



「京もの担い手育成事業」
インターンシッププログラム

京焼・清水焼

たにぐちちさと様

2021年12月～2022年1月

上記期間に合計3回のワークショップを開催



「京もの担い手育成事業」

主催 | 京都市産業観光局クリエイティブ産業振興室

企画・運営 | ようび

コーディネーター | 大島 正幸 (ようび 代表取締役)



たにぐちちさと様

事業内容

京焼・清水焼の製造

プロフィール

京都市東山区の清水寺門前にある、京焼・清水焼を扱う商店「清雅堂陶苑」に生まれ、バラエティーに富んだ華やかな陶磁器を見て育つ。伝統工芸や美術・ものづくりに関心があり、大学卒業後京都府立陶工高等技術専門校で、本格的に陶芸の道に入る。実店舗のオリジナル商品の制作をしながら、伝統工芸展に出品、作品作りを行い、個展を開催する。

絵付けや掻き落としなどの装飾を得意とする。

2010年結婚を機に夫の家業であるガラス工芸（パート・ド・ヴェール）を手伝う。10年のガラス制作を経て、2020年東山区茶わん坂にある工房に戻り陶芸を再開する。



プログラムの流れ

たにぐち様が新しく立ち上げのご予定の、
新ブランドのブランディングをテーマに、本プログラムを実施しました。

day1

リテラシー教育

現代社会で必要とされる
リテラシーに関する講義

講義

ブランディングとは

講義

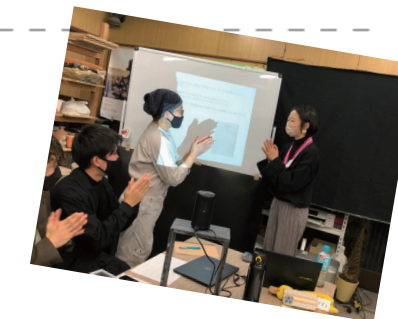
仕事と社会の変化について

講義

マーケティングについて

講義

ビジネス視点での金融教育



現状分析

ワーク

新ブランドに関するヒアリング

day2, 3

ブランディング 戦略の検討

ワーク

ブランドコンセプトの検討

ワーク

ロゴデザインの検討

ワーク

ブランドカラーの検討

ワーク

新ブランドのペルソナ作成

※ペルソナとは：サービス・商品の典型的なユーザー像のこと





課題を分析

ワーク 新ブランドに関するヒアリング

たにぐち様への新ブランドに関するヒアリングでは、たにぐち様が考えられている新ブランドのコンセプト、保有されている技術、商品販売の方向性について、インターン生から質問させていただきました。

<インターン生から出た質問項目>

- ブランド名の由来について
- ブランドの方向性について
- 保有している技術について
- どのような商品を販売していきたいか
- どのようなデザインの商品を作りたいか 等



ワークを通して、たにぐちさんと自分が感じていることの違いを共有することができて良かったです。自分のやりたいことやイメージを伝えるためには、客観性が大切だと思います。



ワーク② ロゴデザインの検討

たにぐち様に事前に考えていただいたロゴ案をもとに、新ブランドのブランドコンセプトに適したロゴデザインをチームに分かれて話し合い、検討しました。

ブランドのロゴひとつとっても、細かく意味があることを知って、とても面白く感じました。



ワーク③ ブランドカラーの検討

ブランドコンセプトとロゴデザインの方向性をもとに、ブランドカラーについてチームに分かれて話し合い、カラーサンプル帳からブランドのメインカラーとサブカラーを選択しました。



ワーク④ 新ブランドのペルソナ作成

どのようなお客様が新ブランドの商品を購入しようか考え、チームに分かれてペルソナを作成しました。

※ペルソナとは：サービス・商品の典型的なユーザー像のこと

商品を購入するのはどんな人？



性別 吉田晋三 年齢 42歳
 職業 カード会社勤務 居住地 横浜
 年収 900万 家族 妻・小6の娘

- ・価値観 仕事と休日をはっきり分け、生活を大切にしたい
- ・関心事 文化的なもの
- ・趣味 登山、キャンプ、寺社仏閣
- ・よくある購買動機 背景に惹かれて買う

ワークシートの例
※イメージ



ブランディング戦略の検討

ワーク① ブランドコンセプトの検討

たにぐち様に事前に考えていただいたブランドコンセプトをもとに、第三者にブランドの価値観がより伝わるように、チームに分かれて話し合い、内容をブラッシュアップしました。

たにぐちさんの「若者に陶器の魅力を伝えたい」という想いに共感しました。私もその想いに対してお手伝いしていきたいです。



ブランドをつくるステップを初めて知り、こんなにたくさんのステップがあることに驚きました。ブランドを立ち上げる大変さや難しさを実感することができました。チームで協力してアイデアを出したり、イメージを具体的に落とし込む作業がとても勉強になりました。

私のような素人に何ができるのだろうか？と最初は思っていましたが、消費者目線からブランドを考えることの大切さを知ることができました。細かなことの積み重ねが大きな成果に繋がることを学べ、大変貴重な体験になりました。



プログラムを終えて

今回、特別なチャンスをいただき、本当に感謝したい。新ブランドについて迷っていたことをみんなに相談できて本当に良かった。また、自分とは異なる年代や異分野の方との関係性の大切さをとても実感することができました。異分野、異世代の交流や意見交換から、新たな視点や気づきがあり、ペルソナの分析に通じました。



たにぐち ちさと様

ブランディングはこれから事業をしていく上での基盤であり、広大な土地でさまよっているところにルールを敷くようなことなのだ実感しました。その大変な過程を、たにぐちさんの立場に立って一緒に考えられたのはすごく大きな学びになったと思います。



インターン生
大学4年生



インターン生
大学2年生

とても濃密なプログラムでした。私は大学でマーケティングを選考していますが、大学ではケーススタディーばかりで、実践的なマーケティングの授業は無かったので、このプログラムはとても貴重な体験でした。ブランドのロゴについても、こんなに深く考えたことがなかったです。これからもこの経験を活かして挑戦していきたいです。

一人で考えていただけでは思いつかなかったことや、自分がうまく言葉に表せなかったことも、チームで考えることでより深く考えられたり、うまく表現することができました。また、人と繋がる大切さも理解できました。



インターン生
大学3年生