

地域資源を活かしたビジネス展開の可能性について
— 甲斐絹の伝承と発信のためのプログラム開発 —

目 次

1. 研究の概要	1
2. 研究会記録	4
3. 平成 22 年度アンケート調査自由記述について	12
4. 平成 23 年度アンケート調査結果の概要	15
5. 「あのひもすか Project」、「合同会社飯田甲斐絹堂」活動報告	24
6. 研究成果の発表	31
7. 甲斐絹ブランディングの研究	39
8. 平成 23 年度研究活動の評価と今後の課題	53

1. 研究の概要

(1) 研究テーマ

「地域資源を活かしたビジネス展開の可能性について
ー甲斐絹の伝承と発信のためのプログラム開発ー」

(2) 研究者

代表者

斉藤秀子 (山梨県立大学 人間福祉学部)

共同研究者

波木井昇 (山梨県立大学 理事)

安達義通 (山梨県立大学 国際政策学部総合政策学科)

黒羽雅子 (山梨県立大学 国際政策学部総合政策学科)

箕浦一哉 (山梨県立大学 国際政策学部総合政策学科)

五味武彦 (山梨県立大学 理事)

志村結美 (山梨大学 教育人間科学部)

内藤裕利 (山梨県 商工労働部産業支援課)

古屋万恵 (山梨県 商工労働部産業支援課)

五十嵐哲也 (山梨県 富士工業技術センター)

渡辺誠 (山梨県 富士工業技術センター)

串田賢一 (山梨県 工業技術センター)

佐幸歌菜 (山梨県 農政部花き農水産課)

前田市郎 (株式会社 前田源商店 ・ 甲斐絹座)

山崎泰洋 (山崎織物 株式会社 ・ 甲斐絹座)

槇田則夫 (株式会社 槇田商店 ・ 甲斐絹座)

田辺丈人 (有限会社 田辺織物 ・ 甲斐絹座)

一瀬美教 (株式会社 大直)

山梨県立大学国際政策学部総合政策学科 黒羽雅子ゼミ 3・4年生

(3) 研究テーマの内容・背景・目的

[研究内容]

本研究テーマの内容は、地域資源として山梨県富士吉田市に伝わる「甲斐絹」を取り上げ、このビジネス展開の可能性を探るべく、「甲斐絹」を題材としたその伝承のための教育プログラムの検討を行うこと、ビジネス展開のための方策を検討し、実践することである。具体的には、「甲斐絹」を題材とした研究授業の実施、ビジネス展開のための本学演習にお

ける検討と実践、同演習における会社組織の設立と運営、そして、研究会開催による他業種とのコラボレーション等の検討を行う。

[背景]

山梨県内の「甲斐絹」に関わる織物企業や商店では、「甲斐絹」を日本に、世界に広め、その良さを伝えたいための、地域資源、伝統文化を活かしたビジネス展開への要望がある。本研究は、この要望にこたえるべく、「甲斐絹」の地域文化としての伝承のための教育プログラムを開発するとともに、地域あるいは国内でのビジネス展開、発信方法を検討し、「甲斐絹」すなわち地域資源を活かしたビジネス展開の可能性を探ることを目的として始まった。

平成 21 年度（センター共同研究）においては、「甲斐絹」を題材とした中学校での研究授業、山梨県富士吉田市、工業技術センターでの「甲斐絹」保存、また富士吉田市歴史民俗博物館を見学し、知見を深めた。これらの活動について山梨県立大学地域研究交流センター2009年度研究報告書としてまとめ、発刊した。平成 22 年度（プロジェクト研究）においては、「甲斐絹」を題材とした高等学校での研究授業、山梨県立大学の演習における「甲斐絹」のビジネス展開についての検討と実践、合同会社「飯田甲斐絹堂」の設立、研究会における他業種とのコラボレーションについての検討を行った。これらの活動について、山梨県立大学地域研究交流センター2010年度研究報告書としてまとめ、発刊した。

[目的]

上記の背景をふまえ、平成 23 年度においても、「甲斐絹」の地域文化としての伝承のための教育プログラムを開発するとともに、地域あるいは国内でのビジネス展開、発信方法を検討し、「甲斐絹」すなわち地域資源を活かしたビジネス展開の可能性を探ることを目的として研究を進める。

(4) 研究の方法と手順

平成 23 年度研究活動は次のように進める。

1) 研究会の開催

平成 23 年 7 月、10 月、平成 24 年 1 月の 3 回を予定している。

主に、地域の産業とのコラボレーション等について検討する。

2) 「甲斐絹」を題材とした研究授業

富士吉田河口湖高校において、平成 22 年度と同様の研究授業を実施、授業方法、内容等について検討をすすめる。

3) 演習における「あのひもすか Project」の活動、学内会社組織「合同会社飯田甲斐絹堂」の活動として、分担し、メモ帳、名刺入れの製作・販売について検討、実践する。また、様々な場面で「甲斐絹」知名度の向上活動を実践する。

4) 甲斐絹講義時のアンケート調査による甲斐絹ビジネス展開についての検討

甲斐絹座前田市郎氏による県内大学での講演時に、アンケート調査を実施し、集計、分析し、「甲斐絹」のビジネス展開についての方策を検討する。

5) 研究成果の公表

家庭科教育学会において、平成 22 年度「甲斐絹」を題材とした研究授業について、その内容等を公表する。

6) 報告書の作成

活動内容について報告書を作成する。

(5) 研究の地域貢献との関連性

前述のとおり、山梨県内の「甲斐絹」に関わる織物企業や商店では、「甲斐絹」を日本に、世界に広め、その良さを伝えたいための、地域資源、伝統文化を活かしたビジネス展開への要望がある。本研究では地域資源としての「甲斐絹」を用いた研究授業により地域の生徒に「甲斐絹」について広める、「あのひもすか Project」「合同甲斐飯田甲斐絹堂」の組織により、「甲斐絹」の商品開発・販売、「甲斐絹」の地域での知名度の向上活動を実践することができる。

また、研究会は、山梨県商工労働部産業支援課、同農政部花き農水産課、山梨県富士工業技術センター、同工業技術センター、地域の企業「甲斐絹座」「大直」、山梨大学、および本学のメンバーにより組織され、「甲斐絹」についてのビジネス展開についての検討が行われる。

さらに、平成 21、22 年度における本研究活動は NHK、UTY、TBS、NNS で放映され、山梨日日新聞、日本経済新聞、読売新聞に掲載された。これらの報道も「甲斐絹」の知名度向上に寄与している。

以上のとおり、本研究は「甲斐絹」の伝承と発信という地域の課題を研究題材としており、本学の地域貢献の一環として位置づけられると考えられる。

(6) 研究経費

山梨県立大学地域研究交流センタープロジェクト研究の経費による。

2. 研究会記録

第1回研究会

日時：平成23年8月4日（木）15：00～17：30

場所：山梨県立大学地域研究交流センター研修室

内容：

- ①平成22年度研究報告書の発刊について
 - ・報告書の発刊が報告された。
- ②平成23年度プロジェクト研究の採択と活動内容について
 - ・センタープロジェクト研究採択が報告された。
 - ・プロジェクト研究メンバーについて紹介された。
 - ・平成23年度の活動について下記申請内容が報告された。
 - 1) 研究会の開催
 - 2) 「甲斐絹」を題材とした研究授業
 - 3) 本学演習における「あのひもすか Project」「合同会社飯田甲斐絹堂」の活動
(メモ帳、名刺入れの製作・販売等、甲斐絹の知名度向上の取り組み)
 - 4) 「甲斐絹」講義時のアンケート調査
 - 5) 甲斐絹による製品の開発
 - 6) 研究成果の公表（家庭科教育学会）
 - 7) 報告書の発刊
- ③「甲斐絹」を題材とした研究授業
 - ・富士河口湖高校で研究授業を実施した。
 - 1 学年7クラス全員（約300人）、甲斐絹座説明+ティッシュケースを作る研究授業を行った。平成23年度は2月にミシン縫製での研究授業を予定している。
アンケートについては集計、分析中である。
このほかの研究授業（小学校、中学校）については検討中である。
 - ・家庭科教育学会で平成22年度研究授業について研究成果を公表した。
 - ・富士河口湖の研究授業についても発表を検討している。
- ④「あのひもすか Project」「合同会社飯田甲斐絹堂」の活動について
 - ・黒羽ゼミ学生柳山さんの報告
[あのひもすか Project] について
甲斐絹の知名度向上のために次の活動を行う。四菱総研イベントで展示、学園祭展示、卒業式での写真撮影など。
甲斐絹のメモ帳は生協で2冊組500円、1冊300円で販売でき、ほぼ完売した。

[合同会社飯田甲斐絹堂] について

営利活動を行っていく、名刺入れについて検討中である。

文具店のインクポットに甲斐絹柄を使った文具を製品としておくことについて相談中である。

安価な製品について検討中である。

平成 22 年度には富士吉田で甲斐絹についての学習を行った。

⑤「甲斐絹」についての講義とアンケート調査

- ・甲斐絹座の講演活動が報告された。

平成 23 年 5 月 6 日 県立大学「山梨学」講義、アンケート

平成 23 年 5 月 12 日 健康科学大学 アンケートは実施せず

平成 23 年 12 月 7 日 城西高校での講義 1 年生 70 分 300 人対象で予定

アンケート実施予定

- ・5 月 6 日 県立大学「山梨学」で 91 枚アンケート回収。「アクセス」に入力し集計、分析予定だが、次の傾向が示されている。

知名度は思ったよりあるが、知らない人も多い。

印象は、好き、きれいというプラスのイメージと、古臭い、高級で手が出ないというイメージもある。

製品については、小さいアクセサリは 500 から 800 円を希望している。

独特の光沢、チェックのプリント等好まれているものもある。

若い人向けに PR をもっとしたほうが良いとの声があった。

- ・城西高校におけるアンケートについて、調査項目について検討予定である。

⑥甲斐絹による製品の開発

- ・大学卒業式で甲斐絹を使った製品を記念品としてはどうか。
- ・名刺入れは、見せるものなので、周知効果があるのではないか。
- ・甲斐絹の記念品のパッケージ、説明用紙に和紙を使用してはどうか。
- ・「あのひもすか Project」として、商品を検討して次の研究会までに提案する。

⑦研究メンバーの活動、意見交換等

- ・8 月 18 日午後 7 時～9 時、テレビ山梨の郡内織物についての番組の中で、前田源商店が紹介される。

- ・デザインセンターでモノづくり講座をやっているので学生が参加してはどうか。

10 月から開始予定（コースで 3 千円、3 コース）。

- ・箕浦先生は、富士吉田の地域での織物産業と生活文化との関係について研究を行っている。地域の生活の中で、機音がしていると家事がはかどるという結果が得られた。地場産業が地域の生活文化としてどうかという研究をしており、丹後の縮緬についてみてきた。地域のブランドとして新しい活動を行っている。

- ・花き農水産課に、県内の養蚕業についてのレクチャー（生産、流通等）を依頼した。また、生糸の生産工程の見学について検討を依頼した。
- ・学生の実施に学ぶ、実際のものとしてやっていって学ぶということは良いし、甲斐絹の道が開ければよい。伝統産業が産業として生きていくには、新しいマーケット、若い世代に向けて、考えてみる必要がある。若い人にも和紙が取り入れられ始めている。これからの50年で可能性があるのではないかと考える。
- ・サン宝石のような発想で、今の暮らしのなかでどのように入っていけるか考えていくと良いと思う。
- ・山梨県の繭で作った復刻甲斐絹であることをアピールするために、甲斐絹座の名前を広める必要がある。
- ・研究授業については教育委員会等への働きかけも考えていきたい。
- ・名刺入れは良いと思う。良いものなので、東京の40代、50代を対象にしてもよいのではないか。奈良さらし、東京ミッドタウンで売れているので、この方向性も模索してはどうか。
- ・中川政七商店で、ものづくりと販売、コンサルティングも行っている。販売して、他社のものも手掛け、「日本の伝統工芸を元気にする」ということを行っている。
- ・印伝屋では新作の鉄腕アトムの商品（男性向け）が売れている。

第2回研究会

日時：平成23年9月27日（火）17:00～19:00

場所：山梨県立大学地域研究交流センター研修室

内容：

- ①県内養蚕業（歴史、生産、流通等）について（花き農水産課）
 - ・県花き農水産課佐幸氏より、資料「山梨県の養蚕業」により説明があった。
- ②甲斐絹の製品の開発について
 - ・甲斐絹座より、甲斐絹製品（名刺入れ2種、ふくさ入れ）が紹介された。
 - ・龍村で作成している芯入りのふくさ入れ、についても、検討中である。
 - ・二つ折り名刺入れの原価が報告された。
 - ・ティッシュケースカバー（研究授業1、2月）キットの発注は11月中にお願いしたい。
- ③「あのひもすかProject」の活動について
 - ・商品開発について試作品を作成中であるが、研究会での紹介には至っていない。
- ④飯田甲斐絹堂の活動について
 - ・卒業式配布の名刺入れについて、二つ折りの原価が検討された。
 - ・甲斐絹座で製造、甲斐絹堂のブランドで販売してはどうか。

- ・約 300 名の卒業生に配布予定として検討する。
- ・デザインは学生とし、年内に甲斐絹座に発注し、2 月に納品、の方向が可能かどうか検討するということとなった。
- ・ブランドは「飯田甲斐絹堂」とし、大学名をつけてはどうかという意見があった。

⑤その他

- ・12/1（木）都留文科大学で、甲斐絹座・前田氏の講演が予定されている。前田氏よりアンケートを行うのでアンケートを頂きたいとの希望があった。
- ・12/7（水）城西高校で、甲斐絹座・前田氏の講演が予定されている。
- ・甲斐絹座・前田氏より、本プロジェクトの報告書原稿を、他の原稿に引用する旨、報告があった。
- ・11 月初旬の家庭科教育学会例会で、平成 22 年度の実践を発表する旨、報告があった。

第 3 回研究会

日時：平成 23 年 11 月 10 日（火）15：00～17：00

場所：山梨県立大学被服科学実験室

内容：

①「あのひもすか Project」の活動について

- ・学園祭（11/5）において下記を実施し、50 人（教員 10 人、卒業生 5 人、一般 35 人）の見学があった。

メモ帳を販売

卒業式撮影の甲斐絹バック、卒業生写真を展示

甲斐絹座提供のバック、スカーフ、風呂敷を展示

飯田甲斐絹堂製作のメモ帳販売

- ・11/6（水）シーチングで名刺入れを試作し、作成方法について作図した。

接着材のついてない芯を探すこととした。

- ・学園祭で販売したメモ帳について、生協においてもらう、問い合わせ先を決める等が必要との意見があった。

②飯田甲斐絹堂の活動について

- ・名刺入れの製作販売に関し、生地、説明文用紙、ラッピング、シール等の価格について情報交換した。

- ・本学卒業式記念品とすることについて、事務局に相談することとなった。

③「あのひもすか Project」、「飯田甲斐絹堂」の活動について

- ・学長に上記活動について説明した旨、報告があった。

④家庭科教育学会発表について

- ・日本家庭科教育学会 2011（平成 23）年度例会が 2011 年 11 月にあり、土橋由紀（富

士河口湖高校)、志村結美(山梨大学)、斉藤秀子(山梨県立大学)にて、「甲斐絹を題材とした高等学校家庭科における授業の検討」と題し報告予定。

⑤その他

- ・12/1(木)都留文科大学で、甲斐絹座・前田氏が講演予定、アンケートについては印刷して送付済みである。
- ・平成24年2月～3月、富士吉田高校において、7クラス270名、ティッシュケース作成を含む研究授業を実施予定である。

第4回研究会

日時：平成23年12月15日(木)17:00～19:00

場所：山梨県立大学地域研究交流センター研修室

内容：

①「あのひもすか Project」の活動について

- ・名刺入れ、試作2点を完成させ、雨宮邦子さんに製作方法を届けた(オレンジ縞とオレンジ)。
- ・製作はミシン縫い2本で縫製できる方法とした。
- ・商品名を「甲斐絹名刺入」とすることとした。

②飯田甲斐絹堂の活動について

- ・名刺入れに関し、和工房 乃あ 遠藤貴美子氏に試作、製作単価の検討を依頼し、3月までに必要個数の製作を引き受けて下さる旨確認した。芯の購入先について同氏より情報を得ることとした。

③卒業式記念品について

- ・後援会・学務課との打ち合わせにより、「甲斐絹名刺入」290個製作、卒業式で記念品として配布できることとなった。
- ・製品に添える「パンフレット」、パッケージ、甲斐絹堂で検討中である。
- ・①オレンジの縞+オレンジ ②紫縞+紫 の2種類で製作予定である。
- ・紫縞の布地(紫、濃い紫交互の縞)については、1月20日くらいまでに製作予定。
- ・ミシン糸についても検討中、芯については、「接着材なしの厚地」とする。

④富士吉田商工会議所創立60周年記念事業、「ふじよしだお土産大賞」応募について

- ・甲斐絹座、前田氏より、表記の応募について提案があった。
- ・1月11日(水)提出締切で、「甲斐絹名刺入」を飯田甲斐絹堂製作で提出する。会員企業と学生とのコラボで企画していることをアピールする。文章についての案も検討し、甲斐絹座にメールする。
- 12月26日(月)までに、パンフレットとパッケージを検討し、パッケージにパンフレットを入れ、甲斐絹座に送付する。

大賞応募用紙は甲斐絹座（前田氏）から提出する。

⑤城西高校での講演について

- ・平成 23 年 12 月 7 日（水）1 時 45 分～3 時に甲斐絹座、前田氏による講演を行った。
- ・甲斐絹座紹介のビデオを見せ、スカーフ等を触って紹介した。
- ・教員より、ものを見せて触ることができたのが良かったとの感想を得た。
- ・受講者は 1 年生、200 名であり、学生の柳山さん担当でアンケートを実施した。

⑥都留文科大学での「山梨学」での講演について

- ・平成 23 年 12 月 1 日（木）、2 時 40 分～4 時 20 分、受講者 100 名。
- ・地元なので、工場見学に来たことがある学生がいた。
- ・アンケート調査を実施した。

⑦富士河口湖高校での研究授業

- ・時期 平成 24 年、3 月 2～3 週目（5～15 日）実施予定
- ・人数 279 名（7 クラス）
- ・担当 土橋先生
- ・内容 甲斐絹座のお話し、小物製作
- ・ティッシュケースカバーの寸法を確認した。縫い代線をひかないで、授業時に生徒が線を引き、ミシン縫製とする。消費者教育の観点からの授業とする。

⑧総合教育センターでの研修について

- ・24 年度の研修（伝統と文化関連）で中学校、高等学校の教員対象で、実施したいとの相談があった。
- これまでの授業実績を踏まえ、内容等、今後検討予定である。

⑨その他

- ・県農政部長と主幹、花き農水産課長が甲斐絹座を訪問された。
本活動について紹介した。
- また、甲斐絹の商品に県による原産地証明のマークをつけることができるようにしてほしいとの話をした。
- ・第 1 回水晶彫刻若手作品展が以下の日程で開催される。
平成 24 年 1 月 11 日（水）～17 日（火）
- ・甲斐絹座メンバー山崎氏のネクタイの展示を表参道で実施予定。

第 5 回研究会

日時：平成 24 年 1 月 26 日（木）18：00～20：00

場所：山梨県立大学地域研究交流センター研修室

内容：

- ①「あのひもすか Project」の活動について

- ・学生優秀地域プロジェクトに認定され、平成24年1月26日（木）認定式があった。

②飯田甲斐絹堂の活動について

- ・「甲斐絹名刺入」とパッケージ等内容が紹介された。
 - 卒業式記念品のパッケージ（大直の和紙）
 - 帯（金字で「山梨県産絹100% 甲斐絹名刺入」と記入）
 - パンフレット「甲斐絹を訪ねて」 大直の和紙使用（大直礼状紙）
 - 卒業記念カード（山ちゃんマーク付）
- ・メモ帳の店頭販売について文具店に依頼予定である。
- ・「甲斐絹名刺入」の販売価格もいれて、購入パンフレットをメール配信することとなった。
- ・甲斐絹座でのインターネット販売については、調整中である。
- ・県庁内でのパンフレット配布についてはプレス発表後とする。
- ・柄のバリエーションを今後検討する。
- ・名刺入れ（卒業生記念品）納品は2月末に予定している。

③富士河口湖高校授業日程について

- ・甲斐絹座よりキットを納入、ミシン縫製、甲斐絹についての授業を実施する。
- ・授業内容に応じたアンケートを実施予定。
- ・日程は下記の予定。
 - 2月14日（火）（講師、甲斐絹座 田辺氏）
 - 2月15日（水）（講師、甲斐絹座 前田氏）
 - 2月16日（木）（講師、甲斐絹座 前田氏）
 - 2月17日（金）（講師、甲斐絹座 田辺氏）

④センター研究発表会について

- ・3月23日 15:40~16:10 A606 教室にて柳山菜摘さん担当。パワーポイントでの紹介、見本の紹介も行うこととする。

⑤山梨県総合教育センターでの講演について

- ・7月23日（月）に家庭科に関する中高教員向けの講演を甲斐絹座前田氏、斉藤担当で実施予定である。

⑥「甲斐絹名刺入」材料試験について

- ・富士工業技術センターで、湿摩擦、乾摩擦、対光、糸密度を実施予定である。

⑦お土産大賞応募について

- ・富士吉田市商工会議所60周年記念のお土産大賞に「甲斐絹名刺入」と甲斐絹座「ネッカチーフ」を応募した。ただいま一次審査中である。

⑧その他

- ・富士工業技術センターから、「濡れ巻き技術」（風合いよく仕上げる効果がある、昭

和 40 年以前はこの方法であった) についてアンケート依頼があった。

- 3 月 22 日 (木) 1 時～、ココリの県立宝石美術専門学校にて、本研究会五十嵐氏も参加したデザイン高度化事業 (イタリアでの研修) の報告会が予定されている。
- 札入れの試作をしてほしい旨依頼があった。

3. 平成 22 年度アンケート調査自由記述について

(1) はじめに

平成 22 年度においては、山梨県立大学、都留文科大学、早川町、韮崎高校において、述べ 204 名を対象にアンケート調査を実施、その結果を報告した。引き続き、同アンケート調査の自由記述について分析を行ったので、報告する。

(2) アンケート調査自由記述分析結果について

表 1 に調査対象別、自由記述の回答者人数、自由記述への回答率を示した。回答率が最も高かったのは富士川町、次いで、都留文大であった。県立大学の回答率は 70%前後、韮崎高校では特に質問 3 で 60%弱にとどまった。富士川町の回答者は高齢であり、甲斐絹の発信、伝統文化の伝承に関心があるためと考えられる。

分析は、自由記述をカテゴリーに分け、集計する方法とした。表 2 および図 1 は、甲斐絹発信の工夫について聞いた質問のカテゴリー別回答割合である。伝統文化の良さを知ってもらう、甲斐絹製品の商品開発と販売、様々な媒体や、講座、イベントによる発信、海外への発信、学校教育の中で教える、という提案があった。合わせて、富士川町では、桑畑を作って、蚕をそだてる体験型の提案があるとともに、甲斐絹の現状の厳しさが指摘された。表 3、図 2 に伝統文化の伝承についての回答割合を示した。関心をもつ、学ぶ、体験するという「自分が知る」、周りの人に、次世代に、後継者に伝える、教育機関で教えるという「他の人に伝える」、興味を持たせる、販売、情報発信、保存という「伝えていくための工夫」が提案された。

(3) まとめ

自由記述の分析の結果、甲斐絹の発信について、甲斐絹に関しては、商品開発と販売、メディア、講座、イベントによる発信、学校教育による発信が挙げられた。また、伝統文化の伝承については、自分が知る、他の人に伝える、伝えるために工夫するという 3 段階の伝承方法が提案された。甲斐絹の発信と伝承のための提案として、今後の本プロジェクト活動に役立てていきたい。

表 1 調査対象者別回答者数と回答率

項目			県立大学	都留文大	富士川町	韮崎高校
回答者 人数			89	42	27	10
回答率 %	質問 2	質問 2 甲斐絹を広く社会に発信するためには、どのような工夫が考えられますか	75.3	90.5	100.0	85.2
	質問 3	質問 3 日本の伝統と文化を大切に、後世につたえていくために、私たちはどのようなことをする必要があると思いますか	62.9	90.5	90.0	59.3

表 2 質問 2 甲斐絹の発信についての回答結果

%(重複回答含む)

記述内容	県立大学	都留文大	韮崎高校	富士川町
伝統文化の良さを知ってもらう	14.6	45.2	70.0	37.0
甲斐絹製品の商品開発をする	32.6	40.5	40.0	11.1
販売する	16.9	19.0	20.0	11.1
色々な媒体を使って情報発信する	25.8	23.8	10.0	25.9
講座を開催する	4.5	19.0	20.0	7.4
イベントなどを開いて紹介する	5.6	19.0	10.0	7.4
海外へ発信する	7.9	9.5	0.0	3.7
桑畑を作って、蚕を育てる	0.0	0.0	0.0	14.8
学校教育の中で教える	2.2	11.9	20.0	7.4
甲斐絹の現状は厳しい	0.0	2.4	0.0	7.4

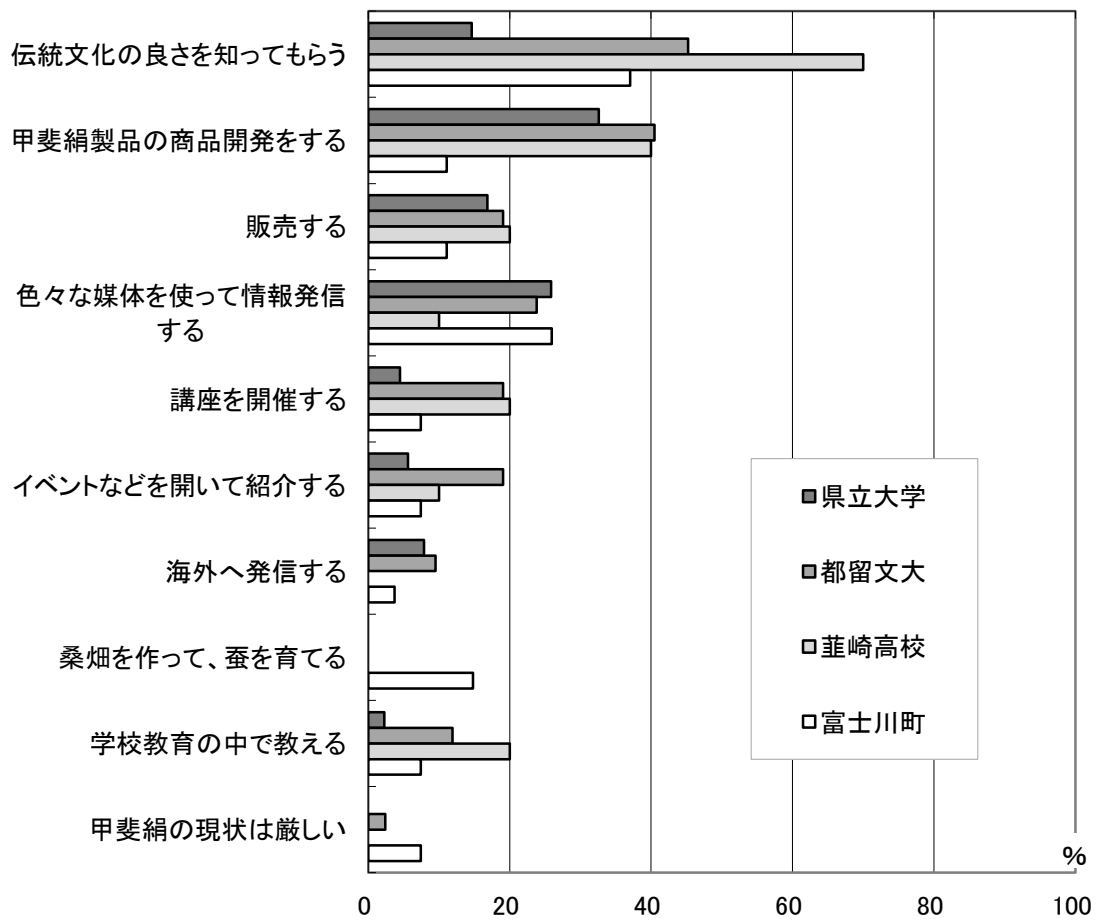


図 1 質問 2 甲斐絹の発信についての回答割合

表3 質問3 伝統文化の伝承についての回答結果

%(重複回答含む)

記述内容		県立大学	都留文大	韮崎高校	富士川町
自分が知る	関心を持つ	1.1	11.9	10.0	0.0
	知るために学ぶ	15.7	28.6	40.0	0.0
	体験する	12.4	19.0	30.0	3.7
他の人に伝える	周りの多くの人に伝える	3.4	7.1	30.0	0.0
	次世代へ伝える	16.9	16.7	10.0	7.4
	後継者に伝える	2.2	11.9	0.0	0.0
	教育機関で教える	5.6	4.8	0.0	7.4
伝えていくために工夫する	興味を持たせるための工夫	7.9	23.8	20.0	37.0
	販売するための工夫	0.0	7.1	10.0	7.4
	情報発信するための工夫	9.0	2.4	0.0	0.0
	保存する	3.4	0.0	10.0	0.0

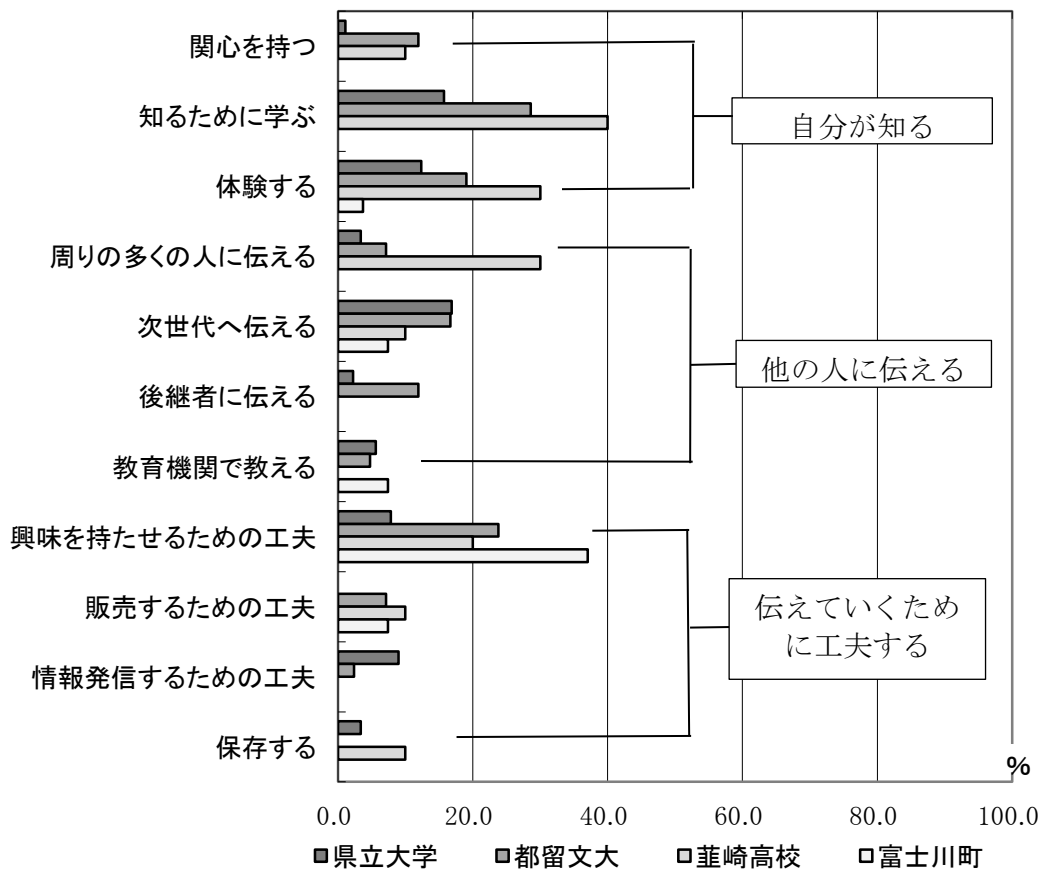


図2 質問3 伝統文化の伝承についての回答割合

4. 平成 23 年度アンケート調査結果の概要

平成 23 年度においては、甲府城西高校、都留文科大学、山梨県立大学での講義時、甲斐絹の知名度と印象についてのアンケート調査を行った。以下にその概要と集計結果を述べる。なお、山梨県立大学でのアンケート、また甲府城西高校と都留文科大学の自由記述については現在集計・分析中である。

(1) 甲府城西高校でのアンケート調査

実施日：2011 年 12 月 7 日

対象：甲府城西高校 1 年生 217 人（男子 89 人、女子 128 人）

うち県内出身者 208 人（男子 84 人、女子 124 人）

県外出身者 9 人（男子 5、女子 4 人）

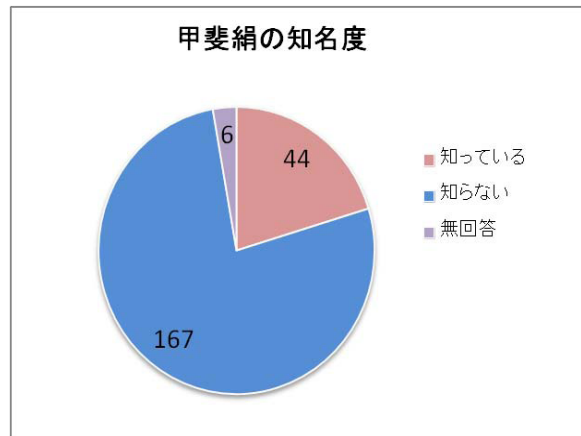
調査結果：

山梨の伝統と文化については、テレビや新聞から情報を得ている学生が多く、全体の 35.9%であった。下の表は、山梨の伝統と文化についてどのように知ったか、表に示す項目から複数回答してもらった結果を表したものである。表には各項目の人数と、それが全体（217 人）に占める割合を示した。

友達に聞いた	30	13.8%
親に聞いた	58	26.7%
親族に聞いた	12	5.5%
テレビや新聞で	78	35.9%
町のポスター等で	35	16.1%
インターネットで	9	4.1%
その他	34	15.7%

甲斐絹の知名度に関しては、76%に当たる 167 人の学生が甲斐絹を知らないと答えた。

また、知っていると答えた 44 人のほとんどは「名前は聞いたことがある」という程度の認識であり、甲斐絹とはどんな織物であるのかしっかりとイメージのできる者はごくわずかであると考えられる。「制服が甲斐絹だった」という旨の回答をした学生も 13 人おり、甲斐絹といえば制服の「甲斐絹屋」が思い浮かぶようである。しかし、これは甲斐絹についての正しい認識ではない。

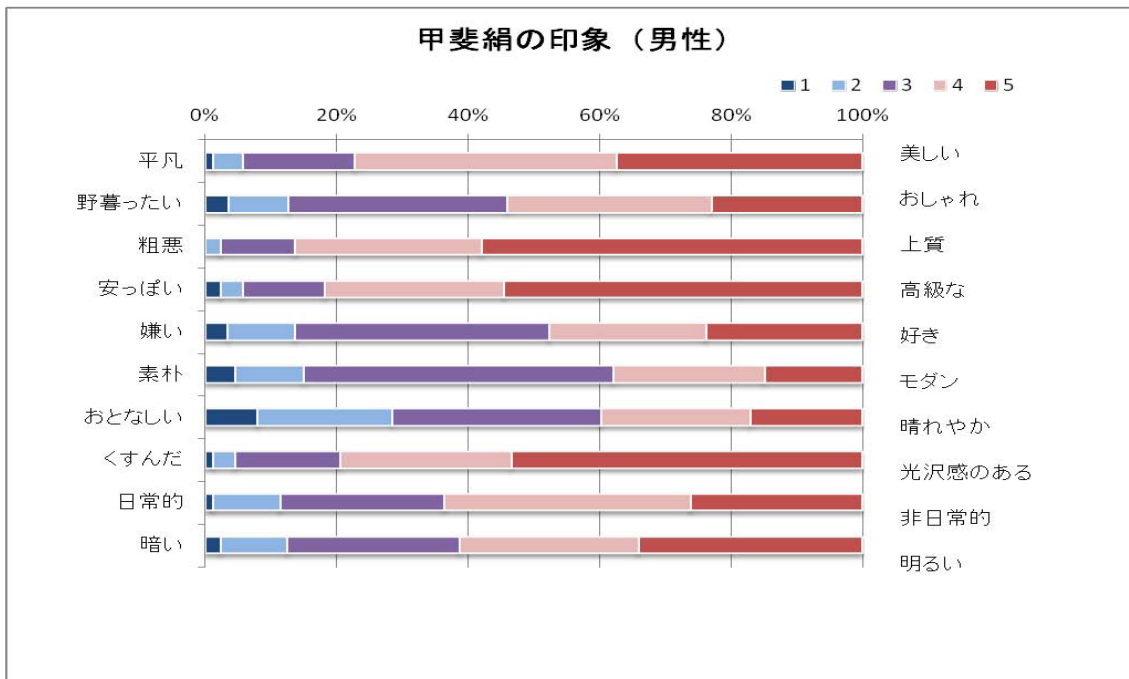


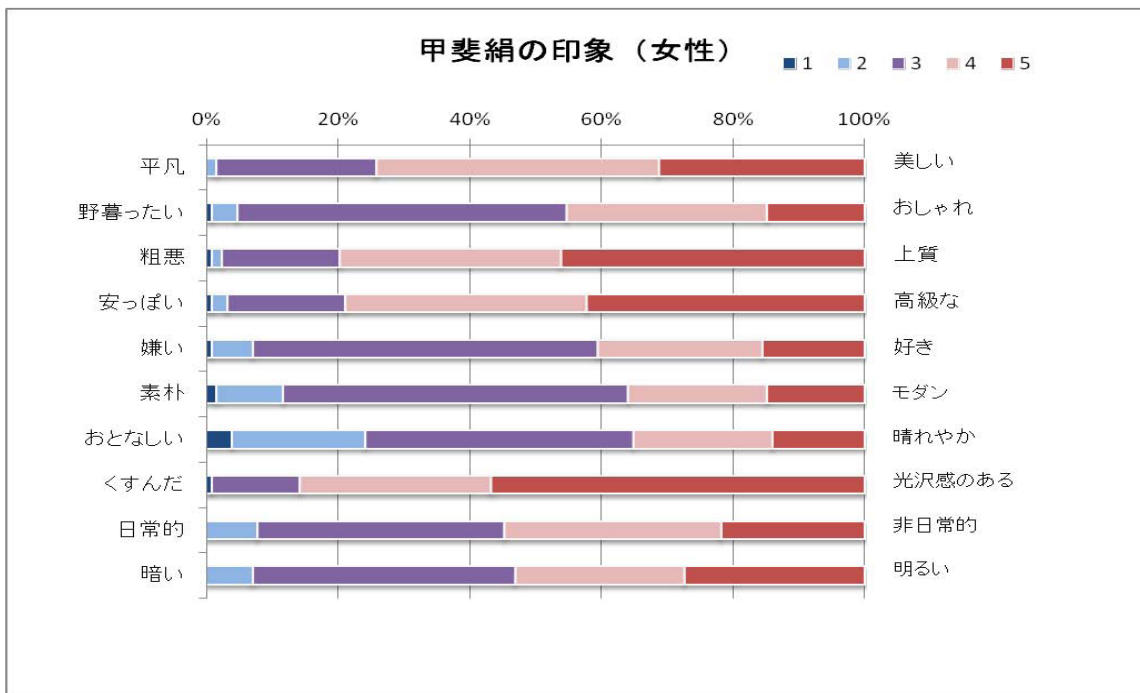
	県内出身者	県外出身者	合計
知っている	43	1	44
知らない	159	8	167
無回答	6	0	6

次のグラフは、甲斐絹の印象についてまとめたものである。甲斐絹を見たり触ったりした印象が、「平凡・美しい」などといった二つの形容詞のどちらにどれだけ近いかを1～5の5段階で答えてもらった。

(例) 平凡 1—2—3—4—5 美しい

1と2、4と5の合計をそれぞれ比べてみると、男女ともに「上質」「光沢感のある」「高級」「美しい」という印象をよく抱えていることがわかる。





男性	1	2	3	4	5	
平凡	1 (1.1)	4 (4.5)	15 (17.0)	35 (39.8)	33 (37.5)	美しい
野暮ったい	3 (3.4)	8 (9.2)	29 (33.3)	27 (31.0)	20 (23.0)	おしゃれ
粗悪	0 (0.0)	2 (2.3)	10 (11.4)	25 (28.4)	51 (58.0)	上質
安っぽい	2 (2.3)	3 (3.4)	11 (12.5)	24 (27.3)	48 (54.5)	高級な
嫌い	3 (3.4)	9 (10.2)	34 (38.6)	21 (23.9)	21 (23.9)	好き
素朴	4 (4.6)	9 (10.3)	41 (47.1)	20 (23.0)	13 (14.9)	モダン
おとなしい	7 (8.0)	18 (20.5)	28 (31.8)	20 (22.7)	15 (17.0)	晴れやか
くすんだ	1 (1.1)	3 (3.4)	14 (15.9)	23 (26.1)	47 (53.4)	光沢感のある
日常的	1 (1.1)	9 (10.2)	22 (25.0)	33 (37.5)	23 (26.1)	非日常的(贅沢)
暗い	2 (2.3)	9 (10.2)	23 (26.1)	24 (27.3)	30 (34.1)	明るい

人、カッコ内は%

女性	1	2	3	4	5	
平凡	0 (0.0)	2 (1.6)	31 (24.2)	55 (43.0)	40 (31.3)	美しい
野暮ったい	1 (0.8)	5 (3.9)	64 (50.0)	39 (30.5)	19 (14.8)	おしゃれ
粗悪	1 (0.8)	2 (1.6)	23 (18.0)	43 (33.6)	59 (46.1)	上質
安っぽい	1 (0.8)	3 (2.3)	23 (18.0)	47 (36.7)	54 (42.2)	高級な
嫌い	1 (0.8)	8 (6.3)	67 (52.3)	32 (25.0)	20 (15.6)	好き
素朴	2 (1.6)	13 (10.2)	67 (52.3)	27 (21.1)	19 (14.8)	モダン
おとなしい	5 (3.9)	26 (20.3)	52 (40.6)	27 (21.1)	18 (14.1)	晴れやか
くすんだ	1 (0.8)	0 (0.0)	17 (13.4)	37 (29.1)	72 (56.7)	光沢感のある
日常的	0 (0.0)	10 (7.8)	48 (37.5)	42 (32.8)	28 (21.9)	非日常的(贅沢)
暗い	0 (0.0)	9 (7.0)	51 (39.8)	33 (25.8)	35 (27.3)	明るい

人、カッコ内は%

(2) 都留文科大学でのアンケート調査

対象：都留文科大学学生 69 人（男子 38 人、女子 31 人）

うち県内出身者 23 人（男子 13 人、女子 10 人）

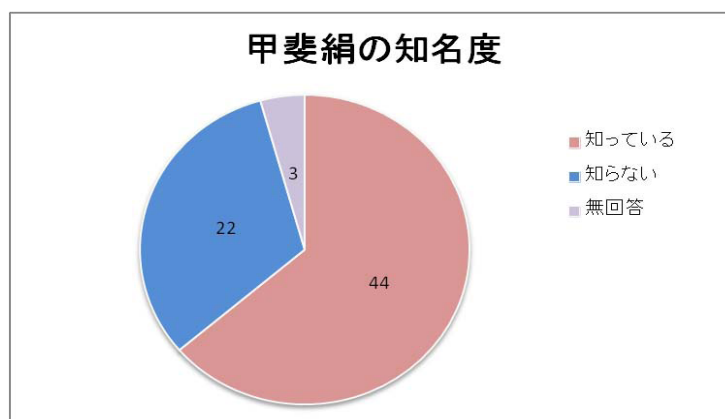
県外出身者 46 人（男子 25 人、女子 21 人）

調査結果：

県外出身者が多いこともあってか、山梨の伝統と文化については友達から情報を得ている学生が多い。また、テレビ・新聞、町のポスターと答えた者も 23.2%いた。また、その他の回答として、大学の講義で知ったというものも多かった。

友達に聞いた	17	24.6%
親に聞いた	10	14.5%
親族に聞いた	3	4.3%
テレビや新聞で	16	23.2%
町のポスター等で	16	23.2%
インターネットで	6	8.7%
その他	20	29.0%

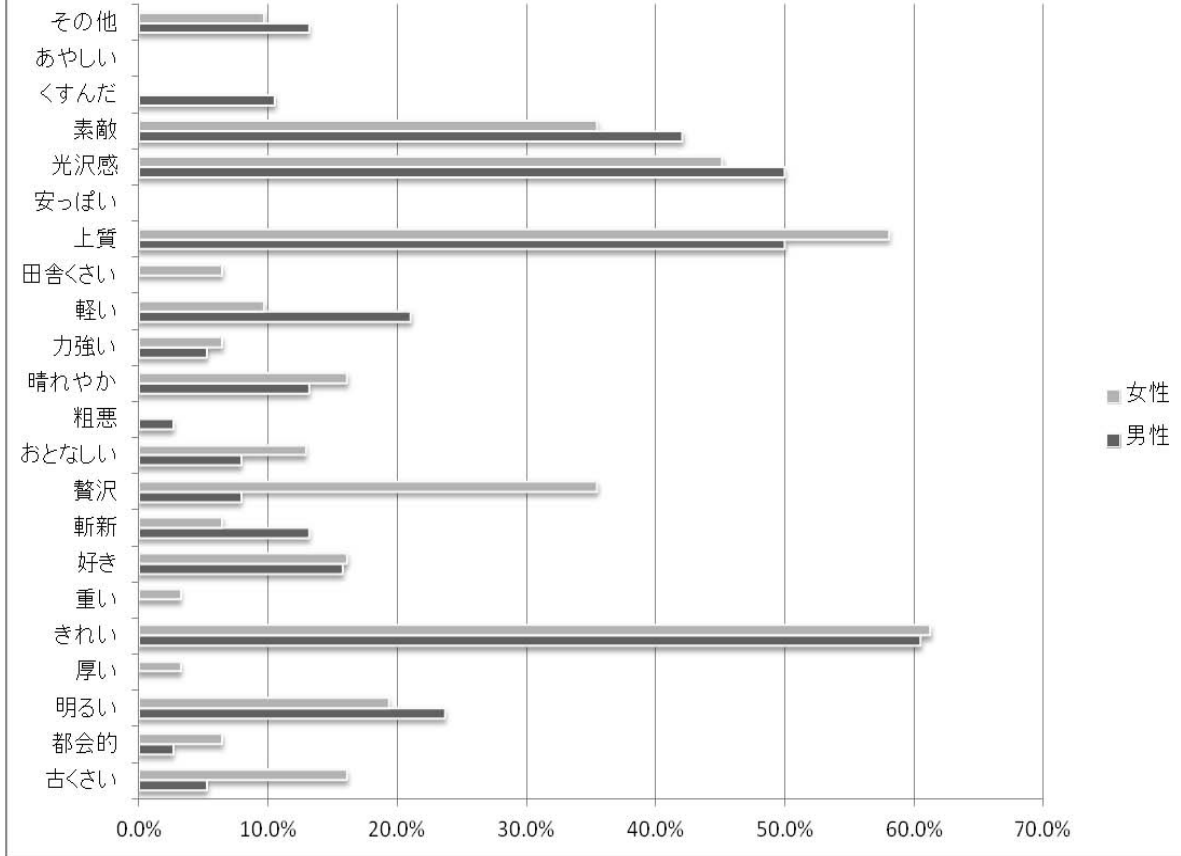
知名度については、知っていると答えた学生が 63%であった。県外出身者でも、知っていると答えた人数が知らないと答えた人数を上回った。



	県内出身者	県外出身者	合計
知っている	16	28	44
知らない	5	17	22
無回答	2	1	3

講義を聞き、実際に甲斐絹を見たり触ったりしたのち、甲斐絹の印象について該当するものを複数回答してもらった。下に、各項目の数値を表し、グラフ化した。男女ともに、「きれい」「上質」という印象をもつ学生が最も多かった。「あやしい」「安っぽい」と答えた学生はいなかった。

甲斐絹の印象



	男性		女性		合計	
古くさい	2	5.3%	5	16.1%	7	10.2%
都会的	1	2.6%	2	6.5%	3	4.4%
明るい	9	23.7%	6	19.4%	15	22.1%
厚い	0	0.0%	1	3.2%	1	1.4%
きれい	23	60.5%	19	61.3%	43	61.7%
重い	0	0.0%	1	3.2%	1	1.4%
好き	6	15.8%	5	16.1%	11	16.2%
斬新	5	13.2%	2	6.5%	7	10.3%
贅沢	3	7.9%	11	35.5%	14	20.4%
おとなしい	3	7.9%	4	12.9%	7	10.3%
粗悪	1	2.6%	0	0.0%	1	1.5%
晴れやか	5	13.2%	5	16.1%	10	14.7%
力強い	2	5.3%	2	6.5%	4	5.9%
軽い	8	21.1%	3	6.5%	11	16.2%
田舎くさい	0	0.0%	2	9.7%	2	2.9%
上質	19	50.0%	18	65.5%	38	54.3%
安っぽい	0	0.0%	0	58.1%	0	0.0%
光沢感	19	50.0%	14	45.2%	34	48.6%
素敵	16	42.1%	11	35.5%	27	39.7%
くすんだ	4	10.5%	0	0.0%	4	5.9%
あやしい	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
その他	5	13.2%	3	9.7%	8	11.8%

このアンケートは、本日甲斐絹に関する講義をお聞きになった皆様に甲斐絹製品に対するご感想・ご提案をお聞きするために実施いたします。なお、お聞きいたしました内容については、製品開発のための基礎データとして、また甲斐絹の普及に関する研究のためのデータとして利用させていただきます。利用に関しては、情報の管理等に十分な注意を払い、回答者を特定するような利用の仕方をしないことをお約束いたします。

山梨県立大学甲斐絹プロジェクト・柳山菜摘

①あなた自身についてお聞きします。

◆性別（1. 男性 2. 女性）

◆お住まいの地域（1. 甲府市内 2. 1を除く山梨県内 3. その他）

◆出身地（都道府県、市町村）はどちらですか？（ ）

◆山梨の伝統と文化（暮らし、郷土色、お祭りなど）について、あなたがお存知のものがあれば、できるだけたくさん書いてください。

（ ）

◆上に書いた山梨県の伝統と文化についてどのようにして知りましたか？（該当する番号を○で囲んでください。複数回答可）

1. 友達に聞いた 2. 親に聞いた 3. 親戚に聞いた 4. テレビや新聞で 5. 町のポスター等で

6. インターネットで 7. その他（具体的に… ）

②次のシチュエーションでバッグ・アクセサリー・衣料・小物などの商品を選ぶとき、1～0にあげた項目のうちどれを重視しますか？（シチュエーションごとに該当する番号を（ ）内に記入してください。複数回答可）

- | | | |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|
| 1. 変わった素材であること | 2. 伝統的な（歴史のある）ものであること | |
| 3. 地域で作られたもの（地場産業）であること | 4. 高級なものであること | |
| 5. 値段が安いこと | 6. ほかにないデザインであること | 7. 有名なブランドであること |
| 8. 使いやすいこと | 9. その他（具体的に） | 0. 特になし |

◆自分用に買うとき

（ ）

◆誰かにあげるとき

（ ）

◆自分がもらうとき

（ ）

③甲斐絹についてお聞きします。

◆甲斐絹（かいき）を知っていましたか？番号に○をつけて下さい。（1. はい 2. いいえ）

はいと答えた方：甲斐絹にどんなイメージを持っていましたか？

（）

◆甲斐絹を見た印象について、どちらの言葉にどのくらい近いのか、番号に○をつけて下さい。

古くさい	1 2 3 4 5	斬新な	田舎くさい	1 2 3 4 5	都会的な
軽い	1 2 3 4 5	重い	おとなしい	1 2 3 4 5	晴れやか
粗悪	1 2 3 4 5	上質	くすんだ	1 2 3 4 5	光沢感のある
安っぽい	1 2 3 4 5	高級な	日常的	1 2 3 4 5	非日常的（贅沢）
嫌い	1 2 3 4 5	好き	暗い	1 2 3 4 5	明るい

その他の印象があれば教えてください。

（）

◆ご覧になった甲斐絹製品のうちで好きなものや、こんな製品があったらいいなと思うものがあれば教えてください。また、それに支払ってもいいと思える金額の最低と最高額を教えてください。

・製品名	_____	・	_____			
金額（	円～	円）	（	円～	円）	
・	_____	・	_____			
	（	円～	円）	（	円～	円）

◆甲斐絹やその製品に関するご意見や感想がありましたらお願いします。

（）

◆甲斐絹を山梨県産品として広く社会に発信するためには、どのようなことをしたらよいと思いますか。

（）

ご協力ありがとうございました。

[資料2 都留文科大学で使用したアンケート]

「甲斐絹についてのアンケート」の実施について

このアンケートは、本日、甲斐絹に関する講義をお聞きになった学生の皆様に甲斐絹製品に対するご要望・ご提案をお聞きするために実施いたします。なお、お聞きいたしました内容については、製品開発のための基礎データとして利用させていただきます。利用に際しては、情報の管理等に十分な注意を払い、回答者を特定するような公開及び利用の仕方をしないことをお約束いたします。

山梨県立大学甲斐絹プロジェクト

1. あなた自身についてお聞きいたします。該当するものを○でかこんでください。

・性別（1. 男性 2. 女性）

・住まいの地域（1. 甲府市内 2. 1を除く山梨県内 3. 県外）

・出身地（本学入学後の居住地、都道府県を教えてください。）（ ）

・よく聞く音楽のジャンル

（1. クラシック 2. J-pop 3. 洋楽 Pops 4. 歌謡曲 5. ジャズ 6. その他）

・趣味（ ）

・山梨の伝統と文化（暮らし、郷土色、お祭りなど）について、あなたをご存知のものがあれば、できるだけたくさん書いてください。

（ ）

・上に書いた山梨県の伝統と文化についてどのようにして知りましたか

1. 友達に聞いた 2. 親に聞いた 3. 親戚に聞いた 4. テレビや新聞で知った 5. 町のポスター等で知った 6. その他（具体的に… ）

2. 甲斐絹についてお聞きします。該当するものを○でかこんでください。

・甲斐絹（かいき）をご存じでしたか（1. はい 2. いいえ）

・甲斐絹をご覧になった印象についてお聞きします。いくつでも結構です、該当するものを○で囲んでください。

古臭い 都会的 明るい 厚い きれい 思い 好き 斬新 贅沢 おとなしい 粗悪 晴れやか
力強い 軽い 田舎くさい 上質 安っぽい 光沢感 素敵 くすんだ あやしい

その他（ ）

・ご覧になった甲斐絹製品のうち、好きなものはありましたか。いくらだったらそれを購入しますか

好きなもの1 商品の名称（ ） 色合い（ ） 金額（ ）円

好きなもの2 商品の名称（ ） 色合い（ ） 金額（ ）円

3 商品の名称（ ） 色合い（ ） 金額（ ）円

・ご覧になった甲斐絹製品は、商品化を目指したものも含まれます。改善したほうが良いと思えることがあればご指摘ください。

()

・甲斐絹でつくったこんな製品がほしいというものがあれば、ご提案ください。また、それに支払ってもいいと思える金額の最低と最高を教えてください。

()

(金額 最低： 最高：)

・甲斐絹やその製品に関するその他のご意見や感想がございましたらお願いします。

()

・甲斐絹を山梨県産品として広く社会に発信するためには、どのような工夫が必要だと考えられますか、ご意見をお願いします。

()

ご協力ありがとうございました。

5. 「あのひもすか Project」、 「合同会社飯田甲斐絹堂」 活動報告

山梨県立大学国際政策学部総合政策学科黒羽ゼミ所属の学生を中心として結成された「あのひもすか Project」は、昨年度に続いて甲斐絹の伝承と発信を目的とした活動を行ってきた。さらに本年は、本格的な甲斐絹のビジネス展開を図るために「合同会社飯田甲斐絹堂」を設立し、商品の企画と販売を進めた。

商品の販売等の営利活動は合同会社飯田甲斐絹堂が、商品企画や展示、イベントへの参加等非営利活動はあのひもすか Project が行っている。2011 年のあのひもすか Project と飯田甲斐絹堂の活動について、以下に報告する。

1) あのひもすか Project の活動

(1) 卒業式 「袴×甲斐絹」 撮影会

日時：2011 年 3 月 18 日(金) 8 時半～9 時半、11 時半～12 時

場所：山梨県立県民文化ホール(コラニー文化ホール)

参加者：引率者：黒羽雅子教授

橋本小百合 永井久士 水石亜沙美 山田桃子 柳山菜摘

内容：

袴姿の卒業生に甲斐絹で作ったバッグを持ってもらい、撮影をした。

あらかじめ申込書を配った人と新たに会場で勧誘をした人、合わせて 17 人の写真を撮ることができた。このほか教員の方、保護者の方数名の撮影もした。

(株)甲斐絹座よりお借りした大きさや色が様々なバッグの中から、好みのものを 1～2 種類選んでもらった。形としては縦長で小ぶりなもの、色はピンクや緑などはっきりしたものの人気が高かったように思う。

撮影した写真は A4 サイズにプリントし、卒業生に贈呈した。また、本学学園祭で展示も行った。

この撮影会の様子は、山梨日日新聞社の記事にしてもらうことができた。甲斐絹自体の知名度を少しでも上げるとともに、私たちの活動や学生企業についても PR する良い機会になったかと思う。

(2) 「四菱まちづくり総合研究室・開所 4 周年記念イベント」 参加

日時：2011 年 5 月 14 日

場所：甲府市中心街 オリオンスクエア

参加者：小津崇明 関康広 橋本小百合 柳山菜摘

内容：

オリオンスクエアにて、甲斐絹小物の展示とパンフレットの配布を行った。パンフレットには甲斐絹の紹介と飯田甲斐絹堂についての説明を記した。用意した 20 部ほどを全て配った。記念式典の催し物があったため通りがかる人は多かったが、パンフレットや製品の展示によって甲斐絹に特別興味を引くことができたかと言うと、そうではなかったように思える。全く興味のない人に「甲斐絹って何だろう」と思わせるようなアプローチ方法は、今後商品の企画や PR 活動を行う上でも考えていかねばならない点であろう。

(3) 富士工業技術センター、株式会社甲斐絹座 見学

日時：2011 年 6 月 22 日

参加者：引率者：黒羽雅子教授

小河原元 小津崇明 関康広 永井久士 橋本小百合

水石亜沙美 山田桃子 柳山菜摘

内容：

富士工業技術センターにて、甲斐絹の歴史や生産推移、織り方等を学んだ。またセンター所蔵の甲斐絹生地や写真等を見せてもらった。絵甲斐絹など現代にあまり復刻されていない甲斐絹も見ることができ、かつて着物の裏地に使われていたという甲斐絹の美しさと、当時の甲斐絹の確かな技術を再確認することができた。

甲斐絹座ではショールームの見学をした。どんな製品を作れば甲斐絹のよさを活かせるのか、逆にどんな製品だと甲斐絹の魅力が伝わりにくいのかなど、甲斐絹座の製品を参考にしながら、商品開発に向けての意欲を高めることができたのではないのかと思う。

(4) 商品企画

2011 年 8 月～9 月の夏休みを利用し、商品企画を進めた。メンバー 8 人を 2 つのグループに分け、それぞれがどのような商品を作りたいかを考えて企画を進めた。ノート、ブックカバー、鏡などが製品案として出、ノートは甲斐絹柄ミニノートとして商品化した。設計図作成や試作品の段階で止まっている企画もあり、今後製品化に向けて動いていければと思う。

10 月以降は、本学キャリアサポートセンターからの依頼を受けて、電話受けの企画と製作を進めた。また、甲斐絹名刺入れも完成させた。完成した商品とその販売については、後の飯田甲斐絹堂についての報告で述べる。

(5) 本学学園祭出展

2011年11月5日10時～16時

参加者：小河原元 小津崇明 関康広 永井久士

橋本小百合 水石亜沙美 山田桃子 柳山菜摘

場所：山梨県立大学 A406

内容：

(株) 甲斐絹座からお借りしたスカーフ、風呂敷、バッグを展示した。また、卒業式に撮影した「袴×甲斐絹」の写真も展示し、甲斐絹の歴史や特徴等を示したポスターも掲示した。卒業生の写真は好評で、どの来場者も熱心に見ていた。甲斐絹製品についても興味を持たせることができ、甲斐絹の生地について、またどこで購入できるかといった質問を受けた。来客数は、午前中 20人ほど、午後 に 30人ほどであった。一般の方に加え、本学の先生方や卒業生も来場していた。

学園祭では、飯田甲斐絹堂で製作したミニノートも販売した。ミニノートについての詳細は、後述する。



甲斐絹製品の展示



写真展

2) 合同会社飯田甲斐絹堂の活動

(1) 合同会社飯田甲斐絹堂 設立

甲斐絹の伝承と発信のための事業を手掛け、合わせて学生による起業を実現するために、昨年度より合同会社の設立準備を進めてきた。

ゼミの時間や勉強会を通じて会社の設立や経営戦略などについて学び、2011年3月30日、合同会社飯田甲斐絹堂を設立した。代表社員は黒羽雅子教授で、資本金は10万円である。主な事業内容は甲斐絹を使った商品の企画・製作・販売である。ホームページも作成し、徐々にコンテンツの充実を図っているところである。

会社の組織は事業部制を採用してきたが、少人数で効率よく仕事を進めるために、後期より事業部制組織と職能別組織をミックスしたマトリックス組織へと変えることにした。

飯田甲斐絹堂の企業理念は、以下の通りである。

1. 復刻甲斐絹の魅力を活かした製品作りを通して、甲斐絹の新たな価値を提供する。
2. 大学発の企業として柔軟な発想力で新たな可能性を創造し、挑戦していく。
3. 従業員としての自覚と意識を持って業務に取り組み、会社はその成長をサポートできる企業を目指す。
4. お客様の満足を常に追求し、日々成長をし続けられる企業を目指す。

最初は学内からの依頼による商品製作、学内での販売が主であったが、徐々に外部の企業とも商談ができるようになった。今後は、営利企業として経営を続けられる体制をしっかりと整えていく必要がある。

(2) 甲斐絹柄ミニノート製作、販売

表紙に甲斐絹柄を使用した「甲斐絹柄ミニノート」を製作した。表紙は昨年製作したメモ帳と同じ、赤のものと青のものを用意した。中はマス目になっていて、右下には飯田甲斐絹堂のロゴを入れた。製作は（株）三縁をお願いをした。



甲斐絹柄ミニノート 2種

このミニノートは、山梨が好きな人をターゲットとした商品で、贈り物としての使い方を提案するものである。『山梨好きなあなたに…こんな贈り物はどうですか 「甲斐絹柄ミニノート」』をキャッチコピーとし、値段設定と凝った表紙デザインから、普段使いのノートではなく、ちょっとした贈り物や自分へのごほうびなど、お気に入りの一冊として使ってもらうことを狙いとしている。直接に甲斐絹をアピールするのではなく、「山梨好きなあなたに」、「あの人に山梨を好きになってもらうための贈り物」といったように「山梨」というブランドを借りることで、興味を引きやすくした。

また、商品には甲斐絹や飯田甲斐絹堂についての紹介を書いたカードを入れ、学生を応援しているという気持ち、ミニノートを買うことで甲斐絹を一緒に守っていこうとする気持ちを買手からさりげなく引き出せたらと思っている。

まず、本学学園祭で販売を行った。各色単品と、赤青 2 冊セットのものを用意した。2 冊セットが 12 セット、単品が 3 冊売れた。その他生協でも販売をしている。また現在は、文祥堂（株）が運営する、大型文具店「インクポット」との商談を進めているところである。

(3) 甲斐絹柄電話受け 製作、販売

本学キャリアサポートセンターより、企業へのお土産にするという依頼を受け、表紙に甲斐絹柄を使用した電話受けの製作をした。表紙は、ミニノートに使用した青のものにし、山梨県立大学の名と、中にはキャンパスキャラクターであるやまちゃんを入れた。300 冊納品した。

(4) 甲斐絹名刺入 製作、販売

卒業生への記念品として、「甲斐絹名刺入」の製作をした。あのひもすか Project による企画と試作を繰り返し、製品化に至った。柄は、紫とオレンジの2種類である。

製品化の際には山梨中央銀行に「和工房 乃あ」をご紹介いただき、製作をお願いした。甲斐絹の光沢と肌触りを活かし、また手作りで丁寧に縫い上げられた一品に仕上げることができた。

290 個の注文を受け、贈呈の準備を進めている。包装は写真のもので、「甲斐絹をたずねて」と題した小さなパンフレットを入れる。



2種類の甲斐絹名刺入



卒業記念品 包装

また、記念品だけでなく商品として販売ができるよう準備を進めている。甲斐絹名刺入は県職員等「甲斐絹製品を持つことが会話のネタになる人」と、「中高年」・「茶道や華道などの和に関係する人」の2つをターゲットとする。前者には、「甲斐絹という新たな山梨の魅力を創る」をコンセプトとして営業を進める。山梨に関わる人たちに、この製品を使ってもらうことで山梨そのもののブランド向上を目指すことを提案する。

後者には「甲斐絹が創りだすあなたらしさ」を売りにしてアピールをしていく。甲斐絹

の持つ上品さや高級感などから、その人の個性を見せる一品として販売する。

今後は、甲斐絹名刺入の デザインを増やすことと、販路の確保を行っていく。

(5) おまけ

やまちゃんに甲斐絹柄を着せた。このやまちゃんには包装に使うシール等に登場してもらい、山梨県立大学の学生が企画、製作した商品であることをアピールしてもらおう。



3) 今後について

現在、甲斐絹名刺入とこれまでの活動に関するニュースリリースの準備を進めている。今後、あのひもすか Project、飯田甲斐絹堂に新メンバーの加入があると好ましく、募集をしていきたい。来年度は、今ある商品の営業を進めていくとともに、新たな商品の企画も進められたらと思っている。

6. 研究成果の発表

2011年2月14日～18日に山梨県立富士河口湖高等学校にて実施された甲斐絹を題材とした研究授業の実践内容とその授業の成果を、日本家庭科教育学会例会（2011.11.12 於聖心女子大学）において発表した。なお、詳しい授業の内容は2010年度研究報告書 p.35-p.50において報告を行っている。以下はその発表要旨と発表用資料である。また、本年度の富士河口湖高校における授業実践報告（2012.2.13~16 実施）は来年度に報告を行う予定である。

■発表要旨

【題目】甲斐絹を題材とした高等学校家庭科における授業の検討

Examination of Class dealing with "kaiki" at Home Economics Education in Senior High School

【発表者】山梨県立富士河口湖高等学校 ○ 土橋 由紀
山梨大学教育人間科学部 志村 結美
山梨県立大学人間福祉学部 斉藤 秀子

【目的】

グローバル化する社会の中で、国や環境の異なる人を理解し、共に生活していくためには、自分の国や地域の伝統や文化についての理解を深め、尊重する態度を身に付けることが重要である。高等学校家庭科の学習指導要領（2009）では、高校生が家庭や地域の生活を主体的に創造していく主体として、生活文化の伝承と創造を担う必要性が述べられ、伝統と文化に関する教育の充実が求められている。

そこで本研究では、山梨県の伝統文化、伝統産業の一つである「甲斐絹」を取り上げた地域の伝統産業と連携した家庭科の授業開発を行い、検討を行うこととした。本研究は、甲斐絹製品を生産・販売している企業（甲斐絹座）、県庁等の行政機関、小・中・高・大学といった教育機関の三者、すなわち産官学が連携し、甲斐絹の伝承と発信をめざしたプロジェクトの一環として行われている。本研究を通して、児童・生徒が具体的に地域や日本の伝統、生活文化を把握し、継承していくことの意義を認識するとともに、継承、発展させていくための実践的な態度の育成を図ることを目指している。また、甲斐絹を使って小物製作を行う実習を組み入れることにより、基礎的な裁縫技術を習得できるとともに、五感を使って本物の絹に触れる体験ができ、さらには、自らの地域の伝統と文化等に誇りを持つことにより、自己肯定感の育成等に関与できると考えている。

本報告では、甲斐絹の生産地である山梨県郡内地域にある山梨県立F高等学校において実施した家庭科の授業実践を分析・検討し、今後の教育プログラムの開発の一考とすることを目的とする。

【方法】

山梨県立 F 高等学校 1 学年 7 クラス約 280 名を対象に、家庭科（家庭基礎）において、2011 年 2 月に各 2 時間授業実践を行った。授業前後のアンケートや授業中のワークシート、甲斐絹を用いて製作した小物(ティッシュケース)等を分析対象とした。

【結果及び考察】

第 1 次の授業は、甲斐絹座のメンバーが実際の甲斐絹の布地や製品の紹介をしながら、甲斐絹の歴史、特徴、織り方、甲斐絹復元への思い等の講義を行い、地域の伝統や文化の伝承の意義等について生徒の認識を高める授業展開とした。第 2 次では、手縫いによる甲斐絹の小物の製作を行い、最後に授業のまとめを行った。

分析の結果、授業後には伝統と生活文化を後世に伝えていく活動について意欲的に参加したいとの回答が有意に多くなり、自由記述の中にも甲斐絹を自らが伝えていきたいと考える意見が多くみられた。授業後には、食文化・衣文化・住文化のいずれに関しても興味・関心が高くなり、さらに、ものづくりに興味・関心を持った生徒も多くなっていた。

また、第 1 次の甲斐絹座メンバーによる講義後の感想では、地域の伝統文化への誇りに関する記述が多く認められた。甲斐絹を広く社会に発信していくための工夫としても、甲斐絹の商品開発や商品販売、マスコミの活用等、積極的な回答が多く認められ、地域の伝統産業である甲斐絹についてより身近に、具体的に捉えることができたと考えられる。

甲斐絹を使った小物製作については、事前には 4 割の生徒が否定的に捉えていたが、事後には、全員の生徒が意欲的に取り組むことができたことと回答した。これは、甲斐絹の特徴である手触りや高級感を感じることができたためと推測される。しかし、手縫いでは縫いづらいという意見も多く認められ、実際、甲斐絹は手触りが良い分、手縫いでは滑りがあり上手に縫い合わせることができない生徒が多くみられた。また、ほつれやすく、縫ったところからほどけてしまう様子も見受けられた。

そこで今後の課題として、小物製作の実習として、手縫いによる基礎的裁縫技術の習得を含め、学習後、日常生活でより活用できるものとして、ミシンを利用した小物製作を行うことを検討している。また、小・中・高校と発達段階に即した山梨県全域で普遍的に継続的に実践できる教育プログラムの開発・検討を行う予定である。

【キーワード】

家庭科教育, 伝統と文化, 高校生, 甲斐絹

Home Economics Education, Tradition and Culture, Senior High School Student, Kaiki

甲斐絹を題材とした 高等学校家庭科における 授業の検討

山梨県立富士河口湖高等学校 土橋由紀
山梨大学教育人間科学部 志村結美
山梨県立大学人間福祉学部 斉藤秀子

2011/11/12

研究の背景

* 子どもたちの現状

生活実感すなわち、生活を自らのものとして具体的に捉える力が欠如し、自らの生活に関心が薄い。



家庭科教育は、日常生活の営みである生活文化に目を向け、その歴史あるいは先人の知恵や技術を理解し主体的に生活を捉えることで、新たな生活文化を創造し、生活をより豊かにしようとする心を育むという役割を担っている。

2011/11/12

研究の背景（伝統と文化に関する教育）

中央教育審議会答申

「幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領の改善」
伝統や文化に関する教育の充実



衣食住にわたって伝統的な生活文化に親しみ、
その継承と発展を図る観点から、その学習活動の充実



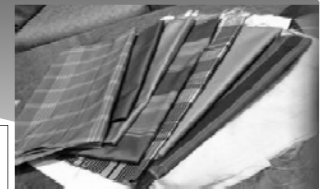
高等学校家庭科学習指導要領(2009)

人の一生を時間軸として捉えられるとともに、生活の営みに必要な金銭、生活時間、人間関係などの生活資源や、衣食住、保育、消費などの生活活動にかかわる事柄を人の一生のかかわりの中で空間軸としてとらえ、家庭科の学習を生徒自身の問題として考えさせることを一層重視する

2011/11/12

研究の目的

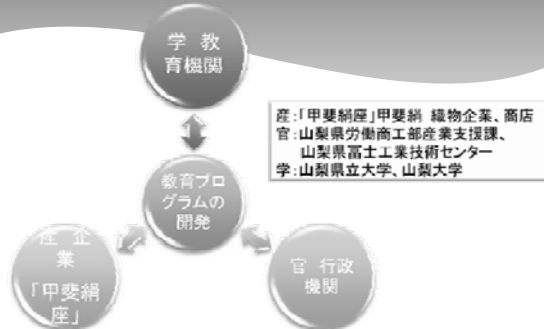
* 山梨県の児童・生徒を対象に、山梨県の伝統文化、伝統産業の一つである「甲斐絹」を取り上げた地域の伝統産業と連携した家庭科の教育プログラムの開発を行う。



2011/11/12

研究の目的

産官学が連携した教育プログラムの開発



2011/11/12

全プロジェクトの概略

(山梨県立大学地域研究交流センタープロジェクト 2009年度～)

甲斐絹の伝承と発信のためのプログラム開発

甲斐絹の商業的展開の発展

- 甲斐絹に関する実態調査
- 各地の伝統織物のビジネス展開と消費者の動向の調査
- ブランドビジネス展開理論、消費者行動理論の検討
- 甲斐絹を用いた商品開発、発信方法の検討

甲斐絹に関する教育プログラムの開発

- 甲斐絹を用いた小物製作キット等による授業実践・授業分析・検討
- 山梨県の小・中・高校における甲斐絹に関する家庭科の普遍的な教育プログラムの開発とその提供方法の検討

2011/11/12

家庭科における 甲斐絹に関する教育プログラムの特徴

■ 具体的・現実的な認識の育成

児童・生徒が現実的に甲斐絹の発展や継承について捉え、より具体的に地域、日本の伝統や文化を継承していくことの意義を認識し、実践的な態度を育成することができる。

■ 五感を使った授業展開

・甲斐絹を使って小物製作を行う実習を組み入れることにより、基礎的な裁縫技術を習得できる。
・五感を使って本物の絹に触れる経験ができる。

■ 自己肯定感の育成

・プログラム全体を通して自らの地域の伝統と文化等に誇りを持つことができる。↓
・自己肯定感の育成等に関与できるのではないかな。

2011/11/12

方法

* 研究授業の実施

山梨県立F高等学校普通科1学年

・男子 約135名 女子 約132名 計約270名

* 授業実践時期

2011年2月 各2時間

* 分析対象

授業前後のアンケート、授業中のワークシート、甲斐絹を用いて製作した小物製作(ポケットティッシュケース)等を分析対象とした。

2011/11/12

結果及び考察 授業の展開 第1次

時間	指導内容	学習活動	指導上の留意点・観点別評価
導入 10分	本時の目標の確認	◆ 地域の伝統と生活文化について考えよう ・事前アンケートに回答する。 ・山梨県や郡内地域の代表的な伝統と文化を発表する。	・事前アンケートを活用しながら、地域の伝統と生活文化について、より具体的に把握させる。 ・地域の伝統と生活文化に関する自分自身の認識を客観的に把握させる。
展開 30分	甲斐絹座メンバー(ゲストティチャー)による講義	◆ 甲斐絹について知ろう ・甲斐絹の歴史、特徴、織り方等を理解する。 ・甲斐絹を使った製品を知り、日本、世界において広く販売されていることを理解する。 ・甲斐絹の素晴らしさを知り、地域の伝統文化として継承していくこと、さらには甲斐絹として広く発信していくことの重要性を認識する。 ・甲斐絹を復元し、広く広めようとしている甲斐絹座の方の思いについて考える。	・甲斐絹製品の实物を提示する等、より具体的に認識できるように工夫する。 ・甲斐絹製品や布等、実際に触れることにより、甲斐絹の素晴らしさを実感できるよう配慮する。 評価【知・理】 【関・意・態】
まとめ 10分	地域の伝統と生活文化に関するまとめ	◆ 甲斐絹の伝承と展開について考えよう ・地域の伝統と型買うふんかの意義を理解し、実践的に継承していくために、どのようにしたらよいか考え、発表する。 ・次回、甲斐絹を使用した小物製作を行うことを確認する。	・甲斐絹について考えることにより、具体的に伝統と生活文化の伝承と創造について考えを深められるように促す。 評価【関・意・態】 【思・判・表】

2011/11/12

結果及び考察 授業の展開 第2次

時間	指導内容	学習活動	指導上の留意点・観点別評価
5 導入 分	本時の目標の確認	◆ 地域の伝統と生活文化について考えよう ・事前アンケートに回答する。 ・山梨県や郡内地域の代表的な伝統と文化を発表する。	・事前の学習内容を復習する。 ・本時の学習内容の確認を行う。
展開 35分	甲斐絹を使用した小物製作	◆ 甲斐絹に触れて小物製作をしよう ・小物の製作手順を理解する。 ・折り目に沿って布を正しく折り込む。 ・端から1cmに線を引く。 ・まち針でずれないように固定する。 ・線の上を波縫い、または進度に応じて、半返し縫いを細かく行う。 ・裏返して完成。 ・甲斐絹を使用した小物の製作を行う。	・小物の製作手順を理解させやすいように拡大の製作見本を提示する。 ・手縫いのため、縫った後の「糸こき」をしっかりさせる。 ・絹製品の繊細さに注意させる。 評価【知・理】 【技】
まとめ 10分	題材の学習内容のまとめ	◆ 甲斐絹を通して、地域の伝統と生活文化について考えよう ・甲斐絹をしようした小物製作の感想を発表する。 ・甲斐絹を通して、地域の伝統と生活文化について考えたことをまとめ、発表する。	・地域の伝統と生活文化を生活に取り入れることにより、よりよい生活の工夫が行われること等の気づきを促す。 ・甲斐絹から発展させて地域、日本の伝統と生活文化の継承について考えを深めさせるよう支援する。 評価【関・意・態】 【思・判・表】

2011/11/12

小物製作プリント

◆**甲斐絹に触れて小物製作をしよう**

◆**ポケットティッシュケースの作りかた**

①折り目が付いているので、しっかりと底を折れこませる。

②端から1cmのところに線を引く。まち針でとめる。

③縫う際は、縫う方向に折った裏側にまち針を刺す。縫わない側はずれないようにまち針でとめる。

④布の表裏を反対にする。上の端を1cm縫い縫いで縫う。

⑤縫い口から裏に返して、でんあがり。ここから裏へ返す。

1年 組 番 氏 名

2011/11/12

研究授業風景 (第1次)

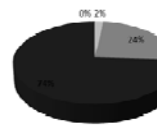


研究授業風景 (第2次)

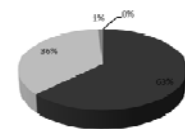


ワークシート・アンケート集計結果 甲斐絹の認知度

学習前
甲斐絹について知っていますか。



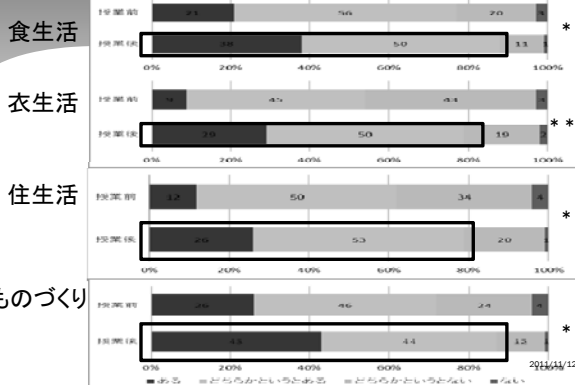
学習後
甲斐絹の歴史や特徴について知ることができましたか。



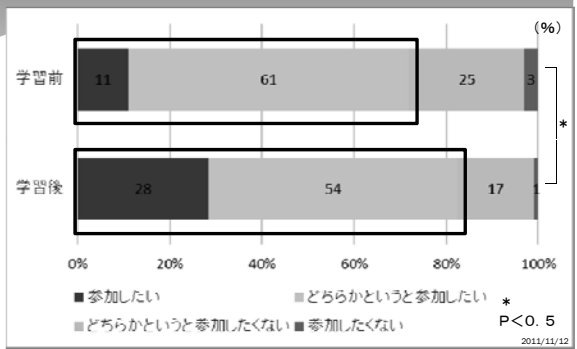
P<0.001

2011/11/12

伝統と文化への興味関心 (%)



伝統と生活文化を後世に伝えていく活動



P<0.5

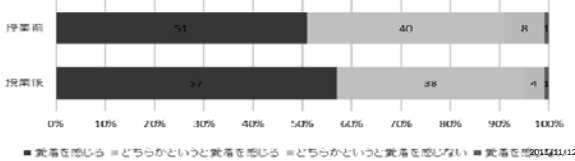
2011/11/12

社会や地域に関わる意識

社会に役立つ人になりたいと思う (%)



山梨県や地元(地域)に対してどのように感じているか (%)



授業後(第1次)の自由記述

	(人)
甲斐絹に関する知識の深まり	241
甲斐絹に関する関心の高まり	158
地域の伝統文化への誇り	153
伝統と文化に関する授業に対する感想	68
甲斐絹の伝承の必要性	38
甲斐絹の発展への期待	20
織物、編み物の知識	17
染め方の知識	5
その他	3

2011/11/12

甲斐絹を社会に発信していく工夫に関する自由記述

	(人)
甲斐絹の商品開発	82
マスコミの活用	69
甲斐絹の商品販売の工夫	52
自らが伝える	43
インターネットの活用	31
甲斐絹の授業	24
展示会等の実施	23
よさをアピールする	16
体感・実感の機会を増やす	14
様々な活動に参加する	13
県民が知る機会を設ける	12
人づてに伝える	11
その他	16

2011/11/12

甲斐絹を後世に伝えていく工夫に関する自由記述 第1次授業後

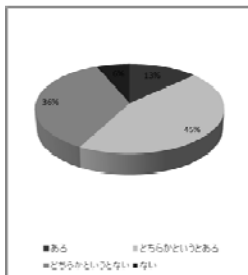
	(人)
自らが伝える	79
若者への教育	65
甲斐絹の授業	43
甲斐絹の商品開発	41
甲斐絹の講座	25
認知度をあげる	20
マスコミ活用	18
山梨県人への教育	18
甲斐絹の商品販売の工夫	16
体験的に伝える	13
その他	32

2011/11/12

甲斐絹を使った小物製作に関する興味・関心

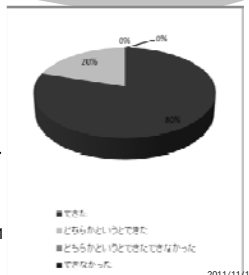
授業前

甲斐絹を使った小物製作に興味・関心がありますか。



授業後

甲斐絹を使った小物製作に意欲的に取り組むことができましたか。



*** P<0.001

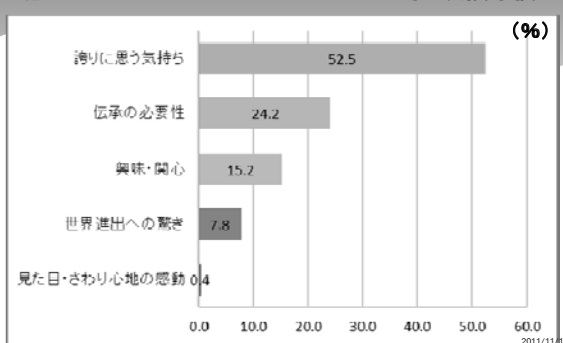
2011/11/12

甲斐絹を使った小物製作の自由記述の感想 I

	(人)	
甲斐絹の特徴	手触りがよい・違う	29
	高級感	25
	色が美しい	11
	今まで触れたことがない	4
縫いやすさ	縫いにくい	51
	縫いやすい	19
	2枚の布の違い	1
縫い方	上手に縫えなかった	13
	縫い方が難しい	2
できあがり	きれいにごせた	68
	充実感	25
	良い経験	7
	大切にしたい	3
その他	68	

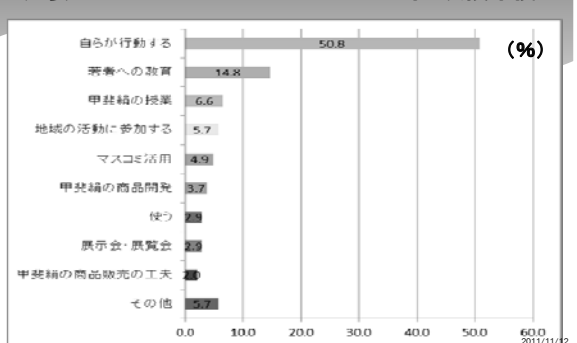
2011/11/12

甲斐絹を含めた山梨県の伝統や生活文化について感じたこと 第2次授業後

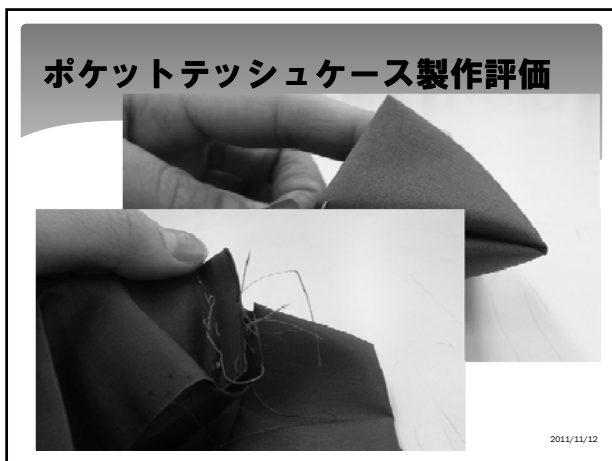
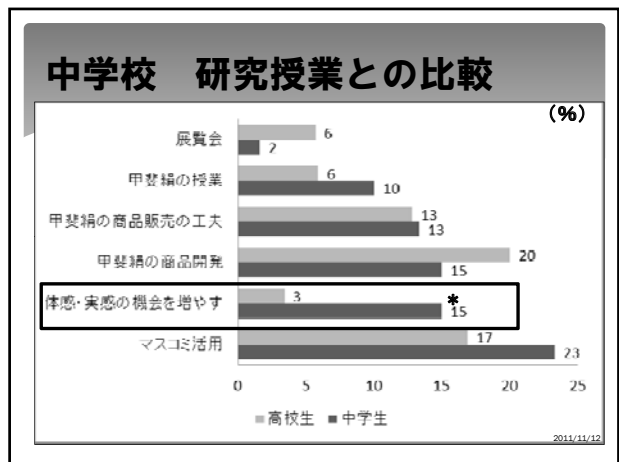
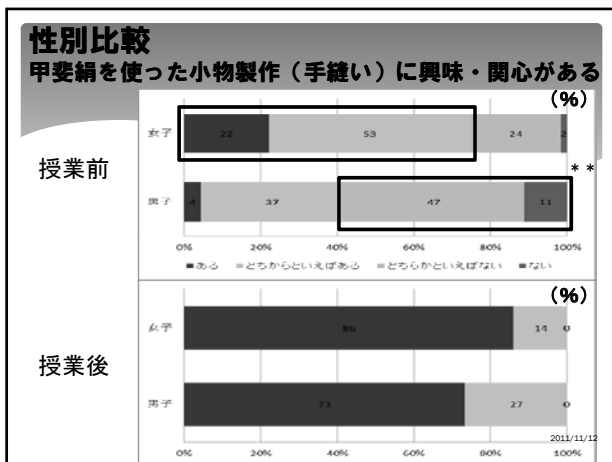
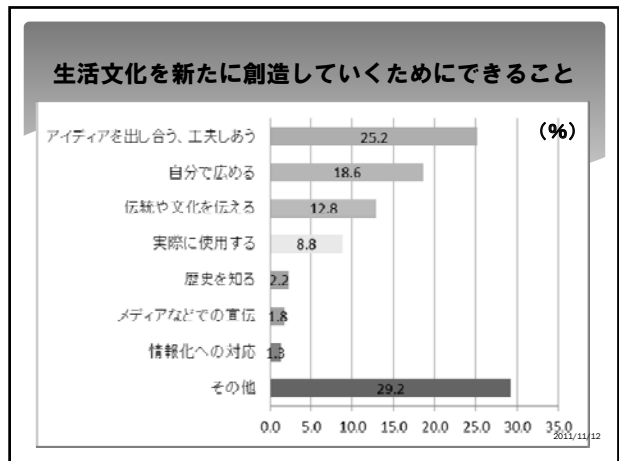
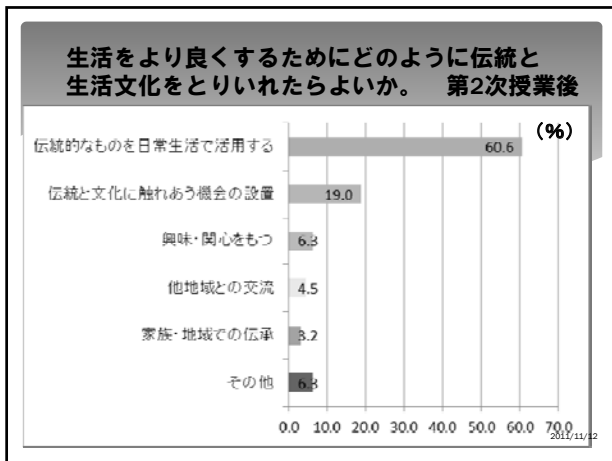


2011/11/12

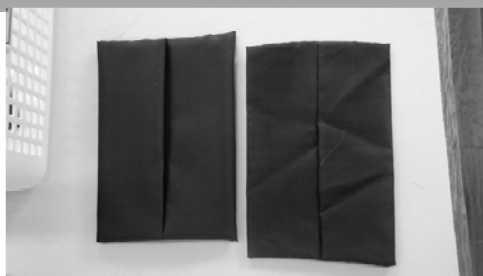
伝統と生活文化を後世に伝えていくために必要なこと 第2次授業後



2011/11/12



ポケットティッシュケース製作評価



2011/11/12

授業のまとめ

- * ゲストティチャーによる心のこもった熱い講義が有効であり、特に、生徒の親族がゲストティチャーとしていらしたこともあり、とても身近に感じ、興味をもつことができた。
- * ものを作り出す作業により、五感を使い甲斐絹の良さに一層触れることができた。
- * 自分の地域や、自分の祖先について誇りに感じ、自分自身に対しても自信を感じることもできた。

2011/11/12

今後の課題

- * 伝統と文化を取り上げた他領域における授業の開発
- * 甲斐絹の特徴より手縫いでは滑りやすく、上手に縫い合わせるのが困難な生徒もいる。製作したものを日常に活用するためにも丈夫に完成させるべきである。よって、ミシンを活用した小物製作を行う。

2011/11/12

プロジェクト全体として

- * 甲斐絹を活用した授業展開を広めていく工夫
- * 小・中・高等学校、発達段階に即した教育プログラムの開発
- * 授業時間数に応じた教育プログラムの開発

2011/11/12

7. 甲斐絹ブランディングの研究 ～甲斐絹のブランドイメージの構築～

「甲斐絹のブランドイメージの構築」をテーマに掲げ、卒業研究を行った。以下は、その論文を再編したものである。

(山梨県立大学国際政策学部総合政策学科 黒羽ゼミ 柳山菜摘)

序章 はじめに

甲斐絹の伝承と発信に向け、これまで活動を行ってきた。だが、甲斐絹の知名度はいまだ高くない。また、消費者が商品選択をする際にそれが甲斐絹であるかどうかは重要視されていないように感じた。

甲斐絹を再び山梨の伝統品にするためには、甲斐絹そのものに「ブランドイメージ」を与え、消費者に甲斐絹から何らかのストーリーを連想させることが必要だと考える。

そこで本稿では、甲斐絹にかかわるこれまでの取り組みを踏まえながら、甲斐絹のブランドイメージの構築について考えていく。

まず第1章では、繁栄から途絶への道をたどった甲斐絹の歴史に触れる。また、甲斐絹座の復刻する甲斐絹がどのような特長をもつ生地であるのかを述べる。さらに、甲斐絹座や飯田甲斐絹堂の取り組みから、甲斐絹の存在を認知させ製品として売っていくうえでの課題を明らかにし、甲斐絹のブランドイメージを構築することの必要性について述べる。第2章では、ブランドイメージの構築とはどのようなことか、ケラーなどの理論を使って理解し、第3章ではその理論に基づいて、甲斐絹にどのようなブランドイメージを与えるべきか、考察を行う。さらに、第4章で結論とまとめを行う。

第1章 甲斐絹の現状と課題

1-1. 甲斐絹の歴史 ～繁栄から途絶、復刻

甲斐絹は、南蛮貿易によって海外からもたらされた生地をもとにして作られたと言われている。この南蛮貿易以降の郡内の機業の変遷をたどり、甲斐絹の繁栄から衰退までの様子を述べる。

(本文は割愛する。)

1-2. 甲斐絹とは何か ～特長と種類

(割愛する。)

1-3. 甲斐絹の現状と課題

時代とともに姿を消していった甲斐絹を現代によみがえらせ、再び世の中に認知させることはできるだろうか。株式会社甲斐絹座と、合同会社飯田甲斐絹堂の取り組みに触れながら、甲斐絹の伝承と発信が今どのように行われており、その中でどのような課題があるのか探してみたい。

○株式会社甲斐絹座の取組み

株式会社甲斐絹座は、株式会社前田源商店、有限会社田辺織物、株式会社榎田商店、山崎織物株式会社の4社によって平成21年11月に立ち上げられた。代表は前田市郎氏である。

まず、甲斐絹座の製品について述べる。

甲斐絹座の製品には、大きく分けて2つのブランドがある。一つは「hengen」、もう一つは「かいき」である。

「hengen」（ヘンゲン）は、山梨で生まれた天然の国産絹によるインテリアデザインブランドである。¹hengenには全て、玉虫甲斐絹が使われている。

スカーフが主力商品であり、これは、繭のカプセルに入れることでしわを作り、光の反射からくる色の違いを楽しむものである。

「かいき」には、甲斐絹バッグや甲斐絹クッション「カイキ・アルカンシェル」シリーズという2つの商品を始め、ネクタイや傘、ポケットチーフ、小風呂敷、懐紙入れや袱紗、座布団などがある。こちらは玉虫甲斐絹だけでなく、縞甲斐絹や解し甲斐絹などが使われている。

値段について述べておく。甲斐絹座が販売する甲斐絹の生地や製品は、とびきり高級というほど手の届かない値段ではないが、かといって気軽に買えるほど安くはない。

マスメディアを使い、甲斐絹のPRもしている。お金を払った宣伝活動は行っていないが、これまで何度もテレビ局などからの取材に応えてきた。しかし、「メディアへの露出は増えたが、製品は売れない」と前田氏は言う。

メディアに取り上げられる際に焦点が当たるのは、甲斐絹はかつて盛んに生産されていたが、やがて織られなくなってしまったという点、そしてそれを復刻し、残していこうとしているという点である。

そのような、甲斐絹のこれまでの「歴史や伝統」、また糸から布になるまでの「技術」というのは、消費者が甲斐絹製品を買おうとする動機にはならないということなのだろうか。甲斐絹復刻という文化的な側面ばかり注目され、受け手は甲斐絹を、自分が使うかもしれない「商品」として身近に感じるができないのかもしれない。メディアでのアピールから製品の販売につなげるには、甲斐絹と受け手とのかかわりを、映像や記事からイメージさせてやらねばならないのだと思う。

甲斐絹座は、教育面での取組みにも熱心である。山梨県観光部からの依頼もあり、4

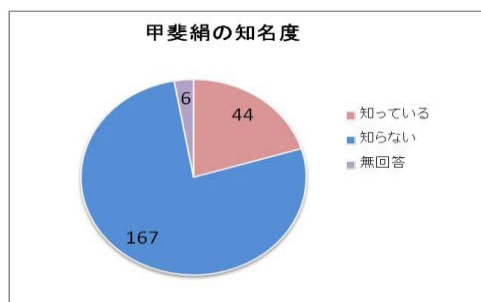
¹ hengen ホームページより

年前から県内の大学や高校へ出向いて織物や甲斐絹についての講義をしている。講義の中で、生徒たちに実際に甲斐絹製品を手にとってもらう時間を設けている。

若い世代での甲斐絹の知名度は低い。甲府城西高校で行ったアンケートによると、全体の77%に当たる167人の生徒が、甲斐絹を知らないと答えた。このアンケートは、甲府城西高校1年生の男子89人、女子128人の計217人に、講義を聞く以前より甲斐絹を知っていたかどうかを尋ねたものである。

また、甲斐絹を知っていると答えた44人のほとんどは「名前は聞いたことがある」という程度の認識であり、甲斐絹とはどんな織物であるのかしっかりとイメージのできる者は、ごくわずかなようであった。

若い世代への教育を行うことで、前田氏は「子どもたちに良いものを良いと見分けられる力を養ってもらいたい」そうである。また、良いものが地域にあるということを知ること、自分の住む地域に誇りが持てるようになってほしい」と願っている。



	県内出身者	県外出身者	合計
知っている	43	1	44
知らない	159	8	167
無回答	6	0	6

甲斐絹座は、甲斐絹にどんなことを望んでいるのだろうか。甲斐絹座の代表である前田市郎氏が甲斐絹を復刻することで目指すのは、「甲斐絹が地域になくてはならないものになること」であると言う。子どもから大人までみんな知っていて、ここ一番の時に使ってもらえる存在になることを目指している。

甲斐絹座の今後の展望として、前田氏は以下のことを挙げる。

まず、「hengen」や「かいき」などのブランドを通じて復刻した「甲斐絹」に新たな息吹を送り、現在に通用する製品を作って販売していくことである。また、本来「甲斐絹」などが使用されてきた「茶道」の仕覆や袋物の裏地や袱紗、懐紙入れ等を開発し、普及を図ることも考えている。加えて、元来布団の生地にも使われていた経緯を踏まえて、座布団等にも普及させていく。

次に、山梨県産の繭で甲斐絹を復刻することで、養蚕から織物生産、消費と言う一連の安定的流れができ、繭の需要が増え、喫緊の課題である養蚕農家の減少にも歯止めがかかるのではと期待している。

また、甲斐絹を教材にすることにより、この地域で生まれ育った子供たちに、素材としての本物の絹の質感や手ざわり、風合いなどに常日頃から触れさせ、本当のものを見極める感性を養うことである。さらに、子どもたちへの教育により、蚕糸業を背景に培われて

きた地域文化や伝統文化を支える重要な産業への認識と、一連の繭から織物が出来るまでの仕事の流れも知識として培うことも狙いとしている。

○合同会社飯田甲斐絹堂の取組み

合同会社飯田甲斐絹堂ではこれまで、甲斐絹を使った商品の企画と、製品の展示などによるPR活動、甲斐絹に関するアンケート調査を行ってきた。

飯田甲斐絹堂が最初に企画したのは、甲斐絹そのものではなく「甲斐絹柄」を使ったメモ帳であった。これは、甲斐絹は自分で買うには少し値段も高く、手が出しにくいという印象があったため、甲斐絹の柄をプリントとして使うことで手軽に製品を持ってもらい、甲斐絹という名前を知ってもらおうと考えたからである。

しかし、そのメモ帳が甲斐絹柄であるかどうか、ということの商品選択の理由にしてもらうのは難しい。このメモ帳の企画では、消費者側がこのメモ帳を買うメリットをよく見だせていなかったように感じる。また、布を使わないことで余計、甲斐絹を身近に感じさせることが出来なくなってしまったようにも思う。

その後、甲斐絹そのものを使った商品企画も始めた。消費者が甲斐絹で作られた商品とそうでないものを比較して選ぶとき、デザインや価格といったものさしだけで図ったとしたら、甲斐絹は選んでももらえないだろう。安くて品質も悪くないものがあふれる中で、甲斐絹はどのようなブランドを身に付ければよいのだろうか。

(ほか詳しい活動内容は、本書で先に述べた活動報告による。)

○2 社の取組みからの考察

地域の伝統品となることを目指す甲斐絹は、「製品がどんどん売ればよし」としているわけではないようである。甲斐絹製品の販売は、甲斐絹を知ってもらうための一つの手段なのであろう。

しかし、製品の展示やメディアへの露出により、「甲斐絹」という名前を広く知らせるだけでは足りない。必要なのは、そのようなPR活動を通じて受け手である消費者に「甲斐絹製品を持ちたい」という気持ちを抱かせることではないか。その気持ちを持って初めて、消費者は甲斐絹を身近なものに感じ、甲斐絹という地域の伝統品に誇りを持てるのではないか。

ただ、甲斐絹の「歴史や伝統」、「技術」をアピールするだけでは、甲斐絹製品を買おうとする動機にまでは繋がらないように思われる。甲斐絹は「伝統品」というカテゴリーを身につける前に、「魅力のある布製品」でなければならないだろう。甲斐絹に興味を持ったとき、持ちたいと思う商品がそこになければならない。また、実際に店頭などで甲斐絹製品を目にし、手に取ってみた人に、「これが甲斐絹か、いいね、買おうかな」と思われなければならない。

「甲斐絹」という名前を知っていたとしても、それが実際に甲斐絹製品を買うことには繋がらないかも知れない。甲斐絹には、消費者が「甲斐絹製品を持ちたい」と思えるような「ブランドイメージ」を与えてやらねばならないと考える。

第2章 ブランドイメージの構築

2-1. ブランドとは

そもそもブランドとは何であろうか。米国マーケティング協会によると、ブランドとは「ある売り手あるいは売り手の集団の製品およびサービスを識別子、競合他社のものと差別化することを意図した名称、言葉、記号、シンボル、デザイン、あるいはその組み合わせ」であると定義される。

すなわちブランドとは「他との違い」であり、ある製品や企業などが「うちはよそとは違う」ということを表す要素である。たとえば、マクドナルドの赤と黄色のロゴマーク、「チョコレートは明治」というフレーズなどがそうである。

また本稿では、そのような要素を持った製品そのもののことも「ブランド」であることとしたい。甲斐絹に関して言えば、「甲斐絹」という名称や、手触りや色といった特長もブランドで、また、そのような他にはない要素をもった「甲斐絹」という存在自体がまた、ブランドである。

しかし、送り手がブランドを主張するだけで、その製品は「ブランドである」といえるのであろうか。送り手が示す他との違いを、その受け手が認識して初めて、ブランドはブランドといえるようになるのではないだろうか。私は、ブランドとは「他との違いを持った製品」と、「受け手のイメージ」が合わさってできるものだと考えている。

イメージというのは、受け手がどのような点その製品のブランドと捉えているかということである。この、受け手の製品に対するイメージを「ブランドイメージ」と呼ぶこととする。

2-2. ブランドイメージの構築とは

ブランドイメージは、受け手である消費者の中でどのように育まれるのであろうか。

まずは消費者にブランドを知ってもらうことから始めなければならないが、ただ知ってもらうだけではだめで、そこからいくつかの過程を踏んで、消費者がそのブランドを「買おう」と思えるまでにならなければならない。

私は、消費者がブランドを認識するときには、3つの段階があると考えている。それは、「ブランドを知る」、「ブランドを思い出せるようになる」、「決めているブランドがある」というものである。

まず一つ目の段階は、「ブランドを知る」ということである。これには「聞いたことがある」と言う状態と「知っている」という状態がある。

そのブランドを「聞いたことがある」という状態では、名前は知っているが、まだそれがどんな商品なのか、どんな機能・効能があるのかわからない。やがて、ブランドを「知っている」と言う状態になる。この状態を、「ブランド認知」と呼ぶ。

ケラーによると、ブランド認知は「ブランド再認」と、「ブランド再生」から成り立っている。ブランド再認とは、「以前に見聞きしたことのあるブランドを消費者が正しく識別できる状態²」を指しており、消費者が当該ブランドに触れた過去の経験を思い出す能力と関わっている。「聞いたことがある」という状態から理解が少し進み、その商品のカテゴリーや機能が分かりかけた状態である。

第2の段階として、特定のシーンにおいて、そのブランドを「思い出せる」ようになる。その思い出し方として、「ブランド再生」の考え方があると言えるだろう。

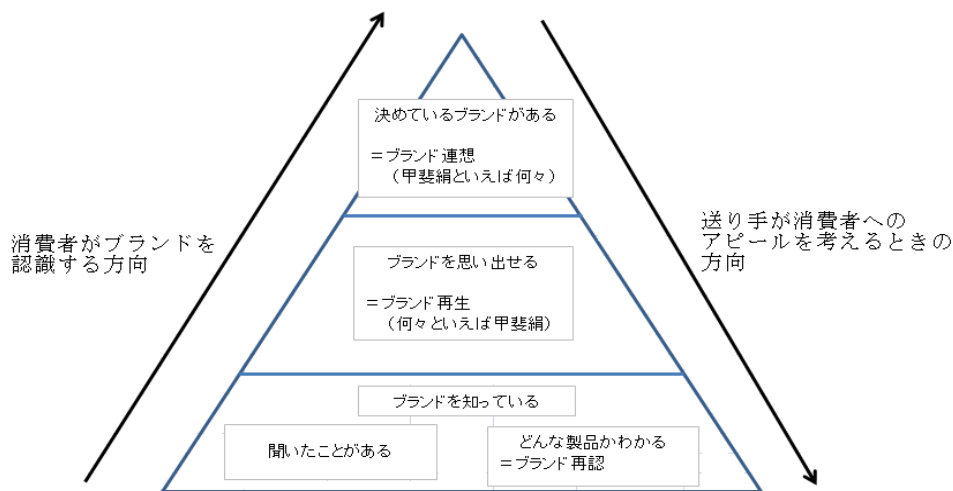
「ブランド再生」は、製品カテゴリーやカテゴリーによって満たされるニーズ、もしくは購買状況や使用状況が手がかりとして与えられたときに、消費者が当該ブランドを正確に思い出せる状態を指している。つまり、「何々と言えは甲斐絹」というイメージのされ方のことで、「何々」の部分に製品カテゴリーやその製品を使用するシーンが当てはまる。「フリースの上着と言えはユニクロ」、「朝食シリアルと言えはケロック」などが具体例としてあげられる。

この段階にある消費者は、他のいくつかのブランドと並行させながらも、そのブランドを想起することができる。

そして段階の最後にあるのが、「決めているブランドがある」という状態である。例えば商品を購入する際、真っ先に思い浮かぶブランドがある状態で、マインドシェアとも呼ばれる。この状態にある消費者の中では、「ブランド連想」がなされていると言えるだろう。ブランド連想とは、手掛かりとして特定のブランドが与えられたときに、特定のカテゴリーや概念、感情が思い浮かぶことである。「何々と言えは甲斐絹」という「ブランド再生」に対し、「甲斐絹と言えは何々」と思い出される。

以上の3つの段階を図で示すと、以下のようになると考えている。

² ケビン・レーン・ケラー (2003) 『ケラーの戦略的ブランディング』、p43



消費者は、ブランドを知り、それを思い出せるようになる。その後、気に行ったブランドが決まれば、それを選ぶようになる。

一方で商品の送り手側は、どのように消費者にアプローチすればよいだろうか。

まず決めるのは、ピラミッドの頂点にある「甲斐絹といえば何々」の「何々」の部分ではないか。この「何々」というのは、そのブランドが他よりも強くアピールできる、「コアとなるブランド価値」であると考えられる。消費者にブランドイメージを与えるための第一歩として、コアとなるブランド価値から確認していきたい。

次に、その価値をどこで発揮できるのか考えねばなるまい。つまり、「何々といえば甲斐絹」の「何々」の部分である。どんな製品分野で、誰をターゲットにするのかなど、ブランドのポジショニングを行う。

こうして、ブランドが消費者に与えたいイメージが見えてきたら、それに沿って宣伝活動や販売を行っていくべきであろう。宣伝活動等によって消費者へのブランドのアピールが実を結べば、消費者を「ブランドを知っている」状態にさせることができる。

次章では、この流れにそって、甲斐絹にブランドイメージを与えていきたいと思う。

第3章 甲斐絹にブランドイメージを与える

コアとなるブランド価値の発見と、甲斐絹のポジショニングを行っていく。さらに、甲斐絹が消費者に与えられるイメージから、甲斐絹のコンセプトを決定する。

ここで注意したいのは、製品ごとのイメージやコンセプトではなく、「甲斐絹」という布そのもののそれを考えていく。

3-1. 甲斐絹のブランド価値

まずは、消費者の購買行動について少し触れておきたい。

現代の日本社会は、成熟期に達したと言われている。成熟した個々人は、その消費行動において、「共感型」「最適型」「定食型」という3つのパターンをあわせもっているとい

う。³

まず、共感型というのは、価値観重視型の購買行動、つまり自己実現を前面に出した時の行動パターンである。その製品を持つことで、「こうありたい」、「こうなりたい」、「こう見られたい」などという「自分」を表現している。

次に、最適型というのは、バリュー・フォー・マネーの購買行動である。バリュー・フォー・マネーというのは、支出額に対して最も価値の高い行政サービスを提供するという考え方で、行政サービスの運用に民間の資金やノウハウを行政運営に取り入れ、コスト削減を目指すPFIの重要な概念である。⁴今までと同じ水準のサービスを、より低いコストで提供したり、今までと変わらないコストで、より質の高いサービスを提供したりすることを目指す。

最後に、定食型の購買行動をする消費者について説明する。例えば日常消費財を買うときや、いくつか知らないブランドが並んでいて代わり映えしないときなどに、定食型の消費者は、無難なほうを選ぶ。また、特にこだわりのない商品カテゴリーに関しては、他人と同じ物を買うことに抵抗がない。

甲斐絹は、それを使うことで「こうなりたい」という思いが実現できるという「共感型」の購買行動を消費者から引き出すべきであると思う。この点を忘れないようにしながら、甲斐絹のブランド価値を上げていきたいと思う。

まずは送り手である甲斐絹座の考える甲斐絹の価値が何であるか、示してみたい。甲斐絹座が持つ「かいき」、「hengen」の二つのブランドに添えられている文章から、両ブランドに共通するアピールポイントを探す。

「かいき」では、割と抽象的な表現でブランドをアピールしている。ブランド価値となり得そうなキーワードを以下に挙げておく。

「美しい」「独特のハリをもつ風合い」「光沢」「深い底艶」「山梨県産の絹糸」
「先練り」「甘然り」「高密度」
「軽い」「腰」「サラサラ」
「丁寧な暮らし」、「心弾むかたち」「小さな贅沢」「しっとりとした温もり」
「落ち着いた気持ちになる」「粹」「高品質織物」「自然な手触り」

もう一つの製品ブランドである「hengen」からも見てみたい。

「hengen」は、「かいき」とは違い、製品そのものの特長をアピールポイントとしてい

³ 二村宏志著（2008）『地域ブランド戦略ハンドブック』、p12

⁴ 電子行政用語集 (<http://www.hitachi.co.jp/Div/jkk/glossary/0406.html>)

るように思う。「吸水性」や「放湿性」、「UV 効果」、「難燃性」という、「かいき」では取り上げられなかった機能性について述べられている。また、「インテリアデザインブランド」というコンセプトも掲げている。『見る布、魅せる布』というキャッチコピーもある。

こちらについても、ブランド価値となりそうなキーワードを挙げておく。

「400年以上の長い歴史」「極上の天然繊維」「光沢」「美しい」

「吸水性」「放湿性」「UV効果」「難燃性も高い」

「ファッションとして」「魅力あるプロダクト製品」「シルクのある生活」

「天然の国産絹」「インテリアデザインブランド」

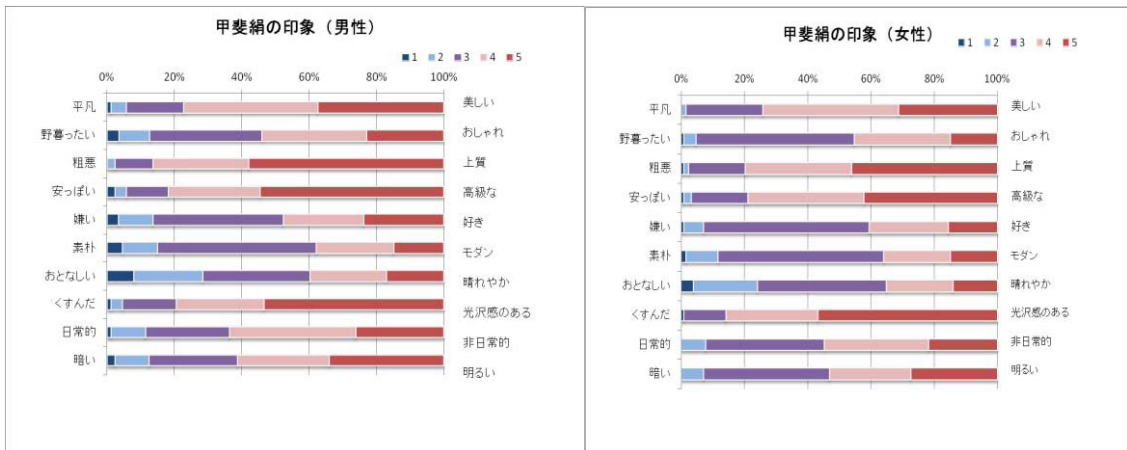
「先練り、甘然り、高密度」「平織り」「サラサラ」「腰」「艶は…深い底艶」「人肌のようなしっとりとした温もり」「使ってみると手放せない魅力を秘めている」

「自然の恵みを背景にして…育てられてきた」「気の遠くなるような手間と工程」「独特の張り」「さまざまなデザイン」「心を捉え続けて」きた

「見る角度によって色が変化」「暮らしを彩る」

ここで、受け手側の印象を見てみたいと思う。

次のグラフは、甲府城西高校の生徒にきいた甲斐絹の印象である。甲斐絹を見たり触ったりした印象が、「平凡・美しい」などといった二つの形容詞のどちらにどれだけ近いかを1～5の5段階で答えてもらった。



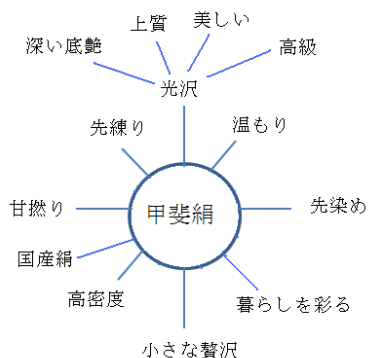
男性	1	2	3	4	5	
平凡	1 (1.1)	4 (4.5)	15 (17.0)	35 (39.8)	33 (37.5)	美しい
野暮ったい	3 (3.4)	8 (9.2)	29 (33.3)	27 (31.0)	20 (23.0)	おしゃれ
粗悪	0 (0.0)	2 (2.3)	10 (11.4)	25 (28.4)	51 (58.0)	上質
安っぽい	2 (2.3)	3 (3.4)	11 (12.5)	24 (27.3)	48 (54.5)	高級な
嫌い	3 (3.4)	9 (10.2)	34 (38.6)	21 (23.9)	21 (23.9)	好き
素朴	4 (4.6)	9 (10.3)	41 (47.1)	20 (23.0)	13 (14.9)	モダン
おとなしい	7 (8.0)	18 (20.5)	28 (31.8)	20 (22.7)	15 (17.0)	晴れやか
くすんだ	1 (1.1)	3 (3.4)	14 (15.9)	23 (26.1)	47 (53.4)	光沢感のある
日常的	1 (1.1)	9 (10.2)	22 (25.0)	33 (37.5)	23 (26.1)	非日常的 (贅沢)
暗い	2 (2.3)	9 (10.2)	23 (26.1)	24 (27.3)	30 (34.1)	明るい

人、カッコ内は%

女性	1	2	3	4	5	
平凡	0 (0.0)	2 (1.6)	31 (24.2)	55 (43.0)	40 (31.3)	美しい
野暮ったい	1 (0.8)	5 (3.9)	64 (50.0)	39 (30.5)	19 (14.8)	おしゃれ
粗悪	1 (0.8)	2 (1.6)	23 (18.0)	43 (33.6)	59 (46.1)	上質
安っぽい	1 (0.8)	3 (2.3)	23 (18.0)	47 (36.7)	54 (42.2)	高級な
嫌い	1 (0.8)	8 (6.3)	67 (52.3)	32 (25.0)	20 (15.6)	好き
素朴	2 (1.6)	13 (10.2)	67 (52.3)	27 (21.1)	19 (14.8)	モダン
おとなしい	5 (3.9)	26 (20.3)	52 (40.6)	27 (21.1)	18 (14.1)	晴れやか
くすんだ	1 (0.8)	0 (0.0)	17 (13.4)	37 (29.1)	72 (56.7)	光沢感のある
日常的	0 (0.0)	10 (7.8)	48 (37.5)	42 (32.8)	28 (21.9)	非日常的(贅沢)
暗い	0 (0.0)	9 (7.0)	51 (39.8)	33 (25.8)	35 (27.3)	明るい
						人、カッコ内は%

男女とも、グラフの構成に大きな差はないようである。どちらも「美しい」、「上質な」、「高級」、「光沢感のある」という項目に同意する者が多い。群を抜いて値が大きいのが、「光沢感のある」という項目である。甘撚りによって生まれた光沢と、先染めによって生まれた玉虫甲斐絹の輝きは、確かに製品の大きな特長であり、甲斐絹を見た人の印象に残る部分である。これは、甲斐絹座の掲げていたアピールポイントとも重なっている。

また、先にあげた「美しい」、「上質な」、「高級」という印象は、この光沢がもたらすものなのかもしれない。



ブランド価値は、左のような図であらわせるだろう。

一つのブランド価値から、さらに連想できる価値を挙げていく。そうすると、ブランドの特長や強みが明確になってくるだろう。

ブランド価値には、「軽い」や「サラサラした手触り」などの製品そのものに関わる価値と、「晴れやか」や「非日常的」などの、印象や用途に関わる価値があると思う。

製品そのものについていえば、送り手がアピールしたいポイントと受け手の印象が重なった「光沢感」を、甲斐絹のコアとなるブランド価値とすることが出来るだろう。ただ、甲斐絹は「共感型」の購買行動を消費者から引き出したい、という視点から、今回は「光沢感」から連想される「美しい」、「上品」「贅沢」といった、印象に関わる価値のほうを重要視したい。

とりわけ、「美しい甲斐絹を使う自分も、美しくなれる」というように、直接なりたい自分をイメージさせやすい「美しさ」に焦点を当て、「甲斐絹製品を持つ消費者自身を美しく見せる」ことを甲斐絹のコンセプトとしたい。

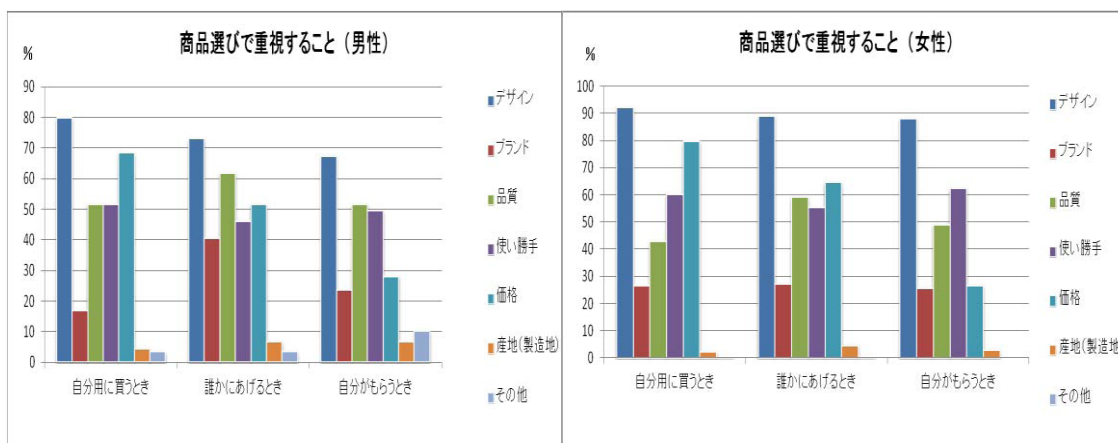
3-2. 甲斐絹のポジショニング

甲斐絹そのものは、例えば布という「素材」のカテゴリーや「山梨の伝統品」というカテゴリーに属していると考えられるが、ここでは生地としての甲斐絹ではなく、「甲斐絹を使った製品」についてのポジショニングを行いたい。どのようなカテゴリーに属し、誰をターゲットとした甲斐絹製品を作るのが良いだろうか。

まずは、「甲斐絹製品を持つ消費者自身を美しく見せる」というコンセプトに従って、消費者に美しさを提供できる製品であることが前提となる。なので、このとき製品が属するカテゴリーといえば、装飾品や美容グッズなどというものが一つの案として挙げられそうである。それを踏まえ、製品そのものに関するブランド価値を使って、どんな製品を作るかを決定するのがよいであろう。中でも他の布にはない、甲斐絹だけが持ち合わせているであろう「光沢感」、それによってさらに引き立つ「玉虫甲斐絹の、見る角度による色の変化」などは、着目され得るブランド価値である。

また、どのような人を買ってもらい使ってほしいかを、消費者がどのような点を重視して商品を選んでいるのかという部分から考察してみたい。

下に示すグラフは、今までのものと同様に甲府城西高校の生徒に行ったアンケートの結果である。デザイン、ブランド、品質、使い勝手、価格、産地、その他の7項目から、商品選びの際に風刺することをいくつかも挙げてもらった。なお、ここでいう商品とは、バッグやアクセサリ、衣料、小物などのこととした。自分用を買うとき、他人にあげるとき、自分がもらうときの3つの場合について、それぞれ回答をもらった。



性別	デザイン	ブランド	品質	使い勝手	価格	産地(製造地)	その他
男性	71 (79.8)	15 (16.9)	46 (51.7)	46 (51.7)	61 (68.5)	4 (4.5)	3 (3.4)
女性	91 (91.0)	25 (25.0)	42 (42.0)	58 (58.0)	78 (78.0)	2 (2.0)	0 (0.0)
合計	60 (67.4)	21 (23.6)	46 (51.7)	44 (49.4)	25 (28.1)	6 (6.7)	9 (10.1)

人、カッコ内は%

女性	デザイン	ブランド	品質	使い勝手	価格	産地(製造地)	その他
自分用に買うとき	118 (92.2)	34 (26.6)	55 (43.0)	77 (60.2)	102 (79.7)	3 (2.3)	1 (0.8)
誰かにあげるとき	114 (89.1)	35 (27.3)	76 (59.4)	71 (55.5)	83 (64.8)	6 (4.7)	1 (0.8)
自分がもらうとき	113 (88.3)	33 (25.8)	63 (49.2)	80 (62.5)	34 (26.6)	4 (3.1)	0 (0.0)

人、カッコ内は%

男女とも、どの場面においてもデザインを最も重視する。ターゲットの心をつかむデザインを持った製品を作ることが求められる。

価格への関心は自分用に買うときが最も高く、人にあげるとき、自分がもらうときの順に関心度が下がる。甲斐絹は、普段使いにしては少し高めの値段設定である。高いものは自分用にととしては買われにくいかもしれないが、贈り物としてなら購入されやすいのではない。

品質は、男女とも誰かにあげるときにもっとも重視される。ただ、男性がどの場面においても、品質を使い勝手と同じかそれ以上に重視しているのに対し、女性は自分で買うとき、もらうときには品質よりも使い勝手を重視する。もうひとつ男女の違いとして、女性はブランドに対する重要度がどの場面においてもそれほど高くないようだが、男性は人にあげるときにはブランドを重視する人が増える。

このことから、「上質な甲斐絹製品を、男性が贈り物用として買う」ということを想定した製品づくりをしてもいいかもしれない。

ターゲットについては一つの例であり、製品の送り手があまり細かく製品の使用者や用途、使用場面などを決める必要はないのかもしれない。しかし、ターゲットを絞ることで、宣伝や販売方法をどうするかといった適切なアプローチ方法について考えることが出来るようになるのである。

4章 まとめ

甲斐絹という絹織物を広く世間に知ってもらいたいと思ったとき、ただその存在をPRするだけでは不十分である。消費者が甲斐絹を身近なものとしてとらえ、その存在を思い出し、その製品を持ちたいと思うようにならなければならない。そのためには消費者に「買いたい」と思わせる商品づくりや宣伝をしなければならず、すなわち甲斐絹をビジネスの視点からとらえることが必要である。

本稿では、甲斐絹に「美しいものである」、そして「光沢感がある」「見る角度によって色に変化する」というイメージを与えた。もっとも重要なのは、そんな「キラキラした織物」で作られた製品を通して、消費者に「美しい自分」をイメージさせることである。

そのためには、製品を形作るもの全てが美しくなければならない。製品自体の見た目やパッケージはもちろんのこと、販売方法や宣伝の方法までにも気を配らなければならない

だろう。例えば、同じ商品であったとしても、露店で売られているのと、しっかりとした店舗で売られているのでは受ける印象も変わるだろう。新聞の全面広告に載るのと、おしやれな雑誌に取り上げられるのでは、どちらが「美しさ」を意識しやすいだろうか。

また値段に関して言えば、「その製品を持った自分」と「価格」を天秤にかけた時に、「自分」のほうに傾くような絶妙な価格設定が必要である。

そのブランドをとりまく全てのものは、消費者に与えたいイメージが軸になって決定されていく。本稿は甲斐絹のブランドイメージに対するひとつの提案であるが、甲斐絹座、そしてなにより飯田甲斐絹堂には、甲斐絹を広めたいと思うあまり商品展開を急ぐということせず、甲斐絹にはまるブランドイメージと、そのアプローチ方法を探し当ててもらいたい。そして、甲斐絹を持ちたいと思う人が、一人でも多くなることを願っている。

謝辞

本稿を執筆するにあたり、終始熱心なご指導をいただきました黒羽雅子教授に深謝いたします。アンケートの作成に関して、箕浦一哉先生に丁寧なご指導をいただきました。ここに感謝いたします。

また、インタビューやアンケート調査を実施出来たのは、株式会社甲斐絹座 前田市郎氏をはじめ、山梨県立甲府城西高校の先生方、生徒の皆様にご協力のおかげです。心より感謝の気持ちを申し上げます。

つらかった卒業研究を無事終わることが出来たのは、これまで互いに励ましあってきた黒羽ゼミの同期の皆がいたからです。本当にありがとうございました。最後になりますが、データ作成に快く協力してくれた松宇美由紀さん、そして何より、1年間ともに活動してきた合同会社飯田甲斐絹堂の後輩たちに感謝の意を表します。

参考文献

ケビン・レーン・ケラー著（恩藏直人研究室訳）（2003）『ケラーの戦略的ブランディング』、東急エージェンシー

青木幸弘・恩藏直人編（2004）『製品・ブランド戦略 現代のマーケティング戦略①』、有斐閣

小林哲・南智恵子編（2004）『流通・営業戦略 現代のマーケティング戦略③』、有斐閣

博報堂地ブランドプロジェクト編著（2006）『地ブランド』、弘文堂

高橋克典著（2007）『ブランドビジネス 成功と失敗を分けたもの』、中央公論新社

長沢伸也編（2009）『地場・伝統産業のプレミアムブランド戦略—価値を生む技術

経営』、同友館

大西正曹著（2005）『よみがえる地財産業―農業、石炭、繊維、漁業、林業、鉱業の復活』、同友館

二村宏志著（2008）『地域ブランド戦略ハンドブック』、ぎょうせい

富士吉田商工会議所（2006）『富士北麓・東部地域の産業史―富士吉田商工会議所創立 55 周年を記念して―』、富士北麓・東部地域の産業史発行実行委員会

谷村町青年団編（1938）『甲斐絹の史的展開』、谷村町青年団

前田市郎（2011）「甲斐絹の復興と提携グループ結成により地域を活性化」、『シルクレポート』No. 21、2011年11月号

甲斐絹ミュージアム ホームページ

<http://www.pref.yamanashi.jp/kaiki/>

株式会社甲斐絹座 ホームページ

<http://www.kaikiza.com/>

hengen ホームページ

<http://hengen.jp/top/>

かいき ホームページ

<http://www.kaiki.in/>

株式会社甲斐絹座 通販サイト

<http://www.kaikiza.biz/>

パンフレット 「Kaiki: Rebirth & Legacy」、 「hengen」、 「甲斐絹バッグ」

8. 平成 23 年度研究活動の評価と今後の課題

ここでは、センタープロジェクト研究として位置付けられた平成 23 年度の研究活動について、検証、評価するとともに、今後の課題について記述する。

(1) 平成 23 年度研究活動の評価

平成 23 年度の本プロジェクト研究の活動内容は下記のとおりである。産・官・学の協力体制について、いずれの研究活動についても、その企画、実施の段階で、㈱甲斐絹座、山梨県商工労働部産業支援課、農政部花き農水産課、山梨県富士工業技術センター、山梨県工業技術センター、山梨大学、山梨県立大学の研究者、地場産業の経営者がそれぞれの専門を生かし、協同して研究を遂行することができた。山梨県における甲斐絹を題材とした研究授業を実施、また、山梨県立大学学生による活動「あのひもすか Project」、「合同会社飯田甲斐絹堂」が活発に活動した。さらに研究の成果について日本家庭科教育学会において公表することができた。

1) 研究会の開催

研究会は山梨県立大学で計 5 回開催され、産官学のメンバーの出席により開催された。本研究会において、各活動について報告、また打ち合わせを行い、各メンバーが協力して研究を進めることができたと評価される。

2) 「甲斐絹」を題材とした高等学校における研究授業

富士吉田河口湖高校において、平成 23 年 2 月 13 日～16 日に、土橋由紀教諭により同高校 1 年生全クラスを対象として実施した。授業内容は甲斐絹座メンバーによる講義と甲斐絹によるティッシュケースの製作、および消費者教育の視点からのグループ活動である。また、本研究授業の教材であるティッシュケース製作キットは、甲斐絹座により 1 枚 300 円で提供されたものである。

3) 演習授業におけるゼミ活動について

山梨県立大学黒羽雅子教授担当ゼミ学生により「あのひもすか Project」の活動が行われ、メモ帳の製作販売、および甲斐絹製品である「名刺入」の試作、文化祭における甲斐絹製品の展示が行われた。また平成 23 年 3 月に立ち上げた「合同会社飯田甲斐絹堂」の活動として、「甲斐絹名刺入」を商品として販売するに至り、平成 23 年 3 月の本学学位授与式における卒業生記念品としての採用が決定している。本プロジェクト研究が、産学官の研究者のみならず、学生参加の研究活動として、「甲斐絹」の知名度の向上につながる活動が行われたと評価される。

4) 甲斐絹に関わる講義、授業時のアンケート調査について

平成 23 年度においては、山梨県立大学、都留文科大学、甲府城西高校において、甲斐絹

の知名度と印象についてアンケート調査を行った。都留文科大学、甲府城西高校の集計結果および、平成 22 年度アンケート調査について分析した結果を本報告書に報告した。

5) 研究成果の公表について

平成 23 年 2 月に実施した、山梨県立富士河口湖高校にて実施された研究授業の実践内容と成果を、平成 23 年 11 月、日本家庭科教育学会例会において、「甲斐絹を題材とした高等学校家庭科における授業の検討」として公表した。

6) その他

本プロジェクト研究活動の一環が、山梨日日新聞の平成 23 年 4 月 6 日、「ときめきゾーン」に「甲斐絹の新たな魅力発信 県立大生が企画・販売会社立ち上げ」、同平成 24 年 2 月 14 日、「ぐんない」に「甲斐絹の魅力を知ろう 富士河口湖高企業グループ招き講義」という内容で紹介された。

(2) 今後の課題

今後の課題として次の研究活動を予定している。平成 23 年度と同様に産・官・学の連携により研究活動に取り組みたい。また、本研究での様々な活動、および「甲斐絹」のビジネス展開の可能性の検討は、他の地域の地場産業の伝承と発信のためのプログラムとして応用できるものになることが望ましいと考えている。

1) 研究会の開催

平成 24 年 7 月、10 月、平成 24 年 1 月の 3 回を予定している。

2) 「甲斐絹」を題材とした研究授業

富士吉田河口湖高校において、平成 23 年度と同様の研究授業を実施、授業方法、内容等について検討をすすめる。

3) 演習における「あのひもすか Project」の活動、学内会社組織「合同会社飯田甲斐絹堂」の活動として、メモ帳、名刺入れ等の製作・販売について検討、実践する。また、様々な場面で「甲斐絹」知名度の向上活動を実践する。

4) 甲斐絹講義時のアンケート調査による甲斐絹ビジネス展開についての検討

甲斐絹座前田市郎氏による県内大学での講演時に、アンケート調査を実施し、集計、分析し、「甲斐絹」のビジネス展開についての方策を検討する。

5) 研究成果の公表

家庭科教育学会において、平成 23 年度「甲斐絹」を題材とした研究授業について、その内容等を公表する。

6) 報告書の作成

活動内容について報告書を作成する。

(第三種郵便物認可) 〒952-8501 山梨県甲府市

山梨日日新聞

TOKIMEKI ZONE

県立大の学生が、郡内地域の特産品「甲斐絹」を山梨の地域ブランドとして売り出すプロジェクトに取り組み、4月から甲斐絹を用いた商品の企画、販売を行う合同会社「飯田甲斐絹堂」を立ち上げた。甲斐絹を知らない若者や県外へその魅力をPRしていく事業を展開する計画だ。



郡内の特産品 甲斐絹の新たな魅力発信 県立大生が企画・販売会社立ち上げ

プロジェクトには黒羽雅子教授のゼミ生8人が参加。ブランドとして売り出すに当たり、商品製作の依頼や販売を責任持って行うために会社として活動することを決めた。永井久士さん(総合政策学科3年)は「素晴らしい伝統産業があるのに、若い人や全国であまり知られていないのがもったいないと思った。商品を企画して発信するのが楽しみ」とやる気満々だ。メンバーはゼミで起業の理論や手続きの方法を学んできた。登記などの手続きを進め、4月1日付で正式に設立した。

卒業式で小物紹介

最初のターゲットはメンバーと年齢の近い若い女性に設定。浴衣を着るときに持つ巾着や扇子、小物入れ

など、デザインを考えて商品化する。橋本小百合さん(同3年)は「甲斐絹の一番の魅力である光沢が生かせるシンプルなデザインにしたい」と意気込む。

3月に行われた卒業式の会場。メ

市場調査し商品化へ／若者や県外にPR



プロジェクトに参加している黒羽雅子教授のゼミ生

記念撮影をする卒業生はバッグをひとつずつ手に取り、色合いや手触りを確認していた。甲府県文化ホール(県民文化ホール)



TOKIMEKI ZONE



甲州市の午後市では商品を販売して市場調査を行った

ンバーは企画に乗り出した。甲斐絹の新製品を開発している企業グループ「甲斐絹座」から提供を受けたバッグを卒業生に持ってもらい、撮影した記念写真をプレゼントする内容だ。十数種類の色鮮やかなバッグを並べ、好きなものを選んでもらった。

「紫色の生地は光の加減で色の変化が分かりやすいのでお勧めです

たものを見つけられた」と感想。さっそくPR効果があったようだ。

「親しみやすく」

これまでも富士吉田市の企業で商品を見学し、学園祭ではPRのために甲斐絹の小物を展示するなど、活動を続けてきた。甲州市の午後市では実際に商品を販売して市場調査。柄物よりも単色で装飾の少ない

デザインの方が、光の加減で色合いの変化が楽しめることから好まれることを

確認した。商品は2000円程度の名刺入れの気が高かったという。

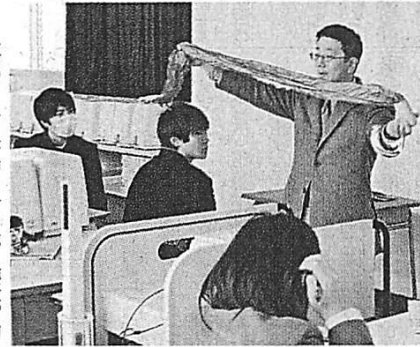
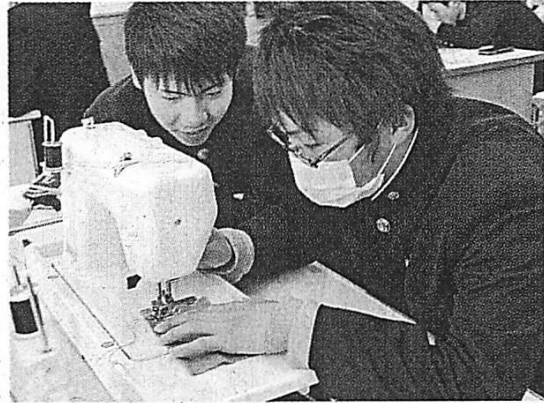
今後は商品開発のほか、卒業式で撮影した写真を学内で展示したり、学外で甲斐絹を使った小物作りのワークショップを開いたりする予定。柳山菜摘さん(同4年)は「会社を立ち上げ、その一員として活動する責任は重いですが、学生目線で甲斐絹の新しい魅力を発信し、親しみやすいものにしていきたい」と話している。

よ」。どのバッグにしようか迷っている卒業生にはメンバーが一つずつバッグを手渡しつつ、手触りのよさや、見る角度によって色が変化する甲斐絹の特徴を説明した。

撮影会には予約人数を上回る約30人が訪れた。総合政策学科の卒業生の武田尚子さんは「甲斐絹のことをあまりよく知らなかったが、光沢がきれいで肌触りがよくて驚いた。デザインや色の種類が豊富で気に入

甲斐絹の魅力知ろう

富士河口湖高 企業グループ招き講義



甲斐絹でティッシュケースをつくる生徒（写真上）、甲斐絹について説明する前田市郎代表（同下）
|| いずれも富士河口湖高

ぐんない

地元の伝統的な産業を高校生に知ってもらおうと、甲斐絹の歴史や特長を伝える研究授業が13日、富士河口湖高で開かれた。甲斐絹の技術を復活させ、新製品を開発している企業グループ「甲斐絹座」のメンバーが由来などについて講義した。

対象。この日は1年3、4組で実施した。
3組の授業では、甲斐絹座の前田市郎代表が講義。甲斐絹が江戸時代から昭和初期まで盛んに生産されていたことや、富士山の湧き水が独特な色合いを出すことを説明した。郡内産地の織物が世界的に評価されていることも紹介した。

この後、生徒は実際の甲斐絹を使ってポケットティッシュ入れを作った。甲斐絹を使

が変わるなど面白い生地だと「思った」と話していた。
前田代表は「今後も授業を続け、山梨に生まれた子どもたちには、シルクとポリエステルの違いが分かる大人になってほしい」と話していた。

執筆者

1. 研究の概要 …………… 齊藤秀子
2. 研究会記録 …………… 波木井昇
3. 平成 22 年度アンケート調査自由記述について …………… 齊藤秀子
4. 平成 23 年度アンケート調査結果の概要 …………… 柳山菜摘・黒羽雅子
5. 「あのひもすか Project」「合同会社飯田甲斐絹堂」活動報告 …… 柳山菜摘・黒羽雅子
6. 研究成果の発表 …………… 志村結美
7. 甲斐絹ブランディングの研究 …………… 柳山菜摘 [黒羽雅子ゼミ]
8. 平成 23 年度研究活動の評価と今後の課題 …………… 齊藤秀子

地域資源を活かしたビジネス展開の可能性について

－甲斐絹の伝承と発信のためのプログラム開発－

発行 2012 年 3 月

編集 山梨県立大学「地域資源を活かしたビジネス展開の可能性について」研究グループ

研究代表 齊藤秀子（山梨県立大学人間福祉学部）

共同研究者 波木井昇、安達義通、黒羽雅子、箕浦一哉、黒羽雅子ゼミ
3・4年生（山梨県立大学国際政策学部）、五味武彦（山梨県立大学理事）、志村結美（山梨大学教育人間科学部）、内藤裕利、古屋万恵（山梨県商工労働部産業支援課）、渡辺誠、五十嵐哲也（山梨県富士工業技術センター）、串田賢一（山梨県工業技術センター）、佐幸歌菜（山梨県農政部花き農水産課）、前田市郎、山崎泰洋、槇田則夫、田辺丈人（（株）甲斐絹座）、一瀬美教（株大直）

連絡先 〒400-0035 山梨県甲府市飯田 5 丁目 11 番 1 号

TEL : 055 - 224 - 5261 FAX : 055 - 228 - 6819

印刷 株式会社 三縁

