「昔の本場結城紬の復刻」シリーズの開発とコレクションとしての展開	<ul style="list-style-type: none"> <li>・男物着物の開発強化</li> <li>・江戸の大商人たちに愛された本場結城紬の復元</li> <li>・新しい消費世代層への認知</li> <li>・研究会スタイルからの検討</li> </ul>
	小山産繭からの一貫生産体制づくり	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本場結城紬の産地としての小山市の位置づけ強化</li> <li>・小山産繭の活用による本場結城紬の生産可能性検討</li> </ul>
	デジタル化含めて産地アーカイブの構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・新商品 PR 情報や展示会案内情報の発信</li> <li>・織元や産地問屋個々の企業 PR 情報の発信</li> <li>・織元や問屋などの関係者による研究会の立ち上げ</li> </ul>
取組2	普及宣伝・販路開拓	
	トレンド発信、コレクション発表の必要性和意義	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市場イニシアティブを取るためのコレクション発表の場の開催</li> </ul>
	デジタルコンテンツ制作による情報の発信	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本場結城紬の全国に向けた PR</li> <li>・消費者とのコミュニケーションツールとしての二次的活用</li> </ul>
	エコロジーウェアとしての着物のアピール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着物の再評価の社会的アピール</li> <li>・着物のメリットの積極的発信</li> <li>・コンセプト化のための研究会立ち上げ</li> </ul>
	ブランド体系の再構築	<ul style="list-style-type: none"> <li>・商品シリーズ毎のサブブランド化</li> <li>・織元工房毎のサブブランド化</li> </ul>
取組3	後継者育成・確保	
	若い経営者、技術者の育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>・若者の研修生としての受け入れ・育成</li> <li>・研修生の職員としての雇用</li> <li>・複数の生産工程の習得推進</li> </ul>
	共同作業場の設営と後継者育成指導の強化	<ul style="list-style-type: none"> <li>・織元の事業性強化</li> <li>・共同作業場の確保</li> <li>・小山産繭を使った一貫体制の構築</li> </ul>
取組4	流通	
	流通過程の改善	<ul style="list-style-type: none"> <li>・本場結城紬振興協議会における共同研究</li> </ul>
取組5	その他	
	産地資源活用	<ul style="list-style-type: none"> <li>・産地内での本場結城紬の普及</li> <li>・利用促進に向けた対策の展開</li> <li>・既存制度の一層の継続・充実</li> <li>・新たな制度創設の検討</li> <li>・市内呉服店等との連携</li> </ul>
	トレーサビリティ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・各生産工程における名前の記載</li> <li>・商品履歴のデータベース化</li> <li>・組合 HP 上での WEB 検索システムの構築</li> </ul>

### (3) 第1期計画アクションプランの検証

第1期計画において位置づけられたアクションプランについて、現時点での取り組み状況等を通し、進捗内容や推進上の問題点等を把握します。

なお、各アクションプランの評価については、その取組状況等を勘案し、下記のように判断し、本計画への位置づけを検討します。

#### 【アクションプランの評価】

##### A：計画通り進捗している。

第1期計画による位置づけを踏まえ、具体的な復興振興事業等に取り組んでいる場合を当評価とします。

ただし、実施時期や実施内容については、計画策定以降の社会経済情勢等の変化などを加味し、必ずしも合致しない場合も当評価に該当するものとして扱います。

進捗の状況やその効果等を踏まえ、既に完了し継続する必要性のないものを除き、基本的には第2期計画においても、継続的な実施を検討するアクションプランとして捉えます。

##### B：アクションプランの実行に向けた検討が進められている。

第1期計画による位置づけを踏まえ、具体的事業の実行に向けた検討を進めている場合を当評価とします。

検討状況等を踏まえ、第2期計画において位置づける必要性があるかを吟味していくアクションプランとして捉えます。

##### C：計画通り進捗されていない。

第1期計画による位置づけはあるが、具体的事業として進捗されていない場合を当評価とします。

進捗されていない原因等を把握するとともに、その原因が解決可能で、かつ本場結城紬の復興振興上必要と考えられるものについては、プラン内容の見直しを行いながら、第2期計画においても位置づけを検討するアクションプランとして捉えます。

一方、不進捗の原因が解決不可能な場合は、第2期計画では位置づけが困難なアクションプランとして捉えます。

第1期計画アクションプランの検証

取組	アクションプラン	評価
取組1	新商品開発	
	街着・おしゃれ着としての商品開発の充実・強化とフォーマルにも対応できる商品の提案	B
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1期計画では、研究会スタイルではじめ、織元単位での商品開発を求めるものであったが、研究会・織元等の開発資金が難しいことから、小山産繭の取り組みや購入費助成につながるような市所有本場結城紬において、商品を提案。</li> <li>・フォーマルな場所での結城紬の着用を推進するため、議会での執行部における結城紬着用、仕事始めにおける着物着用、成人式における市長代理出席者の結城紬着用等着用機会の創出を図る。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭を使用した結城紬の中で、思川桜染め訪問着の製作</li> <li>・本場結城紬の振袖の製作</li> <li>・12月議会初日における市執行部の結城紬着用</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者にとり、結城紬のフォーマル商品として、目で見ることにより、より身近に、さらに想像しやすいものとなり、受注に結びついたこともある。</li> <li>・市におけるフォーマル商品並びにフォーマルの使用についても、さらに発信する必要がある。</li> </ul>	
	ブランド（＝織元工房）単位のトータル商品開発、流通開発	C
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・織元として、卸商より独立してトータル商品開発を行うには、流通経路の開拓が必須となるが、独自の流通をもたない織元にとって、トータル商品開発は大変難しいものである。</li> <li>・しかし、一方結城紬を使用した小物に関しては、独自の発想及び「おやま本場結城紬クラフト館」という販売場所を確保できていることから、今後も織元工房単位の商品開発が期待される。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・おやま本場結城紬クラフト館における本場結城紬を使用した小物販売</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・織元工房単位のトータル商品開発、流通開発は大変難しい。現在の流通システムにあてはまらないものであり、方向性の転換が求められるため、産地関係者の理解は得られにくいと考える。</li> <li>・一方、小物に関しては、クラフト館におけるワークショップでの小物作成、小物のキット販売等今後の可能性は期待できる。</li> </ul>	

取組	アクションプラン	評価
取組1	新商品開発	
	男物の「縞」、「無地」、「昔の本場結城紬の復刻」シリーズの開発とコレクションとしての展開	C
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「昔の本場結城紬の復興」ということで、糸を太くしたもので結城紬を製作する目的であったが、協議会で製作できる反数が限られていることから、取り組んでいない。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の糸は細いものが主流であり、細い糸を取るよう講習会等では指導させている。そのような中、原料商には、太い糸を取らせるような要求は難しいこともあり、取組にはいたっていない。</li> <li>・しかし、今後、糸とり者が年齢により太い糸しかとれない場合や糸とり初心者における太い糸の処理において、太い糸に対応した製品製作や糸の買取についての協議が必要である。</li> </ul>	
	小山産繭からの一貫生産体制づくり	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・第1期5カ年計画当初から取り組んでおり、生産反数は年数反程度ではあるが、小山市のPRに大きく貢献している取り組みであり、継続・発展させて取り組んでいる。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭を使用した結城紬の一貫生産（第1弾から第4弾）</li> <li>・小山産繭の繭を変えての結城紬の製作</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・現在繭の確保を協議会として市が主導しているため、今後、織元単位ないし栃木県本場結城紬織物協同組合で確保し、各製作につながっていくことが必要である。</li> </ul>	
	デジタル化含めて産地アーカイブの構築	C
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生地見本のアーカイブ構築が目的であったが、織元は本来製作にあたっては卸商の注文により製作しているため、織元が生地のアーカイブを構築するのは難しい。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・当初の目的のひとつである、生地の検索については、今後宇都宮大学の研究開発を活用し検索可能となるため、これについては民間での取り組みに期待したい。</li> </ul>	

取組	アクションプラン	評価
取組2	普及宣伝・販路開拓	
	トレンド発信、コレクション発表の必要性と意義	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・コレクションとして「小山産繭を使用した結城紬」の発表について、東京都内の小売店やおやま本場結城紬クラフト館を活用する等メディアに取り上げられるような発信を行っている。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭を使用した新作結城紬の発表</li> <li>・東京圏での栃木県小山市の取組PR</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・結城紬の産地として栃木県小山市の認知度を上げるべく、更なるPRが必要である。</li> </ul>	
	デジタルコンテンツ制作による情報の発信	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭を使用した結城紬の製作についての映像化への協力や本場結城紬のPRを行うためのCMの作成・放送を行った。また県のDVD製作への協力を行った。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CMの製作、とちぎテレビでのスポット放送</li> <li>・栃木県製作DVDへの本場結城紬の貸出、着用PR</li> <li>・小山市PR動画内での結城紬の着用</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・クラフト館において、製作DVD等の放送を行っており、今後も引き続き行っていくほか、小山産繭を使用した結城紬の製作PRのため、引き続き取り組んでいきたい。</li> </ul>	
	エコロジーウェアとしての着物のアピール	C
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・団塊世代富裕層向けに憧れのOFFのエコロジーウェアとして位置づけPRするほか、エコロジー性を発信することが目的であったが、エコロジーウェアとして発信するための必要データを収集することが市では難しかった。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・宇都宮大学の研究から、優れた保温性を持つ生地であることが分かったほか、着物はエコロジーであり、エシカルなものであることを今後発信する必要がある。</li> </ul>	

取組	アクションプラン	評価
取組2	普及宣伝・販路開拓	
	ブランド体系の再構築	B
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・他産地の織物のように織元工房各々が独自性を持つには、結城紬の糸や幅は基本に忠実であることが求められ、糸や幅を大きく逸脱することは難しい。</li> <li>・商品シリーズ、テーマ毎のサブブランド化を行うには、商品開発が伴われるが、小山産繭を使用した結城紬は、小山市の自然や歴史、ブランドをテーマとしているため、今後の展開によっては、これをさらに発展させていくことも可能である。</li> <li>・おやま本場結城紬クラフト館での土産物について「おやまゆ」ブランドを立ち上げた。今後、「おやまゆ」ブランドの認定、PRが必要となる。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・なし</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・糸や幅に独自性を見出すことは難しく、そこからさらに織元単位での独自性はありえない。</li> </ul>	



取組	アクションプラン	評価
取組3	後継者育成・確保	
	若い経営者、技術者の育成	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「紬織士」の採用、育成</li> <li>・市民レベルでの糸つむぎ従事者、真綿かけ従事者の育成</li> <li>・着付け講習会の実施による着付けボランティアの育成</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市職員「紬織士」の採用、育成</li> <li>・各種講習会の開催</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・県が実施する機織り講習会との連携や各種講習会修了生のフォローアップに取り組んでいく。</li> </ul>	
	共同作業場の設営と後継者育成指導の強化	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・共同作業場の県支援センターへの設置要望</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・栃木県への要望活動</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・産地以外の後継者を育成するには、育成するための共同作業場が必要であることから、今後も引き続き要望していく。</li> </ul>	

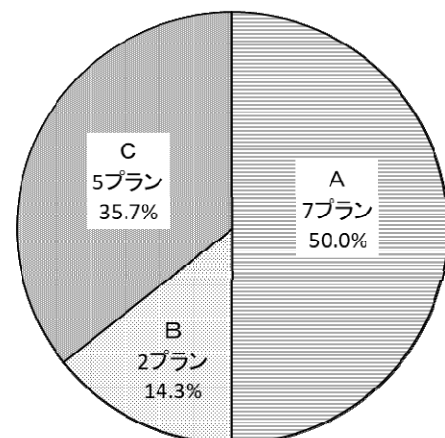
取組	アクションプラン	評価
取組4	流通	
	流通過程の改善	C
取組状況・評価	<p><b>【取組状況】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・結城紬の商慣行は古くからのものであること、また大変強固なものであり、逸脱することへの懸念や不安が大きいことに加え、自治体として流通への関与は大変難しい。</li> <li>・一方で、小売店として、産地からの直接買い入れにより商売している場があるということについて、産地への周知を行うことにより、産地外への意識の誘導を図るものである。</li> <li>・ふるさと納税として、小山市の伝統産業としての「結城紬」をPRすることが復活し、今後自由意志による製作を期待する。</li> </ul> <p><b>【具体的事業等】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税をつかった「結城紬」PR</li> </ul> <p><b>【評価】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・再掲となるが、自治体としての流通への関与は大変難しいことではあるが、経済産業省が平成29年5月に発表した「和装の持続的発展のための商慣行のあり方」について本場結城紬卸商協同組合においても賛同していることから、今後栃木県本場結城紬織物協同組合の賛同を諮り、産地全体での流通改善に向け、市としても働きかけに努めていく。</li> <li>・消費者に、一番適正なものを適正な価格で伝えるということ、高齢化と低賃金化の課題について、産地全体で取り組んでいく必要がある。</li> </ul>	

取組	アクションプラン	評価
取組5	その他	
	産地資源活用	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・おやま本場結城紬クラフト館における着心地体験事業等情報発信</li> <li>・各イベント等への貸出</li> <li>・「小山きもの日」の開催による和装振興</li> <li>・「小山きもの日」における有名女優等による本場結城紬の着用PR</li> <li>・産地めぐりツアー（モニターツアー含む）により、産地での結城紬の製作を一般消費者に見てもらふことにより、結城紬の理解度を深める。</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「小山きもの日」の開催</li> <li>・「小山きもの日」と「おもいがわ映画祭」のコラボによる有名女優の本場結城紬着用PR</li> <li>・産地めぐりツアー</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・結城市の「きもの day 結城」や思川映画祭と連携することにより、イベントへの観光誘客を図る。</li> </ul>	
	トレーサビリティ	A
取組状況・評価	<p>【取組状況】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭における顔の見える製作</li> </ul> <p>【具体的事業等】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小山産繭を製作した織元や係わった生産者の情報の提示</li> </ul> <p>【評価】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品のトレーサビリティをしっかりとすることが、消費者にとっての説明責任を果たす一助となることから、更なる情報開示が必要である。</li> </ul>	

【評価の結果】

以上、第1期計画におけるアクションプランの評価を行った結果、全14アクションプランのうち、計画通り進捗しているものが7プラン（50.0%）と半数を占めているほか、実行に向けた検討がされているものが2プラン（14.3%）となっています。

一方、計画通り進捗されていないものは5プラン（35.7%）あります。



- A：計画通り進捗している
- B：実行に向けて検討している
- C：計画通り進捗されていない

## 1 - 3 ヒアリング調査

本場結城紬を取り巻く現状や専門的立場からのご意見、ご提案を聴取するため、ヒアリング調査を実施しました。

### (1) 目的

第2期小山市本場結城紬復興振興5カ年計画の策定にあたり、本場結城紬を取り巻く現状の課題や、専門的立場から本場結城紬の復興振興に対するご意見、ご提案を聴取し、計画課題の抽出や各種アクションプランの検討への一助とすることを目的に実施しました。

### (2) 実施概要

第1回ヒアリングは、平成30年1月16日(火)に学識経験者と生産関係者に対し行い、第2回ヒアリングは、平成30年2月7日(火)に販売関係者に対し行いました。

### (3) ヒアリング結果のまとめ

ヒアリングでは、本場結城紬の復興振興に係る多様なご意見、ご提案をいただきました。その中で、本計画へ反映すべき大きな視点を次のとおり整理しました。

衰退する和装文化自体の再興が本場結城紬の復興振興には必要不可欠  
本場結城紬を支える生産者や体制に対する支援が必要  
本場結城紬の知名度を活かした国内外に対するPRが必要  
消費者ニーズを踏まえた新たな流通システムの構築が必要  
後継者になり得る市内の若い世代に対する喚起や教育が重要  
和装や本場結城紬に関するイベント等を行うのも効果的  
観光等市の関連施策や教育機関等と連携が必要  
小山市に縁のある著名人や関連機関・団体等とのネットワークの活用が重要

#### (4) ヒアリングによる提言

学識経験者及び生産関係者からの提言（第1回ヒアリング要旨）

##### 具体的な目標を持って着実な計画の実行を

- ・どのくらいの生産反数があれば、本場結城紬の生産技術を継承し、産地として維持できるかなどの目標が立てられればよい。
- ・実効性のある計画とするため、KPIなどを設定することが望ましい。
- ・現在実施している糸つむぎ講習会についても、単に受講人数の目標ではなく、そのうち何人が糸取り師になっていくのかなどの深い追求が求められる。

##### 本場結城紬の知名度のさらなる向上を

- ・今回の協議会委員アンケートでは、本場結城紬の品質や信頼といった要素を以て、「ブランド」として評価されているが、知名度という点においては、関東では一定程度あるが、全国的にはまだ低いのが現状である。

##### 結城市等との連携による施策の展開を

- ・現在実施されている小山市、結城市での講習会の効果的な実施方法を検討する余地がある。
- ・情報の共有や発信の方法が重要である。

##### 流通システムの改革を

- ・これまでの商慣行を簡単には変えられないのが現実であるが、直販を可能にするなど、流通システムの改革が必要である。
- ・消費者に提示する最終的な売値が高くなってしまおうのが、現代においては販売力が伸びない大きな要因ではないか。

##### 小山市独自の着付け資格制度の創設を

- ・子どもたちも含め、結城紬に限らず小山市独自の着付け資格制度などの創設も考えられる。
- ・着付け体験は小山市、結城市で実施しており、紬の生産方法などに対して、男子の方が興味を示すことが多い。
- ・若い時代に着物に触れ、その魅力を体感し知ることが重要である。

##### 生産者に対する支援と生産体制の強化を

- ・まずは原料となる糸取り師に対する生産量、品質に応じた助成を行うことが、後継者育成、本場結城紬振興上、必要かつ効果的ではないか。
- ・生産システムも分業制ではなく、株式会社会的な体制が求められる。その際、空家対策事業や芸術大学等教育機関等と連携しながら、場の提供、人材の確保等を行うことも考えられる。

##### 多様なアイデアで新商品の開発を

- ・新商品の開発については、高価になる洋装などではなく、多様なアイデアや柔軟性を持って対応していくことが必要である。

##### 外国人、海外に向けた有効なPRを

- ・本場結城紬の歴史や工程、産地の姿などは、欧州では共感されるところも多いはず。外国人を対象にしたアカデミックツアーの実施なども、生産者のモチベーション向上も期待できる、効果的な施策ではないか。
- ・PR映像なども産地の生活背景などを含めながら、長時間ではなく短編で海外に発信していくことが有効ではないか。

販売関係者からの提言（第2回ヒアリング要旨）

**流通システムの改革を**

- ・結城紬販路拡大においては、高価な販売価格が障害となっている。ブランドの信憑性を守るためにも簡単には値を上げられない状況である。
- ・仲介問屋のしくみを見直すなど、流通システムの改革が必要である。
- ・そのためには組合の理解を得ることが大切である。最盛期だったバブル時代の基準での価格設定では販売が伸長しない。消費者が簡単に手を出せない金額をつけても売れないのは当然である。
- ・本店のように、組合から脱退した織元から直接購入し販売価格を抑える方法も考えられるが、本場結城紬の場合、同様の流通ルートを確認するのは現段階では難しい。
- ・小山市においても、織元と直接の交渉を通じて販売ルートを確認しようという革新的な販売主の存在が求められる。

**「小山紬」としてのブランド化を**

- ・本場結城紬は1つのブランドのみで製品も一つしか無く、バリエーションが乏しく感じる。例えば米沢織りは、30点ほどの商品があり、それぞれ糸も素材も異なるため製品によって値段も違う。消費者も好みに応じた選択ができる。
- ・結城市との関係も考慮する必要があるが、流通システムの改革や小山産繭などの活用した小山ブランドとしての価値を最大限活かし、「小山紬」として独自のブランド化を目指すべきではないか。
- ・反物に精通している人の間では、結城紬には大きなブランド力と需要があり、正統な素材、製法であれば、その需要に対応できる。

**日本人としての和装文化教育を**

- ・現代の若者は成人式などでしか着物を着る機会がなく、和装に馴染みがない。
- ・外国人だけでなく、日本人の中でも和装文化を普及させていくのが効果的ではないか。
- ・学校教育に和装文化を取り入れて、幼い頃から和装に親しんでもらうことが効果的ではないか。
- ・和装文化を普及していくには、和裁や茶道、日本舞踊等を取り入れいくことが効果的ではないか。

**ターゲットに合わせた販売戦略を**

- ・外国人観光客が着物を好んで購入する例はよく見られるが、購入していくのはリサイクル品や安価な土産物ランクの商品に限られるので、結城紬は対象になりづらい。
- ・着物の販売傾向としては、就業している40歳以上の女性が、自分のお金で買っていくケースが多い。
- ・20～30歳代のお客は、仕立てられた物など安価な着物を洋服と着合わせてファッション感覚で着るために購入していくケースが多く、高価な商品はなかなか検討されない。
- ・反物に精通していない人の中でも結城紬を知る人は多く、一度は着てみたい憧れの一品として捉えられているようだ。
- ・ターゲットを想定した企画展などは効果的である。
- ・着物は一定の高価なもので普段使いのものではない。その様な感覚から、普段使いの小物を同じ場所で販売するのはあまり効果がない。

### 着物を通じたコミュニケーションの場を

- ・当店内には、無料のカフェスペースを設置して、集客力を高める工夫をしている。気軽に足を運んでいただける場を提供しながら、その上で着物の販売につなげるというイメージ。
- ・着物単体で販売するのではなく、何かと結びつけていくことが必要である。
- ・カフェに来る人々の中で、着物に関すること以外でも、様々な立場でのコミュニケーションができ、その中で人的ネットワークなどが生まれ、ひいては顧客の増加や販促に繋がっていく。

### 講演会やシンポジウム等の開催で積極的なPR・販促を

- ・結城紬に詳しい方を講師にして、結城紬に関する講演会等を行うのも効果的ではないか。
- ・講演会等を通じ、金額、製品、能力等で納得してくれれば、購入を希望する人も現れるかも知れない。
- ・結城紬に限らず、和文化に興味を持ってもらうため、例えば和 문화フェスとして、茶道や華道と一緒に本場結城紬を紹介するというこゝも考えられる。

### 女優さんなど著名人を活かしたPRを

- ・例えば、小山にも縁のある著名な方に結城紬を着てメディアに出てもらい、PRしていくのが効果的ではないか。
- ・当店のお客様や着付け教室の生徒さんの中には著名な方も多く、そのようなチャンスはあるかと思われる。

### クリエイター等との連携で小山市の活性化を

- ・ある程度知名度があるクリエイターやデザイナーの方々と連携し、総合的な本場結城紬のブランド展開や商品開発、あるいはソフト面の充実を図っていくべき。
- ・行政の力だけでは限界がある。
- ・メディア関係者との人脈作りや、小山に縁のある有名人などへのアプローチなど、ソフト面でのサポートが重要である。
- ・本場結城紬を通じた話題性や注目が集まれば、小山市の活性化にもつながり、本場結城紬の後継者となる有望な若者なども集まるようになり、その若者が成長して、またさらに大きくしてPRしていく様なシナリオが理想的である。

1 - 4 小山市本場結城紬復興調査推進協議会アンケート調査

本計画策定にあたり開催する第5期「小山市本場結城紬復興調査推進協議会」の委員の方々に対し、本場結城紬の復興振興に係る課題や取組の方向性等についてアンケート調査を実施しました。

(1) 目的

本アンケートは、第2期小山市本場結城紬復興振興5カ年計画の策定にあたり、本場結城紬を取り巻く現状的課題や、取組の方向性に対する意向を調査し、計画課題の抽出や各種アクションプランの検討への一助とすることを目的に実施しました。

(2) 実施概要

①配付・回収方法

郵送による配付・回収

②実施時期・期間

平成29年12月15日(金)～12月28日(木)までの14日間

③配付数・回収数・回収率

配付数	回収数	回収率
20票	14票	70%

④集計・まとめ

回収調査票をもとに集計・まとめ

(3) 設問内容

本アンケートの設問項目、内容及び本計画への反映の考え方は次頁に示すとおりです。また、設問の一部(問1 - , )については、第1期計画と比較するため同様の設問内容としています。



設問項目、内容・計画への反映等

問		内容・計画への反映等
問1	本場結城紬の産地、市場、可能性等の評価【SA】	・本場結城紬を取り巻く各種状況等の評価を質問し、課題把握の参考とします。
	本計画における重要取組と選択理由【MA】	・本計画の柱となる4つの取組のうち、最も重要と思われる取組を質問し、アクションプランの位置づけの優先度、重要度等の参考とします。
	実施困難または注意が必要な取組と選択理由【MA】	・本計画の柱となる4つの取組のうち、今後具体的な事業等の展開を図ることが最も困難と思われる取組を把握し、5カ年という限られた計画期間の中で実行性のあるアクションプランを位置づけていくための参考とします。
問2．原料不足への対策【記述】		・本場結城紬を取り巻く課題の1つに挙げられる原料不足に対して、各委員の立場等から考えられる対策を記述式で設問し、具体的なアクションプラン等の検討の参考とします。
問3．後継者育成に対する協力できること【記述】		・本場結城紬を取り巻く課題の1つに挙げられる後継者育成に対して、各委員の立場等から指導・協力できることを記述式で設問し、具体的なアクションプラン等の検討の参考とします。
問4．観光面での取り組みについて【記述】		・本場結城紬の振興に効果が期待できる観光面での取り組みについて記述式で設問し、具体的なアクションプラン等の検討の参考とします。
問5．結城市等との振興施策の状況【記述】		・本場結城紬の振興策として結城市や栃木県、茨城県両県が連携して展開している振興施策について記述式で設問し、連携策等検討の参考とします。
問6．本場結城紬復興振興上の現時的課題や今後の課題【記述】		・各委員の立場において、本場結城紬復興振興に係る現時的課題や今後の課題を記述式で設問し、現時的課題及び計画課題の抽出の参考とします。
問7．本場結城紬復興振興に対するアイデア【記述】		・各委員の立場において、本場結城紬復興振興に対するアイデアを記述式で質問し、具体的なアクションプラン等検討の参考とする。
問8．本場結城紬復興振興に対する貢献内容【記述】		・各委員の立場から、本場結城紬復興振興に対し貢献できることを記述式で質問し、アクションプラン等の検討をはじめ、それらの実現に向けた体制構築等の検討の参考とする。

【SA】単一回答 【MA】複数回答

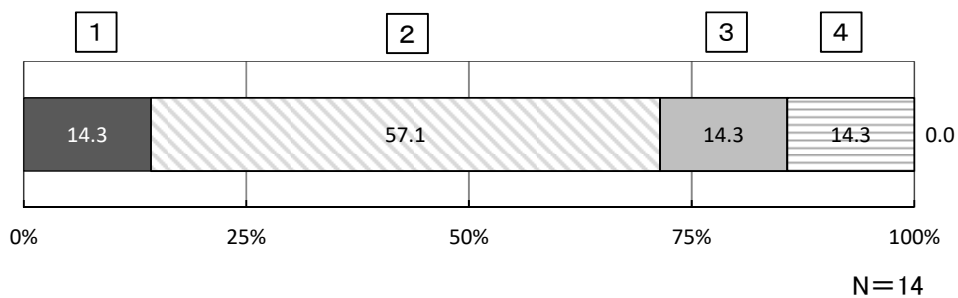
(4) 調査結果

【問1】 本場結城紬を取り巻く現状等

本場結城紬のブランド力について【SA】

回答者の4分の3が、本場結城紬のブランド力は強いと感じている。

「2. ある程度強い」が6割弱を占め、最も多く、次いで「1. 非常に強い」、  
「3. どちらとも言えない」、「4. あまり強くはない」が同率で2割弱となっ  
ています。

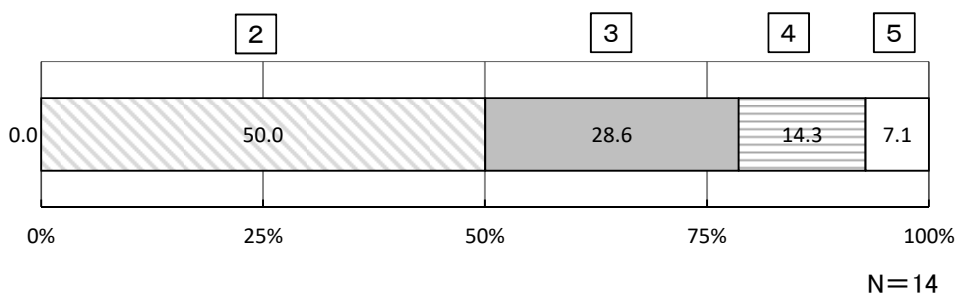


- 1. 非常に強い
- 2. ある程度強い
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり強くはない
- 5. 全く強くない

本場結城紬の産地としての小山市の知名度について【SA】

回答者の半数が、小山市は本場結城紬の産地として有名だと感じている。

「2. ある程度有名」が半数を占め、最も多く、次いで「3. どちらとも言えない」が3割弱となっ  
ています。

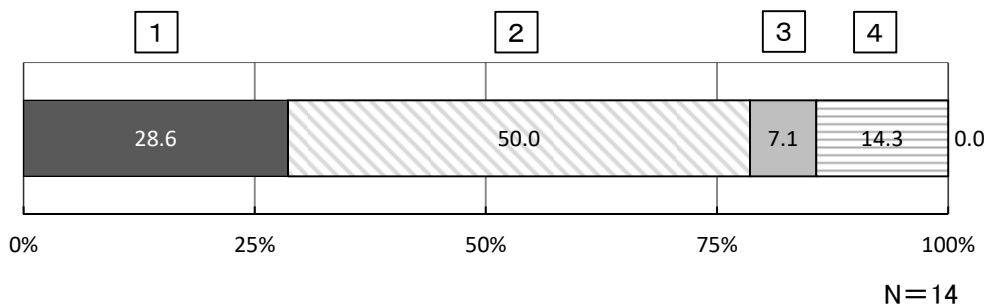


- 1. 非常に有名
- 2. ある程度有名
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり知られていない
- 5. ほとんど知られていない

新たな商品開発について【SA】

回答者の約8割以上が、新たな商品の開発が必要であると考えている。

「2. ある程度必要」が半数で最も多く、次いで「1. 必要性を感じる」が3割弱となっています。

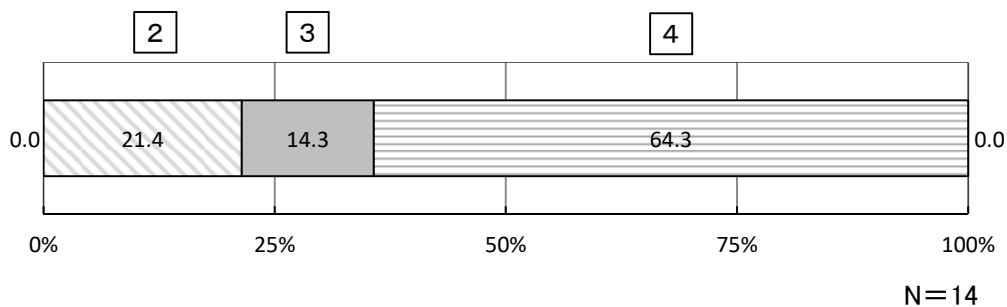


- 1. 必要性を強く感じる
- 2. ある程度必要
- 3. どちらとも言えない
- 4. あまり必要だとは思わない
- 5. 全く必要ない

本場結城紬の生産体制について【SA】

回答者の約6割強の人が、一定の改善が必要と感じている。

「4. 一定の改善が必要」が6割強と最も多く、次いで「1. おおむね今のままで良い」が約2割となっています。

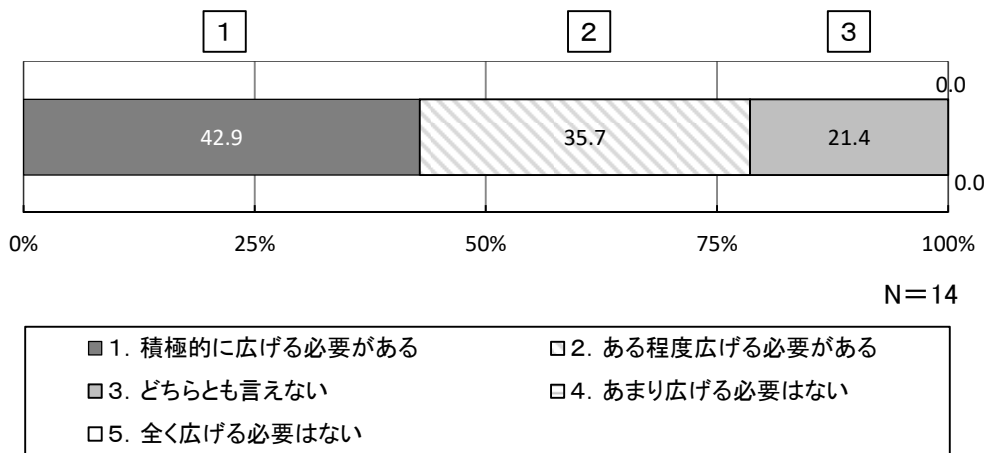


- 1. 今のままで十分
- 2. おおむね今のままで良い
- 3. どちらとも言えない
- 4. 一定の改善が必要
- 5. 大きく改善する必要がある

本場結城紬の販路について【SA】

回答者の約8割以上が、本場結城紬の販路拡大を必要だと考えている。

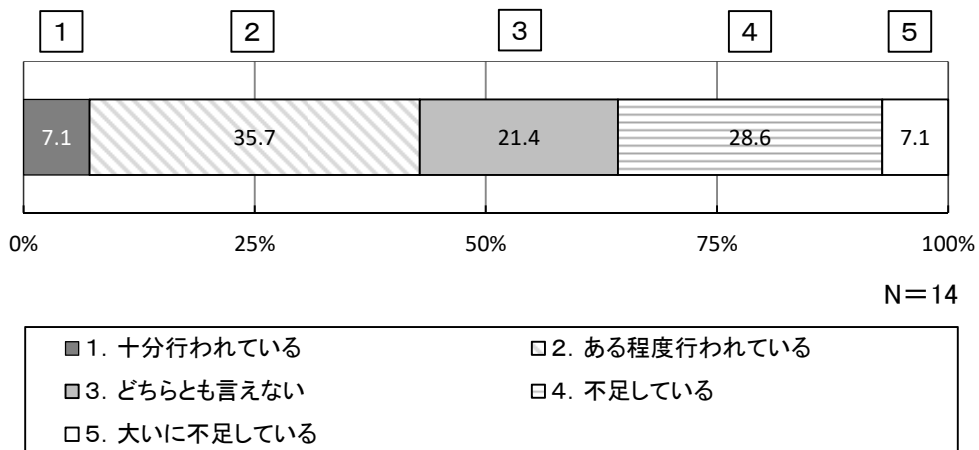
「1.積極的に広げる必要がある」が4割強と最も多く、次いで「2.ある程度広げる必要がある」が約3割強を占めています。



本場結城紬のPR、販売促進について【SA】

回答者の4割強は、本場結城紬のPR、販売促進が行われていると感じている一方で、3割弱は不足していると感じている。

「2.ある程度行われている」が3割強で最も多く、次いで「4.不足している」が3割弱となっています。

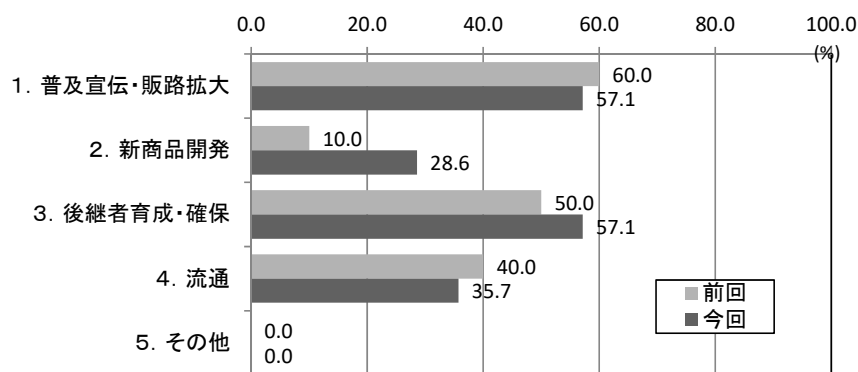


本場結城紬の復興振興に対し特に重要な取り組み【MA】

「普及宣伝・販路拡大」や「後継者の育成・確保」が特に重要な取り組みと考えられている。

「1. 普及宣伝・販路拡大」「3. 後継者育成・確保」がともに6割弱を占め最も多くなっています。

前回の同調査と比較すると、「2. 新商品開発」の増加ポイントが多くなっており、取り組みの重要度が強くなっているものと思われます。

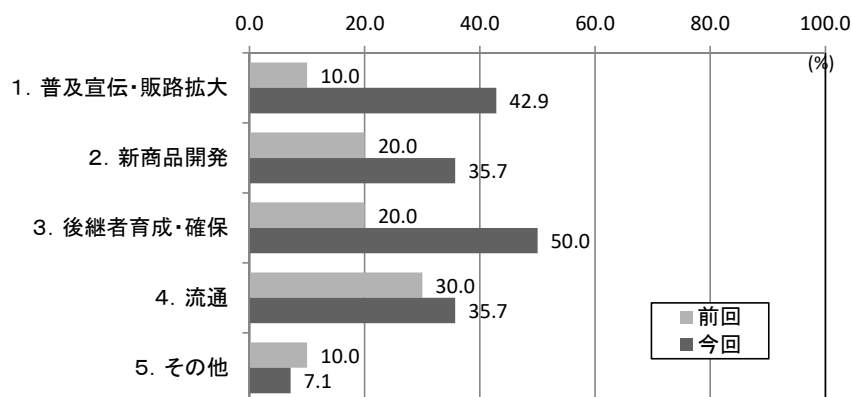


本場結城紬の復興振興に対し実施困難または注意が必要な取り組み【MA】

「後継者育成・確保」のほか、「普及宣伝・販路拡大」や「新商品開発」が、実施困難または注意が必要だと考えられている。

「3. 後継者育成・確保」が半数を占め最も多く、次いで「1. 普及宣伝・販路拡大」が4割強となっています。

前回の同調査と比較すると、その他を除く全ての項目において、前を上回る割合となっており、各項目に対する取り組みの困難さが増していると捉えられています。



【問2】 現在、原料不足と言われておりますが、その対策について、どのようにお考えでしょうか。

養蚕農家の後継者育成や糸取り手の賃金底上げ、真綿の研究など、今後さらに懸念される原料不足への対応が求められる。

【問3】 あなたの専門的立場から、後継者育成に対して、指導ないし協力できることがあればお聞かせください。

生産者、学識経験者、販売関係者、広報関係者、及び着用推進関係者それぞれの立場から協力の意向を示していただきました。

【問4】 今後、本場結城紬の振興に対し、観光面での取り組みについて、どのようにお考えですか。

旅行事業者と連携しながら、本場結城紬の展示、販売、体験等を通じ、積極的な結城紬振興に寄与する観光施策の推進が求められている。

【問5】 現在、小山市だけでなく、結城市をはじめ両県において本場結城紬の復興策を行っておりますが、この状況をどのようにお考えですか。

今後も結城市と連携しながら復興策を推進するとともに、北関東やさらに広域的な連携による積極的な復興策の展開及びPR等が求められている。

【問6】 あなたの専門的立場から、本場結城紬の復興・振興に係る現時的課題や今後の課題についてお聞かせください。

知名度の向上、デザイン等の工夫、販売価格の低廉化、販路拡大、子どもたちへの着心地体験等のさらなる普及、後継者育成、市民との協働による復興策創出など、多様な課題が認識されている。

【問7】 あなたの専門的立場から、本場結城紬の復興・振興に対して、何かアイデア等があればお聞かせください。

講演会等を含めた情報発信をはじめ、「栃木県紬織物技術支援センター」や全国の紬生産行政等と連携した施策の展開、若者向けの商品開発、体験見学施設の整備など、積極的な復興・振興施策が求められている。

【問8】 本場結城紬の復興・振興を推進する上で、あなたの専門的立場から貢献できることをお聞かせください。

養蚕・繭の生産振興、後継者育成、デザイン向上・販路拡大、研究・教育及び着物に関する知識・着付けなど、それぞれの立場から、その技術、知識の提供によって貢献できるとのご回答をいただきました。

1 - 5 本場結城紬復興振興に係る課題抽出

本場結城紬に関する現状や第1期計画におけるアクションプランの検証、生産者等へのヒアリング及び「小山市本場結城紬復興調査推進協議会」委員アンケート調査の結果から、本場結城紬復興振興に係る課題を整理します。

(1) 本場結城紬復興振興に係る現状等からの主な課題

項 目	課 題
本場結城紬を取り巻く状況 【1 - 1 関連】	<p>年々減少する生産反数 生産者数の減少に加え、圧倒的に後継者が少ない 原料事業者（本場結城紬原料商協同組合）の高齢化の進展 求められるファッション等として和装を好む若い世代へのアプローチ 潜在的な市場拡大には価格が問題 消費者市場へのアクセシビリティの向上 インバウンド効果の有効な取り込み</p>
第1期計画アクションプラン検証 【1 - 2 関連】	<p>第1期計画における各アクションプランの進捗状況等を踏まえ、今後必要に応じ継続的にプランを推進していくことが必要 本場結城紬を取り巻く現状や、第1期計画以降の動向及び政策動向等を踏まえ、適宜見直し等による計画的な進捗が必要</p>
ヒアリング結果 【1 - 3 関連】	<p>ブランド力のある本場結城紬の知名度のさらなる向上が必要 消費者ニーズを踏まえた流通システムの改革が必要 小山市独自の着付け資格制度などの創設の検討 系取り師に対する助成が効果的 分業制からの脱却、空家対策事業や芸術大学等教育機関等と連携が必要 外国人を対象にしたアカデミックツアーの実施なども効果的 和装文化自体に触れる機会の創出が必要 学校教育との連携による和装文化の普及が必要 若い世代は高価な商品はなかなか購入しない傾向 結城紬に関する講演会等を行うのも効果的 小山に縁のある著名人の協力によるPRが効果的 メディア関係者との人脈作り、活用等ソフト面でのサポートが重要</p>

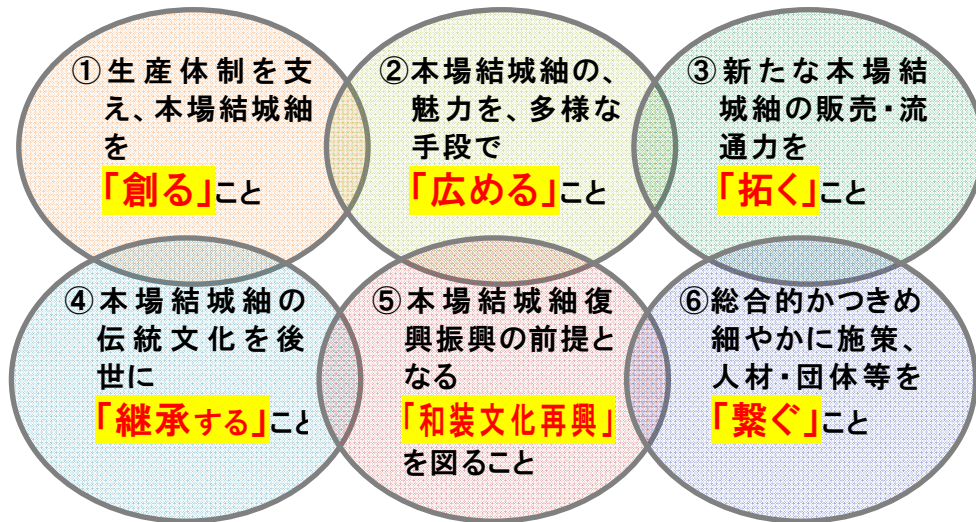


項 目	課 題
<p>協議会アンケート 調査結果 【1 - 4 関連】</p>	<p>ブランド力を活かした知名度向上                      新たな商品開発                      生産体制の改善                      販路拡大                      さらなるPR、販売促進                      重要な取り組みであるが実施が困難である普及宣伝、                      後継者育成                      今後益々懸念される原料不足への対応                      本場結城紬振興に寄与する観光施策の推進                      結城市をはじめ広域的な連携の必要性                      知名度の向上、販売価格の低廉化、後継者育成などの                      多様な課題                      積極的な復興振興施策の必要性                      専門的技術、知識の継承及び提供</p>

## (2) 本場結城紬復興振興の計画課題

1 - 1 から 1 - 4 における各種整理及び前項の主な課題の整理を踏まえ、本場結城紬復興振興に係る6つの計画課題を次のように捉えます。

### <本場結城紬復興振興の計画課題>



課題を踏まえた総合的な本場結城紬の復興振興へ

### ① 生産体制を支え、本場結城紬を「創る」こと

生産反数、生産者が大きく減少しつつある中、何より、本場結城紬の生産基盤や体制を強化することが必要です。

地元小山産繭を原料とし、全ての工程を小山市で行い、“MADE in OYAMA”の本場結城紬を創造し、おやまブランドとしてさらなる価値を高めることが求められます。

また、糸取り者については、本場結城紬の生産基盤を支える重要な工程として捉え、後継者不足を補い積極的な生産を促進するため、効果的な支援を講じていくことが必要です。

### ② 本場結城紬の魅力を多様な手段で「広める」こと

国の重要無形文化財及び世界のユネスコ無形文化遺産に登録された本場結城紬の優れた品質、価値等を、より多くの人々に広め、販売数、購買層の拡大を図ることが必要です。

そのため、おやま評定ふるさと大使等のさらなる活用をはじめ、多様な媒体を活用した積極的なPR及び情報発信が求められます。

また、産地資源としての地産地消という観点から、市民をはじめ広く内外に対し本場結城紬の魅力の発信に努めるとともに、より気軽に購入できるような効果的な支援の継続の実施が求められます。

### ③ 新たな本場結城紬の販売・流通力を「拓く」こと

本市の貴重な伝統文化としての本場結城紬のブランド力をさらに向上しながら、おやまブランドとしての効果的な展開を推進していくことが必要です。

また、新たな購買層や市場の発掘に寄与する既成概念に囚われない新たな商品の開発についても、企画段階から緻密にプロデュースするなど、計画的で効率的なブランディング戦略を立てていくことが求められます。

さらに、多様な人々がより気軽に本場結城紬を手に入れられるよう、流通過程の改善による購買力の向上についても、関係者が一丸となって取り組むことが求められます。

### ④ 本場結城紬の伝統文化を後世に「継承する」こと

生産数の減少、後継者の絶対的不足など、本場結城紬の現状を取り巻く問題は周知の事実です。このままでは貴重な伝統文化が絶えてしまいます。

そのため、本場結城紬の伝統文化を確実に後世に継承するため、本場結城紬の生産技術の伝承機会や本場結城紬の普及PRに係る人材を育成・確保していくことが求められます。

また、糸つむぎ講習会等の修了者が、その後も継続的かつ安定的に本場結城紬の生産に携われるよう、適切な支援や就労の場を確保していくことが求められます。

その際には、生産者や「栃木県産業技術センター 紬織物技術支援センター」(以下、「県支援センター」と言います。)等県、その他関係機関及び市が一体となって取り組むことが重要です。

### ⑤ 本場結城紬復興振興の前提となる「和装文化再興」を図ること

和装文化の衰退は、本場結城紬に限らず、きもの業界全体に及ぶ課題です。

特に本場結城紬の後継者ともなり得る本市の若い世代に対し、和装や本場結城紬に興味を持ち誇れるよう、それらを学び触れる機会を積極的に提供していくことが求められます。

本場結城紬の復興振興を図るためには、普段から和装に関係する団体等の協力も得ながら、各種イベント等を通じて和装文化の再興を図ることが必要不可欠です。

### ⑥ 総合的かつきめ細やかに、施策、人材・団体等を「繋ぐ」こと

本場結城紬は、我が国の伝統文化を伝える貴重な地域資源であるとともに、本市の個性ある観光資源でもあります。

東京オリンピック・パラリンピック開催等を契機とした、さらなる訪日観光客の増加が見込まれる中、本場結城紬の歴史文化等を含んだ体験型観光をはじめ、全国紬産地との連携・協働による観光施策を展開していくことが求められます。

上記の各計画課題にも関連しますが、効果的・効率的な復興振興施策の展開には、本市単独ではなく、国・県・関係市町村、商工団体及び市内生産者、問屋、販売業者、和装関係グループ等との協力が必要不可欠です。

## 第2章 本場結城紬復興振興計画

### 2 - 1 本場結城紬復興振興の計画テーマ・取組の柱

第1章で示したように、本場結城紬を取り巻く現状や、復興振興に係る課題等については、第1期計画策定以降、経年的な変化等は見られますが、大局的には目指すべき方向性等に変わりはありません。

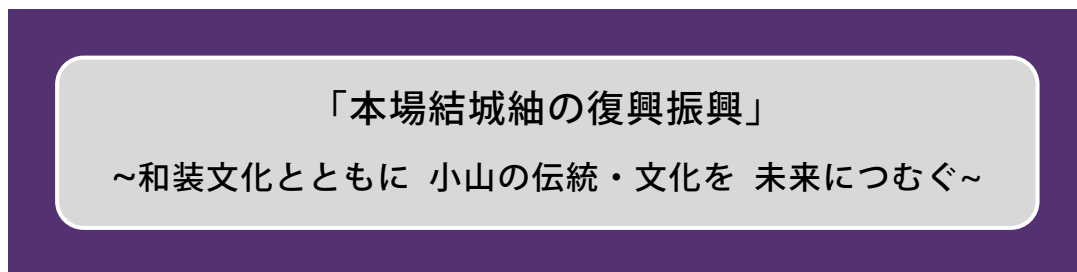
しかしながら、本場結城紬に限らず、現代の和装離れ、生産者数や生産反数の減少傾向に歯止めがかからない状況等を踏まえると、和装文化自体の復興が必要不可欠であると言えます。

また、本場結城紬復興振興の前提となる生産基盤・体制の強化や、さらなる本場結城紬の魅力の向上・発信、広く購買層を広げるための販路開拓・流通改革、貴重な文化として、かつ伝統産業としての後継者の育成・確保、及び関係機関等との連携・ネットワークについても非常に重要です。

このような背景や課題等を踏まえ、本計画における計画テーマ及び取組の柱とキーワードを以下のように設定します。

また、取組の柱に応じた基本施策を位置づけます。

#### 【計画テーマ】

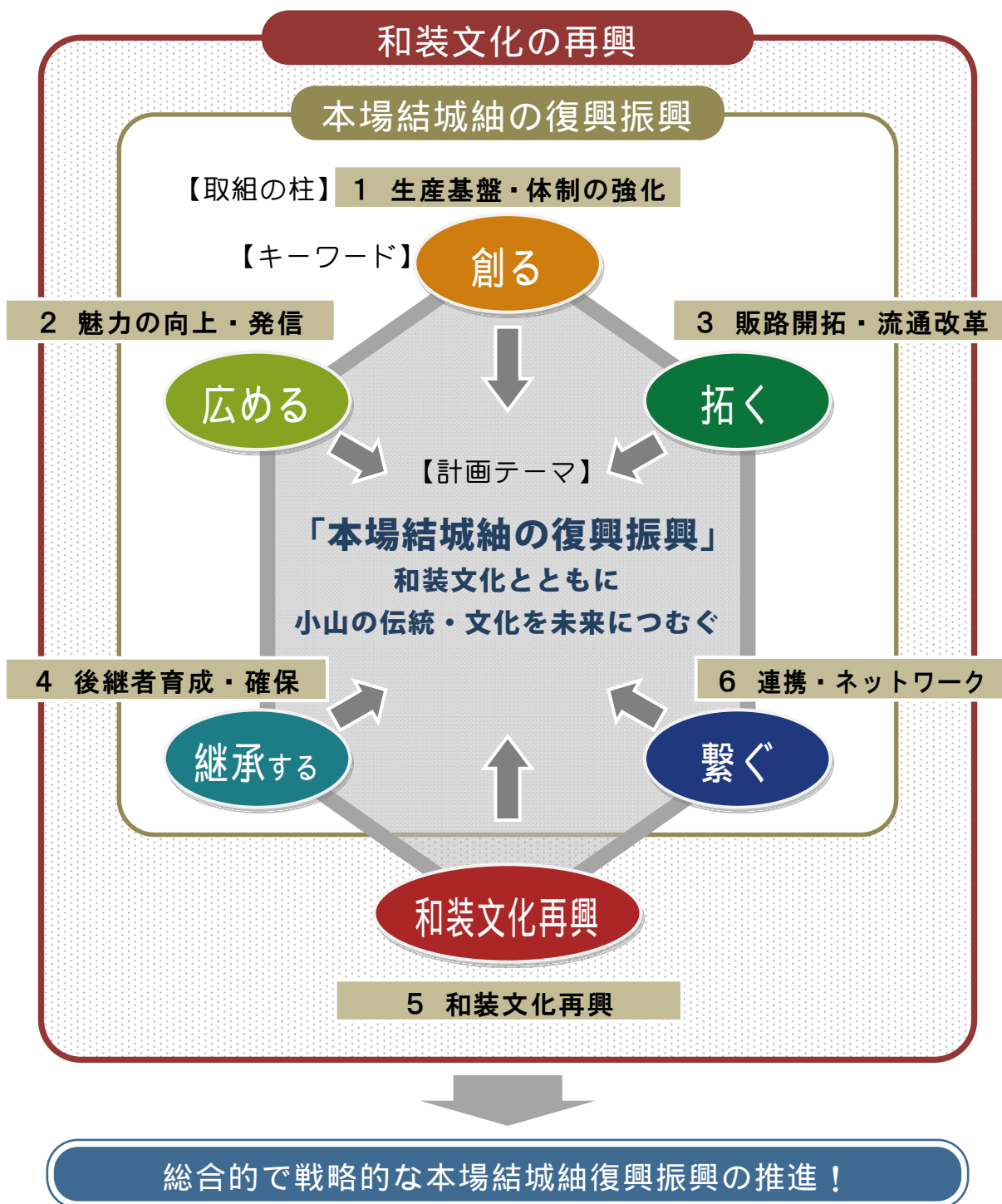


#### 【取組の柱】

#### 【キーワード】

- |              |   |          |
|--------------|---|----------|
| 1 生産基盤・体制の強化 | → | 「創る」     |
| 2 魅力の向上・発信   | → | 「広める」    |
| 3 販路開拓・流通改革  | → | 「拓く」     |
| 4 後継者育成・確保   | → | 「継承する」   |
| 5 和装文化再興     | → | 「和装文化再興」 |
| 6 連携・ネットワーク  | → | 「繋ぐ」     |

<計画テーマ、取組の柱イメージ>



## 2 - 2 本場結城紬復興振興計画の基本施策と計画体系

### (1) 基本施策

本場結城紬復興振興の計画テーマ実現に向けた各取組の柱に対応した基本施策を下記の通り位置づけます。

<取組の柱>

<キーワード>

#### 1 生産基盤・体制の強化

創る

##### 基本施策1-1 生産基盤の強化

MADE in OYAMAの本場結城紬の生産を促進するとともに、本場結城紬を支える生産者に対し、継続的、積極的な生産を促進する効果的な支援を講じていきます。

##### 基本施策1-2 生産体制の強化

本場結城紬の産地組合である「栃木県本場結城紬織物協同組合」への支援を行います。また、県支援センター改築及び同内への共同作業場並びに養蚕業関連展示室の設置を要請するとともに、生産基盤となるNPO法人化等の構築に向け検討を進めます。

#### 2 魅力の向上・発信

広める

##### 基本施策2-1 多様で積極的な普及宣伝

小山にゆかりのある著名人の協力を得ながら、さらなる本場結城紬の知名度の向上を図るとともに、メディアやSNS等多様な媒体を積極的に活用し、若者や全国、世界に向けた本場結城紬の魅力、価値等を効果的に広め、発信していきます。

##### 基本施策2-2 本場結城紬の着用促進

市内外において、本場結城紬の着用や体験機会を積極的に提供し、本場結城紬の魅力を発信します。また、本場結城紬購入に対する市民への支援による本場結城紬購入機会の増大により、本場結城紬産業の振興を図ります。

#### 3 販路開拓・流通改革

拓く

##### 基本施策3-1 販路開拓による販売促進

消費者ニーズを的確に捉えながら、新商品開発や効果的なターゲットの絞り込み等を行い、本場結城紬の販売力を向上するための販路開拓を進めます。

##### 基本施策3-2 新たな流通形態・販売手法の検討

これまでの流通過程のみではなく、生産者や生産に携わる人が、安定した賃金を得られるよう流通システムを検討します。

## 4 後継者育成・確保

継承する

## 基本施策4-1 後継者の育成

本場結城紬の伝統技術を後世に伝えるため、県支援センターと連携協力しながら、紬織士の採用・育成を核とし、農福連携を視野に入れ、各種講習会や講座等の開催等により、生産者や関係機関及び行政が一体となって後継者を育成します。また、本場結城紬の普及PRに係る人材を育成します。

## 基本施策4-2 後継者の確保

本場結城紬の生産を継続的かつ安定的に行うことができるよう、適切な体制支援をはじめ、後継者確保のための組織化を検討します。とりわけ、原料不足については喫緊の課題であることから、早急に対応します。

## 5 和装文化再興

和装文化再興

## 基本施策5-1 和装文化の推進

和装文化に関する教育や着付け体験等を通じ、和装や本場結城紬に対する興味を喚起し、和装文化を継承する、貴重な担い手ともなり得る市内の若者を育成します。

## 基本施策5-2 和装関連イベントの実施

和装文化をより身近に楽しめる機会として、各種和装関連イベントを開催するなど、市民をはじめ和装愛好家や外国人観光客等の集客も含め、和装文化の普及・PRを進めます。

## 6 連携・ネットワーク

繋ぐ

## 基本施策6-1 観光施策との連携・協働

東京オリンピック・パラリンピック開催等を契機とした、インバウンド効果を最大限活かし、本場結城紬の産地としての歴史文化をはじめ、着用・製作体験及び工程展示等を通じた観光施策を全国紬産地等とも連携しながら積極的に展開します。

## 基本施策6-2 関係機関や人的ネットワークの形成

国・県、関係市町村、商工団体をはじめ、庁内各課による関連施策との連携を図るとともに、本場結城紬や和装に関わる各種組合、団体、グループ等とのネットワークを積極的に活用し、効率的かつきめ細やかな本場結城紬の復興振興を展開します。





(2) 計画体系

計画テーマから各基本施策をまとめた本計画の体系は以下のとおりです。

テーマ	取組の柱	基本施策	アクションプラン	重点プラン	
「本場結城紬の復興振興」 和装文化とともに 小山の伝統・文化を 未来につむぐ	1 生産基盤・体制の強化	1-1 生産基盤の強化	●MADE in OYAMA の本場結城紬の生産を促進するとともに、本場結城紬を支える生産者に対し、継続的、積極的な生産を促進する効果的な支援を講じていきます。	1-1-1 地元小山市産繭を原料とする結城紬製作推進 1-1-2 市内養蚕農家及び糸とり者に対する助成制度の実施・検討	
		1-2 生産体制の強化	●本場結城紬の産地組合である「栃木県本場結城紬織物協同組合」への支援を行います。また、県支援センター改築及び同内への共同作業場並びに養蚕業関連展示室の設置を要請するとともに、生産基盤となるNPO法人化等の構築に向け検討を進めます。	1-2-1 栃木県本場結城紬織物協同組合への支援 1-2-2 県支援センターの改築・県との連携協力による共同作業場等の確保	○
	2 魅力の向上・発信	2-1 多様で積極的な普及宣伝	●小山にゆかりのある著名人の協力を得ながら、さらなる本場結城紬の知名度の向上を図るとともに、メディアやSNS等多様な媒体を積極的に活用し、若者や全国、世界に向けた本場結城紬の魅力、価値等を効果的に広め、発信していきます。	2-1-1 おもいがわ映画祭、小山評定ふるさと大使等のPR活用 2-1-2 SNSや各種メディア等を活用した本場結城紬の情報発信	
		2-2 本場結城紬の着用促進	●市内外において、本場結城紬の着用や体験機会を積極的に提供し、本場結城紬の魅力を発信します。また、本場結城紬購入に対する市民への支援による本場結城紬購入機会の増大により、本場結城紬産業の振興を図ります。	2-2-1 本場結城紬の着用促進 2-2-2 結城紬購入費助成制度の実施	○
	3 販路開拓・流通改革	3-1 販路開拓による販売促進	●消費者ニーズを的確に捉えながら、新商品開発や効果的なターゲットの絞り込み等を行い、本場結城紬の販売力を向上するための販路開拓を進めます。	3-1-1 小山本場結城紬ブランド展開 3-1-2 新商品等の開発	○
		3-2 新たな流通形態・販売手法の検討	●これまでの流通過程のみではなく、生産者や生産に携わる人が、安定した賃金を得られるよう流通システムを検討します。	3-2-1 生産者に寄り添う流通システムの検討	
	4 後継者育成・確保	4-1 後継者の育成	●本場結城紬の伝統技術を後世に伝えるため、県支援センターと連携しながら紬織士の採用・育成を核とし、農福連携を視野に入れ、各種講習会や講座等の開催等により、生産者や関係機関及び行政が一体となって後継者を育成します。また、本場結城紬の普及PRに係る人材を育成します。	4-1-1 本場結城紬各生産工程に係る講習会等の開催 4-1-2 紬織士職員の技術習得研修の実施	○
		4-2 後継者の確保	●本場結城紬の生産を継続的かつ安定的に行うことができるよう、適切な体制支援をはじめ、後継者確保のための組織化を検討します。とりわけ、原料不足については喫緊の課題であることから、早急に対応します。	4-2-1 糸つむぎ・真綿かけ従事者等の確保	
	5 和装文化再興	5-1 和装文化の推進	●和装文化に関する教育や着付け体験等を通じ、和装や本場結城紬に対する興味を喚起し、和装文化を継承する、貴重な担い手ともなり得る市内の若者を育成します。	5-1-1 和装文化教育プログラムの実施 5-1-2 小山市着付け資格制度の創設	
		5-2 和装関連イベントの実施	●和装文化をより身近に楽しめる機会として、各種和装関連イベントを開催するなど、市民をはじめ和装愛好家や外国人観光客等の集客も含め、和装文化の普及・PRを進めます。	5-2-1 和装関連イベントの実施 5-2-2 全国規模のシルクサミット・紬サミットの開催・検討	○
	6 連携・ネットワーク	6-1 観光施策等との連携・協働	●東京オリンピック・パラリンピック開催等を契機とした、インバウンド効果を最大限活かし、本場結城紬の産地としての歴史文化をはじめ、着用・製作体験及び工程展示等を通じた観光施策を全国産地等とも連携しながら積極的に展開します。	6-1-1 本場結城紬歴史文化・体験観光の促進 6-1-2 本場結城紬展示・情報発信拠点施設の利用促進	
		6-2 関係機関や人的ネットワーク活用	●国・県、関係市町村、商工会議所、商工会をはじめ、庁内各課による関連施策との連携を図るとともに、本場結城紬や和装に関わる各種組合、団体、グループ等とのネットワークを積極的に活用し、効率的かつきめ細やかな本場結城紬の復興振興を展開します。	6-2-1 関係機関及び庁内関連施策等との連携 6-2-2 和装に係る各種グループ等との連携	○

計画体系に基づく具体的なアクションプランの実行！



## 2 - 3 体系別アクションプランの位置づけ

本場結城紬復興振興のアクションプランについて、前項で位置づけた計画体系に沿って以下の通り位置づけます。

## 1 生産基盤・体制の強化

凡例【重点プラン】



## 基本施策 1 - 1 生産基盤の強化

## 1-1-1 地元小山市産繭を原料とする結城紬の製作推進

本場結城紬の「おやまブランド」としての価値を高め、地元根ざした製品としてさらなる展開を目指すため、小山市産繭を原料とする MADE in OYAMA の結城紬の製作を推進します。

小山産繭を使用した結城紬の製作について、今後も地元養蚕農家や各生産者及び着物専門家等と連携しながら、小山産繭の生産・活用を積極的に進め、本場結城紬の生産基盤の強化とともに、復興振興を図ります。



小山市産繭を使った結城紬



地元養蚕農家、養蚕指導員等との連携



小山産繭の出荷

1-1-2 市内養蚕農家及び糸とり者に対する助成制度の実施・検討

小山市産のブランド繭の生産を推進するため、地元養蚕農家に対し、「稚蚕導入補助」を継続し、平成30年度より新たに「高品質繭補助制度」及び「養蚕ヘルパー助成事業」を実施します。

本場結城紬の原料である、「手つむぎ糸」の安定した供給を図るため、講習会修了生による「糸つむぎサロン」を組織する他、新たな支援制度の創設等について糸とり者と連携しながら検討します。

表 - 養蚕関係補助制度の概要

制 度	助成概要
1. 稚蚕導入補助金	・養蚕農家の稚蚕購入にかかる経費に対し補助を行います。 ・3,000円/箱(20,000円粒/箱)
2. 高品質繭出荷補助金	・高品質な繭を出荷した養蚕農家に対し補助を行います。
3. 養蚕ヘルパー雇用補助金	・養蚕農家の養蚕ヘルパーの雇用にかかる経費に対し補助を行います。 ・4,000円/人(補助率1/2、上限4,000円/人)

【資料：農政課】



地元養蚕農家からの小山市産繭



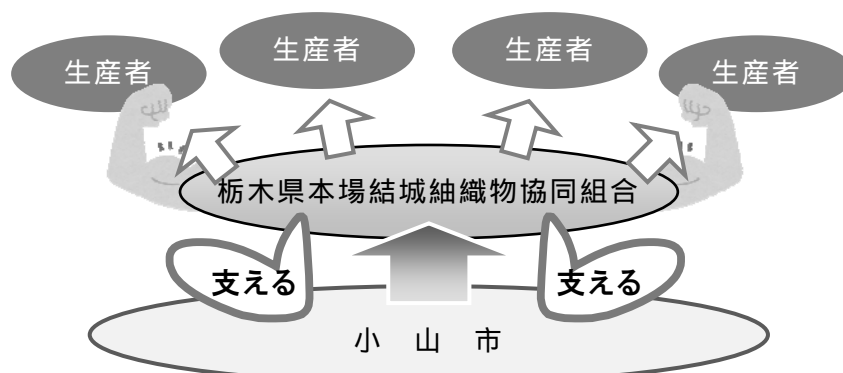
糸とり作業

## 基本施策1-2 生産体制の強化

## 1-2-1 栃木県本場結城紬織物協同組合への支援

本場結城紬の生産者を中心に組織される栃木県本場結城紬織物協同組合に対し、今後も継続的に運営支援を進め、生産者等を支える組合の安定的・継続的運営を促進します。

図 - 栃木県本場結城紬織物協同組合への支援イメージ



【本場結城紬を支える体制強化】

## 1-2-2 県支援センターの改築・県との連携協力による共同作業場等の確保

小山市産繭の生産から真綿かけ、糸つむぎ、緋くくりなど本場結城紬の生産工程を本市で一貫して行い、本場結城紬の MADE in OYAMA 化を推進します。

後継者育成等の貴重な拠点施設としての役割を担う県支援センターについて、老朽化に伴う建替えについて引き続き県等関係機関に要請するとともに、同内に桑・蚕・繭・紬に係る展示機能及び若手生産者等の共同作業場など、必要な機能配置についても積極的に働きかけていきます。



紬織物技術者養成



県支援センター内展示コーナー

## 2 魅力の向上・発信

### 基本施策2-1 多様で積極的な普及宣伝

#### 2-1-1 おもいがわ映画祭、小山評定ふるさと大使等のPR活用

「おもいがわ映画祭」での上演出演者や「小山評定ふるさと大使」の方々などに、本場結城紬の積極的なPR・イメージアップを協力していただくとともに、和装関係や小山市とゆかりのある著名人の方を新たに大使として委託し、さらなる本場結城紬の魅力発信を促進します。



「小山評定ふるさと大使」等の活用（C&K、村上新悟、三遊亭円楽、石田節子、紺野美沙子）（敬称略・順不同）

#### 2-1-2 SNSや各種メディア等を活用した本場結城紬の情報発信

##### 【SNSを活用した若者や海外に向けた情報発信】

特に若い世代や海外に向けては、いつでも、どこでも閲覧できるフェイスブック（Face book）やインスタグラム（Instagram）等のSNSを上手く活用していきます。

本場結城紬に関する基本的な情報とともに、例えば季節や場面、年代ごとの着こなしや、保管等のメンテナンス方法などを、視覚的にわかりやすく提供していくことを検討します。

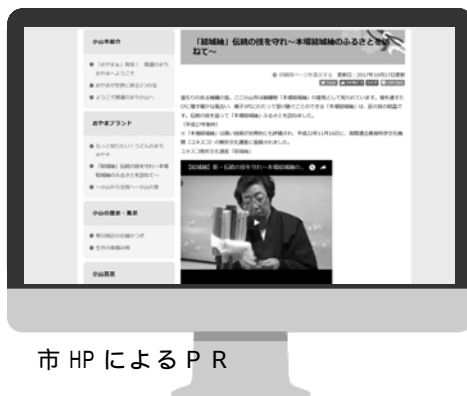


インスタグラムの活用

## 【市ホームページ及びテレビ小山等によるPR】

さらなる本場結城紬の魅力を広めていくため、「市ホームページ」をはじめ、「テレビ小山」や「おーラジ」など、地元に着目した地元ならではの本場結城紬関連ニュースやトピックスを通じたPRを進めます。

小山市開催の本場結城紬関連イベントや商品PR等については、市民のみならず、広く内外にPRしていくことが求められることから、TV、新聞、雑誌等各メディアへの積極的な働きかけや、旅行事業者等との連携を図ります。



市HPによるPR



メディアを活用したPR

## 基本施策2-2 本場結城紬の着用促進

## 2-2-1 本場結城紬の着用促進

## 【「小山きもの日」の充実】

市民をはじめ多様な人々に、本市の誇る伝統産業「本場結城紬」と和装の振興のため、「きもの」を着て、見て、参加して楽しんでいただく催しとして実施されている「小山きもの日」を、今後も継続的に実施していきます。

小山市観光協会をはじめ、結城市等本場結城紬関連自治体や団体等と連携しながら内容充実を図るとともに、観光資源として活用し、本場結城紬及び和装の復興振興に努めます。



「小山きもの日」(H29)の様

### 【本場結城紬着心地体験の推進】

おやま本場結城紬クラフト館等において、本場結城紬をより身近に感じてもらうため実施している本場結城紬着心地体験については、市内中学生への着心地体験事業も含め今後も継続的に実施し、貴重な伝統文化のPRとともに、需要の掘り起こしを図ります。



クラフト館での着心地体験



ツアーを通じた着心地体験の様子

### 【市職員等の率先的着物着用と市民への着物着用促進】

本場結城紬及び和装の振興を図るため、仕事始めの職員着物着用や市議会における市執行部による本場結城紬着用など、市職員が率先して着物を着用し、今後も継続的に広く市民等にPRしていきます。

本場結城紬のユネスコ登録日である11月16日を「小山きもの日」として、市民への着物着用を促進していきます。



仕事始めでの着物着用



議会での着物着用



2-2-2 本場結城紬購入費助成制度の実施

市民の方の本場結城紬の購入を支援するため実施している「結城紬購入費等助成制度」について、必要に応じ助成金額の見直し等を行いながら、今後も継続的に実施し、本場結城紬の地産地消を積極的に促進します。

表 - 「結城紬購入費等助成制度」(再掲)

交付対象	助成金額
婚姻にあたり、本場結城紬の着物等を購入した方	購入費用の50% (上限40万円)
本場結城紬の着物等を購入した方(新成人を除く)	購入費用の20% (上限20万円)
成人式で着用するため、本場結城紬の着物等を購入した方	購入費用の40% (上限30万円)
結城紬の洋服等を購入した方	購入費用の25% (上限10万円)

チラシ - 「結城紬購入費等助成制度のご案内」

### 本場結城紬購入費等助成制度のご案内

#### 1. 着物

小山市では、ユネスコ無形文化遺産に登録された本場結城紬の着用振興を図るため、市民の方、栃木県本場結城紬協会の組合員が生産した本場結城紬の反物を購入し着物に仕立てた場合、その購入費用の一部を助成する制度を設けております。  
世界に認められた本場結城紬の伝統の技と美、ぜひご堪能ください。

◆対象になる方は

- 婚姻にあたり、本場結城紬の着物を購入した市民の方 → 購入費用の50%を助成(上限40万円)
- 成人式で着用するため、本場結城紬の着物を購入した市民の方 → 購入費用の40%を助成(上限30万円)
- 本場結城紬の着物を購入した市民の方(新成人を除く) → 購入費用の20%を助成(上限20万円)

◆ご購入に当たって…

- 注文生産の場合、反物の制作には約半年を要します。
- 市内の販売店で購入した場合も、栃木県本場結城紬協会の組合員が生産した反物であれば補助の対象となります。反物の産地は、産地や納物により異なります。
- 注文生産の場合、原料(糸等)の購入費用として、お申込み時に反物販売価格の半分の前金として頂きます。
- お申込みは、**豊橋工食(小山市大字荒井56-1 TEL 0285-22-4523/FAX 0285-22-4599)**までお願いします。

本場結城紬着物購入予約票

ふりがな お名前	印	ご連絡先 ( ) -
ご住所	〒	-
ご希望の 商品	1 スーツ(上下) 2 ジャケット	色 黒・グレー(濃)・グレー(薄) (無地) 濃紺・紺・濃赤・その他

※プラス1万円までストライプもお選びいただけます。

### 2. スーツ

## 結城紬 紳士用・レディース用スーツ

ユネスコ無形文化遺産登録記念(2010年11月16日登録)

結城紬の着用振興のため、スーツを開発しました。  
軽くて柔らかい結城紬の持つ風合いを生かし、糸に「藍(より)」をかけることで強度を増すとともに、毛羽立ちも抑えるよう工夫しました。  
ぜひ、世界に認められた結城紬の「匠の技」をご堪能してください!

【紳士用(無地)の価格】  
スーツ用反物代 320,000円・仕立代 75,600円  
ジャケット用反物代 210,000円・仕立代 54,000円  
※市民の方には購入費(反物代+仕立代)の25%**(上限10万円)**の補助が出来ます! 実質負担額は…  
**スーツ 297,600円**  
**ジャケットのみ 198,000円**  
※レディース用もご相談に応じます!

◆ご購入に当たって…

- フルオーダーです。全て手作りで、完成には約3ヶ月を要します。
- 原料(糸等)の購入費用として、お申込み時に反物販売価格(スーツ320,000円・ジャケットのみ210,000円)の半分の前金として頂きます。
- お申込みは、**豊橋工食(小山市大字荒井56-1 TEL 0285-22-4523/FAX 0285-22-4599)**までお願いします。

結城紬紳士用・レディース用スーツ購入予約票

ふりがな お名前	印	ご連絡先 ( ) -
ご住所	〒	-
ご希望の 商品	1 スーツ(上下) 2 ジャケット	色 黒・グレー(濃)・グレー(薄) (無地) 濃紺・紺・濃赤・その他

※プラス1万円までストライプもお選びいただけます。

### 3 販路開拓・流通改革

#### 基本施策3-1 販路開拓による販売促進

##### 3-1-1 小山本場結城紬ブランド展開

小山産繭を使用し、本市の自然や歴史等をテーマとした小山市独自の本場結城紬製作についてPRするとともに、小山市独自の本場結城紬のブランド展開について検討していきます。



「おやまゆ」のブランド化



おやまブランドとしての本場結城紬のPRイメージ

##### 3-1-2 新商品等の開発

本場結城紬による新商品開発については、先ず研究・開発体制を構築していくことが重要であり、生産者をはじめ、県・大学等の研究機関、着物及び商品開発等の専門家、デザイナー等による総合的なチーム結成について検討します。

新商品については、街着、おしゃれ着、フォーマル着としての商品開発をはじめ、本場結城紬を利用した小物、若い世代も魅力を感じる商品及び糸とり初心者の糸を活かした商品など、多様な視点を吟味しながら、各種企業等とのコラボレーションによる効果的な商品開発に取り組みます。



新商品発表会



本場結城紬を活用した小物販売

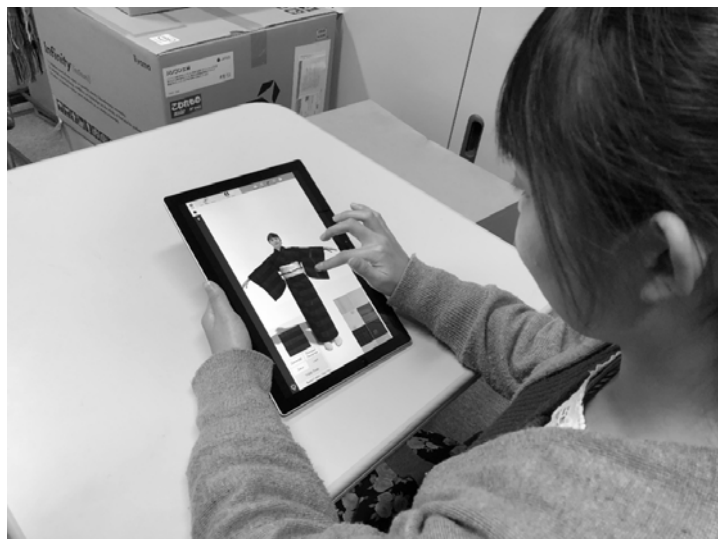
## 基本施策3-2 流通過程の改善

## 3-2-1 生産者に寄り添う流通システムの検討

経済産業省による「和装の持続的発展のための商慣行のあり方」(平成29年5月)について、本場結城紬卸商協同組合において賛同していることを踏まえ、今後栃木県本場結城紬織物協同組合でも賛同を諮り、産地全体的の流通改善に向け、市としても働きかけに努めていきます。

「和装の持続的発展のための商慣行のあり方」における消費者との取引に関する事項

- ・ 消費者本位の商品・サービスの提供
- ・ 消費者にふさわしい商品の販売
- ・ 消費者に分かりやすい説明
- ・ 産地等の明瞭な表示
- ・ 価格の適切な表示
- ・ 適切な販売手法



YT-MPTS (結城紬質感伝達システム)の研究開発

## 4 後継者育成・確保

### 基本施策4-1 後継者の育成

#### 4-1-1 本場結城紬各生産工程に係る講習会等の開催

##### 【糸つむぎ講習会・真綿かけ講習会等の開催】

短期集中講座により糸つむぎ技術者を新たに養成し、県支援センターで実施する糸つむぎ講習会に引き継ぐとともに、講習会修了後のフォローアップを行います。

真綿かけ技術者について、糸つむぎ講習会と同様に講習会を開き、後継者育成を推進します。

染色技術者等本場結城紬の生産に係る技術講習会等の開催に向けた検討を進めます。



市主催の糸つむぎ講習会

##### 【農福連携】

福祉作業所での糸つむぎ講習会についても、継続して実施します。

##### 【市女性職員着付け隊養成講座の開催】

和装文化の振興を図るためにも、市職員が着付け技術を習得し、着付けボランティアとして積極的に活動していきます。



職員向け着付け講座修了式

#### 4-1-2 紬織士職員の技術習得研修の実施

本来は分業制である本場結城紬製作工程全ての技術を習得し、後世に本場結城紬の伝統・技術を確実に継承していくため、紬織士職員の技術習得研修を継続して実施していくほか、職員の増員を推進します。



紬織士職員の技術習得研修

### 基本施策4-2 後継者の確保

#### 4-2-1 糸つむぎ・真綿かけ従事者等の確保

本場結城紬の生産を継続的かつ安定的に行うことができるよう、適切な体制支援をはじめ、後継者確保のための組織化を検討します。とりわけ、原料不足については喫緊の課題であることから、早急に対応します。

## 5 和装文化再興

## 基本施策5-1 和装文化教育の推進

## 5-1-1 和装文化教育プログラムの実施

## 【中学生着心地体験事業の実施】

現在、小山中学校、小山第二中学校、絹義務教育学校をはじめとする市内中学校等で実施している中学生着心地体験事業を今後も継続的に実施していきます。

さらに、若い世代が郷土の伝統工芸品に触れて、伝統文化を慈しむ心を育むため、着付け教室や商工会、一般着付けボランティア、糸つむぎ講師、市職員着付け隊等の協力を得ながら、講話等の学習や各種体験等を含め、着心地体験事業の充実を図ります。



中学生着心地体験事業



小山第二中学校での着心地体験事業

## 【若者に対する着付け学習等と和装文化教育の推進】

和装文化を子どもや若者たちに伝承し、ひいては本場結城紬の後継者育成にも寄与するため、若者を対象とした着付け学習等年齢に応じた和装文化に関する教育を検討します。

現在実施されている着心地体験事業や本場結城紬学習ブック等の学習補助教材による学習とともに、専門家等によるレクチャー、着物製作工程体験授業、和装での茶華道学習などを通じ、和装文化そのものをはじめ、着物の魅力等を伝えていきます。



着付け学習イメージ



和装文化授業イメージ

### 【本場結城紬学習ブックの活用・充実】

本場結城紬の歴史をはじめ、生産工程や課題を小中学生等に分かりやすく伝え、ふるさとの伝統文化を知り、興味を抱いてもらうため、「本場結城紬学習ブック」を学年に応じた内容で平成26年3月に発行しました。（平成29年3月改訂）学校教育の中で、当学習ブックを有効に活用するとともに、さらに本場結城紬を通じた和装文化の再興に向けた内容充実を必要に応じ図っていきます。



本場結城紬学習ブック

### 5-1-2 小山市着付け資格制度の創設

自ら和装を気軽に楽しみ、また家族、友人・知人にも和装の魅力を伝えられる伝道者となるためには、着付け出来ることが有効かつ実効性も高いと言えます。

着心地体験等を通じた若い世代の興味をさらに向上させるためにも、小山市独自の着付け資格制度の創設を検討します。



着付け士イメージ



着付け士講習のイメージ

基本施策5-2 和装関連イベントの実施

5-2-1 和装関連イベントの実施

市民等に対し和装文化や本場結城紬に関する講演会やシンポジウムを開催し、和装文化の再興をはじめ、本場結城紬の積極的なPRを図ります。開催にあたっては、「小山きもの日」やその他本市の各種イベントと一体的な開催を行い、相乗効果による集客力の確保に努めます。講演者やパネラー等については、和装文化や本場結城紬に精通する専門家、有識者をはじめ、「小山評定ふるさと大使」の方々の協力も得て、より魅力ある講演会となるよう努めます。



「小山きもの日」での講演会



島田陽子氏によるトークショー

5-2-2 全国規模のシルクサミット・紬サミットの開催・検討

国立研究開発法人「農業・食品産業技術総合研究機構」が主催するシルクサミットは、2001年より毎年シルクに深い関わりのある全国各地でサミットが開催され、最新技術の研究報告やシルク製品の発表等が行われています。本市においても、本場結城紬の産地として養蚕業の振興や絹製品の研究開発、本場結城紬のPRの効果的な場として活用すべく、関係機関等との調整を行いながら、2020年に本市でのシルクサミットの開催を目指します。紬の産地は全国に数多く立地します。特に紬織物の伝統文化、技術、情報、人材等の交流を通じた和装及び本場結城紬の復興振興を図る機会として、全国紬産地が一堂に会する「紬サミット」の開催も目指します。

シルクサミット 2017 ポスター

6 連携・ネットワーク

基本施策6-1 観光施策等との連携・協働

6-1-1 本場結城紬歴史・文化体験観光の促進

【本場結城紬の観光資源としての活用】

東京オリンピック・パラリンピックの開催等を契機とした、訪日外国人のインバウンド効果を活かし、産地の歴史・文化等を含めた体験型の観光資源として本場結城紬の活用を積極的に推進します。

観光資源としての活用にあたっては、本市の多様なイベントとの一体的な実施を検討するとともに、豊かな自然・農環境等を活かした宿泊観光とも連携するなど、全市的横断的に取り組みます。



外国人着物体験観光イメージ

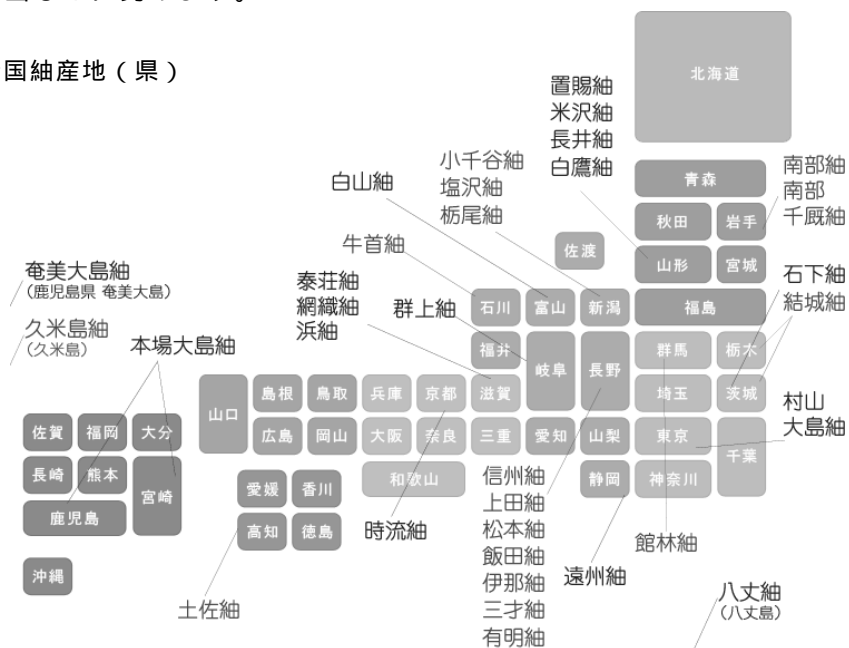


魅力体験モニターツアー

【全国紬産地との連携】

前述した「紬サミット」の開催に向けても、全国紬産地との連携は必要不可欠です。各産地の担当部局への直接的な働きかけをはじめ、事前の交流機会の創出などに努めます。

図 - 全国紬産地（県）



【出展：サバイブ HP】



## 6-1-2 本場結城紬展示・情報発信拠点施設の利用促進

現在、「おやま本場結城紬クラフト館」において、本場結城紬の紹介や実演・体験、ワークショップ等を行い、本場結城紬の情報発信を積極的に発信しています。

今後さらなる本場結城紬の復興振興を図るため、本場結城紬の産地としての歴史文化や生産工程・製品展示及び多様な体験設備などが配置できる、総合的な展示・情報発信拠点の新たな整備を検討します。



おやま本場結城紬クラフト館



クラフト館での地機織り等の実演

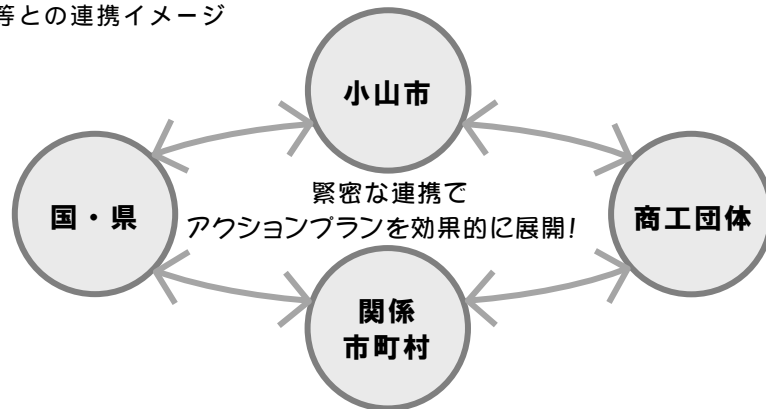
基本施策6-2 関係機関や人的ネットワーク活用

6-2-1 関係機関及び庁内関連施策等との連携

【国・県等との連携】

これまで位置づけた各種アクションプランについては、市単独で継続的に実施、あるいは検討可能なものもありますが、国や県、関係市町村、商工団体等との連携が必要不可欠なものもあります。  
 今後、本計画期間以上の長期的な展望を持ちながら、それらとの緊密な連携により効果的にアクションプランの展開を図っていきます。

図 - 国・県等との連携イメージ



【農政・福祉・教育等庁内関連施策との連携】

現在市では、「桑・蚕・繭・紬・和装・和食」地域資源で紡ぐ日本の伝統を生かした総活躍のまちづくりを推進し、本場結城紬の原料となる繭の確保に直結する桑栽培の技術伝承と桑畑の拡大を目指すとともに、一連の流れの中で本場結城紬の復興振興を図っています。  
 各アクションプランの検討・実施にあたっては、本場結城紬の復興振興に関わる農政課、商業観光課、教育委員会、福祉課など、庁内関連部局及び施策等との連携しながら、効果的かつ効率的なアクションプランの実行を目指します。



「桑の日」(9月8日)制定記念



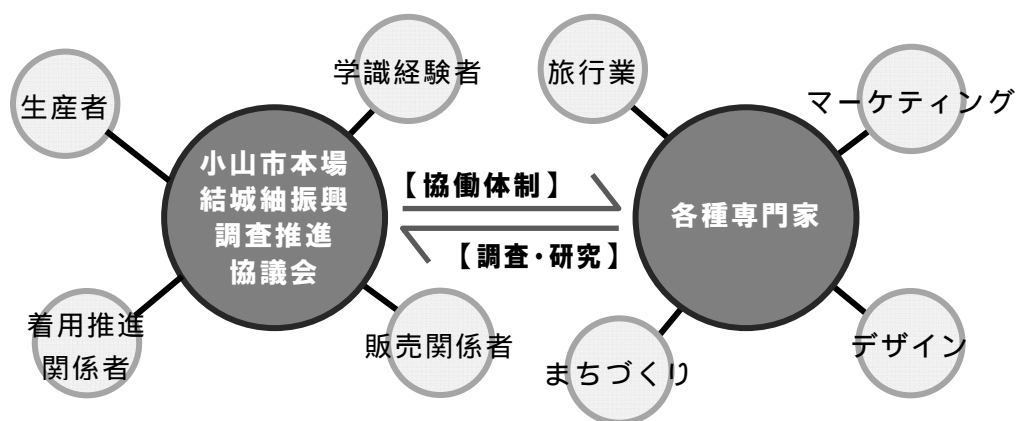
桑を活用した社会福祉法人による商品イメージ(桑のミクスプロジェクト)

【小山市本場結城紬振興調査推進協議会による調査・研究】

本計画に係る協議・検討組織としての「小山市本場結城紬振興調査推進協議会」において、生産者、学識経験者、販売関係者、着用推進関係者等の各専門的見地、経験等を活かし、新商品開発等本場結城紬復興振興に係る各種調査・研究等を行っていきます。

調査・研究等に当たっては、その内容に応じて、マーケティング、デザイン、旅行業、まちづくり等の各種専門家と協働体制をとるなど、効果的な調査・研究を図ります。

図 - 推進協議会・専門家との協働体制イメージ



協議会での調査・研究



協議会での調査・研究

6-2-2 和装に係る各種グループ等との連携

和装文化の再興にも深く関わる市内の着付けサークルや「小山きもの日」との連携により、和装及び本場結城紬のPRをはじめ、各種イベント等への参加や子どもたちへの教育などを協働で進めていくよう働きかけていきます。



着付け団体による着付けデモ



「小山きもの日」での和装イベントによるPR等

## 資料編

## 資料 - 1 小山市本場結城紬振興調査推進協議会委員名簿

任期：平成29年5月17日～平成30年3月31日

	役職等	選出区分	選出団体等	委員氏名
1	会長		小山市長	大久保 寿夫
2	副会長	広報関係者	小山商工会議所会頭	大森 武男
3	副会長	生産者	栃木県本場結城紬織物協同組合理事長	石川 好太郎
4	委員 (監事)	広報関係者	桑絹商工会会長	曾篠 貞男
5	委員	学識経験者	宇都宮大学名誉教授	清水 裕子
6	委員		宇都宮大学教育学部 学芸系列家庭分野衣生活環境学研究室教授	佐々木 和也
7	委員		栃木県紬織物技術支援センター 特別研究員	堀江 昭次
8	委員	生産者	本場結城紬原料商	柿木 肇
9	委員		本場結城紬原料商	須藤 英
10	委員		伝統工芸士(染色)	坂入 則明
11	委員		伝統工芸士(染色)	大久保 雅道
12	委員 (監事)		伝統工芸士(製織)	須藤 伸子
13	委員		伝統工芸士(製糸)	永田 順子
14	委員	販売関係者	(一社)小山市観光協会事務局長	淵岡 仁
15	委員		テラーハヤミ	速見 誠
16	委員		小島結城紬手織り工房	小島 義晴
17	委員		結城紬織工房花田	花田 啓子
18	委員	着用推進関係者	清水学園・福田和裁着付け教室室長	福田 悟子
19	委員	生産者 (小山産繭)	J A おやま営農部米麦課長	飯田 昌弘 (H29.5.17～H30.2.28)
				石塚 泰勇 (H30.3.1～H30.3.31)
委員	J A おやま営農部米麦課蚕業技術指導員		須藤 日出夫	
委員	J A おやま養蚕部会副会長		五十畑 茂	

(敬称省略・順不同)

	オブザーバー	経済産業省関東経済産業局産業部 流通・サービス産業課長	高橋 多佳美
		衣裳らくや 店主	石田 節子

(敬称省略・順不同)

資料 - 2 協議会委員アンケート調査関連資料

(1) アンケート調査票

「第二期小山市本場結城紬復興振興5カ年計画」策定に係る  
アンケート調査票

お名前

問1 本場結城紬を取り巻く現状等についてお伺いします。

各項目に対し、あてはまる番号に、①～⑥については1つずつ、⑦、⑧についてはいくつでも○印をつけてください。

①本場結城紬のブランド力について

- |             |           |              |
|-------------|-----------|--------------|
| 1. 非常に強い    | 2. ある程度強い | 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり強くはない | 5. 全く強くない |              |

②本場結城紬の産地としての小山市の知名度について

- |               |                |              |
|---------------|----------------|--------------|
| 1. 非常に有名      | 2. ある程度有名      | 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり知られていない | 5. ほとんど知られていない |              |

③新たな商品開発について

- |                 |           |              |
|-----------------|-----------|--------------|
| 1. 必要性を強く感じる    | 2. ある程度必要 | 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり必要だとは思わない | 5. 全く必要ない |              |

④本場結城紬の生産体制について

- |             |                 |              |
|-------------|-----------------|--------------|
| 1. 今のままで十分  | 2. おおむね今のままで良い  | 3. どちらとも言えない |
| 4. 一定の改善が必要 | 5. 大きく改善する必要がある |              |

⑤本場結城紬の販路について

- |                 |                 |              |
|-----------------|-----------------|--------------|
| 1. 積極的に広げる必要がある | 2. ある程度広げる必要がある | 3. どちらとも言えない |
| 4. あまり広げる必要はない  | 5. 全く広げる必要はない   |              |

⑥本場結城紬のPR、販売促進について

- |             |               |              |
|-------------|---------------|--------------|
| 1. 十分行われている | 2. ある程度行われている | 3. どちらとも言えない |
| 4. 不足している   | 5. 大いに不足している  |              |

⑦本場結城紬の復興振興に対し、特に重要な取り組みは何だとお考えですか。

- |                     |          |             |       |
|---------------------|----------|-------------|-------|
| 1. 普及宣伝・販路拡大        | 2. 新商品開発 | 3. 後継者育成・確保 | 4. 流通 |
| 5. その他（具体的に： _____） |          |             |       |

⑧本場結城紬の復興振興に対し、実施困難または注意が必要な取り組みは何だとお考えですか。

- |                     |          |             |       |
|---------------------|----------|-------------|-------|
| 1. 普及宣伝・販路拡大        | 2. 新商品開発 | 3. 後継者育成・確保 | 4. 流通 |
| 5. その他（具体的に： _____） |          |             |       |

質問は裏面に続きます。

問2 現在、原料不足と言われておりますが、その対策について、どのようにお考えでしょうか。

【ご記入欄】

問3 あなたの専門的立場から、後継者育成に対して、指導ないし協力できることがあればお聞かせください。

【ご記入欄】

問4 今後、本場結城紬の振興に対し、観光面での取り組みについて、どのようにお考えですか。

【ご記入欄】

問5 現在、小山市だけでなく、結城市はじめ両県において本場結城紬の振興施策を行っておりますが、この状況をどのように考えますか。

【ご記入欄】

問6 あなたの専門的立場から、本場結城紬の復興・振興に係る現時的課題や今後の課題についてお聞かせください。

【ご記入欄】

問7 あなたの専門的立場から、本場結城紬の復興・振興に対して、何かアイデア等があればお聞かせください。

【ご記入欄】

問8 本場結城紬の復興・振興を推進する上で、あなたの専門的立場から貢献できることをお聞かせください。

【ご記入欄】

この調査票は、同封の封筒に入れて平成29年12月28日(木)までに投函して下さい。

お忙しい中、ご協力ありがとうございました。



## (2) 自由回答一覧

問 2	原料不足の対策について
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域資源で紡ぐ日本の伝統を生かした総活躍のまちづくり推進協議会で実際に行われている耕作放棄地等の桑の木の増殖、福祉施設との連携(生産、地元との交流事業等)をより進めるべきと思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・養蚕農家の後継者育成や新規生産者の確保を進める必要がある。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現在の真綿は、高品質な繭を使用していることから、原点に戻り玉繭、屑繭等から真綿を作っては、如何なものか?(高品質真綿と比較して、大差があるかどうか) 原料価格は安くなるのでは?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後増々減少すると思われるが、現在飼育農家に出来る限り継続してもらおう。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糸づくりに関して、若い人たちが参入できる様、賃金の底上げが出来ればと思う。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糸取り手の賃金を上げる。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・国内養蚕の保護と強化、良質な蚕の確保、真綿の研究。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糸つむぎ講習会等で、後継者育成をしています。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糸つむぎは根気のいる仕事です。そして低賃金、そのためある程度覚えてもやめてしまう。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・至急に糸とり者を育成しなければと思いますが、取りくみが遅すぎと思います。</li> </ul>
問 3	専門的立場から、後継者育成に対して、指導、協力できること
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着物に関する専門用語(着物の歴史や紋様)、梁と織、調和美編、着物の製作やより美しい着方、着付けなどを指導・協力したいと思います。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・原料を生産する養蚕農家の後継者育成について協力できると思う。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・養蚕業に係る桑～蚕～繭づくりならOKです。平成30年度「新規養蚕参入者研修」実施規則に基づき、実施。(新たに養蚕に取り組む者又取り組む玄人の従業員が対象-大日本蚕糸会)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・蚕の飼育及び桑の栽培についてはできる限り協力する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・真綿かけ、糸つむぎ、染色。機織りの工程を見学できる施設等の活用、市内外の観光客へのPRを希望します。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・織り、糸づくり、デザイン、販路開拓、新商品開発等協力可能。(後継者の定義が技術者か作家かによって分かれる)</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・糸取り以外なら指導します。紬織り士のような人を多く育てることを協力します。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・繊維工学、感性工学からの繊維教育支援。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指導のできる人材を増やしたい。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・後継者育成のお手伝いはしたいと思いますが、経済的な面からも資金もないし、難しいと思います。また、このままでは結城紬では暮らしていきません。</li> </ul>
問 4	今後、本場結城紬の振興に対し、観光面での取り組みについて
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・栃木県産業技術センターをどの位置に建てるかで、観光面での取り組みはかわるものと思います。これから有名になるであろう高椅神社の近くであれば、常に滞在する人は結城紬を着用し、案内する。「小山着物の日」だけでなく、常にJTBと協力し、春夏秋冬日本の四季に合わせてコースを決めて、結城紬体験も入れて、ツアーを実施する。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・結城紬の展示即売を兼ねたイベントや観光を実施し、年に2～4回程度実施しては?</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・着物文化を理解と、結城紬の良さを理解していただく様、多くの所でのパネル展示、簡単な織機の体験。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・他の観光資源とジョイントが望まれる。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・クラフト館で反物の注文販売はできないのですか。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ICTを活用した多言語化対応、ほかの観光資源との融合による、質の高い観光サービス(教育・体験型)の創造。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・イベント・パンフレット等で興味を引くようなものを作る。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>・現場の見学ツアーを組んだりするのも良いかと思います。できる限り協力したいと思います。</li> </ul>

問5	現在、小山市、結城市をはじめ両県において行っている本場結城紬の振興施策の状況についての考え
<ul style="list-style-type: none"> <li>・近県や近市とは常に友好関係にある事が望ましいと思います。小山市、結城市友好都市交流事業であるユネスコ無形文化遺産(本場結城紬)着心地体験は素晴らしいと思います。お互いの学校の様子がわかり、また、小山市に素晴らしい伝統文化がある事を生徒の皆さんに認識して頂く事ができると思います。</li> <li>・「北関東シルクロード」を企画し、他県にまたがりPRしては？又、都市部でのPRを！</li> <li>・小山での生産の認識が弱いと思われがちなので、大いに小山での生産をアピールして、理解をしてもらおう。</li> <li>・小山市、結城市両市両県での連携事業として、さらなる本場結城紬振興を望みます。</li> <li>・いいことだけど、もう少し現場を理解してほしい。</li> <li>・結城紬産地としてのコミュニティをPRできるように努力する必要がある。</li> <li>・産地振興のためにいろいろ行っていますが、コレと言って良い政策が浮かびません。</li> <li>・まだまだ宣伝が足りないと思います。</li> </ul>	

問6	専門的立場から、本場結城紬の復興・振興に係る現状の課題や今後の課題について
<ul style="list-style-type: none"> <li>・学ぶ事に年令は関係ないと思いますが、児童や学生は吸収がとても早いので、現在3校で着心地体験を取り入れていますが、小山市全校で実施できる事を希望します。その時に、着物についての基礎知識も学ぶ事ができる様になると、大人になっても、より身近に着物を感じることができると思います。</li> <li>・結城紬の知名度が低い。</li> <li>・紬の工程が多いことから、反物価格が高価である為、消費者が購入しにくい、消費者からの受注生産は対応可能か教えてください。紬1反仕上げるのに各工程においてどの程度費用を要するのか。</li> <li>・明るめのデザイン、和の催しで着られ、映えるもの。</li> <li>・本場結城紬に係わる人材育成と環境の整備、市内外へのPR、振興。</li> <li>・収入が少ない。文化庁へは技術保持者(人間国宝)として登録してありますが、産地では無意味と思われる。</li> <li>・一人でも多くの後継者を育てること、そして、その人たちが結城紬業界で生活が成り立つようにすること。</li> <li>・宇大サテライトプラザ市民講座の継続による、CEPA活動の推進と市民による振興政策を創り出していく。</li> <li>・後継者に若い人がいない、賃金の面で保証して育てられるか。1人、2人ではだめだと思います。</li> <li>・原料系不足に対して第一に取り組んでほしい。</li> <li>・ずっと続けていきたいとは思いますが、資金的に苦しい状況なので、もっと助成金や補助金など活用していけないものでしょうか？</li> </ul>	

問7	専門的立場からの本場結城紬の復興・振興のアイデアについて
<ul style="list-style-type: none"> <li>・着物についての講演会に出席して感じる事は、着物は格式が高く難しいとトークショー式で省く事を推奨している事です。着物には先人たちの多くの知恵や技術が隠されています。より着物を身近に感じる為には、魅力ある講演が必要だと思います。例を挙げれば、歌舞伎の衣装について海老沢孝裕先生(松竹衣装株式会社社長)。1時間、誰でも話に引き込まれてしまうと思います。その他にも、着物に詳しい先生方が多くいます。小山にも、魅力のある講演をお願い致します。</li> <li>・結城紬を全国へ情報発信を行う必要がある。</li> <li>・紬織による若者向けに、半・長袖シャツやベスト等(小売価格：1万～2万以内で?)の製作。</li> <li>・本場結城紬の体験視察見学施設の整備、本場結城紬製作従事者による実演・説明・指導の常設化。</li> <li>・とにもかくにも、販売を主としている卸商さんに頑張ってもらえないとこの産地は成り立たない。</li> <li>・紬支援センターとの連携で、新しい形の機屋の出現を目指すのも一つの方法だと思う。</li> <li>・結城紬を作る学校があるといいよね。</li> <li>・全国の優れた紬織物を持つ行政の連携による、紬文化の復興からのアプローチが必要。</li> <li>・県に対して申し訳ないと思いますが、支援センターは必要ないと思います。それにかかる予算を小山市に委託してはもらえないでしょうか。</li> </ul>	

問 8	本場結城紬の復興・振興を推進する上で、あなたの専門的立場から貢献できること
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 着物についての知識とより美しく簡単に着られる方法、形身の着物の直し方、和裁など、誰でも教える事が出来ると思います。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 原料となる繭の生産振興について貢献できると思う。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 蚕品種の特徴を生かした糸による紬の製作試験。(予算確保できるか?)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 高品質の繭の提供、 養蚕の現場で技術の提供。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 重要無形文化財に認定されているところは、文化庁が技術を残すよう補助していただいている。とにかく技術を後世へと伝承する義務があると思います。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ デザイン、販路開拓、糸づくり、棚はけ、下準備等。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 問3と同じ( 糸取り以外なら指導します。紬織士のような人を多く育てることを協力します。)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 研究者、教育者として、協働できることがあれば連携させていただきます。</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 染色全般。(これまで真岡木綿、信州紬に対して、染色の協力をしてきました。)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 後継者育成のお手伝い等、紬織士の受け入れなど。</li> </ul>	



---

## 第2期 小山市本場結城紬復興振興5カ年計画

平成30年3月



発行／小山市 産業観光部 工業振興課  
〒323-8686 栃木県小山市中央町1丁目1番1号  
TEL 0285-22-9397 <http://www.city.oyama.tochigi.jp/>



第2期 小山市本場結城紬復興振興5力年計画  
平成30年3月 小山市