

## 地域の力を結集した「あおもりの藍」の復興と産業化

### あおもり藍産業協同組合

あおもりの藍を新たな技術により、磨き上げられた商品を域外に販売し産業化を目指す「地域のちから」が結集され、「地域資源活用プログラム」のベストプラクティス事業として地位を確立した。

#### 背景と目的

藍は、青色を発色する古くから世界中で使われてきた染料の一つであり、青森県においても江戸時代から農村などでは古くなった藍染の布を継ぎ重ね、**「ぼろ」**と呼ばれる着物や敷物を代々受け継いできた文化があった。しかし、近代になると藍の生産は減少し、現在では手芸用途以外はほぼ皆無となっていた。

当組合では、地元青森市の休耕地で契約栽培された藍の活用と、世界からも注目を集める藍染文化を有する青森において藍染を復興させたいとの想いから、平成18年9月に当組合を設立し、藍の保存と普及を図っていくこととなった。

#### 事業・活動の内容

藍染液を調製する技術の研究に取り組み、伝統技術と比較し、製品完成までの所要期間を20分の1以下に短縮するという独自技術を開発した。さらに、藍染商品は高額であるため、藍染の魅力を気軽に楽しむことができるポロシャツやTシャツ、木や皮革などに藍染を施した雑貨の商品化を予定している。天然藍には殺菌などの作用があることが古くから伝えられていることから、弘前大学と共同研究を実施し特許を取得するまでに至った。**「肌の良い効果」**を有する、**「青くない藍」**製品の開発にも取り組んでいる。

#### 活動の成果

当組合はこれまで、弘前大学との共

同研究による特許申請、動体裁断方式の独占使用権取得、JAXA宇宙船機内服への採用、国内外有名ブランドとのコラボレーション商品の開発、地域資源活用プログラム計画認定、ブランド化のためのプロデュース体制整備などを行ってきた。今後も産学官との連携を深め、地域資源を活かした新技術、新商品開発を行っていきいたいと考えている。

組合員としては、縫製、刺繍、特殊印刷技術の応用、生産設備の整備等の受注が増加しつつあり、今後の本格的生産開始により、さらに大きなメリットが生ずると予想される。また、藍製品の生産増加に伴う藍栽培面積の拡大のため、生産者団体と栽培方式の規格化に関する協議を行っている。

このような活動を通じ、藍の生産・染料化、ものづくりを地域で行うことにより、藍生産面積を増加させ、産地化による農業所得、藍製品の生産による雇用創出、商品の販売による付加価値の獲得が可能となり、組合の目的である「藍の産業化」が実現できる。



アパレルブランドとのコラボレーション例

#### あおもり藍産業協同組合

住所：〒038-0031  
青森県青森市大字三内字稲元85番地4  
設立：平成18年9月  
出資金：800千円  
電話：017-766-0188  
URL：—  
業種：繊維製品製造業、印刷業、設備工事業  
組合員：4人  
組合専従者：2人（うち事務職員1人、技術職員1人）

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成24年度連携組織活性化研究会			
対象組合等	千葉県貿易（協）			
	▼組合データ			
	理事長	越部 円	住 所	千葉市美浜区中瀬 2-6-1
	設立	昭和 35 年 2 月		WBG マリブイースト 23 階
	会 員	50人（平成25年12月現在）	業 種	異業種グループ
テーマ	組合員の新たな海外販路開拓のための組合ブランド構築について			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部（Tel 043-306-2427）			
専門家	有限会社バリュー・コンサルティング 代表取締役 安藤 孝（中小企業診断士）			

背景と目的

① 千葉県貿易協同組合の概要

千葉県貿易協同組合は昭和35年に設立された県下唯一の貿易関連団体である。組合員数は約50社であり、主な事業として、貿易振興事業（講演会開催、各種見本市・展示会への参加、取引斡旋事業等）を通して千葉県貿易の振興に寄与すると共に、経営強化事業（貿易実務講座、海外視察事業等）、教育・福利厚生事業等を通して組合員の経営力強化を図っている。



（成田空港の組合店舗）

また、当組合の特徴として、成田空港内に直営の2店舗を保有し、共同販売事業を行っている点がある。この店舗の売上高は年間

約2億円であり、組合の大きな財務基盤となっている。

② 研究会の背景と目的

近年の組合を取り巻く経営環境は、リーマンショックや東日本大震災、また羽田空港の国際化の影響等により、直営店舗の売上高減少の影響が出始めている。

このような経営環境の中で、平成22年度より「成田ブランド研究会」を立ち上げ、組合員企業の更なる海外展開の可能性を探ってきた。この結果、組合ブランドを明確にして広く普及させることが組合員の海外展開に寄与する、との結論に達した。

- この結論を元に今回の研究会では次の二つの目的を設定した。
- 組合のブランド構築により、組合員の新たな海外販路開拓につなげるための戦略策定を行う。
- 今後の組合活動を見据えて平成25年度の中小企業海外展開支援事業補助金（JAPANブランド育成支援事業）を獲得する。

事業の活動内容

① 研究会の実施内容

研究会は目的に対応して、組合

ブランド戦略策定の検討を行い、その検討結果を元にJAPANブランド育成支援申請のための準備を行った。

研究会は、組合役職員を中心としたメンバーで2回開催された。

第一回研究会では中央会よりJAPANブランドの概要説明及び専門家よりブランド戦略に関する講演が行われた。その後、活発な討議を行い、ブランド戦略の方向性が決定した。

当組合は異業種の組合員で構成されているため、組合ブランドの中に、複数の商品カテゴリーを持つものとする。

ブランド名は従来から使用され組合員に馴染みのある

「COOTCA (Chiba Overseas Trade Co-op Association) トトカ」とする。

第一回研究会の結論に基づき、組合役員、組合事務局、中央会、専門家等によりブランド戦略のとりまとめと、JAPANブランド育成支援事業の申請書の作成準備が進められた。

第二回研究会では申請書の概要について討議を行い、次の事項を決定した。