

繊維産業における先進的取組事例集

平成23年12月

編集 経済産業省 製造産業局 繊維課

本資料の取りまとめにあたっては、繊維課所管団体にご協力いただき、
繊維課で編集を行いました。

目 次

| | |
|---------------|----|
| クラスター | 1 |
| 化合織製造 | 5 |
| 絹織物製造 | 6 |
| 小幅織物染織整理・織物製造 | 17 |
| 毛織物製造 | 20 |
| 合織織物製造 | 24 |
| 綿スフ織物製造 | 28 |
| その他織物製造 | 34 |
| ニット製造 | 39 |
| タオル製造 | 43 |
| その他 | 47 |

| | | |
|------|-------------------------|--|
| 業種 | 化合繊維製造業、化合繊維物・編物・染色関連産業 | |
| 実施主体 | 東レ合繊クラスター | |
| 取組形態 | 産地企業集団の形成 | |
| 開始年 | 平成 16 年設立 | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「参加企業 98 社を一つの企業体と捉えた“バーチャル・カンパニー”の形成」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 従来のメーカー系列や委託・自販といった枠組みを越えて、原糸メーカーと産地企業が経営力、技術力を結集し、原糸から糸加工・織編・染色・縫製までの一貫した連携体制の構築。 ・ 会員間の競争と連携をベースに「新素材・新商品の開発」や「出口としての市場・販路開拓」、さらに「人材育成」を実施。また、次世代を見据えた高度技術開発のために大学や公設試験場などとの産学連携を推進。 ・ 糸綿から縫製品（商品）までを、トータルインダストリーとして一気通貫で捉え、共同した物流改革にも着手。 |
| | 背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内繊維産業の復権と産地企業の活性化を目指すべく、北陸地区の繊維産地を中心に民間ベースの実務的な運営母体として設立。 ・ 平成 15 年の繊維ビジョンに掲げられた 3 つの課題（①流通構造を含む抜本的な構造改革の推進、②輸出拡大と通商政策への対応、③素材開発力・商品開発力の強化）を実践し、日本繊維産業の国際競争力の強化を目指す。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 開発・上市製品 <ol style="list-style-type: none"> ① アレル物質抑制素材「アレルバスター」 ② 地産・地消の循環型ユニフォーム事業「ホクリンク」 ③ 人と環境に優しい植物タンパク繊維「アミノス」 ④ 炭素繊維製日用品・小物類「カーボンクラブ」 ⑤ 英国グローブ・トロッター「世界最軽量スーツケース」の開発 ⑥ アレル物質抑制機能ノンコート型耐水性素材「アレルビート 103」 ⑦ ポリエステル快適機能素材「クライマドライ」 ⑧ PLA 製特殊チューブ型資材を用いた砂漠緑化の取り組み ⑨ 多色展開が可能な「ケブラー」長繊維テキスタイルの開発 ⑩ 炭素繊維ソフトコンポジットのカラー化技術確立 ⑪ 高制電ポリエステル裏地「スーパー“パレル”」 ⑫ 環境配慮型ストレッチテキスタイル「バーチャレックス」 ⑬ バンブー繊維新素材「レイリード」 ⑭ ファッションブランド“Aria Company”への環境配慮型製品の提供 ⑮ 速効性のある制菌加工素材「シルバーテックス」 ・ 売り上げ実績：37 億円（平成 22 年度） ・ 東レ合繊クラスター総合展の開催（平成 22 年～） <ul style="list-style-type: none"> 第 2 回総合展：ピックアップ数 2,400 点 ・ 各種展示会への出展 |

| | | |
|------------|--|--|
| | | <p>JFWジャパンクリエーション展（平成19年～21年）、国際自動車素材・加工展（平成22～23年）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 共同物流の本格開始（平成23年7月） 詳細→http://www.gosen-cluster.com/topics/top_110520.html ・ 各種講演会、研修会の開催 詳細→http://www.gosen-cluster.com/activity/act_011.html ・ 受賞歴 平成17年3月 織研合織賞グランプリ受賞 平成21年3月 織研合織賞ニューフロンティア賞受賞 平成23年3月 織研合織賞ヒット賞受賞 平成23年6月 織研流通広告賞受賞 |
| 成功・失敗等の要因 | | <ul style="list-style-type: none"> ・ 糸綿から、糸加工・織編・染色・縫製まで、全ての工程において、多くの優れた産地企業が参画し、相互連携により商品開発力を向上させ継続的に開発商品を上市することが出来たこと。 ・ 設立後7年間の間、新技術・商品開発の強化を皮切りに、開発商品のビジネスマッチング、マーケティング力強化のための組織再編や単独での総合展を開催(2回)、更には、クラスター共同での物流改革の実施等、“バーチャル・カンパニー”としての組織、運営体制が年々整備、強化されて来たこと。 |
| 活用した公的支援策等 | | <p>無</p> <p>※平成21～23年度、北陸3県繊維産業クラスターの人材育成事業を活用</p> |
| 備考 | | <p><参加企業></p> <p>98社（正会員84社、賛助会員14社）</p> <p>役員企業</p> <p>会 長 小松精練(株)</p> <p>副会長 ケイテー(株)、丸井織物(株)、ミツカワ(株)</p> <p>常任理事 東レ・テキスタイル(株)</p> <p>理 事 (株)カツクラ、小松精練(株)、サカイオーベックス(株)、(株)タケダレース、松文産業(株)、前田工織(株)、福井経編興業(株)</p> <p>監 事 富士経編(株)、細川機業(株)</p> <p><ホームページ></p> <p>http://www.gosen-cluster.com/index.html</p> |

| | | |
|------|--|--|
| 業種 | 繊維関連産業 | |
| 実施主体 | 北陸 3 県（福井県、石川県、富山県）及び(財)富山県新世紀産業機構、(株)繊維リソースいしかわ、(公財)ふくい産業支援センター | |
| 取組形態 | 販路開拓、人材育成、研究開発 | |
| 開始年 | 平成 21 年度～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 研究開発支援（各種講座や研修の実施） ・ 販路開拓の促進（展示会・商談会の開催） ・ 人材の育成、確保（セミナーの実施） |
| | 背景・目的 | <p>平成 19 年 5 月末に取りまとめた「繊維産業の展望と課題（繊維ビジョン中間取りまとめ）」の中で、産地活性化のために、繊維産業におけるクラスター形成を推進すべく、方策の検討と計画的な取組を政府が主導して行うことが唱われた。本提言を受けて、主要 4 産地（北陸、尾州、播州、和歌山）を対象に、主要産地ごとの現状課題を整理。北陸 3 県が日本有数の繊維産地であり、かつ、紡績・燃糸などの糸加工から織物・編物・繊維資材・染色整理や縫製も含め、多様な工程の業種が集積し、中でも合成繊維織物生産は全国 6 割のシェアを持つことから、北陸 3 県連携によるスケールメリットを活かした取組を行うこととなった。</p> <p>なお、平成 21 年 3 月に北陸 3 県で作成した企業立地促進法における基本計画は国の同意を受け、全国で初の広域連携事例となった。</p> |
| | 成果（実績） | <p>【研究開発】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 北陸 3 県繊維クラスターの HP 作成 ・ 先端繊維技術講座の開催 ・ 研究開発高度化研修の開催 ・ 研究開発部会の会員企業グループによる、共同研究開発の開始 <p>【販路開拓】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 海外販路開拓（中国、ロシアおよび欧米） <ul style="list-style-type: none"> ・ 独自展示会「北陸テキスタイル展 in 上海」の開催 ・ ロシア販路開拓ミッションの派遣 ・ 海外トレンドを的確に捉えたものづくり、海外エージェントによる欧米販路開拓の推進 等 ・ 非衣料分野のビジネスマッチング ・ 海外市場の情報の蓄積および販売体制の確立、異業種企業とのマッチングの促進 <p>【人材育成】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 繊維次世代人材能力開発講座 ・ 高機能・高性能テキスタイル講座 ・ ファッション製品品質管理講座 ・ 新規事業創造講座 ・ 経営マネジメント講座 延べ 500 名弱参加 |
| | 成功・失敗等の要因 | 北陸 3 県が連携することにより、資源の効率的活用、集中投入等が可能になったため。 |

| | |
|------------|--|
| | 基本計画は3年間（平成23年度まで）のため、自立化を含めた24年度以降のあり方について検討を行っているところ。 |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成23年度「成長産業・企業立地促進等事業費補助金」（経済産業省） ・平成22年度「地域企業立地促進等事業費補助金」（経済産業省） ・平成22年度「川上・川下ネットワーク構築支援事業」（中小機構） ・平成21年度「繊維積立金（情報調査事業）」（中小機構） ・平成21年度「企業立地人材養成等支援事業」（経済産業省） ・平成21年度「川上・川下ネットワーク構築支援事業」（中小機構） 等 |
| 備考 | <p><参加者></p> <ul style="list-style-type: none"> ・基本計画上の集積区域：富山県 10市4町1村 石川県 10市9村 福井県 7市4町 ・参加企業数：222社（平成23年3月現在） |

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 化合繊製造業 | |
| 実施主体 | 日本化学繊維協会 | |
| 取組形態 | 海外との連携 | |
| 開始年 | 平成8年～ | |
| 取組 | 事業内容 | アジア化繊産業会議の開催 中長期的な需給バランス、技術開発、製品開発、用途開拓、環境問題、通商問題、原料問題などアジア化繊産業に関心の深いテーマについて議論を行う。 |
| | 背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・1990年代に入ってアジア地域の化繊産業が急速に発展、世界の繊維産業にとってアジアにおける今後の化繊産業の健全な秩序ある発展が必要であるとの認識から、日本がアジア10カ国に呼びかけて開始。 ・アジアの化繊産業の業界代表が、共存共栄を図るための望ましい方向を指向できるようにする ・個々の企業が互いに共有するマクロの情報を生かしながら、経営判断を下すことで、企業活動の効率を高め、アジアの化繊産業における新しい友好的かつ協調的な関係を形成する |
| | 成果（実績） | 過去8回開催 平成8年 第1回 日本・浦安（110名参加） 平成9年 第2回 日本・京都（140名） 平成11年 第3回 中国・上海（125名） 平成14年 第4回 インド・ムンバイ（130名） 平成16年 第5回 インドネシア・バリ（170名） 平成18年 第6回 韓国・ソウル（180名） 平成20年 第7回 マレーシア・ペナン（130名） 平成23年 第8回 台湾・台北（260名） |
| 成功・失敗等の要因 | | |
| 活用した公的支援策等 | 特になし | |
| 備考 | 直近の第8回アジア化繊産業会議（平成23年5月、at台北）では、合繊メーカー7社の代表が参加（帝人、東レ、クラレ、東洋紡、旭化成、ユニチカ、三菱レイヨン） | |

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 鶴岡織物工業協同組合 | |
| 取組形態 | 共同開発・販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 20 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 「国内外展示会開催・出展」事業 CBF 展(中小企業整備機構主催 平成 20 年 4 月 東京ビッグサイト)、鶴岡きびそ展(鶴岡織物工業協同組合主催 平成 20 年～22 年 Rin)、NIPPON MONO ICHI(中小企業整備機構主催 平成 22 年 3 月 新宿)、GOOD DESIGN EXPO(日本デザイン振興会主催 平成 23 年 8 月 東京ビッグサイト) ・ 「消費者へのPR」事業 地元市民に対する地場産業としての絹織物をアピール。鶴岡の小学生、幼稚園園児に対する蚕糸・絹業の実体験や被服科の高校生によるシルクを使ったファッションショーなどを開催。 ・ 「若手デザイナー鶴岡招聘」事業 (平成 20 年～22 年) ・ 「商品開発・販路開拓」事業 |
| | 背景・目的 | 原料繭の生産から縫製まで一貫して産地内で行える強みを生かそう考え、未活用素材の「キビソ」を活用した新製品を「kibiso」ブランドで世界に展開。 |
| | 成果(実績) | <ul style="list-style-type: none"> ・ 「kibiso」の商標登録、ロゴ、映像コンテンツの制作で地域ブランドとして知名度が向上。 ・ 東京で鶴岡きびそ展を 3 回行った結果、百貨店、JR 東日本、カタログ通販の大手企業等から商談が入るようになった。平成 23 年度は具体的に販売を展開している。 ・ 読売新聞 web サイト「大手小町」との共同制作でバッグを製作(平成 23 年)。 ・ 大手百貨店での販売、カタログ通販を展開(三越・伊勢丹・阪急)。 ・ エキュート品川での試験的販売の開催(平成 22 年 4 月)。 ・ セントルイス美術館にタペストリー3 点が永久保存される。 ・ 産地アピールで市民の認知度が向上。 |
| 成功・失敗等の要因 | <p>(成功の要因)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ きびそプロジェクト運営委員と専門家による適切なアドバイス、コーディネートにより、着実に販路開拓が行えた。 ・ 若手経営者、技術者の積極的な意見交換により、研究開発が進んだ。 ・ 販売に力を注ぐため、新会社を設立した。 <p>(今後の課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ きびそ自体、大量に製造できるものではないため、今後、量の安定確保を考えていくことが課題。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 20 年～22 年度「地域資源活用新事業展開支援事業」(経済産業省) 平成 20 年～「鶴岡織物産地振興事業 補助金」(鶴岡市) | |

| | |
|----|---|
| 備考 | 参加企業 4社 ・ 松岡株式会社 ・ 羽前絹練株式会社 ・ 東福産業株式会社 ・ 有限会社芳村捺染 ホームページ http://kibiso.jp |
|----|---|

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 山梨県絹人織織物工業組合 | |
| 取組形態 | 共同商品開発・販路開拓事業 | |
| 開始年 | 平成 22 年 | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「繊維ブランド化推進事業」</p> <ul style="list-style-type: none"> ・やまなしを一つのネクタイ産地として浸透させるべく、県内の産地を横断したグループを形成。 ・トレンドにあった製品作りができるよう、デザイナーをアドバイザーとし、共同商品開発を実施。 ・開発した製品の発表会を開催。(平成 22 年度 原宿「VACANT」) |
| | 背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・「クールビズ」の流れの中で、ネクタイ関連企業の疲弊は、やまなしネクタイ産地にとって乗り越えなければならない課題となっている。 ・一方で、従来から支所毎に取組を行っていた当産地では、ばらばらに販路開拓事業を行っており、取組の効果としても各産地ばらばらであり、相互の強みを生かした、補完し合うような取組が行われてこなかった。 ・また、都心部から近い距離にあるにも関わらず、閉鎖性が強く、トレンドや新商品開発に向けての新しい情報を得ようとしめない傾向が見られたことから、消費者に求められる商品から遠のいていた。 ・上記を克服し、やまなしをネクタイ産地として振興していくことを目的として事業を開始した。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・成約件数：10 件 ・出展数：約 15 点／社 ・各支所の有志が纏まってグループを形成し、新たな物を創造していくということだけではなく、この事業を契機として各支所間の意思の疎通や連携を図る事によって相互の連帯感が醸成されている。 ・組合としては今後、このネクタイ部門の例を一つの成功事例として他のジャンルにおいても実践し、産地全体の振興発展に繋げて行く契機とできるような事業を推進中。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業に参画する人を公募したことで、真にやる気のある企業（若手中心）のみが連携できていること。 ・西桂支所の山崎氏が、リーダーシップを発揮し、ばらばらになりがちな各企業をまとめていること。 ・デザイナーをアドバイザーにたてることで、今までにない色づかいの、新しい製品を開発することができたこと。 | |
| 活用した公的支援策等 | 「やまなし繊維ブランド化推進事業費補助金」（山梨県） | |
| 備考 | <p>参加企業 10 社</p> <p>山崎織物株式会社、有限会社リード、鳶木織物、株式会社郷田商店、有限会社テンジン、有限会社羽田忠織物、株式会社カシワギ、真田織物、有限会社渡小織物、滝口織物、</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 富士吉田織物協同組合 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成20年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・「ふじやま織」による新商品開発 共通ブランド「ふじやま織」の認知度を向上させるため、参加企業共通の開発コンセプトを定め、新商品開発を実施（ネクタイ、ストール、ネクタイ、服地、壁紙等）。 ・国内展示会及び海外展示会への出展 JAPAN CREATION、ライフスタイルリビング、ギフトショー、インターテキスタイル上海 |
| | 背景・目的 | 富士吉田産地では、服裏地、袖裏地、ネクタイ、婦人服地、傘地、夜具地、マフラー、雑貨物等の様々な織物を生産しており、これまではそれぞれの分野（服飾、インテリア、雑貨等）の展示会に出展していたが、富士吉田産地としての認知度向上に結びつけるのが難しかったため、「ふじやま織」を共通ブランドとした一丸となった販路開拓を実施することとなった。最終的には個社がそれぞれOEM生産から脱却し、自社ブランドを持つことを目指すことを目的としている。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・過去5回の出展におけるPRの成果もあり、産地内OEM生産から自社ブランド品生産へのシフトは少しずつ増えてきているところ。 ・本取組において、産地のジャンルの違ったいくつかの企業が纏まって、共通のコンセプトを掲げた商品開発を行うことで、産地内企業の相互連携が図れることと併せ、商品作り等において、他社の刺激を受ける事による相乗効果が得られ、産地内の活性化に繋がった。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・海外展については、過去3回出展したが、成果があまりあがらなかった。そこで問題点を分析し、日本と中国の商慣習の違い、トレンドの違いの認識不足が課題であると考え、解決策として中国におけるビジネスについてのセミナー開催や、参加企業への積極的な営業を行えるようなサポート体制の構築を検討した。それを踏まえ、今年の展示会ではコンサルタントを使い、カラーや柄を中国市場に合わせ、生地を揃えて展示し、産地の背景や素材のストーリーを伝えるための中国語カタログの作成等の取組みを行った結果、バイヤーの反応はよくなり、一部成約に漕ぎつけたところである。 | |
| 活用した公的支援策等 | 「やまなし繊維ブランド化推進事業費補助金」（山梨県） 「富士吉田市商工業活性化支援事業補助金」（富士吉田市） | |
| 備考 | <参加企業> 宮下織物株式会社、有限会社オサカベ、株式会社アクス、株式会社オヤマダ、有限会社田辺織物、光織物株式会社、舟久保勝織物、有限会社渡小織物、株式会社郷田商店、株式会社槇田商店 | |

| | |
|------------|---|
| 業種 | 織物製造業 |
| 実施主体 | 丹後織物工業組合・京都友禅協同組合 |
| 取組形態 | 産地連携 |
| 開始年 | 平成 17 年度～ |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 展示会出展 京都友禅協同組合の組合員が毎年テーマを設定のうえ、丹後ちりめんの生地にて作品制作を行い、毎年春に京都市で開催される京都友禅総合展の中で、特別企画展として関係者、一般に広く公開している。平成 22 年度は 40 作品を展示公開。さらに、平成 22 年度においては、京都市の東京アンテナショップ「白い鳥」にて制作作品の催事販売を実施。 ・ 意見交換会の実施（平成 17 年） 展示会に先立ち、丹後の織物業者と京友禅業者との意見交換会を実施。 |
| 背景・目的 | 呉服の企画、製造については今まで染呉服製造卸が担い、染加工屋に発注をかけていたが、近年呉服卸のリスク回避、経費削減から新規提案が滞り、染加工屋が企画提案を担う場合もある。必然的に生地手当をも負担する中で流通の短絡化が進むのではないかと考え、産地と加工のドッキングを促進させることを目的として開始。 |
| 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 丹後ちりめん産地の丹後と染色業界の京都友禅は、取引する際には生地問屋を挟むため、従来交流が無かったが、染色側の意見を取り込んだ生地づくりを行うことができた。 ・ 特別企画展に出展することで、きもの生地の産地である丹後を消費者にも PR することができた。 ・ 意見交換会で、染め難防止に向けての対応策が検討され、双方が用途の確認を密に行うといった共通認識を持つことで、染め難の減少につながった。 |
| 成功・失敗等の要因 | |
| 活用した公的支援策等 | なし |
| 備考 | <p><参加組合員数></p> <p>平成 17 年度 丹後 12 組合員、京友禅 26 組合員</p> <p>平成 18 年度 丹後 13 組合員、京友禅 25 組合員</p> <p>平成 19 年度 丹後 13 組合員、京友禅 25 組合員</p> <p>平成 20 年度 取組無し</p> <p>平成 21 年度 丹後 11 組合員、京友禅 20 組合員</p> <p>平成 22 年度 丹後 6 組合員、京友禅 15 組合員</p> <p>平成 23 年度 丹後 7 組合員 京友禅 16 組合員</p> |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 丹後織物工業組合 | |
| 取組形態 | 産官学連携 | |
| 開始年 | 平成 18 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 産地見学会の開催 ファッション業界を担う若者を養成しているファッション関連学校の学生に丹後織物に触れる機会を提供。丹後産地及び丹後織物への関心、理解度を高める。 ・ 学生による作品制作、素材展示会での発表によるPR 学生の希望する産地素材を提供し、学生は製作課題に取り組む。産地企業は、その制作したガーメントを展示会においてPR材料とし、素材の販売促進につなげる。 |
| | 背景・目的 | もともと商工会がファッション関係の大学、専門学校にホームステイ研修希望者を募り産地、機業紹介したことがきっかけでスタート。その後きものサミットを契機に参加校を広く募り、作品制作も合わせて開始。学生に対して丹後産地の伝統技術と素材の周知・理解度を高め、制作発表会による丹後産地のPRを目的として実施している。 |
| | 成果（実績） | 商品化の予定はないが、卒業後、プランナー、デザイナー、コンバーター、バイヤー等ファッション業界を担っていく学生達に、シルクを中心にした素材、および産地を紹介する先行投資事業として位置づけている。そのため、事業の継続も一つの成果であり、学生が毎年丹後産地で織物を学んでいくことが成果と考えている。 |
| 成功・失敗等の要因 | | |
| 活用した公的支援策等 | なし | |
| 備考 | 平成 21 年～23 年度産官学連携事業連携校 上田安子服飾専門学校・東洋きもの専門学校・ディースファッション専門学校・京都造形芸術大学 <受講生数> 平成 18 年 2 校 20 人 平成 19 年 4 校 45 人 平成 20 年 10 校 367 人 平成 21 年 4 校 31 人 平成 22 年 4 校 27 人 | |

| | |
|-----------|--|
| 業種 | 絹織物製造業 |
| 実施主体 | 丹後シルク有限責任事業組合 |
| 取組形態 | 有限責任事業組合の設立 |
| 開始年 | 平成 20 年～ |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 共同商品開発 ウェディングドレス、その他洋装生地、資材関係 ・ 国内外展示会の開催 平成 18 年～21 年まで、パリにおいて年 1 回の単独展を開催。本年は国内で PR 活動を実施予定。 ・ オンラインストアの開設 組合ホームページで TANGO SILK としてオンラインストアを開設。 |
| 背景・目的 | <p>平成 18 年、中小企業庁「ジャパブランド育成支援事業」に丹後シルク（京都府商工会連合会）が採択されたことをきっかけに、平成 18 年から 10 社前後で海外展を継続実施。</p> <p>平成 20 年 10 月に京都府の「きょうと元気な地域づくり応援ファンド」補助金（対象が個別企業若しくは法人であるため）を受けるための受皿として、ジャパブランドに参加していた企業のうち 5 社で有限責任事業組合（丹後シルク LLP）を設立。その後平成 22 年に 3 社が新たに加わり、現在 8 社となる。</p> <p>組織の運営・手続き等が簡便であること、参画事業者は商品アイテムが違うが、いずれも丹後ちりめんをベースにしていることから商談情報は共有しないこと、ビジネスに関しては個々の事業者の責任と判断にて行うことを共通認識とし、結束を緩やかにしたいという判断から LLP を設立した。</p> <p>国内外を問わず新しい販路開拓を目指して事業を継続。</p> |
| 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ パリにおける展示会では、毎回 100 社近くが来場。ルイヴィトン、シャネルなど有名ブランドを含む 200 社程度とつながりを持って、現在も継続して素材提案を実施。 ・ パリコレクションで、会員の生地がジャケットの素材として採用される。 ・ プルミエール・ビジョンにおいて平成 23 年から創設された「メゾン・デクセプション」コーナーの招待企業に参加企業の 1 社が選ばれる。 ・ 海外で高い評価を受けることによるシャワー効果で、国内でも注目されるようになり、きもの以外の洋装用途で販売が伸びつつある。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・ JAPAN ブランド事業に採択され、3 年間継続して展示会を開催できたこと。 ・ テキスタイル業界に強いパリのエージェントを通して招待者リストに狙いをつけたこと。 ・ 会場を有名高級メゾンから近いオフィス街に設営したこと。 ・ プルミエールビジョンなどの展示ではなく、オリジナルな単独展に拘りを持ったこと。 ・ 事前に市場調査を行い、ニーズの把握に努めたこと。 ・ 一般公開はせず、関係者だけを招待したこと等々。 |

| | |
|------------|---|
| 活用した公的支援策等 | 中小企業庁・京都府商工会連合会のJAPANブランド育成支援事業 京都府「きょうと元気な地域づくり応援ファンド」補助金 |
| 備考 | <p>参加企業 8社 <ホームページ> http://www.tango-silk.com/pages/jp_index.html</p> <p>LLP：Limited Liability Partnership の略で、以下のような特徴を持った組織体</p> <p>① 有限責任制：出資者が出資額までしか責任を負わない。</p> <p>② 内部自治原則：利益や権限の配分が出資金額の比率に拘束されない。 取締役会や監査役のような経営者に対する監視機関の設置が強制されない。</p> <p>③ 構成員課税：LLPに課税されずに、出資者に直接課税される。(LLPに法人課税が課せられた上に、出資者への利益分配にも課税されるということがない。)</p> |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 西陣織工業組合 | |
| 取組形態 | 産地振興 | |
| 開始年 | 昭和 51 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「西陣織会館」の運営</p> <ul style="list-style-type: none"> ・きものショー開催：年末年始を除き 1 日 7 回公演。 ・手機、つづれ機や関連工程の実演：職人による製織の実演等 ・他産地との連携：奄美大島紬・西陣織コラボレーション展の開催、群馬県「絹の里」との姉妹会館締結 ・純国産絹織工房の運営：蚕の飼育、繭の座繰りの実演、手機体験等 ・資料室の開放：西陣織だけでなく、全国の絹織物や和装の歴史的資料の収集・展示 ・きもの装い体験、製織体験等随時受付 |
| | 背景・目的 | <p>日本で最も長い歴史を持つ産地である西陣において、その伝統的技法や和装の魅力を広く周知するための施設として西陣織会館を開設。</p> <p>また、文化の保存を目的として、資料室を併設し資料を収集。</p> |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・年間来館者は約 60 万人。 ・きものショーは集客力がある取組みであり、きものショーの見学を目的とした来館者もあるなど国内外で高い評価を受けており、日本の伝統文化発信・伝統文化の継承に貢献している。 ・コラボ展では紬、帯のトータルでの提案により、消費者ニーズはもとより、販促にも効果が期待されており、提携先の産地においても評価が高い。 ・国の雇用創出助成事業を受け、京都全体の工芸品を常時 15 工程前後行うなど職人の仕事作り、伝統的工芸品の PR に貢献している。 ・幻化が懸念される「本しぼお召し」「絣織」などの復元に努め、技の伝承並びに幻化防止に努めている。 |
| 成功・失敗等の要因 | <p>日本でも有数の観光地である京都市において、京都府、京都市と一体となり観光 PR をすることで、外国人や修学旅行生などの多くの観光客が来場。</p> <p>近年では中国語通訳を置くなど国内のみならず海外からの観光客にも対応している。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | <p>京都府補助金</p> <p>京都市補助金</p> | |
| 備考 | | |

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 西陣織工業組合 | |
| 取組形態 | 産地振興 | |
| 開始年 | 平成 19 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「京都伝統産業道具類協議会」の設立</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 伝統工芸品を制作する京都の産地組合 15 団体で組織 ・ 手機・力織機やその部品、筆・刷毛等道具類の実態調査 ・ 廃業者等から部品を調達し、プールする制度の準備 ・ 枯渇化部品を生産する職人の育成支援 |
| | 背景・目的 | <p>和装需要の減退により、織機やその部品、道具類が減少し、部品メーカーが廃業に追い込まれ、手機・力織機の道具類の枯渇が産地織布企業の課題となっている。そこで、西陣織工業組合では、道具類の全国的なネットワークを構築、希少道具類を確保し、伝統産業を維持することを目的として協議会を設立。希少道具類の安定確保を図ることとした。</p> |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 竹箴の枯渇が課題であったことから、竹箴に関する全国規模のアンケート、聞き取り調査を実施。竹箴を制作する技術者が 1 名しかいなかったため、技術者の育成を行い、継続的な竹箴の生産が可能となった。 ・ 力織機部品については、業界内の「遊休織機」について、アンケートを実施し、部品の回収・プールに努めている。現在、回収した部品をネット情報で全国に発信するための準備を進めるとともに、不足する部品の共同発注を検討中である。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 産地間での部品のやり取りには、産地により織機の規格が異なり、ミスマッチも多いことが課題。 | |
| 活用した公的支援策等 | <p>京都府補助金 京都市補助金</p> | |
| 備考 | | |

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 絹織物製造業 | |
| 実施主体 | 博多織工業組合 | |
| 取組形態 | 販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 23 年 | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 合同企画展の開催「九州新幹線開通イベント」 博多織と本場大島紬両組合の青年部が主体となり、共通のテーマを掲げ、福岡、鹿児島 の 2 会場で実施。会場では販売だけでなく、両産地の歴史や特徴のパネル展示などを PR。 ・ 新商品開発 九州新幹線全線開通に伴い、新幹線名「さくら」と「博多」、「鹿児島」に因んだきものや帯、両産地の生地を使用したジャケット、シャツ、スカーフ、ネクタイ、ブックカバー、帽子、バックなどを製作。 |
| | 背景・目的 | 平成 23 年 3 月に九州新幹線が全線開通し、九州全体にとって経済活動、消費拡大が期待されている。そこで、この機会を利用し、九州新幹線が結んでいる福岡と鹿児島の商品である博多織と大島紬を使った、販路拡大事業を実施することとなった。 |
| | 成果（実績） | 来場者：福岡 4,550 名、鹿児島 1,260 名 販売額：426 万円 新規顧客開拓につなげることができた。 |
| 成功・失敗等の要因 | | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 23 年度「伝統的工芸品産業支援補助金」（経済産業省） | |
| 備考 | 今後は、大島紬・博多織だけではなく、江戸小紋（東京都染色工業協同組合）とも新企画を計画している。この連携をつなげ、全国の染織産地で、日本の伝統工芸品を PR し、各産地の活性化につなげたいと検討中。 | |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 小幅織物染色整理業・織物製造業 | |
| 実施主体 | 全国染織連合会 | |
| 取組形態 | 連携活性化 | |
| 開始年 | 平成 21 年 4 月 | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・デザインコンクールによるきもの制作 和装に関する意匠デザインを一般公募し、連合会傘下の伝統的工芸品染織産地（京友禅を含む）における組合員の技術・技法を用いて、公募デザインの入賞作品をモチーフとしたきものを制作。 ・創作発表会の開催 上記コンクールの入賞作品により制作したきもの発表会を、一般消費者、流通業界をターゲットに開催。平成 21 年度から、全国の染織産地 6 産地の関係のもと、あらたな需要開拓を目指し、コンクール発表会において、傘やうちわ、カーテン等の新商品を展示 PR。 |
| | 背景・目的 | 京友禅、京小紋を含む伝統的工芸品染織産地の技術・技法を紹介するとともに、どのような意匠デザインであっても斬新かつ感性溢れる作品として創作されることを実証し、展示公開することによって新たな需要の開拓を目指す。 |
| | 成果（実績） | <p>【コンクール】応募総数 5,280 点 参加学校数 325 校</p> <p>【発表会】4 回／年（京都 小千谷 長浜 東京） 来場者：一般消費者・流通関係者等 6,700 名（平成 22 年度）</p> |
| 成功・失敗等の要因 | 新商品開発したものについて、製品化につながった例はまだ無い点が課題であり、いかに実需要につなげるか、他の手法（開催地や PR の方法の変更）も検討中。また今後は、海外の展示会への新商品の出展についても検討中。 | |
| 活用した公的支援策等 | ・平成 23 年度「伝統的工芸品産業支援補助金」（経済産業省） | |
| 備考 | <p><参加組合> 京友禅協同組合連合会 小千谷織物同業協同組合 丹後織物工業組合 浜縮緬工業協同組合 東京工芸染織協議会 沖縄ハイビスカス協会</p> <p><ホームページ> http://www.sensho.or.jp</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 小幅織物染色整理業・織物製造業 | |
| 実施主体 | 全国染織連合会 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 23 年 9 月～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>・「京都きものアウトレットモールの創設」</p> <p>きものの創り手が直接監修するきもののネット通販事業。販売の手法として、実店舗と協力することで、高額な商品であるきもののネット購入という不安感を解消する仕組みをとっている。</p> <p>・記念イベント「京都キレイ発表会」の開催</p> <p>平成 23 年 9 月、サイト開設と新規ビジネスモデルのPRのため、都内において発表会を開催。既存の商品のみではなく、「きものデザインコンクール」において啓蒙している「消費者ご自身の好みのキモノが創れる」オーダーメイド商品や、新商品開発した他品種商品を取り扱うことが出来ることを目指しているため、これらの事業展開について発表、PRを行った。</p> |
| | 背景・目的 | <p>和装産業独特の流通構造もあり、和装の生産者が実店舗による直販は難しいことから、インターネットによるアウトレットモールを考案。インターネットサイトによる商品販売を目指して、需要拡大対象を一般消費者等に拡大し販路拡大を図るとともに、インターネットビジネスと店舗販売を融合させた新規ビジネスモデル（インターネットサイトで選んだ着物等を実店舗で試着できるサービスの提供を計画）の構築による、需要拡大を目指す。</p> |
| | 成果（実績） | 【発表会】来場者 一般消費者・報道・情報関係者 200 名 |
| 成功・失敗等の要因 | <p>発表会では、サイトのアクセス数を増やすこと、また開催地を東京としたことで、マスコミ関係者の来場もあり、情報発信上の成果を上げることができた。</p> <p>また、インターネット販売の弱点である実物を確認できない点を、白イ鳥（東京）で事前予約により確認できるようにした。今後は、京都や他都市において、試着場所を増やすことにより、利用者の利便を図ることを検討している。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | ・平成 23 年度「伝統的工芸品産業支援補助金」（経済産業省） | |
| 備考 | <p><参加企業> 流動的であるが約 15 社</p> <p><ホームページ> http://kimono-outlet.jp</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 小幅織物染色整理業・織物製造業 | |
| 実施主体 | 全国染織連合会 | |
| 取組形態 | 共同受注 | |
| 開始年 | 平成 22 年 11 月 | |
| 取組 | 事業内容 | <p>染織産地合同展示商談会の開催</p> <p>展示会名：全国染織産地展</p> <p>場所：東京貿易産業センター</p> <p>出品者：合計 47 ブース</p> <p>出展内容：各染織産地の傘下組合員の創作した染織品等 着物地、帯地、和装品、織物地 その他染織品</p> |
| | 背景・目的 | <p>和装市場の縮小により、和装染織産地の業況が厳しい状況となっている中で、新たに販路を開拓するためには、染織産地が一丸となって対応することが必要不可欠であると考え、首都圏において、全国の産地が大団結した展示会を開催した。</p> |
| | 成果（実績） | <p>来場者：東京・名古屋・京都織物卸商業組合商社等の和洋装商社（川中業界）・関東の地方問屋・全国的な規模をもつ大型小売店及び関東を中心とした全国の呉服専門店等流通業者、小売業者、業界関係者等 266 社</p> <p>来場人数：380 人</p> <p>成約数：100 件</p> |
| 成功・失敗等の要因 | <p>染織産地の代表的企業が音頭をとることにより、多数の企業の出展が実現。染織産地合同での商談会は初めてであり、流通・小売業界に対して大きなインパクトを与えた。</p> <p>また開催地を東京としたことで、アパレル関係者等和装に縁がない業者の来場もあり、業界内では想定しなかった出会いも達成され、成果を上げることができた。</p> <p>一方で、和装業界の低迷する市況により、ターゲットの中心としていた和装関係の来場者との成約状況が、不調であったことは否めず、また産地間での意見集約が難しいことから、23 年度の開催にはつながらなかった。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | <p>・平成 22 年度「伝統的工芸品産業支援補助金」（経済産業省）</p> | |
| 備考 | <p><参加企業> (株)ワタマサ 木村染匠(株) (有)村山刺繍店 南久ちりめん(株) 木戸源生工房 (株)白木染匠 染色工房いふう 刺繍工芸竹内 (株)京染せい山 (有)尾嶋商店 (株)松綱染工所 橋和(株) コマサン(株) (有)中嶋プランニング (株)S P 広海 美也古染匠 丸幸織物(有) 京のほたる 遊絲舎 詠京染グループ 丸染染匠(株) (株)菌部染工 いしづか染匠 いとや田村 染匠市川(株) (株)あをい染所 (有)山もと 京 1000 の会 工房上村 岡山工芸 (株)に志山染匠 大野国染工場 田勇機業(株) 篠春織物(株) (株)谷口染型工房 光映工芸(株) 橋爪染工芸 (株)創作工芸小島 タケハナ染匠 (株)丸匠坂本 (有)いち川 (株)関谷染色 (株)倉染匠 松木眞澄 染のセキノ 高尾工芸 染色工房鳴瀬 47 ブース 51 社</p> <p><ホームページ> http://www.sensho.or.jp</p> | |

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 毛織物製造業 | |
| 実施主体 | 岐阜県毛織工業協同組合 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓、共同製品開発（「Team GIFU」） | |
| 開始年 | 平成 17 年度～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 国内外展示会への共同出展 JFW-JAPAN CREATION、Premium Textile Japan、インターテキスタイル上海 ・ 新素材の共同開発 岐阜県産業技術センターと連携し、定期的に研究会を開催。ウールと可染 PP を複合した軽量・保温・速乾アウター製品の開発を実施。 ・ チーム内販売協力の実施。 顧客が受注するものによっては、チーム内の相互の製品の強みに応じ、受注情報を提供しあう（1社ができなくともチームで補完）。 |
| | 背景・目的 | 平成 17 年度の中小企業自立支援事業費補助金をきっかけに、製織業者の他に染色業者や紡績業者の参加を得て、「Team GIFU」を立ち上げた。 |
| | 成果（実績） | 展示会については正確な成約数等を集計したものは無いが、新素材開発については上記の様な製品の開発を行っており、現在販路拡大への取組を実施中。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 産地内において自社の得意とするものが互いにあまり競合しないこと。 ・ 組合活動を通じて互いの意思疎通が親密になっていること。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 23 年度 岐阜県中小企業販路開拓等支援事業費補助金 平成 23 年度 地域資源発掘活用プロジェクト事業助成金 | |
| 備考 | <参加企業> 岩田健毛織株式会社、ファインテキスタイル株式会社、株式会社イワゼン カワボウテキスチャード株式会社、株式会社田幸、三星染整株式会社など。 | |

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | 毛織物製造業 | |
| 実施主体 | 岐阜県毛織工業協同組合 | |
| 取組形態 | 素材資料館の運営 | |
| 開始年 | 平成 20 年度～ | |
| 取組 | 事業内容 | 「テキスタイルマテリアルセンター」の運営 ジャパクリエーションが始まった 99 年からのインデックス素材、トレンド素材や IWS の開発素材、尾州コレクションの開発素材のほか、海外の見本帳、廃業企業の素材など、8 万 7 千点を所蔵（平成 23 年 3 月 31 日現在）。毎年約 3 千点を追加している。 |
| | 背景・目的 | 従前からウールマークカンパニーの開発サンプルや、ジャパクリエーションのインデックス素材、廃業企業の素材などの収集を行っており、それら収集素材の有効活用のために、一般の人にも閲覧可能なテキスタイル資料館として平成 20 年 8 月に開館。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・年間 800 人程度の利用者（業界関係者や大学・ファッション専門学校生等） ・海外（インドネシアやタイ）の繊維業界からも見学団が訪問。 ・8 万点を超す素材を系統立てて所蔵している施設は国内には他になく、テキスタイルメーカーをはじめアパレル業界、繊維を勉強する学生の素材研究に役立っている。 |
| 成功・失敗等の要因 | | |
| 活用した公的支援策等 | なし。※運営は、（財）岐阜県産業経済振興センターから業務委託。 | |
| 備考 | <ホームページ> マテリアルセンター http://www.fdc138.com/matelial/matelial.html | |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 毛織物製造業 | |
| 実施主体 | 日本毛織物等工業組合連合会／尾州テキスタイルデザイナー協会 | |
| 取組形態 | ビジネスマッチング | |
| 開始年 | 平成 20 年度～ | |
| 取組 | 事業内容 | 「Bishu Material Session」 デザイナーの産地企業訪問ミッション 平成 22 年度は、8 ブランドのデザイナーを参加者とし、1 泊 2 日で尾州産地企業 9 社に訪問。 産地企業は、デザイナーに製品や納期などの説明を行い、デザイナーは気に入った製品があれば、その場で商談を行う。 |
| | 背景・目的 | 従来、尾州産地のテキスタイルメーカーとファッションデザイナーとのコミュニケーションが皆無。その溝を解消し、デザイナーの尾州素材に対する理解を深め、ビジネス上の連携を図ることを目的として開催。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> 産地企業は日本のファッションデザイナーを支える技術をアピールでき、デザイナーは産地の技術から新しいアイデアを得ることができるなど、ファッション・ビジネスに活力を与えるといった効果があった。 このツアーをきっかけに、知り合ったデザイナーが、日本の産地の現状に危機感を抱き、デザイナー自身でメイド・イン・ジャパンの魅力を発信することをコンセプトに運営する期間限定の移動ショップをオープン（大阪・東京の 3 百貨店）。尾州をテーマにしたラックを設け、産地の素材や、新たに共同開発した素材で作られた洋服をテスト販売。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> 産地企業訪問先には参加デザイナーのブランドコンセプトや、今期どういった素材を探しているかといった情報を、参加デザイナーには企業の取扱素材や強みなどの情報を事前に渡しておき、少ない時間の中でスムーズな話し合いができるようにしておいたこと。 デザイナー別に発注するとロットが小さすぎるため、今後は各ブランドで共通の素材を使って製品を作る等、ロットを増やすこと、また製品への産地企業名の表示を検討中。 | |
| 活用した公的支援策等 | なし | |
| 備考 | <p><参加企業> (株)アミ、(株)加藤テキスタイル事務所、(有)カナーレ、神田毛織(株)、(株)滝善、中伝毛織(株)、三星毛糸(株)、森織物(合)、(株)ラカム</p> <p><参加デザイナー> A DEGREE FAHRENHEIT、everlasting sprout、GANGLION、GUT' S DYNAMITE CABARETS、mifrel、Naoshi Sawayanagi</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 毛織物・ニット製造業 | |
| 実施主体 | 尾北毛織工業協同組合 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 21 年 7 月 ～ [平成 22 年 5 月 21 日サイトオープン] | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・インターネット生地通販事業「B. T ネット」 組合が運営するウェブサイトにおいて、加盟企業 10 社 200 種以上の生地の販売（注文の受注、代金回収）及びサイトの維持・管理 ・シャトル事業 別注品の依頼、サンプル生地の試作、オリジナル素材開発などの生地に関する相談への対応 |
| | 背景・目的 | 繊維業界全体の業績不振が続く中、市場の縮小、販路の縮小に危機感を抱いた組合傘下企業の若手経営者らが意見交換を重ね、既存の販路に頼らない新たな販路の開拓を目的として、インターネットによる生地通販事業、「B. T ネット」を開設。 |
| | 成果（実績） | <p>小口注文への対応には手間もかかりリスクはあるが、今まで接点のなかった分野の顧客と出会う機会が増加している。</p> <p>※最少 1m から 10 cm 単位で小口注文に対応しているため、当初想定していた問屋やアパレルだけでなく、新たな販路として若手デザイナーや専門学校生からの注文も受けている。</p> |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・産地特有のウールだけでなく綿・合繊など加盟企業 10 社の 200 種以上の生地が 1 つのサイトで見られるようになっていること。 ・サイトを通じて問い合わせを受けた場合は、組合で責任を持って加盟企業と顧客の間をつないでいること。 ・最少 1m から 10 cm 単位の小口注文に対応していること（当初想定していた問屋やアパレルだけでなく、若手デザイナーや専門学校生からの問い合わせが多い。） ・来客層を分析し、サイトの更新を行っていること。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 21 年度 「緊急雇用創出事業基金事業」（愛知県） | |
| 備考 | <p><参加企業>10 社 石慶毛織株式会社、葛利毛織工業株式会社、五大株式会社、シバタテクノテキス株式会社、高銀毛織株式会社、中隆毛織(株)株式会社、日の出紡織株式会社、株式会社ヒラノ、山長株式会社、和吾毛織株式会社（50 音順）</p> <p><ホームページ> http://bt-net.jp</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 合繊織物製造業 | |
| 実施主体 | 株式会社 織工房風美舎 | |
| 取組形態 | 自販事業への転換 | |
| 開始年 | 法衣織物の自販（平成 13 年～）、最終製品販売（平成 20 年～） | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 法衣織物の販売事業（自販への転換） ・ 自社カラミ織物を使用した最終製品製作 インテリア照明「moire magic」の商品開発と販路開拓の実施。 |
| | 背景・目的 | 和装織物の賃織りを行っていたが和装業界の衰退・原系メーカーの原系生産中止等により、独自技術であるカラミ織を生かした生地を活かしインテリア商品を開発することにより、自販へ転換。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 法衣生地ブランド「スーパーブラック」の自販を実施。現在はほぼ 100%自販。 ・ 生地展示会への出展をきっかけに出会った工業技術センターの協力を得、製品化を実現。 ・ 最終製品ブランド「moire magic」を立ち上げ、国内展示会（「HOTERES JAPAN」、 「interior lifestyle」等）に出展、販路開拓を実施。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 法衣業界は京都を中心とする古くからの業界の為、販路開拓には長期間の積極的な取り組みが必要であり、粘り強く販路開拓に取り組んでいる。 ・ インテリア照明「moire magic」は今年ブランドを立ち上げたところであり、長期的な販路開拓が必要。 ・ 現在ウェブにて広報活動を実施中。 | |
| 活用した公的支援策等 | <p>平成 14 年 福井県繊維産業マーケティング支援事業</p> <p>平成 18 年 福井県繊維産業自立化支援事業</p> <p>平成 19 年 福井県繊維産業自立化支援事業</p> <p>平成 20 年 ふくいの逸品創造ファンド事業（ふくい産業支援センター）</p> | |
| 備考 | <p><ホームページ></p> <p>http://www.fubisya.com/</p> | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 合繊織物製造業 | |
| 実施主体 | 永平寺サイジング株式会社 | |
| 取組形態 | 共同研究開発 | |
| 開始年 | 平成 19 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 衣料用織物から産業用織物生産への転換 ・ 原料から商品までの一貫生産システムの構築 |
| | 背景・目的 | 従来は、衣料用織物を扱っていたが、安価な海外輸入品が入ってくる中、「価格競争ではなく、付加価値で競争できる産業用織物に事業の軸足を動かしたい」と考えていたところ、現在使われていない特許に出会い、この特許を生かした製品を開発するため、福井県工業技術センターと共同研究を進めることとなった。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 平成 20 年には製品化され、大手寝具メーカーから、布団の下に敷くベッドパッドとして年間約 2 万枚が販売されている。 ・ 平成 20 年 関西フロントランナー大賞 2008 審査員特別賞 ・ 平成 20 年 2008 超ものづくり部品大賞 健康・医療機器部品賞 ・ 平成 20 年 ものづくり連携大賞 中小企業部門賞受賞 ・ 平成 21 年 元気なものづくり中小企業 300 社に選ばれる ・ 平成 23 年 日本繊維機械学会賞 技術省 |
| 成功・失敗等の要因 | ・ 福井県工業技術センターで、設備を借りることができ、センターとの共同研究を行うことができたこと。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 23 年度「次世代技術製品開発支援補助金」 平成 21 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」 平成 20 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」 平成 19 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」 | |
| 備考 | | |

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 合繊織物製造業 | |
| 実施主体 | 福井県織物工業組合 | |
| 取組形態 | 産地活性化 | |
| 開始年 | 平成 22 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ワーキンググループの開催 傘下企業、マーケティングの専門家及びデザイナーを主たるメンバーとし、製品の企画・開発の専門家をコーディネーターに加え、ワーキンググループを開催。産地発信の組合独自の最終製品に関する「売れる商品・ものづくり」について意見を収集し、最終製品となる試作品をデザインした。 ・生地公募による最終製品の企画・開発 デザインした試作品を製作するにあたり、使用する生地サンプルを、傘下企業から公募。採用された生地サンプルを使用し試作品を製作。 ・製品の求評 試作品の改良を行い、11月2日～4日に開催される I F F T（インテリアライフスタイルリビング）展に出品。製品の求評を受ける。 |
| | 背景・目的 | 参加企業の素材開発力の向上、また、組合が開発した製品の販売を行うことで、傘下企業への生地発注へ繋げることを目的として実施。 |
| | 成果（実績） | <p>（実績）</p> <p>企画・開発：12社、生地提供：11社</p> <p>試作品開発：12種、18点（平成22年度）</p> |
| 成功・失敗等の要因 | （現在継続中） | |
| 活用した公的支援策等 | <p>平成22年度「ふくい繊維産業活性化支援事業補助金」（福井県）</p> <p>平成23年度「ふくい繊維産業活性化支援事業補助金」（福井県）</p> | |
| 備考 | | |

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | 合繊織物製造業 | |
| 実施主体 | 福井県織物工業組合 | |
| 取組形態 | 産地活性化 | |
| 開始年 | 平成 23 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | 「JAPAN FUKUI TEXTILES」 福井産地における企業の工場見学ツアー、意見交換会、展示会の開催 ・ アパレル、商社、小売等へ向け募集を呼びかけ、WEB で応募を行い、福井産地に抽選招待 ・ 福井産地企業の工場見学ツアー、意見交換会の実施、展示会の開催 |
| | 背景・目的 | 福井織物産地にある生産背景（実際の生産現場等の環境等）を、直に招待者に示すことで、福井の織物の多様性や品質の高さをPRする。また、福井県の観光資源に合わせての情報発信を行い、相乗効果を図ることで、総合的に福井産地ブランドを確立することを目的として実施。 |
| | 成果（実績） | 平成 23 年 5 月に開催 ・ 約 120 名の応募の中から抽選により 27 名（アパレル、百貨店、小売り等）を招待。 ・ 初年度の今回は、福井産地に対する認知度や期待度を把握。 ・ 通常の展示会に比べ、長時間にわたって行動を共にするため、深い意見交換が行えた。 平成 23 年 12 月に開催予定 |
| 成功・失敗等の要因 | ・ 参加者募集のタイミングで、業界紙や WEB 等に産地の魅力や特徴を掲載することで、広く PR を行えたこと。 ・ 次回以降、参加企業と招待者とのコミュニケーション活性化等内容をさらに充実させていくためには、招待者と企業とのマッチング方法に工夫が必要。 ・ 今後、卸商や染色等の他工程との連携を深め、産地全体でのブランドの確立が課題。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 23 年度「ふくい繊維産業活性化支援事業補助金」（福井県）（平成 23 年 12 月開催） | |
| 備考 | 平成 23 年 5 月開催 WEB トップページ閲覧数：約 1,500 件 WEB トップページ閲覧者数：900 名 出展企業：16 社 その他の展示生地数：約 100 点 工場視察訪問企業数：8 社 http://www.fukui-tex.com/ | |

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | 綿スフ織物製造業 | |
| 実施主体 | 辰巳織布（株） | |
| 取組形態 | 共同製品開発 | |
| 開始年 | 平成 21 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | 経系の準備工程企業である(株)のりつけやと共同で、今までにない経系に長・短繊維を併用した長短複合織物を開発。 |
| | 背景・目的 | 泉州産地の綿織物は、中国の技術力向上や、最新設備の大量投入により優位性を保つのが難しくなり、差別化された難度の高い特殊な織物でなければ、競争力を保てない状況。また、国内衣料品市場は低価格の傾向が続いており、安価な輸入品との差別化を図るためには、今までに無い、全く目新しい商品を開発することが必要であったため。 |
| | 成果（実績） | 平成 22 年 12 月 経系長短複合織物に” FILCOT”の商標登録を行う。 平成 22 年イタリア有名メゾンと成約。 平成 22 年国内問屋とのバルク成約。 |
| 成功・失敗等の要因 | 新商品の企画は、すべて辰巳社長のアイデア。辰巳社長自らが営業も行っているため、マーケットインで商品開発ができていることが成功の要因。 | |
| 活用した公的支援策等 | 平成 21 年度～「地域資源活用新事業展開支援事業補助金」 | |
| 備考 | <ホームページ> http://www.tatsumi.jpn.com/ | |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 綿スフ織物製造・卸売業 | |
| 実施主体 | カイハラ株式会社 | |
| 取組形態 | 事業転換 | |
| 開始年 | 昭和 45 年～（備後絣からデニム生地事業に軸足を移す） | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 垂直統合 企画、紡績、染色、織布、整理までの自社一貫生産を実施。 |
| | 背景・目的 | <p>もともと備後絣の企画、製造（主な製品は農作業用のモンペの生地）を行っていたが、合成繊維の普及とプリント技術の発達により、絣の需要が激減したことをきっかけに、絣事業で培った藍染めの技術を活かして自社開発したロープ染色機を導入、デニム生地製造へシフトした。</p> |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 2007年第7回ポーター賞受賞 ・ リーバイス、エドウィン、GAP、ユニクロ、セブンジーズ、ヒューゴボス、ピーエル・カルダン等へ販売。 ・ 日本国内のデニム生地生産の5割のシェア。 ・ 売上の3割が海外輸出。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 製造機械は社内で開発し、自社の鉄工所で製造。工場のフロアレイアウトなども自社で実施。 ・ 低価格品ではなく付加価値の高いジーンズ市場をターゲットとし、品質、スピード、提案能力を価値として提供。 ・ 工場近隣に社宅を完備。また、家族も参加できるイベントを企画する等、従業員の家族との良好な関係を構築することで、急激な需要増による残業増加への理解を得られやすくしている。そのため、備後地区以外の地域で製造せず、工場は車で2・3時間の範囲にまとめている。 ・ 製品の在庫リスクは生地の在庫リスクより高く、また、既存の取引先のアパレルと商品がバッティングすることになるため、縫製業には進出しない（はさみを入れない）。 ・ 商社を通さず直接アパレルメーカーに営業を行い、共同で商品開発を行うことで、自社名のエンドユーザーへの認知度向上を図る（例：ユニクロジーズのタグにカイハラデニムを採用と記載）。海外顧客に対しては、香港の専門の販売代理店が一元管理。 ・ 紡績を自社で行うことで、常に一定の品質の綿を使用し、良質な生地の安定供給を図る。 ・ 顧客からの要望に応えるだけでなく、新製品を顧客に提案している。年間600～700種類。うち25%が商品化されている。 ・ 品質管理のため、生地の強度、耐久性、洗い、退色度、染料の浸透度など独自の基準を設定。 ・ 品質問題や、洗い加工後に期待された効果が得られなかった場合は、個々の製品をトレースバックし、迅速に改善を施す。 | |
| 活用した公的支援策等 | なし | |

| | |
|----|--|
| 備考 | カイハラ(株) HP: http://www.kaihara-denim.com/ ポーター賞 : http://www.porerprize.org |
|----|--|

| | | |
|------|-------------------------------|---|
| 業種 | 綿スフ織物製造業 | |
| 実施主体 | 近江織物株式会社、淀川彫刻株式会社、バンタンデザイン研究所 | |
| 取組形態 | 技術開発、共同商品開発、商品企画開発 | |
| 開始年 | 平成 22 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>○技術開発</p> <p>①アラミド繊維を使用した、耐熱性・軽量化に特化した軽量消防服用織物(最外層)の開発</p> <p>②空気層の確保(遮熱性の向上)に対応した嵩高織物(中間層)の開発</p> <p>③消防活動に必要な手足等の動きに負担をかけない運動性に優れた耐熱ストレッチ織物の開発</p> <p>○共同商品開発</p> <p>淀川彫刻の画像処理技術を用いて、プレーンな生地でありながら、あたかもジャカード生地の上にプリント加工を施したような高級感のあるデザインプリントを作成するとともに、近江織物のインクの裏抜け度合いを制御する生地への下地処理技術を用いて、生地の片面あるいは両面にプリント柄をインクジェットプリンターで印捺したプリント生地を生産・販売する。</p> <p>○商品企画開発</p> <p>バンタンデザイン研究所の協力を得て、「ものづくり」をこれからの時代を担うであろうデザイナーの玉子である学生約 20 名に理解してもらうためにテキスタイル企画、製織、整理加工までの現場視察を実施し、生地企画からの製品製作を実践してもらう。成果発表の場として 3 月に展示会を開催する。</p> |
| | 背景・目的 | <p>○技術開発</p> <p>アラミド繊維・炭素繊維などの高機能繊維は様々な優れた特性を持ち、市場ニーズがあるにもかかわらず難加工性を有しているため、その特性を最大限に活かすことのできる技術開発がニーズに追いついていないのが現状である。消防服用途としては耐熱性の向上、高強力化、軽量化などのニーズが存在するが、それらのニーズすべてに対応した第 3 世代の消防服の開発を目指して開始。</p> <p>○共同商品開発</p> <p>淀川彫刻は、カネボウの染色部門のプリント型を製作していたが、カネボウが繊維事業から撤退するに当たり、技術継承の危機にあった。同じ長浜にある近江織物は、淀川彫刻の技術が絶えることを危惧し、自社の生産設備を活かし、淀川彫刻の技術を活かし、商品の共同開発を開始。</p> <p>○商品企画開発</p> <p>生地の企画から製品製作までできるデザイナーが業界において少なくなっていることに危機感を持っていたところ、バンタンデザイン研究所で講師を行っていたつきあいのあるアパレル担当者を通じ、生地の企画から製品製作までできるデザイナーを育成することを目指して、人材育成事業として取組を開始。</p> |

| | | |
|-------------------|---------------|---|
| | <p>成果（実績）</p> | <p>○技術開発</p> <ul style="list-style-type: none"> ・第2世代の消防服 <p>高強度、耐熱性・遮熱性の向上をコンセプトとした消防服用生地を開発。東京消防庁の隊員が福島第一原発での放水活動の時に着用していた消防服に採用。</p> <p>○共同商品開発</p> <p>国内各種展示会に出展し、市場ニーズを調査中。</p> <p>○近江織物・バンタンデザイン研究所・アバンティのコラボレーションでオーガニックコットンのウェディングドレスを制作し、11月に開催される世界最大級のオーガニック・ナチュラル関連製品の展示会『BioFach Japan』で発表する予定。</p> |
| <p>成功・失敗等の要因</p> | | <ul style="list-style-type: none"> ・何か新しい取組をしなければ、繊維関連企業として生き残って行けないという危機感を持っており、常に新しいアイデアを模索していること。 ・製造現場の「常識」にとらわれない学生たちの奇想天外なアイデアや無理難題に取り組むことで、製造現場にとって良い刺激があたえられたこと。 |
| <p>活用した公的支援策等</p> | | <p>平成22年度、23年度 新事業活動促進支援補助金（地域資源活用売れる商品づくり支援事業）</p> <p>平成22年度新事業活動促進支援補助金（新連携支援事業）</p> <p>平成22年度、23年度 綿スフ織物業振興事業助成金事業</p> |
| <p>備考</p> | | |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | 綿スフ織物製造業 | |
| 実施主体 | はんなん和紙の布工房協議会 | |
| 取組形態 | 共同研究開発 | |
| 開始年 | 平成 23 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「大阪府の間伐材を利用した地産地消を目指した「木糸」の布、製品」共同開発」</p> <p>(株)和紙の布、山陽製紙(株)が中心となった中小企業者が、名古屋工業大学との連携で、これまでのマニラ麻(アバカ)で作られたコストの高い織物用和紙に変えて、間伐材を利用して低コストで木糸を生産するシステムを構築。このシステムの普及を促進している。</p> |
| | 背景・目的 | <p>天然資源である綿、ウール、シルクなどは、原料のほとんどを輸入に頼っている中で、国内林業で課題となっている間伐材を有効利用することで、これまでのマニラ麻を使用した和紙の布に代わる低コストの織布を実現し、林業と繊維産業とのコラボにより、国内林業の活性化につなげられる仕組みの構築を目指している。</p> <p>また、将来的には、一産地だけのものづくり、生産システムの垣根を超え、異なる産地の企業が協力し、産地を超えた複合的なものづくりを目指す。</p> |
| | 成果(実績) | <p>当該事業は、始まったばかりであるが、これまで、大阪府の地域資源に指定されている「和紙の布」を地域繊維事業者等のコラボレーションによって、また阪南市商工会の協力を得て地域繊維産業全体に波及効果をもたらし、特徴のある様々な素材との交織に成功してきている。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大阪府「水都おおさか森林の市 2011」の記念グッズ(エコバッグ)に採用。 ・間伐材 100%の和紙から一部あぶらとり紙を商品化し市販中。 |
| 成功・失敗等の要因 | <p>(株)和紙の布、阿部社長の間伐材を使った織布というアイデアについて、紡績会社、製紙会社といった各種関係者に話をもちかけ、協力を得られたことが開発成功の要因。</p> <p>販路開拓、製品の可能性は今後の課題。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成 19 年度「地域資源∞全国展開プロジェクト」(阪南市商工会【和紙の布工房】) ・平成 20 年度～22 年度「おおさか地域創造ファンド泉南地域支援事業」 ・平成 23 年度「綿スフ織物業振興事業助成金事業」(財団法人日本綿スフ機業同交会) | |
| 備考 | <p><参加企業>11 社+阪南市商工会+名古屋工業大学</p> <p>大正紡績(株)、尾崎工業(株)、(株)和紙の布、コンドウソーイング、箕浦ニット(有)、山陽製紙(株)、(有)笑ころ、林撚糸(株)、(株)都市樹木再生センター、五十川製紙(株)、一步舎</p> | |

| | | |
|------------|--|---|
| 業種 | 織物・ニット製造業 | |
| 実施主体 | ジャクテック協同組合 | |
| 取組形態 | 企業間連携促進、共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 15 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・産地を横断した企業連携による商品開発 ・共同販路開拓事業（国内外展示会の開催） ・商社との連携による海外展の開催 |
| | 背景・目的 | <p>日本の各産地には、それぞれの素材の織り、染め、サイジング、整経等の技術があるが、たとえば北陸ではウール織物の生産は不得意であり、染色についても化合繊維に強みはあるが、短繊維織物は不得意とする。日本の企業が生き残っていくためには、安価な海外製品が増える中で、明確な差別化を行う必要があり、そのためには一つの産地ではできない付加価値のある製品を開発することが必要であると考え、平成 15 年、産地を越えた企業が参加する協同組合を設立。</p> |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・和歌山パイル織物の織布技術と北陸の整経技術によって新しい産業用資材（液晶テレビ製造に欠かせない資材（ラビングクロス））の生産が可能となった。現在国内外の大手電機メーカーへ販売。 ・新潟産地の亀田縞と広島デニム産地のインディゴ染めにより、新しい付加価値をつけた亀田縞を開発。キルト作家である斉藤謠子氏とのコラボレーションが実現し、現在通販で販売数を伸ばしている。取組前はほとんど生産量がなかったが、平成 22 年度は約 20 万㎡を生産するに至る。 ・参加企業であるケイラインは第 2 回プルミエール・ヴィジョンアワードでイマジネーション賞を受賞。 ・国内展示会 32 回（年 2 回（大阪・東京）） ・海外展示会（単独展を含）17 回（パリ、イタリア、ドイツ、アメリカ、中国） |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・テキスタイルビジネスに造詣の深い伊藤理事が代表者となり、産地企業をつなぐ役割を担っている。 ・また、積極的に公的支援策へ応募、商社との協力をとりつけ、展示会後のフォローアップ等も実施している。 ・展示会では、参加各企業がブースを設けるのではなく、素材別に商材を展示し、来場者目線の展示を行っている。 ・開催する展示会に、全企業の参加を条件とはせず、地域や開催時期に応じ、企業の戦略に合わせ出展するようにしている。 ・現在は、売上のコアとなる付加価値の高い定番品を参加企業それぞれが持てることを目的として、産地を横断した企業間のものづくりのためのコーディネートの実施、共同販路開拓事業を実施している。 | |
| 活用した公的支援策等 | <p>平成 19～21 年度 地域資源活用新事業展開支援事業費補助金（中小企業庁）</p> <p>平成 22 年度 ものづくり事業者等海外販路開拓支援事業費補助金（経済産業省）</p> | |

| | |
|----|---|
| 備考 | 参加企業： 藍プランニング(有) (岡山)、(株)カゲヤマ (兵庫)、共立織物(株) (栃木)、(有)ケイ ティシー (新潟)、(有)ケイライン (福井)、妙中パイル織物(株) (和歌山)、竹田(株) (埼玉)、(株)麻絲商会 (滋賀) |
|----|---|

| | | |
|------------|---|---|
| 業種 | 織物製造業 | |
| 実施主体 | 有限会社三澤機業場 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 19 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「こだわりの布」展の開催</p> <p>1 府県に1社のみでの出展を原則に、扱う素材も産地も違う“こだわり”を持つ織布企業と染色工場等で作るグループで展示会を開催。“こだわり”のある商品だけを販売。</p> <p>なお、昨年までは年 2 回の開催だったが、評判が良くお客様の要望も多いことから、今年からは年 3 回の開催に増やしている。</p> |
| | 背景・目的 | <p>賃加工から脱皮し、自販を進めていた三澤社長から、織機のメンテナンス等で交流のあった石川県の山本絹織に、販路の拡大を目的に、東京で展示会をやらなかと声をかけたところから、2社でスタート。(現在参加企業 9 社)将来的には海外展の開催も視野に入れ、共同展示会を実施。</p> |
| | 成果(実績) | <p>相乗効果によって、それぞれの参加企業にとって、新しい顧客が増加。</p> <p><来場数></p> <p>平成 19 年 約 100 社</p> <p>平成 22 年 9 月 約 350 社</p> <p>平成 23 年 3 月 約 170 社(震災直後)</p> <p>平成 23 年 6 月 約 240 社</p> |
| 成功・失敗等の要因 | <p>○各産地 1 社に絞ることで、無意味な値下げ等悪い意味での競争が避けられている。</p> <p>○各産地の個性、特徴のある素材の展示で、相乗効果を生み商品群に広がりを持たせた。</p> <p>○「他社でできないもの」との「こだわり」をコンセプトとして、各企業に徹底しており、他社の追従を許さない企業の集まりとなっている。</p> <p>○三澤社長の強力なリーダーシップ。</p> <p>・発起人である三澤社長が出展者審査を行い、1 県 1 社、こだわりの布を持った企業だけに出展を限定できていること。(誰もが出展できる場ではないこと)</p> <p>・展示会の質を維持させるために、展示会開催前の打合せ、開催後の反省会を実施。商品の内容から、接客まで三澤社長から指導を行っていること。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | 無 | |
| 備考 | <p><参加企業></p> <p>井脇織物株式会社(和歌山)、カネタ織物株式会社(静岡)、後藤毛織株式会社(愛知)、島田製織株式会社(兵庫)、高橋織物株式会社(滋賀)、有限会社久山染工(京都)、有限会社三澤機業場(福井)、山本絹織株式会社(石川)、株式会社ワン・エニー(岡山)</p> | |

| | | |
|-----------|--|--|
| 業種 | パイルファブリック（織物・編物）製造業 | |
| 実施主体 | 紀州繊維工業協同組合 | |
| 取組形態 | 地域ブランド化推進（JAPANブランド育成支援事業） | |
| 開始年 | 平成21年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「KOYAGUCHI PILE」ブランドの構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・展示会の開催・出展 <ul style="list-style-type: none"> 国内単独展「高野口パイルファブリック展」「高野口パイルファブリック展・セレクト」の開催 国内展示・商談会「ジャパングリエーション」、「Premium Textile Japan」、「ギフトショー」への出展 海外展「インターstoffアジア・エッセンシャル(香港)展」への出展 ・ロゴマークの策定、名称の商標登録 <ul style="list-style-type: none"> 「KOYAGUCHI PILE FABRIC」のロゴを策定し、ブランド認知を向上させる。 ・独自の素材開発 <ul style="list-style-type: none"> 参加企業とデザイナーの共同で、各社2点の新規素材を開発。 ・日本の繊維産業の将来を担う服飾専門学校との連携 <ul style="list-style-type: none"> 産地視察の積極的な受入れ、素材提供 等 |
| | 背景・目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・安価な海外生産品の流入から、生産量の減少が続く中、何もせずに産地がなくなるのを待つのではなく、できることをやろうという考えから、JAPANブランド育成支援事業に応募。「自ら作ったものは、自ら売る」ことを目指し、委託生産型から自販型への転換、最終目標「消費者が高野口ブランドを認知すること」を目指し事業を展開。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・生産量の減少は止まっていないが、取組を始めていなければ、生産量の減少幅はもっと大きく、規模は小さくなったものの、産地を維持できていることが一つの成果。 ・7回開催している展示会への来場者は、当初は300人に満たなかったが、現在では700名以上が来場。 ・パイルファブリック展（単独展・東京）（平成22年） <ul style="list-style-type: none"> サンプルオーダー受注 574件／2,972点 新規取引合計額 約3,500万円（出展13社合計） ・ジャパングリエーション2011AW展 <ul style="list-style-type: none"> サンプルオーダー受注 285件／1,399点 ・インターstoffアジア・エッセンシャル（香港）出展（平成22年） <ul style="list-style-type: none"> サンプルオーダー受注 152件／853点 ・デザイナーと共同開発を行った素材が、デザイナーのブランドやネットワークで製品化するに至り、販売の実例あり。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・単独展においては、一般消費者の来場も可能とし、ラフォーレ原宿といった消費地で開催したことで、参加企業にとっても、見せ方、売り方といったプレゼンテーション能力とモチベーションの向上につながったこと。 ・IT媒体での新しい試みとして、USTREAMを使った展示会中継を行うなどを実 | |

| | |
|-------------------|--|
| | <p>施したことで話題を集めることに成功したこと。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・海外展においては昨年度までのインテキ上海出展をやめ、世界的にバイヤーが集積する香港で開催されるインターストップアジア香港展への出展に変更したこと。 ・産地の技術も熟知しているコーディネーターにプロデュースを依頼し、ライフスタイルの提案をテーマとして、当産地の織物の特色である幅広い用途をPRし、展示商談会を開いていること。 <p>(今後の課題)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・中間素材であるため、消費者への訴求力が弱く、最終目標までの工程が見つかっていない点。 ・ファッション衣料素材として、業界内での認知度の向上はある程度達成されたと考えるが、最終目標としての消費者への認知度向上に向けて、取組を継続していけるかが課題。 |
| <p>活用した公的支援策等</p> | <p>平成 18～22 年度 地場産業活性化支援事業（和歌山県） 平成 19～20 年度 地域資源活用新事業展開支援事業（中小企業庁） 平成 21～23 年度 J A P A N ブランド育成支援事業（中小企業庁）</p> |
| <p>備考</p> | <p><参加企業 13社> 青野パイル(株)、井脇織物(株)、オーヤパイル(株)、(株)岡田織物、萱野織物(株)、杉村繊維工業(株)、妙中パイル織物(株)、(株)中矢パイル、中野メリヤス工業(株)、紀泉物流(株)、野上織物(株)、松岡織物(株)、森井織物工場</p> |

| | | |
|------------|---|--|
| 業種 | ニット製造業 | |
| 実施主体 | 日本ニット工業組合連合会及び日本靴下工業組合連合会 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 20 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>ニット製品の国内製造業者による高付加価値国産ニット製品を一堂に集めた展示会「ジャパン・ベストニット・セレクション」の開催</p> <p><開催日></p> <p>平成 20 年度：平成 21 年 3 月 12 日～13 日 （東京国際フォーラム）</p> <p>平成 21 年度：平成 22 年 3 月 17 日～18 日 （東京国際フォーラム）</p> <p>平成 22 年度：平成 22 年 12 月 7 日～8 日 （東京国際フォーラム）</p> |
| | 背景・目的 | <p>コストメリットだけを追求した商品でなく、長年培ってきた技術に裏打ちされた日本製の、着る人に安心、安全、そして感動を与える商品の価値を再認識していただき、国内外市場での新規販路開拓及び拡大を目的として発足。</p> |
| | 成果（実績） | <p>取引成約数</p> <p>平成 20 年度：来場者数 3,274 名 新規取引先開拓等－153 件</p> <p>平成 21 年度：来場者数 3,405 名 新規取引先開拓等－94 件</p> <p>平成 22 年度：来場者数 3,606 名 新規取引先開拓等－100 件</p> <p>上述取引成約の殆どが国内メーカーであるが、平成 22 年度においては JETRO 支援の下、「ロシア」よりバイヤーが 7 名来場され、個別商談の結果、複数社が受注に結びつくことに至った。</p> |
| 成功・失敗等の要因 | <p><成功要因></p> <ul style="list-style-type: none"> ・日本ニット工連及び日本靴下工連に属する全国の中小企業ニット製造業者が結集し、新規販路開拓を目的として自らが実行委員会を立ち上げ、自主的に事業執行・運営していること。 ・ニットに特化した展示会であり、来場者もはっきりとした目的を持って訪れていることから、出展者と来場者のマッチングのロスが少なく、効果的であること。 ・第 2 回開催からは第三者の有識者による「出展審査」（出展企業の製品クリティシーの高さ・意気込み等を総合的に審査）を実施しており、回を重ねる毎に出展各社のレベルアップが図られていること。 <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・今後、さらなる国際展開を目指し、ターゲット市場の情報収集・マーケット分析に基づいた自社製品の効率的な企画提案を行うため、「デザイナー」とのコラボレーションを検討。 ・自社商品をよりよく見せる会場内ブースのディスプレイ方法や積極的なプロモーション等の習得が課題。 | |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成 20 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（中小企業庁） ・平成 21 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（中小企業庁） ・平成 22 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（中小企業庁） | |

| | |
|----|---|
| 備考 | <p><参加企業></p> <p><u>平成 20 年度</u>：49 社及び(株)島精機製作所 ニットー26 社、カットソーー14 社、靴下ー9 社</p> <p>[内訳]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本ニット工連傘下企業ー36 社 (山形-6 社、福島-2 社、新潟-8 社、東京-14 社、大阪-5 社、和歌山-1 社) ・ 靴下工連傘下企業ー9 社 (東京-1 社、大阪-1 社、奈良-3 社、兵庫-3 社、佐賀-1 社) ・ 組合員外企業ー4 社 (愛知-1 社、大阪-1 社、香川-2 社) <p><u>平成 21 年度</u>：55 社及び(株)島精機製作所 ニットー31 社、カットソーー13 社、靴下ー11 社</p> <p>[内訳]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本ニット工連傘下企業ー38 社 (山形-9 社、福島-3 社、新潟-6 社、東京-12 社、大阪-4 社、和歌山-2 社、奈良-1 社、富山-1 社) ・ 靴下工連傘下企業ー11 社 (東京-1 社、大阪-1 社、奈良-7 社、兵庫-1 社、佐賀-1 社) ・ 組合員外企業ー6 社 (東京-1 社、長野-1 社、大阪-3 社、香川-1 社) <p><u>平成 22 年度</u>：52 社及び(株)島精機製作所 ニットー37 社、カットソーー11 社、靴下ー4 社</p> <p>[内訳]</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 日本ニット工連傘下企業ー38 社 (山形-10 社、福島-3 社、新潟-10 社、東京-11 社、大阪-3 社、和歌山-1 社) ・ 靴下工連傘下企業ー4 社 (東京-1 社、大阪-1 社、兵庫-1 社、佐賀-1 社) ・ 組合員外企業ー10 社 (長野-1 社、山梨-1 社、埼玉-1 社、東京-2 社、大阪-4 社、奈良-1 社) <p><ホームページ> http://www.jbks.jp/</p> |
|----|---|

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | ニット製造業 | |
| 実施主体 | 東京ニットファッション工業組合 | |
| 取組形態 | 共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 19 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・新製品共同開発 ・展示会合同出展（インターナショナル・ファッション・フェア） |
| | 背景・目的 | 産地内での垂直連携を行い、原糸、編立、染色、刺繍の専門企業と製造販売企業と共同で製品開発を実施。開発した製品の新規販路開拓、及び都心に集結する「東京ブランド」を幅広くアピールするため展示会へ出展。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・国内取引成約数 平成 19 年度：133 件 平成 20 年度：144 件 平成 21 年度：140 件 平成 22 年度：162 件 ・新製品共同開発 産地内連携によるエジプト超長綿、海島綿等を使用した新素材の開発。 フルーツ染め・草木染め、友禅染め等のオリジナル企画。 |
| 成功・失敗等の要因 | <p><成功要因></p> <p>一貫したサポートとして、マーケティングから商品企画開発、ディスプレイに至るまでファッションビジネス全般に精通している専門家を総合コーディネーターとして雇用し、参加企業に向けての各種セミナーの継続開催及びコンサルティング、アドバイス等を実施した結果、参加個社がそれぞれ得意とする商品の訴求力が向上した。</p> <p><課題></p> <ul style="list-style-type: none"> ・年間を通じてのトレンド提案という観点からは、製造業であるが故に若干の提案力不足の感が否めない。 ・展示会終了後の各社へのビジネスフォローアップが不十分であった。 | |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成 19 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（関東経済産業局） ・平成 20 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（関東経済産業局） ・平成 21 年度「地域資源活用新事業展開支援事業費補助金」（関東経済産業局） <p>※平成 22 年度からは組合独自事業として継続実施。</p> | |
| 備考 | <p><参加企業></p> <p>平成 19 年度：12 社</p> <p>樋口繊維工業(株)、中橋莫大小(株)、東亜ジャケット(株)、(株)ハシモト、健織(株)、(株)ピーコンポ、(株)三高、(株)サイカイ、(株)プランニングジャパン、(株)サンマリノ、(株)大黒屋</p> <p>平成 20 年度：10 社</p> <p>樋口繊維工業(株)、(株)フェイマス・オグチ、シュガー(株)、(株)ハイブリッド、(株)ハイドアウト、(株)ピーコンポ、(株)三高、(株)サイカイ、(株)フロンティア・ヒグチ、(株)サンマリノ</p> | |

平成 21 年度 : 12 社

樋口繊維工業(株)、(株)フェイス・オグチ、シュガー(株)、(株)ハイブリッド、(株)ハイアウト、(株)ピーコンポ、(株)三高、(株)サイカイ、(株)フロンティア・ヒグチ、(株)サンカーベ、(株)大黒屋、中根保(株)

平成 22 年度 : 11 社

樋口繊維工業(株)、(株)ヤマロク、(株)フロンティア・ヒグチ、(株)ピーコンポ、(株)大黒屋、イエローファイブ(株)、中根保(株)、(株)サイカイ、(株)三高、(株)ハイブリッド、(株)シュガー

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | タオル製造業 | |
| 実施主体 | 大阪タオル工業組合・大阪グリーンタオル生産倶楽部 | |
| 取組形態 | 共同品質管理・検査システムの構築 | |
| 開始年 | 平成13年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・「大阪グリーンタオル生産倶楽部」による環境対応の生産システムの構築 製織時にのみ使用するサイジング工程での「化学糊」を「天然糊」に替え、糊抜き工程においても、化学薬品から天然酵素を使用する生産システムを構築。また、各工程での徹底した品質管理、厳しい検査基準による検査を実施し、産地ぐるみで安心・安全なタオルの提供を行う。 |
| | 背景・目的 | <p>企業として環境対策が求められる中、大阪・泉州タオル産地としても可能な対応を進めるため、出来るだけ化学薬品の使用を控え環境に優しい安心・安全なタオル産地の構築を目的として開始。</p> |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・平成13年「大阪グリーンタオル生産倶楽部」設立（組合主導により泉州タオル産地として、サイジング企業、製織企業、染色企業が一体となった組織化を実施。） ・化学糊を天然糊（トウモロコシ、ジャガイモ等のデンプン）にかえた生産システムの構築 ・検査体制の構築 ・グリーンクラブマークを商標登録 ・組合展示会出品用に試作開発と展示会での広報PR ・大手飲料メーカー（麒麟麦酒・サントリー）の販促品としても採用されるなど取組み成果が出始めているところ。 |
| 成功・失敗等の要因 | <ul style="list-style-type: none"> ・天然糊を使用することによる生産効率の低下など、コストアップ要因にもなっているが、普及を図ることで対応を目指している。 ・環境対応は産地の義務として推進しており、取組みとしては、非常に有意義なものであるが、商品として目に見えるものではなく、販売促進へのアピールは難しい点が課題。 | |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・大阪府立産業技術総合研究所の指導。 ・財団法人日本タオル検査協会との連携 | |
| 備考 | <p><参加企業> 40社 大阪グリーンタオル生産倶楽部、製織企業、サイジング企業、染色企業</p> <p><ホームページ> http://www.os-towel.or.jp/</p> | |

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | タオル製造業 | |
| 実施主体 | 大阪タオル工業組合 | |
| 取組形態 | 地域ブランド化推進、共同商品開発、共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成 15 年～ | |
| 取組 | 事業内容 | <p>「泉州こだわりタオル」の地域ブランド化推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・泉州タオル産地の製品特徴（後晒タオル）を前面に打ち出した新商品開発 ・国内展示会(大阪・東京)の開催 ・一般消費者へのブランド広報PR |
| | 背景・目的 | 急増する安価な輸入タオルとの差別化のため、これまで培ってきた地域・産地の長を最大限に活かし、更に消費者の声を踏まえたメーカーこだわりのものづくりによる地域ブランドとしての市場への浸透を目的に開始。 |
| | 成果（実績） | <ul style="list-style-type: none"> ・平成 17 年「泉州こだわりタオル」一般商標登録 ・平成 19 年「泉州タオル」地域団体商標登録 ・大阪府下で、唯一初めて(平成 18 年当時)の J A P A N ブランド事業採択 ・泉州タオルブランドネームの普及 年間出荷量 約 2,000 万枚 ・泉州こだわりタオルブランドによる大手百貨店での販売 ・平成 23 年 1 月以降、組合員の新規加入(6 社・ブランドの利用希望) |
| 成功・失敗等の要因 | <p>○組合理事長の積極的な事業推進</p> <p>理事長のリーダーシップにより、組合員の意欲向上が図られたこと、また地元商工会議所の支援体制が得られ、J A P A N ブランド事業に採択されたことにより、地域ブランドがより効果的に推進された。</p> <p>○マーケットインによる商品開発</p> <p>展示会において一般消費者への商品アンケートを実施し、得られた結果を基にした商品開発を実施。消費者のタオルへ求める要素として「柔らかさ」「薄さ」という結果が得られたことから、甘撚糸の使用や紡績との連携による素材を活用した商品開発から、ガーゼ素材の商品など実需市場に向けた提案を実施。一部は、大手百貨店で泉州こだわりタオルブランドにより販売されている。</p> | |
| 活用した公的支援策等 | <ul style="list-style-type: none"> ・平成 18 年度～20 年「J A P A N ブランド育成支援事業(申請窓口：泉佐野商工会議所)」(中小企業庁) ・平成 21 年度「展示会・求評会等事業助成金」(中小企業基盤整備機構) ・平成 22 年度「新事業活動促進支援補助金(地域資源活用新事業展開支援事業)」(経済産業省) | |
| 備考 | <p><参加企業> 組合員企業 23 社</p> <p>奥織物(株)、金野タオル(株)、健一タオル工場、米義タオル(有)、サガンテリー、新興タオル(株)、重里タオル(株)、神藤タオル(株)、竹利タオル(有)、ツバメタオル(株)、中沢織物、南泉タオル(有)、新田谷織布工場、根来紋敷布工場、番久タオル(資)、袋谷タオル(資)、(株)松藤テリー、美由喜タオル(株)、(株)三好、保吉タオル(株)、山野タオル工場、(株)吉常タオル、ろ七タオル(株)</p> <p>別途 産地関連加工企業</p> <p><ホームページ> http://www.os-towel.or.jp/</p> | |

| | | |
|------------|--------------------------------------|--|
| 業種 | タオル製造業 | |
| 実施主体 | 四国タオル工業組合（四国タオル工業組合・今治商工会議所・今治市3者連携） | |
| 取組形態 | 地域ブランド化推進、共同商品開発、共同販路開拓 | |
| 開始年 | 平成18～21年 | |
| 取 | 事業内容 | 「今治タオルプロジェクト」 ・ブランドロゴマークの製作と独自の品質基準の設定 ・新商品の開発と国内外見本市への出展 ・タオルソムリエ資格制度の創設 ・タオルマイスター制度の導入と新しい技能評価検定制度の創設 |
| | 背景・目的 | 高級タオルである「今治タオル」の品質の良さ・素晴らしさをアピールし、地域ブランドを確立し、知名度を向上させることを目的に取組を開始。 |
| 組 | 成果（実績） | ・「今治タオル」知名度アップ 平成16年36.6%→同20年50.2%（インターネットアンケート約16,000人が回答） ・ブランドマークのネーム・タグ等の払出し数 平成18年度6,200枚→平成22年度15,496,920枚 ・平成22年生産量 前年比105%（19年ぶりに対前年比増） |
| 成功・失敗等の要因 | | ○官民をあげた地域ぐるみでの取組であったこと ・今治商工会議所、今治市等の支援 ○佐藤可士和氏によるブランディングに成功したこと ・クリエイティブディレクターとしての積極的な関与 ○消費者へのPRが成功したこと ・伊勢丹新宿店による「今治タオル」コーナーの設置 ・テレビ、新聞等への露出の多さ ○徹底した品質管理を行い、ブランドの価値を維持していること ・独自の品質基準を設定し、その基準に合格したものだけに、今治タオルのブランドロゴマークの使用を許可 |
| 活用した公的支援策等 | | ・平成18～21年度「JAPANブランド育成支援事業」（中小企業庁） |
| 備考 | | <商品開発参加企業>16社 七福タオル(株)、丸栄タオル(株)、村上タオル(株)、吉井タオル(株)、城南織物(株)、田ノ窪タオル工業(株)、(株)藤高、渡辺パイル織物(株)、岡本産業(株)、横田タオル(株)、池内タオル(株)、(株)上脇、(株)ショーワ、田中産業(株)、(株)丸山タオル、コンテックス(株) <国内外見本市参加企業>30社 丸栄タオル(株)、村上タオル(株)、吉井タオル(株)、城南織物(株)、田ノ窪タオル工業(株)、(株)藤高、渡辺パイル織物(株)、七福タオル(株)、今井タオル(株)、織鶴タオル(有)、(株)オリム、田中産業(株)、宮崎タオル(株)、森商事(株)、岡本産業(株)、横田タオル(株)、池内タオル(株)、(株)上脇、正岡タオル(株)、壺内タオル(株)、(株)丸山タオル、コンテックス(株)、村上パイル(株)、一広(株)、森清タオル(株)、(株)ハートウエル、花椿テリー(株)、楠橋紋織(株)、(株)ヤスノリ、(株)今治繊維リソ |

| | |
|--|--|
| | ースセンター <ホームページ> http://www.stia.jp |
|--|--|

| | | |
|------------|--|--|
| 業種 | 染色整理業 | |
| 実施主体 | 協同組合ギルダ横浜 | |
| 取組形態 | 共同受注、共同販売 | |
| 開始年 | 平成14年～ | |
| 取組 | 事業内容 | 共同受注・共同販売事業 スカーフ関連工業の若手経営者が中心となり、受注産業脱却とファッション分野進出を目指し、ギルダ横浜を設立。共同受注、共同販売事業を実施。 |
| | 背景・目的 | 横浜スカーフ製造関連企業は、これまで産地問屋のコーディネートのもとに捺染、製版、染色、縫製の各工程の分業体制で生産を行っており、工程間の連携はほとんどなかった。 また、近年の消費低迷による需要の減少と、海外ブランドOEM生産のライセンス契約切れといった打撃を受け、産地問屋の廃業が相次ぐ中、問屋という流通機能だけに頼った構造を変えなければ、産地全体の消滅を待つのみになってしまうという危機感を持つに至った。 そこで、関連工程に関わる4組合の参加企業が結集し、各工場の技術のグレード、生産規模の差を補い合い、横浜にある工場を一つの工場と見立て、協同してものづくりを行うこと、また、無駄な流通を廃することで、ユーザーの要望に対して製品のグレード、ロットなどの要求に対応でき、よりいいものをリーズナブルにつくることを目指し協同組合を設立。共同受注、共同販売を目指す。 |
| | 成果（実績） | ・まだ月に10件程度であるが、国内外を含めた受注を受けている。 |
| 成功・失敗等の要因 | ・分業によるコスト高を排することができ、製品は従来より安価に製造が可能となった。 （課題） ・今まで産地問屋に流通を頼っていたため、独自の販路を持っていないこと。 ・同じく、企画やデザインを問屋に頼った受注型だったため、営業力も弱く、新企画の継続提案が難しいこと。 | |
| 活用した公的支援策等 | | |
| 備考 | <参加組合> 4組合 日本輸出スカーフ捺染工業組合（20社）、神奈川県捺染型協同組合（10社）、神奈川県縫製工業協同組合（10社）、神奈川県染色協同組合（8社） <ホームページ> http://www.gilda-yokohama.com/ | |