

令和時代の商品企画！ 京都着物をプロデュースしよう！

1 目的・概要

呉服市場は、1980年前後のピーク時には市場規模が1兆8000億円に達していたものの、原材料の価格高騰や新型コロナウイルスの影響による着物需要の減少などを背景に、2010年には3000億円、さらに2020年には2380億円と大幅に縮小しました。現在では、産業の維持が非常に困難な状況に陥っています。本プロジェクトでは、大学生の視点を活かし、今までの呉服業界では実施されていない企画や商品制作を行うことで、多くの人々の着物への興味や関心を喚起し、その魅力を再発見してもらうことを目的として活動しました。春学期には着物市場の現状と西陣織についての理解を深めるとともに、街頭アンケートを実施しました。その結果、「着物に関心はあるが、着る、学ぶ、触れる機会がない」と感じている層が一定数存在することが分かり、企画のターゲットをその層に設定しました。そして、このターゲット設定をもとに、秋学期には、「今までになかった商品の開発」と「着物に関わるイベントの実施」の2つの方法で着物需要への発掘へのアプローチを行いました。具体的には、「商品の開発」では、西陣織の技術を転用した『着ない西陣織』というコンセプトのもと、リングピロー、御朱印帳、アクセサリなどの商品を作成し、着物を着ない人でも日常的に西陣織の魅力に触れられるアイテムを提案しました。また、「イベントの実施」では、無料着付け体験やTEDxDoshishaU イベントブースへの出展を行い、参加者に着物の魅力を実際に体感してもらう場を提供しました。



Annual Schedule

2024年 4-5月	着物講習会・商品サービス企画会議
6月	工房見学・試作品制作
7月	路上アンケートの実施・春学期の振り返り
9月	成果報告会の振り返り・秋学期の活動指針会議
10月	和服の日着物体験イベントの実施
11月	TRADITION FOR TOMORROW 出品 TEDxDoshishaU ワークショップ出品
12月	高島織物着物デザインコンテスト出品・工房見学
2025年 1月	秋学期の振り返り



2 成果達成度

着物の需要の発掘という点では、目に見える成果は十分に達成できませんでした。この理由として、消費者と生産者の求めるものが相反している場面が多く見受けられ、そのバランスをとることの困難さから、革新的な活動が行えなかったことが挙げられます。例えば、価格の問題においては、春学期に実施したアンケートにより、廉価な商品であれば手に取ってみたいという回答が多く見られたのに対して、西陣織の制作における職人さんの関与や原材料の高騰化、ブランディングの保護などの観点から廉価品の生産が現実的に不可能であるという壁に直面しました。この壁を越えるための具体的な施策を示すことができず、結果として、作成した商品も価格帯が高めで、生産者側の視点に寄った商品の開発が中心となり、新たに需要者を得ることはできませんでした。また、こうした課題に直面する中で、プロジェクトチーム全体の方向性を統一することにも苦勞をし、話し合いの場面では様々な革新的な案が出る一方で、最終的に実行できた企画は従来の呉服市場で行われてきた施策の延長線上にとどまるような内容になってしまいました。



ただし、秋学期に実施した着付け体験会やTEDxDoshishaU イベントブースへの出店では、参加者の方から「着物へのハードルが下がった」や「西陣織への関心を持った」というお声をいただき、大学生やイベント参加者といった身近なところでは着物需要へのきっかけを作ることができましたと感じています。

3 プロジェクトを通じて

プロジェクト科目を通じて、着物市場が抱える課題は、一朝一夕で解決できるものではないことを痛感しました。市場の縮小に加え、価格帯やライフスタイルの変化、若年層の関心低下といった複合的な問題が絡み合い、伝統産業を存続させるためには、長期的な視点での取り組みが必要だと感じました。特に、着物の魅力を現代のライフスタイルに合わせて再発見することが鍵であり、それには新しい価値を創出する柔軟なアプローチが求められると感じました。

また、1年を通して、PDCAサイクルの重要性を実感しました。PDCAサイクルとは、Plan（計画）、Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）の4つからなる目標達成や業務改善のプロセスですが、本プロジェクトでもこの考え方をもとに活動を行ってきました。企画を実施する際には、Plan（計画）において慎重に検討を重ね、企画の目的や予想される効果について受講者間で何度も議論を行いました。しかし、様々な企画やそれに付随するアンケートを実施する中で、必ずしも予



定通りに企画を進行できるわけではなく、予測していた結果が得られない場合も多いことに気づかされました。特に、ターゲットの年代や性別が受講生の感覚とかけ離れている場合には、このような傾向が顕著でした。こうした状況を通じて、Plan（計画）を最低限実施した後は、早い段階で Do（実行）、Check（評価）、Action（改善）へと繋げ、実行によって得られた結果や評価をもとに柔軟に対応することの重要性を学びました。また、実行の結果、当初の予測通りの効果が得られなかったとしても、そこから得られる情報には十分な価値があると理解しました。1年という限られた期間では、確実に結果を出す企画を慎重に計画するよりも、短期間で多くの企画を進めて多様な結果を収集するほうが、目的達成にはより効果的であると感じました。



編集後記

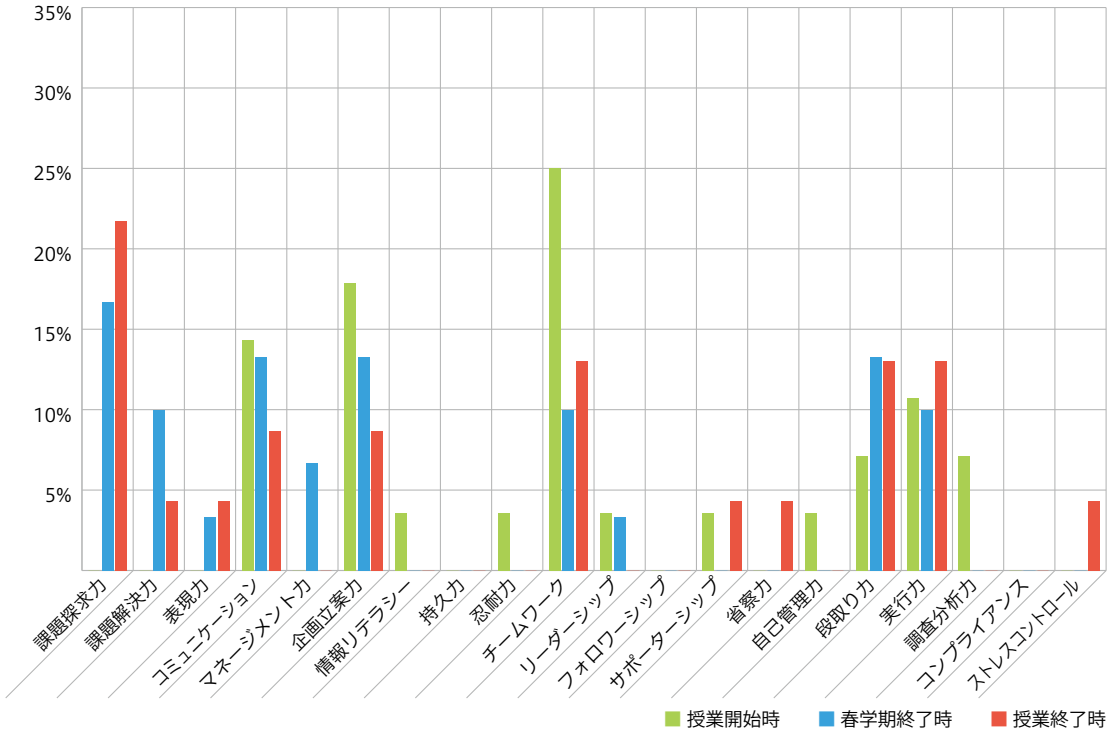
この1年を通じて、「着物の魅力を伝える」という目標を掲げたものの、実際には自分自身がその魅力に引き込まれていく時間でもありました。今まで気にも留めなかったショーウィンドーに並ぶ着物に着目したり、足を運ぶことのなかった着付け教室に行ったりすることが日常の一部になり、生活の中で『着物』が溢れていきました。最初は敷居が高いと感じて遠ざけていた着物も、実際に触れ、学ぶことでその印象が大きく変わりました。楽しいことばかりではなく、予期しない問題にも直面した1年でしたが、それらの経験が今後の自分を形成する基盤になったと実感しています。この一年を通じて得た学びは、これからも大切にしていきたいです。

プロジェクトメンバー

朝倉 颯人(文3) 加藤 愛結(法3) 中橋 姫菜(経済2) 南 春伽(商3) 高橋 和花(社会3)
池田 はるな(グローバル地域文化4) 関谷 真由(グローバル地域文化2) 橋本 悠璃(グローバル地域文化2)

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。

