



京扇子 需要喚起プロジェクト

かはほり  あふぎ

Kawahori-Ohgi DESIGN Prof. LUIGI COLANI

2015. 6. 11

非営利活動組織 NOD

平安時代の日本人が発明した扇子が、国内で生産されなくなる危機が迫っています。

私たちは京扇子業界に一石を投じ、一丸となってこの危機に臨んで頂きたい一心で、1200年に及ぶ扇子の長い歴史の中で初めての試みに挑戦しました。

扇子の突然変異種「かはほりあふぎ」がニュースとなって多くの耳目を集め、沢山の共鳴者が日本の美意識にも関わる大きな課題に取り組んでいただけることを心より願っています。

本プロジェクトの目的

◎京扇子の話題づくり

- ①国産扇子の需要喚起と扇子関連産業の維持
- ②扇子用竹林の健全化
- ③扇子産業のビジネスモデル再考
- ④高付加価値扇子の開発・上市と話題づくり
- ⑤日本の扇子職人の需要喚起
- ⑥若い世代への国産扇子技術の継承
- ⑦扇子の空力学的考察による価値の再発見

本プロジェクトのビジョン

国産扇子の危機（後述）

島根・滋賀



国産扇子用竹林の維持

竹の品質向上
人手介入と生態系回復

高知



扇子用和紙の維持

特殊和紙の需要喚起

京扇子の話題づくり



京都



ビジネスモデルの変革

顧客管理型経営
壊れたら仕立て直す
単価向上/品質維持

新しい扇子産業の模索

国内共生体の構築
若い世代への技術継承
職人入門喚起

生産現場に見る国産扇子の危機

京扇子生産本数

2000年 1100万本

2014年 200万本

- ①日本の職人の高齢化および減少
- ②需要低下に伴う上質な竹素材の減少
- ③扇骨・和紙など部材供給元の経営不安定化
- ④商品の低価格化と海外生産の常態化
- ⑤開発予算の逡減
- ⑥若い世代に技術が継承されない

生活者に見る国産扇子の危機

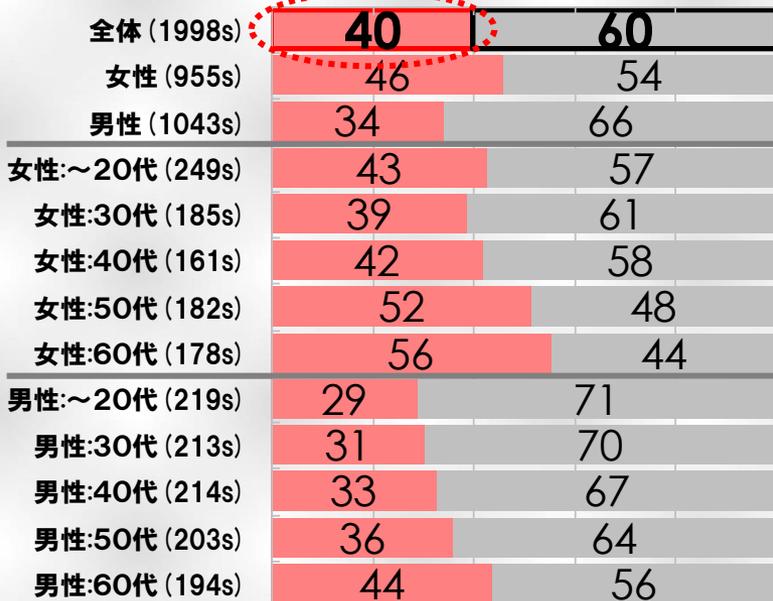
調査時期：2014年1月

使用率

Q. 昨年（2013年）、暑い時期を中心に涼をとるための扇子を使いましたか。

■ 使った ■ 使っていない

0% 20% 40% 60% 80% 100%



購入率、購入本数、購入価格

Q. 昨年、涼をとるために使った扇子を、どのようにして手に入れましたか。

Q. 昨年、涼をとるために購入した扇子は、全部で何本ですか。

Q. 購入価格

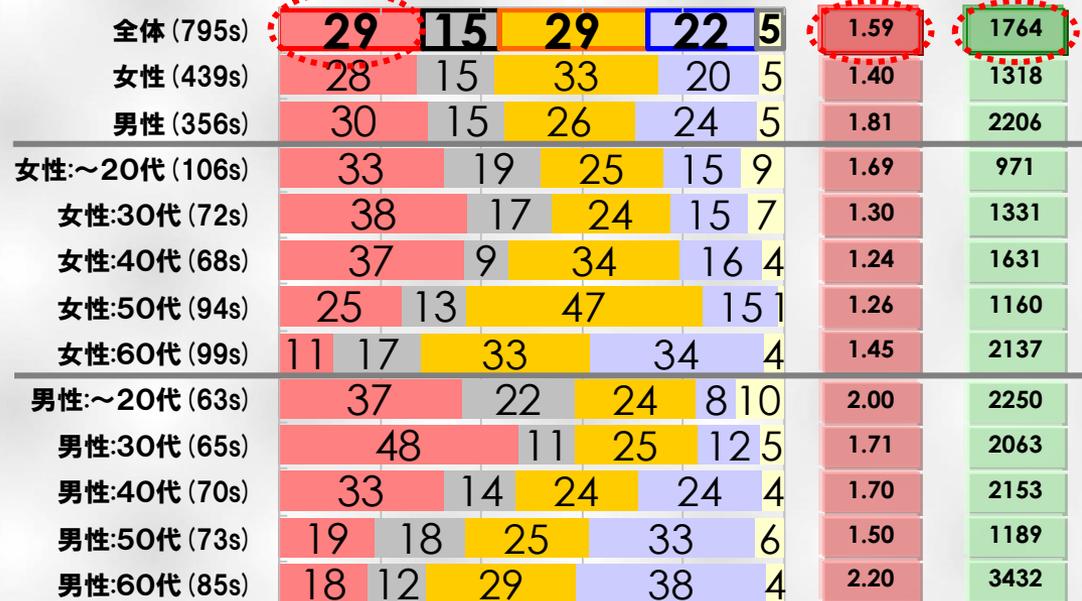
■ 自分で購入した (昨年) ■ 人からもらった (昨年)

■ 自分で購入した (昨年より前) ■ 人からもらった (昨年より前)

■ 覚えていない・わからない

0% 20% 40% 60% 80% 100%

2013年度 2013年度
平均購入本数 平均購入価格
(本) (円)



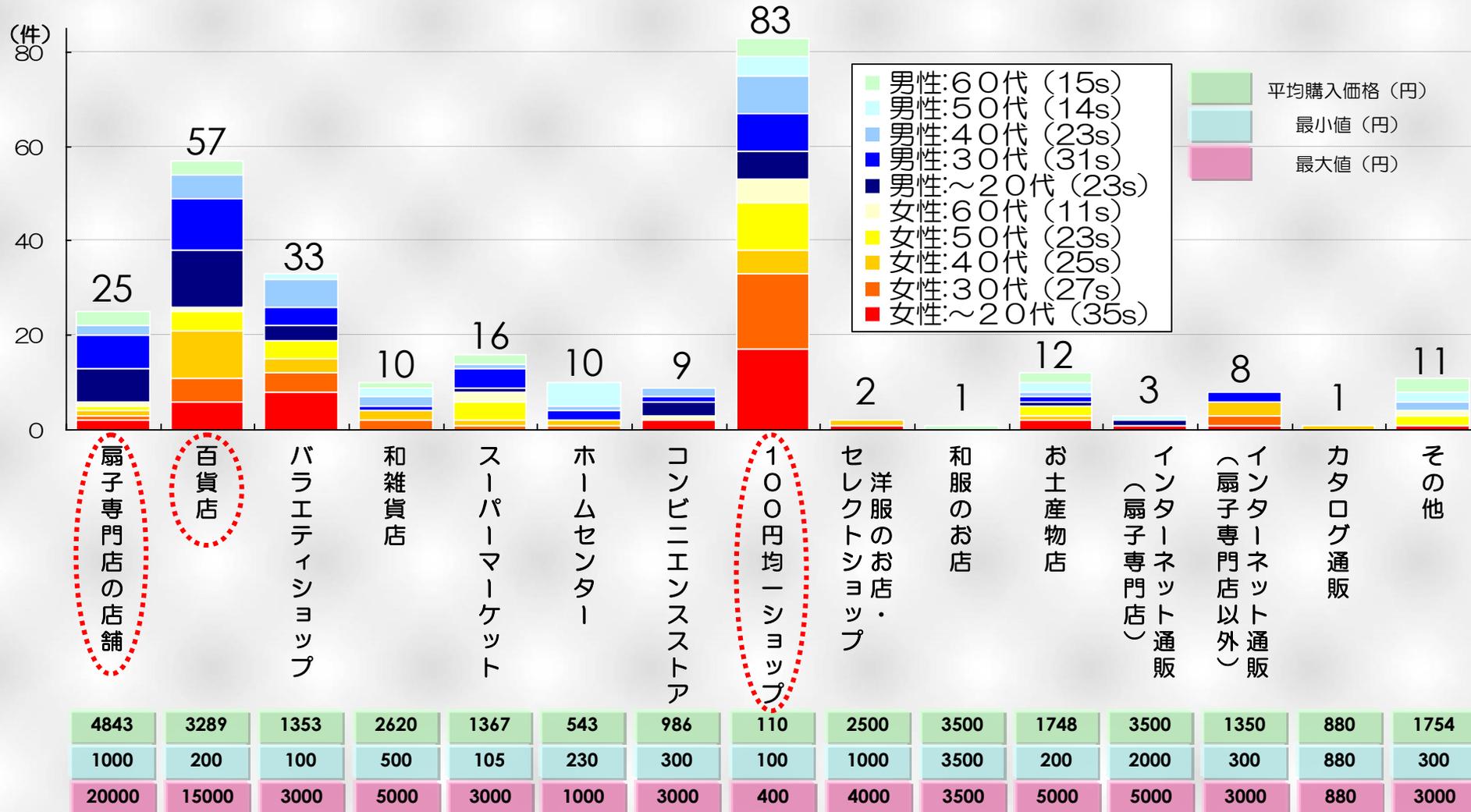
生活者に見る国産扇子の危機

調査時期：2014年1月

扇子購入者(221名)の購入場所と性別×年代別構成、平均購入価格

Q.昨年、あなたが購入した扇子は、どこでお買いになりましたか。

Q.購入価格



生活者に見る国産扇子の危機と希望

- ① 1年間に自分用扇子を購入するのは**11.6%**
- ② 平均購入本数・価格は**1.6本、1,764円**
- ③ 購入者の**約4割が100円均一ショップ**で入手
- ④ **100均扇子**の購入者の中心層は**若い女性**
- ⑤ **若い男性**は**扇子専門店**や**百貨店**でも購入
- ⑥ **専門店・百貨店**の最大購入金額は**1.5～2万円**

NODが考えるマーケティング課題

- ①新しい価値提案・ニュースの必要性
- ②魅力的な高付加価値商材の開発
- ③百貨店や専門店の男性客獲得強化
- ④日本の扇子職人の永続的な需要喚起
- ⑤100均扇子の台頭と商品売切り型経営の限界

NODの願い

ERONOMIC FAN

従来の扇子開発の思考の枠にとらわれない

新規性の高い製品を上市することで話題を作り、

日本の扇子産業に寄与したい。

そして、多くの伝統産業がおかれている

困難な状況から脱するための

アイデアや手がかりを提案したい。



扇子産業への初回提案

◎課題

- ①新しい価値提案・ニュースの必要性
- ②高付加価値商材の開発
- ③百貨店や専門店の男性客獲得強化
- ④日本の扇子職人の永続的な需要喚起
- ⑤100均扇子の台頭と商品売切り型経営の限界

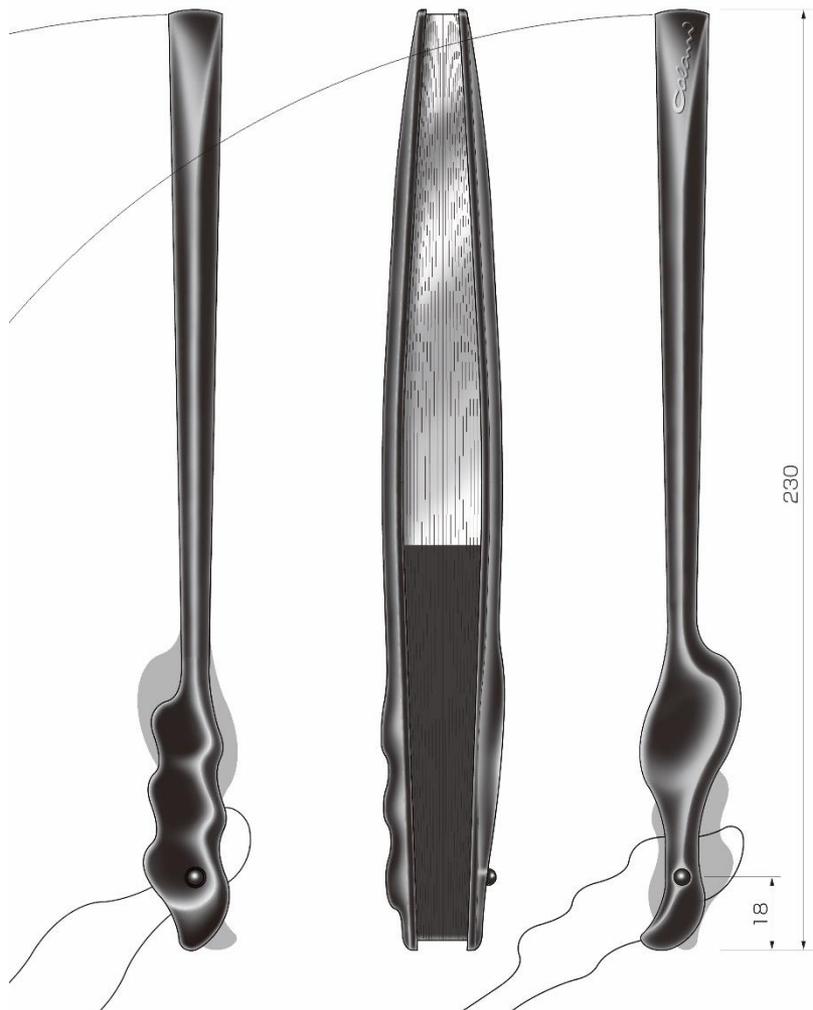


◎提案

- ①世界的に高名なデザイナーを破格で起用
- ②独自性の高い設計思想に基づく商品開発支援
- ③扇子文化の価値再発見と科学的アプローチ
- ④商品売切り型経営から顧客管理型経営への移行

かはほりあふぎの特徴

- ① 鬼才ルイジ・コラーニと京扇子のコラボレーション
- ② 世界初、左右非対称形の親骨を有する扇子
- ③ 中骨や和紙が破損したら仕立て直して使える扇子
- ④ 付属のリーフレットで道具としての扇子を空力学的に分析・解説



左右非対称の親骨（ポリカーボネイト製）



コンセプトデザイン

インダストリアルデザイン界の巨匠、ルイジ・コラーニ教授。
「かはほりあふぎ」のコンセプトデザインを担当。

1928年、ドイツ・ベルリン生まれ。
デザイン哲学者。ドイツ、イタリア、
スイス、中国など、世界を股にかけて
活躍するインダストリアルデザイン界の巨匠。

大自然を師と仰ぎ、自然界から着想を得た
生物的な曲面を持つ独特のデザインで
世界的に知られています。

1980年代には日本で活躍し、
SONY、Canon、たち吉などと協働して
「コラーニブーム」を巻き起こしました。

Prof. LUIGI COLANI



ネーミングについて

かはほり あふぎ

Kawahori-Ohgi DESIGN Prof. LUIGI COLANI

1. 現在の紙貼り扇子の源流とされている、鎌倉時代に出現した竹骨に和紙を貼った扇子の異名『蝙蝠』に対するリスペクト。扇子がかつて「かはほり」と呼ばれていたことの啓蒙。
2. 開いても閉じても人間の手指にフィットする、左右の親骨の形状が異なる奇矯なデザインの扇子を動物の蝙蝠に見立て、更に古語のひらがなにすることで、見た目の面白さや新しさを表現しながらも、無理なく京扇子の奥深い世界観に歩み寄ることができる。

京扇子界のご協力者

企画開発段階



制作段階



生活者と扇子店の新しい関係の始まり

購入



IDカード



仕立て直した扇子



IDカード



送付 (有料)

使用⇒扇面や中骨の破損



IDカード



送付



仕立て直し (有料)



なかにしや

※ポリカーボネイト製の親骨の
破損はお直しできません



ありがとうございました

