

## 掛川手織葛布の情報発信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、佐井ゼミ

指導教員：教授 黒田宏治、教授 佐井国夫

参加学生：飯田佳那子、岡春佳、小栗奈々、小里弓子

亀田佳那、小泉めぐ、洪詠琴、富田咲良

藤原早優、松浦あづみ、吉川有紀

### 1. 要約

掛川市・関係団体と連携し、デザイン系学生による掛川手織葛布の現状の調査・分析、現地調査や体験を通して、利活用の可能性の検討を行った。それらを通して各学生が研究し、その成果を1月25日に掛川市で開催した最終報告会で発表した。

### 2. 研究の目的

掛川市の伝統工芸品である掛川手織葛布は、多様な繊維産業の振興や社会構造の変化によって衰退の危機にある。最盛期には40～50軒あった手織葛布商が、今では2軒まで減少し、伝統的技術の継承が危ぶまれる。若者独自の視点・発想により、郷土工芸品の消滅に直面している状況を打破したい。各々ターゲットを設定し、伝統工芸に興味を持てるような情報発信・プロモーションを企画・提案する。

### 3. 研究の内容

- (1) 参加学生による現状調査を通じた掛川手織葛布プロモーションの現状評価、調査視点の抽出・検討。
- (2) 参加学生による市内現地調査（観察・体験・取材など）や参考事例調査を踏まえ、各自目標を定めたうえで商品企画や情報発信・プロモーション活動のアイデア展開。
- (3) 調査分析、アイデア展開を踏まえた広報・情報ツールの企画制作、商品開発やブランディングの提案、プロモーション活動（まちづくりやビジネスへの展開も含む）の企画デザイン。

### 4. 研究の成果

本研究では、各学生が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づくり体験・観察・取材を行った後、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、3名は葛布の売り方やPRなどのプロモーション提案、3名はパッケージデザインやブランディング、3名は葛布を活用した商品開発、2名は葛布に関するシステム作りを提案する。次項から、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。

### 【絵本『かっぷんの伝説の旅』と葛布かふえの提案】

デザイン学部 3年 富田咲良

葛布を知らない人のための、葛布と出会うきっかけとなる絵本の制作と場の提案。絵本「かっぷんの伝説の旅」では、オリジナルストーリーで葛布にかけられた手間暇や愛情を印象的にアピールする。店頭で置く、読み聞かせ等で沢山のの人に読んで頂き、購買への興味に繋げる狙いである。場の提案では、葛布のある空間で葛や掛川茶を味わいながら、伝統の歴史を知る特別なひとときの提供を考えた。



### 【御長寿のお祝い品として掛川手織葛布を売り出す】

デザイン学部 3年 藤原早優

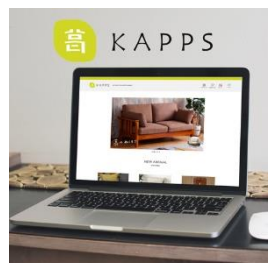
掛川葛布販売の問題点として、商品の売り出し方が明確ではないため、商品と顧客を上手く結び付けられていない事が挙げられると考えた。そこで、掛川葛布を御老人の素敵女性らしさを引き出すご長寿のお祝いの品としてPRすることを提案する。お祝いの品の相場が2〜3万円ということもあり、一般的に高価で手が出しにくいとされている掛川葛布の、自然な購入機会になるのではないかと考えた。



### 【葛布を用いた家具・生活雑貨ブランドの提案】

デザイン学部 3年 小泉めぐ

“日常にお洒落な伝統を”がコンセプトの葛布ブランド「KAPPS」の提案。20〜30代をターゲットに、在宅業務が増えた現代に合わせて、普段の生活をワンランク上げてくれるような葛布家具を販売するWEBサイトを展開した。現在店で販売している雑貨商品も並べ、一点ものであることを売りに、安過ぎない値段設定でカジュアルめな高級感を目指している。



### 【健康を守る—お茶×葛布】

デザイン学部 3年 洪詠琴

掛川はお茶のイメージを持たれている方は多いが、葛布を知っている人は少ない。そこで葛布を多くの人に「知ってもらおう」ことが第一だと考えた。今コロナの影響で、家の中で家族と一緒に過ごす時間が多くなっている。葛布は特別な光沢を持っているので、おしゃれで和風な空間を感じられる。葛布のコスターを使い、家族と一緒にお茶を飲みながら感情を増加させて、健康な生活を作る「お茶と葛布コースターセット」のパッケージデザインを考えた。



### 【絵葉書のように想いを贈る、葛布コースターのパッケージデザイン】

デザイン学部3年 小里弓子

コンセプトは「想いを『色』で伝える」。SNSの普及により簡単に連絡が取り合える今、手紙は連絡する為の手段から気持ちを伝える手段へと役割を変えた。そんな手紙の特別感と葛布の高級感の調和を目指し、葛布によって掛川の風景が色づくパッケージを制作した。この商品が葛布の美しさを知るきっかけとなり、親や祖父母など大切な人への贈り物として生活を彩ることを願っている。



### 【葛布を用いた、モダンな帽子のブランド計画】

デザイン学部3年 飯田佳那子

20代半ば～40代前半の若年層をターゲットにした帽子屋のブランディングを行う。葛布は特性として、通気性の良さ、使用すればするほどであるあめ色の光沢感・高級感、防虫・殺菌効果がある。若年層が日常使いできて、この特性を体感するには、帽子が適任ではないかと考えた。主な制作内容は、ブランドロゴ、パッケージ、取扱説明書（葛布についての冊子）を提案した。パッケージやブランドイメージは高級感のある和モダンな印象にした。



### 【葛布を若い人にとって身近にするアクセサリーブランドの提案】

デザイン学部3年 岡春佳

掛川の葛布の切れ端を使って、10代～20代の若い女性をターゲットにしたアクセサリーブランド「Pueraria」を展開する。アクセサリーはピアス、イヤリングを制作し、くるみボタンのような丸い形にした。葛布の味わい深い色合いをアクセサリーとして楽しんで欲しい。また、ブランド展開に伴ってブランドロゴ、パッケージ、同封する説明書も制作した。



### 【葛布を使ったラッピング「掛川くづつみ」】

デザイン学部3年 亀田 佳那

「掛川くづつみ」は、20～30代の女性に向けた提案である。抗菌・防虫、丈夫、経年で色変化という葛布の特徴を活かしたラッピング製品となっている。ラッピングは物に感謝や祝福などの心を表現できるが、開封後はゴミになる。SDGsが求められる現代では微妙な存在である。本提案はこの現状の解決を目指したデザインで、葛布端材でできた本品と同じ柄は無く、開封後の再使用、ゴミの削減が可能である。



### 【葛布で色々な長さの紐を作る】

デザイン学部3年 小栗奈々

葛布の紐で商品を作ることが今回の提案内容である。紐というものは普段の生活の中で無意識に使っているものだ。それは現在普及しているもので事足りる。しかし今時の、物で溢れている世の中に自然的な葛布は映えるのではないかと考えた。ちょっとしたところに取り入れるということで、若者も手が出しやすくなる。この紐で、伝統芸能である葛布を作る職人の人々と消費者を「繋ぐ」ということをコンセプトに「TSUNAGU」を提案する。



### 【雑草害を「掛川の葛」文化振興につなげるビジネス】

デザイン学部3年 松浦あづみ

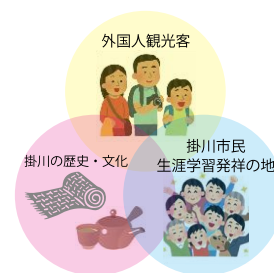
掛川市では、葛全体の利活用を探究する動きがあるが、あまり連携が取れていない現状にある。そして葛自体は厄介な雑草として環境害になっている。「やっかいものを地域のいいものに」をコンセプトに、この2つの問題点をつなげて解決を目指す。クズ害に悩む土地を「契約葛畑」とする雑草処理事業、業者向けの葛の販売、葛製品ブランディング・販売という3つのセクションに分かれたビジネスを提案する。



### 【掛川葛布を伝える「葛布伝承ツアー」の提案】

デザイン学部3年 吉川有紀

掛川市には葛布に関する取り組みが多くある。それらの取り組みを連携させ、より継続的になるための仕組みを考えた。また、掛川市は生涯学習のまちである。交流を通して、市民が掛川の魅力を知るとともに、葛布を市民の誇りにすることがコンセプトである。そして、市民が魅力を発信していくための仕組みとして、掛川の魅力である、文化、歴史、交流を生かし、連携させた外国人交流ツアーを提案する。



## 5. 最終報告会での先方の評価

2021年1月25日(月)に掛川市役所で最終報告会を開催した。市担当・責任者及び葛布関係者から、次のような意見・評価をいただいた。若い人の意見を聞き、考えつかないような新鮮な提案や、普段作っているものでも違う視点からのアイデアを聞くことができた。掛川市はお茶の町といわれることが多いが、葛布も同様に広めていきたいという思いが強くなった。成果物も完成度が高く、市内での展示などを通して、市民にもこのような意見を広く知ってもらえるようにしたい。