

地場産品の販路開拓における新たな取り組み ～木製食器の事業開発を目的とした「出前教室」の検証*～

八重樫 幾世子**、小林 正信**、阿部 博**

木製保育食器の首都圏展開を目指す大野木工生産グループへの支援において、幼児期を対象とした「出前教室」事業を提案した。「木の実が器になる」一連のプログラムは、身近な樹木やものづくりへの関心を引き出すことが確認された。また、保育士や保護者に対しても、木製食器への理解から購買意欲に繋がることを確認された。

キーワード：木製食器、販売促進、デザイン、教育

New Trial of Expanding the Market for Local Products — Verification of "The Delivery Classroom" for New Business of the Wooden Tableware. —

YAEGASHI Kiyoko, ABE Hiroshi, KOBAYASHI Masanobu

In the case of supporting for “Ohno Wooden Craftsman Group” aims to make their way into Tokyo market, “The Delivery Classroom” for children was proposed. The effect that the program of “The nut becomes the wooden tableware” leads the concerns for the familiar trees and making goods was found. And, the effect that the program leads the concerns and purchase for the wooden tableware and to the nursery and kindergarten teachers and parents was found.

Key words : wooden dishes, sales promotion, design, education

1 緒言

岩手県工業技術センターでは、当所が開発に関与した製品や技術の市場化を支援する「市場化促進事業（H18～）」を実施している。平成20年度には大野木工の木製保育食器¹⁾を支援対象の一つに選定し、地場産品における新たな取り組みとして、以下の2つを実施した。

- ① 新規顧客開拓における販売戦略の検討
- ② 事業開発を目的とした「出前教室」の検証

本報告では②について報告する。

大野木工生産グループ（以下、「生産グループ」という。）では平成19年度より保育食器導入施設の見学と意見交換に取り組んできた。その結果、木製保育食器の教育的効果²⁾が評価された。そこで、センターは生産グループに「大野木工の給食器」をものづくり教育ツールと位置づけた出前教室事業を提案した。さらに、教育研究を専門とする東京学芸大学子ども未来プロジェクトモノづくり部会（以下、「東京学芸大学」という。）の協力も得られ、出前教室に必要なプログラム構築と実践を進めることとなった。

プログラム構築の基礎としたのは、生産グループで過去に実施した制作実演³⁾である。内容は木工ロクロによる器の制作実演と器の素材にまつわる展示であった。こ

の結果を元に生産グループが対応できる実演内容を精査し、幼稚園、保育園等の園児に適した出前教室プログラムを構築した。

本報告では、構築した出前教室の首都圏での実践状況から教育ツールや事業化の可能性を検証した。



図1「大野木工の給食器」手前から、保育汁椀・保育飯椀(左)・保育大皿(右)・保育小皿・はと小鉢

2 研究方法

2-1 出前教室のプログラム内容

出前教室のプログラム（表1）は、保育園や幼稚園に出向き制作実演を行う内容を体系化したものである。出前教室の骨格となる基本プログラム（必須）と選択プログラムおよび展示物から構成される。選択プログラムは

* 市場化促進事業

** 企画デザイン部

実演時間や園児の年齢、給食器の導入状況などの現状に応じて各園で自由に選択できる。

展示物は園児の興味を喚起し、理解を深めるために重要である。今回は、大野木工で使われている数種類の樹種の器を木の実や苗木と併せて展示した。また、器の作り方を理解してもらうため、木取りの丸太模型や木地見本を工程順に陳列した。

表1 出前教室プログラム⁴⁾

タイトル	『どんぐりから器になるまで』	
目的	ものづくりを素材、作り手、地域などの背景から深く理解してもらう。	
基本プログラム	1	給食器と職人の紹介
	2	樹木の成長の話（展示物の紹介）
	3	木が器になる話（職人の製作実演）
選択プログラム	4	樹木の成長（紙芝居）
	5	園庭の木の紹介（樹種や年齢など）
	6	保育士の木工ロクロ体験
	7	器の職人マーク紹介（器導入済の園）
	8	給食器の試用（器未導入の園）
展示物（図2）	a	木の実・苗木・木の器（約8樹種）
	b	実物丸太模型（木取りの説明）
	c	工程見本（粗彫り・中彫り等）
実施者	職人2名程度	
実演時間	プログラム実演（約20分） 展示物自由見学（実演前後に各15分程度）	

2-2 出前教室の実践

表2に示すように、首都圏の保育園と幼稚園、計3箇所で行った。プログラム内容や実演時間、対象園児等は、各園と協議し決定した。

実施場所は各園とも園庭で、ロクロは安全対策を考慮しネットを張ったテント内に設置し、展示物はその付近に展示することになった。実演に必要なロクロや展示物は、大野村より輸送し、出前教室前日に設置して動作確認を行った。前日さらに可能な場合は、職人との相互の親近感を醸成するため、園児と昼食を一緒に取った。

出前教室終了後は、搬出の準備を進めながら、保育士との意見交換の場を設けた。また、子どもたちのその後

表2 実践した出前教室プログラム

	第1回	第2回	第3回
場所	こぶし保育園 ／東京都小平市	東京学芸大学付属幼稚園 ／東京都小金井市	鳩の森愛の歌保育園 ／神奈川県横浜市
日時	平成20年11月6日(木) 10:00-11:30	平成20年11月7日(金) 10:00-13:00	平成21年1月16日(金) 10:00-11:00
対象園児と実演回数	2~5歳児 約80名 保護者数名 3回 年齢別(2~3、4、5歳)	5歳児 約60名とその保護者 4回 15人/回	4、5歳児 約100人 2回 年齢別50人/回
プログラム	1 2 3 4 6	1 2 3 8 幼稚園の提案で、展示物は出前教室の2週間前から設置。	(1) 2 3 5 7 冬季のため苗木は一部省略。
園の状況	20年以上大野の給食器を使用。生産グループの関わりは少ない。	幼稚園で育てた野菜を食べる、親子参加型祭事「収穫祭」の一環で実施。	大野木工立上げから使用。保育士らによる大野視察経験有り。
器導入状況	導入済	未導入	導入済

の様子や保育士・保護者の感想を、後日訪問や電話、アンケート等で確認した。

2-3 評価方法

2-3-1 教育ツールとしての有効性の検証

参加者にとってどのような効果があったか、園児、保育士、保護者の当日の様子や感想より考察した。

2-3-2 事業化に期待できる効果

実施者である生産グループにとって、出前教室を事業化することで得られる効果について、実践結果と生産グループの感想より考察した。

3 実践結果

3-1 こぶし保育園

プログラム全体の進行は全て実施者が行った。当保育園は出前教室以前には関係がなかったが、前日の搬入の際に昼食を一緒に取っていたことで、園児たちは職人をあだ名で呼ぶほど、親しみをもって集中して見学していた。保育士や居合わせた保護者は、園児たちと一緒に見学し、職人の技に一喜一憂しながら全体を盛り上げていた。こぶし保育園では、長年器を使っていたものの作り手と出会うのは今回が初めてで、実演の前後では互いに意見を交わし理解を深めていた。実践した出前教室の様子を、図2に示す。



図2 紙芝居の上演(左上) 製作途中の器の手触りを体験(右上) 展示コーナー(下)

3-2 学芸大学附属幼稚園

前日に園児たちと交流する時間は取れなかったが、展示を事前に行っていたため、当日は「職人さん」の来園を心待ちにしていた様子だった。また、出前教室で新しく増えた展示物への関心も高く、先生方の工夫でスムーズに出前教室を実践できた。プログラムの進行は幼稚園の先生が行い、製作実演や詳しい説明は職人が担当した。器を導入していない幼稚園だったこともあり、製作実演は園児も保護者も珍しそうに比較的静かに見ている。しかし、その後の器の使用を兼ねた昼食では、樹種の違いも楽しみながら食べていた。実践した出前教室の様子を、図3に示す。



図3 園オリジナル展示(左上) 当日の職人紹介(右上)
昼食時の器の試用(下)

3-3 鳩の森愛の歌保育園

プログラムの進行は実施者で行ったが、園長先生も飛び入りで、「出来たての器でごはんを食べる」実演や「給食器以外の園にある大野木工の器の紹介」をした。園長先生が「大野木工の給食器は、保育園の財産」と言うほど、子どもたちも器に愛着があるようで、プログラム中は驚きの声や質問が飛び交っていた。冬で葉が少なく樹木の印象がどうしても薄くなってしまったが、子どもたちも保育士も、普段大切に使っている器の作り手と会えたこと、その製作現場を見られたことが嬉しい様子だった。実践した出前教室の様子を、図4に示す。



図4 製作実演(左上) 園長先生の「食べる」実演(右上)
製作途中で木屑をまわす(左下) 記念撮影(右下)

3-4 参加者及び実施者の感想

3回の実践を経て得られた、園児たちの様子(保育士・保護者の感想より)、保育士・保護者・生産グループの感想は表3のとおりである。

表3 出前教室 園児の様子参加者及び実施者の感想

園児	<ul style="list-style-type: none"> ・木の実や苗木、器以外にも、年輪、木屑、道具など、子どもたちの興味は様々だった ・樹種によりお椀の色が違うことに驚き、色の違いを楽しんでいた ・材木屋で樹種に興味を持っていた ・普段使っている食器が何でできているか気にするようになった ・子どもたちは、身近な素材を発見する喜びを得ていた ・園庭の木に興味を持つようになった ・職人ごっこをしている ・毎日給食で裏のマークを見ている
保育士	<ul style="list-style-type: none"> ・実演を見るのは初めて 職人がロクロで作っているとは知らなかった ・修理のこと、木のことを職人に直接聞けるのは嬉しい ・日本の食文化をどのように子どもたちに伝えるかを考えるきっかけになった ・出前教室をきっかけに、器導入当時の保育士・栄養士と交流できた ・木工食器が父兄の間にも再認識され、園の評価にも繋がった ・新聞記事などの影響で、栄養士の間でも園の自慢ができた
保護者	<ul style="list-style-type: none"> ・親の方が楽しんでしまった ・木をねかせることを知り、勉強になった ・森林の大切さを改めて感じた ・修理が出来ることを知らなかった ・他の製品も知りたい ・器を購入したくなった ・手間の多さに値段を納得したが、すぐに購入するのは難しい
生産グループ	<ul style="list-style-type: none"> ・現場で直に伝えられるのは嬉しい ・器の感想や現在の保育関係の情報は、製品作りの参考になる ・各園の器の使用状況がわかる ・作り手のことが、使い手に思った以上に伝わっていないことがわかった ・今回は大学のサポートがあったが、今後全てを自分たちで行うのは難しい、実施先のサポートがあった方がやりやすい ・出前教室をきっかけに、注文が入った ・出前教室のために止めた分の生産量を取り戻すのが大変

4 考察

4-1 教育ツールとしての有効性

器利用の有無やプログラム内容により、園によって関心を得た内容に違いが出たが、出前教室の教育的効果として次のことが確認できた。

- ・ 身近な樹木への関心の向上
- ・ 物の素材への興味

- ・ ものをつくること、つくる人(職人)への興味
- ・ 普段使っている木製食器への愛着心の向上

特に首都圏では、木工食器の製作や樹木の成長過程を、容易に見ることができない。園児のみならず保育士や保護者にとっても、職人が自ら出向いて製作実演をする「出張教室」は好評だった。また、出前教室前後の職人との交流の場が、木製食器の理解にも繋がっていた。

4-2 事業化に期待できる効果

出前教室は、他の製品や事業を周知する機会にもなった。こぶし保育園では、現在の保育椀よりひとまわり小さな乳児用のお椀を、新規に50個あつらえることになった。出前教室用のロクロでその場で試作できたのが、発注の決め手となったようである(図6)。園オリジナルのお椀として「こぶし椀」と命名された。



図6 左の茶碗をモデルにサイズを検討した「こぶし椀」の試作

保護者からも購入希望があった。出前教室では販売はしなかったため、後日発注してもらうことになった。当日に商品カタログ等あれば、より発注があったと考えられる。また、修理についても職人に直接聞ける安心感から、導入済みの2つの保育園からその場で発注があった。

また、出前教室をきっかけとして「木製食器に期待できる教育効果」を、保育園・保護者・生産グループ共に再認識することができた。このことは、各園の食器への取り組みの評価のみならず、作り手の職人だけでは認知・提案することのできない木製食器の付加価値である。

以上のことから、出前教室を事業化することで次の効果が期待できると考えられる。

- ・ 他の製品や事業の周知による販売促進効果
- ・ 保育関係者の口コミによる販売促進効果
- ・ 各園の「木製食器による教育」の再評価による教育ツールとしての「大野木工の給食器」の確立

4-3 事業化の実現に向けて

大野木工の給食器は、全国130箇所の施設に導入されているが、定期的に修理等の連絡があるのはほんの一部である。保育士や栄養士の交代により、園内で導入元が伝わっていない施設も多い。当初出前教室の事業化の目的は、他の木製食器にはない付加価値をつくり新規顧客を獲得することだったが、本研究で得られた結果から考

察すると、従来の導入先を対象とした方がその有効性を発揮できる。一方で出張教室の実施には、開催経費以上に負担がかかることもわかった。現在、生産者が自らで準備・実施を行っているため、その間の生産を止めるコストも考えなければならない。現在生産グループでは、職人の負担を減らすために、職人以外の人材を増やすことにも取り組み始めている。

出前教室は、3つの実践先からの評価は高く、他の園からも早速依頼があった。事業化は有効であると判断するが、従来の事業との相乗的な効果とコストを考慮したうえで、

・ 「出前教室」の価格設定
 ・ 食器導入の有無による価格設定の違い
 を検討する必要がある。そして、より効果的に実施するために、

- ① 出前教室事業のPR資料
- ② 出前教室セットの簡略化
- ③ 生産グループの従来の製品及び事業のPR資料
- ④ 「大野木工の給食器」のネットワークづくりの準備が必要である。

5. 結語

県内には、生産グループのように一般消費者を対象とした手仕事の製造者が多いが、「手仕事＝高価な工芸品」という印象が先立ち、使い手に製品の特性が十分に届いていないことが多い。製造者自身も、それらの特性を十分に発信できているとは限らない。本研究では、既存の製品や技術でも、「伝え方」を工夫することで新たな事業となり得ることがわかった。使い手にとって何が価値となるのか、地場産品を伝えていくうえで、作り手も支援者も今一度現場の声を捉えることが重要である。

謝辞

本研究にご助力いただいた、木工生産グループ・国立大学法人東京学芸大学こども未来プロジェクト・同大学鉄矢悦朗研究室、ならびに、こぶし保育園(東京都小平市)・東京学芸大学附属幼稚園(東京都小金井市)、鳩の森愛の歌・あすなろ保育園(神奈川県横浜市)の皆様に、謹んでお礼申し上げます。

注

- 1) 阿部 博、八重樫 幾世子、小林 正信
 : 岩手県工業技術センター研究報告、●(2009)
- 2) クレヨンハウス: 月刊クーヨ、2008-3、P6-11 (2008)
- 3) 平成20年2月26日(木)洋野町大野保育園、
 平成20年10月19日(日)盛岡市わかば保育園
- 4) 出前教室プログラムの実践は、職人への見本として、
 職人の一人を東京学芸大学の研究員が演じた。