



「京もの担い手育成事業」
インターンシッププログラム

絞り染め

辻が花染め工房 絵絞庵

福村健 様

2025 年 11 月～ 2026 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
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)



辻が花染め工房 絵絞庵

事業内容

辻が花、絞り染の着物等の制作及び販売
染体験、ワークショップ開催

辻が花染め工房 絵絞庵について

京都・洛北の、比叡山を望む場所にある工房です。
安土桃山時代の精緻な絞り染である「辻が花」の技術を活かした着物・帯・小物などの制作・販売をされています。
絞り染めにしかできない表現を追求し、
すっきりした品の良い辻が花を活かした福村様の作品は
とても美しく、多くの着物好きから支持されています。
また、この美しさの認知を広げるために、
展示会への参加や、絞り染め体験などのワークショップ
も開催しています。



プログラムの流れ

day1, day2

● 工房見学

ワーク

辻が花染め工房 絵絞庵について
インプット&ヒアリング



● リテラシー教育

講義

学習習慣の重要性と AI を活用したインプット

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

福村様のプレゼンテーション

辻が花染め工房 絵絞庵について

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 | 辻が花の認知が少なく、魅力を伝えきれていない

day3

● リテラシー教育

講義

認知・販売の必要性和顧客の購入動機について

講義

視座について



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

50 万円の商品とブランドをリサーチする

ワーク

顧客へ価値を届けるために企業が実施している
1 年単位の活動をリサーチする

ワーク

絵絞庵さんの価値が顧客に届くような、
年間に行う 10 ～ 15 個のアクションを考える

ワーク

考えた 10 ～ 15 個のアクションの中から
特に重要だと思うアクションを 4 つ選ぶ

ワーク

辻が花の魅力が伝わるような、
認知と販売につながるアクションの企画書をつくる



● 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

辻が花染め工房 絵絞庵についてヒアリング

絵絞庵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、さらに絞り染めや辻が花に関する知識をインプットしてもらうために、別会場にて福村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。

「辻が花」という技法を初めて知りました。直接描くのではなく、**絞り染めで作られることで唯一無二の味わいがある**と思いました。



古典的な模様だけでなく、魚や星といった**現代的であり見たことのないデザインも作ることができる**と知り、非常に興味を引かれました。



ワーク①

福村様への現状ヒアリング

絵絞庵が抱える課題を分析するために、インターン生は工房見学と福村様のプレゼンテーションで得た知識をもとに、事業の現状について福村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>

- 顧客層について
- 商品を販売するうえで課題だと思っていること
- 今後販売に力を入れたい商品
- インバウンドの顧客について
- 今後の展望 等

グループワークで絵絞庵さんの強みや課題について意見交換をしたりして、**普段交わることの無い方々とお話することができ、実りある時間でした。**



ワーク②

課題の言語化と設定

福村様のプレゼンテーションやヒアリング結果をもとに、インターン生は絵絞庵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

辻が花の認知が少なく、魅力を伝えきれていない



アクションプランの提案

ワーク①

50万円の商品とブランドをリサーチする

絵絞庵でどんな認知・販売方法を実施すればよいか検討するため、絵絞庵の商品と同じ価格帯（約50万円）で販売されている他ブランドの商品をリサーチしました。

<リサーチ結果>

- ・有名ファッションブランドのカバン
- ・フランスの高級シャンパンブランドのシャンパンセット
- ・高級旅館の1泊2日の宿泊料金
- ・高級モデルのマッサージ機

ワーク②

顧客へ価値を届けるために企業が実施している1年単位の活動をリサーチする

認知・販売方法のヒントを得るため、ワーク1でリサーチした商品を販売しているブランドが、顧客に商品やブランドの価値を届けるために実施している活動をリサーチしました。

フランスにある高級シャンパンブランドのシャンパンセット



ブランドの歴史的アーカイブを管理し、創業者の哲学をWEBで発信

高級モデルのマッサージ機



高級ホテルのスイートルームに期間限定で設置し、宿泊客が試せる環境づくりを提供

アイデアを膨らませるためにリサーチ！

ワーク③

辻が花の魅力が伝わるような、認知と販売につながるアクションの企画書をつくる

ワーク2の結果を参考にしながら、絵絞庵や辻が花の魅力が伝わり、認知と販売につながるアクションを考え、企画書を作成しました。

タイトル	専属タクシーで！着物を知る贅沢ツアー
内容	京都の様々な着物文化に触れられる場所を、専属ドライバー付きタクシーで巡る贅沢な旅行プラン。最終的に絵絞庵にて実際の制作現場を見学し、その場で商品を購入できる。
期待する効果	・京都の伝統文化の価値を実感できる贅沢で学びのある旅行体験を創出することを目指す ・着物や絵絞庵さんに興味を持ち、最終的に商品を購入してもらう

<ターゲットのペルソナ>

※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

	名前 佐藤佳代子
性別 女性	年齢 40～60代
・職業 主婦	・性格 サバサバしている
・年収 1000万円	・関心事 投資
・家族構成 夫、娘、孫、犬	・主な情報源 LINE、Instagram、友人
・趣味 生け花	
・よくある購買動機 感性に合ったら即決	

リサーチ結果を参考にしながら、アイデアを具体化！



プログラムを終えて

本当に沢山の学び、気づきがありました。
固くなりかけた頭の中が、粉々になった
感じです。

最後のプログラムでは、これまでのワーク結果が形になり、プレゼンまで行われたスピード感に驚きました。認知不足が課題だと感じたので、日本人向けのツアーや展覧会での見せ方を工夫するなど、今回貰った意見を参考にしながら、認知向上に向けて取り組んでいきたいと思います。



辻が花染め工房 絵絞庵
福村健様

企画書づくりを通して、
絵絞庵さんや福村さんの魅力をより明確化
できたなと思いました。
このプログラムは実践的な学びが多く、
フレームワークも学べ、参加してよかったと
思いました。



社会人の
参加者



インターン生
大学1年生

工房見学などを通して、間近で伝統技術
に触れ、普段はなかなか体験することの
ない貴重な経験ができました。
また、普段の学校生活とは違い、様々な
分野で活躍している、幅広い年代の方と
お話することができ、毎回新鮮で特別な
時間を過ごすことができました。

これまで話し合いを重ねてきて、最初の頃
と比べて、自分の意見をはっきりと言える
ようになったことが嬉しかったです。
学びを得るには新しいことに挑戦し
続けた方が早いと改めて実感しました。



インターン生
大学1年生