

京都・西陣織の工房見学を通じて プロモーションを企画しよう！

1 目的・概要

私たちは、着物の素晴らしさを再認識し、西陣織職人の工房見学を通じて着物の良さを広めるプロモーションを企画することを目標に活動しています。現在、呉服市場は1980年前後の最盛期に比べ、2020年時点では2380億円と市場規模が大きく縮小しています。需要縮小による職人の減少、後継者不足、低価格商品の普及を背景に、高価なシルクの着物は手の届きにくい存在となっています。春学期に行った西陣織の工場見学でこの現状を目の当たりにした私たちは、着物の需要低下に



伴う西陣織産業の衰退を改善するためには、私たちと同じ若い世代が着物に触れる機会を作ることが重要だという結論に至りました。91人を対象に行った着物の意識調査で、88%の人が祭り・イベント・成人式でのみ着物を着た経験があるという回答から、着物は特別な機会では着るものと認識されていることが分かりました。また、75.1%の人が着物に対して興味があると回答しており、着物に興味はあるが着る機会がないということも分かりました。そのため着物を身近に感じてもらうきっかけになる場を作ることを目指し、イベントの企画・実行によって大学生が気軽に着物に触れる機会を提供しました。

Annual Schedule

2023年	4月	プロジェクト概要理解／役割決定／見学前学習
	5月	西陣織職人訪問・工房見学（図案家・意匠・整経・引箔・糸染め）
	6月	西陣織職人訪問・工房見学（緋・整織）、浴衣着付け体験イベント開催
	7月	振り返り、アンケート集計・考察
	8月	活動内容考案
	9月	プロモーション計画立案
	10月	イベント準備
	11月	結婚式場和装イベント実施、振り返り
	12月	着物基礎講座イベント実施、振り返り
2024年	1月	着物×友禅染イベント実施、アンケート集計・考察

2 成果達成度

春学期に行った着付け体験イベントでは、参加者が自身で着物を着ることのハードルを下げることに成功しました。イベント後のアンケートでは参加した15人全員が今後も着物を着用したいと回答し、「着付けは素人には無理という先入観があったが、コツを掴めば意外とできる」、「自分で着付けを行うことによって着物との距離が縮まった感覚がある」といった感想がみられました。

秋学期は結婚式場での着付け体験会、着物の基礎知識講座、京都きものパスポートを利用した友禅染体験会を行いました。

結婚式場で行った着物の着付け体験会では、和服を3回以上着用した経験がある4人を対象に実施しました。このイベントを通して、着物を着る場に対するニーズがあるということを実感しました。参加者からは「一人で着物を着て街を歩きづらい。仲間と共に着物を着て出かけたかった」という感想が寄せられました。また、「今後も和服を着るイベントに参加したい」と参加者全員が回答したため、和服を着る人に対しては仲間を見つけ、着る場所を提供する「場」の提供がプロモーションとして大きな効果をもたらすのではないかと感じました。

着物の講座イベントはプロジェクト科目生自らが着物の種類や歴史を教えるという座学形式の内容でしたが、参加者は1人と少なく、改めて着物を着る場所の提供が重要であると確認できました。



京都きものパスポートを利用した友禅染体験イベントでは、着物の着用によるメリットを参加者に伝えることができました。参加者からは、京都きものパスポートについて「より気軽に京都らしさを体験できる魅力的な制度で、今後も使用したい」という感想が寄せられました。

3 プロジェクトを通じて

元々興味はあったが、実際に触れる機会がなかった西陣織を、工房見学を通じて詳しく知ることができました。職人さんの繊細で巧みな技を目の当たりにし、西陣織が高級品である意味を実感した経験となりました。職人さんの中にはブランドとコラボをして西陣織をなんとか残そうとしている方がいる一方で、西陣織の未来に希望を持たず自分の息子には工房を継いで欲しくないという方もいました。西陣織の伝承が正義だと思い込んでいましたが、実際に現場の声を聞いてみると必ずしもそうで

はないことが見えてきて、私たちは大きな壁に悩まされました。

着物の需要や興味関心度を測るために着付け体験会を実施したところ、着物に関心が高いにもかかわらず、成人式など特別な機会ではしか着たことがないという意見が多くみられました。着物は普段着としても着られるということを知っている人を知ってもらうことで、着物の需要を増やすことに



繋げられるのではないかという推察で、プロジェクトメンバーの意見が一致しました。このように、壁に当たった時、まずは根本的な問題を熟考し、アンケートを取りデータを分析することで、「何を根本的に解決すれば、この問題を解決することができるか」ということが見えてくると学びました。

秋学期では実際に、着物が普段でも着ることができるものを知ってもらうための実験的コミュニティを作り、そのコミュニティの参加者を募るためのイベントを3つ開催しました。イベントでは、着物が身近なものであるということを伝えるだけでなく、洋風な場所に着ていくなど、新しい和装概念を提供することを目的としました。そのため、普段着物には興味があるが、着ていく機会がないと悩んでいる層にターゲットを絞ってイベントを開催することにしました。このように、目的に適したターゲットに絞ることで、イベントの集客や内容をより明確化できることを学びました。そして、イベント前後のアンケートでイベントの効果を測るようにしていました。数値として変化を目に見える形にすることは、達成感を感じるだけではなく、開催したイベントが目的に適したものであったかを再確認し、次のイベントに生かすことができると思いました。



編集後記

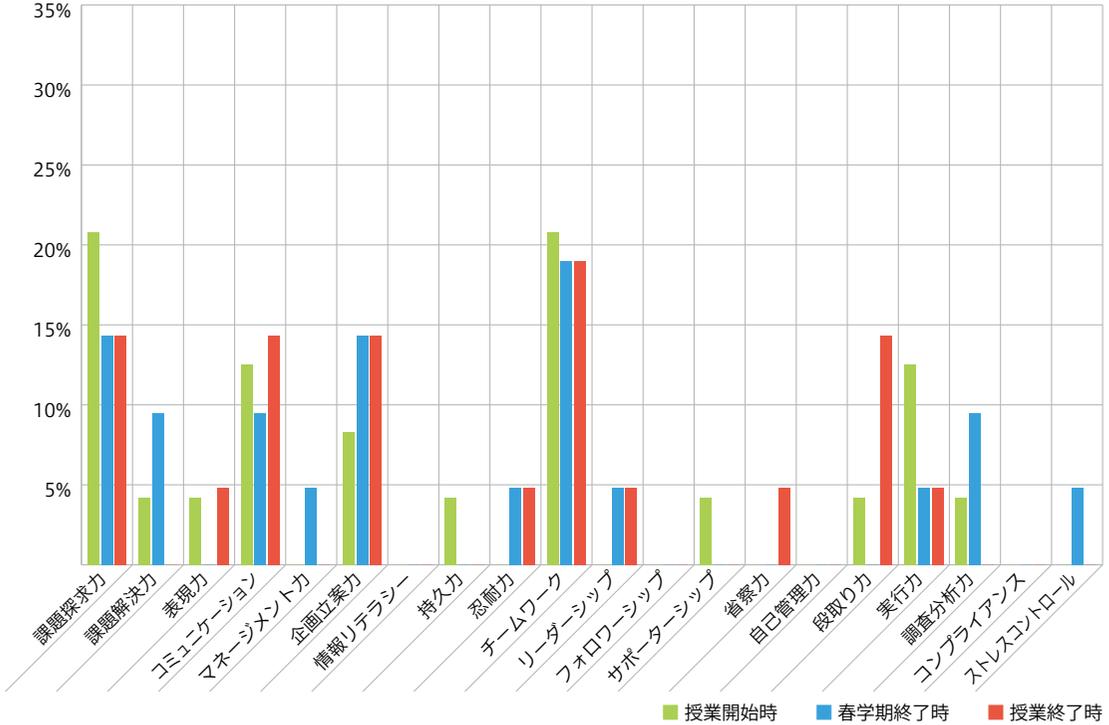
1年生の時に存在を知り、絶対に履修したいと決めていたプロジェクト科目。授業は学生主体で、工房見学のち真っ白だったスケジュールを埋めるべく、試行錯誤しながら学びと経験を積み上げてきました。振り返ると、着付け体験会に結婚式場での和装イベント、着物基礎講座あれば着物で友禅染ありと、ユニークで価値あるイベントをコンスタントに創ることで着物の確実な魅力発信ができたと感じています。大切な仲間たちと先生方とともに着物と向き合ったこの一年は、かけがえのない思い出です。科目を通して大好きになった着物。これからも沢山着る機会を作り、自ら着物のプロモーションをしていきたいと思えます。

プロジェクトメンバー

河野 結布海(経済4) 宮内 彩伽(経済3) 池田 航大(商3) 古賀 菜々子(商2) 茂田 華奈(文化情報3)
大前 凜子(社会3) 笠原 祥香(グローバル地域文化3)

プロジェクト活動 アンケート集計結果

Q1. チームとしてのプロジェクト活動に「必要と思われる要素」を選んでください。



Q2. プロジェクト活動を通じて実際にあなたが「身についたと思う要素」を選んでください。

