

【 背 景 】

- ・産地内 195 名を対象とした調査（H16 当所）で、結城紬に触れたことがないとの回答が 60%あった。
- ・「地場産業の結城紬」を根付かせるための仕組みや製品が今後重要となる。
- ・モノとコト＝反物以外の製品開発と、結城紬を核とした仕掛けが必要である。

【 目 標 】

- ・市民の手に行き渡るような結城紬関連製品の開発
 - 産地企業との勉強会による製品アイディアを1名1点まとめる
 - 試作
- ・産地の複数組合の事業を効果的にPRするための企画をし、次年度実行を目指し組合に提案をする。

【 全体計画 】

- 1) アイディア発想の勉強会の開催とアイディアの試作
 - ・商品開発の実習本を用いる。実習をとおしてアイディアを出す。(H20)
 - ・出されたアイディアを基に試作を行う (H21)
- 2) 市民向け、こども向けの製品
 - ・設計、試作など。試用体験。(H20)
 - ・こども向けの原始織り機の体験型企業による試用 (H21)
- 3) 産地組合など一体となった事業
 - ・組合現状調査, PR方法調査, 組合に提案。(H20)
 - ・組合との実行内容検討, PR 実行, 一体事業実行。

【 H20 年度 成果】

- 1) アイディア発想の勉強会の開催（7 回）
 - ・演習型参考書を用い、社会環境分析、産地環境分析、業界・市場分析、開発計画を実習し、現状はプロダクトアウトが主体、メディア発信が少ない、といった結果が得られた。
 - ・その結果、「真綿素材を活かした柔らかい布」、「大人の社会見学ツアー」の2つがアイディアとして得られた。アイディア具現化のために「結城紬ウィーク（仮称）」を産地組合と協議中
- 2) 市民向け、こども向けの製品
 - ・こども向けの原始織り機を試作、試用体験
 - ・地元神社向けお守り袋の試作、試験販売 50 個完売（共同研究にて）
- 3) 産地組合など一体となった事業
 - ・現状調査により、複数組合などの地元での事業が分散していることがわかった。
 - ・産地 PR のために「結城紬産地メールマガジン」を開始。8 回、延べ約 740 アドレスに配信。
 - ・結城市主催の「結城市 PR 戦略委員会」に応募、委員として採用され参画中。
 - ・各理事長や組合員の一体事業の意向調査を実施した。
 - ・組合デザイン展と当所のデザイン展との同時開催を行った。

基礎となった事業

平成20年度 試験研究指導費（標準）

担当部門

紬技術部門

主任 石川 章弘

TEL : 0296-33-4154