



「京もの担い手育成事業」
インターンシッププログラム

型友禅

岩井染工

岩井隆明 様

2024年6月～8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)



岩井染工

事業内容

着物や帯の染め加工、和小物作成

岩井染工について

岩井染工は、明治初期に創業以来、型友禅に特化して着物の染色を行っています。

1枚1枚丁寧に染められた着物はとても美しく、手仕事ならではの温かみを感じられます。

他社とのコラボレーションプロジェクトも行っており、内納洋裁店とのコラボレーションで生まれたブランド「Oui-Kyoto」では、岩井染工が染めた布で仕立てたワンピースを販売しています。その他に、法被やTシャツなど他業種からのプリント依頼も引き受けています。



プログラムの流れ

day1, day2

● 工房見学

ワーク

岩井染工について
インプット&ヒアリング



● リテラシー教育

講義

社会現状と適応力について

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

岩井様のプレゼンテーション

岩井染工の事業について

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

ワーク

ペルソナ作成のための追加ヒアリング

設定された課題 |

認知が少ない（岩井染工の認知を上げる方法とは？）



day3

● リテラシー教育

講義

認知について

講義

「安い」と「ユニーク」の販売戦略

講義

「質問」「発問」「問い」の違い

講義

認知は入口



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

ペルソナ設定

ワーク

岩井さんにヒアリング
「どこが、岩井染工のユニークさなのか」

ワーク

カスタマージャーニーマップ作成

ワーク

認知拡大のための記事を作る

ワーク

岩井染工のデジタルカタログ案を作る



● 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 岩井染工についてインプット&ヒアリング

岩井染工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、さらに型友禅や事業に関する知識をインプットしてもらうために、別会場にて岩井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

岩井染工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岩井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>
- 岩井様が考える事業の強みと弱み
 - 商品の価格と売上割合
 - 現在の商品のPR方法
 - 商品を購入してほしい顧客層
 - 染められない色はあるか 等

ヒアリングをしてみて、改めて質問する難しさを実感しました。どうしたら聞きたいこと、まだ知らないことを引き出せるか難しいかと思いつながら、質問を考えました。

岩井さんは、伝統工芸の認知拡大に積極的な方だという印象を受けました。

ワーク② 課題の言語化と設定

岩井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、岩井染工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

認知が少ない
(岩井染工の認知を上げる方法とは?)

言葉にして他者に伝えることで、自分の意見が明確化されるということを実感しました。自分自身に存在している偏見に気づききっかけにもなりました。



アクションプランの提案

ワーク① 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

認知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。

岩井様が岩井染工のペルソナとして 20代の女性・50代男性をイメージされていることから、インターン生には 20代女性・50代男性どちらかのペルソナを考えてもらいました。

<作られたペルソナ案>

岩井染工の商品を好みそうなペルソナはどんな人だろう？

	名前 今西楓
性別 女性	年齢 28歳
職業 エンジニア	性格 丁寧
年収 400万	関心事 一人旅、御朱印集め
家族構成 独身	主な情報源 Instagram
	よくある購買動機 良いものを長く使いたい
	よくある購買動機 吟味して納得したら購入

ペルソナをつくるのは初めてで不安でしたが、チームの皆さんとイメージを擦り合わせていくのがおもしろかったです。

ワーク② 岩井さんにヒアリング

「どこが、岩井染工のユニークさなのか」

岩井染工のユニークな部分(魅力的な特徴)を洗い出すために、岩井さんにヒアリングを行いました。その結果、キーワードが28個抽出されました。

岩井染工の魅力的な特徴を抽出!

- 国際的
- チャレンジ
- コーディネート力 (提案ができる)
- 江戸時代からの手法
- 際限のない色と柄 等

岩井さんのお話を聞いたり、岩井染工さんの強みを聞く度に、「こんなにすごいのに知られていないなんてもったいない!」「みんなに知ってもらって、良さを感じてほしい!」という気持ちが湧き上がってきました。

ワーク③ 認知拡大のための記事を作る

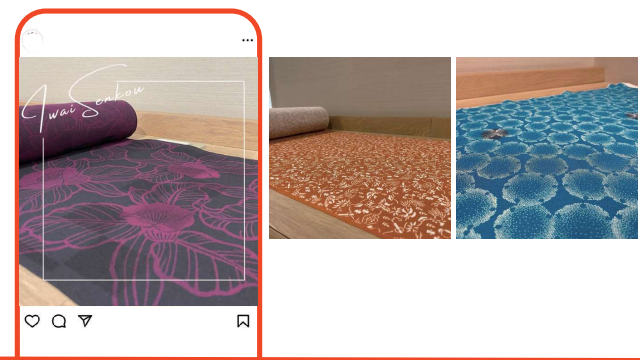
作成したペルソナや抽出された28個のキーワード、その他ワークでペルソナを分析した結果をもとにSNS投稿、チラシ、雑誌の広告等、認知拡大のための記事媒体を作成しました。

<実際に考えられた企画案>

手仕事ゆえのクオリティの高さ、美しさ、そして希少さ
色も柄もあなた好みで

岩井染工であなただけのお着物を仕立ててみませんか

あなただけの着物 # オーダーメイド
岩井染工 # 着物 # 小紋



プログラムを終えて

毎回テーマを決めて、限られた時間の中しっかりと講義やワークが進められて充実していました。

社会に出てから勉強できる事が少ないのでとても有り難かったですし、インターン生の皆さんが毎回積極的に意見を出してくれて、
これからの方針を設定するヒントになるような経験が出来ました。



岩井染工
岩井隆明様

「伝統は革新の連続」と言われることもありますが、ワークと対話を通してその「革新」していく過程を学びました。



インターン生
大学院1年生

大学で学んだこととの大きな違いはアウトプットの量の多さと、事業者の方との距離感だと感じました。

その二つの密度が濃くなることで、学習濃度も高まり、自分の技術として身についていくと感じました。



インターン生
大学4年生

もともと伝統工芸に興味があって参加したのですが、改めて伝統工芸の魅力や問題を肌で感じることができました。

ワークをしていく中で、知らない間に自分も伝統工芸に対してバイアスがあったことに気がつきました。



インターン生
大学3年生