

富岡シルクブランドの可能性

～地域資源である「シルク（絹）」の展開に向けた絹産業の研究～

日本大学商学部 木下征彦ゼミ

高瀬 理帆（4年）・齋藤 楓（2年）・星野 真優（2年）

本研究の目的は、群馬県および富岡市の地域資源である「シルク（絹）」の歴史・文化的な経緯と現状を整理し、富岡シルクブランドを事例として絹産業の現状を明らかにすることである。本年度の研究では、特に群馬県と富岡市の絹産業を中心に調査を行った。調査を通して、実際に養蚕や製糸、織物に触れ、古くから継承されてきた技術や伝統、将来への強い思いなどを肌で感じた。その一方で厳しい絹産業の現状を目の当たりにし、早急に新たな解決策を創出し、提案する必要性を感じた。研究の結果、日本の絹産業自体は衰退期にあるものの、各地の取り組みの中に転機を見出した。また、「富岡シルクブランド」は豊富な品ぞろえや協議会の潜在力などの強みがある一方、販路や発信力に課題があることを発見した。さらに報告者はこの課題解決に向けて、①地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開と、②地域らしさを追求したシルク商品の展開の2軸で取り組むことが必要であると考え、ふるさと納税返礼品の企画に取り組んだ。

1. 研究の目的と方法

群馬県および富岡市の地域資源である「シルク（絹）」の歴史・文化的な経緯と現状を整理し、富岡シルクブランドを事例として絹産業の現状を明らかにする。調査方法は以下の通りである。

- ① 文献から富岡市の生活史・生活文化や「シルク（絹）」に関する先行研究とデータを収集・整理する。
- ② 現地調査から富岡市民やシルクブランド関係者などへのインタビューを行い、商学専攻の学生である報告者ならではの視点で地域資源「シルク（絹）」の現状と課題を明らかにする。
- ③ 文献調査とフィールドワークによって、養蚕農家や製糸工場、織物工場など群馬県内外の絹産業の先駆的事例を収集し、絹産業の現状を記述する。

本研究は、地域の生活文化という社会学的な観点から群馬県および富岡市の地域資源である「シルク（絹）」を捉えつつ、地域経済や地域経営の観点から絹産業の現状と課題を調査する。さらにマーケティングの観点から「富岡シルクブランド」の展開に向けた可能性を検討する。本研究で用いる地域資源とは地域に固有の資源であり、本研究では、富岡シルクに関わる蚕や繭からそれを扱う人びとの組織やそのネットワークによる絹産業のシステム全体を対象とする。

ここで「絹産業」と呼ぶのは、繊維産業の中でも天然繊維である絹に関わる養蚕・製糸・織物産業のことである。日本の繊維産業に関する先行研究は多種多様であり、国内経済や地域経済への影響や、構造的特徴としての川上・川中・川下の関係性および企業の経営戦略の変化などに対しては、経済学や経営学が研究を積み重ねてきた。とりわけ19世紀における国際競争力の獲得と20世紀後半におけるその急速な喪失については、すでに1970年代以降、産官学を問わず多様な観点から分析されてきた。繊維産業に関わる研究機関や学会は少なくないが、絹産業については大日本蚕糸会の『シルクレポート』が常時研究情報を発信している。群馬県内に限ってみれば、「富岡製糸場総合研究センター」や「群馬県立日本絹の里」などの関連する研究機関や、高崎経済大学地域研究所編（2016）などの研究成果から多くの知見を得ることができる。以下、

これらの先行研究を用いて文献調査を行った。

2. 絹産業の概要

(1) 日本の絹産業の推移

まず、絹産業の歴史と概要を整理する。矢口克也は日本の蚕糸業の興隆と衰退を時系列で整理し、産業のライフサイクルを12の時期に区分している（矢口2009）。以下、これを6つの時期に大きく区分して絹産業の動向を捉えると、表1のようにまとめられる。

表1：日本の絹産業の推移

I. 導入期： ①粗造対策時代 (1868～1880年) ②蚕糸改良運動時代 (1881～1893年)	明治以前にも国内各地の農家で副業として養蚕・製糸が行われていたが、欧州での蚕病の流行と開港をきっかけに世界市場を相手にする輸出産業と位置付けられた。この変化に対応して政府は、器械製糸を導入した技術伝習の拠点として官営富岡製糸場を設立し（1872年）、日本の絹産業は工業化に向けて大きな一歩を踏み出した。この頃1886年の取繭量は42,000トン、生糸の生産量は45,000俵、輸出量は27,000俵であった。
II. 成長期： ③世界市場争覇時代 (1894～1913年) ④繁栄時代 (1914～1928年)	日本各地で器械製糸の工場が設立され、生糸の生産量が急速に増加した。また、南北戦争以降アメリカでの蚕糸需要の増大、器械製糸の急速な普及、繭や生糸の増産技術の発展などの内外要因を背景に日本の絹産業は輸出産業として成長を遂げ、1909年には輸出量が世界最多となった。同年の取繭量は136,000トン、生糸の生産量は181,000俵、輸出量は135,000俵にまで増加した。
III. 成熟期： ⑤整理・合理化時代 (1929～1940年) ⑥全面統制時代 (1941～1945年)	1929年に輸出金額のピークとなり同年の取繭量は383,000トン、生糸の生産量は706,000俵、輸出量は581,000俵であった。第一次世界大戦以降の転換期も絹産業は主力輸出産業として重視され、戦争による貿易の統制や世界恐慌による影響を受けずに効率化された生産体制の下で、自由な生産と取引が可能だった。国内の生糸の生産量と輸出量は1930年代にピークに達し、高品質で安価な絹が世界中に普及した。しかし、戦争の激化による統制に加えて、レーヨンやナイロンなどの化学繊維が普及したことを契機に、輸出産業としての絹産業は衰退の道を歩まざるを得なかった。1945年の取繭量は85,000トン、生糸の生産量も87,000俵まで減少した。
IV. 再興期： ⑦戦後復興期 (1946～1958年) ⑧高度経済成長期 (1959～1973年)	第二次世界大戦の後には再び外貨獲得産業に位置づけられた。また、戦後高度経済成長期を迎えたことで機械化が進み1960年代までの間、一時的に輸出も回復を見せたが、途上国の安価な生糸や化学繊維との競争に敗れ、輸出から内需中心に転換した。1968年の取繭量は121,000トン、生糸の生産量は358,000俵であり、この時期が第2のピークといえる。しかし、1962年の繭・生糸の輸入自由化による輸入増が始まったことは、その後の国産シルクの衰退に拍車をかけた。
V. 衰退期： ⑨低成長期 (1974～1985年) ⑩国際的政策協調期 (1986～2000年)	1973年の石油ショック後、国内の生産量は減少し、蚕糸生産の計画的縮小や低価格化が求められたため、絹産業の衰退が加速した。1986年には生糸・絹製品の輸入額が輸出額を上回る逆転が生じ、以降は繭価の低下、着物離れの浸透などの要因によって、養蚕農家も減少して継承が危ぶまれるほどの厳しい状況に至った。2000年の取繭量は1,244トン、生糸の生産量も9,300俵にまで減少した。
VI. 転換期： ⑪経済構造改革期 (2001～2008年) ⑫大転換期 (2009年～)	法改正によって、(財)大日本蚕糸会（現・一般財団法人大日本蚕糸会）が国内の蚕糸関係業務をリードすることになった。同会を中心に蚕糸業と絹業の連携や様々な研究を通じた振興の取り組みがなされているが、衰退の現状に歯止めはかかっている。2020年の取繭量はわずか80トン、同じく生糸の生産量も200俵に留まる。担い手の高齢化や人員の減少も続いているが、2014年に「富岡製糸場と絹産業遺産群」が世界文化遺産に登録されたことを受け、群馬県や富岡市では養蚕事業者の育成に力を注いでいる。

出典：矢口（2009）および高崎経済大学地域科学研究所編（2016）ほか資料より報告者作成

日本の繊維産業は、かつては輸出における主力産業であった。中でも官営富岡製糸場の設立以来、日本の近代工業をリードした絹産業は強い国際競争力を持ち、国内各地の生産や雇用を支えてきた。しかしながら、

20世紀後半には新興国に押され、「小さすぎる企業、複雑すぎる工程間の分業構造、川中と川下のつながりの弱さ、内向き志向」などの内的要因によって（伊丹2001:10）、急速な衰退を余儀なくされた。

群馬県をはじめとして、今でも「シルク（絹）」が地域資源として活用されている地域では、その産業の保存に向けて様々な試行錯誤が重ねられている。高付加価値商品の開発はもとより、ブランド化の動きや観光資源とのコラボ、農研機構や大学などでの「シルク（絹）」の科学的な研究の発展など、各地に希望の光が残されている。このことは見落としてはならないと考える。この希望の光を絶やさずに、どのように磨いていくのかということを探索していくことが、絹産業の将来を左右すると考えられる。

(2) 現状分析

絹産業の衰退を示すデータや課題や展望に関する情報は多いが、ここで報告者は地域の生活文化という視点から現状を整理するために、工程別（養蚕、製糸、織物）にその所在地を示す分布図を作成した（図1）。これより、養蚕を継承する地域が限定されていること、製糸工場は少ないものの伝統工芸品として川下の織物が多数残っていることが可視化できた。このことは絹産業が各地域の自然や歴史、そして服飾などの生活文化に根差していることを顕著に表している。

また、より詳細な現状を把握するため、国内各地に残された特徴ある絹産業の取り組みとして、長野県、京都府、山形県、愛媛県、そして熊本県を取り上げ、事例研究を行った。これらの事例は、絹産業の工程である養蚕・製糸・織物それぞれの工程が継承される地域と一貫している地域、そして多岐にわたるシルク商品を扱う地域という視点から抽出した。コロナ禍で現地訪問ができなかったため、二次資料によって情報を収集・整理した。事例研究により、継承された資源を守り育てていく地域と、新たな方法で資源を活用していく地域とで産業振興の方向性や具体的な取り組みに違いがみられた。これは各地の絹産業が歩んできた歴史的背景や残された資源に大きく関わりがあると推測される。

以上のことから報告者は、絹産業を、ただ繭から生糸、そして絹という製品を作り出す技術工程として捉えるのではなく、地域の自然や歴史・文化の一つの表れ（表象）として捉える必要があるのではないかと感じた。今後の発展あるいは再生を考える上では、技術と地域固有の伝統が融合する商品や事業を生み出して

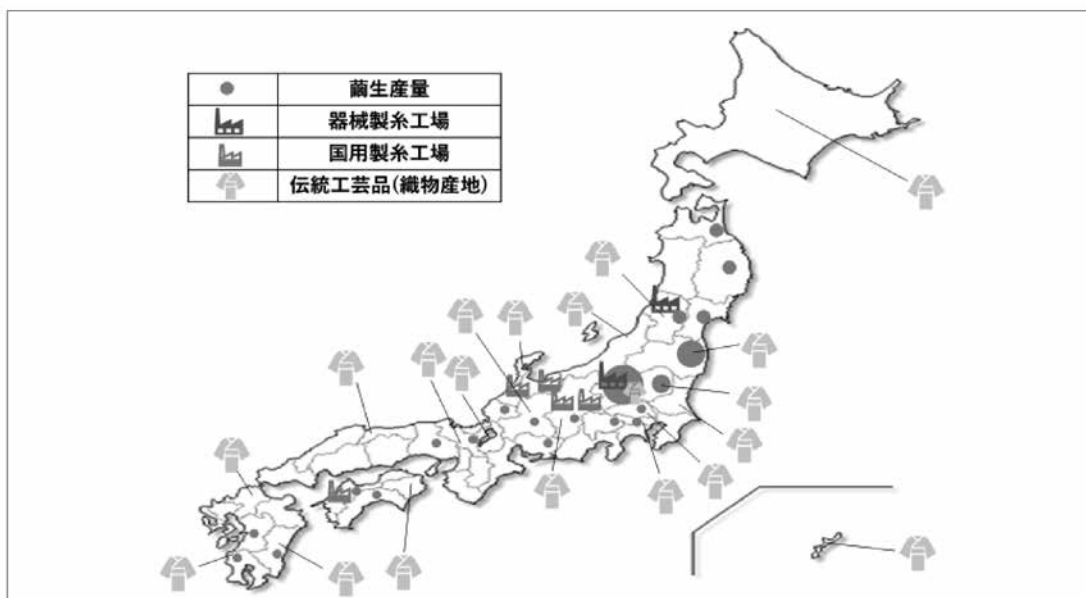


図1：絹産業の分布

出典：農林水産省（2021）ならびに経済産業省（2021）より報告者作成

いくことが、各地の絹産業、ひいては日本の絹産業の再生につながると思われる。

3. 主な研究成果

(1) 群馬県の絹産業における取り組み

群馬県は、全国の養蚕農家の36%、繭生産数量の35%を占める全国1位（2020年）の養蚕県である。そのため、蚕糸業の研究開発拠点としての県立「蚕糸技術センター」や広く絹産業の知識を普及啓発する群馬県立「日本絹の里」、そして県立世界遺産センター「セカイト」などいくつもの関連施設を擁している。中でも、蚕糸技術センターでは「ぐんま200」、「ぐんま黄金」などのオリジナル蚕品種を次々に生み出すなど、技術面で養蚕業を支えてきた。県は政策面でも絹産業の継承に力を注いでおり、これまでもさまざまな施策を通じて養蚕農家や関連事業者の支援に取り組んでいる。しかしながら、他地域の例にもれず群馬県の絹産業の規模は大きく縮小している。

県内のあらゆる場所で古代からの絹産業の足跡をみることができ、日本全国に二つしかない器械製糸工場の一つ「碓氷製糸」も群馬県にある。今なお絹産業の一貫した工程が残る貴重な県である。2014年に世界遺産に登録された「富岡製糸場と絹産業遺産群」の構成資産である富岡製糸場のほか、田島弥平旧宅、高山社跡、荒船風穴は各々異なる産業工程を担う施設である。他にも群馬県各地には多数の絹遺産が広がっており、2015年には文化庁によって日本遺産「かかあ天下一群馬の絹物語」が認定された。「かかあ」は、養蚕・製糸・織物で家計を支えた働き者の女性を総称した名称であり、「かかあ」が支えた群馬の絹産業を12の構成文化財によって語り継いでいる。このことから歴史・文化と絹産業の他に類を見ない密接なつながりがわかる。さらに、絹に関する建物や民族芸能、生活文化など105件のぐんま絹遺産が県内各地に登録され、「ぐんまのたからもの」として保存活用を図っている。

(2) 富岡市の絹産業の概要

富岡市の直近2020年の養蚕農家数は14戸、収繭量は6,462kgである。2017年の養蚕農家数は18戸、収繭量は6,620kg、さらに遡って1968年の養蚕農家数は3,010戸、収繭量は1,441トンであった。以上のデータを比較すると日本の絹産業、群馬の絹産業と同様に養蚕業の著しい衰退状況がわかる。しかし、その中で新しい兆しもみられる。というのは群馬県の養蚕農家の平均年齢は70代であるが、富岡市で現在、最も若い養蚕農家経営者は30代である。これは後述する市の施策などの成果ともいえる。とはいえ、新規参入者が増え、担い手の減少がV回復しているのではなく、あくまで現状維持に留まり、未だ「退職者>参入者」という現状にある（富岡シルクブランド協議会インタビュー）。

「シルク（絹）」の原料となる繭を作る養蚕は西毛地区に古くから伝わり、養蚕は農民の収入源として大きな役割を果たしていた。蚕を飼育し、繭を作った農民は、繭から糸をとり、そして織物に加工するなど一貫した工程を担い、生計を立てていた。そのため深い敬意を込めて「お蚕（こ）さま」とも呼ばれ、育てられた。この呼び名は、養蚕地域で広く浸透している。蚕と密接に関わっていた富岡の地でも、収入を得る手段であった蚕を「お蚕様」「お蚕さん」などと呼び、現代においても蚕を大切にしていた生活文化が根付く。江戸時代では、九江市（定期市）が開かれるようになり、生産した生糸や絹は市で一番多く取引されるようになった。そのことから、富岡市の市は絹市となり、絹を通して各地とのつながりを構築していった。特に、江戸や名古屋などの都市と結びついたことで経済活動は活発になったとされている。

さらに1872（明治5）年には富岡製糸場が設立され、より一層富岡とシルクの関係は深まった。ただ、地域の農家は地元の上州座繰りを使った組合製糸と関わりが深かったようである。とはいえ、富岡製糸場周辺の飲食店街は繭を納品に来た養蚕農家の男たちで賑わっていたという話が今も伝わっており、製糸場の存在感を示している。さらに、昭和50年代頃までは市内の多くの家が、現金収入を得る副業として養蚕を行って

いた。現在の中年以上の市民の中には農家出身者以外でも養蚕を体験している人が多い。生活文化や経済の視点から捉えてみても、かつて富岡の地域社会にとって「シルク（絹）」は、日常と密接に結びついたものであった。現在はその結びつきが経済的なものから歴史的・文化的なものになりつつあるが、今なお地域との関係が深いものだと考えられる。

富岡市では、養蚕業の継承、復興を目指すための各種取り組みがなされている（富岡シルクブランド協議会インタビュー）。特に近年では富岡シルクブランド協議会を通じた養蚕農家の支援や市民養蚕による啓発普及、新たな担い手としての地域おこし協力隊の募集などに力を入れている（表2）。

表2：富岡市の取り組みについて

取り組み	内容
富岡シルクブランド協議会	県や市、大日本蚕糸会の補助金を活用し、富岡で生産された繭の価格に上乘せし、通常約2,000円程度で取引されるものを、倍の4,000円程で買い取っている。
市民養蚕	世界遺産登録された富岡製糸場を支えた地域の養蚕業を継承するため、飼育マニュアルや飼育キットが配布され、誰でも簡単に養蚕と触れあえる機会を提供している。
地域おこし協力隊	地方自治体が地域外の人材を受け入れ、地域協力活動を行ってもらい、その定住・定着を図る制度で、養蚕の継承や富岡シルクの魅力をPRするために、富岡市でも募集が行われる。

(3) 富岡シルクブランド協議会の活動状況

富岡シルクブランド協議会は、上述した繭代での還元を行う「養蚕農家の保全」と認証委員会による「富岡シルクのブランド化」を行い、富岡の絹産業を支える役割を担っている組織である。2008年に設立され、富岡市や甘楽富岡農協、富岡商工会議所、碓氷製糸や他の関連事業者、そして養蚕農家などから構成される協議会組織である。2022年からは法人格を取得し、「一般社団法人富岡シルク推進機構」に改組される。

以下、インタビューで得た調査データをもとに組織の活動状況をまとめる。まず、富岡シルクブランド協議会では、養蚕業・絹業の持続を目的として支援を行い、日本の養蚕技術とシルク文化を次世代に継承することを事業のコンセプトに掲げている。川上にあたる養蚕農家から川下の絹加工・販売業者まで、蚕糸・絹業に携わるすべての過程の関係者がグループを形成し、生産から流通・小売までの連携を強化し、「富岡シルクブランド」として特徴のある絹製品を開発販売することを目的としている。2021年9月6日時点で会員は66団体であり、群馬県はもちろん全国に存在する。協議会の会員は富岡シルクを使用した様々な商品を開発し、同協議会の認証委員会にて審査を受ける仕組みとなっている。認証制度の応募はかつて年2回開催だったが、現在は会員の負担軽減のため年中の開催となった。ここ最近ではコロナウイルスの影響もあり、認証商品の応募は実施していない。認証制度の応募数と認証数はグラフの通りである（図2）。

図をみると、認証制度の応募数は年々減少しているが、認証商品は富岡シルクブランドとしての品質の保証などブランド価値を付加される点で意義が

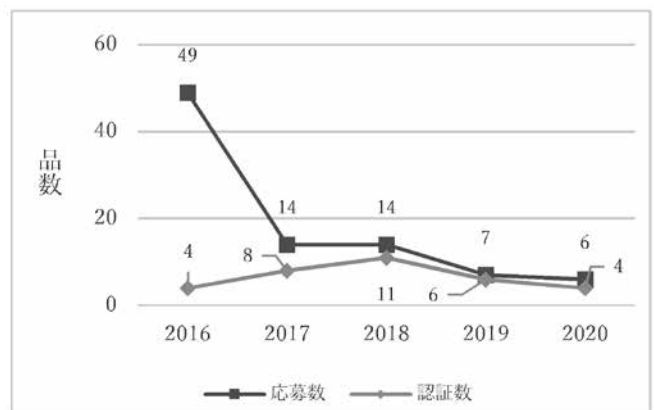


図2：認証商品の推移

出典：同協議会インタビューより報告者作成

ある制度だと考えられる。また、認証制度に合わせて富岡シルクブランド協議会ではオリジナル商品として独自に商品の開発・販売を行っている。しかし、2020年の売上は1,700万円で、そのうちオンラインショップでの売上は140万円と、最高売上時点に比べて約半分程度にまで落ち込んでいる。

このような状況を打開するべく、富岡シルクブランド協議会では2021年7月1日に法人格を取得し、「富岡シルク推進機構」となった。法人化することで自由な収益活動ができるようになることやコロナ禍において持続給付金や減収支援金などの支援を受けられること、企業とのコンタクトがスムーズかつ安易になるといったメリットがあるとされる。今後は、養蚕を生業として継承していくために活動を継続し、また、自由な販売活動において様々な価格帯の商品を展開し、ピラミッド型の品ぞろえの実現を目指すとしている。

以上の現状を踏まえ、報告者は、富岡シルクブランドの事業を、他の地域のブランドと比較検討しつつ、四つの視点からSWOT分析を行った。比較対象は、現在も製糸工場が残る地域でシルクブランドを事業化している山形県の鶴岡シルク（鶴岡シルク株式会社）と長野県の岡谷シルク（岡谷シルクブランド協議会）である。比較項目は、①商品展開、②販売先、③価格帯、④発信方法の四つを用いた。紙幅の関係で分析過程の詳細は省くが、主に各オンラインショップの調査と比較分析から見えた富岡シルクの強みは、品ぞろえが充実していることや幅広い価格帯であること、富岡製糸場の歴史・文化をモチーフにできること、養蚕が継承されていること、そして全国に散らばる多様な会員の存在などであった。川上から川下に至る多様な業種の協議会会員が連携することで地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開が可能となる。これは、富岡シルクブランド協議会の持つ最も大きな潜在的な強みであると思われる。逆に弱みとして考えられる点は、発信ツールが限定していることやターゲットの客層が狭くなっていることなどである。これまでのインタビューや独自の分析から明らかになった富岡シルクブランドの現状と課題は表3にまとめた通りである。

表3：富岡シルクブランドの現状と課題

内容	まとめ	
現状	強み	<ul style="list-style-type: none"> 商品の品ぞろえが豊富なため、価格帯も幅広く充実している。 富岡市のシンボルともいえる富岡製糸場が資源としてあるため、商品とのコラボが容易である。 富岡シルクブランドの原点である養蚕が継承されるため、生産者の顔が見える商品づくりができる。 川上から川下に至る多様な業種の協議会会員が全国に散らばっており、連携によって地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開が可能。
	弱み	<ul style="list-style-type: none"> 発信ツールが限定されていて、消費者との接触機会が少ない。 商品の品ぞろえが多いにもかかわらず、どの商品もターゲットとなる客層が似ているため、強みを生かしきれていない。
課題	<ul style="list-style-type: none"> 発信方法の見直し（より多くの消費者に情報を届けるためのプロモーション戦略の考案） ターゲットの需要に沿った商品開発 養蚕や富岡製糸場などの地域の歴史的・文化的資源とコラボした商品づくりなど、「富岡らしさ」がある商品の確立 消費者との接触機会を増やすために販路拡大を目指すことが重要と考える。 	

これまでの調査によって、富岡シルクブランド協議会の活動は、養蚕農家の支援や富岡シルクブランドの普及に貢献していることがわかった。しかしながら、特に販売活動においては足踏み状態となっており、その強みが生かしきれていないと思われる。例えば、富岡シルクブランドの認証商品は厳選した素材と確かな技術で製造されている。しかし、商品ではなくブランドとしてみた場合には、未だ西陣織や桐生織物のような歴史的なブランドイメージの積み重ねや、ブランドの核となる「富岡らしさ」を見出しにくい。富岡に残る地域固有の伝統である養蚕文化をどのように「富岡ブランド」の形成に活用するかが、今後の課題として挙げられる。報告者は、この課題に向きあい富岡シルクブランドの強みや「富岡らしさ」を追求した取り組み

みを展開していくためには、富岡にとってシルクとは何か、逆にシルクにとって富岡はどのような存在なのか、シルクと地域の関係を今一度、掘り下げて考える必要があると考えている。

そこで、報告者が析出した富岡シルクブランドの課題解決に向けて、富岡シルクブランドの強みを生かした①地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開と、そして弱みを克服するための②富岡という「地域らしさ」を追求したシルク商品の展開という2軸で取り組むことが必要であると考えた。

4. 報告者の実践的な取り組み

ここからは、これまでの研究で示した富岡シルクブランドの課題解決に向けた実践的な提案を行う。報告者は、富岡シルクブランドの課題として指摘した発信力の不足を補う方法として「ふるさと納税」に着目した。その理由は、広く普及しつつある国の制度であるため信頼が高く、また、取り扱うポータルサイトが多いことから消費者（寄付者）の目に触れる機会を増やせることで、発信力を補うことになると考えたからである。

ふるさと納税の受入件数は制度が開始された2008年度は5.4万件だったが、10年後の2018年度は2322.4万件、直近の2020年度には3488.8万件と大幅に増加している。また、寄付額についても2008年度の81.4億円から、2018年度は5127.1億円、さらに2020年度は6724.9億円へと大幅な増加傾向にある。ふるさと納税をきっかけとして、地域商品への需要の増加やふるさと納税への注目度は高まっているといえる。

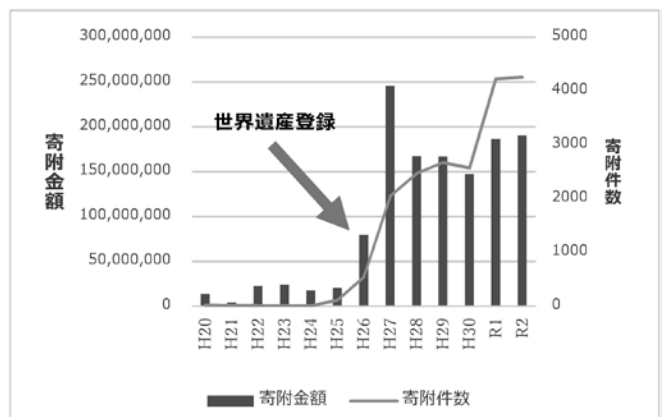


図3：富岡市ふるさと納税利用者および寄附額の推移
出典：富岡市（2021）より報告者作成

返礼品の中でも人気を集めるのは肉や魚、野菜や米といった農作物である。制度のメリットを理解して日常の買い物の延長として「お得」に返礼品を手にしようとする人は多い。一方でその地域ならではの自然・歴史・文化を色濃く反映した商品に注目する人も少なくない。また、近年は体験型返礼品も注目を集めており、地方の関係人口づくりにも一役買っている。体験型返礼品は各種ポータルサイトでも特集が組まれている。

富岡市においても利用者及び寄付額は増加傾向で（図3）、ゴルフ場利用券などが人気である。また、レジャー体験以外でも、寄付額25万円の「富岡製糸場1日場長就任体験」も着実にニーズをつかんでいる（富岡市役所企画課インタビュー）。富岡シルク関連の返礼品について見てみると、ハンカチやネクタイなどのシルクブランド商品が返礼品として並んでいるが、養蚕や製糸に関わる体験型返礼品はなかった。

そこで、報告者は地域資源である「シルク（絹）」の発信力を高める一つのアプローチとして、体験型返礼品を企画した。そのため、これまで報告者自身が富岡で実施したフィールドワーク（以下、FWとする）を振り返り、富岡ならではの魅力を感じたポイントとして、次の3点をピックアップした。

一つ目は「養蚕農家での上蔟体験」である。報告者は富岡市の養蚕農家のA氏のもとで上蔟の作業を体験した。養蚕の工程などある程度の知識はあったものの、実際の体験を通して感じることや学ぶことはたくさんあった。初めて触るお蚕様の感触や独特の匂い、回転蔟がずらっと並ぶ光景など、そこでしか味わえない雰囲気を感じた。この体験から、現地の蚕に触れる機会を創ることはシルク商品の舞台裏を広く発信できるきっかけになると報告者は考え、一つ目のポイントとして養蚕体験を取り上げた。

二つ目は「染織作家とのコラボによる織物体験」である。報告者はFWで知り合った染織作家のB氏とワークショップの企画・運営を経験した。その際に、おもちゃの機織り機を使った織物体験を行い、糸を選ぶ工程から織る工程までを体験した。そこでは織物の奥深さや織ることに没頭してしまう感覚を味わった。また、

素材にこだわる染織作家とウォールハンギングという壁飾りを作る時間は、他のことを忘れるほど熱中でき、何度も体験したくなる気持ちを引き出された。このような体験を広く一般の消費者に感じてほしいと考え、二つ目のポイントとして織物体験を取り上げた。

三つ目は「まちやど蔦屋での宿泊」である。報告者は、毎回のFWで常に蔦屋に宿泊した。蔦屋は、古民家を改装した施設で、まるでおばあちゃん家のような居心地の良さや安心感がある。また、報告者は、店主の朗らかな人柄と人脈の広さ、そして昨年度の研究で取り上げた富岡特有の「おせっかい」で、研究に役立つ有力な情報やキーマンたちを紹介してもらうことができた。上記のA氏とB氏は共に蔦屋を通じてつながった人びとであり、蔦屋は地域の内と外とをつなぐ懸け橋となっていると考えられる。このような宿泊施設と人的資源は、富岡市の発信力を補う役割を果たすと判断し、三つ目のポイントとして蔦屋での宿泊を取り上げた。

これらの企画は、報告者がコーディネーターとなって養蚕農家と染織作家、さらに、まちやどをつないで連携を実現することによって産業/業種の垣根を超えることができる。また、体験の内容は、富岡を訪れることではじめて体験できる地域ならではの体験にこだわっている。これらは前節で示した課題解決に向けた二軸に対応する。

以上のポイントを踏まえつつ、報告者は現在注目を集めている体験型返礼品と、FWを通して見出した富岡ならではの三つの魅力を組み合わせることとした。現在、来年度の富岡市のふるさと納税返礼品への出品を目指して、協力者と共同で次の四つの体験型返礼品のプログラムの開発を進めている（表4）。

なお、これらは企画中のものであり、今後は実現に向けた課題を克服するため、市役所や返礼品委託事業者などの関係団体間の調整が必要である。そして企画コーディネーターとして調整役を果たすのが、報告者たち商学を学ぶ学生である。

なお、今回の企画は富岡市ではじめて展開する養蚕関連の体験型返礼品企画であり、新たな情報発信源となるものであるが、シミュレーションによると富岡シルクブランドや絹産業全体への効果はごく限られたものである。しかし、富岡ならではの体験を詰め込んだこの返礼品が実現できれば、富岡シルクブランドの普及に向けた地域や業種を超えた事業者の連携による商品開発のモデルケースとして意義があると考えられる。将来的な富岡シルクブランドの普及・発展、養蚕業をはじめとする絹産業の再生を目指すためには、地域におけるこうした小さなケースから発展的・継続的に関係者のネットワークを広げることは大切であろう。それとともに、全国的な連携や産業間での連携が必要となっていくと考えられる。将来的には、地域や産業の枠を超えた多種多様な人々の関わる商品開発や事業展開の中から新たな価値の創出が期待される。

5. 展開可能性

これまでの調査研究を踏まえ、報告者は富岡シルクブランドの課題解決に向けて、①地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開ならびに、②「地域らしさ」を追求したシルク商品の展開の2軸で取り組むことが必要だと考え、それを実践すべく、自身もふるさと納税返礼品の開発に取り組んだ。以下、今後の研究および返礼品企画の展開可能性をまとめる。

報告者は、来年度以降の研究の展開をより実践的にするために、マーケティングの視点と方法論を取り入れる。さらに、地域や産業の枠を超えた商品開発や事業展開を目指し、群馬県内外の「シルク（絹）」に関わる地域や産業（外部）を現地調査し、それぞれの地域や産業の取り組みの最前線を調査する。特に、新たな川下を見出すためには、絹産業以外に視野を広げ、どこに需要があるのかを調査する必要があると考えている。さらに、一つの地域産業では成しえないことに挑戦していく可能性を探る。「シルク（絹）」を地域資源としている地域（内部）の特徴をまとめ、他地域の絹産業や絹産業以外の産業との組み合わせや共同開発などを目指す。


「シルク（絹）」の用途は多岐にわたるため、用途に応じて市場調査を行うことが重要であり、特に絹産業

表4：返礼品の内容

プログラム名	ポイント	内容
A. 養蚕体験	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> SDGsやサステナブルといった社会的な動きに敏感な人や丁寧な暮らしがしたい人、素材にこだわりがある人、自由研究を目的とする関東圏に住む家族など
	体験の内容	<ul style="list-style-type: none"> 上蔭体験（又は選繭体験） お蚕様から繭ができる工程を、体験を通して学ぶことができる。
	実現に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> 日程の調整と告知方法 上蔭のタイミングは養蚕農家の熟練した技術や経験によって決定されるため、ピンポイントでの告知は難しく、寄付者の都合を考慮することができないところが課題とされる。また、養蚕農家ひとりでは教えながら作業をすることが難しいため、受け入れ体制の構築も必要となる。
B. 織物体験	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> 高所得者や婦人層、織物や手仕事が好きな人
	体験の内容	<ul style="list-style-type: none"> 機織り機を使ったウォールハンギングなど 機織り機は普段目にすることも、使うことも少なくなっているため、体験を通して「鶴の恩返し」の世界観が味わえる。また、織り方や使用する糸の色などは好みのものを選択することができるため、愛着のわくモノを作ることができる。
	実現に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> 体験の実施時間やプログラムの統一性を検討すること 実施時間については個人のペースによって進捗が異なるため、決められた時間の中で完成できるのか実際にシミュレーションが必要となっている。プログラムの統一性については、寄付者のSNS等での拡散が期待されるので、システムを統一させ、他の織物体験との違いを明確にしなければならない。
C. 養蚕体験 + 織物体験	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> A・Bと同じ
	体験の内容	<ul style="list-style-type: none"> 上蔭体験と織物体験 お蚕様から繭、繭から糸、糸から織物ができる一貫した工程の体験ができる。
	実現に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> A・Bと同じ。加えて、複数の事業者が関わるのでプログラムの構成の検討、主催者の明確化などの検討が必要。
D. 養蚕体験 + まちやど宿泊	ターゲット	<ul style="list-style-type: none"> 関東圏に住む家族で夏休みなどの長期休暇で旅行を考える人や富岡市の観光客
	体験の内容	<ul style="list-style-type: none"> 養蚕体験（上蔭）とまちやどの宿泊券体験と宿泊がセットになっているため、ツアーとして楽しめる。
	実現に向けた課題	<ul style="list-style-type: none"> 体験場所と宿泊地の移動など寄付者へのおもてなしの検討が必要 富岡市へのアクセス方法や人数など事前に調査する必要があるため、事業者の連携が課題点となる。

を含むアパレル産業や競合になりえる繊維産業、「シルク（絹）」の代替産業を詳しく調査する必要があると感じている。その過程では、繊維としての可能性に加えて、例えばシルクタンパクの応用など、繊維以外にも活路を見出すことが求められるだろう。さらに、富岡シルクブランドの展開に向けて、富岡にとってのシルク、シルクにとっての富岡という関係性を捉えなおし、富岡シルクブランドの価値を見出していく。そのために、原点に帰って「地域らしさ」を見直し、地域独自の活動も合わせて盛り上げていく必要があるだろう。

本研究は群馬県富岡市をフィールドとしているが、今後は、「シルク（絹）」の新たな活路を探るために日本全国に視野を広げ、川上から川下までの工程や絹産業を取り巻く産業についても調査していく必要がある。日本全体での活動は、改めて「地域らしさ」が何かを考えるきっかけを創出し、結果として品質による差別化が難しい「シルク（絹）」においても違った視点からの差別化が可能になると考えられる。また前述の活



動を通して、富岡シルク・群馬シルクの可能性を見出し、地域オリジナルの商品や事業でその地域らしさを追求することも重要と考えている。群馬県の絹産業においても、差別化ができれば、一貫した生産が県内のできる点で優位性の獲得につながり、地方創生においても大きく貢献することが期待できる。これら2点は、富岡に限らず、衰退した絹産業再生や群馬県の地域活性化に貢献できると思われる。

引用・参考文献

- ・伊丹敬之+伊丹研究室『日本の繊維産業 なぜこれほど弱くなってしまったのか』（NTT出版・2001）
- ・総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果（令和3年度実施）」（2021）最終アクセス2022年1月29日（soumu.go.jp）
- ・高崎経済大学地域科学研究所編『富岡製糸場と群馬の蚕糸業』（日本経済評論社・2016）
- ・高崎経済大学附属産業研究所編『近代群馬の蚕糸業—産業と生活からの照射』（日本経済評論社・1999）
- ・農林水産省「蚕糸をめぐる事情」（2021）最終アクセス2022年1月 <https://www.maff.go.jp/j/seisan/tokusan/attach/pdf/sannshi-2.pdf>
- ・矢口克也「現代蚕糸業の社会経済的性格と意義——持続可能な農村社会構築への示唆」『レファレンス』705巻（国立国会図書館・2009） <https://dl.ndl.go.jp/info:ndljp/pid/999584>

※謝辞

本研究を進めるにあたり、私どもの取材に快くご協力して下さった富岡市役所、地元企業、養蚕農家さん、染織作家さん、また絹ラボの主催・運営をして下さったシルクカントリー群馬プロジェクト実行委員会様に厚く御礼と感謝を申し上げます。