

伝

「京もの担い手育成事業」
インターンシッププログラム

かざりかなぐ
鍔金具

かざりかなぐ
鍔金具竹内

竹内直希 様

2023 年 9 月～11 月

上記期間に工房見学と合計 4 回のワークショップを実施
— 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



Y YOUNBI

かざりかなぐ 鋳金具竹内

事業内容

鋳金具の製造・修理・販売

鋳金具竹内について

昭和 42 年に吊灯籠を制作する会社として創業しました。
現在は、神社仏閣や仏壇などの伝統的な装飾、鋳金具の製造と修理を手がけています。
伝統的な手仕事でしか表せないやわらかな風合いを大切にしながら、機械設備を活用することで、高い品質の製品を安定して量産できることが特徴です。

新たに立ち上げたブランド「鋳之 -KAZARINO-」では、鋳金具の製作技術を活かしマネークリップやスマホカバー等、日常使いできる小物を製作・販売しています。



プログラムの流れ

day1, day2

● 工房見学

ワーク

鋳金具竹内について
インプット&ヒアリング



● リテラシー教育

講義

異なる世代や異業種の人との
コミュニケーション能力を向上させるコツ

現代社会で必要とされる
リテラシーに関する講義



● 現状分析

ワーク

竹内様のプレゼンテーション
鋳金具竹内の事業について

ワーク

事業の現状ヒアリング

ワーク

事業の強みと課題の言語化

設定された課題 |

「鋳之 -KAZARINO-」の認知度を上げる方法とは



day3

● リテラシー教育

講義

認知の重要性について

講義

共感される活動について



day4, day5

● 課題解決のための アクションプラン案 の検討

ワーク

市場調査

ワーク

「鋳之 -KAZARINO-」の最適な PR ツールを考える

ワーク

共感されるキーワードをピックアップする

ワーク

共感されるキーワードをもとに、
インスタグラムの投稿案をつくる

ワーク

ペルソナが好きそうな新しい紋様や図形をつくる



● 事業者様とインターン生の 今後のつながりをつくる

ワーク

今後の繋がりをつくる





課題を分析

工房見学

かざりかなで

銚金具竹内についてインプット&ヒアリング

銚金具竹内の事業についてインターン生に理解を深めてもらうために、グループに分かれて工房見学を実施しました。

その後、さらに銚金具や事業に関する知識をインプットしてもらうために、別会場で竹内様からインターン生に事業に関するプレゼンテーションをしていただきました。プレゼンテーションでは、事業の歴史や特徴、商品の説明、現在の取り組みについて説明していただきました。



ワーク①

事業の現状ヒアリング

銚金具竹内が抱える課題を分析するために、インターン生から事業の現状について竹内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>

- 竹内様が考える事業の強みと弱み
- 商品のラインナップ
- 今後、販売に力を入れていきたい商品
- 商品を販売する上で、課題に思っていること
- 「銚之 -KAZARINO-」のコンセプト 等

機械化に特に興味を惹かれました。竹内さんのように、手仕事と機械を上手く組み合わせると、伝統工芸がたくさんの方の手に届きやすくなり、次世代に伝統を繋げていくという面でも良いと感じました。



ワーク②

課題の言語化と設定

竹内様のプレゼンテーションやヒアリング結果をもとに、インターン生はチームに分かれて、銚金具竹内の事業の課題を分析し、言語化しました。

プログラムで設定された課題

「銚之 -KAZARINO-」の認知度を上げる方法とは



現状の問題点を深掘りすることで、課題が見つかることを学びました。現状を知ることの重要性を感じました。



アクションプランの提案

ワーク①

「銚之 -KAZARINO-」の最適なPRツールを考える

竹内様に銚之 -KAZARINO- のペルソナ（サービス・商品の典型的なユーザー像）をご共有いただき、銚之 -KAZARINO- に最適なPRツールを考えるワークを行いました。

銚之 -KAZARINO- のペルソナに最適なPR方法は？

<最適なPRツールの例>

- ネット
instagram、X、ウェブ記事 等
- リアル
雑誌、新聞、デパートのカタログギフト 等

自分と年齢や性別が違うペルソナはどんなPRツールが刺さるのか考えることが難しかったです。普段からいろんな世代の人と関わったり、市場調査することが大切だと思いました。



ワーク②

共感されるキーワードをピックアップ

銚之 -KAZARINO- のファンが増えるようなSNS投稿を考えるために、顧客に共感してもらえそうなキーワードを考えました。竹内さんに出されたキーワードの中から、これから銚之 -KAZARINO- で押し出したいキーワード3つを選んでいただきました。

<選ばれたキーワード>

- 経年変化 ● 多様性 ● 長期利用

<その他キーワード案>

- 装飾 ● 自分らしさや個性を表現できる ● デザイン性 ● 修復可能 ● 世代を超えた使用
- 性別 ● 国籍関係なく働ける ● 少量生産と大量生産 ● 人の手による加工 ● 教育
- サステナブル ● 女性の社会参画 ● 海外 ● 素材（金属の種類）

竹内さんとの対話を通して、銚之の魅力を知ることができ、顧客に共感してもらえそうなキーワードを多く考えることができました。



ワーク③

インスタグラムの投稿案を作成

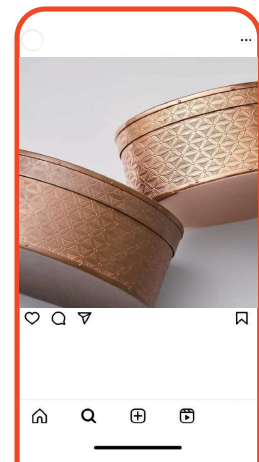
銚之 -KAZARINO- の認知拡大のために、顧客に共感してもらえそうなキーワードを使いながら、インスタグラムの投稿案を考えました。

「経年変化」を押し出せるようなインスタグラムの投稿案を作成！

<実際に考えた投稿案>

銚之のアイテムは、真鍮や銅の金属製。使えば使うほど変化してゆくのも魅力です。だんだんとあなた仕様の、オンリーワンのものに。愛着が湧いたり、部屋に馴染んでいったりすることもあるでしょう。自分だけの一生もののアイテムを手に入れませんか？

銚之 # 経年変化 # 一生もの # オンリーワン



プログラムを終えて

ファンを作ることの重要性を感じました。

今後は銚之-KAZARINO-のファンになってもらうための情報発信をすることで、ファンを増やし、結果的に商品が売れるようにしたいと思います。

また、インターン生に説明することで、自分の考えも整理でき、様々な意見もすんなり自分の中にインプットできました。



かざりかなぐ
銚金具竹内
竹内直希様

顧客に共感されるような活動や理念があると、認知が拡大しファンが増える、という構造を学ぶことができました。
自分自身も今後何か発信するときには、「共感」を意識したいと思います。



インターン生
大学4年生



インターン生
大学2年生

最初は思ったように進められなかったですが、2回、3回と回を追うごとに自分から意見を出したり、作業分担を素早くできるようになり、自分の成長を感じました。

自分では思いつかないような様々な意見を聞き、対話をしたことがとても楽しかったです。

実際に事業を行っている竹内さんも交えて、真剣に課題を考えるということもとても貴重な経験だったと思います。



インターン生
大学3年生