



「京もの担い手育成事業」  
インターンシッププログラム

漆工

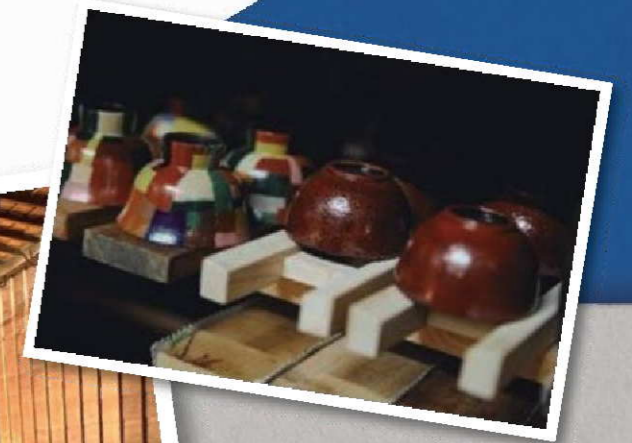
# 高木漆工

高木望 様

2023年11月～2024年1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—

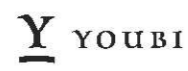


「京もの担い手育成事業」

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)



## 高木漆工

### 事業内容

茶道具・食器類の漆塗り、漆工品の修理・金継ぎ

### 高木漆工について

2017年に高木漆工を立ち上げ、茶道具や食器類の漆塗り、漆工品の修理や金継ぎを請け負っています。自社商品の開発にも取り組まれており、漆に顔料を混ぜ塗りつけたカラフルな酒器や箸も制作されています。

異業種の職人や企業とのコラボレーション、漆工についての講義、ワークショップ、インターン生の受け入れもされており、次世代育成や漆工を広める活動にも力を入れています。



# プログラムの流れ

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

事業の新規顧客の獲得方法について

講義

目標の決め方と進め方について



## ● 現状分析

作品鑑賞

高木漆工の作品を鑑賞

高木様のプレゼンテーション

高木漆工の事業について

ワーク

高木様への現状ヒアリング

ワーク

事業の強みと課題の言語化

設定された課題 |

自社商品が少ないため、新商品開発が必要

day3

## ● リテラシー教育

講義

商品開発について

講義

売れる商品と価値について

講義

AI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

新商品のテーマを決める

ワーク

いくら価格の商品が必要か定める

ワーク

新商品と同価格帯の商品を探す

ワーク

ペルソナ設定

ワーク

ペルソナの嗜好を予測する

ワーク

商品開発案を考える

## ● 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

高木様のプレゼンテーション

高木漆工の事業について

インターン生に漆工や事業に関する知識をインプットしてもらうことによって、より最適な事業の課題を抽出してもらうために、高木様からインターン生に、事業の特徴や現在の取り組みについてプレゼンテーションしていただきました。

漆器ができるまでに木地や上塗り等、様々な技術や人が関わっていることが分かりました。修行も含めてたくさんの時間と労力をかけて作品が生まれていることを聞くことができ、漆塗りにより深みが感じられるようになった気がします。

## ワーク① 高木様への現状ヒアリング

高木漆工が抱える課題を分析するために、インターン生は高木漆工の作品鑑賞後、事業の現状について高木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>

- 高木様が考える事業の強みと弱み
- 一般顧客を引き込む作戦があるか
- 商品を販売する上で、課題に思っていること
- 漆がどのような素材に塗れるのか
- 今後、販売に力を入れていきたい商品 等

漆という素材の可能性を感じました。

## ワーク② 課題の言語化と設定

高木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

自社商品が少ないため、新商品開発が必要



# アクションプランの提案

## ワーク① 新商品のテーマを決める

新商品のテーマを考えるために、インターン生はチームに分かれて高木様に追加ヒアリングを行いました。ヒアリングの結果、新商品について、高木さんが下記のことを考えられていることが分かりました。

- 生活雑貨を開発したい。
- 普段2万円の雑貨を購入ような、40代の女性向けの新商品を開発したい。
- 具体的なペルソナ設定や売りたい場面はまだイメージできていない。

<新商品のテーマになりそうなキーワード>

その後、インターン生には高木様の回答から、新商品のテーマになりそうなキーワードを挙げてもらいました。

Aチーム	・こだわり	・周りに見栄を張らない			
Bチーム	・高級感	・記念日	・特別感	・思い出	
	・ペア・セット	・おしゃれ	・軽さ	・手触り	・ご褒美
Dチーム	・受け継ぐ	・揃えたいくなる	・シンプルだけどシリーズもの（お箸・器・大皿）		
	・カラーバリエーションが豊富な器（家族で色違いでそろえる等。一人なら好きな色を選ぶ等）				

40代女性に響きそうな新商品のテーマを考える！

## ワーク② ペルソナ設定

※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

新商品を購入してもらいたい顧客のイメージを明確にするために、ペルソナを作成しました。高木様が新商品のペルソナとして40代の女性をイメージされていることから、40代の女性のペルソナをメインに3案作成しました。

<作られたペルソナ案>

高木漆工の新商品はどんな人に買ってもらえる？

名前 大塚佳代子  
性別 女性 年齢 41歳  
職業 雑誌編集者 性格 おおらか  
年収 600万 関心事 バランスの取れる食事  
家族構成 夫、息子 主な情報源 Instagram、Facebook  
価値観 家族には奮発していいものを使いたい  
よくある購買動機 自分へのご褒美

## ワーク③ 商品開発案を考える

設定したペルソナをもとに、チームに分かれて合計12案の商品開発案を作成しました。

<インターン生が考えた商品企画案>

- 子ども用カトラリーセット
- おひつ
- 小さいゴミ箱
- 手鏡

ペルソナの嗜好を意識しながら、新商品案を考える！

価格を決めてターゲットを絞ることでどんどん新商品開発が具体的、現実的になって行く過程を見ることができ、非常に有意義な時間でした。



# プログラムを終えて

商品開発にはプロセスを踏むことが必要  
ということが最大の気づきでした。

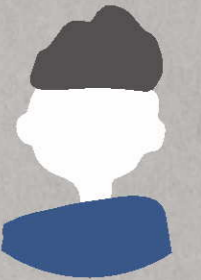
インターン生との活動の中で、自分ではあまり  
考えなかった発想が出て、たくさんの人で  
多く案を出すことは大切だと思いました。

今後は、ペルソナが購入しそうな商品の共通  
点を分析しながら、商品作りをしていこうと  
思います。



高木漆工  
高木望様

ワークを重ねる度に、どんどんとイメージが  
具体的になり、新商品像が絞れてきました。  
自分も何か最終的なゴールがある場合は、  
ゴールのイメージを具体的にしてから作業に  
取りかかりたいと思います



インターン生  
大学4年生



インターン生  
大学3年生

現状の課題分析から商品開発まで丁寧に  
グループワークで議論を続け、ブラッ  
シュアップされた案が生まれたことに、  
とても感動しました。

ペルソナ設定というのはマーケティング  
には欠かせない過程ですが、大学の授業  
内では行われません。学外へ出て学ぶ最  
大のメリットは、こうした経験を積むこ  
とができる点であるように思いました。



インターン生  
大学3年生