地域創生課題セミナーI

実 施 大 学：京都工芸繊維大学
指導責任者：桑原教彰
取組の期間：令和6年10月2日～令和7年1月29日

歴史的織物資料の活用方法と織センの新たな情報発信

1班：琴本　岩本　藤岡 ／ 連携企業：京都府織物・機械金属振興センター

テーマ

① **概要** 織センにある織物資料を織物産業の振興に活用する方法を検討し、広報コンテンツを作成する
要望 ノスタルジーな織物資料から、将来開発するべき織物の情報を抽出し、産業を振興したい

② **概要** 公設試験研究機関の役割や情報発信の現状や課題を踏まえ、織センの強みや地域の役割、新たな情報発信について提案する
要望 より多くの方に織センを認知・利用してもらい、将来的な人材不足の改善、地域産業の活性化につなげる

テーマ①現状把握

- **丹後ちりめん（織物産業）の現状**
  - 丹後地域は全国の和装生地の約7割を製造している和装絹織物の産地
  - 昭和48年の白生地生産量は史上最高の920万反
  - 近年の丹後ちりめんの生産量は令和5年が14.7万反、令和6年は13.2万反と大幅に減少している。

▶▶▶ 織物産業の縮小が進んでいるため、新しい活用方法を考える必要がある。

- **織センには次のような資料が保管されている**
  - 明治38年以降の織物設計簿・研究開発結果
  - 購入した海外の服地見本帳
  - 購入した大正末期から昭和初期の織物見本帳
  - 京都染織文化協会から寄贈された服地サンプル etc.
- **デジタルアーカイブ化に向けて専門家と相談中**
- **現在、活用はされていない**

▶▶▶ 各資料には多数のデザインが載っているので、デザインを活かして産業振興につながる提案を行いたい。

テーマ②現状把握

- **京丹後市（人材不足）の現状**
  65歳未満人口は年々減少し、高齢化率は増加している。
  ▶▶▶ 将来的な少子高齢化及び人材不足が考えられる
- **織センの知名度**
  - ホームページや各種SNS運用
  - 所内見学や出前授業、職場体験
  - 地域の織物企業への知名度は高い

▶▶▶ 将来的に丹後地域の織物産業に就職してくれそうな学生

現状把握まとめ
- 生産量は減少傾向
- 少子高齢化の進行、将来的な人材不足
- 織センの織物資料は多数のデザインやその製造方法が残っている
- 地域の企業や学校への知名度は高め

▶ 織物資料を活用し、織物産業の振興につなげる就職の可能性の高い学生にアプローチし将来的な人材不足を改善

提案①

デザインの紹介・相談用のホームページの作成

- **目的** 織センで保管されている未活用の資料を、織物産業全体の振興につなげる
- **ターゲット** 世界中のデザイナーやブランド会社
- **効果**
  - そのサイトを通して新しい人に織センを知ってもらえる
  - 資料を利用したい人とつながる窓口
  - 貴重な情報が失われるのを防ぐ
  - 着物のデザインに興味を持ってくれる人が増える

提案②

織物資料のデザインを活用したファッションショー、デジタルファッションショーの展示

- **目的**
  - 織物資料を用いたイベントでアプローチを行い人材不足の改善につなげる。
  - 丹後ちりめんや和服デザインの新たな活用方法を模索する。
- **ターゲット**
  - 服飾系の学生
  - デザインに興味のある小中高生
  - 服飾系の学生に選択肢の一つとして意識してもらえる
  - →人材不足の改善につながる
- **効果**
  提案①のデザイン相談窓口用のデザインに強い人材
  →丹後地域内でのデザインの交流につながる
  小中高生でも参加できる展示
  →擬似的なファッションショー体験を通して将来の人材育成につなげる

ファッションショー	展示コーナー	トークセッション	体験コーナー
服飾系の学生がデザインした丹後ちりめん作品の発表 →提案①のホームページにアップ	IT技術を用いて自由なデザインで着せ替えをしたものを展示する →提案①のホームページにアップ	丹後ちりめんの職人・デザイナー・学生など関係者によるトーク	丹後ちりめんの布作り体験、着付け体験

今後の方針

ホームページ
- 資料の読み取り方法の模索
- 検索で調べられるようにデザインの言語化

ファッションショー
- 服飾系の学校と連携
- ホームページの広報に活用
- 展示用に小中学校や高校と連携

紐蝶番で繋ぐ北部周遊旅行の提案

2班：磯野　脇坂 ／ 連携企業：アリアソシエイツ

テーマ

木工家具製作の技術を用いたインバウンド対応の体験型商品の開発

現状把握

木工家具製作技術について
紐蝶番とは　表裏のどちらにも折りたたみ可能な蝶つがい。 ▶▶▶ 折り畳める機構がスーベニアに使えそう!

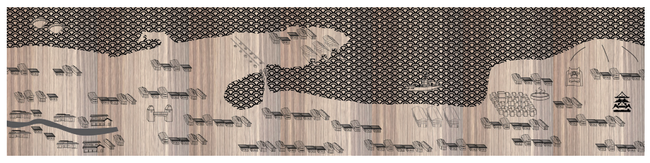
インバウンドへの対応
長期休暇のヨーロッパ人に向けて

▶▶▶ 近年、伊根町の舟屋や宮津市の天橋立、舞鶴の赤レンガ倉庫といった京都北部全体の観光資源が海外の方から注目を集めている。
特にヨーロッパからの観光客はバカンスを利用している例が多く、目的のない長期休暇を楽しんでいることがわかった。

体験型商品に求められること
北部全体のインバウンドに対応する
- STAY 長く滞在してもらう
- CULTURE 伝統文化を伝える
- DISCOVER 新たな発見をする

提案

紐蝶番技術の利用
北部周遊図屏風
紐蝶番で板を繋ぎ合わせて屏風を作成。
地域を周りながら屏風に焼印を押してもらい、絵柄を完成させる体験を提供する



生産プロセス
1.京都北部の間伐材や端材等を収集 ▶ 2.アリアソシエイツの工場で板に加工 ▶ 3.紐蝶番の技術を用いて屏風にする ▶ 4.各市町の観光案内所や役所に設置

提案詳細

全体の流れ

1. 駅で屏風を受け取る ▶
   各地の観光案内所に設置(全9箇所)
   ・綾部 ・東舞鶴 ・西舞鶴 ・久美浜
   ・宮津 ・天橋立 ・福知山 ・与謝野 ・伊根
   各市町の役所にも設置する
2. QRコードを読みとり、対象店舗を探す ▶
   屏風裏面に印刷されたQRコードを読み取ると、焼印スポットが示された地図が表示される。アイコンをタップすると店舗の詳細を見ることができる。

3. 店舗で焼印をもらう ▶
   表に各市町村の一つの絵柄が焼印される7つの市町村を回ることで屏風が完成する
   店舗ごとの焼印も用意し、裏面に押す
   店舗が市町村の中で被った場合、店舗ごとの焼印のみが追加される
4. 店舗を回り、屏風を完成させる
   表に各市町村の一つの絵柄が焼印される7つの市町村を回ることで屏風が完成する
   店舗ごとの焼印も用意し、裏面に押す店舗が市町村の中で被った場合、店舗ごとの焼印のみが追加される

得られる効果

北部周遊図屏風がもたらす効果

- STAY：北部各地域を周るには数日かかる。滞在期間が長くなり、北部での宿泊や移動で外貨を稼ぐことができる。
- CULTURE：周遊を通して、北部の人や文化に触れてもらえる。
- DISCOVER：自分では見つけられない場所に足を運んでもらえるので、北部の店舗の活性化につながる。

▶▶▶ 北部全体のインバウンドに対応できる

今後の展望

屏風設置箇所の拡大	バイラルマーケティングの活用	移動手段の改善	外国人に対するPR方法
屏風設置に協力的な店舗を増やし、北部全体に展開することで根底から北部の活性化を図る	ヨーロッパで主流のSNSであるtripr等で観光客の相互情報交換によるPR効果を狙う	公共交通機関では行きづらいが、魅力的なスポットが多く存在する タクシー会社等に協力してもらい、移動手段を確保する	京都北部を通る各特急で英語の案内を掲示、放送してもらう

新食堂棟を用いた会社・利用者 両方のメリットの創造

3班：占部　岩崎　木本 ／ 連携企業：日東薬品工業株式会社

課題

日東薬品　新食堂棟とは?
日東薬品の社員の方々がリラックスできる場所、コミュニケーションをとる場所として建てられた食堂棟。
1階は社員の食堂、2階は休憩室として使用される。

課題　スタバ風新食堂棟の活用 ～地域活性化と企業知名度アップのプラットフォームづくり～

知名度アップ / 有効活用 ＼ **日東薬品 ⬅双方のメリット➡ 利用者** ／ 楽しい体験 / 心地良い環境

現状

- **立　地**
  - 車がないと行きづらい
  - 周辺は民家、田んぼなどが多く
  - わざわざ来る場所ではない
- **利用状況**
  - 1階は職員の昼食時のみ利用
  - 2階は主に昼休憩の時間に利用
- **近隣施設**
  徒歩圏内に西八田小学校
  児童数80人ほど
- **市・自治体の取り組み**
  様々なイベントがあるが、場所代がかかったり、環境設備が悪かったり
- **授　業**
  中学生向けにオンラインで授業を開講予定

提案

【ターゲット】西八田小学校の小学生

01 来てもらう　子ども食堂

【概要】小学生が夜ごはんを食べる場を提供
食事の前後は遊んだり、宿題をしたりできるように
2階の休憩室をより快適なスペースへ改良

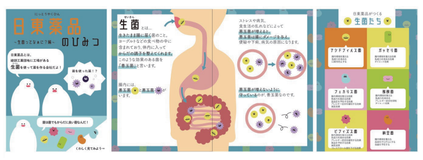
【現状】NPO法人が行っている子ども食堂「心音」、栗文化センター、綾部市民ホールで開催されており、どちらも場所代を払っている。参加人数は約30人

【効果】
- 子ども、親ともに新食堂棟のことを認知してもらえる
- 親しみやすさアップ
- 小学校とのつながりができる
- 子ども食堂の場所を提供することで社会貢献になり、企業のイメージアップにつながる

02 知ってもらう　授業

【概要】新食堂棟にて授業を行う
内容は日東薬品に関することを簡単に伝える
実験なども交えて実践的で楽しい授業に

【現状】中学生にオンラインで授業を開講予定
綾部市で働くことの魅力を知ってもらうために、企業紹介や仕事に対する熱意などを伝える内容



【授業内容】
日東薬品の事業について興味をもってもらうため、生菌の役割・種類について、薬の製造過程について、菌の研究・培養についてなど簡単な資料を用いて説明

【実験】授業内容に関連させて実験を行う。
（例）「ペッタンチェック」

【目的】	【準備物】	【効果】	【展開】
・菌が成長するための条件を理解する ・菌の培養とはどういうものか体験する	・シャーレ、粉寒天、コンソメ、水、鍋、木べら、綿棒（滅菌済または未開封のもの）	・日東薬品の事業や製品に興味を持ってもらえる ・子どもから親に伝わることで、親世代にも日東薬品の事業や製品について知ってもらえる ・化学や実験の楽しさを教えられる	・子ども食堂と連携し、昼食に発酵食品を食べ、それに含まれる菌の観察ができればより興味を持つと考える。 ・夏休みなどの長期休暇で、自由研究のテーマとして使用できるより専門的な実験イベントも想定できる。

展開

小学生、中高生、親世代、高齢者の利用
1. 新食堂棟を予約制で誰でも利用可能に

想定されるイベント
- 歩こう会の休憩ポイント
- ママ友の交流会お母さん
- ミニシアターのイベント
- 部活動の発表会

ターゲット
- 歩こう会参加者の全年代
- 高齢者
- 中高生

就職、商品売り上げアップ
2. さらに事業、商品について知ってもらえる取り組みを
- 健康食品や美容製品の販促イベント
- 工場見学

地域防災の担い手である消防団の活動支援

4班：大江　川野　吉田 ／ 連携企業：綾部市消防本部

テーマI　〈消防団〉

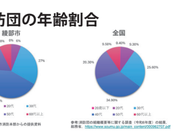
消防団の団員を増やすための取り組みを考案

消防団について

現状

	綾部市	全国
消防団員数	715人	746, 681人
条例定数	960人	873, 830人
充足率	74. 4%	85. 4%
報酬	年額　36, 500円 出動報酬　8, 000円/日	年額　36, 500円 出動報酬　8, 000円/日

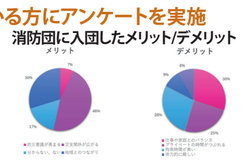
消防団の年齢割合



綾部市の消防団に所属している方にアンケートを実施

消防団に入団した理由

消防団に入団したメリット/デメリット



アンケートから読み取る課題1
- ●消防団のイメージ向上が必要
  →消防団に入団する理由は勧誘や強制が多い
  →入りやすい、自分から入りたくなるような魅力を伝える
- ●消防団の周知不足
  →消防団の活動内容はあまり知られていない
  →消防士との差別化

アンケート結果から読み取る課題2
- ●活動のデメリットと感じる点
  →訓練の時間的負担
  →訓練の身体的負担
  ➡ 負担を減らす必要があるのでは?
- 報酬 ≠ 消防団に所属するメリット ➡ 報酬が消防団の魅力とはなっていない

提案1 活動内容の分業化

部門分けと持ち回りの例 ▶ 救助・救出部門 ⟷ 火災部門 ⟷ 警戒・広報 初期消火部門（一定期間）

活動内容の分業化
- ●任期制にする
  →辞めにくいというイメージでそもそも入るハードルが高いというのを低くする
- ●人間関係をメリットとしてあげている人が非常に多い
  →自分に合う環境かどうか部門分けによって見つけやすくなる＆続けてもらえるようにしていく

分業化の案に対する意見と対策（アンケートより）
持ち回りにすると技術の継承・向上の難しさがある
- →きちんとしたマニュアル作成をする
- →訓練を効率的に分かりやすく行えるようにする部門分けして訓練内容を絞る
- →訓練時間を短くしても動ける場面を確実にしていく

提案2 消防団員への待遇改善

報酬 ≠ 消防団に所属するメリット → 報酬が消防団の魅力とはなっていない → 報酬を上げるべきでは?
- ●改善したうえで周知・勧誘活動を行うと消防団に入りやすくなる
- ●辞めたいと思う気持ちも減らしていける

提案3 消防団活動の周知ポスター

ポスターイメージ例

- ●消防団の活動内容があまり知られていないという現状
  今の募集ポスターは写真と消防団員募集という情報のみで消防団がどんな活動をしているのかわかりにくい

展望
- ●地域全体を巻き込むことで必要な消防団員数を充足する
- ●綾部市内外で働く人（サラリーマン）が多数を占める中で消防団に入団してもらうために負担軽減は必須
- ●人口が減少する中でも地域ぐるみで防災力を高めることで小規模でも安定した災害対応力を確保する

テーマII　〈防火教室〉

子供が消防について学べる
ちびっ子防災教室の提案

親子防火教室

消防の活動について知り、消防について正しく楽しく学ぶ

現状と要望を踏まえて考えたこと
- ●防火教室の対象者は子供だけじゃない → 大人も巻き込んで消防について学ぶべき
- ●従来のものとは違う新しい防火教室を考える必要がある

ターゲット ▶ 親子

目的
- ●親世代と子供世代に参加してもらうことで、地域の人の防火意識を底上げする
- ●親子で消防について話すきっかけにする
- ●子供に消防の魅力を感じてもらい、消防に興味をもってもらう

1.アヤレンジャーショー
- ●消防のヒーロー、アヤレンジャーによる消防ヒーローショー
- ●ショーのあとにアヤレンジャーによる 消防クイズ＆解説を行う

なぜアヤレンジャー?
消防士・消防団そのものが憧れの存在となると良いと考えた
→地域の安全を守る人たちだから、その仕事が魅力的に映るような仕掛けがあると消防に興味をもってもらえるのでは?
↓
憧れの存在＝消防のヒーロー、アヤレンジャーを提案
- 消防ショー
- 消防クイズ ※3択クイズとして出題

2.模擬訓練
子供サイズの消防服を着て、訓練を親子で一緒に体験する
→実際に体験してみることで消防を身近に感じてもらう

期待される効果
- ●親子で訓練を体験することで家での振り返りや、防火意識の向上につながる
- ●親世代に消防団加入に興味を持ってもらう
- ●親と一緒に参加することで、子供も学校とは違う意識で参加するのでは?
- ●災害時の行動を家以外の場所で、家族で話し合う機会を提供できる

展望
- ●「親子」防火教室として提案したが、消防クイズをはじめとして小学校などの学校での防火教室に転用できるものもある
- ●親子で主体的に消防について学べる防火教室を行うことでより消防について理解しやすくなるのではないか

まとめ

- ●負担軽減・報酬増額・魅力発信により消防団のイメージを向上し地域の人全体で消防団に関わってもらう
- ●防火知識を高めることで火災の発生を減らす
- ●災害に強い人材づくり・街づくりを目指す