

備中織物構造改善工業組合

所在地	〒715-0014 岡山県井原市七日市町 471 番地
設立	昭和 27 年 11 月
組合等の主な事業	(1) 販路開拓事業 (2) 人材育成事業
組合等の地区	岡山県井原市・小田郡
組合員等の主な業種	(1) 地区内において綿スフ織物製造業等を営む者 (2) 地区内において綿スフ織物製造業等を行なう企業組合・協業組合・商工組合または商工組合連合会
出資金額	3,417,500 円
組合員数	15 人
事業に要した総経費	1,126,026 円 うち補助金額 (675,615 円)

1. 事業テーマ (令和 2 年度)

地域ブランド『井原デニム』の浸透推進及び販路拡大のための展示会出展

2. 事業の概要

本組合は今から 70 年前に設立された歴史ある組合。産地の最盛期には 320 ほどあった組合員も 15 まで減少してきたが、ここ 10 年は現在のメンバーで安定している。デニムの産地である三備地区のうち、本組合があるのは岡山県西部に位置する備中、井原市。今回の活路開拓事業は、新たな販路の開拓、井原デニムブランドの認知度向上を目指し、繊維業界関係者に広く認知された「Premium textile Japan 2021」への出展を企図したもの。また、“井原デニム”ブランドを普及するという目的に加えて、D# (ディーシャープ) という井原デニムブランドのロゴマークの普及も目指した。

本事業で設置された委員会には、一部組合員が中心になって参画しており、求評方法や展示方法等を検討し、展示会でも設営等の準備を行った。全部で 15 の組合員だが、当該事業に参加したのは 4 組合員のみ。だが、一般的にみられる組合活動への“関心が低い”、“組合員間で仲が悪い”といった状況ではなく、参加不参加は各組合員のビジネスモデルによるところが大きく、当該事業に対する組合員全体の期待は決して小さくはない。

因みにビジネスモデルとは、主には販売ルートや営業方法が相違している点。特定の商社やバイヤーなどを通じて販路を確保している組合員もあれば、今回参加している 4 組合員のように国内外問わず複数のルートを通じて販売している組合員もある。ただ、いずれのビジネスモデルの組合員であっても“井原ブランド”を広めることは共通の目的であり、全ての組合員の理にかなっている。

よって本事業を外部から見た場合に、特定の組合員にのみメリットがあるように見えるが、その役割分担が明確になっているというだけであり、参加していない組合員も理事会などを通じて参画し、積極的な意見交換をしている。

3. 具体的な成果と効果

井原デニムの認知度は、当ブース来場者の 75% が認知している一方、ロゴマークの認知度は 25% ということがアンケートを通じて確認できた他、A4 サイズのチラシや名刺サイズのプレゼンテーション・シートを配布することで一定程度の周知を図ることもできた。

今回のイベントに参加するにあたり、組合として以下の取り組みを行った。

・これまで使用していたチラシを一部変更し、加入している全組合員が一目で分かるようにし

た。

- ・このチラシとプレゼンテーション・シートを利用して積極的に説明、配布を行った。
- ・来場者向けアンケート項目を変更し、井原デニム、“D#”（ロゴマーク）の認知度も確認した。
- ・アンケート回収結果を報告書に纏め、組合員内で認知度を共有した。
- ・アンケート回収先への電話セールスの実施、スワッチ（生地見本）希望先への送付など漏れなく対応。
- ・また、競合国の業者から入手した日本への戦略といった貴重な情報も組合内で共有した。
- ・チラシを変更した結果、イベントに参加していない組合員への個別問い合わせもあり対応した。

これらはイベントへ出展するにあたり、当然すべきことにも見えるが、狙いや目的こそ違いますが、今回の出展が単発の活動ではないのがポイント。本組合は毎年決まっていたいくつかの展示会に出展しており、当該イベントにもここ 10 年継続的に出展している。結果、デニム生地に関心のある業者は、必ずその機会を目指して会場に足を運び、既存客にとっては商談機会であり、新規客であれば面通しの場として活用されている。今回出展した結果、新規取引先数については、事業年度の 2 年後までには大きく増加し、計画を達成している。

4. 成果と効果の要因（成功に導くためのポイント）

当組合が置かれている環境をマクロ的にみると、この 10 年残存者利益を得てきた組合と考えられる。1975 年におよそ 320 あった組合員が 10 年ほど前に 15 社まで減少。国内の他の産地（岡山県児島、備前）でも同様の傾向にあり、また海外に目を向けてもジーンズの本場である米国にはデニム生地の工場は既に残っていないと聞く。結果的には、しっかりと認知されれば、顧客側から声をかけてくるようになっている。

また、ミクロ的視点で見た場合、井原市の伝統的産業ということから、市の全面的な支援を受けて活動をしている。その現れとして、“井原デニムを地域団体商標として登録取得し、歴史ある地域ブランドを守り抜いていく”という井原市をあげての取り組みがなされている。井原鉄道井原駅には、おしゃれなデニムショップが運営され、ふるさと納税でもデニム製品が返礼品として取り扱われてもいる。そして、中央会も日頃より、当該組合が取り組みたい内容を踏まえ利用できる補助金等をアドバイスしており、組合曰く、「中央会のアドバイスは大変効果的である」と明言している。それらの支援を受けながら組合および組合員として積極的に活動している。

コロナという大きな環境変化があったものの、現在残っている 15 社の組合員は個社ごとの取り組みを充実、実践しつつ、組合としても一体的に活動している。加えて井原被服協同組合との連携など様々な要素がガッチリと組み合わせられている点が成功している要因と考える。

5. 今後の課題や改善点

今後とも中国・東南アジア・トルコといった国々の目覚ましい進歩とその企業活動には十分注意しないといけない。同国々のデニムメーカーは、大手資本のアパレルメーカー等からの援助などもあり、最新鋭の設備も導入され、決して粗悪品ではない。本組合の製品は細やかな神経で出荷する製品をチェックするなど、日本企業ならではの対応に支えられているところもある。

営業活動や新製品の開発を継続的に行うことに加え、人材の育成や働きやすい職場環境の維持などこれからも各組合員の努力に期待するところが大きい。中央会含め、支援機関にはこれまで通り、伴走支援を期待したい。



上：D# (ディーシャープ)のブランドロゴ、下：サステナビリティへの取り組みを説明する展示スペース



「Premium textile Japan 2021」出展ブース全景

(経営サポート機構 副代表 塩谷 健)