

大島紬の効果的な宣伝方法について

法文学部人文学科 1119640035 有馬沙紀

課題意識

今回このテーマに取り組んだ目的としては、地域リサーチのこれまでの学習により大島紬の魅力を知ったが、なぜ知名度がそれほど高くないのかということに疑問に思ったからである。そのため、大島紬の需要と供給を確認し、どのような宣伝が効果的であるかということをはっきりとすることが今回の目的である。

調査結果

◆大島紬の知名度について

「大島紬についてどのくらい知っているか」という質問を大学生にしたところ

- 聞いたことはあるがそれが何かは知らない
- 鹿児島中央駅でポスターを見かけたことがある
- 全く知らない というような回答があった。

◆大島紬の需要について

- 洋服などはどうしても値段が張るため、購入客の年齢層は40代～50代と経済力のある大人が多い。
- キーホルダーなどの小物に活用されたものは、客層としては地元住民が自身の出身地のアイデンティティとして、買っていかれることが8割程度で、インスタや観光客、プレゼント目的などの外部からの客が少ない。

◆大島紬に今までに行われた宣伝

イベント

- 大島紬の展示会
 - 本場大島紬の新作コンテスト
 - 大島紬クィーンコンテスト・ミスターコンテスト
 - 大島紬のファッションショー
- <例>・さつま伝統工芸品フェスタ
・つむぎコレクション（東京での開催）

体験

- 機織り体験
- 無料試着体験
- 工場見学
- 着付け体験(奄美大島、鹿児島県本土)



検証

- 現在の大島紬の宣伝の仕方について
- 大島紬の需要について

これらについて、現地でのフィールドワークやインターネットによる調査を行った。



県外出身の人や若者には「大島紬」というものはあまり知られていない？

大島紬購入者が大島紬の商品を買った目的は、

- お土産
- プレゼント
- 自分用（出身地のアイデンティティとしてなど）
- 自分用（インスタグラムなどで知った）などである。

つまり、大島紬について知っていて買いに来ている

まずは大島紬というものがあることを知ってもらう必要がある。

テレビやラジオ

- KKBやフジテレビなどのテレビやラジオでの衣装協力
- CMなどでの起用
 - 国生さゆりさん 本場大島紬大使
 - AKB48・柏木由紀さん

<例>：「本物。鹿児島県」のCMで着用した着物と同柄の反物からつくられた大島紬製の名刺入れ。数量限定で完売している。

その他

- 本場大島紬大使
- 本場大島紬クィーン
- 大島紬を買う際の助成金
- ふるさと納税の返礼 など



大島紬の宣伝について

大島紬は展示会やコンテストなどの島外でのイベントやテレビ・ラジオなども駆使して、対外的な大島紬の宣伝を行っている。また、島民に対して大島紬を買う際に助成金を出したりなど、地元民にも大島紬に愛着を持たせるように広告・宣伝を行っている。

しかし、着付け体験やレンタル着物といった体験については、奄美大島本島や鹿児島本土の奄美の里でしか見られなかった。

考察

- 展示会やファッションショーなどは東京などの都会で、工場見学や機織り体験は本土の鹿児島などで行われたりしている。
- しかし、着物の着付け体験やレンタル着物に関しては、奄美大島本島で行われていることが多く、本土の方ではほとんど行われていない。

イベントや体験教室、ワークショップなどは、本場でやることにも意味があると思うが、集客を求めるのであれば、人が集まりやすく、より人の目に留まりやすい場所・時期に行う方が効率が良い。



結論

大島紬の効果的な宣伝方法として、

仙巖園や天文館などの観光地で、イベントなどの人が集まる時に大島紬の着物レンタル・着付け体験ができる場を設ける

という方法が考えられる。

参考文献
本場大島紬織物協同組合 <http://oshimatsumugi.com> (2022年1月11日最終閲覧)
本場大島紬組合情報 <https://orikyuu.exblog.jp> (2022年1月11日最終閲覧)
大島紬アンバサダー <https://oshimatsumugi.life> (2022年01月11日最終閲覧)
鹿児島県庁ホームページ
http://www.pref.kagoshima.jp/af07/sangyo-rodo/kanko-tokusan/imageup/image_h19.html
(2022年1月11日最終閲覧)