

# 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. 研究活動実績 .....	4
3. 山梨県の繊維産業について .....	7
4. 甲斐絹の特徴及び種類 .....	8
5. 甲斐絹の復興とその現状 .....	10
6. 地域ブランドとしての伝統工芸の復活と大学の取り組み ―宇都宮の浴衣・和手ぬぐいの染色工場の事例― .....	14
7. ゼロ成長時代のものづくり ―サステイナブルウェアの可能性― .....	31
8. 甲斐絹による小物製作 .....	43
9. 甲斐絹を題材とした研究授業 .....	46
10. 本研究の波及効果 .....	65
11. 平成21年度研究活動の評価と今後の課題 .....	70

## 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	山梨県立大学国際政策学部
	安達義通	山梨県立大学国際政策学部
	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
	渡辺誠	山梨県富士工業技術センター
	五十嵐哲也	山梨県富士工業技術センター
	前田市郎	(株) 甲斐絹座 ((株) 前田源商店)
	山崎泰洋	(株) 甲斐絹座 (山崎織物 (株))
	榎田則夫	(株) 甲斐絹座 ((株) 榎田商店)
	田辺丈人	(株) 甲斐絹座 ((有) 田辺織物)

### (3) 研究の背景と目的

山梨県の伝統文化の一つである、「甲斐絹」は、第二次世界大戦までは、山梨県の地域産業として隆盛を極めたことが知られているが、戦後、その生産技術が日本でも有数の細糸・高密度の先染め染色産地として継承され、かさの布地、ネクタイ地等として日本のみならず世界で販売されているにもかかわらず、いわゆる「甲斐絹」としての商品の流通は極めて少ない現状にある。しかし、県内の「甲斐絹」に関わる織物企業や商店では、再度、「甲斐絹」を日本に、世界に広め、その良さを伝えたい、すなわち地域資源、伝統文化を活かしたビジネス展開への要望がある。本研究はその要望に応え、「甲斐絹」織物企業、商店、山梨県労働商工部産業支援課、山梨県富士工業技術センター、山梨県立大学、すなわち産・官・学の協力体制のもと実施するものである。

2006年の教育基本法の改正を受け、2008年3月の学習指導要領告示では、国際社会で活躍する日本人の育成のため、我が国の郷土の伝統や文化を受け止め、それを継承、発展させるための伝統や文化に関する教育の充実を図ることが求められている。このような背景のもと、本研究では、まず、児童、生徒を対象とした「甲斐絹」を題材とした教育プログラムの開発を試みる。次に、山梨県の伝統文化の内でも、「印伝」「和紙」など、生活用品として、またお土産品として流通している製品も多い。県内の伝統文化のブランド価値の創造のあり方、購入者である消費者行動等の側面から、「甲斐絹」の今後のビジネス展開のあり方を模索、検討する。また、生活の現状をみると、低成長時代にあっても、消費者は生活における「癒し」、あるいは「楽しみ」を求めており、特に「食」、あるいは身近な室内空間「インテリア」への関心も高く、若年層の雑貨に対する需要は目を見張るもの

がある。このような市場の動向を鑑み、山梨県内外の生活・趣味・服飾・織物等のビジネス展開の例をブランド構築の理論、そして消費者行動理論を参考に検証し、これをもとに「甲斐絹」を用いた商品開発のあり方、「甲斐絹」の国内外への発信の方法を検討する。

以上本研究は、教育プログラムの開発により「甲斐絹」の地域文化としての伝承を、そして、地域あるいは国内の様々なビジネス展開、商品開発、国内外への発信方法を分析し、「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検討することを目的とする。本研究は平成 21 年度からの 2 年間で予定している。

#### (4) 研究の方法と手順

##### <平成 21 年度>

- ・ 富士吉田市における「甲斐絹」生産の現状、織物企業・地場産業センター等の現状調査。
- ・ 山梨県立大学「家庭科教育法」非常勤講師の援助を得て、「甲斐絹」を用いた、児童、生徒対象の、手縫いによるキットについての検討、平成 22 年度研究授業の準備。
- ・ 山梨県内の伝統工芸、生活・趣味・服飾・織物に関わる企業（印伝、サン宝石等）についてインタビュー調査、および企業の基礎的データ入手、そのブランド構築、および消費者動向についての分析。
- ・ 福島県昭和村の「からむし織」等、伝統織物の産地を訪問、そのビジネス展開と消費者の動向についての調査。
- ・ ブランドビジネス展開の理論、消費者行動理論についての講師を招いての勉強会。
- ・ 平成 21 年度研究報告書の作成、公表。

##### <平成 22 年度>

- ・ 山梨県内の伝統工芸、生活・趣味・服飾・織物に関わる企業についてインタビュー調査、および企業の基礎的データ入手、そのブランド構築、および消費者動向についての分析の継続。
- ・ 県外、伝統織物の産地を訪問、そのビジネス展開と消費者の動向についての調査の継続。
- ・ 山梨県富士吉田市の小学校、中学校の協力を得て、「甲斐絹」を用いた製作キットによる授業案の作成、授業の実施、公表。
- ・ 平成 21 年度、22 年度の調査に基づく「甲斐絹」を用いた「商品開発」、発信方法の検討。
- ・ 平成 22 年度研究報告書作成、公表。

#### (5) 本研究の地域貢献

本研究は地域の要望に応え、「甲斐絹」織物企業、商店、山梨県労働商工部産業支援課、山梨県富士工業技術センター、山梨県立大学による研究であり、本県における地域資源に関わる産・官・学の構成による研究体制が整う。本研究により、地域文化を児童・生徒に伝えるための教育プログラムが開発され、山梨県の教育の充実に寄与することができる。また、県内の特に伝統工芸を中心とした企業のブランド価値の構築、消費者動向、あるいは、山梨県内外の生活・趣味・服飾・織物等のビジネス展開、商品開発について分析を行

い、これをもとに今後の地域資源、伝統文化である「甲斐絹」のビジネス展開のあり方が検討され、これらの知見は今後の「甲斐絹」ビジネス展開を、ひいては地域資源によるビジネス展開をバックアップするものとなる。

(6) 研究経費

センター共同研究の研究経費による。

## 2. 研究活動実績

### (1) 第1回研究会

日 時：平成21年7月24日（金）16：00～17：30

場 所：株式会社榎田商店会議室

出席者：甲斐絹座 前田市郎（（株）前田源商店）、山崎泰洋（山崎織物（株））、  
榎田則夫（（株）榎田商店）、田辺丈人（（有）田辺織物）、県商工労働  
部産業支援課 古屋万恵、県富士工業技術センター 渡辺誠、山梨県立大  
学 斉藤秀子教授、波木井昇教授、安達義通准教授（以下重複する場合は  
所属等略）

内 容：「甲斐絹座」のメンバー及び県商工労働部、富士工業技術センターに対して、  
「平成21年度センター共同研究実施計画書」に基づき、研究内容の説明がな  
された。また、それに基づき、意見交換がなされた。

### (2) 第2回研究会

日 時：平成21年8月3日（金）14：30～16：00

場 所：山梨県立大学斉藤秀子研究室

出席者：山梨大学 志村結美准教授、斉藤秀子、波木井昇、安達義通

内 容：山梨大学附属小中学校における「甲斐絹」を用いた家庭科等の研究授業の  
開催可能性について意見交換がなされた。また、第3回研究会の内容、役割  
分担等が確認された。

### (3) 第3回研究会（講演及び質疑応答）

日 時：平成21年9月1日（火）17：00～19：00

場 所：山梨県立大学A館506

講 師：宇都宮共和大学 松本晃子講師

演 題：「地域ブランドと商品開発」

出席者：志村結美、山梨県商工労働部産業支援課 内藤裕利、古屋万恵、県富士工  
業技術センター 渡辺誠、五十嵐哲也、前田市郎、山崎泰洋、榎田則夫、  
田辺丈人、斉藤秀子、波木井昇、安達義通

内 容：本文参照のこと（6章）

### (4) 打ち合わせ

日 時：平成21年10月27日（火）18：00～19：00

場 所：山梨県立大学斎藤秀子研究室

出席者：志村結美、斉藤秀子

内 容：1月に予定している甲斐絹を題材とした研究授業に関して打ち合わせを行った。  
甲斐絹で製作した小物より、研究授業で製作する小物としてティッシュカバ  
ーを選択した。

### (5) 第4回研究会（講演及び質疑応答）

日 時：平成21年12月12日（土）15：00～17：00

場 所：山梨県立大学A館502

講 師：杉野服飾大学 織田晃教授

演 題：「ゼロ成長時代のものづくりーサスティナブルウェアの可能性ー」

内 容：本文参照のこと（7章）

(6) プレスリリース

日 時：平成22年1月7日（木）15：00～15：30

場 所：山梨県庁記者クラブ

出席者：斉藤秀子、波木井昇

内 容：山梨大学附属中学校での研究授業を含む本研究の内容がプレスリリースされた。本文参照のこと（10章）。

(7) 打ち合わせ（研究授業について）

日 時：平成21年1月12日（火）18：00～19：00

場 所：山梨県立大学斎藤秀子研究室

出席者：志村結美、斉藤秀子

内 容：第1回研究授業における手順等について打ち合わせを行った。

(8) 第1回研究授業

日 時：平成22年1月13日（水）10：50～11：40

場 所：山梨大学教育人間科学部附属中学校 南館2階家庭科室

出席者：山梨大学附属中学校教諭赤岡玲子、志村結美、前田市郎、山崎泰洋、斉藤秀子、波木井昇

内 容：山梨県立附属中学校で、甲斐絹に関する研究授業が実施された。甲斐絹の歴史、特徴、織り方などの講義がなされた（本文9章参照のこと）。

(9) 打ち合わせ（研究授業について）

日 時：平成21年1月19日（火）18：30～19：30

場 所：山梨県立大学斎藤秀子研究室

出席者：志村結美、斉藤秀子

内 容：1月12日の第1回研究授業を受けて、1月20日、第2回研究授業に関する手順について打ち合わせを行った。

(10) 第2回研究授業（山梨大学附属中学）

日 時：平成22年1月20日（水）10：50分～11：40

場 所：山梨大学教育人間科学部附属中学校 南館2階家庭科室

出席者：赤岡玲子（山梨大学附属中学校教諭）、志村結美、前田市郎、山崎泰洋、斉藤秀子、波木井昇

内 容：第2回研究授業が実施された。実際に甲斐絹の生地を使い、ティッシュケースを作成した（本文9章参照のこと）。

(11) 富士吉田市歴史民俗博物館見学

日 時：平成22年2月19日（金）11：00～12：00

場 所：富士吉田市歴史民俗博物館見学

出席者：斉藤秀子、波木井昇、安達義通

内 容：甲斐絹に関する特別展示会が実施されていたので、見学した。

(12) 第5回研究会

日 時：平成22年2月19日（火）13：00～15：00

場 所：（有）田辺織物

出席者：志村結美、五十嵐哲也、前田市郎、榎田則夫、田辺丈人、斉藤秀子、波木井昇、安達義通

内 容：本年度の研究の総括と来年度の研究計画に関する打ち合わせを行った。また、田辺織物、前田源商店の見学を行った。

(13) 研究授業についての検討会

日 時：平成22年2月23日（火）17：00～19：00

出席者：志村結美、赤岡玲子、斉藤秀子

内 容：平成22年1月実施の中学生を対象とした「甲斐絹」を題材とした研究授業についてふりかえりを行った。

(14) 平成22年 3月29日 報告書の発行

「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」の報告書を発行し、研究成果を取りまとめた。

### 3. 山梨県の繊維産業について

本県の繊維産業は、独特の光沢や風合いで江戸時代より人々の心をとらえた「甲斐絹(かいき)」をルーツとしている。現在でも、郡内地域(富士吉田市、西桂町、都留市、大月市、上野原市)は、甲斐絹の伝統技術をしっかりと受け継いだ『先染め・細番手・高密度』の技術に支えられ、全国でも有数の高級織物産地となっている。輸入製品が増えている現在においても、国産ネクタイの約4割はこの郡内地域で生産されている。

さて、甲斐絹は、古く平安時代の法令集「延喜式(=醍醐天皇の時代の法令集)」に甲斐の国は布をもって納めるよう記されており、その後南蛮貿易でもたらされた絹により、江戸時代には絹織物が盛んに生産されるようになり、明治時代に「甲斐絹」と呼ばれるようになったといわれている。

主な用途としては、羽織の裏地、寝具などが多く、呼び名も「郡内縞」「織り色郡内」「郡内海気」などと呼ばれて、特に江戸時代には裏地のおしゃれとして流行ったといわれている。井原西鶴や近松門左衛門の書物に「郡内縞」の記述が見られる。

明治時代になって、一時期は外国へ輸出する時期もあったが、徐々に化学繊維に移行し、第二次世界大戦頃には大幅に減少して、戦後には途絶えてしまった。富士工業技術センターでは、当時の甲斐絹を収集し、貴重な資料として保存、「甲斐絹ミュージアム」として、ホームページ上で閲覧できるようにしている。

戦後は国の繊維産業復元計画により、「ガチャ万時代」を迎え、裏地や夜具地だけではなく、新たな用途として傘地を見だし、昭和25年には全国シェア8割となった。その後、ビニール洋傘の移行に伴い、傘地も減少すると、座布団地への生産が進み、ベビーブーム世代の結婚需要により、夜具地も増産となってきた。昭和49年には、過去最高の379億円の総生産額となったが、同時に生産過剰の状態から設備の共同廃棄、他産業への転換が進み、輸入の増加もあって、総生産額は減少してきた。近年は、100億円を下回っている。

このような中で、本県の繊維産業は、生活様式の変化、消費者ニーズに併せて、座布団地、夜具地からネクタイ地やインテリア関連の生地に移行し、現在の小ロットで多種類の生地を生産できる特徴ある産地となっている。

また、早くから織物におけるデザイン開発にも取り組み、小単位のグループによるプロジェクトにより、ハイブリッドシルク研究、先染め裏地研究、草木染め研究、新商品開発プロジェクトやファッションデザインコンテストなど積極的に取り組んできた。

その中でも、現在の株式会社甲斐絹座は、産地のルーツである「甲斐絹」を次世代に受け継ぐため、復元を目指して取り組み、現代の織機での再現は不可能といわれた甲斐絹をビジネス展開ができる新しい「甲斐絹」として復元に成功した。

この新生甲斐絹は、生地の復元だけではなく、ファッション性の高い商品として展示会等で発表し、好評を得ているとともに、県内の蚕糸業の活性化にも寄与しており、県内産繭の安定生産に向けて、今年度から生産者と一体となった取り組みを開始している。

山梨県は、このような地場産業の活性化につながる取り組みに対し、やまなしブランドチャレンジ支援事業、やまなし繊維ブランド化推進事業による助成事業や富士工業技術センターによる、技術支援、情報提供等の支援を行っている。

今後も、繊維産業の産地としての認知度向上のための情報発信、消費者ニーズに合ったオリジナル商品開発、新技術開発等に取り組み、新しい販路の拡大につなげていく。

## 4. 甲斐絹の特徴及び種類

### (1) 甲斐絹の特徴

甲斐絹は、「先練り、無撚り」の糸で作られる、独特の光沢とサラッとした風合いを持った絹織物である。生糸は蚕の営繭した繭から操糸した繊維を何本か纏めて糸にするが、まだこの段階では、糸の周囲にセリシンという膠質が付着していて硬い状態である。この膠質を藁灰の灰汁や石鹼、苛性ソーダなどで煮沸し、除去するのが練り、すなわち精練である。精練することにより絹糸の持つ艶と、しなやかさが生まれる。縮緬のように布に織ってから精練するのが後練りといい、甲斐絹は糸の状態で精練を行う方法がとられ、これを先練りという。

また、布に織る場合、強度を増すために撚りを掛けるが、この撚りの回数により織り上がりの風合いが変化する。甲斐絹は撚りの入らない糸を用いているため、独特の光沢とサラッとした風合いの反物が出来上がる。

しかし、「先練り、無撚り」の織物を作る事は非常に難しく、これを可能とするには、時間をかけた丁寧な手作業が必要となる。

甲斐絹は主に羽織の裏地などに使われ、独特の技法による絵付けで様々な絵柄が描かれた絵甲斐絹、シャンブレーの美しい無地甲斐絹や縞甲斐絹など、様々な種類のものが生産されてきた。

高度な技術に裏打ちされた先練り、先染め、無撚り、細番手、高密度という特徴が生み出す風合いや、極限まで細い絹糸を使った非常に薄い生地の中に、緋や絵付け、複雑な縞組みなどを駆使して、立体的な奥行きまでも表現した甲斐絹の美しさは、当時の人々の技術の高さ、そして美意識の豊かさを伺わせる。

甲斐絹は、服装の洋装化、生産手段の機械化などの流れのなか、第二次大戦後に姿を消し、現在の市場では眼にすることはできない。

しかし、その優美な色合いと格調を誇る伝統の心と技は、設備の近代化や技術の高度化を果たしながら、新しい織物の中に、綿々と受け継がれている。

甲斐絹の技術を基盤として発展した郡内織物産地は、全国でも屈指の細番手、高密度の先染織物産地として現在でも注目を集め、紳士服裏地、インテリア、婦人服、ネクタイ地、傘地、座布団地など、様々な品目に伝統の技術が生かされている。

### (2) 甲斐絹の種類

#### 1) 絵甲斐絹

「たて糸」に模様をつけてから、「よこ糸」を織り込むという独特の技術で織られた甲斐絹である。非常に薄い生地でありながら、「たて糸」だけに絵柄が染められているため、一枚の薄紙を透かして見ているような奥行きを感じることができる。「たて糸」に模様を付ける場所は織機の箆（おさ）前の部分で、模様をつけてすぐ織られるため、ほぐし織とちがって「たて糸」のズレ幅が少なく、鮮明な絵柄を表現できるのが特徴である。

## 2) 解し甲斐絹

絵甲斐絹同様に、「たて糸」に模様をつけてから織られる甲斐絹である。ただ、模様をつける場所は織機の上ではなく、仮織りして織機から下ろされた「お巻き」の状態の「たて糸」を捺染台の上にひろげて絵付けをする。解し織りは絵甲斐絹とちがって、現代でも傘地などの製造工程で行われており、山梨県の特産物のひとつとなっている。

## 3) 緋甲斐絹

「たて糸」や「よこ糸」をあらかじめ部分的に染色しておいて、織り上げたときにかすれたような模様（緋模様）が現れるように工夫された甲斐絹である。意図したとおりに模様が現れるように糸を染色し、織り上げることには、非常に高い技術が要求された。緋甲斐絹の中には、たて緋+よこ緋、たて緋+よこ緋、たて緋+よこ緋など、さまざまなバリエーションがあり、また、絵甲斐絹の中にも緋が多く使われている。

## 4) 縞・格子甲斐絹

それぞれ縞甲斐絹、格子甲斐絹とも呼ばれ、別の色に染めた糸を規則的に並べて織り、縞柄や格子柄を表現した甲斐絹である。縞柄は非常に古くからあるものなので、新しさを表現するために、縞の太さやバランス、リズム、色彩に工夫を凝らし、美しさを競い合った当時の様子が伺える。現代のセンスにも十分通じるようなモダンな色彩やレイアウトの生地も見ることができる。

## 5) 無地甲斐絹

文字通り無地の織物で、糸の色や光沢、平滑で均一な風合いが身上の織物。柄に頼ることができないため、織り手にとっては最も気の抜けない、高い技術が要求される織物であったと思われる。無地の甲斐絹のうち、「たて糸」と「よこ糸」の色をまったく違った色に染め、玉虫のような光沢を表現したものは「玉虫甲斐絹」と区別して呼ばれた。

## 6) 高配甲斐絹

勾配甲斐絹、紅梅甲斐絹とも呼ばれ、甲斐絹でふつう用いられる極細の絹糸の合間に、極太の糸を織り込んで縞状、あるいは格子状の凹凸を表現したもの。高配甲斐絹は、生地の色調や雰囲気からも分かるように和装ではなく、おもに海外市場向けの服地やパジャマの生地として織られていたといわれる。

## 5. 甲斐絹の復興とその現状

### (1) 郡内における甲斐絹の歴史

まず始めに郡内地域における甲斐絹の歴史という観点から見た場合、甲斐の国の織物の発祥と沿革から簡単に説明する必要がある。

最初に郡内織物が文章に残る物は「延喜式」による一文がもっとも古く「遠江、駿河、伊豆、甲斐・・・・・・・・大隅、薩摩以上28ヶ国其の制するところの布を以て調庸となす」と記述されている。当時は藤や葛や麻の繊維を織った物を献上していたようである。

甲斐絹（海気）は元々、元亀・天正年間から慶長年間にかけて南蛮渡来の先染の絹織物であった。郡内の甲斐絹が一番隆盛を極めたのは江戸時代の享保年間から元禄・文化文政にかけてだったようである。

井原西鶴や近松門左衛門の文章の中に「郡内縞」という表現で何度も出てきている。主な用途としては羽織の裏地や布団地などであった。その後明治・大正と昭和初期まで生産されてきたが、戦後、化学繊維の発達とともに時代の波間に姿を消してしまった。

現存する甲斐絹は山梨県富士工業技術センターが所蔵しているものと、富士吉田市歴史民族博物館に一部有るのみで、それも明治以降に生産された物である。

現在の郡内地域においては、甲斐絹を作ってきた先人達の技術の蓄積を元に細番手糸使いの先染め織物の産地として、裏地・服地・傘地・ネクタイ地等様々な織物を生産している。

### (2) 甲斐絹座立ち上げの経緯

甲斐絹座は、当初の平成14年に（株）前田源商店、（有）田辺織物、（株）榎田商店、山崎織物（株）の4社によって立ち上げられた同業種のグループである。

このグループ化は、山梨県幸住県計画に基づいたビジターズ・インダストリーの考え方を元に、山梨県に訪れる観光客などの方々に当地の地場産業である織物製品を広く周知しビジネスの機会を創出する目的で集まった。しかし、各社の製品を集め一般的な展示販売で並べるだけでは全然売れず、逆に商品価値を低下させてしまった時期もあった。

このため、関係者の尽力を得て的確なアドバイスを元に金沢在住の出島二郎氏の紹介を受けたことを契機として、3年有余に亘り地道な勉強会を行ってきた。その結果、現在我々が織物の仕事をしているのは何故なのかということになり、甲斐絹の歴史や伝統に加え、それを作ってきた技術の蓄積の上に、今日の織物製品の製造が成り立っていることに気づいた。

そこで、現在では絶えてしまっている甲斐絹を復刻し、現代でも通用する製品を作っていこうということにメンバーの考えが行き着いた。また、それまでの勉強の成果が活かされ、県内産業の継承と製品の高付加価値化を図るため、今ではあたり前のようになっている農商工連携を前提としたスキームを構築し、山梨県産の繭を使って生糸を作り、甲斐絹を復刻することになった。

さらには、グラフィック系のデザイナーとの協働した取り組みにより、コンセプトに基づくロゴマークやパンフレット・カタログ等を作成、「甲斐絹座」ブランドとしての基礎を十分に固めながら事業化を進めた。平成19年度には地域資源活用プログラムに基づく計

画策定を行い認定業者になったことにより、製品開発や販路開拓においてスピードアップが図れ、平成 21 年 11 月 18 日付けで株式会社甲斐絹座を設立し、現在に至っている。

### (3) 甲斐絹座としての取り組みの現状

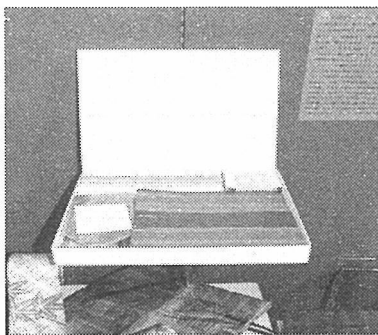
永年に亘って、グループメンバーで研究を重ね、少しずつ様々な種類の甲斐絹を復刻してきているが、この間には、語りきれないほどの苦難の時期があった。

なかなか目標とするターゲットが絞れないまま、暗中模索で研究を進めていた平成 18 年の頃、先染の特徴が顕著に生かせる玉虫甲斐絹の復刻を始めた。これにより、当甲斐絹座の今日の織物製品の基礎となる玉虫甲斐絹をコンセプトの中心に位置づける発想がまとまった。現在では、この玉虫甲斐絹は 50 色位の色のバリエーションがストック出来るまでになった。

一方、この玉虫甲斐絹による製品では、ネクタイ、クッション、バッグ、傘をはじめとした製品を手掛けてきたが、平成 21 年度からはインテリア分野への進出を図るため、国の機関である中小企業基盤整備機構のプロジェクトマネージャーの紹介を受け、グラフィック系デザイナーをブランドディレクターの立場で協力をいただくこととなり、甲斐絹座のコンセプトを確立すると同時に、新たなプロダクト系デザイナーとの取り組みを始めた。

これにより「hengen」というブランド名で玉虫甲斐絹の特徴を十分に活かしたスカーフ、ランプシェード、ウォールパネル、PCクッションなどを試作し、新たな展開への足がかりとしている。また、プロダクト系デザイナーとの取り組みにより、初めてグラフィックとプロダクトとの調和が取れ、これら一連の取り組みにより、自信を持って商品開発及び販路開拓を図る体制が整ったと考えている。

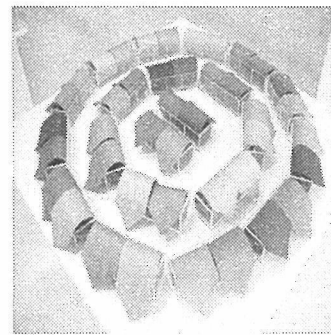
### 「甲斐絹座」



甲斐絹BOX

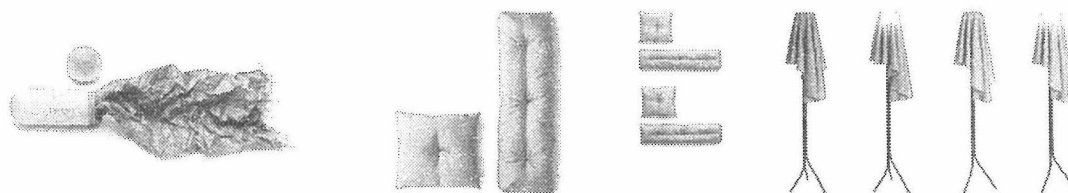


最初の頃復刻した  
解し甲斐絹や縞格子  
甲斐絹



玉虫甲斐絹のネクタイ

「h e n g e n」(甲斐絹座のインテリアブランド)



MAYUカプセル  
スツール

PCクッション

ランプシェード

(4) 課題と展望

当甲斐絹座が今一番抱えている課題としては、山梨県産の繭の手当である。

養蚕業は、近代日本の経済発展を支える役割を果たし、現在も和装文化の根幹を形成するなど、国の伝統文化を支える重要な産業の一つである。しかし、今日では生活様式の変化等により絹需要が減退し、繭・生糸価格の低迷に加え、養蚕従事者の高齢化や後継者難により、繭産地においては養蚕戸数、繭生産量がともに急速に減少し、産地機能の維持が困難になっているとともに、原料繭不足により製糸業の経営も悪化するなど、蚕糸業の存立すら危機的な状況にさらされている。

このような状況のなかで、当甲斐絹座が取り組んでいる事業には、これらの課題解決は避けて通ることができない重要な問題である。

山梨県における養蚕は中山間地域における作柄の一つであり、これまで発展してきた知的財産である蚕糸技術や、蚕糸業を背景に培われてきた地域文化も消失する恐れがあり、さらには、我が国の和装文化、伝統的工芸品産業にも大きな影響を及ぼすことが懸念されることから、微力ながら養蚕業の維持・継承を図ることに甲斐絹座の活動を通じて貢献したいと考えている。

今、繭の流通システムが大幅に変更され、糸商から直接生糸を購入するのではなく、山梨県内にあるそれぞれの農協と個別に契約し製糸工場や織物業者などで構成される「蚕糸絹業連携システム」に沿った対応をして行かなくてはならない。

この対応を怠った場合には、繭の手配が出来なくなる恐れがある。

そこで当甲斐絹座においては2名のメンバーを「蚕糸絹業連携システム」のコーディネーターとして登録し、その仕組みに対応した繭の安定的供給のための手立てを講じている。また、実際に開発した製品の販路開拓においても課題は、まだまだ山積している。

今後の展望としては、新たな商品開発はもとより、本来、甲斐絹が使われていた裏地の分野などにも、再度掘り起こしていきたいと思っている。特に、茶道関係における仕覆や袋物などは元来甲斐絹の裏地を用いていた背景があることから、甲斐絹の復刻は非常に意義有ることだと思っている。

さらに、今回の試みのように、教材としての甲斐絹はこの地域で生まれ育った子供達にとって、素材としての本物の絹の質感や手触り、風合いなどを常日頃より触れることにより、本当のものを見極める感性が養われるのではないかと思っている。

織物産地の子供達はその地域の歴史と伝統の上に立った布帛に触れたり身につけることによって地域への誇りと自信が持てるようになると思う。さらに、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われると思う。また、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、消費という一連の安定的流れが生じ、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効く一助となればと期待している。

以上のように、我々甲斐絹座は、存在意義のある甲斐絹を生産し新たな用途や価値を創造していく責務を感じている。

決して一朝一夕では出来ることではないが、着実に前向きに進んでいきたいと思っている。

#### <参考文献>

『富士北麓・東部地域の産業史』富士吉田商工会議所

『郡内機業と山梨県繊維工業試験場 - 80年の歩み-』山梨県繊維研究会

## 6. 地域ブランドとしての伝統工芸の復活と大学の取り組み

### —宇都宮の浴衣・和手ぬぐいの染色工場の事例—

宇都宮共和大学 松本晃子

#### (1) はじめに

浴衣（ゆかた）は、花火・縁日・盆踊りなどの夏の行事で若者中心に着用され、街の彩りとなっている。若者にとって最も日本を意識させる行事のひとつである夏祭りの定番アイテムとなった浴衣について、本論では前半で浴衣素材の歴史、主に栃木県真岡市で江戸末期には江戸市中間屋の扱いの6割を生産していた真岡木綿の生産の栄枯盛衰をたどる。日本初の本格的な輸出品であった生糸から始まった日本の繊維産業は、いち早く海外へと生産拠点を移していった産業ともいえる。日本の織物史において、問屋制家内工業形態を論じた文献は多くあるものの、栃木県真岡市で生産されていた真岡木綿を主題としているものは少ない。その真岡市では現在、「手織り」という作業が改めて見直され、時代に合った形で復活を遂げつつある。日本の産業創成期の歴史を地域の力で現代に蘇らせた手織りの工房と、伝統工芸を守りながら存続している宇都宮の浴衣地の染色工場に注目し、新たな商品開発を試みる染色工場と大学の取り組みから、内発型とも言われる地域産業振興の事例を取り上げ紹介する。

後半では、地域ブランドの活性化に向けた大学の取り組みを、宇都宮と首都圏へのニーズ調査から、地域ブランドについての活性化要因の新しいモデルを考察するものである。

#### (2) 歴史的背景

##### 1) 真岡木綿の栄枯盛衰

真岡（栃木県真岡市）で生産された木綿は国産の木綿では極めて薄地で良質な木綿であったことから、最盛期には江戸の問屋の扱いの半数以上を占めていた時期もあった。十八世紀後半から十九世紀の初頭にかけての時期が最盛期とされている。

吉田によれば、真岡木綿が十九世紀になって衰退傾向を示し始める原因は、江戸両組木綿問屋の集荷体制が動揺する中で、真岡周辺で発生した農村荒廃が生産性の向上を阻害したためであったとしている<sup>(1)</sup>。

武井は流通面から、江戸時代の呉服商の仕入変革の存在を指摘している。越後屋、松坂屋などは当時の新興呉服商であり、既存の多数の仲介業者との商売だけでなく、生地産地に直接買い付けする機関の新設置を行っていった。そこに産地による受け入れの差があったとしている<sup>(2)</sup>。大衆的な綿織物・絹織物の需要にこたえるべき流通対策として、新興の産地から仕入れ、拡大していく制度を作り上げていった越後屋は、当時の新興産地であった桐生に、享保十七（一七三二）年に買宿とよばれる買付機関を設置する形によって進出していった。絹買仲間としての内実が整っていない段階であったので、産地に進出することが出来、組織仲間が整備されていった。真岡においては既に大伝馬町木綿問屋と取引を持ちながら越後屋、白木屋、大丸屋を含む白子組という木綿仕入れ問屋と取引をしている記述が寛政元年（一七八九）に残されている。それによると白子組一三軒の仕入高総額の約七十七パーセントを占める十一万二千四百九十三反が真岡木綿である。ただ、この木綿は真岡の名を冠してはいるが、真岡から出荷されたものばかりではない。北は宇都宮、南は下館・真壁の商人たちが生木綿の市場においては全て「真岡晒木綿」として取り扱われ

たのである。18世紀後半の拡大のなかでも、真岡商人が主流であり、宇都宮も田川という水資源のもとで生産された木綿が染められていったのである。寛政二（一七九〇）年、江戸木綿問屋白子組は関東産の木綿出荷状況について次のように述べている<sup>3)</sup>。

関東木綿は以前より織り出し量が少なかったが、近年は大分増えてきた。古いことはよく分らないが、今私どもが売買している中では、武州岩槻、野州真岡、下総八日町市場の木綿が多い。野州真岡晒木綿は二十年以前までは出方が薄かった。この真岡木綿は染めなどすると至極出来の良い品である。もちろん幅尺等も十分に自然江戸でもはやるようになった。国元の荷主が持参したときはその後も引き取る約束をするので、年々たぶんに織りだすこととなり、当時もっぱら売買している品である。

真岡の商人は江戸の二大問屋との様々な要請に対して上手く対応していたのであるが、十八世紀半ば以降における農村の荒廃による、天保七（一八三六）年の不作と、その前後からの市の人出の少なさが記録されている。また、臨時の将軍の日光東照宮への参詣の行列もあり、助郷役に駆り出されることによって木綿織出しもさらに少なくなっていた。このことは木綿買継業で真岡の商人となった者にとっても、木綿商いより困窮する農民に対して質業を行うことを有利にし、木綿生産が農村家内工業から問屋制家内工業へ移行できなかつたとされている。さらに、下野国足利や武蔵国川越など、さらなる新興綿業地において生産力が高まっていった事もあろう。

日本各地にあった繊維の産地が、百貨店の原点であった呉服問屋と取引を強化し、全国展開していった歴史と、今日においてはショッピングセンターなどに出店するSPA型の中間構造を排除したアパレルの集合体によってくしくも経営困難に追い込まれているという歴史の皮肉を感じずにはいられない。

また、田村は真岡木綿の衰退の原因は文政期（十九世紀初頭）あたりを境にして江戸での流行事情の変化であったとしている。当時十年間くらいの変化での流行があり、それまで流行していた後染めの小紋から先染めの紺縞へと上衣ファッションの流行がシフトし、これまで後染め、つまりプリントのように白生地を後で染めるものから先染めという糸から色を染めており、縞柄を表現する生地への流行が、最上級とされた真岡木綿生産への需要減をもたらし、接近する足利・佐野周辺での流行縞木綿の生産活性化となったというのである<sup>4)</sup>。江戸末期の最盛期の生産規模が百万反を誇った紀州（和歌山県）、因伯（鳥取県）、真岡も同量の生産を行い、明治に入って大幅な生産の減少を示していくのである。

近代経済史を家族経済の視点を取り入れて分析を試みた谷本は、日本各地の木綿産地に共通していえることとして、近世後期に未だ限定的であった綿布需要が、明治末期には農民をも巻き込み、広範な需要を形成した要因は開国・地租改正とインフレーションとしている。衣料消費における商品経済化の進展が地方・農村市場の形成・拡大を促進し、それが綿布市場拡大の背景をなし、開港が綿布の価格低下を、地租改正が農民への商品経済の浸透を促進し、インフレ下で米価の上昇がそれらの条件を顕在化させたとしている<sup>5)</sup>。

開国による輸入品の増大、流行の変化、問屋の変革、農村の荒廃といった要因が相まって真岡木綿の衰退をもたらしていったのである。元治元（一八六四）年頃から木綿問屋を休業するものが続出し、真岡木綿北晒屋（飯野氏）、南晒屋（原村氏）が廃業したことで、真岡木綿はここに姿を消すこととなった。

## 2) 現代に蘇る真岡木綿

栃木県真岡市の人口は約六万六千人、都市計画、工業団地造成、圃場整備が進み、農業、工業、商業がバランスよく調和した地方都市となっている。一九八六年に地場産業のルーツである真岡木綿をもう一度蘇らせようと、『真岡木綿保存振興会』が真岡商工会議所、観光協会、自治会連合会などの尽力によって設立された。同時に八台の機織りと十一名の織り手が集まり、機織技術者養成講習会の開催を行っていった。技術者に認定されると、教えていくことができるため、百貨店等の仮設コーナーでの実演・展示・販売で徐々に活動が知れ渡ることとなった。三十分でコースターが出来上がる機織り体験も人気をよび、市内外からの受注生産も半年先まで予約が入っている。かつて女性たちの手で織り出され、間屋制家内工業へと向かっていった時代を彷彿させるようなことである。織り手の追加募集では、希望者が殺到した。この背景には、無理のない範囲での技術の習得と、それが地域ブランドとして価値をつくり、売られていく喜びを感じとれることが大きいのではないだろうか。現在は暖簾などの注文が多いが、生産がさらに軌道に乗れば、歴史的ストーリーをもつブランドとして育っていくに違いない。無論、量的販売面ではなく、真岡鉄道に『コットン・ウェイ』の名を残す由来が、ストーリーとして観光客や子供たちへと受け継がれていく拠点としての意味をもつ存在なのである。

## 3) 宇都宮の「宮織り」と「宮染め」

北関東一の大都市である宇都宮の工業史を調べると、奈良・平安朝時代には既に開け、寺院のための瓦が焼かれ、築城の基礎のために大谷石が採掘されていた。

真岡木綿の記録では、元禄十一年（一六九六）年には、真岡市周辺の農村で女稼ぎとして木綿を織出しており、村から約二、二キロ程離れた真岡で六斎市（一ヶ月に六回行われる市）が立つので、そこで「晒木綿」を売買したという。真岡周辺でも農間稼ぎとして女性の木綿織りがなされていたのである。

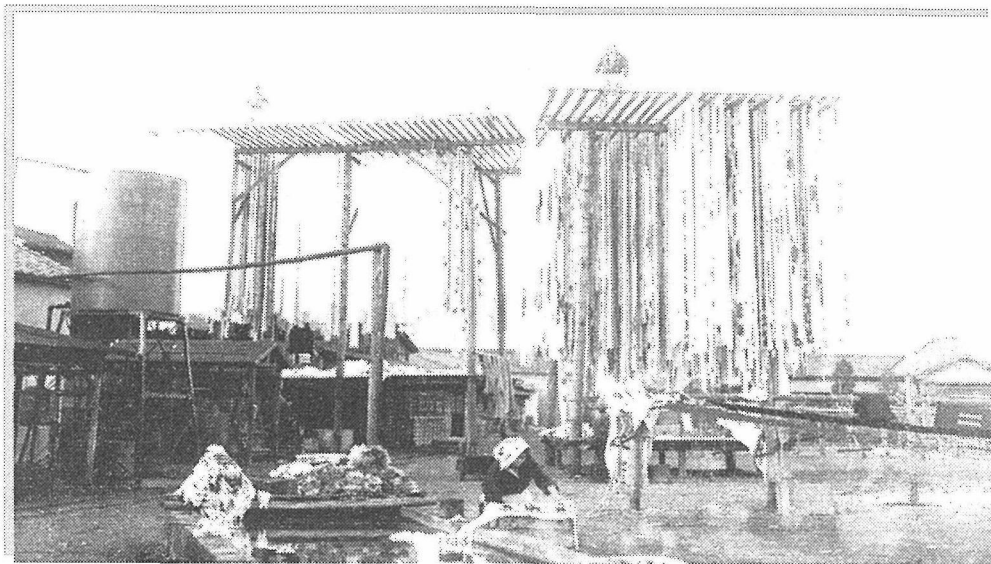
同時期に宇都宮でも「宮高機」と称する木綿織物が織出され、近郊の農業もこれを副業として盛んに織出した。この宮織りは堅ろうで、染色も確実、洗濯のために退色しない特長があるため、販路は遠く奥羽地方から常陸海岸にまで及び、広く取引が行われて明治維新後も盛んに生産された。しかし、次第に遠州（浜松）、三河（愛知）地方の化学染料と山形の村山綿布に押され、さすが隆盛を極めた宮織りも市制施行前頃には衰退し、明治四十一（一九〇八）年にはついに一軒となったのである。明治初期から中期にかけて、宇都宮とその周辺地において、近代工業化を最初に体験し、変容を迫られながらも対応しきれず消滅した地場産業の1つであった<sup>6)</sup>。

JR宇都宮駅前の田川にかかる橋に「洗橋（<sup>あらいばし</sup>あらいばし）」という名称が残っている。江戸時代末期に真岡市で織られた木綿地を染めるために、宇都宮市周辺で染色が行われ、田川で洗いの作業が行われていたからである。江戸末期の頃、木綿織りが盛んになり、その木綿地を染めるために田川沿いに染物職人が集まり、裨纏等を染めるようになったのが始まりとされている。その後、<sup>ちゅうせん</sup>注染<sup>7)</sup>という技法が大阪で生まれ、宇都宮の地でも行われるようになり、浴衣や手ぬぐいを一枚一枚ずつ丁寧に染め上げていくようになったという。元々街道沿いであったことから、染め・卸し・呉服商という産業の原形が今日まで続

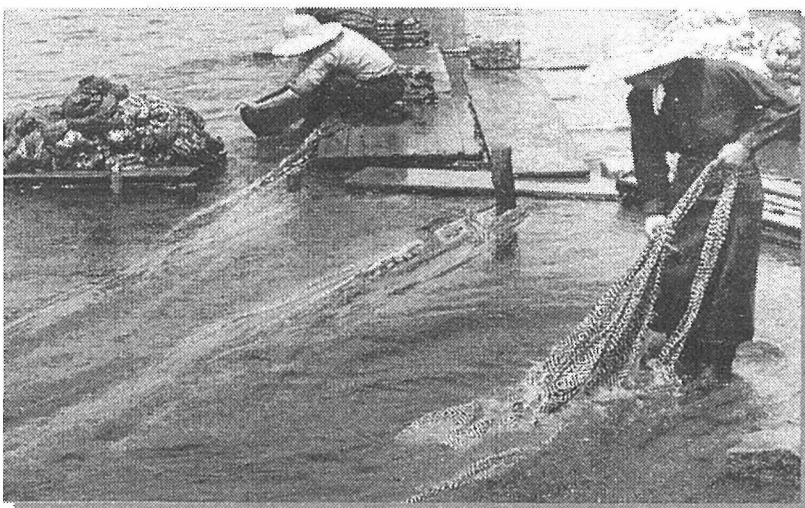
いているのである。平成二十一（二〇〇九）年現在、二件の染色工場が田川沿いで職人芸を守りながら残っている。

最盛期には力士の八割（『大鵬』『曙』『小錦』等）の浴衣を染めてきた中川染工場ではあるが、「宮染め」を作る職人の高齢化が進んでおり、宇都宮に育った伝統工芸を受け継ぐ職人の存続が難しくなっている。

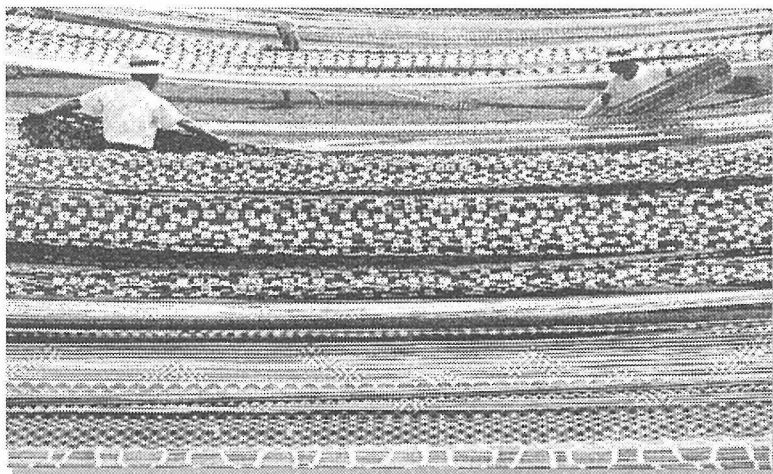
写真①：昭和三十年代の中川染工場



写真②：暑い夏も寒風が吹く冬も行われた田川での洗い作業



写真③：天日干しで仕上げる



写真提供：中川染工場

### (3) 地域ブランド・伝統工芸と産学連携

#### 1) 地域ブランド

本稿の表題にあげている「地域ブランド」の概念についてここで述べることにする。地域ブランドとは何か。長尾によると、地域に関わるブランド論議は、**place brand**、**destination brand**、エリアブランド、地域ブランドなど様々なネーミングを付与されているが、その狙いは地域間の激しい競争環境において生活者や組織から支持され、その地域に何らかの形で関わり（購買、観光、交流、居住、拠点）を持ち続けてもらいたいということにあるとしている。マーケティングにおける地域ブランドの議論には二つの潮流があり、一つは『地域の農水産物や加工品などをマネジメントすることで、それらのブランドを構築する』という地域発のブランドを捉えた議論で、もう1つは『行政区のような地域空間をマネジメントすることで、ある地域それ自体のブランドを構築する』という地域全体のブランドを捉えた議論である<sup>(8)</sup>。

後者においては、和田らの研究において地域ブランド資産の価値評価モデルが示されている。しかしながら前者の場合、コンセプト開発においては流行の追いかけ又は資産ベースによるとされ、ブランド価値視点の欠如が指摘されている<sup>(9)</sup>。

ブランド構築とは『売れ続ける仕組み』であり、地域の農産物がブランド構築するためには次の三点が必要である。「産地的な正当性、独自性、そして商品の価値を担保するシステム」である。すなわち優れた技術、品質基準の明確化、体験施設の設置による審査プロセスの公開などによりその商品価値が担保され、地域の名を冠することによる相乗効果が生まれ、地域産物は地域との『共創的ブランディング』を果たし、産品ブランドとして飛躍することが出来る<sup>(10)</sup>。

#### 2) 地域ブランドと伝統工芸

日本各地に存在する日本の伝統工芸という歴史的芸術作品を生み出している小規模企業にとっては、ブランド価値創出はできないのであろうか。とりわけ、日本の産業復興期を支えた繊維産業における貴重な伝統工芸は、歴史的背景、伝統文化、芸術、自然の素材といった地域ブランドとしての価値となりえる要素を持っているといえる。しかしながら

現状の伝統工芸品の生産現場においては、総じて継承者は減少し続けている。

本稿では、『地域の農水産物や加工品などをマネジメントすることで、それらのブランドを構築する』地域ブランドという意味での、宇都宮市にある伝統工芸の浴衣生地染色である「宮染め」を中心に地域ブランド創出と活性化のための指針を検討するものである。はじめに「宮染め」を生産する中川染工場の地域ブランドに産学連携で取り組んできた当ゼミの活動実績を紹介し、後半では首都圏への消費者調査から、浴衣着用という現象が一過性の流行ではなく定着していくためのモデルを考察する。

### 3) 大学生による街づくり提案のゼミ活動

中川染工場の職人芸の作品に、現代の若者の力を加えることにより活性化する方法はないか。宇都宮の歴史を彩りとして蘇らせる「宮染め」を活用したまちづくりをめざすには、どのようなことが考えられるのか。学生たちと討議を重ね、宇都宮市政研究センター主催の「大学生によるまちづくり提案」で優勝するまでの2年間の経緯である。

宇都宮の中心街にはパルコや東武百貨店、オリオン通り・ユニオン通りにおけるファッション関連店舗があるものの、全国に知れ渡るほど差別化した店舗や商業地区になっていない。しかし、路地裏には呉服関係の店など伝統のある店が点在し、「宮祭り」という大規模な夏祭りも行われている。浴衣のルーツの街であるでありながら「宮染め」はほとんど知られてこなかった。「和」による市民の「輪」を広め、宇都宮発の日本の文化を国際的にも紹介するのに、大学と地域が連動し、江戸時代のエコを意識させ、「和ごころ」に富んだ商品開発を行い、宇都宮市の新しい観光イメージをつくりあげて行くにはどうしたらよいのだろうか。そこで若者が夏の祭りに浴衣を男女で着るニーズや、和手ぬぐいの専門店のブーム<sup>(1)</sup>などの背景から、伝統工芸＝「古きよきもの」といっただけの和の文化を、若者の手によって現代に復活・活性化させる方法をゼミ活動中心に約2年間行ってきた。「宮染め」を浴衣や和手ぬぐいに限らず、クールビズ・シャツなどに応用して、宇都宮市の環境にやさしい街というアピールの一翼を、人々にとっての“街の彩り”という側面から担っていきたいという認識からスタートした。

ゼミ開始直後の春に、大学からほど近い染色工場を見学させてもらい、職人芸の現場の厳しさを体感した学生達は討議を重ねていった。まずは大学のオリジナルの浴衣作成に取りかかり、デザインモチーフを街中の風景から探った。そして『田川にしだれ桜』と題した大学のマークを桜にアレンジしたデザインを完成させ、浴衣を着用して八月第一週に行われる「宮祭り」で「宮染め」の手拭いを大学前の出店で販売することとなった。しかし、その手拭いは、染めムラが多少あるもので在庫として積み重なったものを低価格で販売するという、いわば学生の手による「宮染めアウトレット」である。踊りに合わせて練り出す、揃いの浴衣を身にまとった人々に、地元でも知られていなかった「宮染め」手拭いは飛ぶように売れていった。

## (4) 現状分析と課題

### 1) ゼミ独自のアンケート調査

販売活動に自信をつけた学生たちは、これから宇都宮の伝統工芸としてより認知度を上げていくにはどうしたらよいのかということで、市民へのアンケートから現状分析を行った。

写真④：現役 75 歳の匠が 60 年間の技をみせ重ねた生地になれなく糊を引く



写真⑤：学生達による宮祭りでの「宮染め」手ぬぐい、エコバッグの販売活動



【調査概要】

2007年11月12日から18日にかけて宇都宮共和大学学生及び職員、大通り周辺の企業勤務者に対して日本的意識「和」についてのアンケートを行った。調査用紙の配布・回収作業により、200通中171通の回答を得た。

① 調査対象：男性93人（54.4）・女性78人（45.6）年齢18歳から70歳まで。（ ）内は％。

居住地域：宇都宮市内91人（53.2） 那須塩原市内19人（11.1） その他の栃木県内45人（26.3）

福島県内6人（3.5）埼玉県内4人（2.3）東京都内4人（2.3） その他地域2人（1.2）

② 日本的意識「和」についての関心度

日本的意識「和」についての関心の有無を聞いたところ、男女合計で70.6％の人が「和」へ関心が「高い」と回答した。

③ 「和服」及び「和の習い事」への関心度と実態の差

「和服」及び「和の習い事」への関心と実態の差を見るために、「和服に関心が高いか」・「和服をよく着用しているか」の設問で、実態と意識との差を出した。男女合計では、「和服への関心は高い」は66.7%であったが、「和服をよく着ている」と答えた人は4.7%と低くなっている。このことから潜在的なニーズはあるが、着付けや機会の少なさ等から和服を着たくても着ていない人が60%近くいる事が分かる。

「和」の習い事についても、「好きである」と答えた人は59.1%もいるが、実際には「習いにいっている」と回答した人は11.7%で、ここにも潜在的なニーズがあることが分かった。

④ 「和」を感じさせる所有物（複数回答計）

「和」の所有物についての回答を最も多かった順に列記すると、茶碗（157人）、箸（141人）、こたつ（129人）、座布団（122人）、和ダンス（73人）と続く。中には琴、三味線、尺八といった和楽器を所有する人も数人。

和服関連で所有するものを聞いたところ、扇子（97人）、浴衣（92人）の所有が高かったことから、和服の中では、気取らずに着られて涼しさを演出できる浴衣の需要は今後も伸びると思われる。浴衣を持っている学生は2～3枚も所有しており、プリントではなく、「宮染め」のような非常に涼しい本物の浴衣生地認知度が上がれば、ニーズも高まるものと思われる。

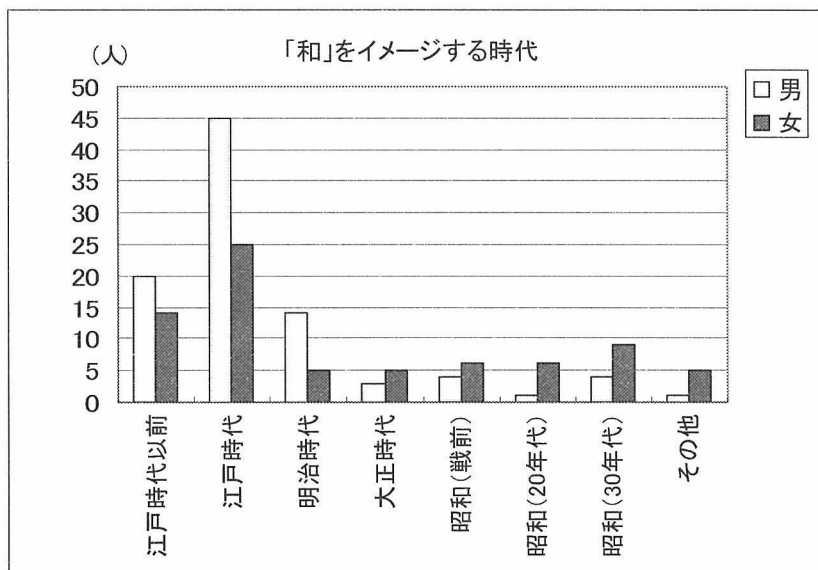
⑤ 「和」をイメージする時代

『あなたにとって「和」をイメージする時代とはどの時代ですか』の問いに対しては、男女合計で70人が「江戸時代」で最も多かった。真岡木綿が盛んに生産されて染色も盛んであったのも江戸時代末期であることから、「和」「江戸時代」「宮染め」の連想性はあるものと思われる。

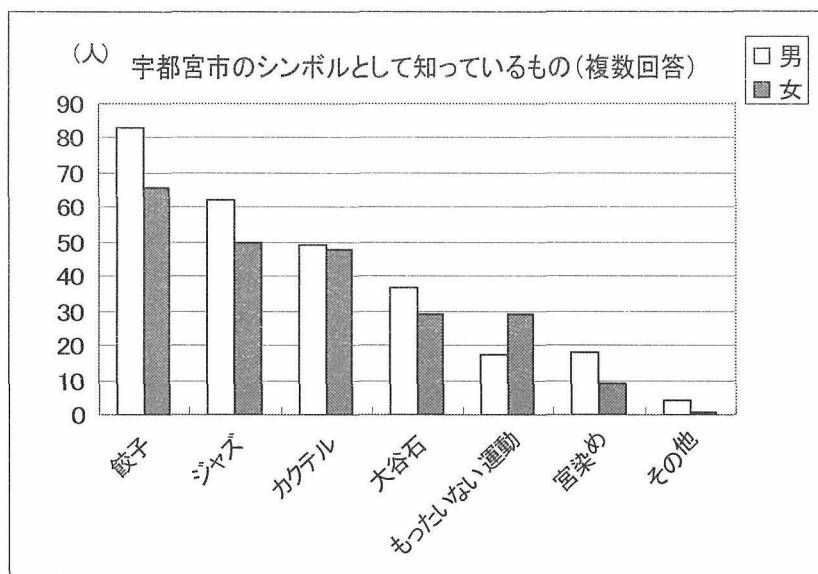
⑥ 宇都宮市のシンボルとして知っているもの

餃子以外にもジャズやカクテルは認知されている。宮染めは当大学学生の回答者数も多かったが、浸透させていくにはこれからの重要であろう。

(図1) 「和」をイメージする時代



(図 2) 宇都宮市のシンボルとして知っているもの



## 2) 課題

沖縄の「かりゆしシャツ」は、安倍前総理が会談で着用したことで知られたが、沖縄で作られているアロハシャツの総称であり、公的な支援もあり、全国への認知度も非常に高まった。日本のハワイともいえる気候と観光のイメージがアロハシャツ的なクールビズ・シャツとして取り上げられた。宇都宮の「宮染め」のシャツもそういった環境と地域ブランドとしての発信力をもつものにしていきたい。これには公的な支援および宇都宮にある企業などの支援も視野に入れ協力を依頼し、第一歩としてのクールビズ・シャツの販売の成功が必要と思われる。「大学生による街づくり提案」の発表では以下の提案を行った。

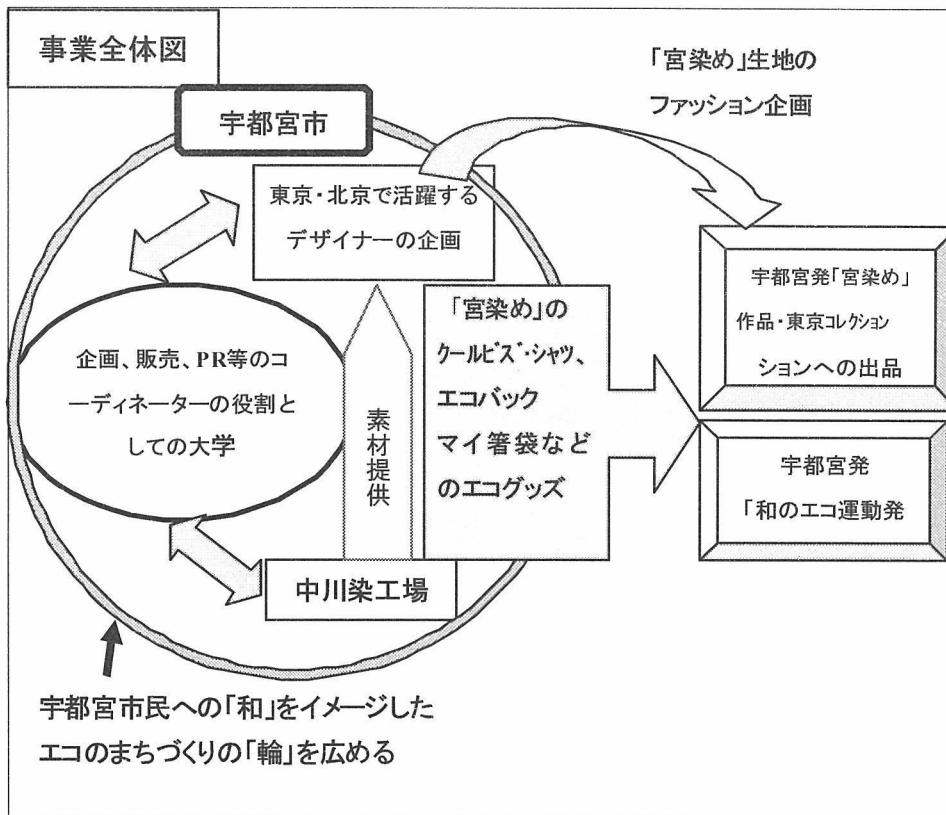
## 3) 施策事業の提案

施策名称：「和」の「輪」をつくろう運動

目的：

- ・宇都宮市の伝統を再認識するきっかけづくりを、和手ぬぐいやエコグッズ等のモノを通じて行っていくために、「宮祭り」他の祭り事に集う人々への、ふるさとギフトとして販売。祭り自体も盛り上げる効果を上げ、「まちの彩り」を提案する。
- ・「宮染め」生地を使ったクールビズ・シャツなど、普段でも着易く、夏には非常に涼しいものであり、環境にやさしいまちのイメージを作り上げる。
- ・アンケートで、「和」をイメージする時代を「江戸時代」と回答した人が39.8%で最も多かったこともあり、江戸時代から続く「宮染め」は「和」を身近に意識でき、古きよき時代の安らぎ感と日本人の季節感を人々に与えられることを訴える。「もったいない運動」等とも連動しながらエコロジー活動としても観光にもPRしていく。
- ・デザイナーとの連動により、再来年春の東京コレクションに、「宮染め」生地を使ったファッション企画を提案。宇都宮発のファッションの存在としてアピール。日本から海外への新しい文化交流を目指す。

(図 3)



#### 4) 「宮染め」ファッション・ショーの実施

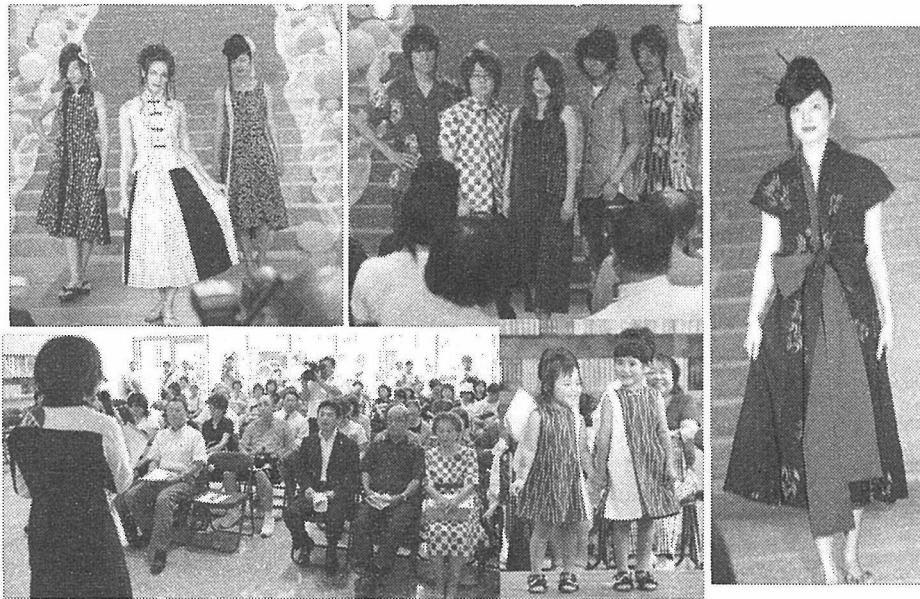
次年度では、地域資源ともいえる「宮染め」という伝統工芸をまずは地域の人々に知ってもらうために、提案にあったファッション・ショーを夏祭りに合わせて開催する計画を進めた。

二〇〇八年八月三日の宇都宮の夏祭り「宮祭り」に合わせて、伝統工芸とデザイナーと大学のコラボレーションによるファッション・ショーを開催した。宇都宮市民、県議会議員、宇都宮市長まで来ていただき、祭りにもう一つの賑わいをもたらすことができた。さらにデザイナーは宮染めを使って実際に二〇〇九年三月末に東京コレクションへ出品している。

祭りというものが人間社会の物々交換の始まりの場であったことを彷彿させてくれた。また、かつて米国の百貨店ニーマン・マーカスを作り上げたスタンリー・マーカスが販売不振を解決するために一九二七年に開始して以降28年間続いたリテイル・ファッションショーの原則をも思い出させてくれた。欧米のファッション・トレンドに左右されることのない新しい装いを地域の地場産業、日本の産業の興りを支えた繊維産業において構造上の軋轢に苦しみ耐え続けてきた伝統的染色を見直して、新しい視点で展開し、若者達とその重要性を表現したのである。

(図 4)

## 宮祭りでのファッション・ショーの様子



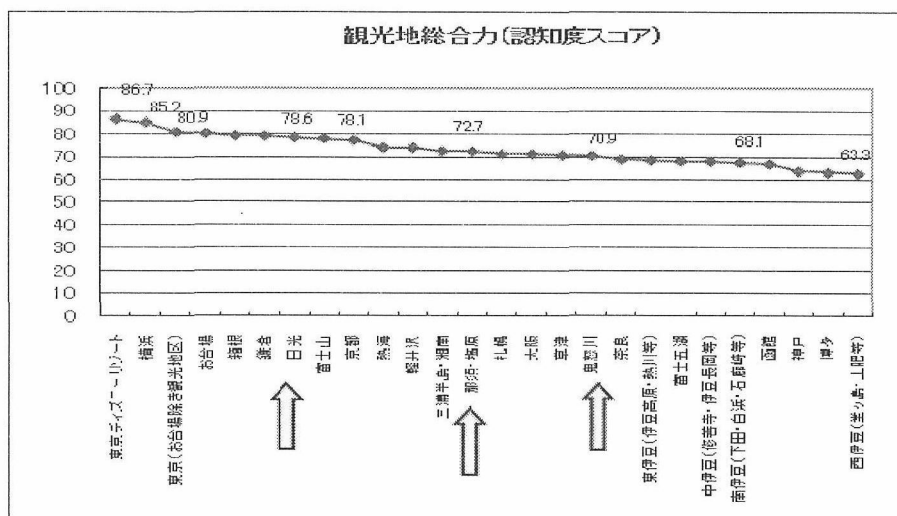
### (5) 既存データから栃木県の地域ブランドをみる

#### 1) 観光の既存データ

全国にある観光地は認知度の上位にはどの地域があるのであろうか。まずは既存データから得られる分析から考察を試みる。初めの既存調査データ『観光地魅力度調査』<sup>(12)</sup>によると、まず「認知度」としては7位日光、13位那須・塩原、17位鬼怒川が入っている。「魅力度」としては、順位が下がり、34位に日光、44位に那須・塩原、64位に鬼怒川となる。「来訪経験」としては7位に日光、16位に那須・塩原、21位に鬼怒川。「認知度」「魅力度」「来訪経験」「来訪意向」「トータルイメージスコア」を分析にかけて、観光地の総合力としてみると1位が京都、2位横浜、3位箱根、4位鎌倉、5位東京ディズニーリゾート、6位軽井沢、7位沖縄本島リゾート・景勝地、8位札幌、9位函館、10位沖縄離島部(石垣島・宮古島等)となる。日光は12位、那須・塩原27位、鬼怒川37位である。日光は男性だけだと11位、女性では16位になる。年代別では日光が29歳以下で17位、30代で12位、40代で19位、50歳以上で8位となっている。

・クラスター別(観光地の志向別)でみると、「おいしいもの探求派」にとって日光は19位、「自然体験・鑑賞派」にとっては那須・塩原が19位に入る。「歴史・伝統鑑賞派」で16位に日光。「レジャー施設エンジョイ派」では12位に日光、17位に那須・塩原。「近場でお手軽エンジョイ派」で20位に那須・塩原。「街の雰囲気ロマン派」で12位に日光。「温泉と景色鑑賞派」で5位に日光、19位に那須・塩原。また性・年代別傾向をみると、日光というのは男性の30から40歳代に「くつろげる」イメージがあるのに対し、那須・塩原は、軽井沢は女性に人気があり楽しむイメージがあるのに対して、那須・塩原は男女・イメージでも軽井沢と日光の間にあるニュートラルなポジションの観光地といえる。

(図5)



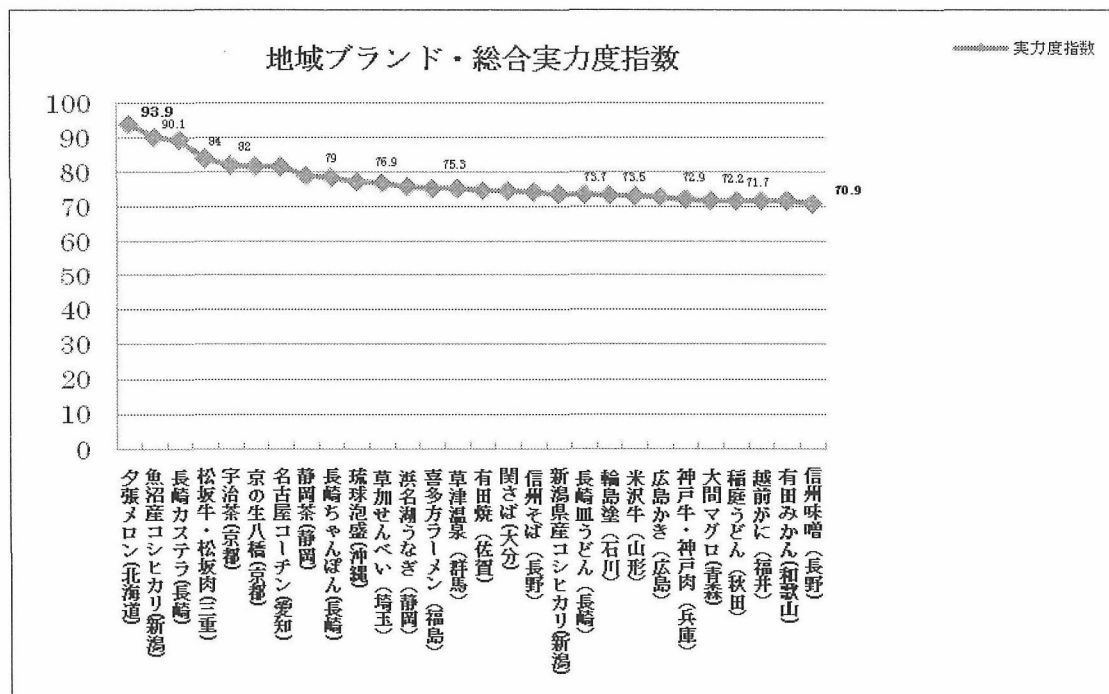
調査時期：平成16年11月4日～11月30日。

調査対象：首都圏40キロ圏内に住む15歳から69歳の男女 712人の有効回答

## 2) 既存の地域ブランドデータ

次に日本経済新聞社の産業地域研究所『地域ブランド実力度ランキング』で算出している「実力度指数」<sup>(13)</sup>の上位ランキングをグラフにしたのが図6である。

(図6)



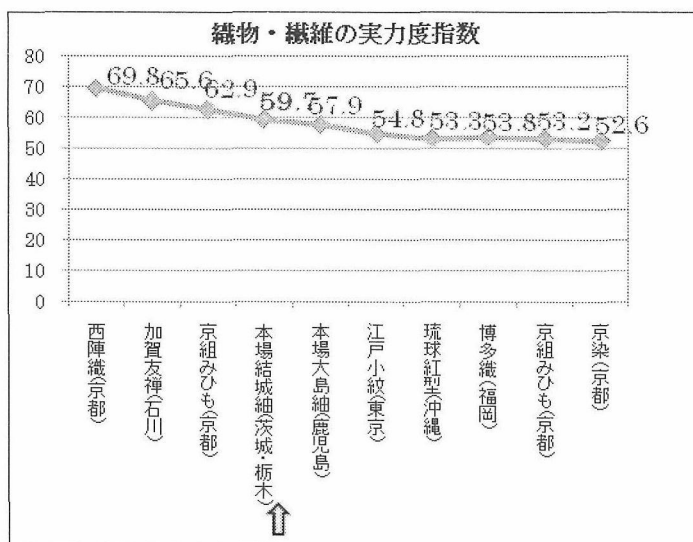
調査時期：平成19年2月2日～2月7日 調査対象：全国の20歳から69歳の男女 5000人の有効回答

・この調査での地域ブランドは、「長崎カステラ」など地名に商品名を組み合わせた「地域ブランド」(地域団体商標)として出願銘柄に新制度以前に文字のみで登録されていた

地域ブランドを加え583銘柄についてインターネット調査を行ったものである。

- ・カテゴリーとしては「食品（菓子・酒・調味料・茶・麺類・米・水産加工品・精肉・果物・野菜&豆類・佃煮&漬物その他加工品）」「温泉」「織物・繊維」「焼き物・塗り物：漆器」「石材・木材」「人形」「雑貨」「その他サービス」「花き」がある。  
上記の図では、カテゴリーの枠を外した、583銘柄の総合実力度ランキングである。
- ・総合実力度で栃木県のは88位に結城紬（茨城・栃木）、94位に宇都宮餃子、113位に塩原温泉、307位に那須和牛のみである。583銘柄を47都道府県数で割ると平均約12.4銘柄であることを考えると、栃木県の銘柄（結城紬は0.5銘柄とカウント）が平均の28%にしかになっておらず、地域ブランドの面からは非常に全国民にとってイメージが少ないともいえる。
- ・県別では京都が総合上位百位のなかで21銘柄ランクインしており、続いて2位が兵庫、3位長野と続く。地域別でみると地域ブランドの地域別分布は北陸、近畿、東海、沖縄などの地域に多い。逆に、東北、中国、四国、北海道などの出願が少ないのは、農産物などの大量供給基地になっており、地域ブランド戦略とは矛盾するものであるからとしている。
- ・「温泉」カテゴリーの22銘柄のうち、塩原温泉は12位。「その他加工品」の25銘柄のうち、宇都宮餃子は2位で、1位は京ゆば、3位は熊本名産からし蓮根。
- ・「繊維・織物」カテゴリーでは結城紬（茨城・栃木）が4位。

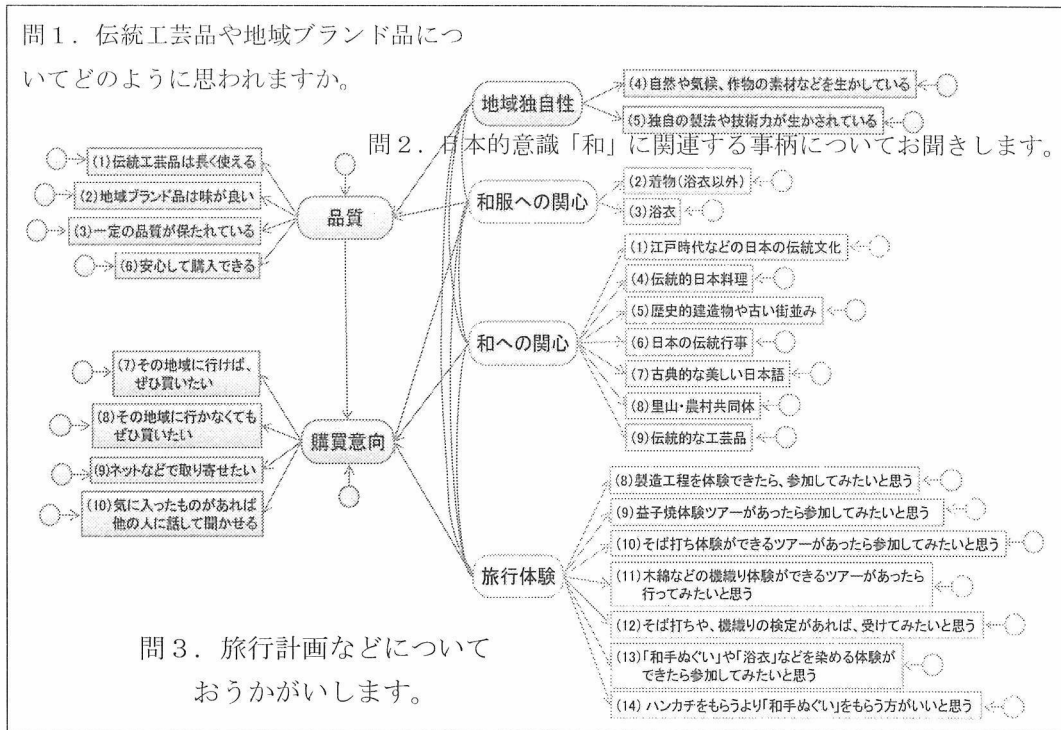
(図7)



### 3) 首都圏への「伝統工芸・地域ブランド」のニーズ調査分析

既存データをうけ、宇都宮商工会議所の支援による首都圏へのアンケート調査を行った。調査目的は伝統工芸品や地域ブランド品を買いたいという気持ち（購買意向）に影響を与えている要因を明らかにして、今後どのようなマーケティング活動を行うと効果的なのかを考えることにある。これまでの知見から、「知覚品質」「地域の独自性」などが購買意欲を高める要因と思われるので、これを図8の共分散構造分析モデルで検証した。

(図8) 伝統工芸品と地域ブランド品の購買意向モデル

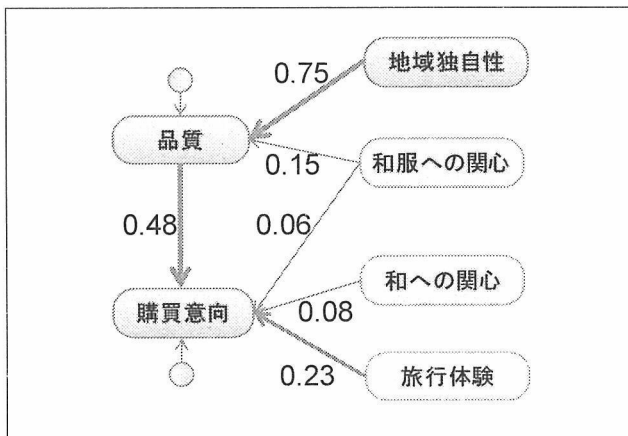


問1から伝統工芸品と地域ブランド品の「購買意向」「知覚品質」「地域独自性」の3因子を構成し、また問2から「和服への関心」「和への関心」、問3から「旅行体験」と計6因子を構成して図8のモデルを構成した。

#### 4) モデルの検証

図9は、前掲の伝統工芸品と地域ブランド品の購買意向に関するパス図を見易くするために、因子間の関係だけを抜き出して、影響の大きさを示す値(回帰式の係数に相当する)を記したものである。因子間の関係は次の通りとなった。

(図9)



影響の大きさを示す値(回帰式の係数に相当する)は標準化係数(RMR=0.072 GFI=0.895 AGFI=0.863 RMSEA=0.079)

伝統工芸品と地域ブランド品の「購買意向」に最も直接影響したのは、係数 0.48 の「知覚品質」となった。次に係数 0.23 の「旅行体験」となっている。また「地域の独自性」は品質の認知に強い影響を与え、間接的に購買意向に寄与している。この結果から、伝統工芸品と地域ブランド品の販売促進のためには品質の良さを消費者にアピールする事が重要で、具体的には「自然や気候、作物の素材などを生かし」たり「独自の製法や技術力」を生かしたりする事が有効であると分かる。また伝統工芸品と地域ブランド品の製造工程の体験ツアーは、製品について認知を深める機会となり、大きな販売促進効果を期待できることが分かった。

## (6) 結び

本論では、前半で江戸時代後期に盛隆を極めた真岡木綿の栄枯盛衰の要因を明らかにし、後半からは真岡木綿を染めていた宇都宮の染色工場の伝統技術「宮染め」と学生たちによる活動から新しい商品開発を紹介した。最終的に地域ブランドは「地域の独自性」というものが品質の信頼を得て、地域活性化へつながることも確認できた。

現代社会での衣食住を振り返ると、衣が果たす役割は多様なスタイルの中での自己表現の手段となっている。しかし古来より日本人は、細やかな四季の変化を他国に類をみない植物柄で表現しながらも、時間の流れを感じ取ってきた。今でこそ化学染料を使っているが、藍染めなどはアイの葉を発酵させ、つき砕いて固めた玉藍たまあいと灰汁などを使って染める。紅染めも紅花と木灰を使う。糸も木綿、麻は植物で、絹を作る蚕は桑の葉がなくては育たないことを考えると、着物は畑で作られたとあってよいのである。

開国以来、西洋文化とともに失われつつあった日本人の文化を紐解くと、特に女性が家庭内で紡ぎ、織り、仕立てていくという、農業と並行して生産を行っていった重要な役割が見えてくる。織物業は家族経済に埋め込まれ、まさに家内工業として営まれていたのである。日本の繊維産業の歴史の背景には「女工哀史」のような一日14～15時間働き、結核になるという暗いイメージがあるのも確かである。ところが紡績工場ではない家内工業では、前述谷本の主張のように、農閑期の低賃金労働として織物生産があったのではなく、家族労働として多様な業務に携わることで、労働の供給と需要のギャップを埋めていた。真岡木綿生産においても同様であったのである。その原型を今日まで続く伝統工芸の職人芸につながるものとする。それ故に職人たちが高齢化し、継ぎ手がいなくなる前に染色や織りをはじめとした和の文化を現代の生活に上手く取り入れ、その存在を街のアイデンティティとすべきであろう。

あらゆる情報が瞬時に届く現代社会においてこそ、非合理的な中に人間の手が作り出す温か味や誠実さが、癒しの効果をもたらしてくれるものである。忙しい時間管理の社会生活の中で許される時間があれば、織る・染めるといった体験を通じて、悠久の衣の歴史と日本の産業の興りを支えた、ひと時代の栄枯盛衰を思い出していただければと思う。世界経済の変動の中で、地域に存在している伝統技術を見直し、ゆるぎない日本人の技術の誇りを、地域の力として支えていくことこそ重要なのである。

(1) 吉田敦(1992)「幕末期における真岡の綿業」『東洋大学大学院紀要』第二十九集 pp119-135 東洋大学大学院

(2) 武居奈緒子(2006)「江戸期呉服商の仕入れ変革—我が国における百貨店業態成立の史

- 的背景」『流通研究』第八卷第三号 pp17-35 日本商業学会
- (3) 真岡市史編さん委員会 (1988) 『真岡市史 第七卷近代通史編』 pp400-441 栃木県真岡市
  - (4) 田村均(2004) 『ファッションの社会経済史』 pp299-300 日本経済評論社
  - (5) 谷本雅之 (1998) 『日本における在来的経済発展と織物業』 pp63 名古屋大学出版会
  - (6) 宇都宮市役所総務部庶務課編 (1960) 『宇都宮市六十周年誌』 pp500 栃木県宇都宮市
  - (7) 注染は江戸時代に始まり、大正時代に浴衣染めの主流となった。明治時代には中型染とも呼ばれていた。ぼかしや多色染めが特徴で、染料を注ぎ込んで布の下まで染料がしみこませ抜くので、布の目をつぶさず非常に涼しい浴衣地となる。浜松や東京隅田川周辺などにも行っているところがあるが、乾燥工程を屋外でやっているところは少なく、生地を天高く干す風景は宇都宮の風物詩となっている。
  - (8) 長尾雅信 (2008) 「地域ブランド論における主体の誘引と育成への注目」『新潟大学経済論集』 vol. 85, pp99
  - (9) 和田充夫・菅野沙織・徳山美津恵・長尾雅信・若林宏保 (2009) 電通 a b i c project 編 『地域ブランドマネジメント』 pp18-19
  - (10) 青木幸弘 (2004) 「地域ブランド構築の視点と枠組み」『商エジャーナル』 2004.8, pp14-17
  - (11) 和手拭い専門店として代表的なのが代官山に本部がある『櫛かまわぬ』である。直営店舗は7店あり、丸の内・新丸ビル内や原宿・太田記念美術館内、J R東日本東京駅構内地下一階(グランスタ内)などにある。取扱い店は国内外合わせて約百店舗ほど。店名の『かまわぬ』は「特別に何のお構いも出来ませんが気軽に立寄り下さい」という意味を込めている。
  - (12) ㈱R J C リサーチ (旧社名：流通情報センター) 『観光地魅力度調査』
  - (13) 日本経済新聞社・産業地域研究所による調査をもとにした知名度、体験度、地名アピール度、商品力、地域独自性、購入意向の6項目の偏差値の平均を算出したもの。

#### 参考文献

- 青木幸弘 (2004) 「地域ブランド構築の視点と枠組み」『商エジャーナル』 2004.8, pp14-17  
 — (2004) [製品・ブランド戦略と価値創造] 『製品・ブランド戦略』有斐閣 2004.p1-33  
 — (2006) ブランド構築と価値のデザイン』『青山マネジメントレビューJN0.9, pp26-35
- 青木幸弘・電通ブランドプロジェクトチーム (1999) 『ブランド・ビルディングの時代』電通
- 朝倉治彦・柏川修一校訂編集復刻版 (1992) 『守貞謄稿 第三卷』東京堂出版
- 内田純一 (2004) 「地域ブランドの形成と展開をどう考えるか・観光マーケティングの視点を中心に」『北海道大学大学院国際広報メディア研究科・言語文化部紀要』, vol.47
- 宇都宮商工会議所 『宇都宮市商工名鑑』 (1950) (1953) (1992)
- 宇都宮商工会議所 『宇都宮商工会議所五十年史』 (1935)
- 宇都宮市役所編 (1981) 『宇都宮市史』栃木県宇都宮市役所

- 宇都宮市役所総務部庶務課編（1960）『宇都宮市六十周年誌』栃木県宇都宮市
- 鍛島康子（2006）『アパレル産業の成立』リフレ出版
- 岡本伸之（1984）「観光・レジャーのマーケティング」『マーケティング・ジャーナル』、  
vol.4（1）, pp59-66
- 恩蔵直人・亀井昭宏編著（2002）『ブランド要素の戦略論理』早稲田大学出版部
- 喜多川季荘（1837）『守貞謄稿 卷ノ十六』
- 久保田進彦（2004）「地域ブランドのマネジメント」『流通情報』, 2004年4月号, pp4-18
- 塩野米松（2001）『失われた手仕事の思想』草思社
- 嶋口充輝（1994）『顧客満足型マーケティングの構図』有斐閣
- 関満博・日本都市センター（2007）『新「地域」ブランド戦略』日経広告研究所
- 武居奈緒子（2006）「江戸期呉服商の仕入れ変革—我が国における百貨店業態成立の史的  
背景」『流通研究』第8巻第3号 日本商業学会
- 田村均（2004）『ファッションの社会経済史』日本経済評論社
- 伝統的産業振興会（2006）『伝統的工芸品産地調査診断事業報告書—織物・染色品—』
- 西尾チヅル(1999)『エコロジカル・マーケティングの構図：環境共生の戦略と実践』有斐  
閣
- 谷本雅之（1998）『日本における在来的経済発展と織物業』名古屋大学出版会
- 日本経済新聞社産業地域研究所(2007)地域ブランド実力度ランキング』日本経済新聞社
- 日本取締役協会編著 弦間明・小林俊治監修（2006）『江戸に学ぶ企業倫理』生産性出版
- NHK文化研究所編(2004)『現代日本人の意識構造』第六版 日本放送出版
- 浜野保樹（2006）「文化こそ最高のマーケティング」(株)博報堂地ブランドプロジェクト編『地  
ブランド』弘文堂
- 山折哲雄(2004)『日本文明とは何か—パクス・ヤポニカの可能性』角川書店
- 真岡市史編さん委員会(1988)『真岡市史 第七巻近代通史編』栃木県真岡市
- 吉田敦(1992)「幕末期における真岡の綿業」『東洋大学大学院紀要』第 29 集、東洋大学  
大学院
- 和田充夫（1984）『ブランド・ロイヤルティ・マネジメント』同文館  
—（2002）『ブランド価値共創』同文館
- 和田充夫・菅野沙織・徳山美津恵・長尾雅信・若林宏保（2009）電通 abic project 編『地  
域ブランドマネジメント』
- R J C リサーチ(2005)『観光地魅力度調査—首都圏在住者編』流通情報センター
- Aaker, David, A. (1991) “Managing brand equity:capitalizing on thevalue of a brand  
name” The Free Press (陶山計介, 尾崎久仁博, 中田善啓, 小林哲訳「ブランド・エク  
イティ戦略—競争優位をつくりだす名前, シンボル, スローガン」ダイヤモンド社, (1994)
- Aaker, David, A. (1996) “Building strong brands’· The Free Press (陶山計介, 梅  
本春夫, 小林哲, 石垣智徳訳『ブランド優位の戦略—顧客を創造する B I の開発と実践』  
ダイヤモンド社, 1997)
- Aposolakis, A. (2003) “The Convergence Process in Herilage Tourism’·Annals of  
Tourism Research, vol.30 (4) pp795-812
- Zeynep,Gurhan - Canli.and Maheswaran.Durairai[2000]”Cultural Variations  
inCountryOfOriginEffect”,*JournalOfMarketingResearch*,Aug.37

## 7. ゼロ成長時代のものづくり —サステイナブルウエアの可能性—

講演 杉野服飾大学 織田晃

はじめに

今日は、先日行われたファッションビジネス学会で発表されたものをベースにこれからのマーケティングとファッションづくりについて話させていただきたいと思います。アパレルメーカーの退潮が止まりません。最近ではアパレルメーカーへの就職を見限って起業をめざす若者が増えています。技術習得めざして街のテーラーに勤めたいという若者も出てきています。トレンドがリードする大量大衆消費からものづくりの技術に支えられた少量私的消費への転換というダイナミックな時代の変化を若者たちは肌で感じ取っているのかもしれない。

パリコレクションの変身

私は80年代初頭からパリコレクションの取材を続けてきました。80年代はデザイナーが最も多く輩出した時代です。プレタポルテの隆盛期でした。逆にオートクチュールと呼ばれる少量生産のシステムが大きく後退した時代でもあります。プレタポルテの隆盛とクチュールの衰退。それはファッションの私的少量生産システムが崩壊し産業革命がもたらした大量大衆消費がファッションに本格的に導入されたことを意味します。

第2次世界大戦直後の1946年に150近くあったパリオートクチュール協会加盟社は50年代をピークに急速に減退し90年代の頭にはたった9つになってしまいました。逆にプレタポルテに参加するデザイナーは、70年代には50メゾン前後だったものが、80年末には一気に120になりました。高度経済成長に支えられて急激に膨張したのです。そのころ生まれたのがファッション化社会という言葉です。日本で生まれた言葉ですが、ヨーロッパでも同様に進行しました。20年遅れて中国、インド、ロシアもファッション化が進みます。トレンドが消費を支配し、あらゆる商材がファッション化によってそのパイを広げていきました。そんなファッション化の仕組みと仕掛けを実現したのが80年代です。80年代の面白さはゲリラ・ショーがたくさんあったことです。メジャーなショーが出てくると、それに対抗するかたちで若いデザイナーが動き出す。ビッグショーの客を狙ってショーを打つ新人も数多く登場しました。制作費とモデルに弁当を渡すくらいの費用でショーを打つ。ロンドンのジョン・ガリアーノやパリのマルタン・マルジェラもそんなかたちで登場したデザイナーです。当時のデザイナーの多くが自分の会社を立ち上げたいいわゆるオーナーデザイナーです。そういうブランドが今は数少なくなってしまいました。理由は簡単です。そういうブランドをフォローしようとするメディアがなくなってしまったのです。80年代のオーナーデザイナーの多くが今では複数のラグジュアリーブランドを擁する大企業の傘下に下がっています。それを報ずるメディアも80年代とは大きく変わりました。最近のファッションショーのフロントローを占めているのはジャーナリストではなくファッション雑誌の編集長たちです。新聞は批判的にコレクションを取り上げることがありますが雑誌はそれをしません。クライアントとの密接な連携で雑誌は作られます。新聞は面白いショーを記事にしますが雑誌は面白いだけでは取り上げようとしません。もっともマーケットに与える影響は雑誌に新聞はかないません。ファッション消費は新聞よりも雑誌に影

響されます。だからメーカーはマーケットニーズに敏感に反応する雑誌を優先する。デザイナーは作りたいものよりも売れるものを優先し、作品のリアリティを優先する。かくてファッションはニーズ対応を進め画一化されていく。80年代に日本のアパレルメーカーが入り込んだ隘路に今、パリのラグジュアリーブランドが迷いこもうとしているようです。そうして、最盛期は120以上あったパリコレクションブランドが現在は80前後に減っています。しかし今度はかつてとは逆に9つまで減ったオートクチュールが30を超える数になっている。かつては量産しなくてすむ、従って資金も少なくすむクチュールでデビューしていたデザイナーが成功してプレタポルテに移るというケースが多かったのですが、最近はその逆。プレタポルテからオートクチュールに移ってデビューするデザイナーが出ています。オートクチュールでデビューした若いデザイナーに「なぜオートクチュールか」を聞くと「オートクチュールの方がカッコいい」というんですね。オートクチュールでデビューした方が、クリエイターとしての気持ちを満足させるのだという。80年代に保守的な服として軽んじられたクチュールに若者が帰ってきはじめた。これはここ数年の変化です。2010年のオートクチュールコレクションには36ブランドが参加しました。プレタポルテブランドのプレコレクションや宝飾ブランドの展示会などを集めてクチュールはプレタポルテに迫るパリの強力なファッションイベントになろうとしています。

#### パリコレに進出したファストファッション

今回、パリコレクションを取材して3つの面白い出来事に出会いました。

一つは、ファストファッションとの出会いです。パリコレクション取材陣を迎えるのは当然パリのデザイナーです。しかし今回私たちを迎えたのはパリのデザイナーではなかった。日本のユニクロです。ユニクロがデザイナーとして起用したジル・サンダーのお披露目を兼ねて、オペラ座の前にオープンしたパリ店のオープニングパーティーをしたのです。当日バスのボディにはユニクロのマーク、パン屋から出てくる人々は、ユニクロのマーク入りの包みを抱えています。大通りに立つ車避けのポールにもユニクロの袋が被されました。2010年のパリコレクションはユニクロで始まったのです。

フランソワーズ・ジルボーというブランドを知っていますか。パリコレクションの中では一番カジュアルなストリート系のブランドです。カジュアルな若者のスタイルをパリモードに昇華させたということで90年代に注目されました。そのフランソワーズ・ジルボーが大変身したのです。お伝えしたい二つ目の出来事はこのジルボーのショーです。カジュアルなはずのジルボーのコレクションがクチュールばりのパーティードレスで始まったのです。ルフラン・フェランというクチュールの中堅デザイナーと組んでショーを行ったのです。「このままいったらファストファッションにやられてしまう」という危機感が「ファストファッションが逆立ちしても作る」という結果になった。それがオートクチュールデザイナーの起用ということになった。急伸するファストファッションに対抗して生き残ることはファストファッションとの価格競争に勝つことではありません。ファストファッションができないことは何かを考える。パリのオクチュールブランドは本気でそれを考えています。

いいものは高い

日本の高級下着メーカーの社長が「わが社のブラジャーは、これまではファストファッションとは無縁のものだった。ところが、そうも言っていられなくなった」というのです。そこのブラジャーは40程のパーツからなっている。その40のパーツをつなげて、最後に手作業で具合を見る。一つ一つを手でチェックする、だから高い。そこがファストファッションのブラジャーとの違いだ、というのです。しかし、そのキャンペーンをしてこなかった。我々はイメージ広告を封印して何故高いかの告知をしっかりとする。もう一度これからのプレゼンをやり直します、と宣言したのです。訳あって高い、その高い訳を正面から説明していく、というわけです。大量大衆消費から少量私的生産への転換とはクオリティをアピールすることから始まるものだと思います。

世界はどんどん収縮する

今、世界マーケットはどんどん収縮しています。スライド2ページの世界各国・地域の合計特殊出生率をご覧ください。青い部分、それから少し紫がかかった部分はすべて出生率2を切っています。増えているのはアジアの1部の国とアフリカ地域です。先進国はほとんどの国が2を切っています。

スライド3ページをご覧ください。これが15世紀の人口増加率です。この頃は毎年行う国勢調査などないので、100年単位の推測値にすぎませんが、産業革命後、人口は爆発的に増えていきます。しかし1970年を境にして今度は急速に落ちていきます。この傾向に歯止めはかからず2050年には17~18世紀レベルまで増加率は落ち込む。アメリカのセンサス・ビューロという調査機関の発表したものです。

スライド4ページは社会学者の見田宗介さんが発表したものです。引用させていただいています。第I期、定常期といわれる原始時代は、ほとんど人口は増えずにきました。そして第II期、これが爆発期、文明/近代社会になって人口が爆発して、今、人口は相変わらず伸びていますが、増加率ということでは先ほどの線のように滝を水が落ちるように真逆さまです。点線はその人口爆発を止められずに減んでいった愚かな生物です。これはロジスティック曲線と呼ばれています。人類は今、第III期に入っています。このまま爆発を止められず、衰退していくのか、それとも成長期から安定的な平衡期に向かっていけるか、その瀬戸際にあるというのです。

100年に一度と言われる経済危機を乗り越えた私たちは、また再び爆発的な経済成長を期待するのか、それとも100年に一度という経済危機と契機として安定平衡期へのソフトランディングに挑戦するのか。六本木のジュリアナが演じたバブルの饗宴を期待する人はそう多くは無いと思います。「大衆商品から分衆商品に移り、さらには私の商品の時代に移っていく」というかつての西武グループの総帥堤清二さんの言葉は昨今のマーケットの変化を見据えてのものなのでしょう。プレタポルテの減退とオートクチュールの隆盛は、そんな時代の変化を象徴していることのように思えます。

若者の慎重論

スライド5ページを見てください。20~30代では、67%が一つのものを大切に使い継いでいく未来を選択しています。60代が71%。40~50代は次々と新しいものが手に入る

未来を選択している人が多いのです。この年代はバブルを経験した世代です。それ以前の60代以上はもったいない世代なので分かりますが、第2もったいない世代に20～30代がなっているということです。もう一つ、「大きな政府と小さな政府のどちらが良いか」を聞きました。杉野学園の学生100人に行った3年前のアンケートです。この時は小さな政府が良いという論調があちこちで聞こえていた時期なのですが、学生たちの70%が大きな政府を選択しています。もう自分では手に負えない、どっちみち就職もできない、ならばとにかく働いているうちに税金を納めておくから将来面倒を見て欲しい、ということなのでしょう。若者たちが慎重になってしまった、自信を喪失してしまった結果がこれだという気がします。

### 激減する百貨店売り上げ

続いてスライド7ページです。22ヶ月連続で、百貨店の売り上げが落ちていると、つい先日も発表されました。10～20%、すごいところでは30%も売り上げが落ちていることがあります。22ヶ月連続でと言いますが、あれは正確ではありません。20年間連続で落ちているのです。スライドの表を見て下さい。1990年の売り上げを100とすると、2007年は83です。この後の20ヶ月はご存じのとおり、これよりももっと落ちています。つまり1990年をピークにして、17ポイントも売り上げが落ちています。この落ちた売り上げを百貨店はどうやって回復しようとしたのか。百貨店がやったことの一つは、増床です。売り場を大きく増やしたのです。売れないといって、それをカバーするために売り場を38%も増やした。逆に従業員は3割減らしました。従業員が減ってしまったので、たくさん働いてもらわなければいけません。そこで1990年は年間40日も休めていたのが、今はたったの3日間です。なんと92.8ポイントも休業日数を減らしています。年間の総営業時間をみるともっと顕著です。90年の2800時間を07年には3600時間まで増やしたのです。売り場を広げて営業時間を増やすことで、売り上げを何とか確保しようとはしました。売れている異業種を取り込むことで、百貨店売り場を元気にしようともしました。その一つがデザイナーブランド、また専門店、セレクトショップです。今までライバルだったようなセレクトショップを集めることで、何とか売り上げをカバーしようとはしました。一時成功しかけたましたが、その専門店もインショップに入ってくるブランドも、総じて売り上げが落ちているわけですから、それらにカバーできるわけがない。百貨店は大量生産時代にしがみつこうとして結局は自らの墓穴を掘り進むことにたってしまった。

### 萎縮する学生の購買意欲

スライド8ページをご覧ください。10万円あげたら何に使うか、という質問に対する若者たちの回答です。一番多かったのが旅行、その次が貯金です。友達にごちそうして楽しく飲んで、その後自分が欲しかったものを買って、一晩で使い切ってしまうというのが80年代までの若者です。今はものすごく内向的になっている。ここでもう一つ聞きました。「100万円あったらどうなのか」です。そうしたら、いきなり買い物がトップに躍り出ました。10万円なら使うけど、100万円だったら貯金するだろうと思いましたが、結果は逆。これをどのように読み取るかということです。私はこんなふうを考えました。リアリティがある金額だとリアリティのある反応をしてしまう。10万円という金額だと貯金という

もっともリアリティのある選択をする。ところが 100 万円というあまりリアリティのない数字を見せられると、想像力が働くのです。今の若者たちの消費意欲そのものが減退しているとは思いません。しかし、就職できない、お父さんがリストラにあってしまった、おじさんは経済苦で自殺してしまった、という現状に押しつぶされて想像力を失っている。ちょっと夢の世界にページをめくらせると「買い物」という健全な消費意欲が目覚めます。その潜在力をどう引き出していくのか。その隠された消費力を引き出してくる商品とは一体何なのか、それに注目するということが大切だと思います。

これはある中堅アパレルメーカーが専門紙の広告賞で金賞を取ったものです。「ブランドがある国は、職人がいる国だ」。そのとおりです。今、パリでブリコラージュという言葉が流行っています。先日、作家の大江健三郎さんが「これからの世界を変えていくのは、ブリコラージュだ」と言っていました。直訳すると「器用仕事」。いままでは、日曜大工「Do it yourself」みたいなお店にブリコラージュとつけられていました。ブリコラージュというのは「手で何かを作っていく」、素人ながら一生懸命何かを作っていくということから転じ「危機を救う手立て」という意味もあるそうです。もう一度、手間の技術というものに注目していこうということです。

#### ブリコラージュ 手の間の服づくり

この写真・東京の裏通りに面したお店です。青山の一等地です。ブティックが軒を並べるメインストリートから、ちょっと脇に入ったところにオープンしたお店です。会社自体は 1970 年にオーナーがたった一人で始めたそうです。オーダーバッグの専門店です。オーダーメイドが半分、お店が作ったものをカタログ販売で売るのが半分です。1970 年にたった一人で始めた企業が現在 37 人になりました。この 2 年で 10 人増やしました。若い女性客が急増したからだそうです。今までメーカーのブランドバッグを持っていた人たちです。ディオールやグッチのロゴが入ったブランドを持っていた人がここに来たというのです。従業員の平均年齢が 32 歳。「なぜこんな家賃の高い所にお店を出しているのか」と聞くと「おしゃれに関心のある若い人たちに作ってもらいたい、そういう人たちにその場に来て買ってもらいたい」。オートクチュールみたいなものです。ここにお客さんがやってきて、若い職人デザイナーと客が話しあって作る。そういう店がパリでも増えています。これはルーブル美術館を望む路地裏に今年オープンした店です。ウインドウに置かれたバッグはすべてこの店の手作りです。置いてあります。同じなのです。店の奥は工房です。そこにおかれていたのは青山の店と同じ日本製ミシンでした。パリで 7 件のこうした店が春に向けてオープンするそうです。バッグだけではなく。帽子のオーダー、靴のオーダー、服のオーダー、カスタムメイド。こんな動きもクチュールの伸張につながっているわけではありませんか。

カルティエの CEO がこんなことを言っていました。「時を超えてなお価値のあるものを作っていく、そのことしか我々の生き残る道はない」。ジョン・ラスキンという 19 世紀の評論家が「時は美しさに味方する」という言葉を残しました。価値がないと言われていたものも、100 年 200 年の時を経ると価値が出てくる、ということです。そうですよね、国宝になっていくわけですから。これはグランバレの外観です。1900 年のパリ万博のときに建てられたものです。これが 1900 年オープンした直後に写した、今から 110 年前の写真

です。こちらが今年の写真です。比較してみてください。一つだけ大きな違いがあります。空は全然変わっていません。建物も旗が変わっているだけで他は変わっていません。手前の橋はパリで最も美しい橋と言われているアレキサンドル3世橋です。金箔をほどこして新しくなりましたが、変わっていません。100年経って木が大きくなりました。それ以外の風景は一切変わっていません。フランスには6,800万人という観光客が毎年訪れます。それに対して日本の観光客は100万人。日本は時が美しさに味方していないのです。パリではゆっくりと時間が流れている。古いものは生き生きと、新しいものはしっくりとなじませるといふ街づくりの有り様を心得ている。日本のようにきれいではありません。いまだに犬の糞が落ちていて、少し通りを入ると落書きが目立ちます。

メインストリートには多くに自転車マーク標識が立っています。自転車専用道路です。車椅子優先の標識も立ちました。パリの中心から車で15分ほどいった住宅街に入ると馬の標識です。車は徹底的に冷遇されています。パリには歩道橋がありません。赤信号でも平気で渡ってくる人を避けて走る車は凸凹の石畳に車体をゆすられ、スピード制御の突起が道の多くにつけられています。おかげでドライバーはいつも渋滞に悩まされています。ゆっくり移動するものに対して優しく、早く移動するものに冷たい。機能を抑えた非効率な街なのです。しかしこれこそがファッションにとってのインフラなのです。

#### ブランドからデザイナーへ

今はブランドがどんどん凋落しています。ラグジュアリーブランドは売り上げが総じてダウン。21世紀の初頭までは、ロゴさえ付けおけば何でもOKでした。もうそういう時代は終わってしまいました。今はブランドではなくデザイナーが注目されています。何を作ることかということが問われていると思います。ラグジュアリーブランドという言葉が今もまだ盛んに宣伝されていますが、後発国の中でもラグジュアリーブランドの落ち込みは激しい。豪華さに対するかつての魅力がなくなっているのではないのでしょうか。

ブランドに代わって、デザイナー・作り手が主役になったように、豪華ではなく品質が問われています。和紙や正絹は高価ではありますが豪華ではない。パリコレクションの人気ブランド、ランバンは高価な生地や豪華なジュエリーは使っていません。しかし高い。その高さは、一枚布を身体に当てて縫い目なしのビュスティエを作るといったオートクチュール顔負けの技術が作り出しているのです。

トレンド情報がかつてのような価値を失っています。メーカーも売り場も、今シーズンはどんな色？といった情報にかつてのように右往左往することがなくなった。考えてみたら当然です。トレンドに依存する大衆消費というのが大きく落ち込んでいるからです。トレンドに代わる消費者のニーズとは何でしょうか。価格競争時代をくぐり抜けた消費者が求めるのは創造と品質でしょう。これにどう向き合うか、が作り手、売り手の大きな課題になっています。18、19世紀の産業革命を経て、80年代まで高成長を続けてきました。19世紀、地球は征服の対象でした。未知の大地があり、島があり、森があり、海があった。20世紀はその領有を巡る戦争の時代だった。しかし今、地球は私たちに共存、共有、共生を迫っている。それはもう避けられないことです。膨張を続けてきたマーケットは停滞期に入りました。低成長期から有限・停滞へ。何千年も続いた膨張と成長の時代が、わずかに数年で塗り替わってしまうような転換が始まっています。

世界中どこでも、いつでも、同じ値段、同じサービスで同じ商品を提供できる世界システムを作りあげたのがあのルイ・ヴィトン・モア・ヘネシーグループです。もう一つはファストファッション。しかしこのファストファッションも優勝劣敗の時代を迎えることになりました。ファストファッション世界のトップ 10 社中、4 社が昨年売り上げで前年を割ってしまったのです。ファストファッションは私たちに「高いお金出さなくてもファッションなんてこれで十分」ということを教えてくれた。それを見たアパレルメーカーは「あれで十分なのか」と合点した。そしてアパレルメーカーは競うようにファストファッションとの価格競争に突っ込んで行った。ファッションのデフレスパイラルです。その不毛に気付いたメーカーは今「これでいい」「あれでいい」にかわる「これがいい」と胸張るものづくりに向かい始めたようなのです。これもまた収縮の時代に対応する当然の結果でしょう。

シャーリー・マックレーンが演ずる「ココ・シャネル」という映画を観ました。その中で、シャネルのビジネス・パートナーがシャネルバッグを手に「ミシンで大量生産しよう」と言います。その時、シャネルは言います。「人々がこれをなぜエレガントだというか分かるか」というのです。訝るパートナーに向かってシャネルは言います。「ここにはいっぱい人の手が入っている。そうやって作ったから、これは美しい、エレガントなんだ」。マルタン・マルジェラの商品カタログには時間が記されています。コート 80 時間、スーツ 92 時間、ドレス 60 時間と言った具合です。時間を掛けて作りあげることが商品の価値だということです。エルメスのバッグは生産工程を分業化していません。一つのバッグを一人の職人がすべて賄います。通常のバッグの 3 倍も時間がかかる非効率的なものづくりです。しかし、これこそが多くのラグジュアリーブランドの苦戦を尻目にエルメスが不況下に善戦している所以なのかもしれません。

パリコレクションは、終盤に行われたのがエシカルファッション展です。エコロジー、フェアトレードといった事柄を厳しくチェックしたブランドを集めた合同展示会です。これがご報告したい 3 つ目の出来事です。3 年前に 6 社で立ち上げたものが現在 30 社を超えるまでに成長しました。作られているものはパリコレクションとは比べようも無い地味なものです。地味でそこそこ高い。こちらも業界が避けて通れない事柄です。20 世紀は、すべての産業をファッション化することで、伸びてきた。80 年代はあらゆる産業でデザイナーがリーダーシップを握った。自動車もかつては燃費競争の時代ではなかったのです。カッコよさを競ったわけです。省エネではなくどちらがカッコいいかを競ったのです。だからファッションデザイナーが車のデザインを提案したり内装をしたり、色のアドバイスをしたりと活躍しました。車もファッション化することで売ってきたのです。家電もファッション化することで売ってきました。

しかし今は環境。ハイブリッド、プラグイン、電気自動車といくらでも新しいものが出てきています。家電もそうです。デジタル化に対応するエコロジービジネスが今の家電や車を支えていると言っても良いでしょう。衣料はこれに遅れを取っています。毎日毎日少しずつ捨てているから気づきませんが、衣料品はその重量においても容積においてもあるゆる消費財の中で一番捨てる量が多いのです。あまり知られていない事実です。これもまた喫緊の事柄です。

多元的な価値を大切にしてグローバルゼーションからローカリゼーションへの転換を

進める。21世紀サステイナブルなものづくりカギがそこにあると思います。その時留意しなくてはならないことは伝統に拠ったものづくりです。こんな良いものを作っています、これを何か活かす方法はありませんかという伝統産業のやり方は、成功した試しがありません。この伝統をぶち壊してくれるものは何ですか。伝統を超える仕組みを仕掛ける。旧いものを生き生きと蘇らせ、新しいものをしっかりと馴染ませる街づくりとは伝統産業の中にこそいかして生きていくものだと思います。伝統産業をよみがえらせるためには、伝統産業を抑えつけるようなクリエイションとコラボレートすることが一番効果的だと思うからです。

#### 質疑応答

Q：私は最後に批判をされていた地場産業でたまたま3年ほど地域支援活用プログラムという国の補助金を使わせていただき、絶えてしまった甲斐絹を現在に活かすということをやってきました。グループ自体は15年くらい前からやっていて、最近、株式会社になりました。それぞれが別々の会社を持っていて、我々が作った製品を富士五湖地域に来る年間1,600万人の観光客に売ろうという単純な発想から始まりました。しかしそれは全然通用しませんでした。この地域に何があるかということをどんどん突き詰めていったときに、甲斐絹をもう一度やろうということになり、始めたのです。一つ一つの企業体が小さいので、国のお金を使わせていただくということになったのですが、そこで何をやったかという、まず山梨県産の繭を使って甲斐絹を作りました。それに4、5年かかりました。ここである程度お金を使った段階で、それまではグラフィックのデザイナーと組んでブランドイメージを10年くらいかけて考えてきました。しかし、プロダクトの成果が出ないということで、この間、展示会もしたのですが、まさに今、先生が言われたようなちょっとベテランの自分のビジネスでやるデザイナーと組み始めたところだったので、良い意味で、やっていることは間違いではないと思って今やっているところです。甲斐絹座という会社名にしたのですが、甲斐絹座というブランドのメインはあくまでもこの地域にあるということできっとやってきました。今回作るものは、後でサンプルの生地を見ていただければ分かりますが、光源によって色が変わるので。それで「HENGEN」というブランドを付け、今までの常識とは違うものを作って、発表し始め、それを今後販売していこうとしています。

エルメスなどのブランドはプライドを持っている人間にプライドを届けるということをお話いただき、たまたま別の審査会があり、甲斐絹の認定の問題で説明したときに同じような話が出ました。今のユニクロのようなファストファッションの時代になぜあなた方は会社までつくってやるのか、と聞かれたときに私が答えたのは、その人が自分のプライドをかけるここ一番という勝負の時には、絶対にユニクロの服は着ません。我々が1から作ったネクタイは、実際に勝負をかけるときにしていってほしい、という話をしました。今日のお話を聞きまして、我々の方向は間違っていないと思い、とても勇気づけられました。

織田氏：こちらこそありがとうございました。僕はよく回転寿司の話をするのです。僕も

回転寿司は好きだしよく行きます。回転寿司に行く時はだいたい一人が多いのです。回ってきて食べるとそこそこ美味しいのです。僕の舌はあれで十分満足しています。でも、座るだけでお銚子を1本頼んだら1万円してしまうような寿司屋さん。めったに行きませんが、そういうところにも僕は行きたいです。行くときに、まず誰と行くのか。これが違います。行った時の座り方も違ってきます。だってその居住まいが全然違うのですから。回転すし屋さんに掛っている壁のデコレーションと、そういう寿司屋さんの土壁に一輪ざしに一本だけ花が活けてあってそこをワンスポットでライトが灯っているようなところで「で、さあ」なんてできません。回転寿司では皆、そうしていたり、子どもがジャラジャラとして食べたりしています。これはそういう意味でいうと、要するに棲み分けをきちんとすることしかないのです。つまり先ほど申し上げたフランソワ・ジルボーのようなことを皆がそれぞれやっていくしかないのです。高級すし店が回転寿司に押されて、なくなったわけではありません。全然駆逐されていません。ファッションにおける一貫ずつ握るあのお店というのは一体どういうものなのか、その議論が僕は今、すぐできる環境になってきたという気がします。だから、今、他の産地からも言われて産地のものをどのように使うべきなのかを1、2度お話に行くことになっているのですが、僕は薄く広くという世界は、結果的に出てくるかもしれませんが、そうして出てきた人というのではなくても出てきた人なのではないかという気がするのです。だからやはり、厚く重点的にというものを。しかも絶対に継続して支援はしない。厚く継続してやるというものをどこに特化していくのかというのは先ほどの勝手にお見せしてしまったものが、示唆的なことではないかと思うのです。もっと言うと、これからファッションビジネスではもうからないということを感じなければいけないと思うのです。

Q：甲斐絹も小物をいろいろ作っています。甲斐絹の魅力の1つは、やはり縦糸と横糸が違う色で、虹色に光るといところです。シュシュという髪の毛に着けるものを作ったら見る角度によって全然色合いも違ってきれいなのです。その辺を一番の魅力にしていければいいと思います。

Q：この研究会自体が嬉しいと思っているのは教育の部分からきっちりと入って行っていることです。地域の子供たちにしっかりと知識を与えることはとても大事なことだと思っています。この地域の中で作った織物を小学校なり、中学校なり、高校なりの段階で然るべき教育をしていくと次の後継者の問題に関してもよいのではないかと。我々がプライドを持ちながら仕事をしていけば子どもたちは見えていますから。こんな良い仕事がこの地域にあるのなら私はこの仕事に就こう、と。こういうものを作り出そうという仕組みになることの接点をこの間、持たせていただき、私はそれを非常に大事にしたいと思っています。

Q：この布を使ってちょっとしたものを作るということ、今度山梨大学附属中学校で授業として展開しています。そういう動きを徐々に広げていこうとしています。そういう企画というかプロジェクトをしています。来年1月に授業をします。

Q：甲斐絹座は4名なので、一つの会社でそこまでやるのは大変な気がします。将来的には本当は組合が教育の部分をお手伝いするようになればいいと思っています。まだ始めたばかりなので。だからいろいろな可能性のために研究会をしていただいています。

織田氏：できあがったものではなく、デザイナーも入れて例えば横糸をどうするかといったこともデザイナーとコラボする可能性はありますか。

参加者：それも一応できます。ただあくまでも甲斐絹というのは明治、大正の国の資料が現存しているので、それを甲斐絹クラシックとして復活させる話はあるのです。それ以外の新たなものとしては、可能性はあります。

織田氏：今度、大学が中心となって他の大学にも呼びかけて、学生というか参加してくれる人たちに募集をかけていますが、産地にも協力してもらえるとということなので、糸の段階から一緒に作ってそれを製品化して、東京の展示会でそれを製品化しておく。そこには大学の名前ではなく参加した本人の名前で出します。もちろん学生は参加できません。なので大学を出た人たち、大学院生かプロのデザイナーを対象にして4、5人、優秀な人材を集めて、その中から2、3人を商品化までをお手伝いしようという試みです。2、3回やってダメならさっさと次の人に切り替えなければダメです。展示会も複数の展示会と組んで特別料金で出ささせていただき、商品化していこうとしています。適宜それを大学発のニュースとして専門誌などに呼びかけメディアにも注目してもらおうというのを来年4月からやろうとしています。もしご検討いただけるようなら、東京に来られることがあったら、連絡をいただきたい。これを使ってというだけだと、生地提供というか、学生の卒業展の作品にしかない。これはメディアにも売り場にも出ません。だから僕は最低限どちらかに出ることを前提にしたところと組むということをしたほうがリスクは少ないと思います。

参加者：基本的には、我々としてはシルクが大前提で、ある程度、甲斐絹という定義もあります。それを使ってものを作ってもらい、それ自体を発信していかないといけないと思っています。基本的にはそういうことは可能です。

織田氏：甲斐絹という伝統があるからできる革新があるわけです。何もないところには革新もないわけです。だからその伝統をベースにした革新というものを産地だけでなく他のものも入れながら一緒にやる。それで、リスクも相互に分担するということです。

参加者：甲斐絹が歴史と伝統だけにこだわったものづくりを行うというのは限界があるので、その辺は臨機応変にしたいと思います。

参加者：先ほど、先生がユニクロが大量生産、大量廃棄という話をされていて、なぜ、あんなにユニクロに買いに行くのだろうかと私もずっと気になっていました。あの人たちは

服がないのかとずっと思っていたのです。そういうことなのですね。どうしてそんなに服を捨ててしまうのだろうという感じがしました。そういうことを続けるということがどういうことなのかというのは皆、うすうす感じながら、それでもあんなにユニクロに行く。着る服がないわけでもないのに何でそんなに買うのかまだ分かりません。今、彼らに服は十分にあると思うのです。次の一本というのをなぜユニクロで買うのか。

何か心理的に安いものを買うと節約に結びつくというような、何か頭にそういう図式を埋め込まれているような気がします。長い間不況の中にあつたため、人が縮こまって少しでも節約ということは何となく主義主張のように頭に埋め込まれ、その中でもやっぱり人間だから消費とか欲望といったものがあるわけです。産業革命以降の我々は消費することが喜びだし、そういうことが埋め込まれているのにずっと抑圧されてきている中で、ユニクロというのが消費してもいい、消費が許されるということで提案していて、我々の消費マインドを刺激しているのかなという気がしたのです。

私はこの偽物っぽいものはとても気持ちが悪い。目の回るお寿司を食べたいとは思わないのですが、やはりあれはそういう人間の生活に対する尊敬というのでしょうか。ファッションというのは尊敬を表していると思うのです。ユニクロというのは、基本的には「で、いいか」という自分の生活の質もそうですが、自分をいろいろな感性の意味で貧しいものにしてしまうような大量消費、大量廃棄といったことになってしまっているのではと思うのです。

私は経営史を教えているのですが、18世紀から19世紀にかけてアメリカで大量生産、大量消費が起きてくるというのはどういうことかという、アメリカというのは圧倒的に物がなくて、そして人がいないところ。人がいないから技術がない。だから1つの技術を、先ほど言われたエルメスのような完成された技術を教え込むことはできない。しかし釘を打つだけ、ミシンをかけるだけといったことであれば短い間で覚えさせることができる。そういうところから大量生産が出てきました。やはりアメリカの経済というのはそういう大量生産、大量消費で成り立ってきたというところがあります。

しかし、アメリカの人たちの生活のクオリティはそれで上がってきたかという2つの面があります。物は満たされてきたけれど、気持ちが満たされないので次々と新しいものを買っていくということがどんどん起こってきて、今、アメリカの中でもファッションに限らずクオリティというものがここ20、30年くらいずっと出てきているという感じがするのです。

先ほど言われたオーガニックコットンの運動もアメリカで生まれました。だから、そういうことに対する反動みたいなものも出てきたということです。先ほどの話を聞いて、いろいろなトレンドが走馬灯のように出てきて、やはり私たちの生活は生身の人間が尊敬される生活というか、尊厳のある生活だと思うのです。ユニクロが悪いということではありませんが、価値のある自分というか、生命の誇りみたいなものを飾ってくれるものの一つがファッションではないかと思うのです。

だから甲斐絹のものを買うのはとても高いかもしれませんが、小さな名刺入れを持つことで自分のクオリティが少し豊かになり、彩が添えられるというのは、本物を持

つことで、何と云うか、人が作ったものが私の生活を豊かにしてくれるみたいなの、そういうことなのかなと思いつつ先ほどの話を聞いていました。本当に刺激的で楽しかったです。

織田氏：おっしゃる通りだと思います。そういう方向に向かっていくのか、それともこれでいいや、というところに流されているのか、僕ら自身が試されているのかもかもしれません。

司会：時間がきました。今日は、とても充実したお話、本当にありがとうございました。

(スライドの掲載は省略しました。)

## 8. 甲斐絹による小物製作

### (1) 目的

本研究の甲斐絹のビジネス展開の可能性を探るとい目的の達成のためには、甲斐絹により、どのような商品を作成できるか、その原価はどの程度となるかについての検討が必要である。また、甲斐絹を題材とした研究プログラムの開発に向けて、たとえば中学校での甲斐絹による小物製作の授業において、どのような小物を作ることが出来るかについての検討が必要となる。そこで、このような本研究の目的を達成するための第1歩として、甲斐絹を用いた小物の製作を行った。

### (2) 方法

表1に、甲斐絹小物製作のために購入した甲斐絹の品番、柄、色、布幅、価格、単位面積あたりの価格を示した。このような甲斐絹を購入し、平成21年7月から9月、表2の通りの小物を製作した。あわせて、小物製作に使用した布の用尺から材料費を求めた。

表1 購入した甲斐絹の種類と価格

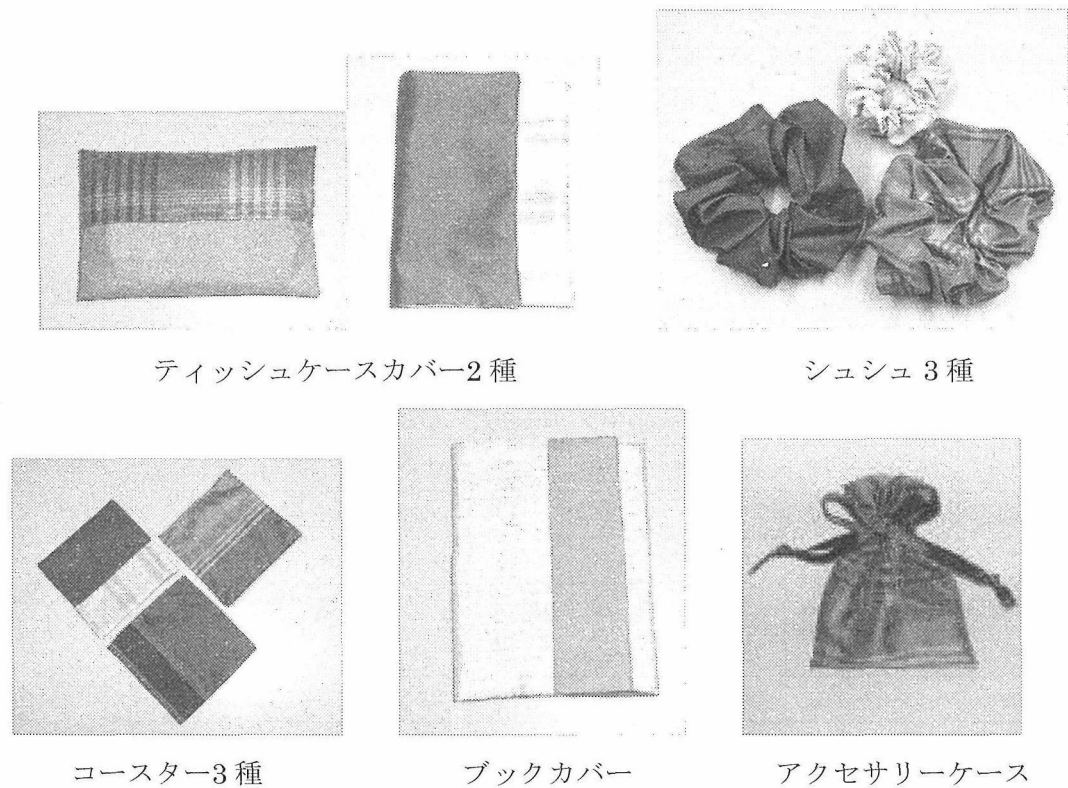
番号	品番	柄	色	布幅	円/m	円/(10×10cm <sup>2</sup> )
1	kk-m-1	無地	オレンジ	120	6,000	50
2	kk-m-2	無地	レッド	120	6,000	50
3	kk-m-3	無地	パープル	120	6,000	50
4	kk-m-8	無地	グリーン	120	6,000	50
5	kk-m-26	無地	ブルー	120	6,000	50
6	kk-s-112	縞	パープル	112	7,000	63
7	kk-s-113	格子	ブルー	120	7,000	58
8	kk-s-110	縞	オレンジ	112	7,000	63
9	kk-s-105	格子	グリーン	150	7,000	47
10	kk-c-15r	高配	ピンク	120	6,000	50
11	kk-c-23r	高配	水色	120	6,000	50
12	kk-h-25	解し	きみどり	60	6,000	100

### (3) 結果および考察

製作した甲斐絹小物を図1に示した。製作小物の原価の試算は人件費、設備費等の関係で困難であるため、今回は製作小物に使用した布、ファスナー等の副資材、糸を加え、その材料費を試算した。今回製作した甲斐絹小物の材料費は最大であずま袋の975円、最小でコースターの170円であった。このような低価格となったのは、甲斐絹の価格が表1に示すとおり、他の布と比較して高価であると推測されたため、比較的布地の使用料が少ない小物を選択したためである。しかし、たとえばコースターの場合、一枚約150円から180円の材料費が必要であり、これに人件費等を加えると、コースターとしては高価なものとなると推察される。シュシュについてみると、材料費は布地が多く必要ということもあり約300円から600円となる。この場合、販売価格は3000円程度となると推察される。こ

のような観点から、今後、これら小物の商品としての販売価格を試算し検討する必要がある。製作した小物は、図1に見られるようにいずれの小物も甲斐絹のよさである光沢により、魅力的なものになっており、価格は比較的高くとも、美的感覚を大切にする大人向けの商品としての商品開発となると思われる。商品として販売できる甲斐絹小物検討のために、さらに多くの小物を製作し、その価格等について検討を進めたいと考えている。

また、中学校での研究授業において製作する小物について検討した。当初、番号12のアクセサリーケースを検討したが、その製作工程が複雑で、中学校の授業時間50分での製作が困難であると予想された。次に、番号1のティッシュケースについて検討し、2コマ（計100分）の授業内で、甲斐絹についての説明と本ティッシュケースの製作を行うこととし、この材料費は208円と試算された。



ティッシュケースカバー2種

シュシュ3種

コースター3種

ブックカバー

アクセサリーケース

図1 甲斐絹で製作した小物

#### (4) まとめ

ビジネス展開のための、また、中学校での研究授業のために、甲斐絹の小物製作を行った。その結果、甲斐絹小物の材料費を試算することができた。また、中学校における小物製作課題としてティッシュケースを選定することができた。

今後、さらに数多くの甲斐絹小物を製作し、その販売の可能性について検討する予定である。また、中学校での小物製作課題についても、甲斐絹のよさを感じることができ、中学生の縫製技術でも作成できる小物の開発を進めたい。

表2 甲斐絹で製作した小物の名称とその使用材料

番号	小物名称	要尺	使用生地	使用材料	費用	費用合計
1	ティッシュケース (小)	17×11…2枚	kk-m-26 kk-s-113	布 糸	202円 6円	208円
2	ティッシュケース (大)	表…14×18 別布…45×20	kk-m-2 kk-c-15r	布 糸	576円 10円	586円
3	ギャザーポーチ	表布…25×25 裏布…25×25	kk-c-23r レーヨン	布 糸 ハイステープ® ファスナー	313円 15円 30円 50円	408円
4	あずま袋	48×40	kk-c-23r	糸 布	960円 15円	975円
5	シュシュ (ピンク)	65×10	kk-c-15r	布 糸 ゴム	325円 6円 10円	341円
6	シュシュ (パープル)	70×15	kk-m-3	布 糸 ゴム	525円 3円 10円	538円
7	シュシュ (ブルー)	72×14	kk-s-113	布 糸 ゴム	585円 3円 10円	598円
8	ブックカバー	表布…29.5×18 裏布…34×18 別布…13.5×18	kk-m-26 kk-c-15r kk-m-3	布 糸	843円 10円	853円
9	コースター (レッド)	表布…20×12 別布…6×12	kk-m-2 kk-c-23r	布 糸	156円 5円	161円
10	コースター (オレンジ)	表布…20×12 別布…6×12	kk-s-110 kk-m-1	布 糸	187円 5円	192円
11	コースター (パープル)	表布…20×12 別布…6×12	kk-m-3 kk-s-112	布 糸	165円 5円	170円
12	アクセサリ ケース	17×11…2枚	kk-m-26 kk-s-113	布 糸 リボン	202円 6円 35円	243円

## 9. 甲斐絹を題材とした研究授業

### (1) はじめに

甲斐絹の伝承と発信のためのプログラム開発のうち、教育プログラムの開発としては、学校教育や生涯学習教育における教育プログラムが考えられる。特に、山梨の伝統と文化である甲斐絹の持つ素晴らしさを広く伝えていくためには、小・中学校といった義務教育段階の児童・生徒に向けた教育プログラムを開発し、学校教育に取り入れていくことが有用であると思われる。特に、学習指導要領の改訂(2008・2009)において、伝統と文化に関する教育の充実が謳われている現在、様々な学校教育場面において、甲斐絹を取り入れた教育活動の展開が考えられ、その教育プログラムの開発は急務を要していると言えよう。

そこで本年度はその第一歩として、山梨大学教育人間科学部附属中学校において、技術・家庭科(家庭分野)の実験的研究授業を実践し、その効果と課題を探ることにした。家庭科での授業実践を検討した理由は、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家庭科教育において、より自らの生活に根ざした授業実践が可能であると考えたからである。甲斐絹座のメンバーがゲストティーチャーとして赴き、甲斐絹の歴史、特徴、織り方等の講義を通して、甲斐絹に関する具体的な知識や認識を高めるよう指導するだけではなく、児童が実際に甲斐絹に触れ、針を刺し、小物の製作を行うことにより、甲斐絹の素晴らしさを五感で実感できるよう授業展開を行っている。さらには、本プログラムを通して、甲斐絹のみならず、地域、日本の伝統や文化の良さを意識的に把握し、継承していくことの意義を認識し、さらには継承し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、自らの地域の文化等に誇りを持つことにより、自らの自己肯定感の育成にも関与できると考えている。

研究授業は以下の学習指導案に示すとおり、山梨大学教育人間科学部附属中学校 3 年 2 組 40 名を対象に、2010 年 1 月 13 日、20 日の各 1 時間、計 2 時間行った。授業指導案は山梨大学の志村と山梨県立大学の斉藤を中心に、附属中学校教諭である赤岡玲子教諭から生徒の実態や授業の展開の仕方等のアドバイスを得て、指導内容・方法の工夫を行った。なお、授業指導者は赤岡玲子教諭が行った。

### (2) 研究授業学習指導案

---

## 技術・家庭科(家庭分野) 学習指導案

- 1) 題材名 地域の伝統と文化について考えよう  
—「甲斐絹」を使用した小物製作実習を通して—

### 2) 題材設定の理由

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つけること

が重要である。2006年の教育基本法の改正を受け、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について」(2008)では「伝統や文化に関する教育の充実」が謳われ、家庭科においては、「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が求められる」と明示された。以上を踏まえ、中学校技術・家庭科の学習指導要領(2008)において、食生活領域では「地域の食文化」や「地域の食材を生かす調理」、「地域の伝統的な行事食や郷土料理」、衣生活・住生活領域では「和服の着装」、「気候風土や文化など地域の特性や生活」等の内容について明記され、より一層の指導の充実が図られることとなった。

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。一方、現代の子どもたちは、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と報告されている(ベネッセ「第1回子ども生活実態基本調査」2004)。

そこで、本題材では、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、衣生活における地域の伝統と文化に関する授業実践を行うこととした。第2次世界大戦までは、山梨県の地域産業として「甲斐絹」産業は隆盛を極め、戦後はその生産技術が日本でも有数の細糸・高密度の先染め染色産地として継承され、現在も傘の布地、ネクタイ地等として、日本のみならず世界で販売されている。にもかかわらず、いわゆる「甲斐絹」としての商品の流通は極めて少なく、その認知度も高いとは言えない現状である。このような山梨県が誇る伝統文化、伝統産業である「甲斐絹」を学習することにより、地域に対する愛着や誇りが生まれ、地域の伝統と文化を伝承していくことの意義を実感できると考えられる。また、実際に「甲斐絹」を生産している「甲斐絹座」の方をゲストティーチャーとして招き、「甲斐絹」の歴史、特徴、織り方等の講義を通して、「甲斐絹」に関する具体的な認識を高めるよう指導の工夫を行う。さらに、「甲斐絹」に対する知識を深めるだけでなく、実際に手に触れ、小物の製作を行うことにより、「甲斐絹」の素晴らしさを肌で実感できるよう配慮した。

以上、本題材を通して、地域、日本の伝統や文化の良さを意識的に把握し、継承していくことの意義を認識し、さらには継承し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。

なお、本授業は、山梨県立大学地域研究交流センターの研究プロジェクト「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—」(2009～)の一環として行われている。本プロジェクトは、企業・県庁・教育機関が一体となった産官学として取り組んでおり、山梨県の伝統文化の一つである「甲斐絹」を伝承し、山梨県のみならず、日本、世界へと発信していくプログラムの開発について研究しており、本授業はその第一歩として、教育プログラム開発の検討を行うものである。

#### ※研究プロジェクト参加メンバー

斉藤秀子(代表者)・波木井昇・安達義通(山梨県立大学)、志村結美(山梨大学)、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)、前田市郎・山崎泰洋・榎田則夫・田辺丈人((株)甲斐絹座)

### 3) 題材の目標

- ・「甲斐絹」に関心を持ち、さらには「甲斐絹」を通して地域の伝統と文化について関心を高め、実践的に継承しようとする態度が見られる。(関心・意欲・態度)
- ・地域の伝統と文化を生活に取り入れて、よりよい生活に向けて工夫することができる。  
(創造・工夫)
- ・「甲斐絹」を使用した小物を製作することができる。(技能)
- ・「甲斐絹」について理解し、地域や日本の伝統や文化、継承していくことの意義を理解できる。(知識・理解)

### 4) 指導計画 (全2時間)

- ①第1次「甲斐絹」を知ろう・触れよう …… 1時間
- ②第2次「甲斐絹」で作ろう …… 1時間

5) 授業指導者 山梨大学教育人間科学部附属中学校 赤岡玲子教諭  
第1次 ゲストティーチャー 甲斐絹座メンバー

6) 実施日時 第1次 2010年1月13日(水) 3校時(10:50~11:40)  
第2次 2010年1月20日(水) 3校時(10:50~11:40)

7) 対象生徒 3年2組 40名

8) 実施場所 山梨大学教育人間科学部附属中学校 南館2階 家庭科室

### 9) 学習の展開

#### ①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	<p>◆地域の伝統と文化について考えよう</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・事前アンケートに回答する。</li> <li>・山梨県や甲府市の代表的な伝統と文化を発表する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前アンケートを活用しながら、地域の伝統と文化について、より具体的に把握させる。</li> </ul>
展開 I 25分	甲斐絹座メンバー(ゲストティーチャー)による講義	<p>◆甲斐絹について知ろう</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・甲斐絹の歴史、特徴、織り方等を理解する。</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甲斐絹製品の実物を提示する等、より具体的に認識できるように工夫する。</li> </ul> <p>評価【知・理】 【関・意・態】</p>

展開Ⅱ 5分	甲斐絹を使用した小物の製作の準備	<p>◆甲斐絹に触れよう</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小物製作に使用する甲斐絹に直接触れ、肌触りや光沢等を実感する。</li> <li>・次回、甲斐絹を使用した小物の製作を行うことを確認する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・4種類の柄より製作をする布を選択させる。</li> <li>・甲斐絹に直接触れることにより、生産技術の素晴らしさ、伝統の重み等が実感できるよう支援する。</li> </ul> <p>評価【関・意・態】</p>
まとめ 10分	地域の伝統と文化に関するまとめ	<p>◆甲斐絹を通して、地域の伝統と文化について考えよう</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の伝統と文化の意義を理解し、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、グループで話し合い、発表する。</li> <li>・次回の学習内容について確認する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甲斐絹から発展させて地域、日本の伝統と文化の継承について考えを深めさせるよう支援する。</li> </ul> <p>評価【関・意・態】 【創・工】</p>

## ②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
導入 5分	本時の目標の確認	<ul style="list-style-type: none"> <li>・前時の学習内容を復習する。</li> <li>・本時の学習内容の確認を行う</li> </ul>	
展開 40分	甲斐絹を使用した小物の製作	<p>◆甲斐絹で作ろう</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・小物の製作手順を理解する。</li> <li>・2枚の布（柄の布と無地の布）を中表に併せ、縫い合わせる。</li> <li>・入れ口を三つ折りにして縫う。</li> <li>・折り線で折って、脇を縫う。</li> <li>・縫い代を巻きかがりで始末する。</li> <li>・完成</li> <li>・甲斐絹を使用した小物の製作を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・小物の製作手順を理解させやすいように製作過程見本を提示する。</li> <li>・手縫いのため、縫った後の「糸こき」をしっかりとさせる。</li> <li>・はしをかがるときに、浅くすくうとほつれてくるので、深くすくうよう注意を促す</li> </ul> <p>評価【知・理】 【技】</p>
まとめ 5分	題材の学習内容のまとめ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・甲斐絹を使用した小物製作の感想を発表する。</li> <li>・甲斐絹を通して、地域の伝統と文化について考えたことをまとめる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域の伝統と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えること等の気づきを促す。</li> </ul> <p>評価【関・意・態】 【創・工】</p>

## 10) 評価

- ・「甲斐絹」に関心をもち、「甲斐絹」を通して地域の伝統と文化について関心をもち、実践的に継承しようとする態度が見られたか。(関心・意欲・態度)
- ・地域の伝統と文化を生活に取り入れて、よりよい生活に向けて工夫することができたか。(創造・工夫)
- ・「甲斐絹」を使用した小物を製作することができたか。(技能)
- ・「甲斐絹」について理解し、地域や日本の伝統や文化、継承していくことの意義を理解できたか。(知識・理解)

### ■第1次授業風景



甲斐絹座(前田・山崎両氏)による講義

講義や甲斐絹に触れた感想等の発表

生徒は甲斐絹座のメンバーによるパワーポイントを使用した講義を熱心に聞き、甲斐絹の傘、スカーフ、繭、布地の反物、ネクタイ等、甲斐絹に存分に触れることができた。その後、甲斐絹という伝統と文化を誇りに思い、大切にしていきたい等、感想が述べられた。

### ■第2次授業風景



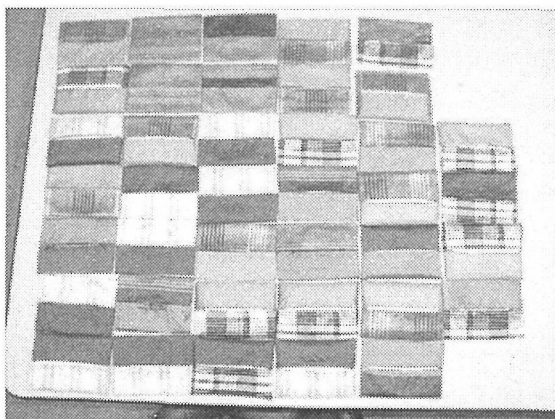
赤岡教諭によるポケットティッシュケース製作説明

ポケットティッシュケース製作

生徒は、ポケットティッシュケース製作にも積極的に取り組み、製作の感想、甲斐絹を後世や広く社会に発信するための工夫等について発表が行われた。

### (3) 研究授業の評価・検討

#### 1) ポケットティッシュケース製作評価

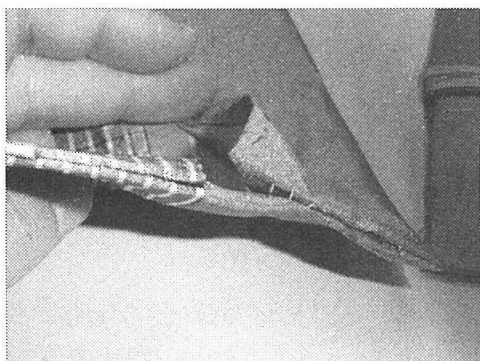


完成したポケットティッシュケース(全員分)

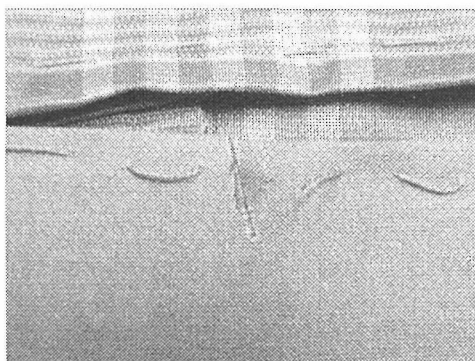
授業時間内で製作が終わるように、2枚の布地をはぎ合わせ、ポケット口の三つ折りのアイロン掛け等まで準備し、布端の始末をピンキングで行う等の簡略化を図ったが、授業時間内で完成した生徒は5名程度であった。その後、授業時間外での課題となったが、欠席者以外はポケットティッシュケースを完成させることができた。後に述べる生徒のアンケートからも製作に意欲的に取り組むことができた様子が明らかになっている。

概ね、今後もポケットティッシュケースとして、使用できるできあがりとなった。性別によるできあがりの大きな違いは認められなかったが、以下に記すような残念な失敗例は、男子に数名認められた。また、布地の柄は2枚を自由選択できるのだが、女子は全員がこちらで用意した基本的な布地の組み合わせを選択しているが、男子は、自由な布地の組み合わせを楽しんでいた。

#### ■失敗例



脇のなみ縫いがほどけてしまっている例



ポケット口のなみ縫いが切れている例

手縫いのため、しっかりと縫えていない生徒もおり、特に、ポケット口の部分の返し縫いがしっかりと縫っていないため、ほどけてしまっている例が見られた。また、布地がデリケートで縫いにくく、糸こきがあまりなされていないため、布が波打ってしまっているものも見られた。今回は時間の関係でできなかったが、低温のアイロンをかけて折り目をしっかりとさせ、布地をきれいに整える必要があるだろう。右の写真は、全体的に手縫いが荒く、特に誤って布地と糸を切ってしまった例である。

製作時間がかかることと、生徒の裁縫技術等を鑑み、小物製作内容の検討が今後、必要であることが明らかとなった。

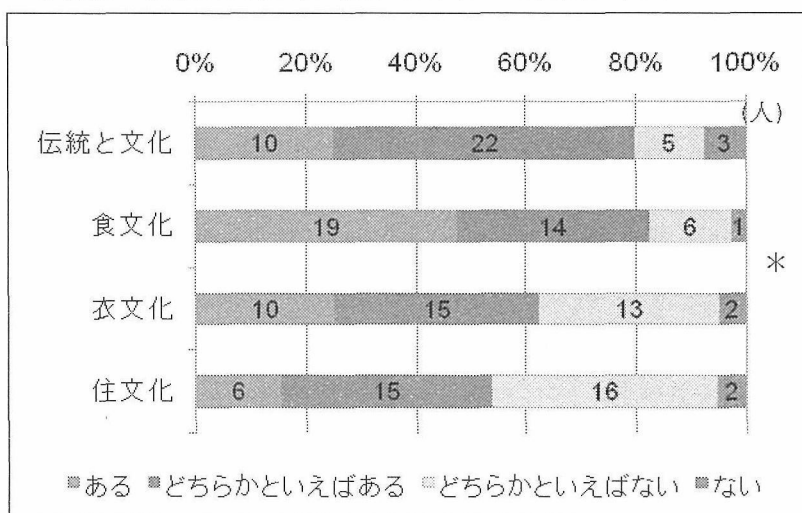
## 2) 生徒のワークシート・アンケート集計結果

### ①甲斐絹の認知度

本授業学習前の甲斐絹の認知度は「名前は聞いたことがあるが、どのようなものか知らない」70%、「全く知らない」25%であり、学習前の甲斐絹に対する認知度は低い現状が明らかとなった。しかし、学習後は「甲斐絹の歴史や特徴について知ることができた」という設問に対して、「できた」75%、「どちらかといえばできた」25%、合計全員の生徒が「知ることができた」と回答しており、授業の成果が見られている。

### ②伝統と文化等に関する学習への興味・関心

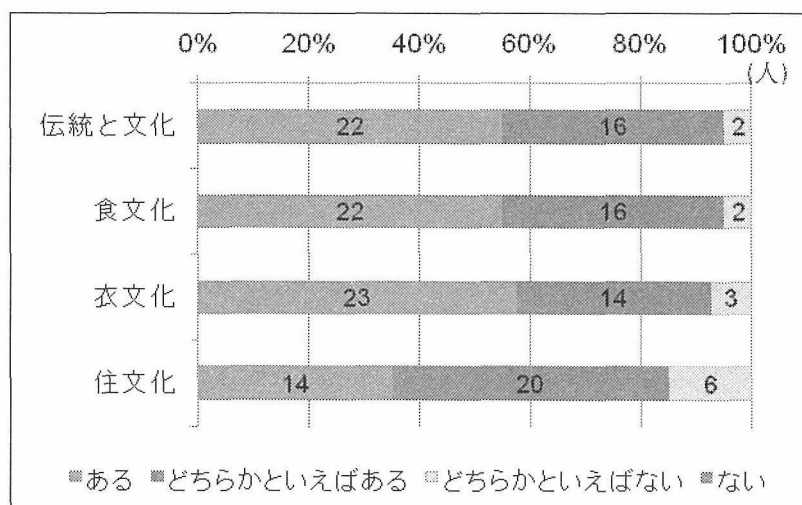
#### ■学習前：伝統と文化等に関する学習への興味・関心



左図は、学習前における伝統と文化、そのうちの食文化、衣文化、住文化に関する学習への興味・関心に関する実態である。対象生徒は、伝統と文化のうち、食文化に関して、2学期に家庭科において、学習をしている。その関係もあるのか、食文化の学習に関しては、半数が「ある」

と回答し、他の内容と比較して有意に興味・関心が高い結果となった。「伝統と文化」全般に関しても「ある+どちらかといえばある」の肯定的回答が8割近くあり、興味・関心が高い。しかし、本授業内容と関連の深い衣文化に関しては約6割、住文化に関しては半数近くであり、意見の多様性が認められた。

#### ■学習後：伝統と文化等に関する学習への興味・関心



左図は、学習後の伝統と文化に関する学習への興味・関心を表したグラフである。全ての項目で学習前に比べ、有意に肯定的回答が上昇し、特に、本授業学習内容である衣文化に関する興味・関心が顕著に上昇しており、本授業の学習効果が認められた。また、全般的に伝統と文化に

関する興味・関心が増加し、内容による有意な違いも認められなくなっている。

### ③甲斐絹を使った小物製作に関する興味・関心

学習前、甲斐絹を使った小物製作に関する興味・関心は、「ある」35.0%、「どちらかといえばある」35.0%、計70%であり、残りの3割が興味・関心が「あまりない+ない」と回答している。しかし、学習後の「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」という設問に対して、「できた」76.9%、「どちらかといえばできた」23.1%、計全員の生徒が意欲的に取り組むことができている。これは、甲斐絹座のメンバーによる講義や実際の傘やネクタイ等の甲斐絹製品や布地に触れることにより、小物製作に対する意欲が高まった結果であると思われる。また、甲斐絹の肌触りの良さ、色の美しさ、光沢の素晴らしさ等に触れ、しっかりとした製品を創り上げたいという意欲もわいたのではないかと推測される。

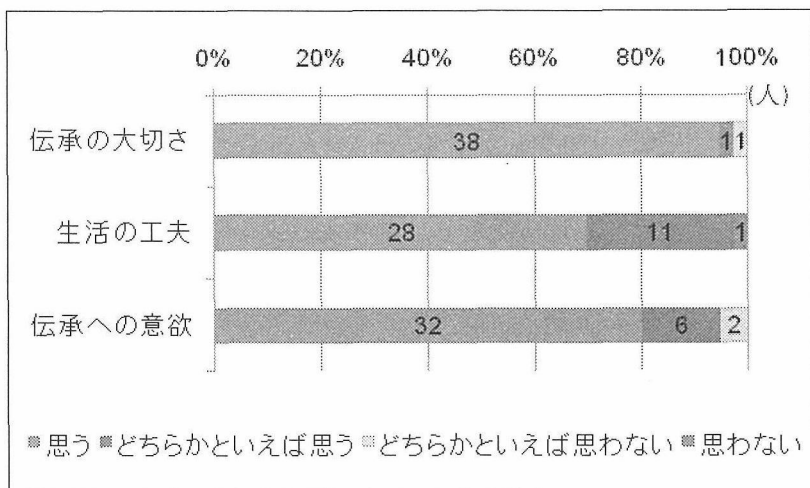
### ④甲斐絹を使った小物製作の感想（自由記述）

回答内容		人
甲斐絹の特徴 35人	手触りがよい・違う	15
	色が美しい	6
	高級感	7
	化学繊維との違い	1
	デリケート	2
	今まで触れたことがない	4
縫いやすさ 22人	縫いにくい	17
	縫いやすい	2
	2枚の布の違い	3
縫い方 8人	縫い方が難しい	7
	上手に縫えなかった	1
できあがり 24人	感動	4
	充実感	12
	良い経験	3
	大切にしたい	1
	きれいにできた	4
その他 11人		11

学習後のポケットティッシュケース製作に関する感想を自由に記述させた。文章を内容ごとに区切り、カテゴリー分けをし、回答内容の分析を行った。その結果、甲斐絹の特徴について合計35名の生徒が記述していた。色、手触り、光沢等、甲斐絹の素晴らしさを五感を使って体感し、「ずーっと触っていたい」「今までに触ったことがない」等、本物の甲斐絹の美しさに触れることによる感動を言葉で表現している。

次いで、ポケットティッシュケースができあがったことに対する感動、充実感が多く記述されていた。完成した時の充実感を得られることはものづくりの良さの一つである。縫い方や縫いやすさ、縫いにくさについても記述が見られ、2枚の布地の違いや絹製品の縫いにくさ等があげられている一方、縫いやすいと感じている生徒もあり、獲得技能の違いによる感想の違いであると推測された。

⑤学習後：地域の伝統と文化について



学習後に「地域の伝統と文化を伝えていくことは大切なことだと思いますか」「地域の伝統と文化を取り入れることにより、よりよい生活の工夫が行えると思いますか」「地域の伝統と文化を大切に、伝えていきたいと思いませんか」の3項目についての回答

を求めた結果が上図である。ほとんどの生徒が伝承の大切さを実感し、伝承への意欲を持っている結果となった。授業の成果のあらわれと推測される。

■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るか（自由記述）

回答内容	人
マスコミ活用	14
体感・実感の機会を増やす	9
甲斐絹の商品開発	9
甲斐絹の商品販売の工夫	8
甲斐絹の授業	6
展覧会等の実施	1
その他	13
計	60

学習後に、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るか、自由に記述させた。マスコミが多数、授業に取材に来ていたこともあり、マスコミを活用する、今回のような体感、実感の機会を増やす、授業を行う、また、商品開発に関する内容等、具体的な記述が多く見られた。

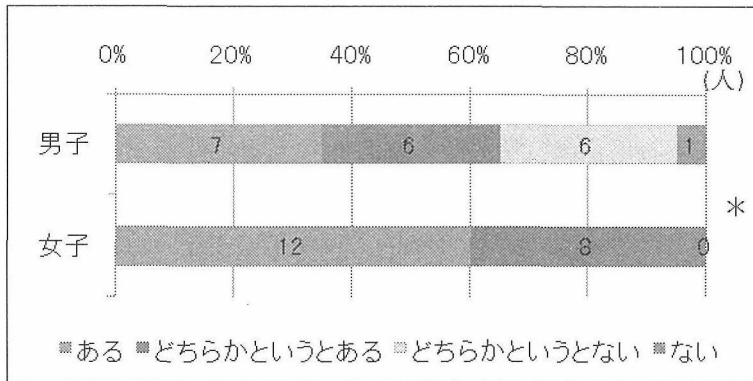
■日本の伝統と文化を大切に、後世に伝えていくために、私たちはどのようなことをする必要がると思うか（自由記述）

回答内容	人
伝統と文化を伝える	15
私たち自身が興味・関心をもつ	13
伝統と文化を学ぶ	7
地域の行事等に参加する	5
授業・講演・見学の実施	5
伝統と文化を守る	2
その他	7
計	54

学習を通して伝統と文化に対して、私たち自身が興味・関心をもち、それを学び、伝えていく必要があると考えを及ぼすようになっている。また、そのために、具体的には地域の行事に参加したり、授業・講演・見学等を実施したりする必要があると考えていることも明らかとなった。

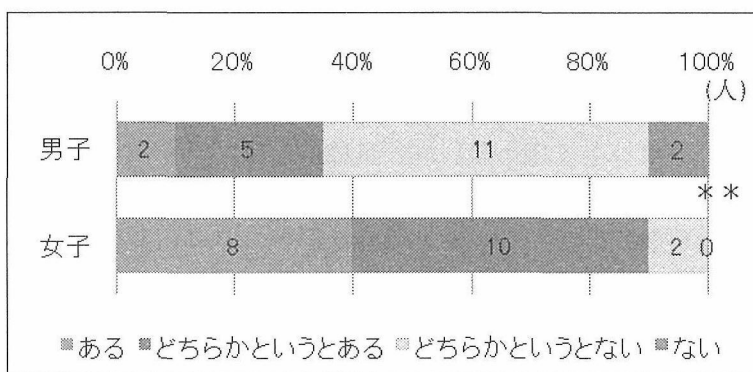
## ⑥性別比較

### ■学習前：山梨県の伝統と文化(食文化)への興味・関心



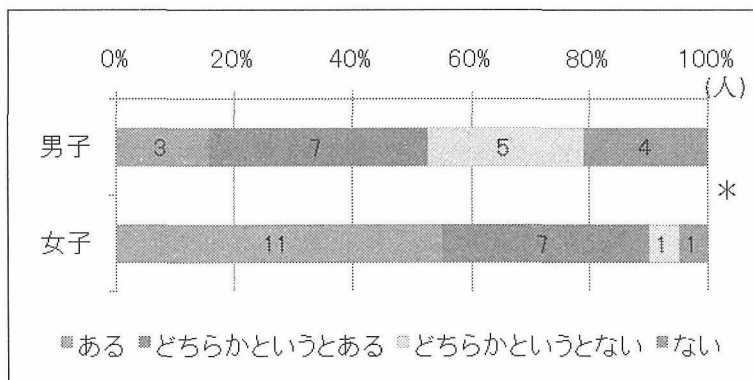
学習前の山梨県の伝統と文化(食文化)への興味・関心に関して、女子の方が有意に高い結果となった。

### ■学習前：山梨県の伝統と文化(衣文化)への興味・関心



学習前の山梨県の伝統と文化(衣文化)への興味・関心に関しても、女子の方が有意に高い結果となった。男子の「どちらかというところない+ない」の否定的回答は、6割以上認められている。

### ■学習前：小物製作への興味・関心



学習前、男子の小物製作への興味・関心の低さは、上図の衣文化への興味・関心の低さほどではないが、肯定的な回答と否定的な回答が各々約半数認められている。

学習前は以上の3項目において、女子の方が有意に関心・意欲が高い様相が見受けられた。しかし、学習後の調査においては、全項目において性別による有意な差が認められず、男女ともに興味・関心等を高めながら、その差を縮める結果となった。本授業は男女ともに有効であったと考えられるが、特に、学習前の興味・関心の低かった男子生徒に対して顕著に効果があらわれたと言えよう。

## 3) 授業実践者赤岡玲子教諭の授業後考察

### ①第1次「甲斐絹を知ろう・触れよう」

・パワーポイント教材は、編み物・織物や繊維など布地に関する基本的なところから、甲

- 斐絹の歴史・特徴・現状へとつながっていたので流れは分かりやすかった。しかし、細かくてわかりにくい資料もあったので、小中学生に提示するには精選が必要と思われる。
- ・教室が縦長で広いため前半の前田さんの説明が後ろの席の生徒が聞き取りづらく、残念だった。マイクを用意しておけばよかった。
  - ・傘やストール、ネクタイなど甲斐絹の製品に実際に触れることで、興味・関心を高めることができた。小学生等を対象とする場合は、汚したり壊したりする恐れがあるので、取り扱いに注意が必要。
  - ・食文化だけでなく、地域の伝統と文化の学習をもう少し幅広く行った上で本時に入ると、より考えを深めることができたと思う。
  - ・甲斐絹の光沢や色合いに触れ、「美しい」と感じるができるのは、中学後半以降だと思うので、本プログラムの実施は中3がベストではないか。

### ②第2次「甲斐絹で作ろう」

- ・本校生徒は裁縫に関して生活経験がほとんどなく、本時に向けて並縫いなどの基礎を押しえていなかったため、予想以上に時間がかかってしまった。
- ・製作時間や材料費の問題もあるが、せっかく作るならば各自色柄を選んだり製作するものも幾つか選択したりできれば、よりいっそう興味をもって取り組むことができるだろう。中学で扱う基礎縫い小物の材料費程度（一人当たり500円～800円程度？）でできるなら、「地域の伝統と文化」を加味した製作題材として5時間前後で扱うことも可能である。
- ・今回は途中まで製作できているところからのスタートだったが、最初の工程から製作させるならば、アイロンのかけ方や縫い目のあらし、布地の合わせ方など、さらに細かい説明や指示が必要となるだろう。
- ・製作に時間がかかったため、グループごとの話し合いやまとめがしっかりできなかった。生活に取り入れるにはどうしたらよいか、また、地域の伝統と文化の意義を考え、継承していくにはどうしたらよいか、班で話し合い発表することができればよかった。

### ③全体を通して

- ・生徒にとって衣生活の学習は家庭科の中ではあまり関心が高くない（あるいは個々の興味関心に差がある）領域と言われているが、今回の授業は、生徒たちにとって大変興味をもって取り組める内容、題材であったと思う。
- ・今後、中学校家庭科で扱っていくならば、山梨県版の学習ノートに資料を掲載してもらい、家庭科の教育センター研修会等で教員へのPR活動を行うなど、現場との連携の仕方を考えていく必要があるだろう。
- ・3年2組の生徒たちは、大変貴重な体験をさせていただき、感謝している。1クラスしか実施できなかったのは残念であるが、他クラスの授業でも話題として取り上げることができた。
- ・3年生は授業時数が少ないので、「地域の伝統と文化」を軸に、甲斐絹の学習も含め衣食住を広く扱うことができれば、とても充実した授業が展開できると思う。来年度以降も本研究プロジェクトを活用する機会があれば、是非参加させていただきたい。

#### (4) 総合的考察・今後の課題

今回の研究授業は生徒の事前事後アンケートやワークシートの分析、完成したポケットティッシュケースの評価、授業に対する生徒の関心・意欲・態度、赤岡教諭の授業後の考察から一定の成果をあげることができたと評価できよう。しかし、広く教育プログラムとして発信していく際の課題が改めて明らかとなった。今後は、以下の課題の検討を行い、より実践的に教育現場で活用のできる教育カリキュラムの開発を行う必要がある。

##### ①短時間で完成する甲斐絹を使用した製作用小物の開発

今回の研究授業は内容が豊富で、本来は4時間程度で行うのに適当な授業内容であったと思われる。甲斐絹を広く発信し、伝承していくためにどのようにしたらよいか等、生徒がグループによる話し合い活動を行う時間やまとめの時間を充分にとることができなかった。また、ポケットティッシュケースも授業時間外での活動時間が多く必要となってしまった。今後はより短時間で完成する小物の開発が第一に必要であると思われる。

##### ②小・中・高等学校等、発達段階に即した教育プログラムの開発

(被服製作・被服実習学習として活用できる教育プログラムの開発)

今後、小学校、高等学校における教育実践へと展開していくため、発達段階に即した教育プログラムの開発が急がれる。特に、小学生を対象とした授業実践は、手縫いの技能の習得をセットにした教育プログラムを開発する必要も考えられる。同様に、中学校、高等学校においても、今回の研究授業のように伝統と文化の教育内容として取り上げるだけでは活用場面に限りがあるので、被服製作、被服実習を行う際に活用できるよう、技能の習得や向上をも目標とした教育プログラムの開発が有用であると考えられる。

##### ③授業時間数に応じた教育プログラムの開発

上記の②と同様に、授業時間数に応じた小物製作の内容、授業全体の展開例を開発する必要がある。また、短時間の場合や、家庭科ではなく、他教科、総合的な学習の時間等での授業実践の場合を想定した、小物製作を実践しない教育プログラムをも用意する必要がある。講義と話し合いを中心とした授業内容が考えられ、より具体的に甲斐絹を捉えさせるための指導の工夫が望まれる。

##### ④甲斐絹を活用した授業展開を広めていく工夫

市販の被服実習キットのように印がついた布地と絹糸等がセットになったキットを作成し、製作マニュアル等を同封し、販売するよう発展していくと、山梨県の多くの学校で実践がしやすいのではないかとと思われる。また、甲斐機座のメンバーによる出前講義制の確立、出前講義が不可能な場合のビデオ、DVDを作成し、貸し出しを行う等も有効な手段であると考えられる。

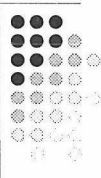
##### ⑤甲斐絹が主に生産されている郡内地域での授業実践

来年度は積極的に、山梨県でもより地場産業としての認識を高めて欲しい郡内地域における授業実践を行っていく予定である。郡内地域から山梨県、そして全国へと発信していくことが望まれる。

(5) 研究授業関連資料 (甲斐絹座講義用パワーポイント資料・ポケットティッシュケース製作資料)

# 甲斐絹の歴史と織物について

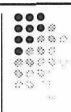
(株)甲斐絹座  
前田市郎・山崎泰洋  
山梨大学教育人間科学部附属中学校  
平成22年1月13日



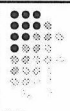
## 織物とはなに？

織物と編み物との違い

- 織物
  - 経糸(たていと)と緯糸(よこいと)とを組み合わせて機(はた)にかけて織った布。(広辞苑より)
  - 機にかける→組織を入れる
  - 組織→三原組織(平織・綾織・縷子織)
  - 絞織り(ジャカード織り)
- 身近に有る織物(布帛)
  - 衣類—シャツ・ボトム・ブラウス・ジャケット・スーツ
  - ジーンズなど
  - 生活用品・雑貨—ネクタイ・スカーフ・傘地・ハンカチーフ・タオル
  - カーテン生地・高級壁紙地・カバン生地など
  - 特殊な物—工業用フィルター・スクリーン・緞帳(会館やホールにある)

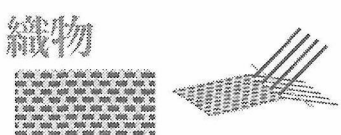


- 編み物—毛糸やその他の糸で衣服・シャツ・靴下・手袋などを編んでつくること。また、その物。手編みと機械編みとがある。(広辞苑より)
- 身近に有る編み物(ニット・レース)
- 衣類—セーター・Tシャツ・トレーナー・キャミソール・パンスト・ソックスなど

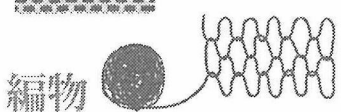
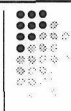


## 織物と編み物(図)

織物



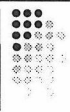
編み物

## 素材

- 織物の材料
  - 天然繊維—絹・綿・毛・麻
    - 絹(シルク) 繭から作る 主な産地:中国・ブラジル・日本
    - 糸の構造:セリシンとフィブロインで構成されている。
    - <http://www.kinu.net/kizome.htm>
    - 綿(コットン) 棉花から作る 主な産地:エジプト・インド・USA・ペルーなど
    - 毛(ウール) 主に羊毛 オーストラリア
    - カシミヤ 中国(内モンゴルが中心)
    - 麻(リネン・ラミー) リネン:亜麻から作る 主な産地:フランス北部・ベルギーなど
    - ラミー:苧麻から作る 主な産地:中国・マレー・フィリピンなど
  - 再生繊維—レーヨン・キュプラ・アセテート
  - 原料:木材パルプ・竹・コットンリントール(実綿から棉花を取った後に残った繊維)
  - 合成繊維—ポリエステル・ナイロン・アクリル
  - 原料:石油

[http://www.boken.or.jp/lib\\_fiberknowledge.html](http://www.boken.or.jp/lib_fiberknowledge.html) ボーケンのサイト



## 絹


長繊維  
フィラメント  
千数百m

人類初の人工長繊維「レーヨン」1892年英国


---

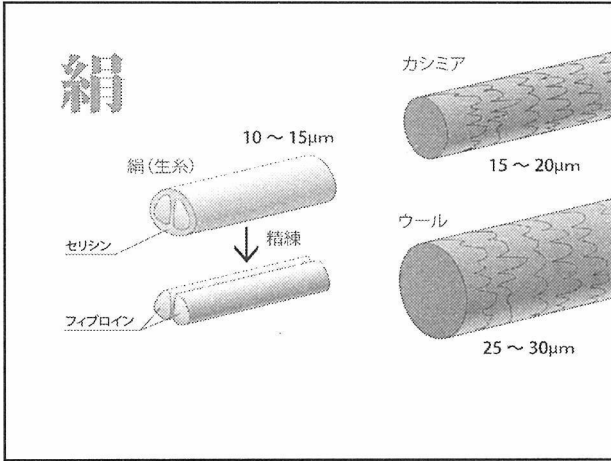
## 毛綿麻

短繊維  
ステープル—スパン



数cm～十数cm





## 4大文明と天然繊維の関係

麻 毛 綿 絹

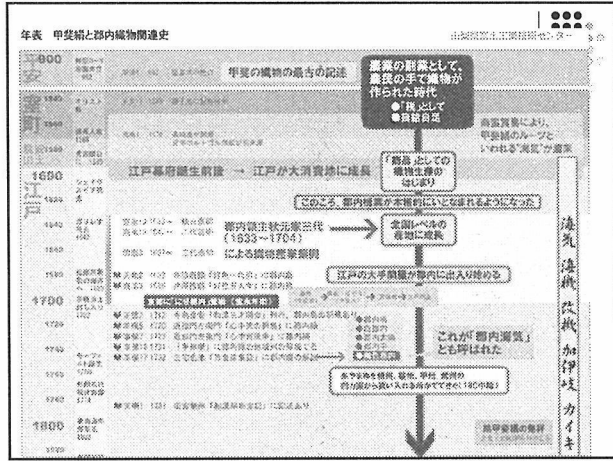


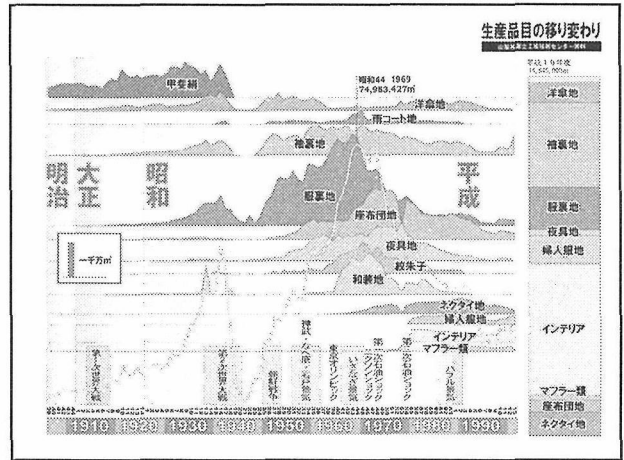
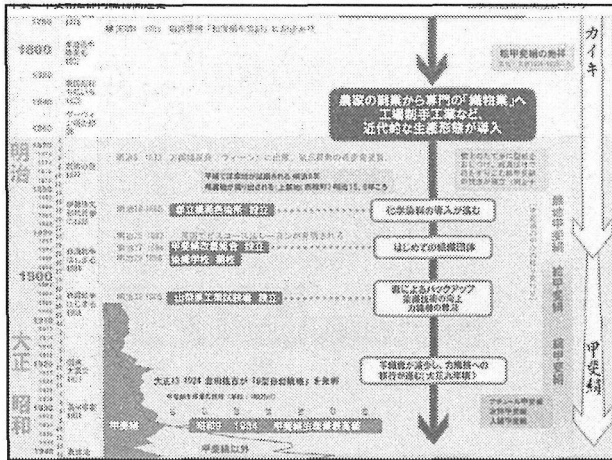
## 甲斐絹とは

- 甲斐絹(郡内織物)は、およそ400年前の先染め織物にその源がある。江戸時代から戦中まで盛んに織られ産地ブランドを確立していた。  
 当時の主な用途: 羽織の裏地・寝具の生地など  
 当時の呼び名: 郡内縞・織り色郡内・郡内海気など
- 江戸時代から盛んとなった富士講が諸国に伝播していく際に「甲斐絹」が活用され、郡内地域は、地域文化に根ざした織物産地として名声を博した。
- 井原西鶴や近松門左衛門の文章の中に「郡内縞」の記述有り。
- その後、化学繊維に押され、第二次世界大戦頃から、生産は低迷し、戦後には生産が途絶えている。

## 甲斐絹の特徴・種類

- 糸の段階で染色し、それぞれの色の特徴を活かした深みのある色合いを表現できる。(富士山の湧水を活用するため、独特な色合いが得られる。)
- 限りなく無撚に近い先染絹織物の為、独特の光沢感としなやかさを持つ。
- 独特の精練技術(無撚の生糸のセリシンを落とす)を駆使することにより生糸の持つ艶としなやかさをそのまま生かした織物となる。
- 無地甲斐絹・縞格子甲斐絹・絵甲斐絹・緋甲斐絹  
 解し(ほぐし)甲斐絹・高配甲斐絹など





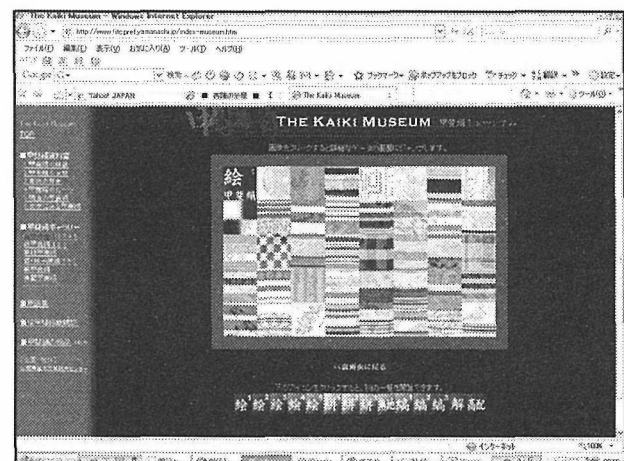
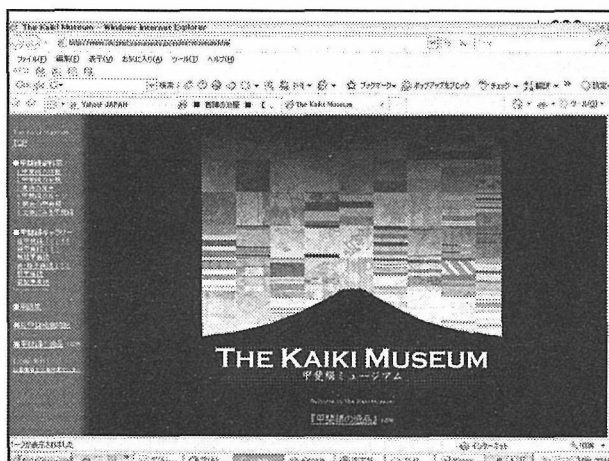
## 郡内産地の現状

- 主な生産品目  
ネクタイ地・座布団地・婦人服地・裏地(胴裏地・袖裏地)  
洋傘地・インテリア地など
- 主な生産形態  
OEM生産(相手先ブランドによる生産)が非常に多い。

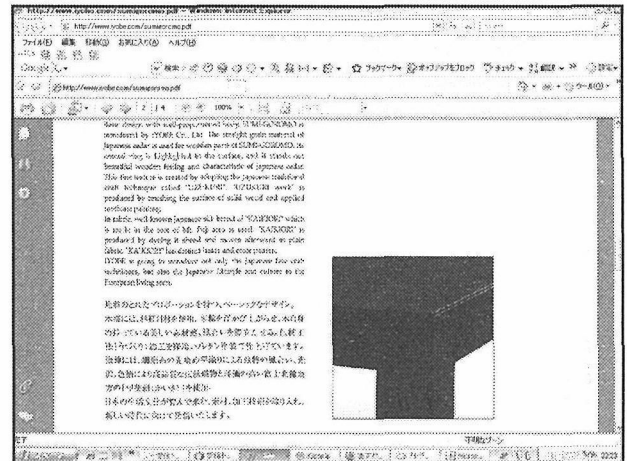
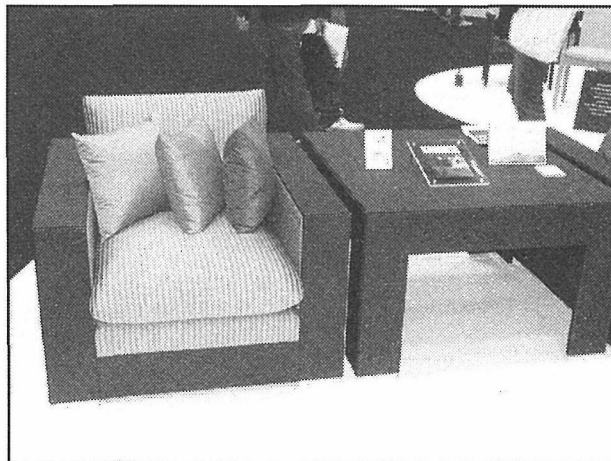
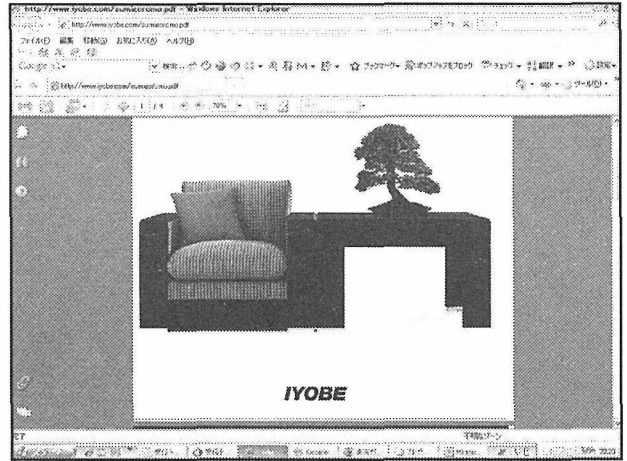
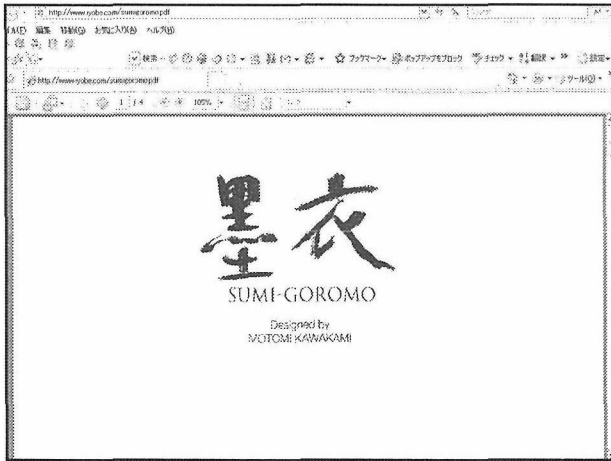
品目	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額	数量	金額
ネクタイ地	1,234	5,678	1,234	5,678	1,234	5,678	1,234	5,678	1,234	5,678
座布団地	567	2,345	567	2,345	567	2,345	567	2,345	567	2,345
婦人服地	890	3,456	890	3,456	890	3,456	890	3,456	890	3,456
裏地	1,012	4,567	1,012	4,567	1,012	4,567	1,012	4,567	1,012	4,567
洋傘地	345	1,234	345	1,234	345	1,234	345	1,234	345	1,234
インテリア地	678	2,345	678	2,345	678	2,345	678	2,345	678	2,345
計	4,567	18,901	4,567	18,901	4,567	18,901	4,567	18,901	4,567	18,901

## 甲斐絹ミュージアム

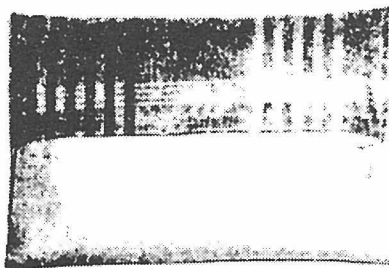
- 山梨県富士工業技術センターのサイト
- センター所蔵の甲斐絹の資料が全て網羅されている
- <http://www.fitc.pref.yamanashi.jp/index-museum.htm>







## 甲斐絹ポケットティッシュケース 製作手順

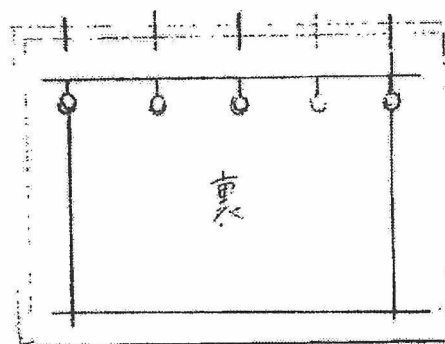
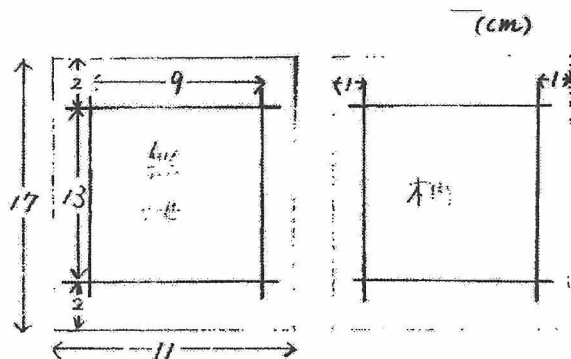


### 材料

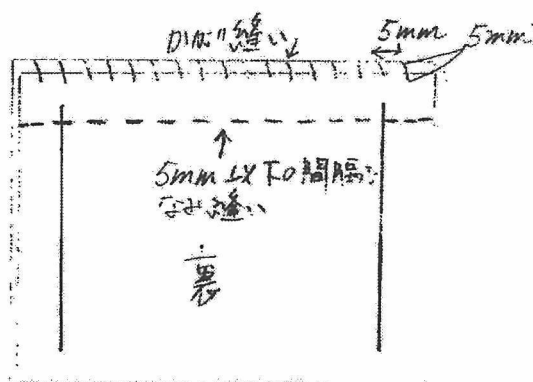
- 甲斐絹布 柄 11cm×17cm
- 無地 11cm×17cm
- 絹縫い糸 布と同色の手縫い糸  
1本どりで縫う。

### 製作手順

1. 柄布と無地布を各1枚裁断し、裏にできあがり線の印をつける。
2. 柄布と無地布を中表に合わせて、まち針でとめる。

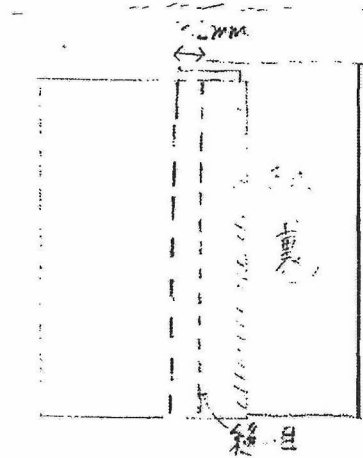


3. できあがり線上(1cmの縫い代)を1本どりで5mm以下の間隔でなみ縫いで縫う。  
※なるべく細かく縫うこと      ※縫った後に糸こきをすること



4. 縫い代を2枚合わせて5mm間隔のかがり縫いでかがる(上図参照)。

5. 縫い代を1~2mmのきせをかけ、柄布の方にたおす。

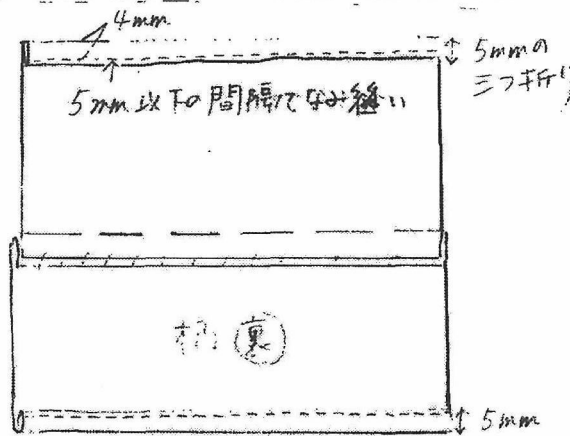


6. 入り口を5mmの三つ折りにして、アイロンをかける。

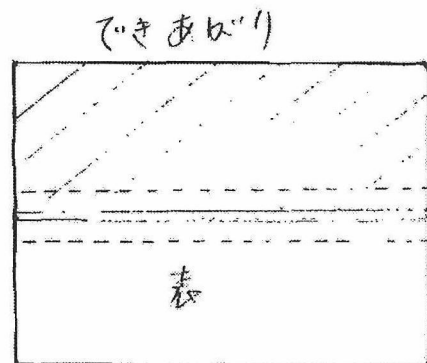
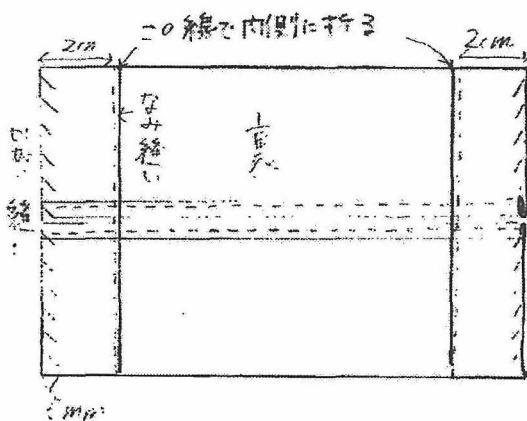
7. 端から4mmのところを、5mm以下の間隔でなみ縫いする。

※なるべく細かく縫うこと

※縫った後に糸こきをすること



8. 入り口部分をあわせて半分に折り、2cmの縫い代のできあがり線上をまち針で留め、5mm以下の間隔でなみ縫いで縫う。縫い代は2枚合わせて5mm間隔のかがり縫いでかがる。両脇の2カ所とも縫う。



9. なみ縫いの1mm内側を折り、表に戻してできあがり

## 10. 本研究の波及効果

### (1) 本研究プロジェクトと研究授業についての広報

平成22年1月7日に山梨県庁記者クラブにおいて、本研究プロジェクト及び山梨大学付属中学校での研究授業に関するプレスリリースを、以下の内容の資料を用いて行なった。本研究プロジェクトの広報が、県民の方々が伝統産業を再認識するきっかけのひとつになればと考えたわけである。

1月7日のプレスリリース資料の内容：

件名：山梨県立大学 地域研究交流センター

「甲斐絹」を題材とした中学校における研究授業

内容：

#### ①山梨県立大学地域研究交流センター地域研究事業について

地域研究交流センターでは、地域課題の解決につながる、或いは地域文化の発掘と継承、創造につながる研究を行っています。その研究のひとつとして、本年度から山梨県の地場産業である「甲斐絹」を取り上げた、下記の研究プロジェクトを進めています。本研究は、甲斐絹の産地である富士北麓の企業・県・教育機関（大学）が一体となった産官学の取り組みとして、「甲斐絹」に関する商品開発や国内外への情報発信方法の検討、併せて、地域文化としての「甲斐絹」の伝承と発信のためのプログラム開発を行うものです。また、「甲斐絹」を例として、地域資源を活かしたビジネス展開の可能性をさぐることを目的とするものです。

#### ◆研究プロジェクト名

「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」

#### ◆研究参加メンバー

代 表 者 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（山梨県立大学 国際政策学部）

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）

前田市郎、槇田則夫、山崎泰洋、田辺丈人（(株)甲斐絹座）

#### ②「甲斐絹」を題材とした中学校における研究授業について

本授業は、「甲斐絹」の伝承と発信のためのプログラム開発の一環として行われるものです。具体的には、県内の中学生を対象として「甲斐絹」の歴史や特徴等を知ってもらい、実際に「甲斐絹」に触れて、また、「甲斐絹」を使って小物製作を行うという研究授業です。

#### 第1回研究授業

日 時：平成22年1月13日（水）3時間目 10時50分～11時40分

場 所：山梨大学教育人間科学部附属中学校 南館2階家庭科室

対 象：同校 3年2組 40名

授業内容：

- ・甲斐絹の歴史、特徴、織り方など（担当 甲斐絹座）20～30分
- ・甲斐絹を使った小物製作①（担当 赤岡玲子附属中教諭）20～30分

## 第2回研究授業

日 時：平成22年1月20日（水）3時間目 10時50分～11時40分

場 所：山梨大学教育人間科学部附属中学校 南館2階家庭科室

対 象：同校 3年2組 40名

授業内容：甲斐絹を使った小物製作②（担当 赤岡玲子附属中教諭）50分

### （2）メディアによる取り上げ方

プレスリリース翌日以降、本プロジェクトと研究授業の様子が以下の通り、多くの新聞やテレビで取り上げられた。

新聞	平成22年1月8日	山梨日日新聞、日本経済新聞（後掲）	
	1月14日	山梨日日新聞（後掲）	
	1月28日	読売新聞	
テレビ	1月13日	昼のニュース	NHK（甲府）
		夕方のニュース	NHK（甲府）、UTY
	1月18日	夕方のニュース	YBS
	2月1日	夕方の情報番組(特集として)	NNS 甲府 CATV

### （3）本研究の波及効果

研究授業を含む本研究プロジェクトがこのように多くのメディアにより報じられたことで、県内の多くの方々に、改めて山梨の伝統産業の伝承と発信の必要性について認識していただくよい機会になったと考えられ、このことが本研究の波及効果のひとつと思われる。

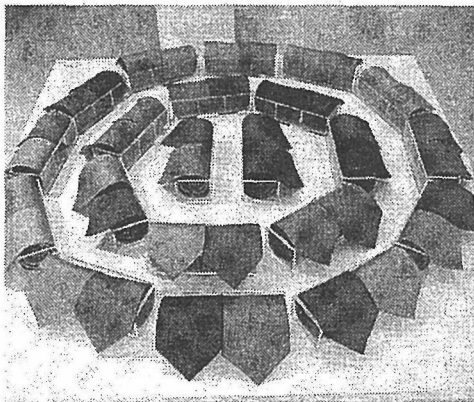
# 甲斐絹「出前授業」でPR

## 県立大が産官学プロジェクト 歴史や特徴、子どもに伝承

山梨県立大地域研究交流センター（波木井昇センター長）は、甲斐絹の伝承と地域ブランドとしての売り出しを目的に、本年度から産官学連携の研究プロジェクトに取り組んでいる。これまでの商品開発方法の検討に加え、今月からは甲府市内の中学校を皮切りに研究授業を展開するなどPR活動を強化。まずは県内の多くの若者に甲斐絹を知ってもらい、イメージアップにつなげたい考えだ。

同センターによると、研究プロジェクトの期間は来年度までの2年間。被服環境学の専門とする同大人間福祉学部の斉藤秀子教授を中心に、大

学教授や県職員、甲斐絹技術者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」のメンバーらで構成している。研究プロジェクトはこれまで甲斐絹を山梨ブランドとして全国に発信しようとして、服飾関係者を講師に招いた勉強会を開くなど商品開発方法の研究を進めている。



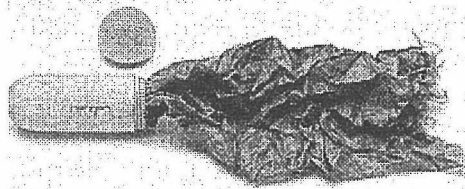
ネクタイなどに加工されている、山梨の地場産業品の「甲斐絹」（県提供）

新たに取り組む研究授業は、県内にいなから甲斐絹を知らない若者に甲斐絹の歴史や特徴などを知ってもらおうと企画。第1弾は山梨大付属中3年生を対象として13、20日の2回、甲斐絹座のメ

業の活性化につなげていきたい」と話している。

ンバーが甲斐絹について講義するほか、甲斐絹でティッシュケースを製作する実習を行う。今後は、生産が盛んだった富士吉田市内での開催を検討しているという。

波木井センター長は「これからは研究内容を学会で発表するなどPRして、甲斐絹のイメージアップや地場産



甲斐絹座が製品デザイナーと組んで開発したスカーフ

### 県立大、地場企業と授業

山梨県立大学は山梨大学や富士北ろくの繊維メーカーと組み、同地域の伝統的な絹織物「甲斐絹」を題材にした中学生向けの授業を実施する。県立大が山梨県などと取り組む地場産業振興策の一環で、子どもの中から地元の特産品への

## 中学生に「甲斐絹知って」

### 生地使い小物製作

愛着を育てる狙いだ。

山梨大付属中学校3年の1クラスで、13日と20日に50分ずつの授業をする。甲斐絹を使った製品を開発する甲斐絹座（山梨県富士吉田市）の前田市郎社長らが、歴史や特徴、織り方などを説明。実際に甲斐絹の生地を使い、ティッシュケースなどの小物を製作する。

前田社長は「日本全国に

販路を広げるには、まず県民に自信を持って使ってもらう必要がある」として、子ども向けの授業などに長期に取り組む考えだ。

県立大は県の産業支援課や富士工業技術センター（同）などとプロジェクトを組み、甲斐絹の伝承とビジネス展開に関する研究を始めた。県内外での知名度向上などの方策を探る。

日本経済新聞 平成22年1月8日  
(日本経済新聞社の許諾を得て転載しています)

# 甲斐絹の手触り知って

## 山梨大付属中で出前授業



県立大地域研究交流センターは13日、甲斐絹の伝承を目的とした出前授業を甲府・山梨大付属中で開いた。

同センターが本年度から取り組んでいる、甲斐絹を山梨ブランドとして発信する産官学連携プロジェクトの一環。

プロジェクト研究者で、甲斐絹技術を復活させ、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2人が甲斐絹の歴史や特徴、プリント布との違いを説明した。

授業を受けた3年生35人の

甲斐絹の説明を受けながら、布の手触りを確かめる生徒

— 甲府・山梨大付属中

うち、甲斐絹について知識のある生徒は数人。生徒たちは初めて触れる甲斐絹の端切れや雨傘を光にかざし、布の光沢を確かめていた。吉川雅史君(15)は「わき水などに恵まれた山梨だからこそできる地場産業なのだと分かった」と話した。

今回の授業では、甲斐絹を使ってポケットティッシュのケースを作製する。講義を担当した甲斐絹座の前田市郎社長は「子どもたちに地場産業への認識を深めてもらうことで、甲斐絹の地域ブランドとしての定着と伝承につなげていきたい」と話している。

同センターは今後、出前授業を各地で開く予定という。

山梨日日新聞 平成22年1月14日  
(山梨日日新聞社の許諾を得て転載しています)

## 1 1. 平成21年度研究活動の評価と今後の課題

### (1) はじめに

ここでは、平成21年度研究活動について、「1. 研究の概要 (3) 研究の方法と手順」に基づき検証、評価するとともに、今後の課題について検討した。

### (2) 平成21年度研究活動の評価

ブランドビジネス展開の理論、消費者行動理論についての講師を招いての勉強会は2回行われた。1回目は宇都宮共和大学松本晃子氏を招き、「地域ブランドと商品開発」について講演頂いた。2回目は杉野服飾大学、特任教授、織田晃氏を招き「ゼロ成長時代のものづくりサスティナブルウェアの可能性」について講演頂いた。いずれも本研究を進める上で示唆に富む講演であったと評価される。

「甲斐絹」を題材とした教育プログラムの開発について、本年度は、児童、生徒対象の、手縫いによるキットについての検討と平成 22 年度の研究授業に向けての検討を行う予定であった。この計画に沿って、児童、生徒対象とする題材として、甲斐絹の小物を作成し、その縫製方法等の観点からどのような小物であれば教材として利用できるかについて検討した。さらに、山梨大学人間教育科学部、附属中学における研究授業を企画し、平成 22 年 1 月に同中学校赤岡玲子教諭、甲斐絹座メンバーの協力を得て、実施することができた。題材とした小物の選択等に課題が残るものの研究授業を実施することができ、この内容の問題点等についても検討が行われた。なお、本研究授業は、山梨県のメディアの注目するところとなり、県内外への甲斐絹知名度を高める、また、本研究の取り組みを広く周知するという波及効果となったと考えられる。

富士吉田市における甲斐絹生産の現状、織物企業・地場産業センター等の現状調査について、平成 22 年 3 月に実施することができた。富士吉田市歴史民族資料館の見学、田辺織物工場見学、前田源商店店内見学、山梨県富士工業技術センターでの保存甲斐絹の見学を行うことができた。

福島県昭和村の「からむし織」等、伝統織物の産地を訪問、そのビジネス展開と消費者の動向調査については、平成 22 年 3 月、群馬県桐生市を対象として実施した。群馬県織維工業試験場、群馬県織物協同組合、桐生市森秀織物を訪問し、その実情について情報を得ることができた。

平成 21 年度研究報告書の作成、公表について、平成 22 年 3 月、本報告書を公表することができた。また、産・官・学の協力体制について、上記、いずれの研究活動についても、その企画、実施の段階で、(株)甲斐絹座、山梨県労働商工部産業支援課、山梨県富士工業技術センター、山梨大学、山梨県立大学の研究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。

しかし、山梨県内の伝統工芸、生活・趣味・服飾・織物に関わる企業についてインタビュー調査、および企業の基礎的データ入手、そのブランド構築、および消費者動向分析について、本年度は実施することが出来なかった。また、報告書に群馬県桐生市を対象とした調査について掲載することが出来なかった。これらについては次年度の課題として、実

施していく予定である。

上記のとおり、本年度の研究活動は、研究計画に沿って、滞りなく実施されてきていると考えられる。

### (3) 平成22年度の課題

平成22年度は当初の研究計画書に記載した研究活動とあわせて、次の研究活動を予定している。平成22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。

- ・ 吉田市における甲斐絹を題材とした研究授業

研究授業内容についての検討をふまえ、研究授業実施校の選定、高等学校、中学校における甲斐絹を題材とした研究授業を実施する。

- ・ 甲斐絹の小物の製作とその製品化の検討

小学生、中学生が短時間で製作できる小物、山梨県立大学の生協で販売用小物、山梨県のお土産屋で販売用の小物等、甲斐絹による小物を製作する。また、この活動により、大学生協で販売できるグッズを開発し、試作、製品化、販売について検討するとともに、この活動を行う組織についてどのような方策があるか検討する。さらに、観光土産用小物の開発、試作を行うとともに、観光業における甲斐絹の利用について検討する。

- ・ 甲斐絹の県内外へ周知のための方策の検討

甲斐絹柄の県内産紙製品への利用を企画し、県内外への周知を図る方策を検討する。

- ・ 消費者ニーズを活かした商品開発についての情報収集

山梨県での消費者ニーズを活かした商品開発が行われていると推察される企業を訪問し、情報収集を行う。

- ・ 伝統織物の産地の調査

伝統織物の産地を訪問、そのビジネス展開と消費者の動向についての調査を継続する。

- ・ 「甲斐絹」のビジネス展開の可能性についての調査

山梨県立大学の学生を対象に、地場産業である「甲斐絹」のビジネス展開についてどのように考えているか調査を行う。

- ・ 「甲斐絹」のビジネス展開の可能性についての検討

平成21年、22年度の活動をもとに、共同研究者のディスカッションを行い、検討する。

- 平成 22 年度研究報告書作成、公表。

上記の活動について報告書を作成し、公表する。

- 研究内容の学会での公表

平成21年度の研究成果を家庭科教育学会等で公表するとともに、平成22年度の研究成果の公表についても検討する。

執筆者

1. 研究の概要 ..... 斉藤秀子、波木井昇、安達義通
2. 研究活動実績 ..... 安達義通
3. 山梨県の繊維産業について ..... 古屋万恵
4. 甲斐絹の特徴及び種類 ..... 五十嵐哲也
5. 甲斐絹の復興とその現状 ..... 前田市郎
6. 地域ブランドとしての伝統工芸の復活と大学の取り組み  
—宇都宮の浴衣・和手ぬぐいの染色工場の事例— ..... 松本晃子(宇都宮共和大学)
7. ゼロ成長時代のものづくり  
—サステイナブルウェアの可能性— ..... 講演 織田晃(杉野服飾大学)
8. 甲斐絹による小物製作 ..... 斉藤秀子、志村結美
9. 甲斐絹を題材とした研究授業 ..... 志村結美、斉藤秀子
10. 本研究の波及効果 ..... 波木井昇
11. 平成 21 年度研究活動の評価と今後の課題 ..... 斉藤秀子、波木井昇、安達義通

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 2010年3月  
編集 山梨県立大学地域研究交流センター  
センター共同研究「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、安達義通(山梨県立大学国際政策学部)  
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)  
前田市郎、山崎泰洋、榎田則夫、田辺丈人((株)甲斐絹座)  
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

---

