

# 結城紬産地振興を目的とした周知PR及び魅力向上活動



栃木県産業労働観光部工業振興課 岩瀨和也様

3班 コミュニティデザイン学科 大島美緒 菅原日奈子  
 建築都市デザイン学科 大庭彩瑛子 末澤駿太郎  
 社会基盤デザイン学科 鈴木雅人 矢ヶ崎侖音  
 グループ指導教員 丸岡正知

## 背景

結城紬とは、栃木県や茨城県の鬼怒川流域で作られている絹織物である。真綿の暖かくて軽く、心地いい感触が特徴である。また、生産工程がユネスコ無形文化遺産に登録されており、技術面も価値のあるものである。  
 しかし、結城紬産地は現在、図1のような負のサイクルに陥っている。このままの状態が継続すると、産地全体が衰退し、結城紬を作り続けることが難しくなる可能性がある。

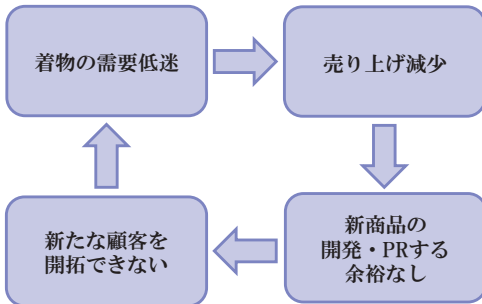


図1 結城紬の現状

## 目的

背景を受けて、私たちは「PR」に着目しプロジェクトに取り組んだ。様々なPR方法がある中で結城紬に馴染みが薄い若い世代に影響力があること、日本各地の伝統工芸品のPR方法を調査した結果、SNS上にアップされた職人の技術を体感できる動画が好評であったことを踏まえ「SNSを用いた有効なPR方法」を生産者の方へ提案することを目的とした。

- |                       |   |
|-----------------------|---|
| 大島紬、塩沢紬、小千谷紬、本場黄八丈、など | <ul style="list-style-type: none"> <li>・伝統工芸品展への出展</li> <li>・パンフレットの作成</li> <li>・オンライン展示会</li> <li>・時代に合わせた商品や小物の開発</li> <li>・Instagramで柄や機織の様子を投稿</li> <li>・ライフスタイルや着こなしの発信</li> </ul> |
|-----------------------|---|

図2 他の織物産地のPR方法

## 方法

- 1st サイクル** 職人さんの作業場を見学し、結城紬についてや結城紬産地が直面している課題について話を伺った。
- 2nd サイクル** 生産者の方が開催したワークショップの支援を行い、その参加者に対して結城紬の認知度や魅力に関するアンケートを行った。アンケートの結果を基に、効果的なPR方法について考察した。
- 3rd サイクル** このプロジェクトが終了した後も生産者の方が自身の手でPRをする際の参考となるよう、既に利用している生産者の方が多くいたInstagramを用いて私たちが実際に様々な情報を発信することで、得られる効果、発信する際に負担となる労力を分析した。あわせてPRの主なターゲットとなる大学生に対してアンケートを実施し、より効果的なSNSの運用について検討した。

## 分析結果

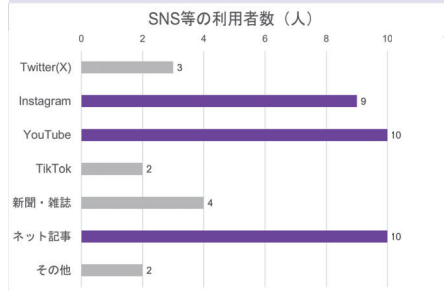


図3 アンケート回収結果

対象者：とちぎの伝統工芸品展参加者

Instagram, YouTube, ネット記事が多く利用されている

アンケートはGoogle Formsを用いて行った。

他の織物産地ではInstagramが用いられており、PR方法として有効であると考えた

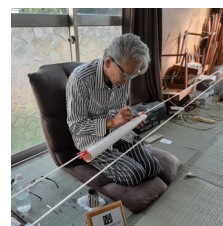
《投稿内容の分析》Instagramに実際に投稿した5種類の記事を分析

- |   |   |
|---|---|
| <p>【記事①】活動内容の報告</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①撮影した写真にテロップを入れて投稿した</li> <li>②20分</li> <li>③写真が多く選ぶのに時間がとられる</li> <li>④人の顔が映らないように配慮することに苦労した</li> </ul>                | <p>【記事②】結城紬に関するイベント告知</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①小山市が作成したパンフレットを切り抜いて投稿した</li> <li>②10分</li> <li>③元にある画像のサイズから投稿用に合わせるのが難しかった</li> </ul> |
| <p>【記事③】作業工程の写真投稿</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①PCのペイントツールを使って編集して、投稿する</li> <li>②40分</li> <li>③一度保存すると再度編集することができない</li> </ul>                                       | <p>【記事④】作業工程の動画投稿</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①Instagramの機能を使って編集して動画を上げる</li> <li>②10分</li> <li>③文章で伝えることが難しい</li> </ul>                  |
| <p>【記事⑤】結城紬の生産者(職人)のインタビュー記事</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①Canvaを用いて作成した</li> <li>②60分(構成→15分、作成45分くらい)</li> <li>③Instagramと文章の相性があまり良くなく、書く内容をかなり絞る必要があった</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>①使用ツール</li> <li>②作業時間</li> <li>③苦労した点</li> </ul>   |

- ・文章量が少なく作業工程を写真で追うことができる記事が人気。
- ・動画はフォロワー以外の閲覧も多く、新たな層にPRすることができる。

## 提案

- マニュアル作成  
生産者の方が今後も継続的に投稿を行っていただけるように、今回行った投稿内容をマニュアル化し、生産者の方が効果的にPRを行っていただける状態を目指す。



撮影・インタビュー  
スマートフォンを利用して撮影を行う。



編集  
画像の見栄えがよくなるように文字入れや切り取りを行う。



投稿  
ハッシュタグや文章を考える。多くの人に見てもらいやすい投稿を行う。



## 次年度への提案

- 1stサイクル、2ndサイクルの発表会の中で若い世代にとって結城紬は高価であるため購入に繋がりにくいのではないかと声を多くもらった
- 大学生へ向けて結城紬の購買意欲を調査するアンケートを実施  
《結果》  
・「ショール」に関しての購買意欲を問う設問で「購入してみたいと思わなかった」と答えたのは93%であった。  
・価格に加え、**実用的で日常の中で使える**ような商品が少ないことが若い世代の購買に対する消極性の理由であることが分かった。

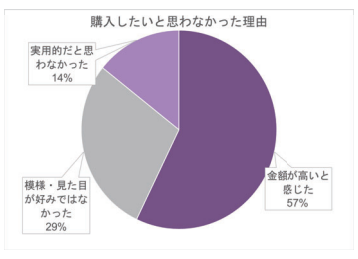


図4 アンケート回収結果

《次年度への提案》  
 昨年度に引き続き今年度も結城紬の「周知」に向けて活動を行ってきた。これらの活動を通して得たデータや上に述べたアンケート結果から次年度は購入者層を広げる「**新商品開発**」を生産者の方々と共に行うのはいかがでしょうか