臨地実習 II　報告

本学は専門職大学として、臨地実習に多大な時間を割いている。学生たちは少人数のゼミに分かれ、繊維産業に関連する実習先に向かう。そこで地域の伝統技術を学び、新しいファッション知財を海外に発信することを目標としている。以下は 3 年次に実施される「臨地実習 II」についての報告である。2022 年度の実習先と担当教員は以下の通りである。

【東京キャンパス】

- ディプロモード株式会社（永澤陽一・後藤圭介・倉内尚士・村上勝）
- 上落合発展会（古田祐幸・村上勝）
- 桐生テキスタイルマンス、桐生商工会議所 他（平井秀樹・丹羽朋子）
- 東京ニットファッション工業組合（松岡依里子・篠原航平）
- 渋谷区、青梅市、逗子市、豊島区、宇都宮市（淺野麻由）

【大阪キャンパス】

- 泉大津商工会議所の CO-ON 関連 12 社、第一メリヤス株式会社、妙中パイル織物株式会社（藤井輝之）
- テーラーメイドカントリー（汪奮毅）
- 株式会社 藤木友禅型製作所（髙原昌彦）
- 株式会社 アート・ラボ、稲坂莫大小製造株式会社（三木勘也）
- 有限会社 玉木新雌、株式会社 the laB. media solution（髙山遼太）
- あべのハルカス近鉄本店 ハルカス学園祭（藤井輝之・汪奮毅・髙山遼太・髙原昌彦・三木勘也）

【名古屋キャンパス】

- テキスタイルマテリアルセンター（髙間由美子）
- とこなめ陶の森 他（磯部美里）
- 有限会社 絞染色 久野染工場（守屋孝典）

【東京キャンパス　報告①】

担当教員	永澤陽一・後藤圭介・倉内尚士・村上勝
ゼミ生数	20 名
実習先名（製品）	ディプロモード株式会社（アパレル全般）
実習先住所	東京都中央区日本橋本町
実習期間	2022 年 4 月 11 日～ 2023 年 3 月 20 日

本ゼミの実習先であるディプロモード株式会社は、東レグループのアパレル部門を担う企業である。現在、東レの最先端素材を活用した、商品開発プロジェクト［MOON RAKERS］を進めている。「先端素材の解放」をモットーに、多くの企業とコラボレーションを行ってきた本プロジェクトに、本ゼミから参加をお願いしてご快諾いただき、ディプロモード株式会社のご協力を得て実習が可能となった。最先端の機能性や環境配慮性を持つ素材にじかに触れ、知識を得、さらにその商品を企画しビジネスを行う、という経験は、学生にとって多くの学びのある非常に有益な実習となった。

1　実習のスケジュールと内容

実習では、前期と後期で異なる素材を用いて商品開発を行った。

前期は、「キマイラスキン」「エアフリーク」「ムーンテック」の 3 素材の中から 1 素材を選び、学生は 4 グループに分かれて、各々商品企画を行った。

「キマイラスキン」は新世代のヴィーガンレザー素材と言われ、特殊な染色で、ビンテージレザーを彷彿させる色調と、軽量・撥水・防風・コンパクト性といった、マルチな機能を持ち合わせている。「エアフリーク」は、空気の軽さと断熱性を持つ。素材の 45% が空気でできた超軽量・高保温素材であり、まるで空気を纏うような軽やかな着心地を実現しただけでなく、速乾性に優れている。「ムーンテック」は、滑らかでさらさらとした風合いに加えて、吸水速乾機能、360 度全方向のストレッチ機能、宇宙飛行士向けに JAXA（宇宙航空研究開発機構）と共同開発した消臭機能に加え、防透け、汗ジミ防止機能など、さまざまな開発可能性を持つ。

学生はこれらの素材の実物に触れ、まずは、商品プランとしてのデザイン画などの書類を作成した。ポイントは、いかにその素材の特性と機能性を活かした商品を発想し、商品デザインに昇華させるかである。つぎにそれをプレゼンテーションし、フィードバックをもらいながら、検討を繰り返し、最終的には各グループ 1 アイテムのデザインを決定した。その後、各グループ内でパターン作成をし、サンプルを縫製、製作した。そこでは選択した生地の特性や条件がデザインや仕様に合っているかなどの吟味、検討が不可欠であり、学生はそれを繰り返すことによって、製品を作るとはどういうことなのかを、作り出す責任も含め、深く学ぶことができた。

後期は、「カミフ」と「エコディア」の 2 素材の商品開発を行った。

「カミフ」は文字通り「紙の布」を目指し、手すきの和紙のような温もりと柔らかさを持ち、さらっとした紙のような触感が特徴の素材である。新しい技術により、和紙の凹凸感を表現できるようになり、中空構造によって、より軽く、そして高い吸水性と保水性を持ち合わせることが可能となった。

「エコディア」は植物由来のナイロン素材である。従来のような石油原料ではなく、植

物のヒマのセバシン酸、トウモロコシのペンタメチレンジアミンを原料とし、100% 植物由来で繊維化したものである。

前期に引き続き、学生はこれらの素材から1つを選択し、前期とは違った素材の特性を理解しながら同様の開発プロセスを辿り、商品を企画した。前期の経験を踏まえ、より効率的な企画開発が求められた。

その後、企画した商品をクラウドファンディングにかけた。このビジネスは実店舗を持たず、クラウドファンディングで受注を募って目標受注量のついた商品のみが、実際に生産、販売されることとなっている。そのため、学生は、自分たちの企画した商品の良さを伝えるための効果的な宣伝を考えなくてはならない。広告写真のためのモデル撮影、印象に残る商品名やキャッチフレーズの考案、わかりやすく魅力的な説明などの工夫が必要になる。学生たちは、商品を作るだけでなく、それを消費者に届けるまでの一連の過程を自分たちでプロデュースすることで、クリエイションとビジネスの連携の重要性を学ぶことができた。

2　実習の様子と成果

上記のように、今回商品開発に臨んだ素材はどれも最先端の、さまざまな機能を持った、非常に高い開発可能性をもつものであり、開発者の理解力と発想力が問われるだけでなく、扱う技術の高さも求められる。そのため学生たちは、商品の質を保つことに非常に苦労している様子であった。たとえば、ミシンの種類を見誤れば、不良品を出すことに即座につながってしまうし、生地と加工の相性が悪ければ、それは商品にすらならない。またボタンなどの付属品の選定は、コストアップとのせめぎ合いになる。学生は、アイデアを実現するためには技術が伴わなければならず、またコスト面などの条件のバランスが取れて初めて商品化が可能になるということを、緊張感を持って学んでいた。またクラウドファンディングについても、見てもらえる工夫、購入してもらうためのアイデア、たとえば、商品を一言で表す、キャッチーなフレーズ、説明を読んでもらいやすい文章作り、写真と文との位置や配分バランス、何よりも魅力的な写真画像など、作り手の独りよがりにならないために必要な「買い手・選ぶ側の視点に立つ＝自分が作ったものから一歩距離を置いて客観的に見る」という学びが徐々にできるようになっていった。

学生たちは学内での授業を通して、素材が服になることは理解できているが、この実習を通して初めて、服という商品を実際に企画し、生産し、売ることを学んだ。素材とアイ

写真１　社員からの講義に耳を傾ける学生たち
（2022 年 4 月 11 日学生撮影）

写真２　実際の素材に触れながらサンプルを検討
（2022 年 7 月 25 日学生撮影）

写真 3　完成したサンプル
（2022 年 10 月 8 日学生撮影）

写真 4　完成したサンプルの着用シーン
（2022 年 7 月 5 日学生撮影）

デアが商品となること、それを消費者に購入し着用してもらうことが、どれほど大変なことかを理解しただろう。実社会での実践はとても貴重であり、アパレル業の楽しさや難しさを実感した本ゼミでの経験は、今後の学生の進路選択に大いに役立つことと思う。

【東京キャンパス　報告②】

担当教員	古田祐幸・村上勝
ゼミ生数	22 名
実習先名（製品）	上落合発展会（商店街の支援企画）
実習先住所	東京都新宿区上落合
実習期間	2022 年 4 月 11 日～ 2023 年 2 月 9 日

本ゼミにおける実習は、昨年度に引き続き、新宿区の産業振興会が取り組んでいる「上落合発展会」（いわゆる商店街）に人を呼び込むための企画に参加するというものである。

まずは、上落合発展会の支援企画について報告する。同会は新宿区の上落合周辺の商店や企業によって形成された組合であり、商店会の加盟店の中には染色業も数店含まれている。上落合地区は 1 丁目から 3 丁目に約 1 万世帯を擁し、比較的年配の住民が多くみられる一方、25 ～ 34 歳の働く世代も決して少なくない。企画内容と展開次第では街の活性化につなげられるはずである。

昨年度、上落合発展会を基盤とする地域活性のための 3 カ年計画が進行中であったが、最後のイベントがコロナ禍で発信することがかなわずに年度末を迎えてしまった。そのため、今年度のスタート時に発展会および新宿区とのミーティングを行い、昨年度を準備期間として位置づけ、今年度をその 1 年目にしていくことに決定した。昨年度からの関係性を継承しつつ、新たに本ゼミの学生たちを参加させていただき、学習と並行してさまざまな提案を行っていこうというのが目的である。

ちなみに、上落合地区はファッションビジネス学科の一期生が 2 年次に授業の題材として扱った経緯もあるため、臨地実習がスタートする以前から当地との関係の構築ができているということも実習先選択の大きな理由の 1 つであった。

4 月には前年度の学生から、すでに進行していた LINE やインスタグラム、Google マップなどの各種コンテンツの引き継ぎを行った。5 月には、まず現地を肌で感じることを狙いとして上落合を実際に訪問。上落合についてのリサーチ、ヒアリング、収集したデータの分析を行った。その後 6 月いっぱいまでは、大学全体の取り組みであるイオンおよびオンワードとのプロジェクトに集中するため、7 月に再始動することになった。

今年度は、学生たちを「SNS 班」「ポスター、チラシ班」「インタビュー、撮影班」にチーム分けし、「SNS 班」はコンテンツの管理と運営をメインに、「ポスター、チラシ班」はポスターやチラシ各種の作成、「インタビュー、撮影班」はおもに外に出て情報収集と素材収集を行うこととした。各班の活動の詳細は以下の通りである。

【SNS 班】

上落合の LINE 公式アカウントを新たに作成し、さまざまな活用法を模索。まずは、年末の 12 月 15 日～ 31 日の期間に商店会店舗で使用できるクーポンを発行した。商店会の店舗の中には「デジタル」や「スマホ」に苦手意識を持つ方も多く、その先入観を打開できるくらいに明確でわかりやすい「クーポン手順説明書」を作成（**図 1**）。予想以上に難航したが、学生たちの粘り強い努力によって、すっきりと分かりやすい説明書ができたのではないかと思っている。

図１　学生たちが作成したクーポンの利用手順説明書

【ポスター、チラシ班】

８月５日、６日に行われた盆踊り大会は、実に３年ぶりの開催となり、約７千人が来場したほどの賑わいを見せた（**写真 1**）。年末のクーポン商戦の告知や、その他のコンテンツの周知の意味を込めて、学生たちも盆踊りに参加してチラシを配布（**図 2**）。夏季休暇中の特別出校にもかかわらず、長時間、意欲的に動いていた。

さらに、クーポン商戦に間に合わすべく、町内の掲示板や店舗に貼るポスター、および上落合地区の約９千世帯へのポスティングチラシも作成した（**図 3, 4**）。商店会会長や新宿区の担当の方とのブラッシュアップを繰り返し、12 月８日に学生全員でポスティングを行った。

写真１　上落合盆踊り大会
（2022 年８月６日村上撮影）

図２　上落合盆踊りで配布した SNS 周知用チラシ

図３　ポスター

図４　ポスティングチラシ

写真 2　和菓子「甲州屋」
（2022 年 11 月 7 日学生撮影）

写真 3　上落合発展会会長である「甲州屋」の志村浩一氏（2022 年 11 月 7 日学生撮影）

【インタビュー、撮影班】

7 月に最初のインタビューを行ったが、10 月から再度インタビュー実施。店舗によりなかなかアポイントが取れなかったり手間取ったため、11 月下旬までアタックを継続。クーポンに使用できる画像の確保や情報収集を主目的としていたものの（**写真 2, 3**）、店舗ごとにこの事業に対する温度差があり、学生たちは対応に困惑する場面も多々あったようである。しかし、そうした現実に直面することも重要な学びの 1 つであり、可能な限り努力していたと感じる。この温度差の解消については、今後の課題としてじっくり取り組むべき点であろう。

本稿執筆時の 2022 年末現在、12 月 15 日からの年末クーポン商戦でどれほどの成果が得られたのかについては結果を待つ状態である。加えて、盆踊りで配布したチラシや 12 月 8 日にポスティングしたチラシの効果についても、成果が判明し次第、分析と改善を行っていく必要があろう。

上述した通り、今回の取り組みに対する商店会各店舗の温度差はかなり大きく、今後の課題として商店会全体が前向きになれるような仕掛けを提案しなければならないと強く感じている。これについては、次年度の懸案事項として、新 3 年生たちにしっかり引き継いでいく予定である。

【東京キャンパス　報告③】

担当教員	平井秀樹・丹羽朋子
ゼミ生数	23 名
実習先名（製品）	桐生テキスタイルマンス、桐生商工会議所 他（絹織物）
実習先住所	群馬県桐生市
実習期間	2022 年 4 月 10 日～ 2023 年 1 月 29 日

2022 年度の平井ゼミは、絹織物から発展し現在では関東屈指の複合繊維産地として名高い群馬県桐生産地を研究フィールドとした。本ゼミの最大の特質は以下の 2 点。これは同時に、当地を実習先として選定した動機・理由でもある。

第 1 は、桐生テキスタイルマンス代表の星野智昭氏、および桐生ファッションウィークの 2022 年実行委員長・星野麻実氏に現地コーディネーターとして支援をいただけることになったということである。遠地での実習を円滑に行うためには、桐生産地に精通し人脈も豊富なお 2 人の支援体制が不可欠であった。

第 2 は、産地での制作実習と展示、オープンファクトリーの動画制作など地域活性化事業のサポートやオープンファクトリーの企画提案など、R & D 型プロジェクトとも融合した実践的な内容に取り組めたことである。

では、具体的なカリキュラムについて紹介していきたい。4 月 18 日に桐生ファッションウィーク実行委員長の星野麻実氏によるオンライン講義を皮切りに、桐生と東京をつないだオンラインでのレクチャーを開催した。4 月 25 日にはジョブラボぐんま副理事長の小保方貴之氏をスピーカーにお迎えし、桐生の地域活性化に関するお話をうかがった。5 月 16 日には、桐生商工会議所専務理事である石原雄二氏から、桐生のファッションタウン構想の歴史から現在までの経緯をお話していただいた。さまざまな視点から桐生を捉える講義により、学生たちは桐生産地の歴史と現状の課題を把握することができたようである。

その後、5 月 17 日～ 18 日に、1 泊 2 日で桐生産地を視察するツアーを実施した。初日は、桐生織物記念館をはじめ、朝倉染布、須裁織物、加栄レースといった現地の企業を視察した。2 日目は、織物参考館・紫（ゆかり）にて藍

写真 1　織物参考館紫で藍染にて染め直し（2022 年 10 月 19 日星野智昭撮影）

染の体験を行い、その後、ふふふ、CICAC、ST.CAMPANY を視察した。最後にジャカード工場のイヅハラ産業を視察し帰路についた。この１泊２日のツアーを通して桐生産地のモノづくりの工程やそこに関わる職人の技術などに触れることができた。学生たちの理解もより総合的かつ立体的なものに深化したと思われる。

今年度のゼミは大きく３つの方向性で運営した。第１は、アートヤーンの制作と桐生の藍染工場における染め直し実習など、産地のモノづくりに触れる実習である（**写真 1**）。

アートヤーンの作製は工房風花で行った。

写真 2　工房風花にてアートヤーンを制作中のゼミ生（2022 年 7 月 20 日平井撮影）

絹の手紡ぎのアートヤーンと廃棄される生地の耳を利活用した糸を作り、学生自ら織機を動かし、ワンピース、帽子、ストール、ラグ、ドラゴンのオブジェなどを作製し、糸を作る工程、素材にする工程、作品に仕上げる工程を学んだ（**写真 2**）。

染め直しやアートヤーンの成果物は、10 月 29 日～ 30 日の２日間、桐生有鄰館煉瓦蔵にて桐生テキスタイルマンスと合同で展示会を開催した（**写真 3**）。

染め直し実習の作品展示（**写真 4**）とアートヤーンの作品展示（**写真 5**）の他にも、学生たちの企画運営により、衣服の物々交換イベントであるファッション・スワップミート（**写真 6**）でのトークセッションを行った（**写真 7**）。テーマは、アートヤーンの制作過程についての話題と「俺の服」の２つであった。

第２は、桐生産地のオープンファクトリーを実施している企業を紹介するショート動画の制作である。取材活動は３つのグループに分かれて展開した。A グループは、笠盛パーク、工房風花、朝倉染布、藍工房正田を担当。B グループは、桐生絹織、アトリエきよみ、加栄レース、トシテックス、土田産業を担当。C グループは、須裁織物、com+position、ルタンドォール（小さな私設美術館＆アトリエ）、園田編織を担当した。動画は日本の神業ミュージアムの公式インスタグラム

写真 3　有鄰館ファイナルイベント集合写真（2022 年 10 月 30 日石原道恵撮影）

写真 4　染め直し作品の展示と着物で接客するゼミ生（2022 年 10 月 29 日平井撮影）

写真 5　アートヤーン作品の展示（2022 年 10 月 29 日平井撮影）

写真 6　ファッション・スワップミート。視察にいらした荒木恵司桐生市長に説明するゼミ生
（2022 年 10 月 29 日平井撮影）

で公開した（https://www.instagram.com/kamiwaza.kiryu/）。

第 3 は、桐生オープンファクトリーについての研究と、新たな可能性についての提案である。ここからは後期の取り組みになるが、まず 11 月 7 日に桐生絹織社長の牛腸章

写真 7　トークセッション（2022 年 10 月 30 日星野智昭撮影）

氏、桐生商工会議所の角田欣巳氏とオンラインで説明会と課題共有を行った。続いて、11 月 28 日には桐生商工会議所の専務理事石原雄二氏にオンライン講義をお願いし、桐生ファッションタウン構想からオープンファクトリーに至る歴史的経緯や課題についてレクチャーをしていただいた。

さらに、全国で先行しているオープンファクトリーのグループ研究を行い、桐生オープンファクトリーに応用できる要素を検討した。具体的には、墨田区のスミファ、浅草のエーラウンド、台東区のモノマチ、富士吉田のハタオリハタフェスティバル、燕三条の工場の祭典、鯖江の RENEW の 6 つのオープンファクトリーについて研究した。

また、11 月 15 日と 11 月 30 日の 2 回にわたり、桐生絹織の現地視察を行い、動画や写真に記録し、現地の状況をゼミでシェアすることでメンバー相互の理解を深めた（**写真 8**）。オープンファクトリーの最終提案は 2023 年 1 月末に実施した。

桐生をフィールドとしたゼミも 2 年目に入り、桐生の企業との連携も深まってきたことで、ゼミの活動もより深く、実践的な取り組みへと進化している。複合産地桐生が保有する刺繍やジャカード、染色などの技術を若い感性で再解釈し、国内外に発信することにより、日本の繊維産業の活性化に寄与することが平井ゼミの最終目標である。

写真 8　桐生絹織のノコギリ屋根の工場（2022 年 11 月 7 日角田撮影）

【東京キャンパス　報告④】

担当教員	松岡依里子・篠原航平
ゼミ生数	24 名
実習先名（製品）	東京ニットファッション工業組合（TKF）（ニット）
実習先住所	東京都墨田区両国（TKF 会館）、他 TKF 所属企業
実習期間	2022 年 4 月 18 日～ 2023 年 2 月 6 日

東京ニットファッション工業組合は、墨田区の特産品であるニット生地ならびに製品の製造を営む中小企業の経営の改善、発展、安定、合理化を図ることを目的として、昭和24 年に中小企業等協同組合法のもと、正式に法人格を持つ団体として発足した。昭和61 年に現在の名称である「東京ニットファッション工業組合」（以下、TKF）と改称し、現在では区外の企業も含めて約 380 社の組合員を擁する組織となっている。墨田区は東京のアパレル産地として有数の工場を保有し、OEM（他社ブランド製品の生産）やODM（他社ブランド製品の開発、設計、生産）などアパレル産業に大きな影響を与えている優れた企業が多いため、TKF の存在はそうした企業の活動促進のために重要なものとなっている。

本ゼミでは、アパレル業界を支える当地の複数の企業に取材をすることで、一般の人々にニット製品を広く知ってもらうためのプロモーション活動の一環を学生たちが担えないか、また、学生と企業との交流により企業が抱える問題や課題について深く認識し、将来の可能性を探求することが必要ではないかと考えた。これらが、昨年度に引き続き墨田区を実習先として選定した理由である。

前期は、TKF の協力により墨田の産地についての研修を 2 回開催してもらった（**写真 1**）。その後、学生 24 名を 5 班に分け、「丸和繊維工業株式会社」「中橋莫大小株式会社」「株式会社アーテス」「大石メリヤス株式会社」「株式会社ナラハラニット」の企業取材と短尺の動画制作を行った。動画はそれぞれの企業のミッションや強み、各企業が広く伝えたいことなどを中心に学生がインタビューを行い、担当者に回答してもらったものを編集して構成した。さらに、本職のウェブディレクターにアドバイスをしてもらいつつ修正を重ね、TKF のホームページに掲載された（https://www.tkf.or.jp/category/

写真 1　TKF 会館での研修
（2022 年 5 月 23 日松岡撮影）

写真 2　TKF 青年部主催のトークイベント
（2022 年 12 月 2 日篠原撮影）

TKFと国際ファッション専門職大学

都内でトークイベント

学生がビジネスモデル考察

東京ニットファッション工業組合（TKF）青年部はこのほど、国際ファッション専門職大学とのトークイベントを東京都内で開催した。昨年に続いて2回目。今回は「学生が考えるビジネスモデル」をテーマに、学生4チームが素材・生地、アパレル、縫製業界のビジネスモデルについてプレゼンを行った。

TKFは、同大学と産学連携事業を行っている。大学による組合員企業の視察や組合ホームページでのウェブ掲載などを展開し、青年部と学生とのトークイベントはその一環。事前に企業を訪問して助言を得た上で、自分たちが考える国内繊維関連企業の今後の道筋をイベントで発表した。

プレゼンは、4班に分かれて行われ、ニットヤーン・ニット業界とアパレル・小売業界、婦人・紳士服縫製業界、ベビー・子供服縫製業界が取り上げられた。学生は、各業界の現状や課題の説明に加え、自社製品やアプリ開発、海外販路開拓」の重要性など、将来に向けた方策を提案した。

プレゼン後の質疑応答では、TKF側から、素晴らしい内容だったとの声が上がったほか、「中小企業は資金が潤沢とは言えない。かかる費用や期間などを掘り下げるともっと良かった」（スーム）、「海外販路開拓についてデリバリー問題も考えてほしい」（和興）といったアドバイスがあった。

TKF加盟企業と学生が参加

写真 3『繊維ニュース』（2022 年 12 月 6 日掲載）

（第三種郵便物認可）　信用情報　2022年12月7日（水）　【5】

国際ファッション専門職大学の学生とトークイベントを開催

東京ニットファッション工業組合

東京ニットファッション工業組合（略称TKF、南木健利理事長）は12月2日、国際ファッション専門職大学との産学連携事業の一環として、東京都墨田区のTKF会館でTKF青年部メンバーと同大学学生によるトークイベントを開催し、青年部メンバーからヒアリングした繊維・ファッション業界の課題に対する解決プランを学生が提案した。

冒頭、TKF青年部担当の深澤隆夫副理事長は「業界が抱えている課題をブレイクスルーするような提案を期待しています。この業界には課題以上に大きな夢もあります」と挨拶した。

この産学連携事業はTKF組合員企業への視察など実学に重点を置いたプログラムを提供しているのが特徴で、2年目を迎える今年は同大学の学生23人が参加している。

学生は今回のトークイベントに先立って、㈱ナラハラ・ニットと㈱ピーコンポ、丸安毛糸㈱、丸和繊維工業㈱の4社を4チームに分かれて訪問し、それぞれの事業内容などをヒアリングした上で、ニット業界や縫製業界などの課題に対する解決プランをプレゼンした。学生からは海外への販路開拓を目指す必要性とともに、環境意識の高い海外に進出するためにB Corp認証などの国際認証の取得を積極的に推進することが提案された。この他、インフルエンサーと連携したマーケティングなど学生らしい意見も飛び出した。各チームの提案の後の質疑応答では青年部メンバーからコスト面の課題について指摘を受けるなど、厳しくも温かい言葉がかけられる場面もみられた。

南木健利理事長は「ファッション業界はユーザーに夢を与えることができる素晴らしい仕事です。これからの時代はきちんと考え行動できる人が勝ちます。社会に出て思いっきり活躍してもらいたいと考えています」と学生にエールを贈った。

写真 4『信用情報』（2022 年 12 月 7 日掲載）

interview/）。

後期は、学生たちを4班に分け、「株式会社和興」「キップス株式会社」「株式会社川島メリヤス製造所」「株式会社小倉メリヤス製造所」「株式会社ピーコンポ」の5社の取材を行い、前期と同様、短尺の動画を作成した。また、TKF青年部企画のコラボイベントでは、今年度は「縫製業」をテーマに、各班で課題と解決のための提案を行った。

1班は「ニット製品」2班は「ＥＣサイト」、3班は「婦人、紳士もの縫製業」、4班は「中国アパレルとの比較から子供服縫製業」についてそれぞれ発表した（**写真 2**）。この様子は**写真 3, 4** に示すように新聞にも掲載された。

日本の縫製業を理解し何が課題かについて、資料の情報だけではなく、インタビューを通して現場の声を聞きながら、自ら考え、アパレル業界の構造を川上から川下まで体系的に実感できたことは大きな成果ではないかと思う。同時に、学生たちは一連のカリキュラムを通してグループ活動の難しさも実感したようである。しかしながら、多くの企業の社長やその関係者と接することで、形式的なインタビュー以上の学びがあったと思われる。この学びは、動画制作の技術や動画構成などのスキルにとどまらず、アパレル業界全体を考察し、問題解決思考を鍛える良い機会であったのではないだろうか。

最後に、学生たちは前期に大学全体の取り組みとして、オンワードとイオンのビジネスコンテストに参加したが、そこで、グループでの取り組み、資料検索、アイデアの出し方、資料の作成、プレゼンテーションの基本などを学んだ。このビジネスコンテストでの経験が、墨田各社での取材や青年部とのトークイベントにも役立ち、企業分析からの課題解決提案へと、理論上の学びだけではない実践的な成果へとつながったように思われる。

【東京キャンパス　報告⑤】

担当教員	淺野麻由
ゼミ生数	28 名
実習先名（製品）	渋谷区、青梅市、逗子市、豊島区、宇都宮市（定点観測と映像制作）
実習先住所	定点観測:渋谷区・原宿（ラフォーレ前、キャットストリート、表参道） 映像制作：青梅市、逗子市、豊島区（池袋）、宇都宮市
実習期間	2022 年 10 月 1 日～ 2023 年 1 月 31 日

1　地域実習（内容・スケジュール）

1.1　渋谷区ストリートファッション定点観測（通年）

通年の地域実習として、渋谷区のファッションを動画で記録する「定点観測」を春夏秋冬で行った。渋谷区を実習地とした理由は、もともとファッション文化や流行の発信地であったことと、現在、100 年に 1 度という再開発が行われ、新たなる文化の発信地となりうることからである。移り変わる「渋谷区」のファッション文化を観察し調査分析することで、今後の日本のファッション文化の潮流を読み解くことを目的としている。

渋谷のファッション定点観測についての先行研究としては、株式会社 PARCO の調査室「ACROSS」がおよそ 40 年に及び行っているものがある。実際、ACROSS 編集長に、いかに定点観測を行うかの示唆をいただいた。その示唆のもと、以下のスケジュールで実習を行った。

▼【スケジュール】

4 月：定点観測の場所の選定（5 グループ）、調査視点の決定

5 月：動画による定点観測【春バージョン】、発表

6 ～ 9 月：動画による定点観測【夏バージョン】

10 月：夏バージョン発表

10 ～ 11 月:動画による定点観測【秋バージョン】

12 月：秋バージョン発表

12 ～ 1 月:動画による定点観測【冬バージョン】

1 月：冬バージョン発表

2 月：春夏秋冬をまとめた「渋谷ファッション 2022」として動画を制作し発表

1.2　ファッション映像制作

後期は、「ファッション・フィルム・フェスティバル・ミラノ」というイタリアが主催する映像コンクールへの応募を行った。今後の企業・商品 PR では「映像表現」は欠かせないものであり、映像制作を行う大きなメリットは、「アウトプット」としての表現方法を広げ、身につけることである。

本コンクールに本大学ゼミで応募する目的は、各地域のファッション文化の潮流や個々人におけるファッションの再定義を思考することとした。学生らは 5 グループに分かれ、映像制作を行った。

▼【映像制作のタイトル一覧】

グループ①：「日本のかわいい文化とは？～東京豊島区（池袋）・宇都宮～」

グループ②：「日本伝統技術：藍染工房の一日　～東京・青梅市～」

グループ③：「YOKAI ファッション　～妖怪から見る現代社会日本～」

グループ④：「日本人とタトゥー」

グループ⑤：「インクルーシブファッション　～神奈川・逗子市～」

▼【スケジュール】

10 月：6 グループに分かれて、企画を決め、企画書の作成、発表
11 ～ 12 月中旬：各自制作（11 月末、12 月上旬に試写）

2　実習の様子・成果

2.1　渋谷区定点観測での映像制作
～ SHIBUYA　ファッション 2022 ～

2022 年の春夏秋冬の渋谷ファッションについて動画による定点観測とインタビューを行い、渋谷のトレンド調査を実施した。とくに Z 世代の学生が調査したこともあり、調査対象も Z 世代であった。ファッション文化の兆候としては、多くの Z 世代がインスタグラムを活用し、雑誌などのメディアでなくインフルエンサーの影響を多く受けていたことを挙げられる。また、ブランドの服装も身につけるが、随所にファストファッションを取り入れていたことである。今回は、肖像権などの権利を得て撮影することが非常に困難であったため、ゼミ内の発表にとどまったが、今後は渋谷区や渋谷新聞などと連携して「SHIBUYA ファッション」の定点観測を続けていきたい。

学生は、前期はイオンやオンワードのビジネスコンテストの参加後期は映像制作と同時並行で調査を行っていたため、時間を作るのが大変だったとの声があった。しかしながら、春に発表した映像と秋に発表した映像を比較すると、「何に視点をおくのか」、「何を映像化するのか」がより明確になっており、成長の過程を感じられた。

2.2　ファッション映像制作

5 分程度の物語性のある映像制作をする学生がほぼ初めてであるなか、「何を伝えるのか」に終始した映像制作となった。特筆すべき点として、「インクルーシブファッション」の映像制作を行ったグループがあったことである。このグループは、筋肉が徐々に動かせなくなる難病にかかった女性が、障がい者のためのファッションショーにモデルとして出演し、自信や社会とのつながりを再構築していくというドキュメンタリーを制作した。実際に撮影に行った学生の感想は、「ファッションがこんなにも人の人生を変えられるものなんだと目の当たりにして、涙が止まらなかった」と話していた。ファッションの持つ力、そして地域とファッションの結びつきを、「映像制作」という技法を通して、それぞれが深く考察するきっかけになった実習であったと考える。

写真 1　渋谷区のストリートファッションを調査する学生たち（2022 年 12 月 4 日学生撮影）

写真 2　「YOKAI ファッション」の映像制作現場
（2022 年 11 月 25 日学生撮影）

写真 3 「インクルーシブファッション」の映像制作現場（2022 年 11 月学生撮影）

写真 4 「日本のかわいいとは？」映像作品
（写真 4 ～ 6 は 2022 年 12 月 12 日映像作品より）

写真 5 「日本人とタトゥー」映像作品

写真 6 「藍染工房の一日」映像作品

【大阪キャンパス　報告①】

担当教員	藤井輝之
ゼミ生数	8 名
実習先名（製品）	泉大津商工会議所の CO-ON 関連 12 社
実習先住所	大阪府泉大津市田中町
実習期間	2022 年 6 月 9 日～ 24 日／ 10 月 4 日～ 19 日

大阪府南部に位置する泉大津市では 17 世紀頃から綿花の栽培が始まり、今では、泉州木綿などの綿織物の他、毛布やニット、タオルの生産など繊維の町として知られている。泉大津商工会議所は、2005 ～ 2007 年にかけて、藤井が仕事で関わった先である。今回、臨地実習の受け入れの相談をしたところ、「CO-ON」のプロモーションの話が浮上した。CO-ON とは、泉大津駅前の市立図書館内に 2021 年に誕生したコンセプトショップで、市内 12 の事業者が参加している。いずれも由緒があり、かつさまざまな取り組みに挑戦されている企業である。そのような企業と斬新な発想をもった若い学生が協働することで、今までにない相乗効果が発揮できると考え実習先として選んだ。

12 社の概要は以下の通りである。

1、大津毛織株式会社：紡毛糸・毛織物・合繊編織物・衣料品・毛布の製造販売及びウール合繊編織物染色整理加工を行っている。

2、SASAWASHI 株式会社：くま笹を漉き込んだ和紙から作った糸を用いたオリジナル素材「ささ和紙」を開発した。吸湿性や抗菌・防臭力、UV 遮断作用にすぐれているという特性を生かし、幅広い製品を手がけている。

3、澤田株式会社：オリジナル手芸糸の「sawada itto」、素材の特徴を追究するニットウェア「ADAWAS」など、ニットを専門とする自社独自の商品開発を行っている。

4、杉本産商株式会社：大阪府南部で唯一、自社工場で羽毛布団を生産している。職人が一点一点、手作業でダウン（羽毛）とフェザー（羽根）を側生地に吹き込み、キルティングを施している。

5、瀧芳株式会社：美しい光沢と色合いを持ち、保温性や吸湿性、抗菌性にすぐれたシルク製品を手がける。独特の柔らかさを生み出す「マザータッチ起毛」など高い技術力を誇る。

6、長尾繊維工業株式会社：ベビースリーパーや毛布を中心に、有機綿など素材の特性を生かした製品づくりを行う。すべての工程を自社管理で担っている。

7、日の出毛織株式会社：日本で初めて有機綿の毛布を製造・販売した。環境保全や綿花農家の自立支援につながるよう、有機綿のみを使ったものづくりに取り組んでいる。

8、深喜毛織株式会社：原料から仕上げまでの一貫生産体制を可能にするトレーサビリティが強みである。カシミヤ山羊のうぶ毛を使った独自素材「ベビーキャッシュ」を生かした商品づくりも行っている。

9、細川毛織株式会社：極めて繊細な糸も風合い豊かに織り上げる、昔ながらのションヘル織機を使用し、墨や草木、ベンガラなどの天然染料で生地を染める日本の伝統製法も取り入れている。

10、松内清株式会社：1885（明治 18）年、日本最初の毛布を生み出した。羊毛やカシミヤ、アルパカ、シルク、キャメルなどさまざまな素材を用いた毛布製造を営む。

11、南出メリヤス株式会社：国産素材や環境に着目した自社ブランド、NARU と REFRAIN を展開している。衣服生産のため

の縫製設備を充実させ、企画から製造までを一貫して行う。
12、ヨシミツ毛織株式会社：カーペット製造の設備が充実している。ウイルスやアレル物質、菌が吸着する光触媒アパタイトを採用したマットや環境汚染に配慮した人工芝といった商品を開発している。

実習では、2つの目標を設定した。1つ目は、産地の魅力を泉大津周辺地域のみならず、全国に伝えるために、12社すべてを学生が訪問して話を伺い、その魅力をインスタグラム、TikTok、YouTubeなどのSNSで配信することである。SNSは学生が独自で立ち上げるほか、要望があれば、企業の公式アカウントやCO-ONのアカウントと連動することにした（例：インスタグラムのアカウントCO-ON × PIIF Osaka）。2つ目は、CO-ONやイベントで販売するための受注システムを構築することである。

前期（6月）は、泉大津商工会議所を基点として、12社を訪問し、課題点を抽出したり、SNSにおけるプロモーションのポイントを探ったりした。後期（10月）は、その中の

写真1, 2　日の出毛織 株式会社にて（すべて2022年6月10日藤井撮影）

写真3, 4, 5　杉本産商株式会社における話し合い（すべて2022年10月5日藤井撮影）

写真 6　CO-ON 内に展示された杉本産商株式会社用に企画立案した広告と販促物
（2022 年 11 月 9 日藤井撮影）

1 社、杉本産商株式会社の受注システムを構築した。定期的に社長や担当者、商工会議所の方と話し合いをし、企画立案した販促用の羽毛見本を実際に作成していただいた。また、簡単に受注できる仕組みとして冊子を制作した。最終的に、販促用羽毛見本・冊子・広告などを活用し、受注販売につなげる成果を出すことができた。

実習期間中、学生たちは CO-ON のために何ができるかを、主体的に考え、動くことができていた。自分たちが主体となって、アイディアを出し合うことの大切さを学ぶことができたと思う。

【大阪キャンパス　報告②】

担当教員	藤井輝之
ゼミ生数	4 名
実習先名（製品）	第一メリヤス株式会社（ニット製品）
実習先住所	大阪府枚方市津田駅前
実習期間	2022 年 6 月 9 日～ 22 日／ 10 月 8 日～ 21 日

第一メリヤス株式会社の前身は、1915（大正 8）年に、東京の目黒で創業した小久保メリヤスである。同社は東京が壊滅的被害を受けた 1919（大正 12）年の関東大震災の後、大阪市北部、淀川沿いの都島に移転する。当時ウールの肌着は、一部の富裕層のみならず、寒冷地向けの軍装備品としての需要も大きく、軍需産業の一翼を担っていた。昭和に入り、軍需物資の調達経路を整備するため、当局は企業統合を進め、その結果、小久保メリヤスを含む数社が合併し、「第一メリヤス」が誕生した。昭和 35 年頃、淀川を少し上流に行った枚方市に移転している。

ニット製品は、布帛を裁断する縫製品と比べ、廃棄が少ないという特徴がある。第一メリヤスは、昨今聞かれる「ホールガーメント（無縫製ニット）」を突きつめ、ウールやシルクなどの天然素材で小ロット、高付加価値のメイド・イン・ジャパンの商品を生み出すニットメーカーである。もともとはOEM（Original Equipment Manufacturer、相手先ブランド製造）を中心としていたが、コロナ禍以降、直販にも力を入れている。近年、地元の他の繊維関連企業とともに「世界初のヨシ糸が地域を紡ぐプロジェクト実行委員会」を立ち上げた。実は、この地域の淀川水系にある鵜殿ヨシ原は、近年、刈り取りなどの保全活動が十分になされていないという問題が生じていた。そこで、行政や地元の大学も巻き込みながら、このヨシ（葦）繊維を糸として開発し、そのヨシ糸を使って、商品を製造し、販売するという取り組みを始めたのである。このように、伝統があり、高い技術力をもつというだけではなく、SDGs を意識した活動もしていることから、実習先として選んだ。

実習は 6 月 9 日～ 22 日（前期）と 10 月 8 日～ 21 日（後期）に分けて実施した。同社の本社内で開催されたイベントに、同社と本学のオリジナルニット製品を販売することを具体的な目標として設定した。

前期の実習では、ホールガーメントをはじめとするニット製品の概要を学び、葦素材や再生素材を使用したニットなど、第一メリヤスと本学によるオリジナルのニット製品の企画立案、および発注を行い、その製品を SNS で配信した。学生たちは、社長、営業部長、工場長の前で行うプレゼンテーションに合格すれば、企画立案した製品を生産してもらえることになった。現場の一線で活躍している

写真 1　商品の選択と確認をしている学生たち
（2022 年 5 月 10 日藤井撮影）

写真 2　商品の選択と確認をしている学生たち
（2022 年 6 月 15 日藤井撮影）

写真 3　第一メリヤスのニット製品
（2022 年 6 月 15 日藤井撮影）

社会人と話せるだけではなく、いい意味で学生扱いされない適度な緊張感の中に身を置けたことは、実習ならではの体験であったという感想が寄せられた。

後期は、第一メリヤスのニット製品の工程や背景に関する講義を受けた。学生たちは実習の間までに、サンプルを制作しており、実習が始まってから、社内にある製品を確認し、品質の良さに光を当てられる製品と販売方法を再考した。そして、同社で 11 月 27 日に開催された BON マルシェとニットフェアでの販売につなげた。製品の撮影の他、価格設定やパッケージのデザイン、プロモーション全般、イベント会場のディスプレイといった準備に携わった。とりわけ価格設定のあり方については、将来につながる良い学びとなったようである。ファッション関連企業でアルバイトをしている学生の経験から、すでに開設されていたインスタグラムに加え、ツイッターも利用することを勧め、実際、イベントに向けて、アカウントを開設し、効果を検証することとなった。

本社 2 階で開かれたニットフェアでは、自社ブランドの製品の他、過去に注文を受けたが卸せなかった商品を販売し、200 人程の来客を迎えて盛況であった。本社 4 階で開かれた BON マルシェは、食事やスイーツを中心とするブースが並ぶ、お祭りのようなイベントで、地域で大きな話題となっていた。学生たちは、どちらのイベントにも真摯に明るく取り組んでいた。

実習の成果は、以下の 3 点である。1）第一メリヤスと本学のオリジナルニット製品の受注販売。2）同社のイベント、および近鉄百貨店でのイベント「ハルカス学園祭」における学生による商品のプロモーションと販売。3）パッケージのデザイン。近鉄百貨店でのプロモーションは 10 日間で終了するため、次週に同店で実施されるイベントにつなげたり、第一メリヤスが主催する本社内でのイベントに客を誘導したりできるように、同社のスタッフと接客の手順を共有した。

写真 4　後期実習前にオリジナルニット製品の打ち合わせ（2022 年 8 月 6 日藤井撮影）

写真 5, 6, 7　実習先のファクトリーブランド Gauge のインスタグラムに掲載された学生が企画したオリジナルのニット製品
（https://www.instagram.com/p/ClESYMdPTgx/?utm_source=ig_web_copy_link　2022 年 12 月 3 日閲覧）

【大阪キャンパス　報告③】

担当教員	藤井輝之
ゼミ生数	5 名
実習先名（製品）	妙中パイル織物株式会社（パイル織物）
実習先住所	和歌山県橋本市高野口高野口町向島
実習期間	2022 年 6 月 13 日～ 24 日／ 10 月 4 日～ 18 日

妙中パイル織物株式会社は 1950 年 9 月に設立され、現在の従業員数は 50 ～ 60 名である。パイル織物とは、生地の基布に毛（パイル糸）が織り込まれている特殊な有毛布地である。独特な光沢や風合いをもち、高級感がある。近年話題になっている「エコファー」も高野口産地で生産されているパイル織物の 1 つである。伝統的な技術を活かして、現代のテクノロジーを支える素材を生産しており、温故知新の極みと感じたことが、昨年度に続いて、実習先として選んだ理由である。

妙中パイル織物では、液晶パネル用ラビングクロス、電子材料用クロス、車輌・航空機用モケット、衣料用ベルベット、イス張りカーテンなどのインテリア用ベルベット、両面パイル毛布といったパイル織物を生産している。世界的なファッションブランドと提携するだけでなく、国内外の著名な電子機器メーカーに電子材料の素材を提供している。また阪急電鉄や新幹線の車輌用シート、航空機のファーストクラスのシート、国会議事堂の椅子や皇室の馬車の座面といったシートの素材も生産している。その功績から、2021 年 11 月には妙中清剛社長が黄綬褒章を受賞された。

JR 高野口駅前から徒歩 15 分に位置する敷地面積 11,050 坪、建物面積 5,774 坪の敷地には、織機として、レピア式ドビーベルベット織機 43 台、ジャガーレピアジャガードベルベット織機 19 台、シングルジャガードワイヤー織機 9 台、加工機として、ブラッシング・シャーリング機、ピンテンターエンボス加工機など、染色機として、スターフレーム染色機、プリント機、チーズ染色機、ウィムス染色機、ワッシャー機、液流染色機などがあり、織り、染色、加工の各工程を体験することができる。

今年度も前期（6 月）は、高野口の本社にて、会社概要の説明から始まり、社内と工場内の見学の留意点を確認した後、実習が始まった。

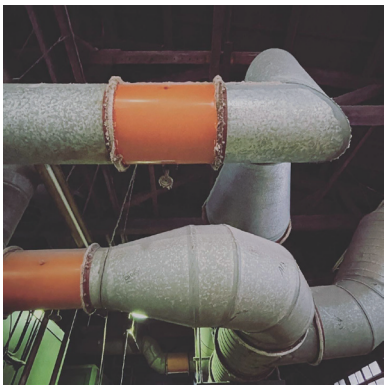

写真 1　工場内の整然とした美しさ（写真 1 ～ 5 は 2022 年 6 月 15 日藤井撮影）

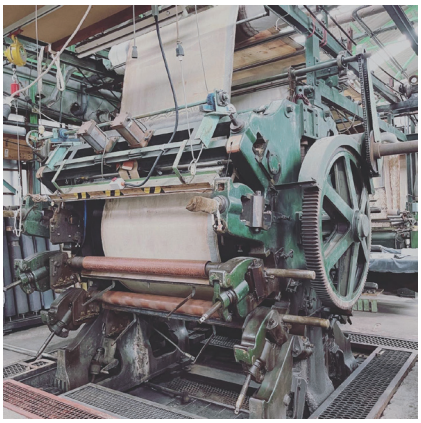

写真 2　戦艦大和を製造した方々の技術による機械

5 人を 3 人と 2 人のグループに分け、ローテーションすることで、全員が工場敷地内にあるパイル織物生産の全工程を体験できるようにした。品質を安定させるため、工程が単純化されていることを学生たちは早々に理解し、機械の操作や揃えに付随する作業を率先して行った。それぞれの機械の説明を丁寧に受けた際、その声が聞こえないこともあるほど機械音が大きいこと、にもかかわらず、現場の社員たちはコミュニケーションを取れていることに学生たちは驚いた様子であった。実習期間中、高野口の他の企業（青野パイル、岡田織物）も訪問する機会をつくっていただき、同地域の異なった技術や商材に触れることができた。学生たちはサンプルルームに納められた、同社の貴重なサンプルに触れながら、SDGs に対応した商品の開発や、その商品をネット販売につなげる話し合いを日々実施した。高野口の歴史や地理、有名クリエイターとの取り組みといった講義も受けた。一軒家を借りての共同生活も、高野口という地域を良く知るための学びにつながったようである。

後期（10 月）は、前期に実施したインス

写真 3, 4, 5　機械の操作に慣れ出した学生たち

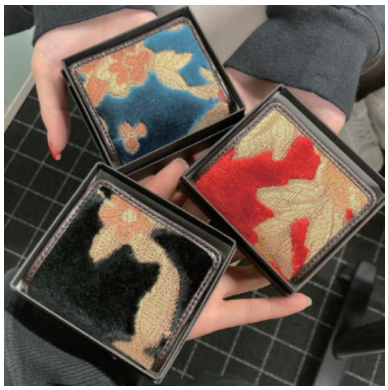

写真 6, 7 「piile_2022」に投稿された学生が企画立案した商品
左：端布セット 右：コインケース
（https://www.instagram.com/piile_2022/）

タグラムを活用する SNS プロモーションを継続したほか、商品の立案や販促の企画を行った。前常務で社長に就任された妙中正司氏が毎週、本学大阪キャンパスに来校され、近鉄百貨店での販売イベントに向けて、学生たちと前期に発注した商品販売に関するディスカッションを繰り返した。商品納期、商品に関するノベルティーや広告、SNS などの販促プロモーション、店頭什器、販売に関する事柄を学生が伝え、それに対して妙中社長からコメントをいただき、改善を繰り返して、完成度をあげていく手法をとった。SNS では、公式インスタグラムを前期と後期を通して運用し、それとは別に妙中パイル織物と PIIF OSAKA のアカウントを開設した。名称は piif と pile をミックスした「piile」となった。公式インスタグラムの運用では、妙中パイル織物の SNS 担当者と連絡をとりながら、相乗効果を意識した投稿がなされた。学生たちは、積極的・主体的に動き・発言し、商品や企画を具体化することができ、非常に頼もしく感じた。

今年度は、ノベルティーとして化粧用のパフを配布した他、製品化したコインケースや SDGs の観点から学生が選んだ端布セットを商品として、近鉄百貨店のイベントで販売した。とりわけ端布は、購入しやすい値段設定であっただけでなく、質の良さが手に取るだけで分かり、パッチワークをはじめとする手作りが好きな、おもに女性たちに好評であった。その他、プロモーションとして学生による公式インスタグラムの運用と大学と協働したインスタグラムのアカウント「piile」（https://instagram.com/piile_2022）を運用することも行った。

【大阪キャンパス　報告④】

担当教員	汪奮毅
ゼミ生数	2 名
実習先名（製品）	テーラーメイドカントリー（紳士服、舞台衣装など）
実習先住所	大阪市中央区松屋町
実習期間	2022 年 6 月 13 日～ 24 日／ 10 月 11 日～ 24 日／ 12 月 18 日

テーラーメイドカントリーは、もともと現社長の酒井利之氏の父親の時代に輸入生地を使用してデザイン提案もする紳士服のオーダーメイドの会社としてスタートした。その頃から培った丁寧な作業が評判を呼び、祖業の紳士服のオーダーメイドだけではなく、現在では舞台衣装の依頼にも対応している。常駐の従業員は 3 名であり、その都度必要に応じて、豊富な技能を持つ職人たちと協力しあう体制となっている。今回ご指導いただいた酒井氏は、テーラードのスーツの型紙の作成から裁断、縫製までこなす、技術・センス・情熱のある方だ。もちろん営業もされる。仕上げの 1 針 1 針にこだわる職人気質の方で、「満足してもらえるためにこだわらないといけない」「最高の満足感を持つ「いい服」との出会いのお手伝いが仕事」とおっしゃるようにハンドメイド、顧客の満足感にこだわったものづくりを心掛けている。

同じくご指導いただいた、同社の村山明子氏は、志摩スペイン村のユニフォーム、キャラクターが身に着けるマフラーなどの小物、SKD（松竹歌劇団）やアイドルの衣装、婚礼のドレスなどを要望に合わせて作り出す才能と情熱のある方で、ものづくりが好きで好きでたまらないといった印象を受ける。このお二人のもとで、ハンドメイド、ものづくりの厳しさ・楽しさを学び、繊維を奥深く好きになってもらうために実習先として選んだ。期間は前半が 6 月 13 日～ 24 日、後半が 10 月 11 日～ 24 日、ショーの手伝いが 12 月 18 日であった。短期間ながら、以下の 11 の作業に携わった。

1　裁ちばさみの使い方。服作りに不可欠な裁断に不可欠な裁ちばさみは、自分の分身のように使いこなせるかがポイントである。すぐにはプロのようにはいかないが、その感覚・感触を身に着けて、重要さを感じてほしいのでこの項目から始めた。

写真 1　作業風景（2022 年 6 月 14 日汪撮影）

2　手作業でのボタンホール作成。小さくとも、一番目立つ場所にあるので、完成した服の良し悪しと醸し出す雰囲気を決めるパーツである。とくにメンズのボタンホールは 1 針 1 針ステッチを入れないといけない。筆者の訪問時、ちょうどこの作業が行われていた。最初は凸凹していたホールだが、繰り返すうちにどんどん上達していった。「習うより慣れろ！」である。

3　ロックミシンの使い方。ミシンの調子を調整できないと、せっかくかけたロックがクシャクシャのステッチになってしまう。筆者はロックの調子を見たら工場のグレード、真

面目さがわかると考えているほどだ。ミシンは縫製の良きパートナーだが、「調子」という曲者を抑え込まないと頭の痛い存在になるため、習得を目指した。

4　材料の手配とストールの作成。生地屋を訪問し、その選んだ生地でストールを作る。学生たちはさまざまな生地をみて興奮を覚えたようだ。選択時の生地のイメージと出来上がりのイメージが合い、それぞれ個性のあるスタイリングになって仕上がった。

5　OSK 日本歌劇団の衣装の確認作業への立ち会い。まず事務所で台本を読み、流れを覚えて作業に向かう。加えてポスター作製の撮影に運よく参加する。最終版のポスターはきれいでかっこいいが、その裏では何人もが手間と努力を投入していることを知る。

6　ユニフォームの企画。学生は他の作業と並行して、ロードバイクによる鈴鹿 8 時間耐久レースに参加される「清交社」のユニフォームのデザイン・企画を行う（清交社は 1923 年に創立され、松下幸之助や小林一三など関西の財界人も名を連ねた社交クラブ）。うち 1 名が採用され、紙に描いたデザイン画が製品になる喜びを体感する。後日、三重県鈴鹿市の鈴鹿サーキットで本番のレースを観戦し、再度喜びを確かめた。なかなかない体験である。

図 1　学生がデザインしたユニフォームのイラスト

写真 2　学生がデザインしたユニフォームを着てポーズを決める、レース前のライダーたち
（2022 年 8 月 19 日村山撮影）

7　パーティー用のマスケラ作成。ラインストーンを貼るなどして、多種多様なマスクを作成した。筆者もちょうど伺っていたが、机の上がマスクであふれ、壮観であった。1 枚ずつ根気よく、自分たちのセンスとバランス感覚でラインストーンなどを貼り付けていた。

写真 3　マスケラ（2022 年 10 月 12 日汪撮影）

8　イベントで使用するスタッフのバッジのデザイン。服以外のデザインの依頼にも見事

写真 4　イベント用のスタッフバッジ
（2022 年 12 月 18 日汪撮影）

こたえた。後日採用された実物バッジは、なかなかの感動ものであった。

9　アイドルのイベント衣装の準備。トワレの組み立て縫製、仮縫い、本番用の衣装を作成する。実際に見てもらい、1 箇所 1 箇所修正していく地道な作業であった。

写真 5　アイドルイベント衣装のパターン
写真 6　黄色を基調としたアイドルイベント衣装
（2022 年 11 月 22 日村山撮影）

10　蝶ネクタイの作成。自分で気にいった素材を選び、みようみまねで蝶ネクタイを作る。さまざまな機会で使っていきたいと学生たちは話す。

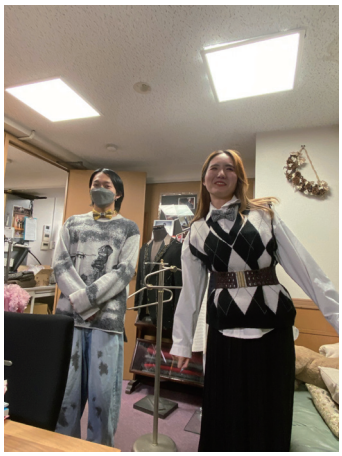

写真 7　蝶ネクタイ（2022 年 10 月 24 日汪撮影）

11　ショーの手伝い。8 で作成したバッジを使用する。2 週にわたってモデルのフィッテイングからショーの流れを確認した。舞台の裏で前準備など、なかなか経験できないことを体験させてもらう。うまくいかなかったらどうしようか、かなりどきどきしていたようだ。

写真 8　ショーの舞台裏（2022 年 12 月 18 日汪撮影）

今回の実習では多様な仕事のための準備、進行、仕上げの大切さを細かく教えてもらうことができた。プロは結果が出すのは当たり前だが、その過程の日の当たらない努力は忘れてはならないいし、それがないと成功はあり得ない、学生たちは各過程でどうすればうまくいき、問題が起こらないかを学習した。それに加えて、ご指導いただいた二人から「礼儀、時間厳守、連絡の必要性、人の話を上手く聞く」など、社会の厳しさの片隅を体験させていただき、大変良かったと思う。

【大阪キャンパス　報告⑤】

担当教員	髙原昌彦
ゼミ生数	3 名
実習先名（製品）	株式会社藤木友禅型製作所（プリント）
実習先住所	京都市右京区西院久保田町
実習期間	2022 年 6 月 9 日～ 22 日／ 10 月 5 日～ 19 日

2022 年度の髙原ゼミでは友禅染発祥の地である京都で伝統産業に培われながら、新しいプリント技術に挑戦するプリント企業で臨地実習を行った。友禅型の製作所として1925（大正 14）年に創業した藤木友禅型製作所は、時代の変化とともにシルクスクリーン製版専業メーカーと変革を遂げてきた京都の老舗企業である。業態革新、技術革新を行いながらも創業当時から一貫して培ってきた職人の技術と精神は、現在も最新の設備の中で受け継がれている。この企業に臨地実習をお願いした理由は、伝統の中にも新しいプリント技術を取り入れ、最先端の製品プリントに取り組んでおり、プリント加工に興味のある学生にとって創造の世界が広がると確認したからである。

本ゼミは 3 名の学生で、正式な実習期間前の 2022 年 4 月 12 日に本社を訪れることからスタートした。まずはゼミ生たちが藤木友禅型製作所のプリント技術を使って、どのような商品開発をしたいのかを考える企画会議から始めた。その中で、実際にどんなプリント製品を、どのような施設で企画生産されているのかという疑問点が出たため、藤木社長から直接、ご説明いただきながら、工場を見学させていただき自分たちの作品企画に活かすことにした。

見学のうち、製版工程では、トレースという工程から見学を始めた。トレースとは図案の色を一色ずつトレーサーという機器で分けていく作業である。以前はセルといわれるフィルムに遮光性のインクで職人が色ごとに

写真 1　藤木友禅型製作所玄関
（写真 1 ～ 3 は 2022 年 5 月 17 日髙原撮影）

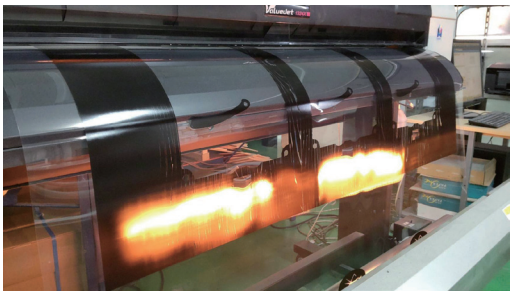

写真 2　T シャツをプリント版に貼り付けたところ

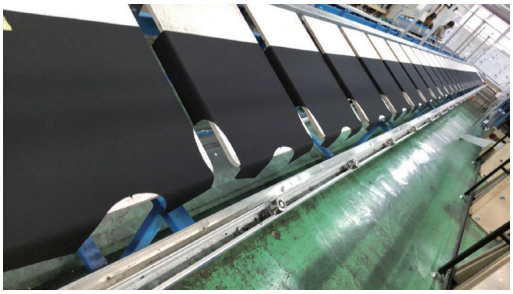

写真 3　フィルムへの図案焼付作業

分けながら手描きしていたが、今では筆をタブレットに持ち替えて、コンピュータでトレースをしていく。次は紗張りだ。アルミ製の型枠にテンションをかけ、紗と呼ばれる生地を貼り付けていく。上下左右均等に緩みなく張ることが必要とされる。その後は焼き付け、絵刷りである。ダイレクト製版技術やフィルム製販技術により、プリント型を製作し、出来上がった型の試験刷りを行い、製版にミスがないか確認していく。

実際のプリント工場を見学するのは初めてのゼミ生たち。この日、実習はできなかったが、今まで見たことのないプリント工場内の設備や職人の動き、各プリント工程に興味津々であった。

前期の実習の初日は藤木友禅型製作所が受注しているＴシャツの転写プリント工程にも携わった。慣れない初めての作業であったため、1着をプリントするのも大変な労力と時間を費やし、ミスも多かったとのことであった。翌日からはこの作業のほかにプリント前のＴシャツをプリント版に貼り付ける作業や前日に体験した転写プリント作業など、職人が実際に工場で行う作業の補助をした。これまでゼミ生たちは、プリントＴシャツを購入して着用する立場であったが、この1週間、作る側の立場になってみて、簡単そうに見えていたワンポイントのＴシャツでさえ、作業手順がいくつもあり、モノづくりの大変さを学んだと、レポートに記している。

次の週からは転写プリント作業のほかに、ハンド捺染やオート捺染の生産補助や、新しい商品の企画会議にも参加させていただき、デザインが変わることによる作業工程の変化や使用機材の違いなど、今まで考えもしなかった数多くの工程に携わることができた。また、そこには長年、培われた職人技術が生きていることも肌で感じ取ったようである。

後期の実習では、11月にあべのハルカス近鉄百貨店で行われる「ハルカス学園祭」についての企画会議を藤木友禅型製作所のスタッフと行うことから始めた。今までの実習で学んだ知識を活用し、スタッフのみなさんの助言をいただき、生産コストや上代なども考えながら全部で5型のオリジナルプリントパーカーを企画生産することになった。スタッフの方からプリントをするうえでのリスク（課題）の説明もいただけた。5型のうち4型はインクジェットという手法、もう1型は転写プリントの手法で生産することになった。この会議の中でプリントが変わるごとに、職人も携わる人数もプリント工程も変わることを実感し、簡単に見えても実際にはそう簡単には行かないことも学んだようであった。

その後は自分たちで実際にプリントデータを作成し、何度もやり直した。定時の就業時間を過ぎてもデータ作成に取り組むゼミ生たちの姿があったと、工場担当者の方からお伺いした。プリントデザインが完成した後は、自分たちで製品プリントを施し、ダメージ加工などを手作業で加えて、商品の完成度をより高めていった。

写真４　実習開始前の説明を藤木社長から受ける
（写真 4, 5 は 2022 年 6 月 9 日髙原撮影）

写真５　転写プリントの説明をスタッフから受ける

写真 6　あべのハルカスでの作品展示
（写真 6 ～ 8 は 2022 年 11 月 17 日高原撮影）

写真 7　あべのハルカスでの作品展示を来場者に説明する

写真 8　あべのハルカスで作品展示されたもの

臨地実習最終日の 10 月 19 日には、あべのハルカスに出展する製品が完成する。ゼミ生たちは初めての経験ばかりではあったが、お互いに話し合い、工夫を凝らし製品化することができた。

ご指導いただいた工場の方からも「自分の意見をはっきりと言える。返事がしっかりとできる。周囲の人の動きを見ながら仕事ができると感じました。自分の特性を生かした仕事についてもらえたらと思います」というお褒めのお言葉をいただいた。学生たちもこういった工場の現場をつぶさに見て実習できたことは、今後の進路においても役立つ貴重な経験であったと思う。

【大阪キャンパス　報告⑥】

担当教員	三木勘也
ゼミ生数	3 名
実習先名（製品）	株式会社アート・ラボ（フレグランス）
実習先住所	京都府京都市山科区四ノ宮大将軍町
実習期間	2022 年 6 月 1 日～ 14 日／ 10 月 3 日～ 18 日

株式会社アート・ラボ（以下アート・ラボ）は京都市山科区に位置するフレグランスを作る会社だ。臨地実習に至った経緯は、本学大阪校の教員と旧知の方が先方の役員にいらっしゃったためだ。アート・ラボが京都に所在する理由は社長の高木哲氏が京都出身であったからというシンプルな理由からだ。

創業は 1987 年で 1991 年に有限会社アート・ラボとして法人化された。年商は公表していないが、国内のフレグランス市場において 50 パーセントはアート・ラボの商材が占める。実店舗を 3 店舗、自社オンライン店舗を 2 店舗運営し、その他の販売路はデパートや小売店、モール、その他のオンライン店舗など多岐に渡る。

実習初日には、私も学生に同行した。内容は、香りの実習と、社長ご自身による香りの講義と起業家としての心構えに関する講義の 2 部で構成されていて、いずれも大変興味深かった。

実習のパートでは定番の香りから新たな香りをデザインする手ほどきを受けた。特筆すべき点は調合にはすべてアート・ラボが独自に開発した香りのビーズ玉を用いて行われることだ。ビーズ玉の抜き差しによりすぐに調合ができるため、調合を進める中で前の香りに戻りたければ、直前に入れたビーズ玉を取り出しさえすればよい。通常の調合では液体での調合となるため、このようにシンプルに前の段階に戻ることはできないので、このビーズ玉の開発は画期的であった。アート・ラボのオリジナルの香りの調合を学んだ後、学生は自らの好みの香りの調合もさせていただいた。ビーズの重なりにより、季節、国や地方、色などを連想させるような香りを複雑な手順を踏まなくともビーズを 1 個、2 個加えたり、引いたりすることで可能となることに驚いていた。

社長の講義の中で印象に残っている話が 2 つある。1 つ目はアート・ラボ開業当時は香りのビジネスは行っておらず、事業資金も少なかったため、海岸に落ちている石を集めてまわって、ビジネスを広げていったという話だ。その石を友人に加工してもらい、箸置きを作り、その商品をもとに各種営業先を回り、数々断られながらも卸先を獲得していった。もちろん、当時と今では時代が違い、現在は石の拾い集めでビジネスをすることには規制がかかっているので同じことは行えないのだが、資金力がなくとも、熱意を持って何にでも取り組めば、ビジネスを起こすことは可能であり、その小さな突破口を機にビジネスを発展させて行くことが可能であると思った。

2 つ目はビジネスを拡大していくにあたり、人間の感情を動かすようなビジネスを起こしていきたいと思うようになっていき、その中で人間の五感（視覚、聴覚、触角、味覚、嗅覚）の中で唯一、嗅覚だけが脳にダイレクトに伝わる感覚であることから、香りをビジネスに選んだという話だ。ファッション業界において、フレグランスや香水はビジネスが成熟してきたときにブランドイメージとして商品化されることが多いが、人間の感情に直接伝わることをビジネスにしていきたいと思

われた逆転の視点に感銘を受けたし、それゆえに国内市場で 50 パーセントまで規模を広げてこられたのであろう。

アート・ラボの商品構成は、一般的な香りの商材、つまり液体フレグランスのものから、香りを樹脂化させたものまで多岐に渡る。香りを樹脂にすると当然ながら、さまざまな形に落とし込むことができ、香りのあるアクセサリーや、各種雑貨などの商品も展開している。

前期の実習においては、本社にてパッケージングやラベル準備など、おもに商品の出荷加工のアシスタント業務を行った。それにより、商品が流通していくまでにはいかに多くの工程を通って市場に出てきているかを知ることができた。後期の実習では開発室にて、あべのハルカス近鉄本店での展示とワークショップへの準備に取り組ませていただいた。学生自ら、香りのビーズでの調合を繰り返し、決定した香りを液体のフレグランスとして制作した。また各自デザインの香りを用いて指輪やイヤリングなどの樹脂アクセサリー類も制作した。

成果発表の場である、「ハルカス学園祭」においては、販売は行わず、学生が作成したフレグランスとアクセサリー類の展示とデザインした香りを来場者に香っていただくアンケート投票を行った。販売ではなくアンケートとしたのは、フレグランス商品を販売するには製品の検査及び各種申請が必要となるからだ。しかしながら、香りのアクセサリーは「購入したい」という来場者も多く好評であった。実店舗であるデパートで展示できたことは有意義であったと思う。

今回の実習を通し、学校の授業では携わってこなかった香りにまつわる会社で、企画から店頭での接客まで、ビジネスにおけるさまざまな流れを実際に体験できたことは大変貴重な経験であったと思う。フレグランスはファッションと密接な関わりがある産業であることから、今後のアパレル研究や進路にも香りを添える経験であったに違いない。

写真 1　既存の香りの調合から新たな香りをデザイン（2022 年 6 月 13 日学生撮影）

写真 2　ハルカス学園祭展示風景
（2022 年 11 月 16 日三木撮影）

写真 3　ハルカス学園祭展示内容
（2022 年 11 月 16 日三木撮影）

【大阪キャンパス　報告⑦】

担当教員	三木勘也
ゼミ生数	2 名
実習先名（製品）	稲坂莫大小製造株式会社（靴下）
実習先住所	兵庫県芦屋市業平町
実習期間	2022 年 6 月 13 日～ 24 日／ 10 月 3 日～ 14 日

稲坂莫大小製造株式会社(以下稲坂莫大小)は兵庫県芦屋市に位置する靴下を製造する会社だ。ここで臨地実習を行うに至った経緯は、私が兵庫県出身ということで、社長と旧知の関係であったからだ。

靴下の産地というと奈良県が抜きんでて 1 位であるが、兵庫県も靴下の国内生産量第 2 位の産地として知られる。現在の兵庫県加古川市を中心とした播州地域で靴下産業は発展したが、その理由は温暖で降水量が少ない気候の特性を生かした綿花栽培の発展に伴い、綿加工産業も盛んになったためだ。高品質なコットン生地で知られる播州織が同地域で発展したのも同様の理由からだ。農業が可能な温暖な季節には米と綿花を育て、農業ができない冬には、綿花から糸を紡ぎ綿加工業に従事した。それゆえに、播州織同様に綿加工業としての靴下の製造も兵庫県で発展することとなった。

稲坂莫大小の本社は現在は芦屋市にあるが、創業は兵庫県の播州地域の加東市であった。大正時代の終わり頃、稲坂百太郎と弟の理一によって靴下の製造が始まった。その後、弟の理一は大阪市の福島へ進出し、昭和 3 年に稲坂理一商店を設立した。これが現在の稲坂莫大小の発祥である。理一は昭和 16 年に現在の兵庫県芦屋市に拠点を移し、工場を併設した本格的な靴下の製造へと入ってく。

臨地実習Ⅱでは 2 名の学生が、6 月の前期は社内での日々の仕事に取り組ませていただき、10 月の後期は前期の経験を生かした商品企画から生産までを行わせていただいた。前期は製造部と商品加工部で実習を行った。製造部では工場内で工場管理のアシスタントを行った。靴下の製造のうち、網たての作業工程においては、糸を編んで靴下を生成している間に、多くの埃が舞い、機械や床に数時間で大量に蓄積していく。そのままにしておくと、網たての機械の内部や糸そのものにも埃が付着していくこととなり、機械に異常をきたしたり、埃が混入した靴下が製造されたりしてしまう。それを防ぐために、学生たちは出た埃を丁寧に取っていく業務に携わった。そうすることで高い品質の靴下の生産に貢献した。数時間も作業をすると、大きなゴミ袋一杯分くらいの埃が取れ、この作業を工場内で毎日行った。

商品加工部では靴下につけるラベル付けやタグ付け、パッキングなどを行い、出荷に向けて備えるが、そちらでのアシスタント業務にも毎日取り組んだ。日本製の靴下は中国製の靴下の台頭により、生産数を大幅に減らすこととなったが、小ロットで高品質な靴下となるとやはり日本製のほうが有利であり、品質保持のためにはこの商品加工部での柔軟な対応が重要になる。

後期では、あべのハルカス近鉄本店でのイベント「ハルカス学園祭」への出展が決まっていたため、その準備と制作に時間を充てた。企画から製造は稲坂莫大小と学生が共同で行い、販売は学生が行うという、学生主体の企画である。

商品企画は、稲坂莫大小が取り扱う自社製品と数々の卸売販売商品の中からヒントを得

写真 1　糸色の選別
（2022 年 6 月 22 日稲坂莫大小社員撮影）

写真 2　ハルカス学園祭に向けた企画デザイン
（2022 年 6 月 22 日稲坂莫大小社員撮影）

て、学生ならではのフレッシュな感性を組み合わせて進めた。企画へのヒントを得たアイテムは稲坂莫大小のオリジナルアイテムであるアームカバーだ。これはシンプルな筒のようなアイテムで、学生はこれにスラッシュ開きをたくさん取り、さまざまなスタイリングを楽しめるアイデアを企画デザインし、最終的には靴下として商品化していった。デザインとカラーや寸法が決まると、稲坂莫大小の提携している中国工場に網たてを行っていただき、細かな縫製や染色は日本の工場で進め、若い感性ならではの靴下が完成した。そしてオリジナルのラベルやステッカー、パッケージなども先方の協力のもと、作成した。消費者への最終的なアピールに、パッケージやラベルは重要な要素だ。それで消費者が手に取ってくれるかどうかが決まる。

結果的には販売のために用意していた 20 足は会期終了を待たずして完売した。来客予想と納期なども考慮して決定した販売数であったが、予定よりも早く完売するという嬉しい誤算であった。しかし、今後はより念入りに販売数を考えておく必要があるだろう。店頭販売が始まる前は、学生たちから実際に売れるかどうか不安だという声も聞いたが、完売した販売を終えて、自信をもってゼミに参加した時の表情が印象的であった。

写真 3 「ハルカス学園祭」販売準備風景
（2022 年 11 月 16 日三木撮影）

学生の企画を海外工場の協力を得ながら進められるケースは稀だと思う。それが実現したのは、もちろん先方の理解と協力があったからに他ならないが、先方にそれを納得させるだけの熱心な取り組みを学生が前期で見せていたからだ。実習期間はそれほど長いわけではないが、それ以外の部分で先方とのやり取りやコミュニケーションなどもとても円滑に進んでいたと思う。

このように学生が実習先に入って就業経験を積むだけではなく、結果として世の中に役立つ物として提供することができれば、とても意義ある実習時間となるであろう。今後もこのような成果が出るように努めたい。

【大阪キャンパス　報告⑧】

担当教員	髙山遼太
ゼミ生数	3 名
実習先名（製品）	有限会社玉木新雌（播州織）
実習先住所	兵庫県西脇市比栄町
実習期間	2022 年 6 月 9 日～ 22 日／ 10 月 17 日～ 28 日

兵庫県南西部の播磨地域で生産されている播州織。この地域を流れる川の水が染色に適した軟水であり、また江戸時代中期から綿花栽培が盛んであったことを背景に、寛政 4（1792）年に始まったとされている綿織物だ。

播州織は先に糸を染めてから織り上げるという先染めで知られる。この先染めという手法にほれ込んで、西脇市に移住し、播州織のアパレル企業を立ち上げたのが、ファッションデザイナーの玉木新雌だ[1]。福井県勝山市出身の彼女は、洋服店を営む両親の影響から、服作りに関心を持つ。兵庫県西宮市の大学で学んだあと、ファッションの専門学校に進学し、大阪市の繊維専門商社に就職するが、仕事の内容に物足りなさを感じ、デザイナーとして独立する。日本中の織物産地を訪れる中で、経糸と緯糸の重なりで表現ができる先染めの手法を用いる播州織に魅力を感じ、2004 年にブランド tamaki niime を立ち上げた。2009 年には西脇市に移住し、現在では自社で糸を染め、布を織り、その布を縫製・加工し、直営店で販売も行っている（**写真 1**）。素材を知るために、敷地内で羊やヤギを飼ってウールを採取し、綿花畑を耕してオーガニックコットンを栽培することまで実践している。さらに、スタッフたちが口にする米や野菜の栽培も手がけている。

先染めの特徴を活かしたデザインや、柔らかな風合いを持つ一点物の商品が人気で、とりわけショールは、経済産業省の「The・Wonder500」に選出され、播州織を世界ブランドにまで高めた（**写真 2**）。彼女の活躍

写真 1　工場近くに誕生した直営店
（2022 年 6 月 19 日学生撮影）

写真 2　ショールーム
（2022 年 6 月 19 日学生撮影）

は西脇市の活性化にも大きく貢献している。玉木は今、「niime 村」と呼ばれる、自由で緩やかなコミュニティを作ろうと計画している。社員や長期滞在者の他、2025 年の大阪・関西万博に向けて、外国人も含め、田舎での宿泊や農業体験もできる場所にしたいと考えているのだ。現在でも、社員とその家族だけではなく、地域の人も気軽に参加できる、たとえば夏祭りのようなイベントを、不定期だが頻繁に開いており、地域の集会所のような雰囲気だったと学生の 1 人は話していた。

自社内で糸染め、織り、編み、縫製、デザイン、加工、販売までの一貫したものづくりを行っている業務形態は、産地の中でも珍しく、非常に魅力的である。また、この地に宿泊しながら実習を行うことで、学生はたくさんの有意義な体験を得られると考え、依頼したところ、実習先として取り組みが実現した。

実習の内容はおもに工場での作業の補助である（**写真 3**）。工場は糸染め、織り、丸編み、横編み、縫製のチームに分かれており、学生はそのすべてを体験することができた。糸染めのチームは、白い綛（かせ）を一つずつ、染色釜でさまざまな色に染めている（**写真 4, 5**）。学生たちは自分たちの好きな色に糸を染める体験をした。玉木新雌では 1 点物を大切にしているため、できるだけ他の糸と重ならない色を求められた。織りの工程では、織り機に触り、織られる様子を観察することで、播州織がどのように織られているか学んだ。丸編みのチームでは配色を考えて、糸を設置した（**写真 6**）。横編みのチームではその作業に加え、実際に編みの作業を行い、できた製品は商品として販売され、うれしかったようだ。縫製の工程では、特殊ミシンに触れ、タグ付けやボタンホールの作業に携わった。

洗いに関わった時間も長かった。生地あるいは商品を熱湯に浸し、糊付けを取った後に、洗濯機で洗い、干す。そうすることで風合いが柔らかくなるのだ。ショールのほつれがないかなど検品にも携わった（**写真 7**）。その他、稲と綿花の植え込み（6 月）と収穫作業（10 月）の手伝いを行った（**写真 8**）。

最終目標は、tamaki niime の生地を使用し、自分たちでデザインした作品を完成させることとした。生地の使用許可を得るため、学生たちは制作予定の作品のプレゼンテーションを求められた。1 度目にもらった厳しくも建設的なコメントをうけ、2 度目は練り直した内容とともに夜中までかかって制作したシー

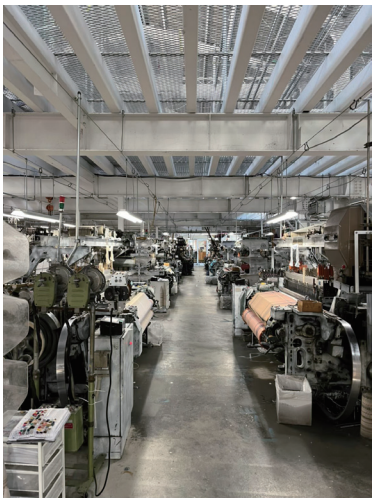

写真 3　工場内の様子
（2022 年 6 月 13 日学生撮影）

写真 4　綛を染める作業
（2022 年 6 月 12 日学生撮影）

写真 5　カラフルに染められたコーンと学生
（2022 年 6 月 20 日学生撮影）

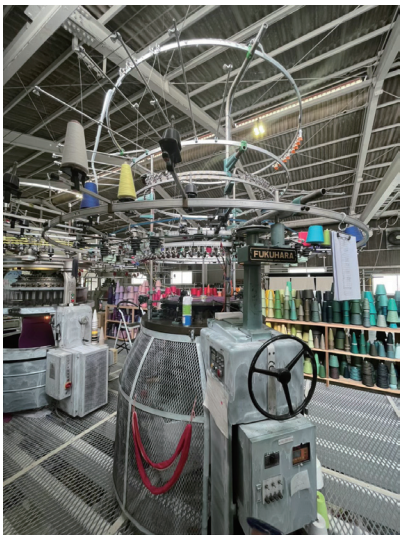

写真 6　丸編み機
（2022 年 6 月 9 日学生撮影）

写真 7　ショールの検品作業
（2022 年 6 月 17 日学生撮影）

写真 8　綿花の作付け作業
（2022 年 6 月 15 日学生撮影）

チングを示したところ、無事に全員が合格でき、生地をいただくことができた。学生のうち 2 人はオーバーオール、1 人は下着を実習終了後に学内で完成させた。

学生たちは実習期間の全日、玉木新雌工房が近くに所有する古民家でスタッフやその家族とで共同生活を行い、どっぷりと産地に身を置くことが出来た。綿花畑での作付けや田植え、終業後にときおり開かれるキャンプファイヤーなど、今まで体験したことがないようなことばかりで充実した時間を送ることができたと聞いている。毎日が新しい発見ばかりで、とても楽しんで実習に取り組めたようだ。

〈注〉

1)　本節は、次の 2 つのホームページを参考に記述した。るるぶ& more. 編集部「【兵庫】世界が注目するテキスタイル・播州織の“今”を探しに、日本のへそ・西脇市にある「tamaki niime Shop & Lab」へ」（2022 年 3 月 11 日 ）https://rurubu.jp/andmore/article/15926　2023 年 1 月 1 日閲覧。兵庫県県民生活課「玉木新雌さん（36）兵庫県西脇市 播州織作家」『すごいすと』（2014 年 4 月 25 日 ）https://sugoist.pref.hyogo.lg.jp/sugoist/tamakiniime/　2023 年 1 月 2 日閲覧。

【大阪キャンパス　報告⑨】

担当教員	髙山遼太
ゼミ生数	6 名
実習先名（製品）	株式会社 the laB. media solution（PR プランニング）
実習先住所	大阪市中央区北浜東
実習期間	2022 年 6 月 9 日～ 11 月 20 日

大阪市の中心部に位置する the laB. media solution は、国内外の企業、製品、ブランドのブランディングや新規プロジェクト立案などを行う PR プランニングの企業である。紙やテレビコマーシャル、デジタルメディアの他、パッケージ・デザインやイベントなど、さまざまな媒体を駆使した提案をできる強みを持つ。2005 年、江口雅之社長が the laB. media solution として活動を始め、当初はブライダル、着物ファッションショーの映像演出・制作など、おもに映像関連の業務を手がけていたが、2009 年、株式会社に組織変更し、現在では社員 2 名を抱える。

The laB. media solution では、2021 年から「モクフプロジェクト」を開始している。これは間伐材から作られた「木糸」を使用して「木布」を織り、アパレル商品として販売していくという企画だ。間伐をすることで、光が森の地表まで届くようになり、その結果、木々はしっかりと根を張り、倒木や土砂崩れを防ぐことができる。しかしながら現在の日本では、この間伐が適切に行わず放置された森や、間伐後にそのまま森に放置された木材が増え、問題となっている。そのため、間伐材の受け皿として、木糸からなる木布という新しい素材を開発し、「laB. ＋（ラボプラス）」というブランドとして販売し始めたのである。

前年度、臨地実習先としてお世話になった、いとへん universe の代表の方から紹介いただいた際、このような SDGs への取り組みに、学生が携われる内容を提案していただいた。学生のアイデアを取り入れる立案段階から、クラウドファンディングを行う最終段階まで、一貫して関わることが可能なため、実習先として依頼した。実習は夏休みも含め、6 ～ 11 月にかけて実施した。

多種多様な事業をされている企業ではあるが、学生たちがおもに関わったのは、この木糸に関する「モクフプロジェクト」である。木糸を用いた新しいデニム生地のアイテムの開発を最終目標として設定した。

実習の内容は大きく分けて 3 点あった。

1 点目は、the laB. media solution が関わりをもっている木糸に関係する工場の見学である。株式会社和紙の布（大阪府阪南市）と株式会社立野矢（京都市北区大北山）である。前者は和紙から布を作るという先駆的な挑戦を成功させた職人を社長とする企業だ（**写真 1, 2**）。西陣織の帯地から始まった後者は、天然木由来の新素材を利用して、高速自動織機による天然木織物を世界に先駆けて開発した企業である（**写真 3, 4**）。

2 点目は、木糸を使用した木布「ヤマデニム」のプロモーションである。ヤマデニムとは、山から切り出された木を素材としているという意味で、木布を用いたデニム生地の名称である。木という素材に支えられてきた日本の文化を大切にし、楽しみながらサステナビリティに貢献していきたいという思いが込められている。具体的には、公式インスタグラムの運営の補助、商品企画開発の補助、試着いただいた方への聞き取りなどのリサーチの補助を行った。また、2023 年 1 月からは

写真 1　和紙の布の製織工程
（2022 年 6 月 21 日学生撮影）

写真 2　和紙の布への見学時、社長と記念撮影
（2022 年 6 月 21 日 the laB. media solution 社員撮影）

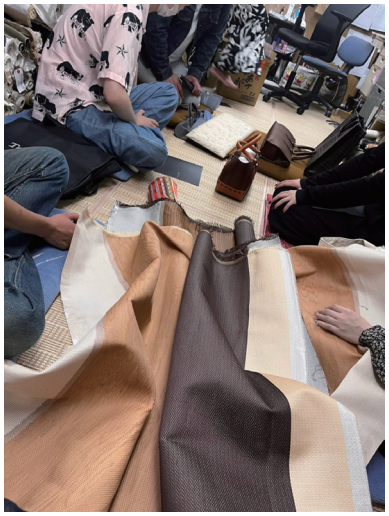

写真 3　立野矢で木織り生地を熟覧
（2022 年 6 月 20 日学生撮影）

写真 4　立野矢での工場見学後、社長と質疑応答
（2022 年 6 月 20 日学生撮影）

予定通り、クラウドファンディングの補助を行っている。集まった資金は、ヤマデニムの受注製造費と、学生の産地実習費用の補助（資金の 5%）に使われる予定である。

3 点目が木糸の周知に関わるイベントへの参加である。まず、阪急百貨店うめだ本店において、2022 年 7 月 27 日～ 8 月 9 日にかけて開催された「HANKYU こどもカレッジ」に laB. ＋（ラボプラス）が出店するのに合わせ、学生たち自身が考案した「カミサンガ」（木糸のミサンガ）のワークショップを手伝った（**写真 5, 6**）。また、11 月 16 日～ 21 日にあべのハルカス近鉄本店で開催されたハルカス学園祭に、日傘とデニム生地のジーンズを出品し、接客も行った。日傘は留め具としてのボタンと下げ札のデザイン、ジーンズはロゴ、パッチ、商品タグのデザインに学生たちのアイデアが採用された。どちらも大阪随一の繁華街、梅田と天王寺に立地し、前者は店舗別年間売上高が国内 2 位、後者は日本一の超高層ビル、あべのハルカスの中にあるという、抜群の集客数を誇る店舗でのイベントであった。

学生たちは、新たなデニム生地のアイテムを開発するということで、実習前から非常に前向きな姿勢がみられ、実習中も真剣に取り組んでいた。6 人の中での役割分担もうまくいっていたと思われる。当初、新商品の企画

写真 5　阪急百貨店でのワークショップの準備
（2022 年 6 月 9 日学生撮影）

写真 6　学生が考案したカミサンガ
（2022 年 6 月 16 日学生撮影）

開発と聞かされたときには、その華やかな側面ばかりを思い浮かべていたようにみえた。しかし、実習を終えて、商品を企画開発し、実現するためには、地道にさまざまな準備をすることが必要で、現場の大変さを実感したようだ。

学生たちは、自分たちのアイデアが十分に反映されたカミサンガ、日傘、ヤマデニムの企画開発、そして販売を通して、ものづくりの面白さと共同作業の重要性を学んでいった。また間伐材の問題から、環境問題への意識も高まったように思える。クラウドファンディングなどのプロジェクトを通して、今後も実習先とよい関係性が続いていくことを期待したい。

【大阪キャンパス　報告⑩】

担当教員	藤井輝之（文責）・汪奮毅・髙山遼太・高原昌彦・三木勘也
ゼミ生数	大阪ファッションクリエイションビジネス学科３年生全員
実習先名（製品）	あべのハルカス近鉄本店 ハルカス学園祭（販売）
実習先住所	大阪府大阪市阿倍野区阿倍野筋
実習期間	2022 年 11 月 16 日～ 21 日

2022 年２月に、大阪キャンパスで開催した臨地実習Ⅱの成果発表会に来校された大阪府商工労働部の方から紹介を受け、近鉄百貨店との産学連携が実現した。各臨地実習先で商品を開発したものの、成果発表会の場では販売できないことがジレンマであったが、ハルカス学園祭では、一般消費者への販売が可能であったため、出店を決めた。臨地実習Ⅱで計画した商品の販売までのプロセスを、より実践的に学び体験することを目標とした。

ハルカス学園祭は、新型コロナウイルスの影響で活動の機会が少なくなった学生を応援するため、2021 年から始まった企画である。主催は近鉄百貨店、1920（大正９）年に創設され、現在、大阪府や奈良県の近鉄沿線を中心に 10 店舗を展開している関西地方の老舗百貨店だ。会場となった本店は日本一の超高層ビル、あべのハルカスの中にある。大阪阿部野橋駅（近畿日本鉄道）および天王寺駅（JR 西日本）に隣接するターミナル百貨店で、さまざまな性別、年齢の客が訪れる立地となっている。タワー館とウイング館を併せた営業面積は 10 万 m^2 と日本最大で、本イベントはウイング館９階の催事会場で、11 月 17 日（木）～ 21 日（日）の５日間、実施された。実習は設営を準備した 11 月 16 日（水）も含む６日間である。大阪府、兵庫県、和歌山県の 26 の大学（短期大学、専門学校含む）あるいは団体が参加した。

催事場のブースでは、臨地実習Ⅱの実習先７社（**写真２～７**参照）と本学学生が共同して制作した商品を販売したり、サービスを紹介したりした。具体的には、泉大津商工会議所（杉本産商株式会社の羽毛布団の販売と学生が改善したインスタグラムの紹介）、妙中パイル織物（共同制作した缶バッジとコインケース）、第一メリヤス（共同制作したニット製品）、藤木友禅型製作所（学生がデザインしたパーカー）、アート・ラボ（オリジナルの匂い紙の配布）、稲坂莫大（共同制作したつま先部分のない靴下など）、the media laB. solution（共同制作した木布製ジーンズと日傘）である。

その他、インスタグラムなどの SNS を利用して、事前、会期中、事後に情報を配信した。こういった販促に加え、交代で接客や売り上げ管理など、販売に関わるすべての業務に携わることができた。

販売を経験したことがない学生もいたが、

写真１　the media laB. Solutuon
（写真１～７は 2022 年 11 月 16 日藤井撮影）

写真 2　妙中パイル織物

写真 3　稲坂莫大

写真 4　泉大津商工会議所

写真 5　第一メリヤス

写真 6　藤木友禅型製作所

写真 7　アート・ラボ

本番前にミーティングを実施するなど、念入りな準備を行った。店頭ではブースに客を呼び込むための工夫をこらし、来客が少ない時の苦労やストレス、接客によって商品が売れていく喜びを体験することができた。通常の学内の授業にはない臨場感の中で、主体的にどのように動けばいいのかを考えることができ、学生だけでなく、教員にとっても貴重な機会となった。

写真 8　丁寧に商品を説明する接客中の学生たち
（2022 年 11 月 18 日藤井撮影）

本イベント全体の来客数は 3 万人、売上は約 320 万円だったときく。そのうち、本学の売上は約 21 万円であったが、期間中、実習先のインスタグラムやツイッターのフォロワー数が 200 人増加した。来場者と学生、実習先との関係は、このイベントの期間内で終わるのではなく、将来につながる可能性も感じられ、この点も成果として評価している。次回、参加する際にはビジネスマナーや VMD（Visual Merchandising、視覚的な商品化）、販売促進活動などを強化したい。

【名古屋キャンパス　報告①】

担当教員	髙間由美子
ゼミ生数	15 名（前期 8 名、後期 7 名）
実習先名（製品）	テキスタイルマテリアルセンター（尾州織物）
実習先住所	岐阜県羽島市竹鼻町蜂尻
実習期間	前期：2022 年 5 月 11 日～ 7 月 29 日／ 10 月 30 日～ 31 日 後期：2022 年 10 月 5 日～ 11 月 10 日

岐阜県羽島市に位置するテキスタイルマテリアルセンター（通称：マテセン）は、10 万点以上の素材サンプルを常時展示しており、今なお毎年 3 千点以上の最新素材が追加される、他に類をみないセンターである。施設では、アパレル・テキスタイル業界の次世代を担う人材育成を支援するための研修プログラムをはじめ、近隣の織布工場見学ツアーを実施するなど、地域のまとめ役も担っている。

その他にもマテセンは、テキスタイルメーカーとアパレルメーカー、デザイナーをつなぐ役割も果たしている。尾州織物に限らない数万点のデザイン素材の展示、テキスタイルデザイナーの新素材開発のサポートなど、素材に関する多くの相談にも対応する。アパレル・ファッション関係の大学生や専門学校生の利用も多く、「生地を体験する」という尾州産地ならではの効果的な学びの場ともなっている。

臨地実習は打ち合わせを幾度も重ねて日程を調整し、前半と後半それぞれに 10 日間（9 時～ 18 時）の指導をいただくことになった。その他の実習時間は学内外での学習、資料収集、他の企業見学に当てた。

マテセン研修の事前学習としては、尾州地域の地理・気候・文化、織物産地としての尾州の歴史、全国の織物産地との比較、毛織物の種類、尾州産地の現状と課題、毛織物の活用法など、多角的にリサーチを行い、各自でレポートを作成した。

研修は（1）収蔵された素材について、時代背景とともに説明を受ける、（2）ミラノで開催される素材見本市「ミラノ・ウニカ」で発表された最新サンプルからトレンドに触れる、（3）素材から発想したアイデアによってデザインが生まれる過程を学ぶといった、多角的な学習だった。その他には、入荷したサンプルをラックに掛ける作業も体験した。こうした作業は、効率化を図るための工夫、グループで協力することの重要さを学ぶ機会となった。

研修で見学した施設は以下のとおりである。茶仙染工、みづほ興業、YUTA MATSUOKA のアトリエ、木玉毛織、ソーイング未来、葛利毛織工業、ラカム（刺繍）、羽島市歴史民俗資料館・映画資料館。研修最終日は学生たちとの質疑応答に時間をとり、さまざまな質問に対して丁寧に回答をいただいた。また、別途、リテイルビル、宮田毛織工業も見学設定した。

前期・後期に分けたマテセンでの研修後、10 月 29 日～ 30 日に開催の『ひつじサミット尾州』に参加するため、衣料向け繊維素材（織物・編物）の企画・製造と自社ブランドを展開する参加企業の一つである三星グループの三星毛糸で事前打ち合わせを行った。三星毛糸から学生たちには、Z 世代の目線で会場を盛り上げてくれるよう期待され、SNS 掲載のための写真や動画撮影を手伝った。開催 2 日間は好天に恵まれ盛況の中、学生たちは織りや編みの工程を見学する機会も得ること

ができた。

マテセンの実習期間を終え、学内では各グループでまとめを行った。自ら調べた学習資料、日報、企業見学時の記録、実習を終えての感想などをレポートにした。それらのレポートは前半と後半のグループごとで冊子に収め、企業に届けるよう本稿執筆時点で制作中である。完成した冊子は 2022 年度末に名古屋キャンパスで開催される成果発表展（2023 年 2 月 23 日～ 3 月末）で展示の予定である。冊子は就活のポートフォリオとして学生の手元に残り、実習でやり遂げた自信にもつながることだろう。

このように企業への実習を通して、学生たちは実践の重要性を学び、社会人としての心掛けや企業での専門技術を学ぶ機会を得た。それと同時に、ファッションとは、洋服を手にすることのみならず、糸から染めまで、川上から川下までの流れの中で、それぞれの職人技が関わっていることを目の当たりした貴重な体験ともなった。学生たちは近い将来、自分自身がデザイナー、テキスタイルデザイナー、あるいはバイヤーにもなりうるとイメージすることができたに違いない。本実習で学生たちをサポートいただいた企業には、心より感謝申し上げる。

写真 1　マテセンにて尾州毛織に関する学習発表をする学生たち（2022 年 6 月 7 日髙間撮影）

写真 2　宮田毛織での工場見学
（2022 年 6 月 15 日髙間撮影）

写真 3　ソーイング未来の工場見学
（2022 年 10 月 13 日山田幸士（マテセン）撮影）

写真 4　ひつじサミット参加者とともに三星毛糸で説明を聞く学生たち
（2022 年 10 月 29 日髙間撮影）

【名古屋キャンパス　報告②】

担当教員	磯部美里
ゼミ生数	12 名（前期 6 名、後期 6 名）
実習先名（製品）	とこなめ陶の森 他（常滑焼）
実習先住所	愛知県常滑市瀬木町 他
実習期間	2022 年 5 月 31 日～ 6 月 14 日／ 10 月 13 日～ 10 月 27 日

常滑焼とは常滑周辺を中心に生産されるやきものを指す。窯業は常滑の主要産業であり、常滑は日本六古窯の一つに数えられる。土、地形、水運に恵まれた常滑で窯業が始まったのは、平安時代末期と言われ、現在では甕の生産だけではなく、タイル、急須、衛生陶器でも有名な産地として知られている。

「東海の地場産業や伝統工芸について学ぶことに主眼を置き、多面的な理解を通して課題を見つけ、新たなアイデアや解決策を生み出すこと」という本学名古屋キャンパスの臨地実習Ⅱにおける目的を鑑み、東海を代表する産業であり工芸でもある常滑／常滑焼を実習先／実習対象に選定した。

写真 1　小栗康寛氏と学生
（2022 年 10 月 13 日磯部撮影）

今回の実習でお世話になったとこなめ陶の森は、「常滑焼の新興と伝承、焼き物文化の創造と発信」の役割を担う、常滑市が運営する公共施設である。ここに勤務する学芸員の小栗康寛氏のご尽力により今回の常滑実習は実現可能となった。

考古学がご専門で、地元の方々からの信頼も厚い小栗康寛氏は、今回の実習に当たって「（陶）“業”と（陶）“芸”に違いはないことを学生たちに知ってほしい」と述べ、常滑焼を多角的な視点から学ぶこと、考えることのできるプログラムや関係者を提案、紹介してくださった（**表 1** 参照）。

学生たちはまず担当する実習先（担当パー

表 1　2022 年度常滑実習プログラム

実習の目的	実習先
常滑焼の歴史、文化、社会的背景について学ぶ①	とこなめ陶の森資料館
常滑焼の歴史、文化、社会的背景について学ぶ②	とこなめ陶の森資料館 他
伝統工芸を学ぶ①ろくろづくり	清水源二氏（伝統工芸士）、清水孝幸氏
伝統工芸を学ぶ②ヨリコづくり	前川製陶 前川賢吾氏（伝統工芸士）、清水淳蔵氏
陶芸家から常滑焼を学ぶ①	陶芸家 大澤哲哉氏
陶芸家から常滑焼を学ぶ②	芸術家 ラファエル・ナバス氏（10 月のみ）
産業を学ぶ：多孔陶菅	杉江製陶株式会社
作陶体験	TOKONAME STORE（山源陶苑）
行政の取り組みを学ぶ	やきもの散歩道
常滑焼をつなぐ取り組みを学ぶ	café and space TSUNEZUNE 河合忍氏

ト）を決め、事前学習として担当パートについて下調べを行った。さらに、実習先での質問項目を準備し、それらをグループ内で共有するとともに、そこでの意見を踏まえ修正を加え常滑実習に臨んだ。

常滑実習での目標は次の３点であった。1点目は、地場産業 / 伝統工芸である常滑焼について理解を深め、ものづくりを現場で学ぶこと、２点目は常滑焼を通して地場産業 / 伝統工芸が抱える問題を明らかにし、解決策を考えること、３点目は担当パートについて原稿にまとめ、常滑実習の報告書を学生主体で完成させること、である。

７日間の実習期間のうち、最初の２日間は実際に縄文土器などを触りながら、小栗氏よりやきものの歴史や文化についてレクチャーを受け、資料館やさまざまな年代の窯を見学した。また、常滑に暮らす人びとの日常に常滑焼が根付いている様子を見て回った。

つぎに、伝統工芸士である清水源二氏、前川賢吾氏のもとで、伝統技法のろくろづくりとヨリコづくりの製法を学んだ。そこでは、時代の要請に合わせて変化させることで「伝統」が受け継がれていること、使い手のことを考えながら細部にまでこだわるという職人の姿勢を知ることができた。

さらに、陶芸家の大澤哲哉氏、芸術家のラファエル・ナバス氏の制作現場を訪問し、制作の苦労や「オリジナリティ」を構築するための過程についてお話を伺った。学生という立場であるものの、制作に携わるというという共通点を通してやりとりをする姿に引率教員として感慨深い思いを抱いた。

世界で唯一無二の多孔陶管を生産する杉江製陶株式会社での実習体験では、私たちのインフラを支える働きを持つやきものの重要性を「発見」することができた。実習の最後には、学生たちが企業認知のための提案を行った。実習後、学生たちが人を大切にするという企業理念や人とのつながりが次へのステップを導くという話に感銘を受けている姿が印象的であった。

行政の取り組みを知るため、小栗氏にとこなめ散歩道を案内していただき、常滑／常滑焼が抱える問題や課題について議論も行った。

そのほか、常滑焼の職人と購買者、地元の方々をつなぐ役割を担う café and space

写真２　ろくろづくりを学ぶ学生たち
（2022 年 10 月 19 日磯部撮影）

写真３　多孔陶管の強度実験
（2022 年 10 月 25 日磯部撮影）

TSUNEZUNE オーナーの河合忍氏にお話を伺い、地場産業／伝統工芸への関わり方について考える機会を得た。

山源陶苑は産地の衰退という問題を打破するためにさまざまな試みにチャレンジする企業であるが、そこではタタラ製法による作陶体験を行った。学生たちは、ものづくりの難しさや職人の技術力を実感するとともに、やきものに対する愛着や常滑焼文化を次世代へと残すことの意義を再認識したようである。

常滑での実習体験後、学生たちはやきものや常滑の概要、担当パートやコラムの執筆、表紙のデザインなどに取り組み、常滑実習の報告書を完成させた。執筆や編集作業に慣れていない学生たちにとって大きな挑戦であったが、全員で協力し一つのものを作り上げるという経験を経て、学生たちは大きな自信を得たようである。

ものづくりの現場で実習体験をする利点は、単に知識を増やすことにとどまらず、仕事としてものづくりに携わる方々のこだわりや気遣い、絶え間ない努力や人とのつながりを肌で感じ学習できることである。今回の実習を通して、学生たちは働くうえでの姿勢やものづくりに必要な考え方を会得したのではないだろうか。

写真４　後期報告書
（2023 年 3 月 14 日磯部撮影）

結果として、今回の常滑実習での３つの目標を達成することができたのは、実習体験にご協力くださった関係者の皆さまのおかげである。心より感謝申し上げたい。

【名古屋キャンパス　報告③】

担当教員	守屋孝典
ゼミ生数	15 名（前期 8 名、後期 7 名）
実習先名（製品）	有限会社 絞染色 久野染工場（有松絞り）
実習先住所	愛知県名古屋市緑区境松
実習期間	前期：2022 年 5 月 24 日～ 7 月 29 日 後期：2022 年 10 月 4 日～ 11 月 6 日

有松・鳴海絞りの歴史は古く、江戸時代の初め、徳川家康が江戸に幕府を開いてまもない慶長 13（1608）年に、絞り開祖竹田庄九郎ら 8 人が有松・鳴海絞りを完成させたといわれている。尾張藩が有松絞りを藩の特産品として保護し、竹田庄九郎を御用商人に取り立て、東海道で三河木綿を使った「蜘蛛絞り」と「手筋絞り」の手ぬぐいを売ったことが始まりである。こうして生まれた絞りは、1975 年に「有松・鳴海絞」の名称で国の伝統的工芸品に指定された。

本ゼミは、伝統的工芸品「有松・鳴海絞」の歴史や技術を学び、新たな絞り商品を提案することを実習の目標に、昨年に引き続いて絞染色・久野染工場が実習先となった。久野染工場は大正元年の創業から代々受け継がれてきた有松絞りの伝統技法を生かしながら、衣服だけでなくインテリア・雑貨などに対しても新たな表現技法を探究している。絞りの立体感を維持するための技術開発を進めてきた久野染工場が行きついたのが形状記憶加工である。今ではイッセイミヤケのコレクションにもこの技術が使われ、日本の伝統的工芸品である絞りを、木綿ではなくポリエステルでつくるという挑戦もイッセイミヤケと共同で進められている。

実習中は 5 代目久野浩彬専務が全工程に立ち会い、有松絞りの歴史、世界の絞り、久野染工場の歴史についてレクチャーをしてくださった。また絞りの基礎、染色、形状記憶加工についても指導いただいた。学生たちには、失敗の中からアイディアが生まれること、創意工夫することで新しい絞りが誕生する楽しさについて熱く語られたことが印象的だった。染工場での実習で、学生たちは初めて染色工程に触れ、巨大圧力釜を使った形状記憶加工を体験するためにサンプル制作も行った。学生たちは加工の技術を見て作業に没頭していた。この実習は、有松絞りの特徴である「ひとつの工程は一人の職人が担当する」という完全分業を実際に体験することのできる貴重な機会となった。

写真 1　竹田邸（竹田嘉兵衛商店）
（2022 年 6 月 1 日守屋撮影）

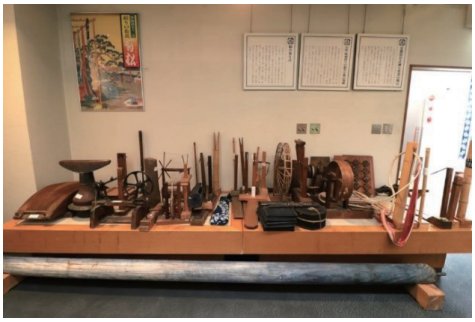

写真 2　有松会館で展示されている絞りの道具
（2022 年 6 月 1 日守屋撮影）

また染工場では、絞り・染色がいかに手間のかかる工程であるかを実際に知ることができたのも非常に有益な経験であった。学生たちの多くは、黒は黒染料、赤は赤染料で染めると考えていたが、化学染料の特徴、染めた色の出方には使用する大量の水や自然現象、化学反応による変化が影響していることを学ぶこともできた。実習期間中は、有松会館資料館で、絞りに使われた古くからの道具や、職人によるデモンストレーションを見学し、名古屋市指定文化財として現在も商店を継続している竹田邸(竹田嘉兵衛商店)を訪問した。

学生は新しい絞りの提案、新しい絞り用途を最終目標とし、実習作業に取り組んだ。前期は、消費者企画、絞り染め開発企画、廃棄再生企画という３テーマに分かれ、それぞれに立案して久野専務の助言を受け、最終プレゼンテーションへ向けて作業を進めた。

前期実習中には、新型コロナウイルスの影響でこれまで中止が続いた「有松絞りまつり：ARIMATSU BLUE 日本遺産に会いにきて」が２年ぶりに開催された（６月４日～５日）。本ゼミは有松絞りまつり実行委員会と協力し、来場者案内、絞り体験のサポートなどイベントのお手伝いをする機会を得た。2022 年夏には愛知県内の複数エリアで開催される国際芸術祭「あいち 2022」があり、有松エリアは現代美術領域からも注目される地域となっていた。こうしたタイミングで多世代による多様なものつくりを体験することができたのは学生にとって貴重な時間となった。

実習過程で最終目標としていたのは、有松絞り企画のプレゼンテーションである。学生たちは久野染工場から提示されたテーマ（前期は SDGs を意識したテーマ、後期は Z 世代に向けた新たな絞り）に取り組んだ。

後期実習中には有松地域デザイン委員会主催の「晩秋の有松を楽しむ会」（11 月５日～６日）が開催され、学生たちはこれに参加し、来場者誘導、オブジェの飾り付け、商品販売など、 前期・後期ともに学生たちが有松地域のイベントに参加できたことにより、地域とのコミュニケーションという学びも加わった実習となった。有松での実習を通して学生たちは、アイディアの具現化には技術についての深い理解が必要であることを学んだ。卒業制作にも有松絞りを使用したいという声もあり、今後はさらに地域産業に興味をもち学んでほしい。

写真３　有松会館でのデモンストレーション見学
（2022 年 10 月 12 日守屋撮影）

写真 4, 5　久野染工場内での実習作業風景
（2022 年 10 月５日守屋撮影）

写真６　最終プレゼンテーションの様子
（2022 年 11 月２日守屋撮影）