

井原市のデニムによる まちづくりの萌芽のゆくえ

望 月 徹
堤 谷 太 陽

はじめに

1. デニム・ジーンズの先行研究
2. デニム産地における井原の位置づけ
3. 井原市におけるデニムづくりの変遷とその特徴
4. 井原市のデニムによるまちづくりの取組み
5. 考察—井原デニムによるまちづくりの今後—

おわりに

参考文献

はじめに

岡山県西部地域や広島県東部地域は、日本におけるデニム・ジーンズの大産地・集積地である。岡山県の倉敷市（児島）や井原市、広島県福山市などがその中心都市である。これら地域は、かつて、備前・備中・備後と呼ばれていたことから、「三備地区」と呼ばれ、備中小倉織や備後緋の伝統を受け継ぐ地域である。

井原市や倉敷市児島地区は明治期において「備中小倉」として、小倉織の中心的な産地となった（藤井ほか，2007）。また、福山地域の備後緋は伊予、久留米と並ぶ日本三大緋の産地の一つであり、江戸期末期に生まれ、明治期に機械織が導入されて発達した（永田，2012）。現在の日本のデニム・ジーンズの中心的な産地である岡山県西部や広島県東部地域は、この小倉織や備

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

後緋の産地を継承した地域であり、今では、備後緋や備中小倉に代わり、新たにデニム・ジーンズの産地としての地歩を築いている。デニムは生地であり、ジーンズは最終製品である。例えば、デニムの国内シェア50%以上を供給する福山のカイハラや、ジーンズストリートに、个性的な店舗が集積する「国産ジーンズ発祥の地 児島」などがよく知られた存在であり、1社で一貫生産されるカイハラデニム生地は、リーバイス、エドウィン、ユニクロなどトップメーカーへ供給されている⁽¹⁾。

一方、同じ伝統を受け継ぐ岡山県井原市もデニム生産に先鞭をつけ、1970年（昭和45）年には国内の75%の生産量を誇った⁽²⁾。しかし、その後オイルショックなどの影響を受け安価な輸入品に押されるなかで生産量は激減した。それぞれ同じ様な出自や背景を有しながらも、日本国内におけるジーンズ生産をリードし「国産ジーンズ発祥の地」としてのブランド化に成功した児島や一貫生産の徹底で生産量を大きく伸ばした福山とは対称的であった。このため、児島と同じ備中小倉の伝統を受け継ぐにもかかわらず井原デニムは一般にはあまり知られていない。

しかし、生産量こそ最盛期からは激減したものの、井原デニムは世界のトップブランドが選ぶ高級デニムであり、海外の展示会などでは良く知られた存在である。また、最近ではこの高品質な生地が製造できる産地特性を生かし、オリジナル商品やジーンズの製造・販売に取り組む企業も現れ、井原駅にはデニムショップ⁽³⁾が、その近郊には、デニム製品の専門ショップ⁽⁴⁾も開設

(1) 2019年10月19日放映のテレビ東京の『カンブリア宮殿』において、カイハラ會長の貝原良治が説明している（<https://www.tv-tokyo.co.jp/plus/business/entry/2019/020394.html> 2024年7月15日閲覧）。

(2) 井原市観光協会ホームページの「デニム（でにむ）」（<https://www.ibarakankou.jp/sightseeing-information/local-specialty/DB999.html> 2024年7月28日閲覧）。

(3) 井原市被服組合が2010年から始めたデニムショップの「D#（ディシャープ）」

(4) ミズタニが、2021年に井原の本社敷地内に設けたデニムショップ「BlueTrick」

されている。さらには古民家再生でデニムホテルもオープンし、デニム条例の制定やそれに伴う振興策によって、現在の井原市においては、地域をあげてのデニムによるまちづくりが進められている。

本論文はこうした井原市の新たな動きに着目し、デニムによるまちづくりによって価値づけられつつある井原市の特徴を踏まえ、その萌芽のゆくえを明らかにすることを目的とする。ここでいう価値づけとは、アクターが行為する具体的な状況のなかで諸存在物の性質決定 (qualification) を行い、その結果、当該財やサービスに、新たな評価が生まれること (valuation) を言う (Diaz-Bone 2011)。

研究の方法としては、主に井原市のデニムによるまちづくりに関わる次の者へのインタビュー調査によった。

(2024年6月14日調査)

- 1 井原市役所 建設経済部 商工課 商工労政係 主任主事 松田悠
- 2 井原商工会議所 三宅仁美
- 3 体験型デニムショップ おのはなこ商店 代表クリエイター 小野華子
- 4 クロキ株式会社 代表取締役社長 黒木立志
- 5 株式会社シャンテ 矢掛屋・デニムホテル舞鶴楼 支配人 岩永啓汰

(2024年8月4日調査)

・(有) ミズタニ, BlueTrick 取締役 水谷哲士

※ 各々現地 (ミズタニは大阪 KITTE) で1時間程度のインタビュー調査を実施した。

(2024年8月25日調査)

・(有) ミズタニ, BlueTrick 株式会社の現地調査を行い、オープンファクトリー予定地を見学し追加のインタビュー調査を実施した。また、同代表取締役社長 水谷哲士と、星空のまち美星町の、星空の郷青空市や中世夢が原などを視察した。

1. デニム・ジーンズの先行研究

日本におけるデニム・ジーンズ研究は、三備地域全体に目配りしつつ、その考察を兎島ジーンズ、特にその産業集積研究に集中させているのが特徴である。さしあたり、北川 (2022a) により三備地域全体を概観すれば、各々

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

綿花栽培の歴史を持つ井原市や倉敷市児島地域が小倉織をベースに、福山市が備後緋をベースに繊維産業の発展の礎を築いた。その後、三備地域では、綿織物、足袋、学生服、ワーキングウエア、デニム、ジーンズと時代のニーズにあわせ繊維製品の開発を行い（永田，2012）、地域の強みを生かして経路依存的に発展してきた。その結果、2017年の繊維関連産業従事者の全体産業における割合は、井原市30.4%、倉敷市28.5%、福山市15.8%と高い率になっている（北川，2022b）。倉敷市や福山市が、同時に日本でも有数の重化学工業都市であることを考えれば（北川，2022a）、この数字がいかに高率であるか、この地域において繊維産業の集積の高さが際立っているかを知ることができる。またデニム・ジーンズに関して言えば、デニムの生地をつくる部分を主に井原市や福山市が担い、ジーンズの製品化部分を主に倉敷市児島地域が担った。地域ごとに役割が異なり、両者はうまく棲み分けられたが（井上，2014）、このデニム生地とジーンズ生産の相互補完性も三備地域の一つの特徴と言える。

産地の広域化の動きを踏まえ、三備地域の中小企業の自立化の態様を明らかにしたのが永田（2013）であり、デニム・ジーンズのブランドメーカーを、大手、中堅、新興の3つのカテゴリーにわけ、それぞれの特徴を明らかにした。すなわち、大手は縫製工場を域外に設け広域化し、中堅は産地内の洗い加工業者との共同開発で近接性のメリットを享受し、新興はデニム生地を独自開発し新たな販売ルートを開拓した。

海外へ工場移転した大手が考察対象として外れている永田（2013）を補完するのが田中（2010）である。田中（2010）が示すように、大きな流れとしては、デニム・ジーンズの手前のナショナルブランドメーカーが生産を海外に移し、その空洞化を中堅が埋めて産地内集積を維持した前提がある。とりわけ、それら中堅の企業が取引のある企業間をつなぐリンケージ機能を持ったことが、この地域、特に児島のジーンズ製造企業の強みとなっている。そ

これは「柔軟な専門化」で知られるイタリアのインパナトーレ (Piore and Sabel, 1984) と同様な機能であり、猪口・小宮山 (2007) が考察した、ふり屋のニイヨンイチの機能もここに含めて良いだろう。これらは自社ブランド構築の促進にもつながり、それに伴い流通・販路も、専門店、直販店、ウェブショップへとウエイトが移され、大手合繊メーカーや商社に依存していたかつての流通機構も大きく変化した (塚本, 2016)。こうして小売りとの直接取引によって独自ブランドを多数生み出すことにより、児島地域はジーンズ生産においてイノベティブな環境を生み出した (豆本, 2017)。

また、児島地域においては、商店街 (味野商店街) の空き店舗へジーンズ販売店を誘致する児島ジーンズストリート構想も進められた (豆本, 2017)。近くには、織物や学生服メーカーなどの資料館、工場見学やアウトレット品販売所などの集積もあり、これらは、ジーンズラッピングバスで結ばれ、児島商工会議所を中心としたジーンズを核とした観光誘致の取組みとなっている (井上, 2014)。日本における、ジーンズの発祥の地としてのブランディングである。これは、江成ほか (2019) が指摘するように、児島地域のメーカーの持つ技術力に裏打ちされた高付加価値プレミアムジーンズというコンセプトを地域が共有したからこそ実現できたと言えよう。その課題は、既存ストックの希少化への対応であり、観光地化に伴うプレミアコンセプトのゆらぎへの対応である (江成ほか, 2019)。

このほか、最近の研究では池澤 (2021) の研究があり、福山の繊維関連の縫製や染色・製織・小売など複数社が共同でローカルブランドを形成する過程が詳らかにされている。

以上のように、地理学や経済学、経営学など分析視角はそれぞれ異なれど、児島ジーンズ集積研究の板倉ほか (2018) や猪口・小宮 (2007) も含め、いずれの先行研究も、基本は三備地域の繊維産業の集積の特性・相互の関係性などの考察や分析が中心になっており、特に、児島ジーンズの集積研究にウ

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

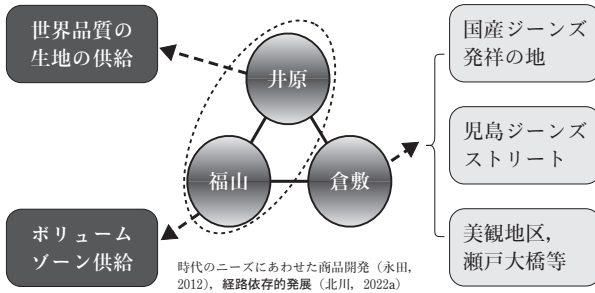


図 1-1 先行研究の概要

出所：筆者作成

エイトが置かれているところに特徴がある（図 1-1）。本稿のように、豆本（2017）や江成ほか（2019）の視点を拡張し、デニムによるまちづくりによって価値づけられつつある地域の特徴を踏まえ、その萌芽のゆくえを示すタイプの研究は管見のところ他に見当たらない。

2. デニム産地における井原の位置づけ—日本における一大デニム産地の形成—

（1）三備地域の特徴—デニムやジーンズ生産への沿革—

三備地域でデニムやジーンズの生産が発達したのは、この地域が綿花栽培に適した気候風土を持ち、備後を含む近隣地域の藍染（紺）織物が盛んであったことに起因し、徳島の藍染の技術がその発達を後押しした。江戸末期において、人々は藍染の着物を普段着として着用し、風呂敷・座布団・箆笥のカバーや家々の軒先の暖簾などにあしらわれ、日本中歩けば、「青」の色が強く印象に残る状態にあったと伝えられている（佐伯⁽⁵⁾，2010）。

備後紺は、江戸時代末期、現在の福山市芦田町に住んでいた富田久三郎が

(5) 佐伯（2010）によれば、幕末に日本を訪れた学者のデービッド・W・アトキンソンが、この光景を目の当たりにして「ジャパン・ブルー」と称した。

織物の研究を重ね、製作技法を考案して作った。その後明治初期に品質改良が進み、美しさや珍しさが人々の注目を浴び、「備後緋」の名称で全国に広がった。生産のピークであった昭和30年代には年間330万反も生産され、全国の生産量の70%を占めていた。だが、西洋化などの時代の変化によって商品の需要や活用場面が変化し、全盛期の約200社は、2010（平成22）年には、2社、年間3000反にまで減少している。⁽⁶⁾

また、江戸期、井原市周辺地域は、一橋家の領国経営により温暖な気候を生かした綿花栽培が進められ、農家への高機（たかはた）の貸付や伊予からの技術者の招聘などの産業振興策がとられた。明治になると井原市は倉敷市児島地区とともに小倉織の代表的産地となり、大正期には輸出小倉服地の過半を岡山県が占めた（藤井ほか、2007）。

倉敷市児島地域の干拓地でも綿花栽培が行われた。農家が副業として綿を紡ぎ、織物・縫製を手掛け、真田紐や小倉帯地などの綿織物が、児島・由加山の参拝客の土産物として評判になり、児島の綿織物が広く知られるようになった（倉敷市日本遺産推進協議会、2018）。明治期における西欧化に伴い、真田紐や小倉帯地の需要は激減したが、代わって、大正期、足袋の生産で、児島は日本一となる（岡山県、2010）。

その裁断・縫製のノウハウが学生服の生産に受け継がれ、昭和の初めには、全国生産の大半を岡山県産が占めるようになった。しかし、第二次世界大戦以降、大手合成繊維製の学生服の普及で打撃を受け、高度経済成長期に伴う

(6) 福山市ホームページ（福山市産業振興課）「えっと福山」「備後緋（びんごがすり）」（<https://www.city.fukuyama.hiroshima.jp/site/miryoku2023/288041.html#:~:text=2024年9月15日閲覧>）。

(7) 江戸期、伊勢参りなどにあわせ、瀬戸内周遊などを楽しむ旅人が金毘羅山の参拝で賑わうのを見た児島の商人が、「由加・こんびら両参り」を思いつき、児島・由加山と金毘羅山の2山観光をカップリングして宣伝したのが当たり、観光客が多く児島を訪れたため、このような土産物がヒットした。2022年10月23日経済地理学会倉敷臨検で聴取した。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）
作業服，制服需要の増大に活路を見出すことになった（藤井ほか，2007）。

（2）三備地域のデニム・ジーンズ産地への発展

備後絨は，今でも素朴な色彩やデザインが和服や洋服に活かされ雑貨等の小物にも応用されている。培われた技術や知識は，染色や縫製など厚手生地
のデニム生産に必要な知識や技術と重なる部分が多かったため，三備地域に
おけるデニムやジーンズの生産へと引き継がれた。また，井原地域の小倉織
は，第二次世界大戦後は，備中小倉をさらに厚地にして，藍染めの技術を生
かしたインディゴ染料で添えた綿織物もつくられ，日本国内の初期ジーンズ
ブームを支えた。このように，三備地域は時代のニーズにあわせ繊維製品の
開発を行い，地域の強みを生かし経路依存的に発展してきた。現在のデニ
ム・ジーンズ産業は，三備地域内に工程間・産地間分業が進みつつあり，か
つ産地間のネットワークや連携も模索されている（北川，2022b）。

北川（2022a）によって，各地域の現在の特徴を整理すれば次のようになる。
まず倉敷市である。倉敷市の繊維産業は児島地域への同業種集積という
特徴を有していたが，近年は児島を離れての立地のケースもあり，アパレル
企業の立地は，広域化，分散化している。集積特性としては，学生服および
デニム生産を主要部門としながらも複合的な産地としての性格を帯びる（立
見，2004）。

次に福山である。福山市の主要アパレル企業は，市の北中部の新市・神
辺・駅家地区に多くが立地し，これら地域の雇用を支えている。一方，市の
南部にもアパレル企業が集積し二極化している。製造品目は多岐にわたり複
合的な産地としての特徴を有する。なお，出原（2023）によれば，福山には
5km 圏内にユニフォームなど100億を超える売上を誇る企業が6～7社ある。

（8） 学生服市場は，メーカーによる中小企業の系列化が進み，「現在でもトンボ，
明石被服，尾崎商事，瀧本など企業で全体の7割を占める」（永田，2012，p.25）

このため、福山を訪れた世界的なデザイナーたちは、縫製・生地・加工の集積や、デニム、ユニフォーム、作業服など、多様な企業が数多く集積していることに驚き、世界的にもこんなに集積のある街はないと言う感想を述べたと言う。

最後に井原である。井原市に立地するアパレル企業では、インディゴ織物を用いたワーキングウエアやカジュアルウエアを中心に被服製造を行っている企業が多く、最近では、冒頭にも示したように、ジーンズ等デニム関連製品を製造・販売する企業も現れている（後述）。

3. 井原市におけるデニムづくりの変遷とその特徴

(1) 井原市におけるデニムの変遷

井原市は、県の西南部に位置し、西は広島県に接している。高梁川支流の小田川が地域の南部を西から東へ流れ、その流域の平野部に市街地が形成されている。北部は、標高200～400メートルの丘陵地帯で吉備高原へと続く。地域の面積は、243.54m²で、地形的には井原市街地を除いては、ほとんどが山々に囲まれた農山村である（図3-1）。人口は、2024年7月末現在で、⁽⁹⁾36,933人である。

井原市はデニム生地の工場や縫製・加工工場などが集まるデニムの産地である。この井原のデニムの変遷は図3-2のとおりである。井原は古くから綿花や藍の栽培が盛んで、藍染織物の産地として発展してきた。井原地方に綿作りが伝わったのは戦国時代末期頃で、江戸時代になり藍が伝わると、藍の栽培から染料を作り綿糸を染色し織った厚地の綿布は井原の特産品として全国に広まった（図3-2左上）。明治に入り、井原で小倉という種類の布地の生産がはじまり、井原で作られるものは、「備中小倉織」と呼ばれた。学生

(9) 井原市ホームページ (<https://www.city.ibara.okayama.jp/site/city-profile/1490.html>) 2024年8月7日閲覧。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

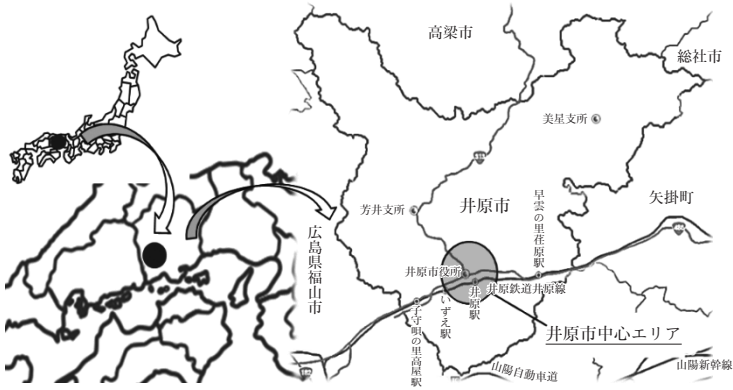


図 3-1 井原市の位置

出所：筆者作成

服や作業服向けに人気で、1912（大正元）年からは輸出も始まり、アジア諸国、中南米諸国、欧州各国など、多くの国に輸出された。

こうした綿織物の伝統に加え、井原は、伊藤忠、兼松、丸紅など商社を通じ、東レや帝人、日清紡、大和坊など紡績大手の下請けの地域となり、大手繊維メーカーの合成繊維を生産した。また、神戸市長田の靴屋を通じ工業用の資材を生産した。運動靴やトランジスタラジオのケースなどである。綿織物と合成繊維、工業用資材の3つで戦後における井原市の繊維産業は成り立っていた。⁽¹⁰⁾

また、井原には、「裏白」と呼ばれていた厚地の布地があり、アメリカで「デニム」と呼ばれていた布地と、藍で染められた表面が紺、裏面が白の厚地の綿織物と同様のもので、これが国産デニムのルーツとされ、井原ではデニム生産も盛んになった。⁽¹¹⁾ 国内の75%のデニム生産を誇っていた1970年の井

(10) 黒木へのインタビュー調査による。各家に2～4台の織機があってまちの至る所で機織りの音がしていたという。

(11) 井原商工会議所ホームページ『井原デニム』の歴史」<https://www.ibara.ne.jp/>

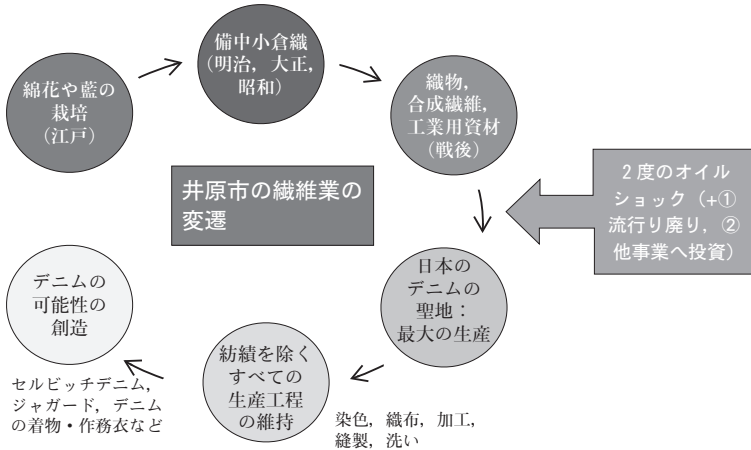


図3-2 井原の繊維産業の変遷

出所：筆者作成

原市には、1,083の製造業産業の事業所があつたが、そのうち繊維工業製品製造業は655事業所、衣服・その他の繊維製品製造業は189事業所と、繊維関係の事業所だけで市内事業所の約8割を占めていた。製造品出荷額等も30億円のうち20億円近くを繊維関係が占めていた。こうした背景から、井原は、「日本のデニムの聖地」⁽¹²⁾あるいは、「日本のデニムのふるさと」(岡山県, 2010)と呼ばれている。

しかし、二度のオイルショックなどの影響を受け、多くの事業所が廃業を余儀なくされた。その結果、前年の1978年に540事業所あつた繊維関係事業所は、翌年には200事業所と大幅に減少した。⁽¹³⁾オイルショックのほかに、黒

~cci_information/ibaradenim_council/ibaradenim_council.html (2023年12月17日閲覧)。

(12) 井原被服協同組合ホームページ「井原デニムの歴史的背景」<https://www.ibaradenim.com/abouts/history/> (2023年12月17日閲覧)。

(13) 井原市ホームページ「製造業産業分類別事業所数、従業者数及び製造品出荷額等」(<https://www.city.ibara.okayama.jp/docs/2017021500103/> 2023年12月17日閲覧)。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

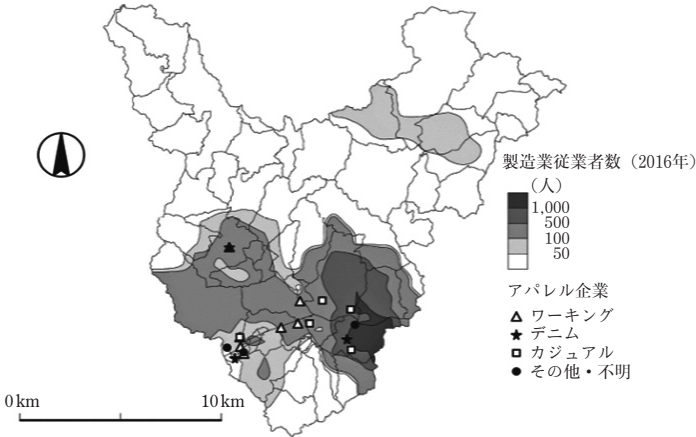


図 3-3 井原の繊維産業の分布

出所：北川（2022a）p. 150

木が指摘する衰退要因としては、第1に、ジーンズがファッションで流行り廃りの影響を受けたこと、第2に、ジーンズが小売りの現金商売で、材料の仕入れなどの手形と支払いとタイムラグから、事業者が手元にある現金を他の投資にまわしたことなどがある⁽¹⁴⁾。

しかしながら、規模は縮小したものの、現在の井原地域には、染色、織布、加工、縫製、洗いといった、デニムやデニム関連商品の生産に関わる紡績以外のすべての工程が揃っている（福山市，2020）。各工程を得意とする専門家集団の集積・技術力があり、それぞれの独立性が保たれているからこそ、井原地域は高品質なデニムを供給できている（図3-3）。

このため、現在の井原地域はその強みを生かし、シャトル織機から生みだされるセルビッチデニム、ジャカードなどの柄物、草木染めなどの染料にこ

覧)。井原市オープンデータ製造業産業分類別事業所数、従業者数及び製造品出荷額等において、(S41～S46) (S47～S52) (S53～S55) を参照した。

(14) 黒木へのインタビュー調査による。

だわったもの、オーガニックコットンなどの差別化された原料にこだわったもの、シルクやレーヨン、機能的な合成繊維との組合せによるものなど、多彩な製品群によって、デニムの可能性を創造し続けている⁽¹⁵⁾。

(2) 井原デニムの特徴

最盛期から生産量は大きく減少したものの、井原デニムは、ルイヴィトン、シャネル、デュオール、グッチ、クロムハーツなど、世界のトップブランドが選ぶ、世界品質の高級デニムである。染色、織布、生地加工・販売を一貫して行うクロキや日本綿布は世界最大級のテキスタイルの展示会、ブルミエール・ビジョンでも良く知られた存在である⁽¹⁶⁾。特にクロキは2006年の出展から20年近い実績を積み、2023年4月14日、LVMH メティエダールとパートナーシップを結んだ⁽¹⁷⁾。井原市ホームページの「市長からのご挨拶」でも、「古くから繊維産業が盛んであり、「井原デニム（ジーンズ生地）」は有名ブランドの生地として使用されるなど、世界各地で高い評価を得ています」と紹介されている⁽¹⁸⁾。

このように、クロキ、日本綿布など織物業者が世界品質を認められていることが、井原デニムのブランド力の支えになっている。これら織物業者もセルビッチやジャカードなどそれぞれ得意・不得意がある。例えば、クロキは

(15) 井原市観光協会ホームページ「デニム（でにむ）」(<https://www.ibarakankou.jp/sightseeing-information/local-specialty/DB999.html> 2024年8月18日閲覧)。

(16) 井原商工会議所の三宅も、コロナ前パリのブルミエール・ビジョンに参加した際、名だたるブランドのバイヤーたちが、クロキと日本綿布を目掛けて挨拶をしにきたことを目撃している。バイヤーたちは、日本のデニムと言えば、クロキ・日本綿布と認識していたことを確認できた⁽¹⁶⁾と三宅は語っている。

(17) 織研新聞ホームページ「LVMH メティエダール デニムのクロキとパートナーシップ締結」(2023年4月14日更新記事) (<https://senken.co.jp/posts/lvmh-230414> 2024年6月24日閲覧)

(18) 井原市ホームページ「市長の部屋」<https://www.city.ibara.okayama.jp/site/mayor/> 年8月7日閲覧)

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

セルビッチ、織布と生地販売に特化した吉河織物はジャカードを得意とする。いずれも10億円を超える売上を誇りデニムの生地生産のメッカ井原を代表する存在となっている⁽¹⁹⁾。

また、井原市被服組合が2010年から始めたデニムショップ「D#（ディシャープ）」に続き、2020年にはおのはなこ商店、2021年にはミズタニが本社敷地内にデニムショップ直営店「BlueTrick」を設けるなど井原市内にも直営店の集積も進みつつある。このほか、青木被服、コモンプレイスの丸山やタカヤ商事（本社、福山市）などが、次々に自社ブランド（Original Design Manufacturing, ODM）を展開しており、今後更なる拡大が期待されている。ミズタニは、自社で製品を製造・販売し、兎島のジーンズストリートや東京・大阪にも出店している。青木被服は、経営者自身がデザイナーであり、デニム生地を使い着物や作務衣など革新的な製品を製作するほか、倉敷美観地区に店を出している。また、日本綿布は自社生地で作った製品をまた仕入れてショップで売り、工場見学で自社製品を紹介している。さらには、自社店舗を持ってない企業でも、全国の百貨店回りなどを行っている。このように、現在の井原市には、自社ブランドが育ちつつある。

(19) 2024年8月25日の水谷へのインタビュー調査による。クロキ、日本綿布、吉河織物が井原市の3大繊維業者であると水谷から説明を受けた。吉河織物がブルミエール・ビジョンに参加しているかどうかは確認できなかったため、敢えてかき分けた。しかし、ANCHORHOTEL FUKUYAMAが行った、創業1905年の吉河織物の三代目、吉河正富へのインタビューで、吉河自身が、「うちは「プレミアムジーンズ」の走り。ベルギーの紡績商社に視察に行ったり、トルコにオーガニックの綿畑を見に行ったり。デニム作りのために、今まで色んな国に行った」と語っており、同社も海外と浅からぬ関係を持っていることがわかる（<https://anchor-hotel.jp/fukuyama/collaboration/voice12/> 2025年1月4日閲覧）。なお、経済産業省の「令和4年度地域産業活性化調査（国内生地の高付加価値化に向けた生地ブランディングに関する調査）」（https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2022FY/000607.pdf 2025年1月5日閲覧）では、1917年創業の日本綿布の従業員は65名で売上高は5.0億円、1974年創業のクロキの従業員は74名で売上高は11.9億円となっている。黒木へのインタビュー調査では、売上は20億円弱との回答を得た。

今後、世界人口が100億人へと成長・拡大へ向かう中で量的な拡大によるシェアの獲得は一つの選択肢である。しかし、それは体力があり設備投資のできる企業、例えば、福山のカイハラがとる選択で中・低級品もカバーし量的な拡大によりスケールメリットを享受する戦略であると黒木は指摘する。これに対し、クロキの選択は、世界需要ピラミッドの頂点の高級路線へのフォーカスである。これまでどおり世界のアップー層への高級デニム生地を提供し続けることを信条とする。

4. 井原市のデニムによるまちづくりの取組み

次に井原市のデニムによるまちづくりの取組みである。第1に、井原デニムのブランド化である。井原商工会議所は、「デニムの聖地」としての井原の認知度を世界に高め、各企業の製品の売上げ増加と地場産業の成長と発展を目指すことを目的に、2017年に地域団体商標「井原デニム」を申請し2019年に認可され、「井原デニム」というブランドが生まれた。これにより、井原市の事業者は市内で織布されたデニム生地を用い、井原デニム審議会が設定する「縫製」や「加工」「仕上げ」など一定の基準をクリアするブランドで製品を製造できる。また、認定された製品は、ロゴマークを使用することが認められることになった。これにより、井原市は自社ブランドを持つ企業を育成したい考えである。

第2に、デニム条例によるまちづくりの推進である。上記に加え、井原市は2021年に「井原デニム条例」を制定した。これは、井原市の特産品の代表であるデニムを愛用することによりその価値を再認識して誇りを持ち、市民が協力して魅力を発信しようというものである。井原デニム条例の制定に伴い、語呂合わせで10月26日をデニムの日に定められ、デニムの日には、デニムを積極的に身に着つけることが奨励された。これが契機となって市内の西江原小学校では、毎月10日と26日にデニムを穿くことが勧奨されている。ま

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

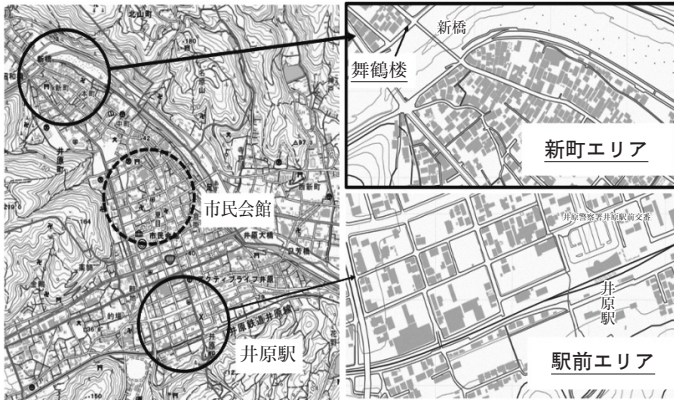


図 4-1 井原市のデニムの集積

出所：筆者作成

た、井原市役所や井原商工会議所でも職員がデニムを着用して執務をするなど、まちをあげてのデニムによるまちづくりの取組みが進められている。

この一環で小学1年生全員へはデニムかばんが贈られ、小学3～4年生が総合学習として井原デニムの歩みを学んでいる。また、井原高校ではデニムのカバンづくり（縫製を手伝っている）が行われており、この作品が小学1年生に届けられるなど、相互に連動した施策になっている。このほか、井原高校は、綿花づくりにも挑み 植物病原菌の研究も行っている。デニム学は井原高校の特色ある取組みの1つとなっている。

第3に、舞鶴楼と周辺地域の活性化である。舞鶴楼は、第29代内閣総理大臣、犬養毅も宿泊した、歴史的料亭旅館「山岡舞鶴楼」をリノベーションしたものである（図4-1）。この山岡舞鶴楼をベースに、舞鶴楼が2020年3月に開業した。舞鶴楼は、後述の「井原デニムスクエアガーデン」と一体的なデニム振興が企図され、「泊まる」「食べる」に加え、デニムづくりを「体験する」ことを基本コンセプトに発足した。

舞鶴楼は、株式会社シャンテの代表取締役 CEO 安達精治が展開するホテ

ルの再生事業の一環として設けられた。安達は井笠地域全域を中心に、それぞれの地域の特徴を生かした分散型宿泊施設を設け、それらをネットワーク化することで、地域全体の活性化を目指し、井笠地域に複数の宿泊施設を運営している。なかでも宿場町として隣接性を持つ井原の舞鶴楼は、デニムのまち井原の特色が生かされた体験型施設であり、隣接する矢掛町の矢掛屋⁽²⁰⁾とともに基幹施設となっている。

次に「井原デニムスクエアガーデン」である。舞鶴楼から橋を渡った先にある新町商店街エリアにある(図4-1)。「井原デニムスクエアガーデン」は、古民家を利用した体験型デニムショップ「おのはなこ商店」や舞鶴楼別館などで構成される。「おのはなこ商店」はオープンファクトリー・実演販売・体験スペースの3つの複合的な機能を持つショップであり、舞鶴楼の「デニムを体験する」役割を担うことが期待された。小野は、デニムを活用したワークショップを開催し、デニム生地を使ったネクタイや小物など多様な製品を製作している。加えて、小野は毎月第4日曜日に新町商店街を中心に新町マルシェも開催した。マルシェでは、デニムを使ったワークショップのほか、商店街の事業者も参加し、ドライフラワーやハンドマッサージなどの交流イベントを行った。このイベントは、地域の小・中・高生も含めた井原市内外の多様な出会いを創出する場となった。

しかし、舞鶴楼やデニムスクエアは、コロナ禍のスタートで集客が思いどおりに進まずデニムプロジェクトやマルシェは地域に根付いている状況にはない。何よりも、「デニムホテル」の看板とは裏腹に、舞鶴楼にとっては業績の回復が最優先事項で、2024年6月の調査時点においては、デニム振興へ注力する余裕はないとのことだった⁽²¹⁾。井原市にとって、デニムによるまちづ

(20) 矢掛屋は、2018年に「アルベルゴ・ディフーズ協会」からアジア初の分散型ホテル(アルベルゴ・ディフーズ)の認定を受けた施設である。

(21) 岩永へのインタビュー調査による。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

くりは、1980年代に続く2度目の挑戦であるが、黒木も指摘するように、井原商工会議所や井原市、被服・織物組合⁽²²⁾が中心になって様々な試みが行われているにもかかわらず、コロナ禍の開始という不運も重なり、まだ、当初の期待どおりの成果は得られていない。

5. 考察—井原市のデニムによるまちづくりの今後—

(1) 井原を価値づける世界品質のデニム

本章では、今後の井原市のデニムによるまちづくりの今後を考察する。前章で見たように、世界品質のブランド力を梃に、井原市は、2017年の「井原デニム」の地域団体商標登録、2021年のデニム条例制定などでデニムによるまちづくりを強化したが、そのリーディングプロジェクトとも言える、舞鶴楼やデニムスクエアの開設による新町エリアを中心としたデニムによる賑わいづくりについては、今のところ、当初予定していたような成果は得られていない。

しかしながら、生産量こそピーク時と比べ大きく減少したものの、2006年のプルミエール・ビジョンへの参加以降、積み上げた製品の価値とその信頼により、井原デニムが世界水準の生地となり、この世界品質が、現在の井原デニムの最大の強みとなっていることに変わりはない。特に、その取組みの中心になっているクロキは、世界品質の維持・継続のみならず、今後のさらなる発展へも強いこだわりを持つ。

黒木は単に運が良かっただけと言うが、外国のものは入れない方針だったプルミエール・ビジョンが、クロキなど井原の事業者を受け入れるに至ったには、それなりの理由がある。それは、2006年当時クロキが持っていた品番

(22) 黒木へのインタビュー調査による。

(23) 三宅へのインタビュー調査によれば、被服組合は13社、織物組合は14～5社＋専業系の会社で構成されている。

数の豊富さである。通常、デニム生地を外国へ持って行くときは、よく売れる5～6点に品番を絞り、その製品を大量に作って行く。その方が展示会における商品販売としては効率が良い。今でも、廉価品を大量に扱うインド、パキスタン、バングラデシュなどはそういう手法をとる。

ところが、流行を追う日本の場合は流行り廃りが早いので、売れなくなったら次に売るために色んなこと考え、製品開発を試行錯誤した。糸の形状を変える、バンドを変える、色を変えるなどの繰り返しである。厳しい日本の商慣行のなかで黒木たちは鍛えられた。その結果、クロキは、2006年当時、300～400のも品番を有するに至っていた。綿の素材のバラエティが少ないなかで、クロキが豊富な種類を有していたことが世界のトップブランドに認められ取引が始まった。それが今日の世界品質の源となり、いまではその品番は500種類以上に達するに至っている。⁽²⁴⁾

その上で、黒木は、これまでどおり世界需要ピラミッドの頂点へフォーカスする。常に、世界のアップー層へ高級デニム生地を提供し続けることを愚直に続けるスタンスである。生地供給というBtoBのビジネスの意義を一般消費者に伝えることは難しい。売上も20億円程度で、井原市における他の産業と比べても決して大きいとは言えない。⁽²⁵⁾しかしながら、黒木たちの世界品質へのこだわりこそ、井原の誇りであり井原を価値づける源泉である。

(24) 2024年9月26日の「価値づけの地理学研究会」において、大阪公立大学の立見淳哉教授から、仙台の佐藤繊維工業株式会社の場合には、マーケティングではなく自分たちの独自の品質・差別化によるブランディングにより、世界のブランド企業に認知されるに至ったが、クロキの場合はどうなのかという質問を受けた。クロキの独自の素材、および、その品番数の豊富さは、佐藤繊維の「独自の品質・差別化」と同等のものと考えられる。

(25) 黒木へのインタビュー調査でも、プラスチック製品製造のシーピー化成（売上高681億円、2024年2月）や半導体製造のフェニテック（売上高169億円、2024年3月）など、井原市には、地域を支える有力企業が数多く存在すると教えられた。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

（2）次につながる新たな芽を生かした拠点づくり

第2に、井原において、ジーンズやデニム商品など最終製品を製造する事業者が現れてその活動が活発化していることである。とりわけ、ミズタニの躍進が著しい。ミズタニは、2014年に倉敷市児島の味野商店街（児島ジーンズストリート）に出店したことから、自社製品を直接販売することになった。2016年に倉敷市美観地区、2019年には上野（東京都台東区）に出店した。2021年には、ミズタニ本社にも自社ブランド BlueTrick を開店した。その後、2023年9月に広島そごう店を開設し、2024年7月の KITTE 大阪店の開店に至る。売上も好調で、2021年～2024年の4年で2億円台から6億円台へ急増している。

東京や大阪のショップも盛況で、水谷は、首都圏の需要に確かな手ごたえを感じている。東京や大阪など首都圏のファンたちからは、直接井原を訪れ、工場見学や作り手との対話やオリジナルなデニムづくりなど、様々な体験をしたいとの声が寄せられている。

こうした顧客ニーズに応えるため、水谷は本社前に450坪の土地を取得した。そして、2025年には体験型のオープンファクトリーを建設する。その構想によれば、オープンファクトリーでは、企画・裁断・縫製の一連の流れを工場見学できるようにする。体験工房も設けるので訪問者は自らデニムづくりを体験できる。井原の名産品を集めた道の駅のような施設もつくりカフェも併設する。そこでは従業員や訪問者が相互に交流できる。オーダーメイドのツアーや産業観光ツアーも造成する。

こうして、カフェも併設されたオープンでおしゃれな空間で働きながら一連のデニムの流れが学習・習得できるので、従業員のモチベーションのアップはもとより起業への足掛かりにもなる。これにより、増大する需要に応えつつ次世代を担う人材の養成を行い、井原市のデニムのまちづくりへ寄与したいと水谷は考えている。

水谷がモデルにしているのは、兵庫県西脇市の玉木新雌 (Tamaki niime) の工房である。バーバリーの裏地でも有名な播州織の西脇市は、「ファッション都市構想」を推進しているが、独自の視点から播州織に新しいテキストを加えているのが玉木の工房である。この10年で100人近い、主に、県外からの若い担い手が播州織に新風を吹き込んでいる。⁽²⁶⁾綿花を栽培し、ひつじやヤギ、アルパカも育て紡績から製品までを一貫して自社で行う。Tamaki niime は工房であり研究所であり、来訪者と従業員、あるいは動物たちの交流拠点でもある。自らアーティストを自任する玉木は、自然の循環の中から製品をつくりだすネイチャーブランドを目指している (たばた, 2025)。

これに習い、水谷は複合施設のオープンファクトリーを設けることによって、玉木のように、外から若い担い手を呼べる仕組みを構築し、後継者を育成し職人を育てる環境を整える考えである。このため、豊岡のカバンスクールなども参考に井原の工房には人材育成のスクールも設け、技術伝承や後継者育成も図る予定である。

ミズタニは、ここ数年の急激な販路拡大で生産力が不足している。若い人材の確保が困難で技術の継承が難しい。外国人研修生 (インドネシア) を入れているが根本的な解決にはならない。日本人スタッフの高齢化が進み、これからさらに人材は不足していく。だからこそ、水谷は、オープンファクトリーを体験や学習の場にしたと考えている。自らも出店している味野商店街 (児島ジーンズストリート) でも、近くには、織物や学生服メーカーの資料館、工場見学やアウトレット品販売所などの集積があり、これらはジーンズラッピングバスで結ばれ、児島商工会議所を中心としたジーンズを核とした観光誘致の取組みとなっている。児島の例でも明らかなように、工場見学

(26) 2024年12月31日に、Tamaki niime の工房を訪問した際、ひつじやヤギなどの飼育を担当している埼玉出身の石倉史織は、Tamaki niime は、従業員が50人、パートが50人、計100人で、従業員はほとんどが県外者だと説明した。

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ（望月徹・堤谷太陽）

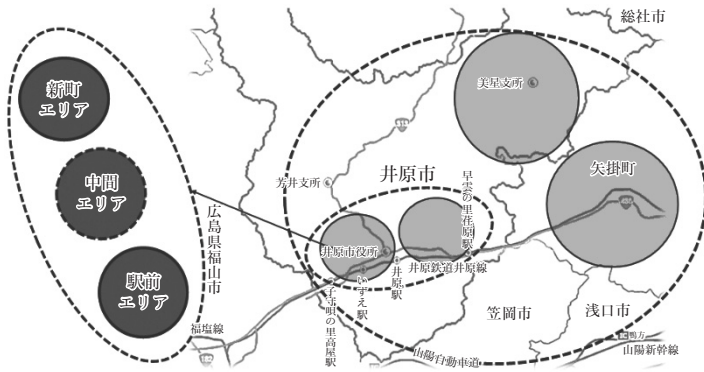


図 5-1 井原市のデニムの集積

出所：筆者作成

やアウトレット品販売所などの集客力のある中核施設は、デニムによるまちづくりには必要不可欠な要素である。

今回の計画では、児島にはない「集い・憩い・語らい・作る」複合施設を新たに設けることで差別化を図る。Tamaki niime のネイチャーブランドの視点も差別化のヒントの1つになる。発展形として、水谷は将来的には図 5-1 のように、ミズタニのオープンファクトリーと D# の駅周辺を集積を、舞鶴楼・新町商店街ともつなぎ、この 2 地点の中間点にもデニムショップを出店させ、井原市中心部にシームレスなデニム体験の場を形成して回遊性を持たせたいと考えている。そのためは、ランチ、法事、お祝い事などの営業努力で 2023 年には採算ラインを超え経営改善がなされた舞鶴楼が、その回復力を生かし、当初のコンセプトどおりに新町スクエアと一体となってデニムによる賑わいづくりを行う必要もある。また、水谷は、この中心地の集積を周辺の産地、日本綿布やクロキなどの工場見学につなげ、福井の体験工房イベント「RENEW」⁽²⁷⁾ のような面的な発展を目指すことも視野に入れている。さらに、隣接の矢掛との宿場町ネットワークも活用し、井笠地区全体で展開

されているアルベルゴ・ディフーズによる、県外客の需要を取り込む。これを北部の星空の町、美星町の中世夢が原や星の郷青空市などともつないでネットワーク化すれば、井原市の新たな魅力となると、水谷はその構想を熱く語る。このような要素が複合的に構成されてこそ、井原市にデニムによるまちづくりは効果を持つ。

その意味で、クロキや日本綿布の世界品質をベースに基本に、ジーンズやデニム商品など最終製品の製造する事業者の活動の活発化は重要である。とりわけ、ミズタニの躍進とそれを梃にしたオープンファクトリー建設の新たな試みは、井原市のデニムによるまちづくりにとっての燭光であり、まだ萌芽の段階とはいえ、その動きは福山地域や倉敷児島地域にはない差別化された井原市固有の取組みとなり、井原を新たに価値づける可能性を秘めている(望月, 2024)。

生地⁽²⁸⁾の生産と最終製品の生産は、必ずしもベクトルを同じくするものではないが、井原デニムを牽引するクロキは、井原地域の事業者の多様性を重視しており、高品質な製品へのこだわり、問屋との関係を重視した中・低級品の安定供給、あるいは、最終製品への挑戦を歓迎している。世界品質を前提としたデニムの多様性が井原デニムをさらに強くする。これは、井原が、染色、織布、加工、縫製、洗いといった、デニムやデニム関連商品の生産に関わる紡績以外のすべての工程が揃っているからこそ可能になるものである。この強みの最大限の発揮こそ、井原の価値づけの源泉と言えらる。

(27) 「RENEW (リニュー)」は、福井県鯖江市、越前市、越前町で開催される体感型マーケットである。普段出入りできないものづくりの工房を開放し、実際のものづくりの現場を見学・体験できる。地域を越え約100社の工房・企業が参加する(<https://renew-fukui.com/> 2024年8月7日閲覧)。

(28) ベラスケスの『織り女たち』のミネルヴァとアラクネの織り物競争同様、雌雄を決することは難しい(中野, 2015, pp. 202-205)。

おわりに

本論文は、井原市におけるデニム振興に関する新たな動きに着目し、デニムによるまちづくりによって価値づけられつつある井原市の特徴を踏まえ、その萌芽のゆくえを明らかにすることを目的とした。

考察の結果、井原市においては、世界品質の井原デニムの強みを生かしジーンズやデニム関連商品など最終製品の製造をする事業者が現れその活動が活発化し、さらには行政が積極的に関与するなかで、コロナ禍の一時的な停滞を経験しつつも、まちを挙げてのデニムによるまちづくりの試みが実を結びつつあることが明らかになった。この複合的な営みは、児島や福山とは違う地域の価値づけであり、井原固有の差別化された財産・コモンとなりうる（望月，2024）。

一方、水谷がモデルとした播州織の玉木新雌や福井の体験工房イベント「RENEW」については、今回は、立ち入った考察はできなかった。これら残された課題については、別途、改めて、考察することとしたい。

謝辞

本稿は、2024年9月26日、梅田、ナレッジサロンで行われた「価値づけの地理学研究会」における研究発表をもとにしたものである。発表に際して、大阪公立大学の水野真彦教授、立見淳哉教授、立命館大学の荒木一視教授、佛光大学の綱島聖准教授から貴重な助言をいただいた。記して感謝申し上げる。

参考文献

- 池澤威郎（2021）「ものづくり参加企業から見たローカルブランディングの成立条件に関する考察—福山・備後圏域産地におけるデニム・ジーンズ参加企業を事例として—」『都市経営』14, pp. 61-79.
- 坂倉孝雄・河口充勇・宮崎 悟・原田禎夫（2008）「児島ジーンズ倉敷市児島地区ジーンズ産業の発展」『同志社ビジネスケース』08-01, pp. 1-16.
- 出原昌直（2023）「尾道における新たな展開—ディカパーリンクせとうちの繊維関連観光事業—」『経済地理学年報』69(3), pp. 58-62.

- 井上千子 (2014) 「倉敷市児島地区における地域産業に関する研究—ジーンズ産業を中心として—」『目白大学短期大学部研究紀要』50, pp. 65-76.
- 猪口純路・小宮一高 (2007) 「産業集積における、事業システムの多様性—児島ジーンズ集積の事例から—」『香川大学経済学部研究年報』47, pp. 91-116.
- 江成 穰・平岡 和久・石川 伊吹・小杉 隆信・矢野 晴香・岡持 景太・張 安琪・夏 向光・李 文昭・唐 紫宸・小幡 範雄 (2019) 児島地区繊維産業の現状と課題「倉敷市児島地区繊維産業の現状と課題—児島ジーンズストリートの取り組みに着目して—」『政策科学』26(2), pp. 141-143.
- 岡山県 (2010) 『岡山県の繊維産業』岡山県産業労働部産業振興課.
- 北川博 (2006) 「三備地域におけるデニム製造関連業の集積」『地理学報告』102, pp. 49-58.
- 北川博 (2022a) 「三備地域における繊維産業集積と産業発展の軌道性」『岡山大学文学部紀要』75, pp. 13-27.
- 北川博 (2022b) 「三備地域における繊維産業集積—倉敷・井原・福山を中心として—」『地理学報告』124, pp. 145-153.
- 倉敷市日本遺産推進協議会 (2018) 『日本遺産倉敷 綿花の紡いだ人と町, 文化—一輪の綿花から始まる倉敷物語』倉敷市日本遺産推進室.
- 佐伯晃 (2010) 「日本のジーンズの発達史」『新訂9版ジーンズハンドブック』繊維流通研究会, pp. 94-107.
- たばたともこ (2025) 『Tamaki Niime のあれとこれ—たばたバタバタ体験記①—』風來舎.
- 立見淳哉 (2004) 「産業集積の動態と関係性資産—児島アパレル産地の生産の世界—」『地理学評論』77(4), pp. 159-182.
- 塚本僚平 (2016) 「地場産業産地における構造変化と産地維持—岡山県倉敷市児島地区におけるジーンズ生産を事例に—」『九州産業大学商経論叢』57(2), pp. 89-106.
- 豆本一茂 (2017) 「児島ジーンズ産業のイノベーション」『グローバル時代の地域研究: 伊東維年教授退職記念論集』日本評論社, pp. 84-100.
- 中野京子 (2015) 『名画の謎—ギリシア神話篇—』文藝春秋.
- 永田瞬 (2012) 「三備地域における繊維産業集積の現状」『福岡県立大学人間社会学部紀要』21(1), pp. 23-39.
- 永田瞬 (2013) 「産地型産業集積における中小企業の自立可能性—繊維産業における商業資本の役割変化をめぐって—」『大原社会問題研究所雑誌』652, pp. 15-30.
- 田中英式 (2010) 「産業集積内ネットワークのメカニズム」『組織科学』43(4), pp. 73-86.
- 藤井大児・戸前壽夫・山本智之・井上治郎 (2007) 「産地力の持続メカニズムの探求—ジーンズ製販ネットワークのフィールド調査(2)—」『岡山大学経済学会雑誌』39(3), pp. 23-42.
- 福山市 (2020) 「日本が世界に誇るデニム産地 備中備後エリア」『福山市経済環境局

井原市のデニムによるまちづくりの萌芽のゆくえ (望月徹・堤谷太陽)

経済部産業振興課』備中備後ジャパンプロジェクト。
望月徹 (2024) 『地域を価値づけるまちづくりー尾道を蘇らせた移住者・空き家再生・
ツーリズムの分析ー』ナカニシヤ出版。

Diaz-Bone, R. (2011): The methodological standpoint of the “*économie des conventions*.”
Historical Social Research, 36(4): 43-63.

Piore, M. J., & Sabel, C. F. (1984). *The Second Industrial Divide*. Basic Books. (山之
内靖・永易浩一・石田あつみ (訳) (1993). 『第二の産業分水嶺』. 筑摩書店.)