

土  
工  
芸



「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

# 陶仙窯

岡山 高大 様

2022年7～9月

上記期間に合計5回のワークショップを開催  
一対面開催2回・オンライン開催3回



「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)



京都市  
CITY OF KYOTO



京都の伝統産業  
Traditional Industries of Kyoto



YOUNBI



# プログラムの流れ

## 陶仙窯

### 事業内容

京焼・清水焼の技術を用いた、食器等の製造

### 陶仙窯について

陶仙窯は1915年（大正4年）に創業し、4代続く京焼・清水焼の窯元です。多くの窯元が集まる京都・泉涌寺で成型から絵付け、焼成、上絵に至るまでの一貫生産をしています。中国南宋時代の官窯から伝わる「亀甲貫入釉」、李氏朝鮮時代に装飾技法である「三島手」、これらに金彩・白金彩を合わせることで洋食器の雰囲気近づけました。使ってくださる方の生活に馴染むような形や釉薬を探して、「日常生活を少しだけ豊かに」することを考えながらつくったうつわです。陶仙窯のうつわは、職人が一つ一つ手作りしています。手作りのあたたかみを感じて、日々の暮らしの一部に加えていただけましたら、こんなに嬉しいことはありません。



day1, day2

### ● 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

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



### ● 現状分析

ワーク

事業の現状ヒアリング ▶

対談

岡山様とコーディネーター大島の対談 ▶

day3

### ● 課題の言語化

ワーク

事業の課題の言語化 ▶

設定された課題 | 商品の価値を伝えきれていないため、購入者から見ると、商品価格が高く感じられてしまう可能性がある。SNSをもっとPRに活用し、PRから販売に繋げていく。



### ● リテラシー教育

講義

ビジネス視点での金融教育

day4, day5

### ● 課題解決のための アクションプラン案 の作成

ワーク

ペルソナを考える ▶

ワーク

カスタマージャーニーマップをつくる ▶

ワーク

インスタグラムの投稿案の作成 ▶



### ● 岡山様とインターン生の 今後のつながりをつくる

ワーク

お互いのことを知るワーク





# 課題を分析

## ワーク①

### 事業の現状ヒアリング

陶仙窯が抱える課題を分析するために、インターン生はチームに分かれて工房を見学し、事業の現状について岡山様にヒアリングを行いました。

<インターン生から出た質問項目>

- 岡山様が考える自社の強みと弱み
- 商品販売で悩んでいること
- 今後、販売に力を入れていきたい商品
- 他社と差別化できているポイント
- SNSでの発信について 等

今回のワークでは質問力の大切さに気付かされました。ただ聞きたいことのみ聞くような質問ではなく、**質問の仕方を工夫することで、さらに情報を得ることができ、相手の本音や深い部分を引き出すことができると学びました。**

質問される側になった時も、質問に答える度に自分の考えが整理され、**新しい自分を見つけることができましたように思います。**



## 対談

### 岡山様とコーディネーター大島の対談

岡山様には対談を通して、商品の説明や制作方法、使用している道具などについてお話していただき、その後、インターン生には課題分析のために必要な情報を岡山様に追加で質問してもらいました。

### プログラムで設定された課題

商品の価値を伝えきれていないため、購入者から見ると、商品価格が高く感じられてしまう可能性がある。  
SNSをもっとPRに活用し、PRから販売に繋げていく。



# アクションプランの提案

## ワーク①

### ペルソナを考える

陶仙窯の商品の魅力を、どのような人に届けたら良いと思うか、インターン生にチームに分かれてペルソナを作成してもらいました。

※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

ワークシートの例  
※イメージ

名前 **小林ユキ** 年齢 **35歳**  
 ・職業 **企画デザイン職**  
 ・年収 **350万**  
 ・家族構成 **夫と二人暮らし** ・趣味 **旅行・カメラ**  
 ・性格 **穏やか・好奇心旺盛** ・関心事 **美術館**  
 ・価値観 **モノより、コト重視**  
 ・よくある購買動機 **買うなら早いほうがよい**



ペルソナもカスタマージャーニーマップも初めて学んだことでしたが、**これらを設定したことで、今まで気づかなかった課題点を見つけることができました。**

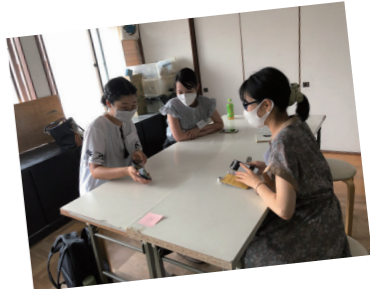
陶仙窯の商品を  
どんな人に  
届けたら良い?

## ワーク②

### カスタマージャーニーマップをつくる

ワーク①で作成したペルソナのカスタマージャーニーマップをチームに分かれて作成してもらい、事業の改善点を洗い出しました。

※カスタマージャーニーマップとは：お客様が商品を知り購入するまでの行動プロセスを、行動パターンや思考、感情などの項目で分析するためのフレームワーク



購入までの行動を  
考えてみよう

	認知	情報収集	購入	使用	拡散
行動	発見 うつわを探しているときにInstagramのおすすめで見つける	夫に共有 陶仙窯のうつわが気になっていることを夫に話す。	訪問・購入 店舗で、機能面の良さを教えてもらい購入	使用・実感 料理を盛り付け初めて使用	SNS投稿 レポート買い うつわの使用シーンをインスタで投稿 オンラインで購入
思考	色がかわいい!	かわいいうつわを見つけたんだけどどうかな?	見た目だけじゃない 使いやすさも魅力	取り扱いが簡単! いつもの料理も特別感を感じる	かわいいうつわをみんなに見てほしい

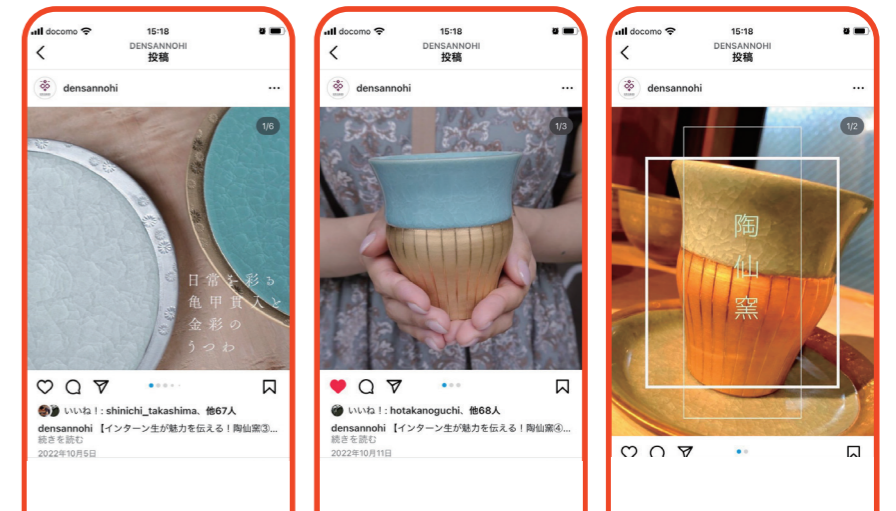
カスタマージャーニーで投資すべきポイントがわかる!  
機能面や使用シーンなどより多くの情報をInstagramで発信する

ワークシートの例  
※イメージ

## ワーク③

### Instagramの投稿案作成

陶仙窯の認知拡大のために、設定されたペルソナに向けたInstagram投稿案をチームに分かれて作成しました。作成された投稿案は、「京都の伝統産業【公式】」のInstagramアカウントから発信しました。





# プログラムを終えて

これまでの会議や作業の**固定観念を良い意味で覆された**、ありがたい体験でした。このプログラムに積極的に参加して来られた学生さんたちが、将来どのような道に進まれても楽しみに感じます。私の方でも、**これから改善する内容が明確になったのは**すごくありがたい、進めて行きたいと思います。



陶仙窯  
岡山様

伝統工芸の職人さんと直接話したり、**その方自身の口から問題や課題を聞く機会**は初めてだったので新鮮で興味深かったです。このプログラムに参加する前は、本当に一学生の私の意見が職人さんや京都市さんにプラスになるのかなと疑問を感じていた部分もあったのですが、一緒になってワークを進めていくなかで、自分のアイデアを肯定してもらえたり、私が考えた課題点が採用してもらえたりと、**学生でも真摯に向き合えば力になれる**こともあることを感じられて、とても嬉しかったです。



インターン生  
大学院1年生



インターン生  
大学院1年生

岡山さんの反応を目の前にしながら、**岡山さんと一緒に解決策を考えることができたのは非常に貴重な経験でした**。この度は貴重な経験をさせていただきありがとうございました。このインターンシップで学んだことをどんどん実践したいと思います。是非来年以降も参加したいです。

全5回のプログラムでは、**自分の想像を遥かに超える量の学びを手に入れることができました**。陶仙窯さんの課題への解決策を考えていく中で、普段関わることの無い人達とも沢山関わる事ができましたし、**課題解決へ導くための方法を知ることもできました**。また、マーケティングや金融のお話など、気にはなっていたけれど調べていなかった、教えてもらっていなかったことを深く教えていただけて本当に良かったです。



インターン生  
大学2年生