

掛川手織葛布の継承に向けた若者からの提言

静岡文化芸術大学 デザイン学部 黒田ゼミ

指導教員：教授 黒田宏治、教授 佐井国夫

参加学生：岩崎桃子、杉田みう、南部由衣、浅井友茄
浅野青葉、池田梨央、伊藤悠貴、小野風香
吹田莉菜、高千波、野村祐衣

1. 要約

掛川市・関係団体との連携・交流のもと、デザイン系学生による地域資源の調査・評価等を行い、掛川手織葛布の利活用の可能性を企画・検討する。若年層をターゲットにした葛布製品に加えて、広報・情報ツール、プロモーション活動等も視野に入れる。

2. 研究の目的

掛川市の伝統工芸品である掛川手織葛布の生産は他産業の生産技術の進歩や社会構造の変化によって減少し、最盛期には 40～50 軒あった手織葛布商が、今では 2 軒となっている。伝統的な技術の継承が危ぶまれ、郷土工芸品の消滅に直面している状況を、若者目線の独自のアイデア・提案によって打開したい。若者が伝統工芸に興味を持つためには何が必要か、どうすれば良いかを検討したい。

3. 研究の内容

- (1) 参加学生による現状資料調査からの掛川市における掛川葛布利活用の課題、調査視点の抽出・検討。
- (2) 参加学生による町内現地調査（観察・体験・取材等）や地域参考事例調査を行い、商品企画・ブランド企画・広報案を展開。
現地調査期間：8 月 31～9 月 2 日 小崎葛布工芸にて葛布製作体験
- (3) 用途開発製品企画案、広報・PR コミュニケーション展開案、ブランドプロモーション展開案のデザイン制作。

4. 研究の成果

本研究では、各学生が各自 掛川葛布を活用した企画制作を提案する。参加学生チームによる現地での葛布製作体験・観察・取材を行ったのち、各自課題の抽出・検討を行い、企画・提案を行う。参加学生のうち、5 名は葛布の用途を広げるための商品企画などの用途開発デザインを提案、3 名は、葛布の認知度向上のための紹介や製品の販促プロモーションの提案、もう 3 名は葛布を利用した新たなブランドプロモーションの提案をする。次頁から、各自の成果物・提案内容について、各自まとめたものを記述する。

【若い女性をターゲットにした葛布サシェの提案】

デザイン学部3年 岩崎桃子

葛布の抗菌・防虫効果と、使うほどに手に馴染み色合いが深くなる特性を活かしたサシェの提案。ターゲットは20~40代の若い女性。コンセプトは「ずっとそばに置いておきたいサシェ」。ストラップサイズのサシェを製作した他、コンセプトを伝えるためのリーフレットと、パネルを製作した。販売店舗は、若者が訪れるセレクトショップやアロマ雑貨店を想定している。



【子から親へ、世代を超えた贈答のプロモーション】

デザイン学部3年 杉田みう

葛布産業従事者の高齢化・後継者不足という現状から、若者や葛布をあまり知らない人をターゲットに葛布とその魅力を紹介するパンフレットを制作しました。葛布製品の購入者の主な年齢層が50~70代の女性であることから、親・祖父母へ葛布商品の贈答をひとつのきっかけに、若者にも興味・関心を持ってもらいたいと考えました。



【葛の糸を利用したランプシェードの提案】

デザイン学部3年 南部由衣

すだれから漏れるやさしい光のように“手づくりのぬくもり”を感じられるインテリア商品として、ランプシェードを提案する。葛布ならではの光沢や飴色の艶による味わいを楽しみながら、長く愛用できると考えた。フロア・テーブルランプとして使用でき、大きさは直径約12.5cm。商品紹介として、葛布やランプシェードについて書かれているカードを同包する。ターゲットは、自然素材を使用した生活環境に憧れのある20代後半~30代の女性



【子供向けの掛川葛布商品を扱うブランドの提案】

デザイン学部3年 浅井友茄

子どもをターゲットとしたブランドのロゴと、葛布で作ったおもちゃなどの商品、パッケージ、HPを提案。コンセプトは「子どものための葛布屋さん」。商品を通して小さな頃から葛布に親しんでもらい、次世代へ葛布を伝える。また、姉妹ブランドとして、「星葛」というアクセサリーブランドも同時に提案する。商品の布の面積を小さくして価格を抑えつつ、葛布の美しさを伝える。こちらにも、ロゴ、商品、パッケージ、HPなどを作った。



【家族を失った人へ、心に寄り添うオーダーメイド品の提案】

デザイン学部3年 浅野青葉

この世の想いをあの世へ伝え、故人との繋がりを心で感じる。悲しみに共に向き合い、人の心に寄り添う物。商品の世界観は「禅」で、心を落ち着かせるものとして葛布の色合いや自然さ、伝統的な面が活かせる。人だけでなく動物に向けても展開。冠婚葬祭に関わるもので寺社と連携して販売することで全国的な葛布の知名度向上を目指す。



【掛川葛布を利用したお菓子のパッケージデザイン】

デザイン学部3年 池田梨央

高価でなかなか購入し難い葛布を、手土産などに手軽に購入できるお菓子と同封し、お菓子を通して葛布について知ってもらう。お菓子は葛の根、葉を粉末にしたものを使った葛餅で、お菓子もパッケージも葛で統一している。同封する葛布はティーマットの大きさで、開封後そのままティーマットとして使用することができる。グリーンモンスターとも呼ばれ、嫌われ者でもある葛のイメージを覆すような、高級感のあるパッケージデザインを提案する。



【掛川葛布PRチラシ及びクーポン券の製作】

デザイン学部3年 伊藤悠貴

掛川葛布産業の現状として、現在衰退の一途をたどっており、生産者の高齢化による後継者不足に悩まされている。また、葛布産業及び商品に対してのPRが課題とのこと。そこで、(1)葛布についての情報や葛布商品の宣伝をDM、チラシなどに掲載、市内の各家庭に配布(2)葛布を実際に触ってもらうため、広告媒体に直接葛布を貼り付ける(3)広告媒体に商品割引クーポン、葛布無料体験コース参加クーポン券を添付といった葛布PR戦略を立案した。



【掛川葛布のブランド化と新しい販売方法の提案】

デザイン学部3年 小野風香

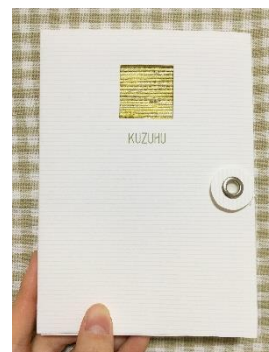
葛布を「KAKEGAWA KUZUFU」という生地ブランドとしてブランディングする。現在行われていない葛布そのものの販売を、企業向けに展開する方法を提案する。販売方法は生地とブランドロゴマークの入ったタグをセットにして雑貨製造・販売店に販売を行い、雑貨製造・販売店は規則に従い葛布とブランドタグを使用してもらうというもの。



【掛川葛布を手にとってもらいやすくするパッケージデザイン】

デザイン学部3年 吹田莉菜

葛布をより購入しやすく、使用しやすいシチュエーションを作る。掛川名産のお茶のティーバッグまたは葛湯とセットにして販売することで、まずコースターを使う楽しみを得られ、買うだけで終わることがない。手頃な値段でお土産やコレクションとして買い求めやすいものを考えた。同じ柄が無いという葛布の特徴も活かせると考えている。箱の形は手帳型にし、葛布の説明や情報も載っているため、葛布について知ってもらうことができる。



【葛布製品のカタログ】

デザイン学部3年 高千波

私は、このプロジェクトをするにあたって、掛川葛布のパンフレットなどをいくつかもらったが、どれも若者に、受けそうなデザインではないと思った。そこで私は葛布が若者にもおしゃれなんだと伝わるように、駅などで置くフリーマガジンを想定して葛布のカタログを制作した。葛布の製品を日常的に使って欲しいという願いをこめて、日常生活に葛布の製品を取り入れたカタログに仕上げた。



【若者に向けた土産の提案】

デザイン学部3年 野村祐衣

私は、葛布を用いた着物型の提案をします。葛布はかつて、着物や狩衣、陣羽織などの衣類として、人々の生活に存在してきました。しかし現在葛布の知名度は落ち、若者で葛布を知っている人は少なくなっています。復興するためには、知名度が必要です。そこで私は、葛布を認知していない若者にまずは葛布を知ってもらうため、葛布に馴染みのない人でも手を出せる価格帯。かつ若者受けをする掛川土産として、この提案しようと考えました

