

平成29年度 地域発 元気づくり支援金事業総括書

事業名	飯田水引リブランディング
事業主体 (連絡先)	飯田商工会議所 (TEL0265-24-1500)
事業区分	(6)産業振興、雇用拡大 エ商業の振興
事業タイプ	ソフト
総事業費	3,549,544 円 (うち支援金: 1,229,000 円)

事業内容

☆Japan Expo 出展

日時: 平成29年7月6日~7月9日

場所: フランス パリ ノール・ヴィルパント展示場

来場者: 述べ238,241人

日本のあらゆる文化を紹介する欧州最大規模の展示会において伝統工芸品としての飯田水引の他、新たな分野である飯田水引の装飾品を展示した。紙であることを知ってもらい、曲線、直線の美、色の豊富さ、作品の繊細さ素晴らしさをPRした。又、水引の実演をし、技術力の高さもPRした。来場者へアンケート調査を実施し、今後外国人への販売が可能か調査をした。

☆ワークショップの開催

①日時: 平成29年5月16日(火)

場所: 青山学院大学相模原キャンパス

「Topics in Japanese Culture」講義

参加者: 地球社会共生学部履修者115名

②日時: 平成29年6月3日(土)

場所: 熊本県益城町 ミナテラス

「熊本地震復興支援ワークショップ」小学生対象

参加者: 1回目20名、2回目15名 計35名

③日時: 平成29年8月17日(木)

場所: 東京国際フォーラム

「丸の内キッズジャンボリー2017」小学生対象

参加者: 1回目21名、2回目17名 計38名

青山学院大学では水引の歴史や日本の伝統文化を講義した。又、留学生や留学を控えている学生に飯田水引に直接触れてもらい水引の魅力を海外に発信するきっかけを作った。

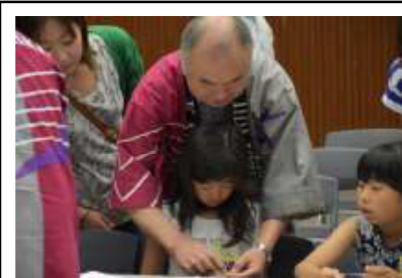
小学生向けワークショップでは日本の未来を担う子供達とその親を対象に水引のしおり作りをした。モノづくりの楽しさを知ってもらい、水引作品に直接触れてもらうことで飯田水引の繊細さや技術力の高さをPRした。又、飯田水引の歴史や水引の持っている意味「結ぶ」「人と人を結ぶ、心と心を結ぶ」を知ってもらい飯田水引の消費喚起を促した。



【Japan Expo】



【青山学院大学での講義】



【熊本ワークショップ】



【キッズジャンボリー】

	<p style="text-align: center;">【目標・ねらい】</p> <p>①外国人に飯田水引が評価され、販売可能か見極める市場調査 ②飯田水引の知名度向上</p>
<p style="text-align: center;">事業効果</p> <p>・海外で飯田水引の評価は予想以上に高く、アンケート調査の結果では気に入った商品は伝統工芸品の作品が上位を占め、繊細で精密な作品に関心を持ったと考えられる。又、気に入った所は何処かの回答には「技」「伝統」「色」の順であったことは実演したことが回答に反映されたものと思われ欧州において今後の販売に可能性を実感した。</p> <p>・青山学院大学では海外からの留学生と海外留学を控えている学生に日本の伝統文化をPRでき、海外に発信する足掛かりとなった。又、留学生からは喜ばれる色など日本人とは違った貴重な意見を聞くことができ、新商品の開発に繋がった。</p> <p>・小学生向けワークショップでは水引が持っている意味「結ぶ」「人と人を結ぶ」「心と心を結ぶ」を保護者も交え知ってもらうことができた。意味を知ることによって水引を購入したいとの声があり、購買意欲を喚起する手法として有効であることが確認できた。</p>	<p style="text-align: center;">※自己評価【 A 】</p>
<p style="text-align: center;">今後の取り組み</p> <p>※今後、事業効果をどうつなげていくか記載すること。</p> <p>他県における飯田水引の知名度は予想以上に低く、飯田水引をブランド化させることが課題である。ブランド化の第一歩として主役となれる装飾品としての飯田水引の市場開拓のためブライダル関係の展示会に出展を計画中。又、2019年ラグビーW杯、2020年東京オリンピックに向け海外から日本に来る外国人をターゲットにした新たな商品開発、販売展開を目指したい。</p>	<p style="text-align: center;">【理由】</p> <p>飯田水引は欧州で非常に高い評価を得ることができた。アンケート調査の結果、装飾品としての水引だけでなく伝統工芸品としての水引作品も欧州では高い評価であることが分かった。販売場所、ターゲットを絞ることで海外および外国人における今後の販売展開に大きな可能性を感じることもできた。</p> <p>水引の意味を知ってもらうことで消費者の購買意欲に繋がるのが分かり、販売展開のきっかけが分かった。</p>

※ 自己評価欄は、地域活性化に及ぼす事業効果について、以下から選択のこと。

「A」：予定を上回る効果が得られた 「B」：予定していた効果が得られた

「C」：一定の事業効果はあったが事業実施方法や今後の活用等について、工夫や改善を要する点がある