

和柄を使った商品開発

文化理解系列 扇文ゼミ 阿部 楓 遠藤 真恋 齊藤 みなみ 古川 みずほ

1. はじめに

私たち扇文ゼミは、日本文化を日常に根付かせたいという気持ちから作られたゼミです。元々、日本文化に対する認知度が乏しくなっているのが現状であり、若い世代の方にも興味・関心を高めてもらうのを目的で始めました。

初めはどんな活動をすれば根付くのか分かりませんでした。武道は怪我の可能性や備品などの準備が難しく断念しました。また、華道や茶道・着物の着付けも考えましたが武道と同様の理由から諦めざるを得ませんでした。そこで、日本文化の一つである『和柄』を活用していこうと考えました。和柄には一つひとつ意味が込められており、その面白さも同時に伝え、広めることができたら良いのではと考えました。

活用方法もただ言葉にして伝えるのではなく、実際に和柄をモチーフにしたグッズ製作・販売をすれば日常に組み込みやすいという考察に至りました。

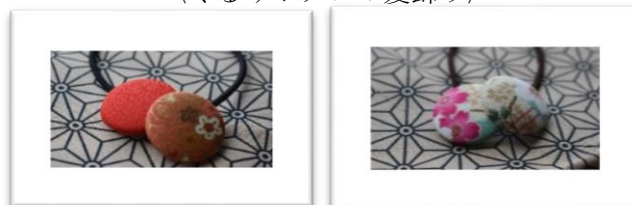
2. 研究方法・研究項目

〈S 高祭〉和柄をモチーフにした商品を作製し、ゼミのブースを設けて実際に作った商品を販売しました。

〈販売報告〉

商品名	売れた個数	利益
ポーチ類	3 個完売	1 2 0 0 円
くるみボタンの髪飾り	2 6 個完売	3, 9 0 0 円

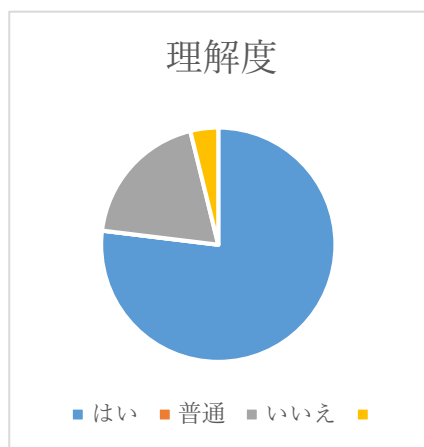
〈くるみボタンの髪飾り〉



〈鹿ゼミコラボ試作品〉鹿ゼミと協力して実際に使われなくなった鹿革を頂き、和柄と鹿革をモチーフにした商品開発を行いました。試作したものとしては【ポーチ・イヤリング・ヘアゴム・ネクタイピン】です。

商品開発に協力した結果、品質の良い商品を作り提供することが出来ました。また、6月に行われた鹿ゼミの試食会の場で作品展示会を行い同時にアンケートも集計しました。

理解度



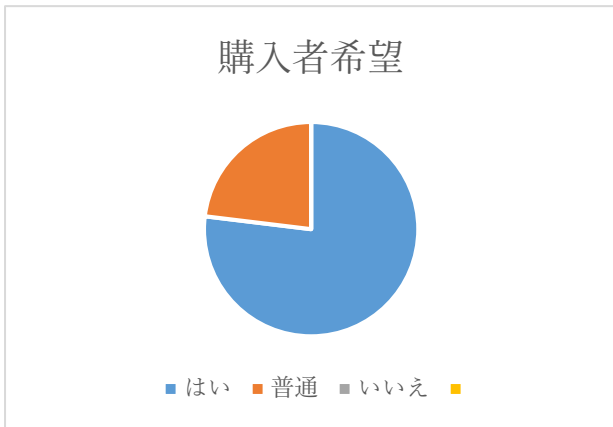
〈アンケートの考察〉

30人を対象にしたアンケートでは、はいと答えた人が26人。普通と答えた人が0人。いいえと答えた人が6人という結果になりました。

この事から、半数以上の人はいと答えているので圧倒的に理解度が高かった事がわかりました。

しかし、いいえと答えた人が少なからず6人いることが分かったのでこれからの反省として、扇文ゼミの告知を十分に行うことが大切だと感じました。

〈商品案〉



- 財布
- 小銭入れ
- コースター
- 巾着
- 小物入れ
- 眼鏡ケース
- 手帳

〈図1：考察〉

30人を対象にしたアンケートでは、はいが26人。普通
いいえが0人でし

このことから、購入者希望の方
圧倒的に占めているので商
魅力が高まった事が分か

図1

企画1：中学校一日体験入学 桜が丘中学校受け入れ

内容：中学生と共に日本文化に対する教養を通して実際に和柄にちなんだ作品製作をしました。



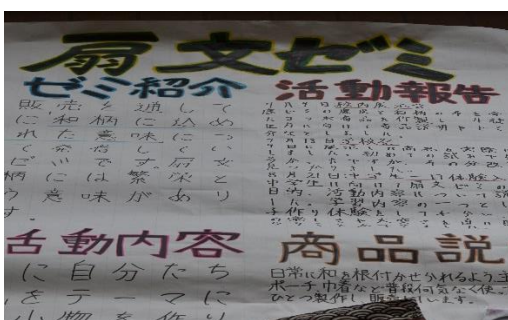
～体験内容～

- ① アイスブレイク
(互いに交流し合う)
- ② ゼミ説明
(理解を深めてもらう)
- ③ 和柄の名前クイズ
(興味を持ってもらう)
扇子・くるみボタン作製
(体験を通じた教養)

和柄の名前クイズでは、問題を解くにつれて和柄への知識や興味を持ってもらう事が出来ました。モノづくり体験では、実際に手に取ってもらうことでやりがいが増し最後には「楽しかった」という声を頂きました。

企画2：釧路日専連

内容：11月に行われた釧路日専連では、地域の人から関心を得るため、そしてより多くの人から扇分ゼミの認知度の向上のためポスターを通して参加しました。



〈反省点〉

客観的な声を聞くことができなかったため、その場の反応や雰囲気を知ることが出来ないほか、商品の販売をすることが出来なかった点が挙げられました。

3・年間行事

5月	活動計画
6月	鹿ゼミコラボ試作品展示会
7月	S高祭
8月	中学生一日体験入学
9月	日専連準備
10月	桜が丘中学校受け入れ
11月	日専連
12月	総合学科研

4・考察

5月から12月の活動を含めた結果としては、まず全校生徒にアンケートで図1・図2のような調査をしたところ以下のことがわかりました。

〈認知度調査〉

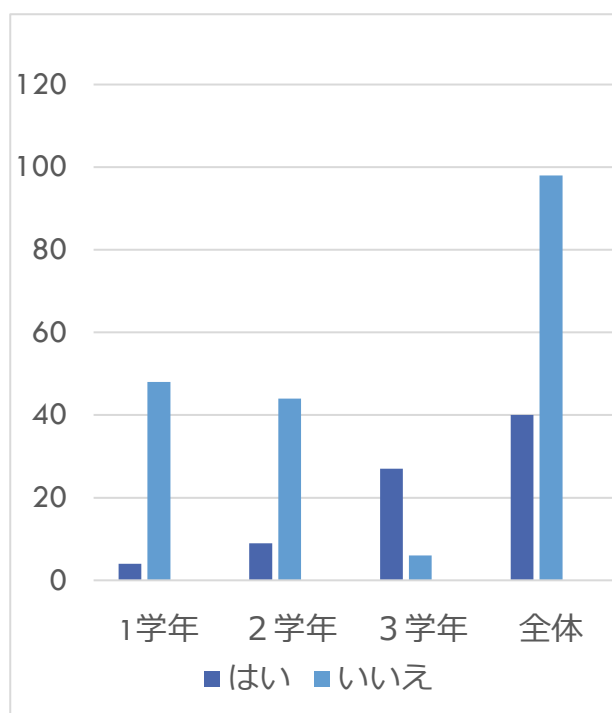


図1

〈S高祭での活動〉

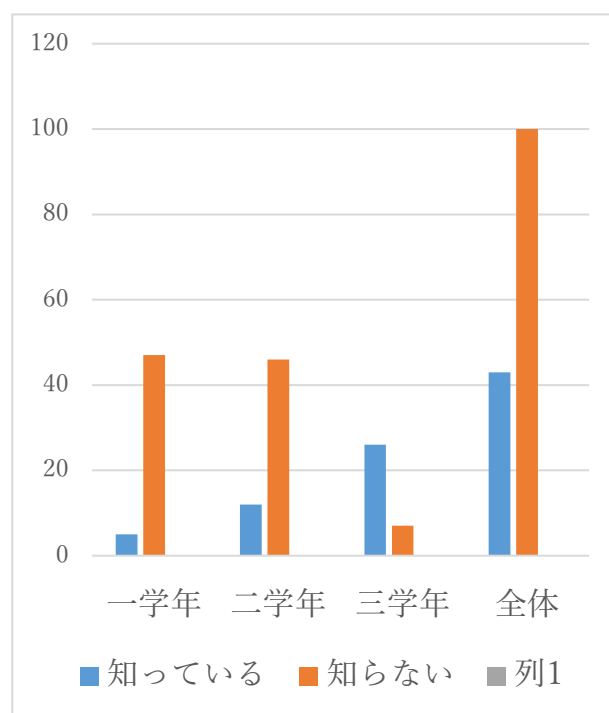


図2

まず、図1の認知度調査についてのアンケートでは、全体的に見てみると、認知度が低いことが結果としてわかりました。3学年では、「はい」と答えた人の人数が多かったものの、1学年や2学年では、「はい」と答えた人が少なかった事から、認知度の向上はあまり達成することができませんでした。

図2のS高祭での活動では、図1と同様に全体での活動認知度が低く、3学年は「知っている」人の割合が高く、1学年や2学年は「知らない」と答えた人の割合が高かったです。

5. まとめ

この事から、認知度も低く、活動内容も知らない人が多かったため、私たちの広告不足が結果として表れてしまいました。一回の広告だけではなく、もっと念入りに余裕をもって計画を立てれば良かったという反省点が残りました。

商品の評価としては、元々知識があった訳では無かったので、簡単なものしか作れず、ゼミの人数も少なかったのでバリエーションが豊富ではありませんでした。しかし、他のゼミと協力することによって、商品開発が進み、作製の知識をつけることが出来ました。その結果から、活動当初は作製が簡単なヘアゴムしか作製できませんでしたが、徐々にポーチや巾着など高度な商品を作製することが出来ました。

生徒や先生からも「本格的で素敵」や「実際に使える」また「オシャレ」などと言った感想を頂くことが出来ました。

6. おわり

今年から新しく始めたばかりのゼミで、校内だけではなく、地域の人との交流を目的としていましたが、新型コロナウイルスの影響により、地域の人との交流する機会を作る事が出来ませんでした。しかし、校内では、ゼミラボ・S高祭での販売・中学生受け入れなど活動の幅が広がる事が出来ました。

不安や反省としては、お金のミスや私たちの計画不足、そして知識不足などがありました。しかし、1年を通して私たちは、その反省を通して自らの欠点を見直す事が出来ました。

小規模な活動でしたが、自らが日本文化について学ぶことが出来たこと、利便性を重視したデザインを客観的に見た時の想像力とそこを商品開発に繋げる力を身に着けることが出来ました。また、挑戦する事の難しさや大変さを理解することが出来ました。

活動に協力していただいた先生方や生徒そして他のゼミの皆さん、ありがとうございました。