

RENEW2019報告書



代表 津田塾大学 総合政策学部
総合政策研究所・連携センター 曾根原登

学生メンバー

1年 菊池 凜乃 藤木麻衣 新貝李奈 松葉伊織
3年 石井桃香(鯖江WG代表) 井上わかほ 増田珠美 増野晶子
佐多紀香 上間広香 久保茉帆

【RENEW2019訪問】 10/11~13 RENEW2019に津田塾大学の学生11名・教員1名が訪問し、ヒアリングや見学を行った。下記にその様子を示す。



1. お土産品の改善点

- ・ DUYのパッケージに焼印のワンポイントを入れ、おしゃれにする。

参考<

オリジナル焼印企画 <https://www.yakiin-web.com>

ロゴなら1万年程度でできる。直火式と電気式があり、屋外なら直火、屋内なら電気式。

焼印工房 <https://www.otaru-cast.com/seisaku.htm>4000円から

焼印屋https://www.yakiinya.jp/?gclid=EAIaIQobChMIusDZn52y5QIVDGoqCh2_YwnvEAAAYAAAEgIL8PD_BwE

5000円から>



図1 焼印のイメージ(<https://www.yakiin-web.com>)

- ・ 金粉を5つから3つにする。筆は各家庭にあるか、なくても文房具屋で簡単に手に入るから、筆をなくす。その分浮いたお金で絵が苦手な人でも素敵な絵を描るように見本を入れる。
- ・ 猫首輪については、首輪の犬バージョンを作る。
2015年の時点で世界では犬を飼っている人が一番多い。
(<https://www.gfk.com/jp/insights/press-release/dc9669/>)
首輪が必要なのは圧倒的に犬。猫は完全に屋内で買うこともあるが、犬は一定量の散歩をしなければいけないので首輪の需要がある。

2. オリパラ時

商品のイメージかわかりやすいように

- ・ DUYを実際にやっている動画（またはアニメーションで説明）を英語（できれば中国語も）で作成しモニターで流す。その際、漆の歴史やどうして値段が高いのかも一緒に紹介する。
- ・ DUYの中身を展示する。
- ・ 鯖江の観光スポットや魅力や買えるものをポスターにまとめ、紹介する。これも英語、中国語などの主要言語でそれぞれ作成する。ポスターにまとめた買えるものの中で、学校で売れそうなものを販売する。

1.お土産の改善点について

DUYに関しては、買い手からすると値段設定が高いように思ってしまうという理由がいくつかあった。その値段である理由をきちんと説明できるようにならないといけないし、売側の私たちがその値段と商品の質に自信を持って販売できるようにならないといけないなと思った。特に私はまだ一年生で、まだ商品の説明やこのプロジェクトについて詳しく説明できる訳ではないので、これからより積極的にプロジェクトに参加する中で説明も上手くなりたいと思った。また、DUYキットの箱や中身に高級感を持たせるために、①箱に一枚和紙を巻く②付属の筆を袋から出す③現在の木箱にはまだ少し余裕があるので、箱自体を小さくする（その場合は筆だけ箱の外につけて提供するか、筆の付属をやめる）などの対策を取る必要があると思った。もしくは、そもそも木の箱をやめて、和風デザインの中着などにキットを入れて、このキットを使い終わった後も継続して使えるようなものをキットの入れ物にすると、お得感があって良いのかなと思った。猫首輪に関しては、ヒヤリングをした中で出た「犬用の首輪も作る」という意見に賛成だった。ただ、小型犬と大型犬ではだいぶサイズが違うし大型犬はかなり大きな首輪でないとつけられないので、もし作るのなら猫よりも色々なサイズを用意しないといけないと思った。

2. 全体的な感想

今回鯖江市に初めて訪問して、伝統工芸品やそれらを使ったファッションブルな商品を実際に見たりすることで、時代に合わせて進化しつつ継承されている生きた鯖江の伝統技術を肌で感じる事ができ、より一層興味や関心を持つことができた。特に先輩方と一緒に回ったヒヤリング調査では、鯖江の方と先輩方の話を聞く中で、自分も知らなかったことを知ることができたり、学べる部分がたくさんあったのでとても良い機会だったと感じた。そして、買い手側の気持ちになりながら自分たちに利益が出るように商品開発をすることはとても難しいけど勉強になるなと思った。また、実際に現地に行くことで分かる現地の人の温かさや空気があるので足を運ぶことはとても大切だと感じたし、鯖江市以外にも隠れた魅力のある地域が全国にたくさんあるのだろうなと思ったので、いろんな地に訪れたいなと感じた。

1. はじめに

今回、初めて鯖江市を訪問した。台風の影響で自由に動けることは少なかったが、3つの工房とメガネミュージアムの見学、メガネフレームを使ったアクセサリ作り体験、「DUY」「猫首輪」についてのヒアリングを行うことができた。以下、これらの経験から考える反省と今後の課題である。

2. お土産の改善点

DUYの販売価格が高いと言う声が多く上がった。8000円は「ちょっと気になるな。」と思って気軽に出せる金額ではない。ターゲット層をどこに置くか考え、金粉の種類を減らすことやパッケージを簡易的なものにする事でコストダウンを図るべきだと言う意見をいただいた。現在木箱を外箱として使っているが、取っておかずに捨てられる可能性が高いことから、和の雰囲気を見失わずにコストは安く抑えられるものとして紙の箱を使うなどのアイデアが挙がった。

猫首輪については、洗えるという点をアピールした方が良いと言う意見をいただいた。一般的な首輪は合皮や布で作られることが多く、洗えない・洗わないことが多いそうだ。また、猫よりも犬が首輪をつけている印象があるので犬首輪もあったらと思った。これらは実際に猫を飼っている方からいただいた意見である。やはり、飼っていないとわからないことが沢山あるのだと感じた。今後もモニターなどを使って、積極的に猫を飼っている人の意見を取り入れるべきだと思う。

3. 2020年オリパラ時にできること

・メガネバンブル作り体験

メガネバンブル作りは短時間で価格も安いので当日の体験として大変適切であると思う。外国人が沢山来るとすると、手順や注意事項などを英語で出来るようにしておく必要がある。

・他のWGとの連携

漆器の良さを（特に外国人の方に）知ってもらうには、実際に使ってもらうのが一番であると思う。食文化WGや日本茶WGなどとコラボレーションして漆器の良さを知る体験ができたなら良いなと思う。

4. 感想

直接職人さんにお話を聞くのはとても貴重な経験であった。目で見ると簡単そうに見える一つ一つの作業も実際に自分でやってみるととても難しく感じた。その違いをお客さんにも感じてもらえればと思う。実際に体験することで、大変さや難しさがダイレクトに伝わり、技術や商品の見え方も変わるのではないかと思う。オリパライベント時にはそのような事をお客さんに感じてもらえればと思う。

1.お土産の改善点

・DUY

①コスト削減

漆というものを知るきっかけとなるような商品に8000円は払わないのではないかと
いう意見を多く頂いた。具体的なコスト削減方法は以下の通りである。

パッケージを木箱から紙の箱にする。
(<https://www.haguruma.co.jp>) 株式会社 羽車

金粉の数を減らし、必要なら追加で買えるようにする。
→たくさん色を使う人はあまりいないので、金粉の色の種類を2,3色にする。
必要な人もいないかもしれないので残りの色は別売りで販売する。

②DUYの中身

「絵に自信がない。」「8000円払ったのに失敗したらもったいない。」「お花や和風の模様は好きでない。」という人のために工夫が必要。

→簡単な模様(水玉、図形、幾何学模様、斜線など)のテンプレートをつける

③販売の仕方

父の日のお父さんへのプレゼント用など、ギフトとして販売することであまり漆器に親しみを持っていない若い世代にも買ってもらえるようにする。

プレゼントをする人によって中身をかえる。
例えば：父の日→名刺入れ、敬老の日→お椀

・ミネッツコリエ

猫とお揃いのものではなく色違いが欲しい人もいるため、ブレスレットと首輪のセット販売ではなく別売りも考える。

2.オリパラの時に出来ること

①職人さんと呼んでDUY/アクセサリ作り体験

今回の訪問ではうるしの里会館の漆器職人さんやKISSOの職人さんにお会いし、お話ししたり作業の様子を見学したりすることができた。そこで改めて職人さんの持つ技術のすごさを感じることができたし、思いの外気さくな方で職人さんに対する堅いというイメージが崩れた。オリパラ時に職人さんと呼ぶことで今回私が感じたことをお客さんにも感じてもらえ、ただ販売するよりも売り上げも上がるのではないかと考える。

②メガネの展示・販売

メガネミュージアムのように様々な種類のメガネやサングラスを用意し、気に入ったものをかけて写真撮影をしてもらえばお客さんに楽しんでもらえると思う。メガネミュージアムにあったメガネの形の顔出しパネルを用意しても面白いと思う。

③食文化×漆器・日本茶×漆器

他のWGとコラボして鯖江の漆器をPRする。食文化WGにはお椀やスプーン、日本茶WGにはお椀、和菓子の器、和菓子切りを使ってもらう。漆器を敷居の高いものだと考えている人は多いが、1度使ってもらうことで手触り・口当たりなどの漆器の良さを体験してもらいたい。

今回のRENEW参加は私にとって初めての鯖江市訪問であった。今回の訪問では台風19号の影響があり中止となった予定も多かった中、3箇所の工房とメガネミュージアムの見学、サンドーム福井で開催されていた「テオ・ヤンセン展」を鑑賞することができた。そして、3日目にはRENEW会場内で行われていた「まち/ひと/しごと」のブース出店者に「DUY」と「猫首輪」についてヒアリング調査を行なった。調査を行なって感じたお土産の改善点、及び私の考える来年に控えた東京オリンピック・パラリンピックでの鯖江WGできることは以下の通りである。

1. ヒアリングから感じたお土産の改善点

DUYに関しては、今回多くの出店者から値段についての指摘を受けた。「8000円では買わない」という意見が多くあった。しかし、商品自体の“ウケ”はよかったのでコスト削減し値段を下げる必要があると感じた。コスト削減にあたって、

①箱を簡単なペーパーボックスにする

→参考: <https://www.haguruma.co.jp>

②金粉の色数を減らす

→若者をターゲットとした時、数色使った古めかしい桜や鶴柄よりも単色のドットやボーダーなどの単色の方がシンプルで良い。そのかわり、名刺入れにマスキングテープなどを貼り、購入者がテープを避けるように塗りつぶし、剥がすだけで模様が現れるような仕組みにすると難易度もぐんと下がり手に取りやすくなる。

③価格の選択肢を増やす

→②で挙げた需要がある一方で、「数色使って自由に描きたい!」との声もあるかもしれない。絵の具の種類によって、価格の選択肢を設けることで購入者のニーズに応えられる。

例) 小さい子供から父の日の手作りプレゼント向け

一方で、猫首輪に関しては価格・商品的にも好評であった。しかし、より魅力的にするためには

①名彫り

→飼い主、猫の名前を入れることで一体感・唯一感が増し商品の価値がかなり上がる。

②ブレスレット・首輪のそれぞれの単体販売

→「メガネのフレームを使った商品」としてお揃いに惹かれない人たちにも売り出せる。

2. 鯖江WGの東京オリンピック・パラリンピックでできること

①DUYの販売と体験

漆体験は日本人より訪日客の方が興味を示すと思う。競技場でオリンピック観戦前に、体験し試合中に乾燥させておけば荷物にもならず試合前の時間の有効活用にもなると考えられる。また、満足してもらえば漆キットをお土産に買っていく人も見込める。オリンピックに来る訪日外国人は、ある程度の経済的余裕がある人が多いと思うので、DUYの本来のターゲットにも見合っている。

②日本茶WGとのコラボ

お茶の紹介やテイastingを行う予定である日本茶WGで用いる茶碗などに鯖江の漆器を

使用する。

1. お土産の改善点

会議

日時： 2019年10月12日(土) 15:30～18:00

場所： 鯖江市役所 会議室

ヒアリング調査

日時： 2019年10月13日 (日) 10:00～11:15

場所： うるしの里会館1F「まち・ひと・しごと展」

ヒアリング対象者： ブース内展示出店者

我々のグループ（佐多・久保・菊池）は今回「東北スタンダード」 「生き方見本市-KANSAI」 「MUKU」 「カキモリ（株式会社ほたか）」の4つのイベント参加団体に「DUY」と「猫首輪」についてお話を伺った

【DUY～Do Urushi Yourself～の改善点】

商品名： DUY～Do Urushi Yourself～

説明： 誰でも漆塗りが体験できるキット

値段： 8000円

内容： 名刺ケース1つ・漆チューブ1本・色付き金粉5種類・筆1本・木箱（パッケージ）

用意していただくもの： 綿（金粉用）・ゴム手袋・揮発油・金粉を入れる皿など

まずコンセプトに関して、大学生が鯖江市の職人とコラボして作っているということ伝える必要があると感じた。販売する際、お客様に対しては値段やカラーよりも、なぜ我々が漆塗りのキットを販売したいのかということを示さなければ8000円という価格での販売は厳しいと感じた。また鯖江市で作られているということから「鯖江市の工房で廃棄されたものを梱包材として使うとストーリー性が出るのでは」という意見があった。

次に販売ターゲットについて、「20～30代の人はやらないのでは」という意見があった。そこで、名刺ケースを使う機会が多い現役世代をターゲットにするためには彼ら自身が漆塗りをするのではなく、「父の日」のプレゼントとして家族が作るのが良い、という意見があった。贈る側は手作りの漆塗りキットを楽しめる一方、受け取り側は家族からもらった世界に一つだけの名刺ケースが大切なものになると思われる。また「期間限定にして販売する」という意見もあったため、名刺ケースをお椀などにすれば「敬老の日」のプレゼントとしても販売できる。しかし親子で作る際、親は子供が漆で怪我をしないよう注意する必要がある。

次に価格に関して、現在8000円を想定しているが、3000円くらいが良いという意見があった。そこで、本漆にこだわる人向けには8000円の上級者用、ウレタンでも良いので手軽な価格で楽しみたいという人には3000円くらいの値段といたように購入者に応じて価格帯を分けるという案をいただいた。しかし、コストを削減するためにはパッケージや内容を改善する必要がある。まず、名刺ケースはウレタンの漆できてはいるが、1500円するためこちらは値段を変えることができない。次に原価が高い金粉に関しては、人によって使う種類が異なるため5種類も必要ないのではという意見が多かった。そこで販売する際にオプションとして必要な色を選んでいただくか、1～2種類のみを選んでいただくのが良いと思われる。初心者向けのものでは安い金粉でも問題ないという意見もいただいた。また漆チューブや筆はキットとして入っていた方が良いという意見もあったため、残すのが良いと思われる。最後にパッケージの木箱の価格自体は300円程度であるが、利用用途がない割には高級感があるため購入者にとっては「捨

てるにはもったいなく、使うにも使えない」ものになってしまうと考えた。そこで、箱自体は紙製にし、ラベルで高級感を出すのが良いと考えた。例えば「HAGURUMA」¹というサイトでは専門業者が紙のパッケージが作ってくれるためこのようなサイトを利用するのも良い。更に、パッケージの形状に関して、ネット通販を想定した場合、到着までに中身が崩れる可能性もあるため、箱の形を筆に合わせてなるべく小さくするのが良いと思った。

(図1) しかし反対に筆自体を短いものにするという意見もあった。



図1 DUYパッケージ形状と中身のイメージ

次にデザインに関して、「いきなり漆で絵を描くのは抵抗がある」という意見が多かったため、対策としてテンプレートを用意するという案があがった。例えば、薄い切り抜きのシート（斜線・ドット・三角など）を名刺ケースにあてて漆を塗るだけで簡単にオシャレなデザインができるという。女性は花柄やカラフルなものを好む一方、男性はシンプルな色合いを好むというアドバイスもいただいた。（図2）よって、キットにテンプレートシートを同梱すると良いと思った。今年5月に鯖江市内の蒔絵工房を訪れた際、職人さんがトレーシングシートのようなものを作って下さり、それを使用して蒔絵を描いた学生もいた。よってチャコペーパーと絵を描いたものを同梱すると初心者でも安心して絵を描くことができる。更に、より職人の技術に近づけたいという人向けに、職人さんが蒔絵を描いている動画をつくり、URLやQRコードを同梱してネット上で見られるようにしても良いと思った。

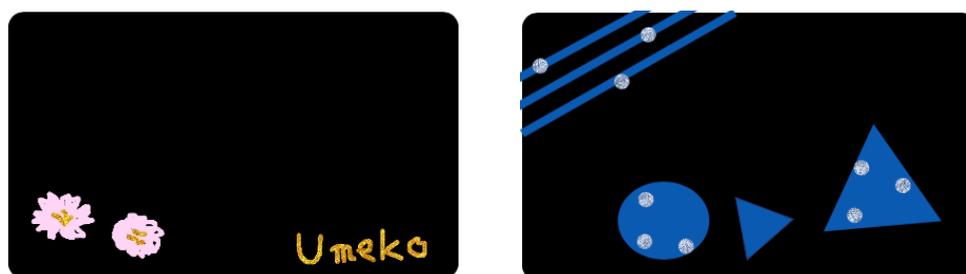


図2 女性向けのイメージ (左) 男性向けのイメージ (右)

最後に全体を通して、「ターゲットがぶれない方が良い」「全員の意見を取り入れようとしていない」と鯖江市役所の方よりアドバイスを頂き、今後商品を検討・改善していくにあたり役立てたいと思った。また「せっかく8000円も払って購入するのだから、名刺ケースだけでなく、自分が持っている別のもの（お椀・スマホケース・手鏡など）にも漆を塗りたい」という人もいたのではないかと考えた。今まで数度にわたってアンケート調査を行ってきた結果としてDUYという商品の販売が具体化してきているのを感じた。

¹ HAGURUMA <https://www.haguruma.co.jp/11906?gclid=EAIaIQobChMIr7nHz7ib5QIVSaWWCh0A3ALUEAAAYBCAAEgJhRPD_BwE>

【猫首輪の改善点】

商品名： ミネッツ・コリエ（仮）

説明： 飼い主とペアリングができるメガネフレーム素材の猫首輪

値段： 4000円（ペアで6000円）

まず首輪そのものへの意見が多かったのは「外れそう・硬そう」「犬用もあった方が良い」であった。首輪が外れてしまう可能性に関しては試作品を用いた学生によるモニター調査で今後検証していく予定である。首輪の硬さについては、猫から感想を聞くことができないため猫が不快に感じているかどうかを正確に測るのは難しいが、モニター調査で首輪を外したか、外そうとしたかによって確かめることを検討している。犬用首輪に関しては、前回調査（2019年5月）で犬は散歩で首輪を利用するケースが多いことがわかっているため、当該首輪の性質上散歩に利用するのは難しいと思われる。仮に犬用を検討する場合は、首輪ではなくネームプレートなどのアクセサリとして用いるのが良いと思われる。

値段に関しては、「（猫の飼育に）こだわる人なら高いとは思わないだろう」といった意見も複数あった。この猫首輪自体もプラスチック製という点で今までのものとは異なるが、更に「飼い主とのペアリング」という点も特徴であるため、ペアで6000円という値段がお客様にとってどのように感じるかが肝心である。またアクセサリ（ブレスレッド・リング・イヤリングなど）によっても値段が異なるため今後どのように販売するかも問われる。

また首輪の改善点として、ネームプレートの代わりに首輪に直接刻印することを検討した。「iOFT 2019 国際メガネ展」²に参加した学生の話によると、株式会社キッソオ³ではブレスレッドなどに銀箔などによる刻印もできるそうだ。首輪に直接連絡先や飼い主の名前を刻印できる場合、猫が食事の際などに邪魔になってしまう名札も必要がなくなり、またこの首輪のオリジナル性も高まる。

次に「ミネッツ・コリエ」という名前だが、フランス語で「猫のネックレス」という意味で、響きの良さで名前をつけた。しかし、今回の本大学「梅五輪プロジェクト」の総括者である曾根原教授がいまだに名前を覚えていないことや、フランス語である意味がないことなどから名称を変える必要があるように思える。商品の特徴がすぐにわかるようなもの良い。例えば「フェリシモ猫部」が2016年に発売した猫首輪「パートニャー」⁴は飼い主と猫はお揃いのデザイン的首輪とブレスレットを付けることができる商品であり、猫と飼い主を表す「パートナー」と、猫を表す「にゃー」がかかっているため、わかりやすく覚えやすいと感じた。

販売方法について、会議ではペットショップで販売することも案として出たが、近年では保護犬猫の保護活動の活発化に伴い生体販売をするペットショップに批判的な意見も見られ、またヒアリングでも保護猫を対象に販売するという意見も頂いたため、ペットグッズ専門店・ペットサロン・動物病院・保護猫施設を中心に販売を考えたい。しかし、この猫首輪はサイズの調整が店頭ではできず、また彫刻を希望する場合やアクセサリの同時販売を考慮するとグッズ専門店以外での販売を難しいと考えられる。アクセサリとの同時購入を目的としたオンラインショップでの販売も検討し、グッズ専門店では店頭では首輪とアクセサリのモデルのみを展示し、お客様は首輪のサイズを記入する用紙購入することで自宅で猫の首のサイズを測った後、郵送によって商品を届けるというのが良いのではないかと思った。保護猫施設での販売は子猫を迎え入れる記念として売るのが良いという意見もあったが、子猫はすぐに成長し、サイズ調

² iFOT 2019国際メガネ展HP <<https://www.ioft.jp/ja-jp.html>>

³ 株式会社キッソオHP <<http://japan.kisso.co.jp>>

⁴ 「猫さんとおそろい静電気ブレス&首輪ができました！」フェリシモ猫首輪-猫ブログ <<http://www.nekobu.com/blog/2016/09/post-1056.html>>

整ができない首輪を身につける時期は短い成猫を対象に販売するのが良いと思われる。また、保護猫施設での販売は売り上げの一部を施設に寄付するのが理想的であるが、現実的に可能かどうかは今後検討する必要がある。

今後の課題としては、12日の会議でクラウドファンディングを行うことに決定したが、具体的なスケジュールについても再度検討する必要がある。どの期間でいくら出資を募るのか、集めたお金をどのように使うのか決め、1月をめどに開始したい。また猫首輪の開発を依頼している株式会社キッソオとは鯖江市役所を通して連絡を取っているため、未だ最終的なデザインや販売方法、希望価格などが不明であるため、それらも明確にする必要がある。モニター調査は現在試作品の納入後1ヶ月に渡り、4名の学生と6匹の猫で行う予定である。

2. オリパラ時の鯖江WG

2020年オリパラ開催時、学内に鯖江市のブースを作ることが可能であれば2018年2019年の千駄ヶ谷キャンパス祭同様、メガネフレームのバンブル作りなどの体験コーナーは鯖江市を身近に感じるのに効果的であると思う。鯖江市の紹介ビデオを流すのも良いが、外国人の観光客向けには英語の翻訳を加える、または学生による英語の吹き替えを入れることも可能である。職人の技を目にしたいという方には大きな機械を持ち込むのは難しいが、箸や小物の漆塗りを披露し、その横で実物を販売すると購買に繋がりがやすくなると考えた。

短時間で目を通すお客様向けには多くの情報を与えることはできないため、鯖江市の位置（日本地図）を示し、メガネフレーム・漆器・繊維に力を入れているという最小限の情報だけでも伝えられるようにしたい。

DUYに関して、体験を行う場合はでは同時にできる人数の予測とかかる時間の予測（体験時間+乾かす時間）を計算して計画する必要がある。また漆によるかぶれへの十分な対策も求められるため、本番を想定したあらゆるリスクを想定し対策を練る。

猫首輪に関して、外国人観光客への販売も考える場合サイズをあらかじめ用意する必要がある。またアセートは熱で変形するため、国によっては販売できないところもあると考えられる。よって「北緯～度から南緯～度の国まで販売できる」といったルールを決めておく必要がある。

1. お土産の改善点

1.1 2種のお土産を通して

「体験販売市場のターゲット設定」を最優先させたいと感じた。DUY・猫首輪ともに、いわゆるニッチな販売層に対し販売を試みる商品となっている。しかし、現時点では、販売したいターゲットが明確になっていないことにより販売先が不明瞭になってしまっていると感じた。ターゲットを明確にすると、売上を着実に増加できる販売先を洗い出すことができると感じる。

また、ターゲット設定に次に取り組みたいことは、「ターゲットに向けて伝えたいメッセージの策定」である。現在、梅五輪鯖江お土産品開発wgでは、「メイドイン鯖江を世界に伝えること」をメインメッセージとして活動を行っている。また、各商品については、「鯖江の技術の課題解決」をメッセージとして売り出している。もちろんこれがメッセージの一つであることは津田塾大学総合政策学部がこの活動を行う意義であるが、これは商品を買う人へのメッセージではなく、この商品の製作提案におけるメッセージのままではないか、と感じた。よって、商品を買う人に向けてのメッセージ決定を急ぐべきだ。

1.2 DUY

まち・ひと・しごと展でのヒアリングを通し、「値段が高いかつ質が高い商品を販売しているブランド店・商業施設に売り込んではどうか」という意見をいただいた。しかし、この意見が出てきた理由としては、商品を買いたいかどうかを値段中心に考えるヒアリングを行ったからであるがゆえに、安易に導いてしまった回答ではないかと考える。

したがって、まずDUY本来の魅力に立ち返り、どんな人が求めているか・その人が買うためのキラーフレーズを設定したい。

1.3 猫首輪

猫首輪を体験販売商品として売り出すにあたって、商品販売現場においてアセテートを使ったアクセサリ作り体験は可能なものの、商品を実際に猫に試すことができないことがDUYと違ってネックになる部分である。実際、RENEWにてサンプル展示を行った際に、「可愛い」という声が上がっても、予約や購入に至らないケースが多く見られた。

ここでできる対策とは2点あり、猫の首回りを現場で再現すること、もしくは商品をレンタル品として売り出すことである。前者の場合は、ビニールに空気を注入して猫の首回りの太さを再現できる器具を作り、お客様に商品の安全性を確かめてもらう。後者の場合は、お客様が家で商品をお試しする体験料を現地で支払い、限定期間における首輪を楽しんでもらう。

このように、猫首輪販売現場ですべきことは、商品購入のハードルを下げることではないかと考える。

2. 2020オリバラ時の鯖江wg

2020オリバラでは、お土産品によって鯖江を発信するタイミングが2種類あることを考慮していきたい。DUY・猫首輪は「鯖江の技術の体験後に、“お土産品”として購入してもらう商品」であるため、商品を自身のために購入する場合、もしくは他者へのプレゼントとして送る場合を想像することができる。後者の場合、商品購入者と商品使用者は異なる人物であると考えられるため、鯖江を認知する層は2種類あり、一

方は梅五輪の学生や鯖江の方々と交流していない。これを魅力を2回発信することができるチャンスと捉え、魅力の発信方法の違いを出していきたい。

1.お土産品の改善点

猫首輪

①購買意欲（ニーズ調査）

飼い主とお揃いの猫首輪として実際に売り出されている「パートナー」。これは静電気対策が施されていたり、何かに首輪が引っかかったときなどの緊急時には自動で外れるような仕組みがあったりと、機能面で充実している。このように機能面の充実や価格面・デザイン性の高い商品が実際に販売されていることを考えると、今の我々の考えている商品にどこまでのニーズがあるのか調査を行う必要があるのではないか。

②モニター調査について

実際に行われているモニター調査については、調査対象の母体が少なすぎる点や、調査時のリスクなどの共有が不足している点が課題になるのではないか。

母体が少ないという点に関しては、会議の中で、クラウドファンディングを行い、そこから市場調査を行うという案が出た。そのほかの案として、ペットショップなどねこ好きの集まる場での調査なども効果的ではないかと考える。

DYU

①販売価格

販売価格に関しては、原価に流通コストを加えるとどうしても8000円程まで上がってしまう。そのため、8000円の価格で買いたいと思ってくれるニッチな層がどれだけいるのかの調査と、内容をシンプルにしたりしてどこまで価格を抑えるのかが重要となるのではないか。価格を抑える方法の案として、①金粉の種類を減らす②筆や容器などの工夫がある。

③パッケージ

私たちは2日目にHACOAさんを訪問した。その際に商品のパッケージについての話を伺った。HACOAさんによると、お金をかけなくてもワンポイントでスタンプを利用したりと「シンプルけどなんかおしゃれ」というようにお客さんの目を引くデザインにすることはできるし、目を引かないと意味ないとおっしゃっていた。

2.鯖江WGとして東京2020の時にできること

多くの外国人観光客が日本にくる。しかし、オリンピックの中心は東京ということで、地方にまで足を運んでくれる外国人観光客は少ないではないかと考える。そのため、そのような外国人観光客に行動範囲を広げてもらえるような取り組みが効果的なのではないかと考えた。

①鯖江市の伝統文化の紹介・簡単な体験

日本にこれまで以上に多くの外国人観光客が訪れるので、外国人に鯖江の伝統文化を紹介できるととてもいい機会になると考える。そのため、漆塗りなどの職人技を利用した商品を販売した

り、完成までの過程を紹介して「実際に行って体験してみた」と思ってもらえるようなコンテンツを用意するのがいいのではないか。

③鯖江市の紹介と観光ツアーの紹介

上記の案に関連し、自分の国が早々に負けて時間ができたという外国人観光客向けに、鯖江の観光ツアーを紹介するのもいいのではないか。実際に観光ツアーを考えるのは旅行会社とのコラボなどが必要となるかもしれないが、すでにある鯖江市の観光ツアーを紹介したり、即日予約で泊まれる宿や新幹線の予約などを紹介するのもいいのではないか。

1. DUY ~ Do Urushi Yourself~ の今後の改善案

- 損保ジャパンと連携したアートクリエイターを顧客ターゲットにした売り方の実験

キャンパス祭と「まちひとしごと展」でのヒアリングの結果から、「蒔絵で描く世界に一つだけの名刺ケース作り」をアートクリエイターやアートクリエイターの卵を顧客ターゲットに売る商法には需要があると感じた。「まちひとしごと展」でのヒアリングを通して、自宅で自分で持ち帰るキットは若干ハードルがあり、入り口としては体験型のワークショップがハードルが低いという意見があった。そこでまずは、損保ジャパンと連携を行い東京芸術大学の学生を対象にした実証実験の実施を提案する。損保ジャパンは、東京芸術大学とCSR事業を行っており、かつ梅五輪と連携する日本経済新聞社の方から紹介が可能な会社である。

＜名刺ケースとアートクリエイターの相性の良さ＞

初対面の名刺交換は気まづくなりがちであり、話の種に困りがちなものであり、親しむのに苦勞をする。加えてアートクリエイターやアートクリエイターの卵は、自分の作品をアピールしたいという思いがあるが、初対面にスムーズな流れで作品を紹介するのは難しい。このような二つの問題の解決するのが、「DUY 蒔絵で描く世界に一つだけの名刺ケース作り」である。事例として、先日のキャンパス祭でのDUY体験コーナーで漆の名刺ケースを作ったお客様に、偶然、千駄ヶ谷のお祭りではったりお会いしたところ、DUYの名刺ケースがカバンから出てきた。普段使いして頂いていて愛用しているのである。話を聞くと、彼女らは画家だそうで、自分の絵が描かれている名刺ケースを出すことで、初対面の相手との話が広がるため、新たなビジネスの話になったりと随分活躍しているそうで、大変感謝をされた。このエピソードをきっかけに、実はDUYは伝統工芸が好きな外国人はもちろんのこと、彼女らのようなアートクリエイターやアートを学んでいる学生なども顧客ターゲットとして需要があるのでは、ということに気づいた。

- 自宅で自分で作れる工夫：マニュアルの充実さアップ

マニュアルパンフレットでより詳しく細かい説明をすることで、より自分で作るハードルが下がるという意見があった。例えば、用意するものであり、作る部屋のスペースであったりなどの情報を加える。

- 商品PRの映像

DUYを通して私たちが伝えたい想いやストーリーを映像で簡潔に紹介する映像が必要である。

2. 猫首輪の今後の改善案

- 我が子の代わりに猫を飼う客層をターゲットに、名前を掘るサービスをオプションで加える

「まちひとしごと」展の出店者の友人には、我が子を授けられなかった家族が子供の代わりに猫を飼い、我が子のように大事に育てるという声があった。そこには常に猫とつながってほしいという思いがひととき強いのではないかと思う

・お土産の改善点

1 メッセージや背景

「鯖江」「SABAE」発ということをしかりと伝える。アピールする。どうしてこのような商品を開発したのか、どのような苦労があったのか、というのを販売するときにでもいいのでアピールしていくと気持ちも伝わって買ってくれる方も増えると思った。また、本当にこの商品に対して愛がある！本当にいいものだと思っている！という思いでみんなが販売しないといけないと感じた。「まちひとしごと」展ではあらゆるものを販売している方がいらっしゃったが、みんな自分の商品に自信を持っていて、「本当に素晴らしいものなんです！そう思いませんか！」という雰囲気を出店していたところを見て私たちにはその気持ちが足りていないように感じた。まだまだ改良中と言うこともその原因であるので、自分たちが本当に納得のいくものを作って、もっと愛や自信を持って売れるようにしなければいけないと思った。

2 ストーリー

ストーリーをいかに面白くわかりやすく伝えるかということも重要だと思った。①で述べたことにも繋がる部分はあるが、「まちひとしごと」で売られているものの中には一見ながすごいのか私にはわからないものもあった。しかし、お店の人の話を聞いてみると、彼らの子育ての経験やその地域ならではの経験を通して感じたことが生かされていて、思っても見なかった視点で思っても見なかった商品を生み出しているということを知れた。彼らの話はみんな興味深く、どんどん聞いてしまった。私たちも職人さんの映像や写真を用いるなど工夫して、この商品がどのようにしてできたのか鯖江はどのようなところなのかなどの伝えたいストーリーを面白く伝えて、より多くの人に興味を持っていただけたらと思った。

3 パッケージ

パッケージデザインにも普通はお金がかかる。お金をかけて大変魅力的なデザインにできたらいいが、予算は抑えたいので、美大生に協力してもらいたい。私たちのように地域創生に関心がある学生はいると思うし、自分がデザインしたパッケージが世に出回るとは彼らにとって自身にもなるしアピールポイントにもなり、お互いに利益を得ることができる。「まちひとしごと」でのインタビュー時にもパッケージについての意見は数人からあった。商品のパッケージは本当に大切なものなので、こだわって作りたい。外国人のお土産として開発しているので、日本風の浮世絵っぽいデザインや和風の模様など「日本」を感じることができるもの、さらにいえば「鯖江」を感じることができるものにしたら面白いと思う。

4 外国人の方の意見

外国人をターゲットにしているので、様々な外国の方の意見を伺いたい。学校の中にもたくさんの方の非常勤のネイティブの先生がいるし、外国に何年も住んでいた英語の先生もたくさんいるので、彼らにアンケートするのもいいかも知れない。

渋谷や原宿、新宿など外国人がたくさんいるところでアンケートをとることができれば外国人のニーズもより取り入れた商品を作ることができそうだと思う。このことも「まちひとしごと」でインタビューしているときに指摘された。

5 完成品のイメージ

販売する際に、職人さんや私たちが作った作品があると、完成品のイメージがしやすく、購入しやすいのではないかとアドバイスもいただいた。完成品の写真をたくさん見ることができるようwebのリンクを作っておくだけでも作りやすくなると思うし、魅力的に感じてもらえると思った。

・オリパラ時の大学での催し

1 蒔絵体験

職人さんや私たちが作った作品を置いておく・職人さんの作業のビデオかライブ映像を流す

2 バングル作り体験

簡単に安価で作れるし、普段使いできるおしゃれなバングルを作ることができる

3 メガネストラップ作り体験

簡単に安価で作れるし、珍しい感じがする

1. RENEW2019ヒアリング結果について

2019年10月11日から13日に鯖江市に訪問し、RENEW2019での出店者の方々にお土産品に関するヒアリングを実施した。ヒアリング結果の中でDUYに関する回答は以下の通りである。

【PR方法】

全体として、自分たちの伝えたいストーリーをいかに伝えられるかが大事であるという意見が多かった。

【内容】

- ・ テンプレートについては、男性やアート系の方にはシンプルなもの、女性には花柄のテンプレートが好まれるのではないかという意見があった。
- ・ 金粉は1、2色でいいのではないかという金粉の種類を少なくするべきだという意見もあった。
- ・ 木箱のパッケージについては、この重さとサイズでは訪日外国人にとって持ち帰るのでは難しい。
- ・ 高級感のある名刺ケースが道具と一緒に入ってしまうと、重厚感が薄くなるため差別化を行うべきだ。

【価格】

・ コストカットを行い安価にすべきであるという意見がある一方で、学生たちが8000円に見合うストーリーを提供できるのであれば下げる必要はないという意見もあった。

【ターゲット】

- ・ 工芸をやりたいと思う若者は少ないのではないか。
- ・ 父の日や敬老の日など誰かにプレゼントを渡すときに期間限定で販売してみても良いのではないか。

2. キット試作品案の再検討及びDUY実証実験の流れ

RENEW2019でのヒアリング結果より、パッケージとキットの内容を以下の通りに変更する。図2-1は今回の実験概要を表しており、3つのパターンに分けて実験を行う。3種類のキットの販売結果を比較し、DUYの需要有無について調査を行う。

今回の実験概要

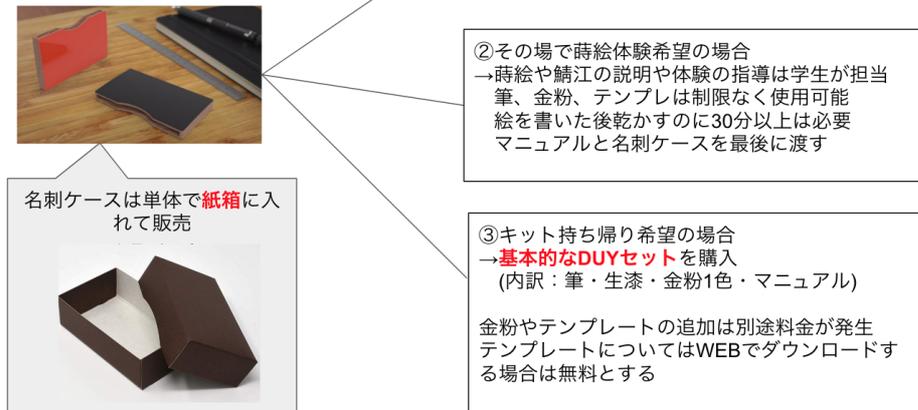


図2-1 今回の実験概要

●価格について

また、図2-2はパターン別の費用を表している。図2-2より、今回は、名刺ケース価格を2300円、蒔絵工房体験価格を3600円、DUY価格を3600円と設定し、その場で体験を行うのか、それとも持ち帰るのか調査する。

	①	②	③
名刺代	○	○	○
体験代	×	○	×
キット代	×	×	○
原価(円)	1728	2738	2690
定価(利益率30%)	2246.4	3559.4	3497

図2-2 今回の実験費用まとめ

【費用詳細】

名刺代→名刺ケース(1500円) 包装ボックス(98円) マニュアル(130円)

体験代→金粉5色(990円) 持ち帰り用紙袋(20円)

キット代→筆(132円) 生漆(580円) 金粉(198円) 金粉容器(32円)

持ち帰り用紙袋(20円)

●パッケージについて

ヒアリング結果を元に検討した結果、父の日や敬老の日など誰かに感謝を伝えたいときに贈り物としてDUYを作成してもらうことを目的とした。そこで、水引を使用し、お祝いのギフトとして名刺ケースのボックスをそのまま活用できるようにパッケージを変更することも検討中である。



図2-3 名刺ケースの包装ボックスのイメージ図