

## 大学での出張革小物作り体験教室

代表者 田丸裕子（地域社会システム学科ツーリズムコース3年）

### 1. 目的と概要

このプロジェクトは東かがわ市の観光施設である「手袋ギャラリー」の若年層観光客の増加のための研究の一環として提案した。2010年3月にNPO 東かがわ市ニューツーリズム教会の方から20代女性をターゲットとした手袋ギャラリーの革小物作りの体験メニューを提案してほしいという要請があった。そして、私たちは現在までに月1のペースで通い、問題点をヒアリングし、分析を加え、現在「体験作りの提案」「空間づくり」「情報発信（PR活動）」の提案・実施を行っている。

その中で、大学内で革小物作り体験教室を実施することにした。手袋ギャラリーで現在革小物作りの指導をされている方を講師として大学に招き、大学内で革小物作り体験教室を開くというものである。実際に現地で体験を行うことで、手袋産業やギャラリーの空間価値を含めた視点からの体験に対する評価が得られるので、より消費者に近い率直な意見が得られる機会になると考えられる。大学内の体験づくりに参加した人に対して参加前後にグループインタビュー、アンケートを行い、得られた情報を革小物作り体験の改善、これからのPR方法、流通に活用していく。

### 2. 実施期間

平成22年11月17日～平成23年2月2日

#### 革小物作り体験開催日

平成23年1月22日（金） 12:30～14:30

（グループインタビュー：15:00～16:00）

平成23年1月25日（火） 12:30～14:30

（グループインタビュー：15:00～16:00）



講師紹介

### 3. 成果の内容及びその分析・評価等

#### (1) 実施内容

大学内で2回講師の方をお呼びして革小物づくり体験教室を実施した。22日は10人、25日は9人と合計19人の学生に協力してもらった。体験後は参加者3枚のアンケートを行い、その後各日3～5人ずつ、参加者に協力してもらい、グループインタビューを実施した。アンケートは主に、参加のきっかけ、満足度、趣向、改善点を問うものであった。グループインタビューでは、改善点、実際に参加するか、体験観光の経験など自由発言で本音の意見を聞き取った。

## 革小物づくり体験のタイムスケジュール

- 12:30 開催のあいさつ・講師紹介・流れの説明
- 12:40 革小物づくり開始
- 14:40 体験終了・アンケート記入
- 15:00 グループインタビュー（別部屋移動）
- 16:00 反省会→ギャラリーの方、田丸、森井  
（16:40 片づけ→17:00 解散）



革小物作り体験の風景

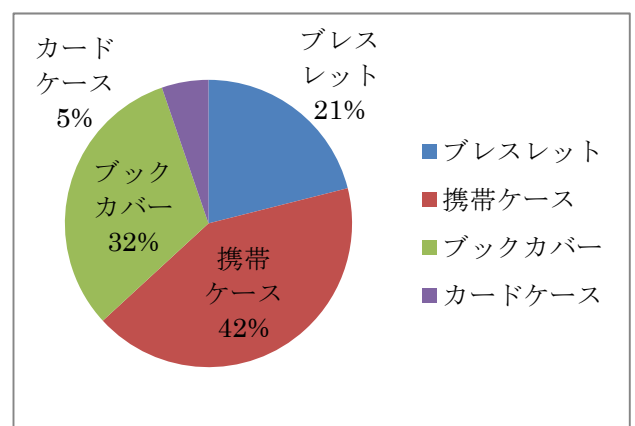
### (2) アンケート調査結果、分析

今回の革小物づくり体験を4種類用意したが、最も人気のある体験は携帯ケース8人であった。(図表1) その次は、ブックカバー6人、ブレスレット4人、カードケース1人と続いた。携帯ケースが最も人気であったのは、難易度としては、ブレスレットが低め、ブレスレットは普通、ブックカバーは高めであり、難易度は普通程度のものに人気があるのではないかと考えた。また、携帯ケースだが、大きさは自分で決めることが出来、デジカメケースを入れるために作る人も多く、用途が多いということも理由として挙げられる。

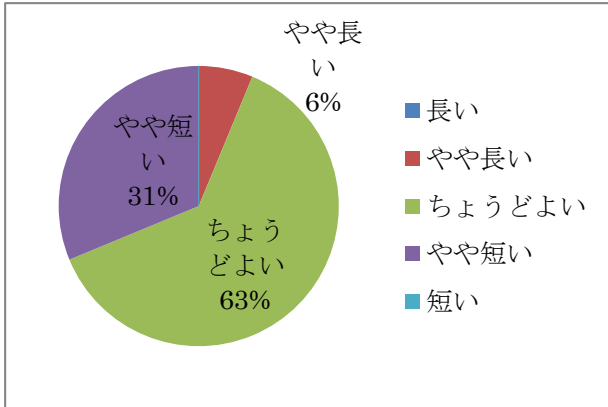
体験時間としては、個人によって異なったが、90分から120分程度であった。体験時間に対する調査(図表2)では、ちょうどよいが全体の63%(10人)、次にやや短い31%(5人)、やや長い6%(1人)であった。やや短いと答えた人は、体験メニューでブレスレットを選んでいる人が大半を占めた。

難易度に関しては、ちょうどよい94%(15人)、やや難しい6%(1人)であった。(図表3) 難易度に関してはちょうどよいことが分かった。

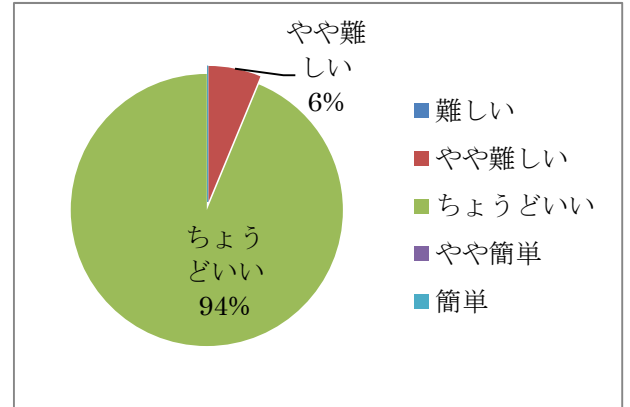
今回の体験を適正な価格はどれ位と考えられるかという自由回答の問いには、平均で1,520円であった。500円以上999円以内と答えた人は20%(3人)、1000円以上1499円以内は20%(3人)、1500円以上1999円以内は33%(5人)、2000円以上2499円以内は20%(3人)、2500円以上は7%(1人)であった。最も低かった価格は、500円で、最も高かったのは、4000円とばらつきがみられた。(図表4)



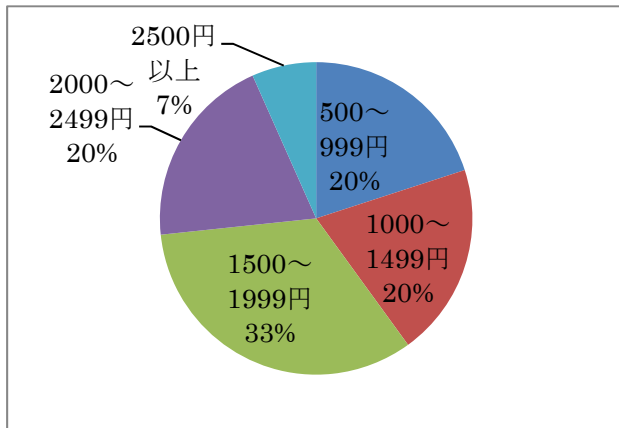
図表1 何を作りましたか？(全4種)



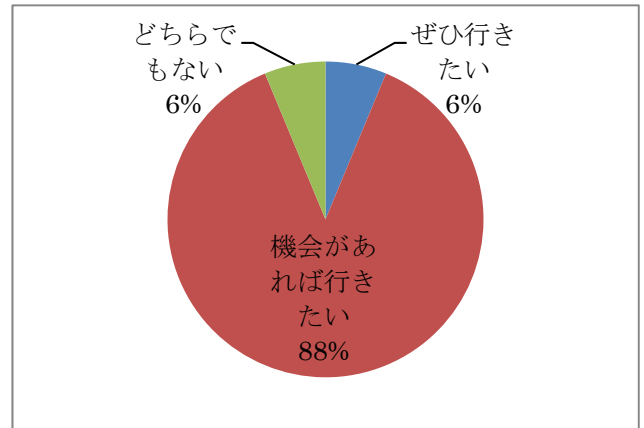
図表 2 体験時間はどうでしたか？ (5段階)



図表 3 難易度はどうですか？ (5段階)



図表 4 適正な価格は何円ですか？



図表 5 東かがわ市に行ってみたいと思いますか？

参加の動機について自由記述で聞いたところ、誘われたから (7人)、革小物に興味があった・作りたい (6人)、今までに革小物を作ったことがないから (2人)、価格が手頃であった (2人)、楽しそうだったから (1人)、雑貨が好き (1人)、実物を見て可愛かったから (1人)、香川大学で行われるから (1人)、知り合いが楽しいと言っていたから (1人)、革小物をあげたい人がいる (1人) という答えであった。全員は、革小物づくりは初めてであり、興味が大きいように感じられた。

次に、自由記述で①革小物づくり体験に関する感想、②作った革小物に関する感想③指導に関する感想を聞いたものを以下にまとめている。

#### ① 革小物づくりに関する感想

- ・楽しかった (8人)
- ・意外と簡単 (2人)
- ・丁寧に教えてもらった
- ・最初は難しいがコツをつかめばできた
- ・図工の時間みたいで楽しかった
- ・オリジナリティを出せるのがよい (3人)
- ・上手にできた
- ・完成した時、嬉しかった
- ・革を切ったり、穴をあけるのは初めてする作業で楽しい
- ・のんびりした時間を過ごすことが出来た

- ・次は友達を誘いたい
- ・デザインにもっと時間をかけたかった
- ・付加価値をつけるべき（飽きやすい作業であるため）

### ② 作った革小物に関する感想

- ・使えそう・普段使いできる（4人）
- ・生地がしっかりしている（2人）
- ・意外に本物っぽくできた（2人）
- ・色がかawaii・デザインが可愛い（2人）
- ・うまくできた（2人）
- ・おしゃれ
- ・大切に使いたい
- ・使うのが楽しみ
- ・欲しかったものが手に入り、嬉しい

### ③ 指導に関する感想

- ・丁寧な指導である（13人）
- ・指導者不足（6人）
- ・部屋が狭い（2人）
- ・編み方の見本がよかった
- ・アットホームな印象
- ・道具が少ない
- ・もう少し細かく教えてほしい
- ・編み方の見本がよかった

最後に東かがわ市に行ってみようかという問いには、ぜひ行きたい 6%（1人）、機会があれば行きたい 88%（14人）、どちらでもない 6%（1人）であった。（前頁、図表 5）予測では、もっと革小物を作りたいという理由から、ぜひ行ってみようかという意見が多くなると考えていたが、この結果よりリピーター率は低めであると考えられる。



### (3) グループインタビュー調査結果、分析

グループインタビューは、慶応義塾大学出版会から出ているグループインタビューの技法を参考にし行なった。別部屋に移動し、発言しやすい環境を作り、初めにインタビューの趣旨を明確化した上で、1時間程度行なった。記録はテープレコーダーに記録している。

## 1. 体験後の感想

アットホームな印象が強く、時間がアツという間に過ぎたようであった。革小物について、参加者は体験前は、手作りの革小物はあまり本格派ではないという予想があったが、意外に本格的で期待以上だと多くの人と話していた。また、自分で色を決めれること、作ることから愛着生まれて、大事にしたいと話す人もいた。



グループインタビュー風景

## 2. 改善点

改善点として最も多かった意見として「講師と生徒の割合の再検討」が挙げられた。現在では10人の生徒を講師1～2人で教えているが、2～3人の生徒につき一人の講師が必要であるという意見があった。しかし、今回はそれぞれが違う小物を作っていたので、全員が同じものを作るのであれば、割合は再検討しなくてもよいという意見が挙がった。

また、時間が2時間と長いため、立ち寄り観光ならば、もう少し短い時間（30分程度）のできる観光メニューを作るべきだという意見もあった。

## 3. 楽しかった作業、瞬間

楽しかった作業として挙げられたのは「革やひもを選ぶ」「縫う作業」であり、また楽しかった瞬間として挙げられたのは「出来上がった瞬間」であった。これらの工程をより深めることで、より満足度が上がるのではないかと考えた。

## 4. 値段について

値段の感じ方は個人によって異なった。「革が好きな人」「体験観光経験者」は安いと感じ、それ以外の人は高いと感じているようだった。趣向によって差があるように思えた。

## 5. 実際に東かがわに行きたいか

実際は交通費もかかってしまうため、行けないという意見が大半であった。しかし、東かがわに行く機会があれば、東かがわ手袋ギャラリーに行きたいという意見が挙がった。

## 6. 旅の目的

主に学生の旅の目的を自身の経験をもとに話してもらった。大半の人が旅の目的は仲間との仲を深めるためであり、観光地では仲間と騒げる場所に行きたいと話していた。目的地が決まれば、「何が食べたいか」「何を見たいか」で旅の旅程を決めることが多い。少数派の意見では、観光地に行く際には、どういった体験観光があるのか調べる人もいた。

## 7. 体験観光

今まで体験観光はしたことがあるかという質問には、半数の人があると答えた。体験をする前に観光地を訪れる前に前もって計画していたか聞いたところ、多くの人は予定はしてなかったが、観光地に行っておもしろそうだったから体験したようだった。価格としては500円から1500円と様々。予約をとって体験したもので最も高かったのは京都での舞妓さん体験で1万円であった。この質問によって、体験観光には「積極派」「消極派」がいることを知ることが出来た。

### (4) 考察

#### 満足度と趣向の関係性

今回のアンケートで満足度と趣向を考えると、「革が好き」「体験観光経験者」「細かい作業が好き」と答える人は満足度が高いようであった。今後、革小物づくりのターゲットを決める上で、年齢ばかりでなく、趣向に焦点をおく必要がある。

#### 体験テーマは「アットホーム」「本物志向」「丁寧な指導」

今回アンケート、グループインタビューで挙げられたキーワードとして「アットホーム」「本物志向」「丁寧な指導」という言葉が多く見受けられた。この3点はともに、よかった点として挙げられているため、今後体験メニューの広報を進める上でも重要なキーワードになると考えた。

#### 学生をターゲットとした革小物づくり体験

今回体験した学生は革小物づくり体験のターゲットとなると考えていたが、学生の背景として「自由に使えるお金が少ない」というものがあり、「体験料が高い」「実際に東かがわまで行くお金はない」という意見が多かった。よって、経済的に余裕がある人がターゲットとなるように感じた。

#### 体験観光のターゲット

グループインタビューにおいて「体験観光」について話していたところ、体験観光という観光の形態は50~70代の経済的に余裕があるアクティブシニア（活動的な高齢者）がターゲットに適すのではないかという意見が挙がり、ターゲットの再検討をする必要があると考えた。

#### 体験観光を旅へ取り入れるには

今回行ったアンケートで「実際東かがわに行きたいか」をいう問いをしたところ、大多数が「機会があれば行きたい」と答えた。やはり、今回の革小物づくり体験だけでは現地まで観光者を呼ぶのは難しいと考えられた。よって、東かがわ内の観光地との結びつきを作り、地域全体で魅力を作り出すことが必要であると考えた。

## 4. この事業が本学や地域社会に与えた影響

### (1) 本学への影響

#### 体験観光について学生に広めることができ、文化活動の一環になった

今回の事業では学生 19 人に参加してもらい、革小物づくり体験教室を開催した。全ての学生は、革小物づくり体験が初めてのことだったため、新たな文化を知るきっかけになった。

#### 大学が地域に影響を与えることが出来た

今回の事業は大学内でなければ実施できなかった。東かがわ手袋ギャラリーの運営者、スタッフは今回の取り組みを高く評価してくださっており、大学の学生との共同研究の利点を強く表すことが出来た。

### (2) 地域社会（講師・施設）に与えた影響

#### 東かがわ市の産業観光の情報発信の場となった

東かがわのチラシを置くこと、ギャラリーのことを話すことで学生の認知度を上げることに成功した。革小物づくり体験の始まりの背景などを話すことで、学生たちに「ものづくりに対する思い」を伝えることが出来た。

#### 講師の方の情報収集の場になった

実施後の講師の方が「若い年齢層の意見が聞け、今後の体験に役立てたい」といってくださった。今回の開催は、ターゲットとなる年齢層の意見を多く聞ける場であったため、格好の情報収集の場になったといえる。

## 5. 自分たちの学生生活に与えた影響や効果等

#### 今までの取り組みの成果を確認する場になった

2010 年 4 月から東かがわ市で活動をしていて、若年層をターゲットに革小物づくり体験を作ってきたが、今回の取り組みで私たちの活動の成果の確認の場となった。取り組んだことで評価できる点はあったが、まだ改善できることは多いように感じられた。

#### マーケティングを地域に取り入れる難しさを実感

若年層をターゲットに作った体験メニューであったため、学生に評価されるという期待があったが、今回実施して、今後趣向に分けてセグメントを加える必要があると感じた。もっと専門知識を学ぶ必要性を強く感じた。

#### 新たな調査法を勉強することが出来た

今回グループインタビューという新しい調査方法を学び、実施した。以前まで地域活性化活動で住民 1 人ひとりに対するインタビューは何度も行っていたが、グループに聞き取るのは初めてであったため、

新たな調査法について勉強することになった。まだうまく聞き取ることは出来なかったが、本音が聞ける有益な調査方法であるため、今後の調査でも使っていきたいと思う。

## 6. 反省点・今後の抱負（計画）・感想等

今回の事業の反省点としては、体験観光において集客がうまくいかなかったことである。始めはバスツアーを企画し、実際に東かがわ市に行き、革小物づくり体験をしてもらい、より本質的な意見を聞くつもりであった。しかし、休日であったため同学年である3回生は就職活動で参加者は集まらなかった。ターゲットを2年生にして、200人の前で広報した。しかし、連絡が来たのは2人だけであり、結局バスツアーは中止となった。私はこのことにより、「人に魅力を伝える難しさ」を感じた。現在、就職活動をしていて、企業との面接においても常に「自己PR」をしなければならない。そのときにも「自分の魅力をいかに伝えるか」が必要となり、悩まされている。

その後の大学内での革小物づくり体験の広報の際は、「シンプルに伝える」ということを念頭に置き、「革小物づくりしませんか」といい、革小物を見せるだけの広報をした。200人の前での広報では、革小物づくりの話から、東かがわ市の話、今回のプロジェクトについてなど多くのことを話しすぎたという反省があったからである。その結果、定員に近い人数を集めることが出来た。今後も魅力を伝える際には、「シンプルに伝える」ということを大切にしたいと思う。

今後の計画としては、まずターゲット、コンセプトを明確化させ、体験メニューに反映させていくことである。ターゲットは年齢層だけでなく、趣向についても深くしていきたい。また、東かがわ市にある観光施設との連携したツアーの企画も考えている。

今回の事業は私にとって、勉強の場でもあり、取組みを試す場であった。3回生の後期という忙しい期間であったが、大学生活において、最も「主体性」を発揮した場であった。企画からプレゼンテーション、具体的な計画、実施まで、多岐にわたる準備が必要であった。この経験は今後の研究の指針を明確化させただけでなく、私の人生においても大きな影響を与えた。

今回の事業にあたり、協力してくださった先生方、大学事務の方々に心からの感謝の気持ちを伝えたい。

## 7. 実施メンバー

代表者 田丸 裕子 (経済学部3年)

構成員 森井 珠実 (経済学部3年)