

口頭発表

【分科会 5】

再エネを基軸とした地域内循環と地場産業

－政所地域の茶工場存続問題を題材に－

深尾ゼミナール政所PJ

○土方 悠果 (Hijikata Yuka) ・平川 マリア (Hirakawa Maria) ・
前田 玲音 (Maeda Reon) ・松原 早希 (Matsubara Saki) ・森田 凜 (Morita Rin)
(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：地域内循環、地域熱利用、バイオマス

はじめに

近年、地域の人口減少・過疎化によって地域の活力が低下し、地域の特産品や伝統が衰退することで、地域住民の暮らしが途絶えてしまうことが懸念されている。地域を持続させていくためには、特産品をただ存続・継続させていくのではなく、付加価値をつけていく必要がある。

そこで、本研究では滋賀県東近江市政所地域をフィールドに持続可能な地域の発展を目指すべく、再生可能エネルギーを基軸においた付加価値づくりが地場産業維持に及ぼす可能性について研究していく。

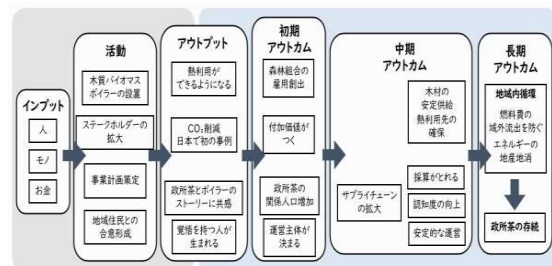
第1章 現状

現在、政所では政所茶という地場産業が存在しており、かつては日本三大銘茶と言われるほど馴染みのある地域の特産品であった。政所茶は在来種であり農家によって味が異なる為、地域内で農家ごとに製茶する生産形態をとっており、製茶作業も地域内でしか行えない。しかし、近年製茶工場の製茶機械は老朽化により故障、修繕を繰り返している。現在は茶工場の運営にかかる費用をJAが負担しているが、これ以上茶工場を修繕しても採算性が見込めないと判断し、来年度以降の茶工場の運営から撤退する方向性が決定した。それにより茶工場の存続が危うくなり、地場産業である政所茶が存亡危機にある。単に茶工場を作っても採算性が採れず、地場産業としての政所茶の持続性は担保できない。

第2章 木質バイオマスボイラーを核とした地域内循環

そこで私たちは製茶機械の動力源に木質バイオマスボイラーを使用することで政所茶に新たな付加価値をもたらす事ができると考えた。政

所は永源寺地区に位置し、永源寺には森林組合が存在し、森林資源の調達が容易なこと、またそのことにより地域内循環の形成が可能と判断した。以下の図は、木質バイオマスボイラーを設置したことによってもたらされる成果をロジックモデルで可視化した図である。現在の政所茶の製茶機械は動力源に重油ボイラーを使用しており、環境に配慮できておらず、燃料となる重油を地域外から購入している。そこで私たちは政所茶と再エネの接続によって、燃料費の域外流出を防ぐことやエネルギーの地産地消による地域内循環が付加価値となり、政所茶を存続させることができると考えた。



【図1】政所地域における木質バイオマスボイラーのロジックモデル(筆者作成)

第3章 導入に関する課題

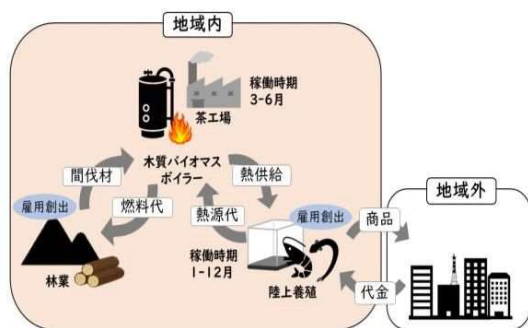
上記で示した木質バイオマスボイラーのアウトカムを達成するための課題として、採算性が挙げられる。政所では製茶時期が3月から6月に限られており、それ以外の期間はボイラーが稼働していないため、ボイラーの利用率が33%とかなり低い。我々が行った試算では、インシヤルやランニングのコストを茶工場だけで回収することは不可能である。結論としては、茶工場のボイラー稼働率を向上させる方策が茶産業の持続のためには不可欠である。

第4章 ボトルネックの解決に向けて

製茶時期以外での熱需要を創出し稼働率をあげ、採算性をあげることが重要になる。以下で地域の経済循環を創り出す。

a. 陸上養殖での熱利用

陸上養殖をモデルとした熱供給を行うことを提案する。陸上養殖では一定の温度管理が必要になるため、木質バイオマスボイラーで発生した熱を用いることができると考える。そして、陸上養殖を行うことによって木質バイオマスボイラーの利用率を高め採算性をあげる方策が考えられる。実際に岡山県西栗倉村では木質バイオマスボイラーを使った鰻の養殖を成功させている。鰻の成長のためには25度～30度の水温を保つ必要があり、鰻の養殖に再エネを用いた熱供給が行われている。



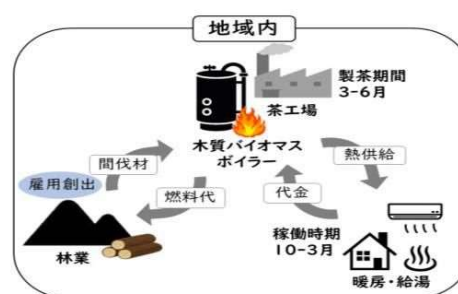
【図2】政所における陸上養殖を用いた地域内循環モデル(筆者作成)

図2モデルの養殖に必要な間伐材の量は467,200kgであり、約700万円の資金が地元の森林組合に支払われることになり、そのうち伐採作業に携わる人件費として年間約270万円相当の雇用を創出できる。

今回試算した養鰻モデルでは、直接的な経済効果は2億8千万円となり、雇用も20人程度創出できると想定される。また、税収や関連産業の振興など政所のような中山間地域へのインパクトは大きい。

b. 住戸への熱供給

次に住戸へ熱供給を行うモデルを提案する。政所では10月から3月に暖房需要が高まるため、各住戸の暖房と給湯に熱供給を行うことが可能だと考えられる。



【図3】暖房・給湯における地域内循環モデル(筆者作成)

図3から住戸10軒に熱供給を行った時の影響について述べていく。熱需要が高い時期の政所1軒あたりの灯油における暖房・給湯代は36,000円で、10軒で試算すると36万円が域外に流出している。また、重油の場合は1,650kgのCO₂を排出している。これを木質バイオマスボイラーの熱供給で賄うことで、必要な熱は1軒あたり2,600円で供給が可能となり、住民の可処分所得を33,400円増加させる効果も期待できる。さらにCO₂を実質0にする環境効果をもたらす。

a、bどちらの場合でも必要重油量が5,412Lであり、68.3円/Lと仮定し計算すると36万9千円の資金域外流出に加え、CO₂を10,615kg排出している。木質バイオマスボイラーに置き換えると、必要な間伐材量は、18,000kgであり15円/kgであることから27万円の経済効果、CO₂の発生を実質ゼロにする環境効果をもたらす。

この二つのモデルにより、政所で熱供給をすることが木質バイオマスボイラーの導入における課題を解決できると考える。

第5章 まとめ

政所に再生可能エネルギーをベースとした地域熱利活用の仕組みを導入することで、地域内循環の仕組みの形成の起点となる。これらの付加価値を政所茶に接続する事で新たな可能性を引き出し、政所茶が存続できる。政所モデルをもとに地域経済発展の可能性を高めることが重要なのではないだろうか。

参考文献

- (1) 牧大介：『ローカルベンチャー』、pp77木楽舎(2018)
- (2) 政所茶：<http://mandokorochoa.com/page-51/>
(最終閲覧日2020年10月31日)

正社員夫の妻のライフコース上の選択に与える影響 —女性 A さんの生活史を通し「女性活躍」を考える—

現代社会学部 藤野敦子ゼミ (E グループ)

○栗谷菜月 (Kuritani Natsuki)・南有香 (Minami Yuka)・安田友也 (Yasuda Yuya)・
東前圭介 (Higashimae Keisuke)・北村香菜 (Kitamura Kana)・濱田隆之 (Hamada Takayuki)

(京都産業大学現代社会学部現代社会学科)

キーワード：日本型雇用、女性のキャリア、近代家族

1. 研究の目的

本稿の目的は、稼ぎ手としての男性雇用者を主力に形成されてきた日本独特の企業社会システムが既婚女性の人生の選択にどのような影響を与えているのか、社会的文脈の中で考察することである。既婚女性の場合、人生の選択の自由度は小さく、夫が雇用者の場合、夫の仕事の状況によって大きく影響される。日本の既婚女性の選択は、企業システム、風土等の社会の影響を受けているとも言え、それらが女性個人の選択を無意識のうちにゆがめたり、阻んだりしていることもありえる。

本稿では、ある 1 人の女性 A さんにインタビューをし、結婚から現在に至るまでのライフコース（就職、退職、出産、など）の状況を聞き取りながら、A さんの選択がどのような社会的文脈の中で行われたのか、生活史調査のスタイルをとりながら明らかにする。なお、A さんの人生の一部を、口述をもとに再構成しており、生活史の中でも「ライフ・ストーリー」と言われる調査となる。

そこから「すべての女性が輝く社会づくり」や「女性活躍」とは何か問い直し、提言に繋げる。

2. データと分析方法

2020 年の 7 月 31 日から 8 月 29 日の 3 回に分けて 30 代の女性 A さんにそれぞれ 1 時間程度の面接調査（オンライン）を行った。聞き取り内容はすべて録音した。なお、本調査は大学の倫理委員会で承認され、研究発表に関する被験者女性の承諾も得ている。

A さんは、東京で単身赴任する夫（正社員）がおり、3 人の子供を 1 人で育てながら現在、飲食店を経営している。今回のインタビューでは、結婚前から現在までの夫・妻の選択に関わることやそれを巡る状況、夫婦関係、親子関係、性別役割や結婚観等を自由に話してもらい非構造化面接法を取った。

インタビュー調査の結果を書き起こし、時間の経過（女性のライフコース）に従ってまとめ直し、生活史年表として整理した。さらにライフコースにおける A さんの選択にかかわる部分をピックアップし社会的文脈の中で解釈する。

3. 調査の結果

①A さんの生活史年表（表 1）

A さんのインタビュー調査を元に A さんが結婚・就職から現在に至るまでの生活史年表を作成した。

A さんは、大学卒業後、公立高校の教員として就職する。安定し、育児と両立しやすい職業であるため、第一子出産時は育児休業を取得する。その後、第二子出産時に育休を取得していたが、最終的に夫の東京での勤務を優先し、専業主婦となる。

夫は「平日には夜中 12 時、土日もない」生活を送り、A さんはその寂しさから近所のママ友達とその子供達と一緒に夜ご飯を作って食べていた。これがきっかけで「子供達と一緒に料理をする」事に興味をもった。料理店を起業するため日曜日に料理の専門学校に通いだす。「子供たちの居場所を作る」という A さんの中にある教員経験からくる使命感も加わり、実家近くの関西にて飲食店を開業するに至る。関西で起業するにあたって夫と離れる事にはなるが、ママ友達の「単身赴任の方が楽」という言葉や、IT 化が進んだ事でのビデオ通話の利用のし易さが後押しした。

②A さんのライフコース上の選択のポイント（表 2）

1 つ目のポイントとして挙げた事柄は A さんの「退職」である。東日本大震災の影響で子供と居たいと強く思った事がきっかけであった。2 つ目は、夫の仕事に帯同した東京での新たな人間関係の選択である。夫が仕事で忙しかったため、A さんが、東京でママ友達と一緒に夜ご飯を作って食べるという事で、夫よりママ友達との関係性を深めていったことである。3 つ目は、飲食店の「起業」の決定をし、「二世帯居住」の選択である。今では IT 化が進み当たり前にあるビデオ通話等のツールがあること、ママ友達に単身赴任を後押しされた事が決断の起因となった。

妻：36歳 夫：36歳 子供：3人				
年	世の中の出発点	妻の年齢	妻のライフコース	夫のライフコース
2007/4/1		23歳	就職（高校卒業後）	関西で就職
2007/6/20			結婚	
2008/4/1			特別支援学校転勤（関西）	
			第一子の為に産休	
2008/8	就職中の女性「第一子出産の就業継続率」	24歳	第一子出産	
	退職：60.0% 継続：40.0%			
2008/9			第一子のため育児	
2009/4		25歳	育児から復帰	大学院へ進学
2011/1			東京へ帯同	東京へ就職
2011/2			第二子のため産休開始	
2011/3	就職中の女性「第二子出産の就業継続率」	27歳	第二子出産	
	退職：21.9% 継続：78.1%			
	東日本大震災		文芸学校通職	
2012/12	安倍晋三就任	28歳		
2013/8		29歳	第三子出産（東京）	
			専門学校カフェ就業コースに通う	
2015/1		31歳	料理教室を家で開始	
2018/4	育児中の女性（36歳～39歳）		東京から関西へ	東京で単身赴任
	就職継続率：60.7% 就職活動率：27.6%	33歳		
	非就職理由「出産・育児のため」		自宅で自営業	
	30歳～34歳：69.9% 35歳～39歳：59.9%			
2020/4	新型コロナウイルスの流行	36歳	自営業一周年目	帰省を自粛
2020/9				

表1 Aさんのライフコースに従った生活史年表

事例	口述内容
退職	・大学時代は、大学を卒業したらすぐ結婚し30代で子どもを3人産んで子育てをしっかりとしたいと考えていた。実際に24歳で母親になることができた。 ・上の子どもは生後6か月から預けており、真ん中の子を妊娠中、男の子なので父の存在が必要だと思い東京に帯同した。 ・しかし、実際に暮らすことが難しいと実感し、育児の両立は難しいと考えるようになった。 ・夫に、大阪に就いて妻の職の仕事を希望したいという思いを伝えた時に、「俺は東京に残る。でもお前は好きにしたい。」と言われ、前向きに断ることに決めた。 ・東京に行き二日後に起こった東日本大震災がきっかけで、子どもと一緒にいたいという思いがより一層強まり大抵の生活費の大半を妻の収入で賄うことになった。 ・子どもを預けていた。夫は大阪にいく、子どもが小さい中で後援者になるのは難しい。 ・東京には友達も知り合いもなくて…誰かいる人がいない。 ・電気をつけていても寒い食卓の風景が嫌だったので夜に子どもとご飯に行ったりとしたけど余計に寂しいと感じた。 ・子どもにいい影響がない、と思って友達を作ったり支援センターに行ったりしていた。 ・同じママさんたちと仲良くなって一緒にご飯食べていた。 ・料理を提供することよりも子育てをしながら地域の居場所をつくりたいという思いが強く、近所の子供達を預かっていた。そのついでに夕食等も提供した。 ・パートタイムに出る人たちが出てきて、子どもを預かることに責任が持てるので事業としてキッズキッチンで開業した。 ・夫は平日にいないのが当たり前で土日出勤も多かった。週に一回家族そろって過ごす時間があるかないか程度だった。 ・東京にいとわりが単身赴任している家庭が多く、単身赴任をポジティブに考える人が多い。 ・夫がいない方がご飯の準備をしないでいいからむしろ楽。 ・東京で働く人は忙しい人が多くて平日はほとんど来ないことが多かった。 ・「別々で暮らすほうがお互いの生活が楽になって良かった」とママ友から言われる。 ・両親の影響で家族は一緒にいるものと思いがちな中で、 ・単身赴任が多い東京の環境の中で決意があった。 ・子どもは両親の近くで育てたいという思いが二人とも昔からあり、子どもたちの年齢が大きくなる前に決意した。 ・夫には「俺は東京に残る。」と言われる。 ・子どもたちと一緒にいたいという思い、子どもたちに生きる力を身に付けてほしいという思いからカフェをする。 ・「就職継続の時にやりたかったことのような、しんどい時に来てもいいメッセージ性を出せる仕事としてカフェや料理教室のようなものを選びたい。」 ・退職ゴールがあることが退職の理由であり、ゴールがなかったら戸惑っていたと思う。
東京での出産と育児	
飲食店の経営（夫との二重帯同）	

表2 Aさんの選択のポイント

4. ポイントの解釈

3つのポイントを社会的文脈の中で解釈する。1つ目のAさんの退職は震災の影響で子供や家族と過ごす時間を大切にしたいという「家族の絆」を意識し、選択された。しかし日本社会における性別役割分業・家族の絆を重視する「近代家族規範」の影響も大きいと考えられる。Aさんは正規の高校教員というキャリアを築き始め、その職務を継続する意思があったのに夫の仕事に合わせ退職、東京へ帯同し、性別役割分業を受容する。日本の企業は近代家族を前提に機能しており女性の方が合わせざるを得ない。キャリアを持った女性は「震災」によってキャリアの喪失感や退職に対する納得感を高めている可能性がある。

2つ目は東京での人間関係の選択である。Aさんは家でママ友やその子供達と一緒にご飯を作り、食事をし始めた。この理由をAさんは、夫が子供との時間を作りにくい環境の中でも暗い食卓を作らなくなかったからだと言う。育児孤立感が高まらない為に同じ状況にいるママ友達との時間を作っていたと考えられる。また、単身赴任を勧めるママ友たちが話す場面から母親同士で夫のことを「別の存在」と捉えていることも伺える。このように近代家族に特徴的な性別役割分業の考えが夫から母親同士への新しい関係性を生み出した。初めは、夫の為に帯同していたが、夫との関係を深

めるのではなく、ママ友との人間関係を深める事となった。同性同士の絆（ホモソーシャル）中でも、女性同士の絆に影響しているといえる。

3つ目は男性の単身赴任である。Aさんは夫の転勤に合わせて帯同しているにも関わらず、夫はAさんの都合に合わせた選択をしていないという非対称性が見られる。また、育児を女性が引き受ける事で、自分の思い描くキャリアを実現できる社会構造が見え隠れする。しかしながら辞職という選択をしても、キャリアの復帰を「起業」という形で実現できるという事も意味している。IT化によって気軽に連絡を取れるという要因もあるが、日本の企業社会が近代家族を前提にしているところに問題がある。終身雇用・年功序列の日本特有雇用形態の影響であると考えられる。

5. 提言

これらの知見から、2つの視点から見ると政策的示唆を与える。

1つ目として、長期的に見た場合、近代家族を前提とした雇用システムを見直し、今の家族生活に合わせた雇用システムへの改革を目指すべきである。今では働き方改革が進められ、作業の効率化やリモートシフトにより、働き方が多様化してきたものの、どの企業も男女共に働きやすく、制度を平等に使用できる環境作りが必要である。しかしまだまだ育児や産休・時短勤務制度が女性に偏っている。男性の制度取得を義務化することで男性にも普及させ、企業の性別役割分業意識自体を変革していかなければすべての女性が活躍できる場にはならない。

2つ目として、企業で働く選択では無く、新たなキャリアを築く為の柔軟性を広げる為の政策的示唆を与える。女性のキャリアへ繋がる起業の支援である。現時点でも経済産業省が、新たな働き方やライフスタイルの実践を目指し女性起業家の支援を行っている。しかし女性起業家は男性と比べ圧倒的に少ない。女性起業家のコミュニティを形成し情報共有を行う環境を設け、資金調達のアクセスをサポートし、融資面での男女格差を埋める必要がある。起業を促す事で、女性が自らの生活スタイルに合わせて働くことができる。たとえ、家族のイベントで退職したとしても、起業という新たな道でキャリアをつなげることも可能だから、「起業」が選択し易い環境を作る必要がある。起業を決意できるよう、新たなキャリアにチェンジできるようリカレント教育を充実させることも必要になるだろう。

本稿は1人のライフ・ストーリーに着目したが、1人1人が生きがいを感じるライフコースを歩むためには、多様性に配慮した社会制度の構築が今後重要となってくると思われる。

我が国における基幹産業の抜本的転換

- 自動車産業から宇宙産業へ -

石川 善規 (Yoshinori Ishikawa)

(立命館大学法学部法学科)

キーワード：基幹産業、自動車産業、宇宙産業

1. 我が国の自動車産業

1955年5月18日に旧通商産業省自動車課が発表した国民車育成要綱案（通称「国民車構想」という。）において、国産自動車技術を前提とする販売価格25万円以下の小型乗用車の開発が目指され、本構想は実際に大衆車市場の誕生に大きく寄与した。これを皮切りに、自動車産業は我が国の基幹産業となるまでに成長を続けている。日本自動車工業会によると、自動車関連就業人口に関して、約542万人に達しており、我が国の全就業人口の約8.1%を占める。また、2018年度自動車製造業製造品出荷額等に関して、約62兆3,040億円にも上り、これは機械工業全体の約40.7%を占める。更に、2019年度自動車輸出金額に関して、約15兆9,000億円であり、これは2019年度主要商品別輸出額の20.7%を占める。

2. 問題の概要

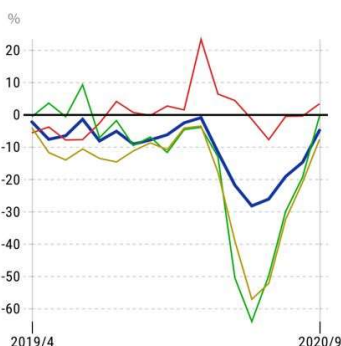
前述のように、我が国の基幹産業として経済発展の先導の役割を担ってきた自動車産業であるが、今日において、その安定性は疑問を呈される状況に至っている。以下ではその理由を2つの観点から述べる。

2.1 新型コロナウイルスの感染拡大

日本の輸出額推移

(前年同月比)

■ 輸出全体 ■ 半導体等電子部品 ■ 自動車
■ 自動車部品



「図1 日本の輸出額推移(日本経済新聞)」

新型コロナウイルスの感染拡大により、自動車産業に甚大な悪影響が及んでいる。図1が示すように、新型コロナウイルスの感染拡大後、自動

車、及び自動車部品の輸出額は前年同月比で最大-60%以上下落しており、結果として日本の輸出全体で最大-20%から-30%の下落幅を記録している。それと連動して、自動車産業全体の株価の騰落、及び、就業人口の減少も引き起こされた。これは、新型コロナウイルスの感染拡大が人々の移動を一定程度制限した事に起因すると思われる。

2.2 EV（電気自動車）の優位性

世界各国の政府は持続可能な開発目標（SDGs）への貢献、及び、当該目標の達成を目指している。EU(欧州)に関して、販売する新車のCO₂排出量を企業ごとの平均で約24km/Lとする厳しい規制が2021年に導入される。また、中国に関して、2035年までにガソリン車を全廃し、50%をEV、残りの50%をHV（ハイブリッド車）とする方針を掲げている。これらに対応しつつ、かつ、成長を維持していくためには、各自動車メーカーがEVの生産を増やしていく方向に修正していかなければならない。ガソリン車のように、原油等の燃料を燃焼させて動力を得ようとするれば、それは大気中の二酸化炭素の量が増加する原因となり、当該目標の内容にそぐわない。一方で、EVのように、電気を動力として利用する場合、運転の際に二酸化炭素が発生することは無く、当該目標の内容も満たす。

また、ガソリン車の製造に要する部品数に関して、エンジンのみでも約1万点、車全体で約10万点に上る為、自動車メーカーには高度な技術が要求される。これは、新規参入を試みる企業にとって非常に大きな壁である一方で、高度な技術力を有する企業にとっては「技術の傘」である。一方、EVに関して、そもそもエンジンが存在せず、実にガソリン車の10分の1の部品数で製造が可能である。つまり、部品点数が少なくなる事で組み立て作業も簡易化する為、企業の新規参入は容易となる。

従って、高度な技術力を背景にガソリン車の開発、販売を進めてきた我が国の自動車メーカーにとって、ガソリン車からEVへの転換を迫られる今日のような状況は、技術の傘に保護される事も無いのであるから、肯定的に捉えられる事柄では無い。実際のところ、Tesla等の海外企業が販売台数の多さでEV市場を席卷している。

3. 提案

我が国の政府、及び各地方公共団体は、現存の各自動車メーカーに対して、主要商品の宇宙産業化を奨励、促進し、我が国の基幹産業の抜本的転換を図るべきである。

4. 提案の理由

前述のように、我が国の基幹産業である自動車産業は窮地に立たされている。よって、基幹産業の宇宙産業化を図るべきである。以下では、何故数ある選択肢の中で宇宙産業が将来の基幹産業として適当であるのか、その理由を4つ述べる。

4.1 新型コロナウイルスに関して

宇宙産業に関して、人々の移動手段一辺倒の自動車産業や航空産業とは異なり、その所轄範囲は、通信・放送（放送衛星、衛星携帯）、地球観測（気象予報、情報収集）、測位（カーナビ、スマホ）、宇宙探査（惑星探査、宇宙ステーション）、及び宇宙輸送（ロケット、宇宙ステーションへの物資の輸送等）¹、更には、宇宙旅行、及び、宇宙資源開発と非常に幅広い。これらは宇宙輸送の一部（宇宙ステーションへのヒトの輸送）を除き、人々の移動手段としての側面は無い。よって、人々の移動が鈍るコロナ禍においても、前述の自動車産業のような悪影響は受けにくいと考えられる。

4.2 宇宙産業において要される部品数の多さ

宇宙産業において要される部品数は非常に膨大なものであり、自動車産業と比較すれば、その差は100倍以上である。よって、前述のEVにおける競争の激化のようなものは起こり得ない。

4.3 自動車製造技術活用の期待

我が国の各自動車メーカーは既に高度な技術力を有しているのであるから、その技術力を宇宙産業分野にて大いに活用出来るのではないかと考えられる。実際、トヨタはJAXAと共同で月面探査車「LUNAR・CRUISER（ルナ・クルーザー）」の開発を進めており、この事例は自動車産業から宇宙産業への転換の容易さを物語っている一例であると考えられる。

4.4 今後の市場規模拡大

2017年5月に内閣府主導で策定された「宇宙産業ビジョン2030」において、宇宙産業は第4次産業革命を推進する駆動力として捉えられ、その市場規模は2030年早期に2017年度の倍増となる2.5兆円規模までに拡大するとされている。

5. 奨励、促進の具体的方法

以下では、具体的方法は他にも数多く考えられると思われるが、特に抜粋して3つの具体的方法を提案する。

1つ目に関して、法整備の更なる拡充である。拡充が成される事で、民間企業は罰則等気にせず安心して宇宙産業分野で活動する事が出来る。

2018年11月15日に完全施行された宇宙活動法

（民間企業等による人工衛星や打ち上げロケットに政府の許可を義務付けている。また、宇宙活動における事故の際の政府による損害賠償制度も規定している。）、及び、2017年11月15日に完全施行された衛星リモセン法（高分解能の衛星リモートセンシング装置の使用を許可制としている。テロリスト等に衛星リモセン記録が流出しないようにする事が目的。）等が我が国に宇宙産業関連を規定する国内法として存在するが、これらで十分だとは評価出来ない。例えば、現存の宇宙活動法に関して、地上における損害賠償規定を整備しているが、宇宙空間（軌道上）における衛星衝突時の損害賠償規定は整備していない。また、近年、現存の国内法が対象としてきた通信、放送、測位、及びリモセン等のみならず、宇宙旅行、及び宇宙資源開発等の新たな宇宙産業分野が誕生しつつあり、国内法はこれらにも対応していく必要がある。

2つ目に関して、人材の確保である。航空宇宙工学を学ぶことの出来る大学・大学院は我が国で限られており、卒業生は毎年およそ1000名程度と推定される。今後、基幹産業が宇宙産業となり、各自動車メーカーが主要商品を宇宙産業化するとすれば、現状の卒業生数では不足しており、人材の確保が急務である。よって、政府や各地方公共団体は、宇宙産業に関連した学問分野を対象とする学部、学科を国公立大学、及び私立大学に設置、増設すべきである。

3つ目に関して、費用支援である。具体的な支援方法に関して、前述の国民車構想を参考にしたい。国民車構想においては、安価で庶民にも手の届きやすい国産車を開発するべく、開発、試作を積極的に行う企業に対して助成金を給付するという形をとり、最終的に目標を達成した。この成功例に則り、宇宙産業に関しても、この形での支援方法が最も適当なのではないかと考える。

参考文献（主なもの）

- (1) 内閣府「宇宙産業ビジョン2030」p22～p25
- (2) 日本政策投資銀行「日本における宇宙産業の競争力強化」p136～p139（最終閲覧日 2020年10月31日）
<https://www.dbj.jp/topics/region/industry/file/s/0000027284_file2.pdf>

¹ 経済産業省製造産業局宇宙産業室サイトより

社会的企業に対する支援政策の一考察

- 京都市の政策を中心に -

深尾ゼミナール 2 回生チーム

○新田 圭祐 (Nitta Keisuke)・池上 梨乃 (Ikegami Rino)・大岡 桜子 (Ooka Sakurako)・川西 航平 (Kawanishi Kouhei)・木原 みなみ (Kihara Minami)・志水 香介 (Shimizu Kousuke)・城之木 敦 (Shironoki Atsushi)・谷 益伸 (Tani Yoshinobu)・坪内 真梨乃 (Tsubouchi Marino)・中前愛実花 (Nakamae Amika)・西河 遙也 (Nishikawa Haruya)・原 千紘 (Hara Chihiro)・松山 真子 (Matsuyama Mako)・室屋 和加奈 (Muroya Wakana)・安井 慶子 (Yasui Kyoko)

(龍谷大学政策学部政策学科)

キーワード：社会的企業、社会課題、支援制度

1・はじめに

現在、日本が抱える社会課題として、人口減少や少子高齢化、労働者不足などが挙げられる。これらの課題は、社会情勢の変化により多様化・複雑化している。それに伴い、行政だけで補いきれない課題も多く、行政以外のセクターが取り組む必要性が高い現状にある。

この現状から、本研究ではソーシャルビジネスに着目し、社会的企業の役割や課題をもとに必要な政策を構想していくことを目的とする。

今回は、京都市に焦点を当て、社会的課題に取り組む企業や団体の現状と課題を整理し、京都市に不足している支援政策を検証し、事業者が求めている政策を考えていく。

2. 社会的企業の定義

社会的企業とは、“地域社会の課題解決に向けて、住民、NPO、企業など、様々な主体が協力しながらビジネスの手法を活用して取り組むこと”(経済産業省より引用)と定義されている。

3. 京都市の取組の概要

京都市は、「京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター構想」を定めている。これは、“市民、企業、NPO、大学などの多種多様な組織や個人が、京都で社会的課題の解決に挑戦することで、過度の効率性や競争原理とは異なる価値観を日本はもとより、世界にも広めること”(「京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター構想」よ

り引用)を目的とする。これを基に設立された組織が、「京都市ソーシャルイノベーション研究所」である。京都市ソーシャルイノベーション研究所では、支援者、事業者、消費者の視点で、人材育成や人と人を繋ぐ取組が実施されている。また、「これからの1000年を紡ぐ企業認定」という取り組みが行われている。これは、認定された企業の叶えたい未来の実現に向け、必要なサポートを行うために実施されている。現在、24社の企業が認定されている。

4. 調査目的・対象

京都市が実施している政策は、地域経済の発展が一義的な目的のため、社会的企業に対しては適切な支援政策になっているのかというのが本研究の目的である。そこで、実際に社会的企業に対してヒアリング調査を行うことにより、京都市の展開する政策と実際の政策的ニーズの差異、そして社会的企業の実態を明らかにする。調査対象は、京都市で社会課題に取り組んでいる社会的企業とする。

5. 調査結果・分析

調査の結果、「京都市の支援を活用していない」と答える社会的企業は全体の88%であることが分かった。また、京都市に求めていることとして、「自立して事業を行っていきけるように金銭的な補助をしてほしい」「一方的に支援されるという形ではなく、パートナーとして協働していきたい」

「国が行っている政策に参加する方法が分からないので、市が間に入って国が行う政策に関われるように架け橋になってほしい」「有効なビジネスプランを立てるのが難しく、融資を受けられないため、もっと融資を受けやすくしてほしい」という多様な意見があった。また、今回の調査対象の90%が「京都市ソーシャルイノベーション研究所を知っているか」という質問に対して「知らない」と答えた。以上のことから、京都市が実施している社会的企業を対象とする政策が、社会的企業の課題解決をするという目的とズレが生じているため、協働関係を築けられていないと推察される。双方の目的は異なっているが、どちらの目的も地域社会の発展には欠かせない。行政が地域の経済発展のために、社会的企業の支援をするのではなく、社会的企業が目指す社会課題の解決を成し遂げるため、行政と社会的企業が協働できる環境整備が必要である。

6. 政策提案

これらの調査結果・分析を踏まえて、私たちは3つの政策を提案する。

1つ目は、固定資産税、法人市民税の減免を提案する。京都市による支援金制度は、社会的企業の特定の活動に対する支援であり、支援金の用途が限られている。そこで、事業の運営資金だけではなく、社会的企業自体が発展するために、減免された資金を割り当てるべきである。これにより、金銭的余裕が生まれ、社会的企業の広域的な活動に繋がる。また、支援が充実することにより当事者の満足度が向上する。京都市としては税収減に直面するが、社会課題の解決による社会的収益、社会保障費の減少、産業活性化など、広範囲に及ぶ社会的効果が得られると考える。

2つ目は、行政職員の人材育成を提案する。現在、京都市ソーシャルイノベーション研究所では、支援者、事業者、消費者の3方に対しての人材育成を行っている。しかし、行政職員に対する人材育成が取り組まれていないため、事業者側の要求に応えられない現状にある。そこで、社会的企業について理解のある職員の人材育成を行うことで、事業者と行政の協働を図り、持続的な社会環境を構築する必要がある。

3つ目は、社会的企業を取り扱う専門職を組織

化することを提案する。現在、各事業者の市役所の担当職員が数年単位で変更する現状がある。そのため、事業者側の取組の推進とならず、適切な支援を受けることができていない。そこで、社会的企業に対する理解ある職員の専門職化が必要であると考え。今回、この専門職を「ソーシャルイノベーションプロフェッショナルアドバイザー（以下、SIPA）」とする。SIPAを明確な専門職として位置付けることにより、目紛しい担当職員の変更を防ぎ、社会的企業に関する知識を持つ人材によって支援することが可能になる。それによって、事業者側のニーズに応えることができ、持続的な運営、適切な支援の提案に繋がると考える。

7. 参考文献

- ・日本政策金融公庫総合研究所編『日本のソーシャルビジネス= Social business in Japan』同文館出版（2015）
- ・経済産業省「ソーシャルビジネス」
https://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/index.html（最終閲覧日 2020 年 10 月 31 日）
- ・京都市情報館「京都市ソーシャル・イノベーション・クラスター構想について」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000176444.html>（最終閲覧日 2020 年 10 月 31 日）
- ・京都市ソーシャルイノベーション研究所
<https://social-innovation.kyoto.jp/about>（最終閲覧日 2020 年 10 月 31 日）
- ・京都市情報館「京都市 市税のしおり」
<https://www.city.kyoto.lg.jp/gyozai/page/0000125883.html>（最終閲覧日 2020 年 10 月 31 日）

丹後ちりめんの広告戦略

京都産業大学政策研究グループ

○桑原 柚月 (Kuwahara Yuzuki)・茂木 真奈 (Shigeki Mana)・林 幸那 (Hayashi Yukina)

(京都産業大学経済学部)

キーワード：丹後ちりめん、需要不足、広告

1. はじめに

京都府には伝統工芸品と呼ばれるものは多く存在し、その1つである丹後ちりめんも今日まで歴史を紡いでいる重要な文化財産である。将来に向けて私達は「丹後ちりめん」について論ずる。

2. 丹後ちりめんとは

2.1 製法

1720年に京都の西陣での織物技法が派生して丹後ちりめんが登場する。現在では様々な素材で作られるが、経糸に撚りのない生糸を使い緯糸に強い撚りをかけた生糸を交互に織り込んで生地にし、その後精練という工程で製造される。この独自の製法で最大の特徴である生地全体に凸凹状の「シボ」が出来上がり、シワがよりにくく染めたときの色合いが豊かになる特質を持つ。(1)

2.2 丹後ちりめんの需給の推移

次に需給問題について取り上げる。1950年に紡績業が栄えた「ガチャマン景気」を最盛期とした。しかし時代の変遷に伴うライフスタイルの変化、呉服の需要低下、輸入品や大量生産による安価な代替品の登場という時代背景に加え、職人の高齢化や機械の老朽化などの要因が重なり丹後ちりめんは盛り上がりを失いつつある。(2)

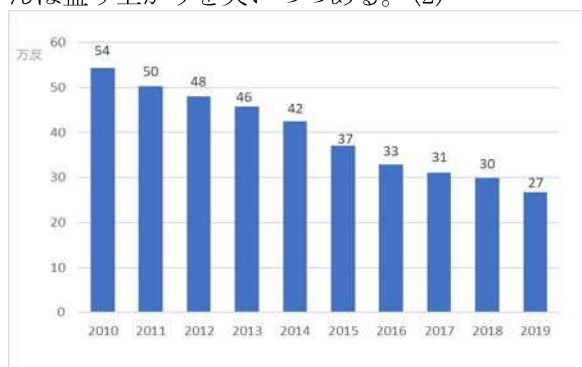


図1 丹後ちりめんの出荷数量 (2010～2019)

出所：京都府政策企画部企画統計課 京都府織布生産動態統計調査 丹後織物出荷状況より筆者ら作成

ここで示したグラフでは2010年から2019年までの丹後ちりめんの出荷数量の推移を表している。グラフから年々減少傾向にあり10年間で出荷数量は半分以下にまで下がっていることが読み取れる。

3. 今日の丹後ちりめん

3.1 現状と課題

前章で述べた要因に付随し、人々の着物に対する意識も日常生活で着る衣服から慶弔の際に着る礼服の1つへと変化している。現在では丹後ちりめんは着物の生産だけでなく「ちりめん細工」という名産品として人気を誇る。しかし『平成30年度「丹後織物業の景況・動向調査」報告書』(2019)によると、将来展望において全体で希望が持てると回答したのは2割程でしかなく、生産者の中には衰退を不安視する声も存在する。いずれ必要となる後継者の獲得に繋げる為にも若年層への需要の定着など様々な取組を行っている。(3)

3.2 新事業の問題

創業300年を迎えるにあたり2017年に「丹後ちりめん創業300年事業実行委員会」が立ち上げられ、それに伴って新ブランド「TANGO OPEN」が創設された。このブランドでは手練れの丹後ちりめん製業社と世界で活躍するクリエイターがコラボし、ちりめんに更なる可能性と価値を見出すことで日本から世界へ発信する取組を行っている。現段階での活動は国際的なインテリアやファッションの展示会での披露、アパレル企業とのコラボ商品、アート作品の展示等である。問題として挙げるのはこれらの広告としての効果が時間と場所、広告をする人とされる人が限られるという点である。世界に向けての発信が動機であるため広告相手が大衆向けではないことが前提だが、国際的展示会では広告される人に専門的知識がある場合に効果が現れるもの、所謂クリエイター向けであり消費者に直接的な効果が期待できるとは言えない。またアパレル品についてもコラボ先の企業の経営コンセプトは「大人向け」であり、丹後ちりめんと企業イメージの付加価値もあって商品の値段が高めに設定されている。洋服やブランド品となると消費者は限定され、商品の単価が高いと消費者の購買意欲は縮小されやすく、直接手にする機会も限定的なものといえる。他にはインバウンド戦略として京都府が実施する「海の京都」事業がなされている。しかし観光客誘致が主であるため、事業の内容からも需給は限定されている。また丹後地域内では「丹後きものまつり」が開催されて

いる。当日着物着用可能な参加者であれば、誰でも着付けや人力車の利用など各種サービスが無料で受けられ、2011 年度開催時には 150 名ほど参加した。魅力的な催しだが参加者には外国人旅行者等が多く見受けられ、着物に対する需要は観光から派生している。このことから供給も観光客寄りになっている。

つまり 3.1 節で取り上げた報告書からも生産者の声の中には身近に定着化したい願望があるものの、認知させる相手や紹介している物が偏っているため新しい需要の発生は厳しいと考える。これらをふまえて私達は、丹後ちりめんを大衆にもっと身近に広めるための提案を次章で展開する。

4. 政策提言

2 章と 3 章をふまえ需要不足問題の解消案を提言する。需要不足の原因は伝統を主張した供給、広告方法ではないかと考える。歴史深さや高尚さを売りに出し非日常感が強く、土産品や観光派生サービスという特殊な需要に偏っているのが現状である。これは今ある広告効果が偏っている証拠だと考える。洗練された美しい模様や繊細な質感、見る人が癒されるような丹後ちりめんの素晴らしさと代替品が多く溢れている現代と違う、人が人の物を作る当たり前の文化を身近な供給を通して後世に残せるきっかけとしたいと考える。

4.1 提案

私達は広告を通して新しい需要を生み出したいという動機から広告戦略として提言する。提案内容は「路線バスの 1 台に、座席カバーを丹後ちりめんに装飾して宣伝してもらう」事である。私達の提案における内装バスでは座席ごとに違った感触や印象を通して丹後ちりめんの良さや親しみ易さをより伝えやすくするという効果を仮定する。内装が工夫された事例として宮崎県を走行する「特急 海幸山幸」が挙げられる。これは内装に地元の飴肥杉が使用されており、『調査 4：乗って良かった「観光列車」TOP5』（2019）では第 1 位に選ばれている。(4)丹後においても「海の京都」という観光政策内で旅の魅力向上のために鉄道の新デザイン車両の導入が計画され、京都丹後鉄道が運行する「丹後の海」と京都交通株式会社の夜行バス「シルフィード号」は、ヘッドカバーに丹後ちりめんを使用して走行する事が実施されている。どちらも地元の名産品を利用しているものであり、前者の事例では内装が顧客側に与える影響は大きいと分かる。しかし両者の目的は観光客向けであるため 3 章で述べたような偏った広告方法である。提案動機から利用客の区分が多岐に渡る点において路線バスを重視している。観光客だけでは認知度の是非は今と変化しないと考え、利用客の範囲を絞らない事が広告力として大きいと私

達は仮定する。内装バスの実現にあたって私達と丹後織物工業組合、京都バス株式会社を中心に展開する。株式会社を選んだ理由は市営バスでは京都市の協力の必要性や市への還元等の考慮、交渉コストの問題が加わるためである。内装費用はクラウドファンディングで広く集める。実行には私達が中心として進めていく。丹後織物工業組合には集めた資金を元に座席カバーに対応できる生地を製造する工場を紹介、製作の段階を協力してもらおう。完成したカバーを私達がバス会社へと提供する。なお出資者へのリターンにはカバー製造で発生した端切れの布を再利用して一般の方でも簡単に自分で小物を作るように型紙などを含めた工作キット等を考えている。

次にカバーの費用代の概算には提案から京都バスが保有する車種の 1 つであるいすゞの都市型ノンステップバスの 1 台とする。一般的に路線バスの座席数と座席幅は 1 人掛け 9 席～11 席で 46 cm、2 人掛け席は 6 席で 81 cm、5 人掛け席は 228 cm である。(5)カバーを作るのに座席数と幅から約 13m 必要だとして、生地は安価なポリエステルを使用した白生地一反あたり長さ 13m 幅 38cm で約 2 万円、それを色無地着物へ加工する場合の約 13 万円(6)、合計約 15 万円という金額を仮定する。座面对応のためにそれぞれ 2 つ使用するとしてこれらの仮定から、約 30 万円を目安金額とする。しかしこの金額は白生地無地の場合であり、提案では柄生地の使用を前提としている。柄生地は柄ごとに職人と相談する必要があるこの金額から変動することもある。この計画の利点は私達が仲介することで前述した身近な供給方法となること、また出資者の手元に丹後ちりめんが届くことで触れる機会が今より増えることである。カバーを取り付けたバスは京都駅前や四条河原町の路線を中心に走行してもらい、幅広く知られるきっかけになり広告塔としての役割を果たせる。

参考文献

- (1) 丹後織物工業組合『丹後ちりめんの歴史』
<https://tanko.or.jp/tangochirimen/history/>
- (2) 協同組合鯖江市繊維協会『鯖江・繊維の歴史 3. 戦後の繊維産業』：<http://s-senkyo.com/kyokai/rekisi03.html>
- (3) 公益財団法人京都産業 21 北部支援センター、『平成 30 年度「丹後織物業の景況・動向調査」報告書』、2019 年
https://www.ki21.jp/hokubu/orimono_keikyo/201903.pdf
- (4) 株式会社エアトリ、『「観光列車旅」に関するアンケート調査』、2019 年
<https://www.airtrip-intl.com/news/2019/2851/>
- (5) ISUZU、ERGA スペック『19ERGA 図面』
https://www.isuzu.co.jp/product/bus/erga-rt/common/pdf/diesel/sunpou_diesel.pdf
- (6) 楽天市場、『丹後ちりめん 白生地反物』
<https://item.rakuten.co.jp/mayuko/497578/>

福知山市の企業数減少を食い止める

-福知山から発信するオンライン事業承継塾-

福知山公立大学地域経営学部 井上ゼミ 3年生

○旭 拓弥 (Takuya Asahi)・小林蒼満 (Soma Kobayashi)・田辺優佳 (Yuka Tanabe)

原田寛之 (Hiroyuki Harada)・細見いるな (Iruna Hosomi)

(福知山公立大学 地域経営学部 地域経営学科)

キーワード：福知山市、中小企業、事業承継

1. はじめに

はじめに、福知山市の創業比率と企業数の現状についてRESASより取り上げる。創業比率は、2006年から2016年にかけて2.71%から4.67%へと増加傾向にある一方、企業数は3,064社から2,670社へと減少傾向にある。

このことから、福知山市において、創業する企業はあるが、企業数が減少していることがわかる。そのため、本研究では福知山市の企業数減少を食い止めるための政策提言を行う。

2. 課題の根底

大枠の課題は、福知山市内の企業数が減少していることであり、この課題について深く掘り下げていく。わが国企業のうち約99.7%が中小企業である。福知山市においても企業の多くが中小企業であり、減少している企業の多くが中小企業であると推測した。

そして、図1(日本政策金融公庫総合研究所(以下、「JFC」という)(2020))のとおりに、中小企業のうち「廃業予定企業」の廃業理由としては、「そもそも誰かに継いでもらいたいと思っていない」が43.2%と最も多く、次いで「後継者難による廃業」が29.0%と多い。

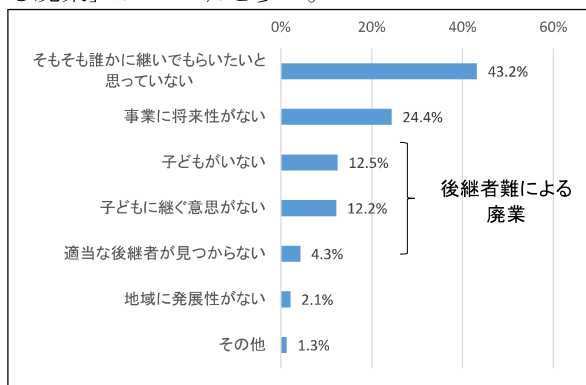


図1 中小企業のうち「廃業予定企業」の廃業理由

また、表1(JFC(2020))のとおりに、わが国の中小企業の事業承継の見通しとしては、後継者が決まっており、後継者本人も承諾している「決定企業」は12.5%である。一方、「後継者が決まっていない」企業は、87.5%になっている。これらのことより、承継意思のある中小企業の廃業要因

として事業承継の困難性が挙げられ、中小企業の大部分では後継者が決まっていなかった。

表1 中小企業の事業承継の見通し

(単位: %)					
分類	アンケートの回答による定義	2019年度調査 (n=4,759)		2015年調査 (n=4,104)	
決定企業	後継者は決まっている (後継者本人も承諾している)	12.5		12.4	
未定企業(注)	後継者にしたい人はいるが 本人が承諾していない	22.0	5.1	21.8	3.4
	後継者にしたい人はいるが 本人がまだ若い		4.6		6.0
	後継者の候補が複数おり誰を 選ぶかまだ決めかねている		2.7		3.5
	現在候補者を探している		7.6		7.7
	その他		2.0		1.2
廃業予定企業	自分の代での事業をやめるつもり である	52.6		50.0	
時期尚早起業	自分がまだ若いので今は決める 必要がない	12.9		15.9	

注) 事業継承の意向はあるが、後継者が決まっていなかった企業

福知山市でも上記と同じ要因で後継者難が起きていると考えられるため、企業数減少の大きな要因である中小企業の事業承継問題について、第1に経営者、第2に後継候補者の2側面に分けて考察を行った。

第1に、経営者側の側面については、表1(JFC(2020))のとおりに、経営者の視点からは、承継するつもりがないことを除くと、後継者が承諾しないこと、後継者を探していること等が事業承継できない要因になっているとわかる。そのため、経営者側としては、後継者に承継意思を持たせること、後継者と適切に話し合うこと、後継者を探すこと等が課題の根底といえる。

第2に、後継候補者側の側面については、三菱UFJ&コンサル(2020)では、事業を継ぐことが前向きでないとする理由のなかに「自身の能力の不足」が挙げられ、57.6%と最も多く、突出した理由となっていた。

このことより、後継候補者にとって、継ぐことを前向きに考えられない大きな要因は、「自身の能力の不足」であるといえる。よって、後継候補者側としては、継ぐにあたってどのような能力を身に付ける必要があるのか学ぶこと、自身の能力に自信をつけること等が課題の根底といえる。

以上より、当該問題の課題の根底は、経営者側、後継候補者側の各々にあることがわかった。

3. 先行研究

課題の要因である事業承継問題を解決する先行事例が、琉球新報（2016）の記事で取り上げられている。

この記事では、高齢化や後継者不在に悩む中小企業者の事業承継を支援する県事業引継ぎ支援センター（那覇市）が、2016年6月から「後継者人材バンク事業」を開始したことを挙げている。

これまでは事業を営んでいる中小企業者を譲渡先の候補としてマッチング支援してきたが、独立や開業を目指す起業家にも引き継ぎの門戸を広げることで、承継の成約促進と創業支援を同時に実施するとしている。

また、県事業引継ぎ支援センターの比嘉智明統括責任者補佐は「起業家にとって経営の自由度は制限されるが、顧客や資産を引き継ぐことで創業のリスクを低く抑えられる」といった利点を挙げている。この記事のように、既存の社員や家族以外も後継者としてアプローチをしていくことは、今後事業承継をするうえで重要になると考える。

4. 政策提言

そこで、「福知山から発信するオンラインの事業承継塾」を政策提言する。

ここでいう事業承継塾の参加者は、「福知山市で事業承継に悩む経営者」、「全国の後継候補者」、「全国の中小企業の後継や起業に関心を有する者（以下、「関心者」という）」、そして「著名な実務家」の大きく4主体とする。事業の運営主体は、福知山市産業支援センター、福知山商工会議所、福知山公立大学の附属機関等が候補として想定される。具体的な内容は、参加経営者から手数料を収受し、各々の中小企業の事業承継についてのプレゼンテーション、各主体が参加するグループディスカッション等を主にオンラインで実施し、「関心者」へ企業製品を送付する等の内容である。

具体的には、「経営者」には企業の成り立ちや地域コミュニティとの関わり、存在意義、経営で行った工夫点、後継に関する思い等について話してもらう。

「後継候補者」には、企業を継ぐことへの不安、後継しない場合の就労先や取り組むこと、現状の有する能力等について話してもらう。

「関心者」には、事業承継に関心を持つ理由、自身が有する能力、興味関心のある中小企業等について話してもらう。

「著名な実務家」には、第三者の目線として、経営の理論的な内容、実務を行ううえでの具体的な内容、事業承継の成功事例等について話してもらう。

そして、これらの話し合いをすることで、大きく3つの利点が得られると考える。

第1に、「経営者」と「関心者」がマッチングす

ることで、経営者が抱えていた「後継者が見つからない」という課題の解決ができ、「関心者」の起業支援にも繋がることが考えられる。

第2に、「後継候補者」が実際の現場の話を聞くことで、当初抱えていた「自身の能力の不足」という課題を考え直すことに繋がると考えられる。

第3に、「後継候補者」の不安を拭い取ることができれば、「経営者」の「後継が承諾していない」という課題の解決にも繋がると考える。

以上のように、この「オンライン事業承継塾」は、多くの関係者が交わり、各々が抱える事業承継の課題解決に役立つと考える。

また、この事業を主にオンラインで実施する理由としては、福知山市内外の方にも「後継候補者」、「関心者」として参加してもらうことで、市内の中小企業を引き継いでもらえる可能性があるためである。

これらより、福知山市の企業数減少を食い止めるため、中小企業の事業承継の課題解決として、上記のような「福知山から発信するオンライン事業承継塾」という政策を提言する。

5. まとめ

現在、福知山市において企業が減少している。この要因として、市内の中小企業において、事業承継が困難であるということが考えられた。そこで、経営者、後継候補者に分けて、それぞれの課題の根底を明確にした。

そして、その課題の根底を解決するために先行事例を改良し、4主体が参加する「オンラインの事業承継塾」を提言した。

この政策提言により、課題の根底が解消され、福知山市の企業数減少という課題解決に繋がることが考えられる。

6. 参考文献

- (1) 経済産業省、内閣官房（まち・ひと・しごと創生本部事務局）：「RESAS（地域経済分析システム）」、（<https://resas.go.jp/#/26/26201>（2020年9月7日最終閲覧））。
- (2) 日本政策金融公庫総合研究所：「中小企業のうち後継者が決定している企業は12.5%、廃業を予定している企業は52.6%～『中小企業の事業承継に関するインターネット調査（2019年調査）』結果から～」、p.4表1およびp.11図18、（https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/sme_findings200124.pdf（2020年1月）（2020年9月7日最終閲覧））。
- (3) 三菱UFJリサーチ&コンサルティング：「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」、第2部 経営者の世代交代、第2-2-58図、（https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2019/2019/html/b2_2_2_6.html）（2018年12月）（2020年9月7日最終閲覧））。
- (4) 琉球新報：「起業希望者に事業引き継ぎ 継承と創業、同時支援」、（<https://ryukyushimpo.jp/news/entry-294986.html>）（2016年6月）（2020年9月7日最終閲覧））。

伝統産業によるまちづくりの可能性

- 京都府京都市上京区の西陣織産業の事例 -

佛教大学社会学部大谷ゼミ A 班

○中川 鉄平 (Teppeï Nakagawa) 川勝 貴幸 (Takayuki Kawakatsu)

山田 紘希 (Kouki Yamada) 大西 萌香 (Moeka Oonisi)

(佛教大学社会学部現代社会学科)

キーワード：西陣織、ネットワーク、スローツーリズム、

1. はじめに

(1) 研究目的

京都府京都市上京区と北区の一部には、日本の歴史や伝統を象徴する伝統産業である「西陣織」がある。その起源は古墳時代までさかのぼる。上京区は古来に渡来人である秦氏から受け継いだ養蚕と絹織物の技術を飛鳥時代や奈良時代を経て「西陣織」という形で現在にまで継承してきた。

しかし、上京区には「西陣織」やそのほか有形・無形の文化財があり、さらに西陣まちづくり委員会が発足し、地域活性化や地域間交流を広げる活動を行っているにも拘わらず、人口減少による少子高齢化問題が大きな問題となっており、西陣織の若手担い手の不足や文化継承が深刻化している。今後、上京区の伝統が廃れていく可能性がある。

西陣織は高級織物として知られているが、消費者のライフスタイルが変わっていく中、産業規模は大きく縮小してきたと指摘されている(金 2018)。

そこで我々は、「西陣織」の現状把握をすることで「西陣織」を活用した地域活性化の可能性を検討し、西陣織工業組合や西陣まちづくり委員会が地域外から参入した人々と協働し、新たなネットワークを構築することで、上京区の伝統的な歴史・文化を維持し、地域が活性化することを目的とした政策を提言する。

なお、本報告では、便宜上、地域とは上京区、地域外とは上京区外と定義する。

(2) 先行研究

渡邊喜久(1997)によれば、昭和 50(1975)年頃以降、「西陣織」に代表される和装業界は、「きもの離れ」現象にあえいでいる。また、女性の社会的進出の広がりや生活の洋風化の進展、さらに高級化指向による高額化とそれに伴うフォーマル化がこの傾向に拍車をかけている。西陣機業は、絹織物主体、和装製品の供給を基盤に発展してきたので、こうした内外の環境変化に今後どのように対応していくべきか、産地の歴史始まって以来の大きな転換期を迎えている

と述べている。

一方で、「西陣織」の担い手不足問題と地域構造の関係性についての研究は非常に少なく、その中で金善美(2018)は、親方の「守るべき伝統」と若手の「前提としての伝統」という認識の違いや工賃の安さ、販路の不透明さが克服すべき課題であると論じている。

では、伝統産業における地域活性化にはどのような方法があるのだろうか。伝統産業について、根尾文彦(2019)は、「欧州の消費者の生活の中で生きる日本の伝統工芸」をテーマとし、国内外からのインターンシップ生を店舗に受け入れると説明している。

以上の研究から、伝統を守りながらも地域内だけでなく地域外からの人材を招くことができ、地域の活性化、高い技術力の応用と双方にメリットがある。また、従来のまちとしての機能の再興につながると考える。

2. 対象

(1) 地域について

西陣は、上京区に位置する 17 学区の 1 つである。西陣学区の位置としては、堀川通以西、浄福寺通以東、五辻通以北、寺之内通以南であり、高級絹織物「西陣織」の発祥の地として有名である。

西陣学区では、西陣まちづくり委員会を発足させ、まちづくりの取り組みとして「西陣わっしょい」の事業を展開してきた。また、西陣まちづくり委員会を 4 部会に分け、地域活性化や地域のふれあいを広げる活動を行っている(上京区役所ホームページ 2020)。

西陣学区の 2020 年 10 月現在の人口は 2,749 人であり、総世帯数が 1,519 に対して 1 人世帯が 868 と半数以上である。また、西陣学区の高齢化率は、27.3%で上京区全体の高齢化率 29.2%を少し下回っている(京都市統計ポータル 2020)。

3. 研究方法

我々は京都市上京区と西陣織を対象に、西陣織工業組合専務理事の辻本泰弘氏へのインタビューを行った。(2020年10月27日)

コロナ禍の影響によって、調査が遅れているが、大会当日までに西陣まちづくり委員会にもインタビュー調査に行く予定である。

4. 研究結果

辻本氏へのインタビュー調査から、地域と密接に発展してきた「西陣織」という伝統産業を継承するために医療器具(医療布)や海外の需要に合わせた技術力(服飾品)の提供をするなど、様々な取り組みを行っていることが分かった。

一方で、産業自体の売上げが不安定であることから「西陣織」に対するイメージの低下や賃金の低さからくる担い手不足、高い技術力を持った職人の引退が迫っており、10年後の「西陣織」の維持の危機に悩んでいると伺った。

その対策として「西陣織体験会」の開催や身近に触れられる西陣織物(マスク・ハンカチ等)の制作をすることで地域内外の人にも「西陣織」に触れる機会を増加させ、関心の向上を図る試みをしている。さらに地域内でしか購入できないというデメリットを解消すべく、オンラインストアの展開なども試作しているとのことである。

5. 政策提言

以上の先行研究と研究結果を踏まえ、西陣織を長期間継承するために地域内外の新規ネットワークを構築することで、「西陣織」と西陣学区に対するより多くの人々の関心が向上することを目的とした政策提言を行う。

初めに、地域に継続的な観光客を呼び込むため、上京区において、地域の魅力を発見できる旅行を目的とした「スローツーリズム(ST)」を実施することを提案したい。STとは、「ゆっくり、じっくり見て歩く観光あるいは観光というより自己実現のできるDO、BEのある旅行」と杉山道雄・信岡誠治(2007)は定義している。このSTを実施することで、年間を通して上京区に継続的に地域外の人々を呼び込み、地域及び伝統産業の認知を高める活動を行う。

具体的には、西陣織工業組合と西陣まちづくり委員会と旅行代理店が連携し、歴史的背景のある上京区の街並みを伝えるために、「西陣織」の着物を着ながら地域内のスポットや歴史的景観を自由に巡る機会を提供し、観光客を募る。そうすることで、「京都」という強いブランドの恩恵を受けながら、自由に巡ることで上京区に対する関心の向上やSNSなどのメディアを通じて、上京区の定住に適した環境や伝統産業によって支えられているまちの歴史を認知する機会が増える。

その結果、地域外との新たなネットワークが構築され、地域活動の基盤が強化されることで、西陣織工業組合をはじめとする住民ネットワークの活性化へとつながる。

参考文献

- ・金善美 2018「伝統産業の現代的変容——京都・西陣織の事例から」『フォーラム現代社会学』17巻
- ・杉山道雄・信岡誠治 2007「スローフードからスローツーリズムへ——郷土の観光に対しスペインから学ぶ」『東海女子短期大学紀要』33巻
- ・根尾文彦 2019「観光まちづくりによる有松地区の活性化における一考察」『桜花学園大学学芸学研究紀要』10号
- ・渡邊喜久 1997「西陣織物業の活性化問題に関する一研究——渡文(株)を事例として」『日本経営診断学会年報』29号
- ・京都市統計ポータル 2020
<https://www2.city.kyoto.lg.jp/sogo/toukei/>
閲覧日 2020年10月20日
- ・上京区公式ホームページ 2020
<https://www.city.kyoto.lg.jp/kamigyo/page/0000029016.html>
閲覧日 2020年10月20日

