

平成28年度県立大学地域貢献研究の研究成果について（完了報告・中間報告）

研究テーマ	伝統的工芸品産業及び地場産業のブランド構築による地域経済発展のための研究 —企業連携によるブランド開発事例の検証も含めて—
研究期間	平成 28 ～ 29 年度
主たる研究者	【学部・学科】 地域経済研究所                      【職・氏名】 教授 南保 勝

## ○研究目的

福井県は「伝産法」に基づき経済産業大臣より指定を受けた伝統的工芸品だけで若狭塗、若狭めのう細工、越前和紙、越前打ち刃物、越前焼、越前漆器、越前箆笥など7品目を数え、全国（225品目、平成29年3月現在）の中でも伝統的工芸品の集積度が極めて高い地域として知られている。その他、繊維、眼鏡枠などの地場産業の集積も見られる。

そこで、本研究では、これら伝統的工芸品産業及び地場産業の今後の発展を図るべく、伝統的工芸品産業及び地場産業である眼鏡枠産業をモデルに産地間、企業間連携によるブランド開発・構築に向けたリアリティーのある研究を実施する。合わせて、福井の地域資源として有効性の高い豊富な食及び食関連商品の開発も目的とする。

## ○研究成果

## 1. 県内伝統的工芸品の歴史的経過と現状、課題の分析

- ① 県内にある7大伝統的工芸品産業（若狭塗、若狭めのう細工、越前和紙、越前打ち刃物、越前焼、越前漆器、越前箆笥）の歴史的発展過程については整理が出来た。
- ② 各産地の現状については、後継者難、需要の低迷、ブランド力の欠如、新製品の開発難、資源の確保難、閉鎖的な流通問題など多様な課題が浮上している。
- ③ しかし、ここにきて福井県内での動きをみると、これら伝統的工芸品に新たなビジネスモデルを投入して産地を活性化させようとする新たな取り組みもみられるようになった。その代表例が「7人の侍」を中核とする活動で、既に7つの伝統的工芸品をベースとしたアクセサリー、バック、インテリア用品等新商品の開発、それを基に県内外でファッションショーを開催するなど、市場に向けた多彩な試みが実践されている。

## 2. 先進地視察

- ① 岩手県盛岡市にある鋳物メーカー「岩鋳」を訪問。色あめでやかな南部鉄瓶をベースに、ヨーロッパにおける販路開拓に成功した秘訣を探った。南部鉄瓶は、400年あまりの伝統を持つ産業だが、ピーク時400社を数えた企業も今は20社程度に減少している。その中で、「岩鋳」は新たな活路を求めヨーロッパに進出、黒を基本にした鉄瓶のイメージから脱し多様な色彩を施すことで欧州、特にフランス人の心をつかみ堅調な生産を維持しているが、この製品開発には3年の年月を要したという。
- ② 北上市にある江釣子ショッピングセンターを訪問。同ショッピングセンターは、1981年に、当時、人口8,000人の岩手県江釣子村にオープンし、2016年で35年目を迎えた。ジャスコ（現在のイオン）と組んだ併設型共同店舗であり、売り場面積は約22千㎡の核コミュニティ型SCである。確かに、ピーク時（1993年）の売上額に比べれば現在はその7割程度となっているが、オープン当時50店舗しかなかった店舗数は現在80店舗まで増加し、数あるショッピングセンターの中でも成功している一例と言えよう。では何故同ショッピ

ングセンターが成功したか、これには北上市を中心とする人口増や東北自動車道 IC 脇という好立地もさることながら、同ショッピングセンター独自の店舗運営が奏功しているためである。営業時間、朝 7 時から夜 10 時まで、お母さん、子供たちにも感動を与えるラウンジ的なトイレ、ローカルかつグローバルでバラエティーあふれる品ぞろえは、東北の片田舎にあるショッピングセンターとは思えない斬新さを保持し、一方で昭和のノスタルジックな雰囲気をも醸し出す店内は、団塊世代から子供まで、そこには限られた商圈人口の中で幅広い客層をとらえた店舗運営が図られている。今、“福井の商業界が求める姿はこれだ”、そう思った。福井の商業界は、そのための努力が求められている。

### 3. 伝統的工芸品産業、地場産業の振興のための研究会の立ち上げ

#### ① 眼鏡枠産業・眼鏡関連産業等のブランド化構築

福井県眼鏡工業組合青年部の有志によりスタートした『鯖江”ギフト組”』と連携し、講師として景山直恵氏を迎え、具体的な商品開発とブランド化構築に取り組んだ。

そこで開発された商品としては、

- ・佐々木セルロイド（プラスチックメガネフレーム）の需要が高い男性と女性も使えるユニセックスタイプのフレーム素材を使った靴べら開発。
- ・コマツオプティカル（プラスチックメガネフレーム）の皮とフレーム素材を複合加工したカードケース。
- ・西村プレジジョン（メガネ資材チタン）の老眼鏡のアクセサリ→金属アレルギーチタンのヘアピン。
- ・ワカヤマ（モノをつくらない製造業 色付け）のスマホケース、クリスタルフォト。
- ・ふくしま（プラスチックメガネフレーム）の気軽に持ち運べる、ルーペじゃない老眼鏡。首から下げるアクセサリと両手を使える鼻眼鏡の機能を持たせる。
- ・サカエマーク（印刷 オンデマンド全般 パッケージ）の樹脂の版の端材でハンコを作るキット。

など多数の新商品開発が実践された。

#### ② 伝統工芸品産業と『福井の食』との連携による高付加価値化提案

福井県内の伝統工芸品産業の多くは、食文化とのかかわりが深く、その食文化も報恩講料理をはじめ、地域性の高い独特のものである。伝統工芸と食文化の関連性を付加価値として結び付け、どうブランド化し販売するかについて、当研究で検証した。具体的には、Lpa((協)福井ショッピングモール)が同店舗内で運営する県内伝統工芸品を販売する店舗『越前倶楽部』をモデルに、既存の伝統工芸品のコーディネートによる高付加価値化とブランド構築を検証した。

本研究の一番の課題は、「越前倶楽部」のプレゼンスがどこまで地域住民に浸透しているかを確認することであったが、結論として、いまだ各産地の作家主体の販売がメインとなっており、消費者ニーズを的確に反映した商品造り、品ぞろえが成されているとは言い難く、結果として十分な売り上げ目標が達成されていない。そこで、改善策として「越前倶楽部」の平成 28 年度特別販売促進事業の一環としてブランド力強化事業を実施。ブランド NAME として「FURASENT」を提案。現在、その評価を行っている。

※ホームページ掲載用として使用するため、A4 2枚程度で簡潔にまとめてください。

参考資料（図、写真等）があれば添付してください。