

## 特別研究成果報告書（2023年度） I

## 地域ブランドの向上が与える産地分業システムへの影響及び持続的成長に向けた中小企業の変容に関する実証的研究

梅村 仁

1. 研究の目的
2. 研究の方法
3. 研究成果の概要
4. 主な発表論文等
5. 研究組織

## 1. 研究の目的

地場産業研究の端緒は、1950年代における在来工業研究や伝統工業研究にある。その後、高度経済成長期を通じて国内の産業構造が大きく変化するなかで、地場産業における各種の変化を捉えようとする研究が数多く蓄積された。また、高度経済成長期後半から安定成長期にかけてのいわゆる「地方の時代」においては、地場産業が地域経済に果たす役割が注目され、研究の蓄積はさらに厚みを増すこととなった。しかし、1980年代後半に入り、地場産業全体の衰退傾向が強まると、地場産業研究も下火になっていった。そのため、近年では地場産業産地における構造変化や産地維持要因が十分に分析・検討されているとは言い難い状況にある。そうした中、地域ブランドの向上に取り組むことにより、4代目経営者（100年企業）へのスムーズな事業継承や海外への販路開拓、外部からの職人志望者も増加する産地も現れてきた。本研究では、関西を代表する地場産業である兵庫県豊岡市の鞆産業を主対象に、地域ブランド向上が与える産地の分業システムへの影響とそれらによる持続的成長

に向けた中小企業の変容について実証研究からその姿を明らかにし、産地の持つ可能性を示すことを目的とする。

## 2. 研究の方法

研究代表者の梅村が全体的な研究総括を行い、共同研究者3名とともに、国内外の文献調査、関係機関との調整、企業アンケート及び企業インタビューの調査・分析・考察、地域調査を実施する。

- ・研究ミーティングは適宜開催（年6回程度、オンライン含む）
- ・2022年度実施の企業アンケート分析結果を踏まえ、豊岡市の靴産業関連企業及び市役所担当部局とミーティングを開催（2回）

## 3. 研究成果の概要

豊岡靴に関するブランディング調査（アンケート1500名）の概要

〈豊岡靴の名称・商品の認知〉

- 豊岡靴の名称・商品の認知度は約21%（1500人中313人）であった。
- 豊岡靴を認知した場所は、多いものから「インターネットの記事等（約31%）」、「百貨店等の催事（約27%）」、「伊丹空港（大阪国際空港）の店舗（約20%）」と続く。
- 豊岡靴を認知した場所について、「インターネットの記事等」は40代が他の年代より、北海道・東北地方や四国地方が他の地方より多い。「百貨店等の催事」は50代が他の年代より、女性が男性より多い。「伊丹空港の店舗」は男性が女性より、関東地方、北陸・信越地方、東海地方、北海道・東北地方が他の地方より多い。

〈靴購入プロセスにおいてブランドを意識する段階〉

- 靴購入のプロセスにおいて、ブランドを意識する段階として「あてはまるものはない」ものは2割強で、その他の8割弱はいずれかの段階でブランドを意識している。
- ブランドを意識する段階は、多いものから「欲しいと思って、いろいろ調べるとき（約37%）」、「欲しいと思ったとき（約34%）」、「いろいろ調べて、購入候補を絞り込むとき（約30%）」、「対象製品を購入しようと決定するとき（約22%）」で、

購入プロセスの中では、購入候補を絞り込む前の早い段階でブランドを意識するものがやや多い。

- 豊岡鞆の商標を認知しているものは、「欲しいと思ったとき」、「欲しいと思って、いろいろ調べるとき」、「いろいろ調べて、購入候補を絞り込むとき」にブランドを意識するものが多い。また、豊岡鞆の購入経験があるものは、鞆購入のどのプロセスでもブランドを意識するものが多く、特に「いろいろ調べて、購入候補を絞り込むとき」や「対象製品を購入しようと決定するとき」にブランドを意識するものが多い。

#### 〈価値・購買意欲を感じる鞆製品の特徴〉

- 鞆製品の価値・購買意欲を感じる特徴について、「あてはまる（あてはまる＋ややあてはまる）」の回答が多いものから、「耐久性がある（約79%）」、「素材がよい（約78%）」、「縫製や仕上げの品質（約77%）」、「外観（デザイン）がよい（約70%）」、「使用していて、健康に被害がない、安全である（約65%）」と続く。一方、少ないものは「自然環境に配慮されている（約35%）」、「適切な労働環境で製造されている（約38%）」、「産地がはっきりしている（外国産）（約39%）」などがある。
- 全ての特徴で、女性が男性より価値・購買意欲を感じている。
- 「縫製や仕上げの品質」は30代以下が40代以上より少なく、「保証期間がある」や「修理ができる」、「産地がはっきりしている（国産）」は60代以上が他年代よりやや多い。また、「ブランドイメージがよい」は世帯年収600万円以上が以下より、「自然環境に配慮されている」は世帯年収800万円以上が以下よりやや多い。「自然環境に配慮されている」や「適切な労働環境で製造されている」は女性と男性との差がやや大きい。
- 豊岡鞆を認知しているものは認知していないものより、購入したことがあるものはないものより、「豊岡鞆 伊丹空港ゲート店」で豊岡鞆を認知したものは他の場所で認知したものより、鞆の購入プロセスでブランドを意識するものはしないものより、全ての特徴において価値・購買意欲を感じるものが多くなっている。また、「豊岡鞆 KITTE 丸の内店」や「豊岡鞆の EC サイト」、「百貨店等の催事」で認知したのも、多くの特徴において価値・購買意欲を感じるものが多い。

本アンケート結果をもとに鞆産業関連企業及び豊岡市役所とともに、地場産業の

ブランディングについて、更なるディスカッションを行い、政策提案に繋げるとともに、学会報告、論文投稿等に取り組んでいく予定である。

#### 4. 主な発表論文等

##### 梅村 仁（研究代表者）

〈著書〉

「パンデミックの影響と地域再生」『日本地方自治研究学会創立40周年記念誌』2024年7月発行予定

〈学会報告〉

口頭発表「コロナ危機後の地域再生」, 日本地方自治研究学会第40回全国大会, 城西大学, 2023年9月23日

〈講演会等〉

1. 講演「自治体産業政策から考える「良いまち」のつくりかた」『第143回まちカフェ夜学』NPO 大森まちづくりカフェ, オンライン, 2023年9月28日
2. パネリスト「ポストコロナ時代と価値創造」診断士フェスタ大阪2023, 大阪府中小企業診断協会, マイドーム大阪, 2023年11月3日
3. 講演「エコノミックガーデニングと地域産業政策」『徳島大学令和5年度大学改革シンポジウム』, 徳島大学, 2023年12月9日

##### 長谷川 英伸

〈学会報告〉

「東北部会発－持続可能な地域社会における地域中小企業と経営学の役割」, 日本経営学会第97回大会ワークショップ, 神戸学院大学, 2023年9月5日

〈講演会等〉

講演「モノづくりと中小企業経営－ネットワークの概念を中心に－」, 日立ニコトランスミッション大宮事業所, 2023年10月19日

## 瓶内 栄作

### 〈学術論文〉

1. 「BCP を目的とした拠点分散化が、地域経済に与える影響についての研究」『芸術文化観光学研究』第2号, pp.87-97, 査読あり, 2023年10月
2. 「コロナ・物価高騰下で小規模事業者経営に求められるもの」『中小商工業研究』第157号, pp.87-97, 査読なし, 2023年10月

### 〈学会報告〉

1. 口頭発表「都市企業の地域への多拠点展開における、地域内ハブ企業の役割についての考察」, 日本中小企業学会2023年春季（九州・西部）部会, 大阪経済大学, 2023年5月20日
2. 口頭発表「都市企業の地域への多拠点展開における、立地誘因企業の役割についての考察」, 日本中小企業学会 第43回全国大会, 近畿大学, 2023年9月30日

## 5. 研究組織

- ・梅村仁 大阪経済大学経済学部教授（研究代表者）
- ・飯盛義徳 慶應義塾大学総合政策学部教授
- ・長谷川英伸 玉川大学経営学部教授
- ・瓶内栄作 芸術文化観光専門職大学芸術文化・観光学部専任講師