

研究ノート

岡山アウトリーチプログラムにおけるインバウンド観光客を対象とした
ノベルティグッズ“BRAID BRACELET”について

山下 万吉（岡山県立大学デザイン学部ビジュアルデザイン学科）

要旨：本研究では、2022年度の岡山アウトリーチ活動における取り組みの一貫として、岡山へのインバウンド観光客を対象としたノベルティグッズ“BRAID BRACELET”を制作した。岡山の繊維染色加工会社が開発したアップサイクル素材を用いたブレスレットで、岡山アウトリーチにおける観光ツアーの中で活用しつつ、インバウンド観光客に向けた岡山のPRに繋げることを目的とし、デザインを検討した。完成品について、2023年9月に実施した観光ツアーにおいて参加者へのアンケートを行い、ノベルティグッズとしては概ね高い評価を得た。本稿では“BRAID BRACELET”の制作過程を中心に、アンケート評価について述べる。

キーワード：インバウンド観光、観光土産、アウトリーチ、プロジェクト型学習

1. はじめに

2020年の新型コロナウイルス感染症拡大に伴い低下傾向にあった日本の訪日外客数は、2023年の水際対策の大幅緩和により、再び増加傾向にある(1)。インバウンド観光は日本の重要な地域振興政策であり、その地域の魅力を再発見し、外国人観光客を集客することは各地方において喫緊の課題である。

そんな中、本学において、岡山アウトリーチの活動が2021年から始まった。岡山県と岡山県立大学が連携して行う事業で、学生は外国人観光客に対し、県内の観光地でのガイドやSNSでの情報発信などを行う「スチューデントアテンダント（以下、SA）」として、観光に重点を置いた英語の授業や、外国人旅行者向けのガイドからの研修などを受ける。学んだ成果を、SAが検討した観光ツアーでのガイドなどで活かすという取り組みである。

本研究では、2022年度の岡山アウトリーチにおける取り組みの一貫として、岡山へのインバウンド観光客を対象としたノベルティグッズ“BRAID BRACELET”を制作した。岡山の染色加工会社・セイショク株式会社が開発したアップサイクル素材「NUNOUS（ニューノス）」を用いたブレスレットで、岡山アウトリーチにおけるツアーの中で活用しつつ、岡山のPRに繋げることを目的とし、デザインを検討した。本稿では“BRAID BRACELET”の制作過程を中心に、アンケート評価について述べる。

2. 岡山アウトリーチとは

岡山アウトリーチ（代表研究者：岡山県立大学保健福祉学部・関根紳太郎教授）は、2021年度から始まった岡山県立大学と岡山県産業労働部観光課海外誘客班との社会連携事業である。大学と地方自治体等が連携し、学生主体で企画運営する独自のインバ

ウンド観光向け地域観光推進プログラムとして実施している。本学の学生が、岡山県から委嘱された観光ガイド「スチューデントアテンダント (SA)」として、岡山の見どころのある観光スポットを対象に、学生目線のツアーを組み、外国人観光客を英語で案内することによって、地域観光推進という課題解決に取り組む。岡山アウトリーチは以下の三点を主な目的として活動している。

- ① 地域の活性化・グローバル化（観光アウトリーチ）
- ② 地元にいながらにしてのグローバル体験（インバウンド型グローバル教育）
- ③ 岡山の情報発信とグローバル事業の推進（メディア広報）

また、岡山アウトリーチでは、参加学生（2022年度は25名）は以下の三班に分かれ、それぞれの取り組みを実践している。

- ・ホスピタリティ班/SAとして観光ツアーの検討、実施（ツアー時の英語によるアテンド）
- ・SNS広報班/SNSを通じた広報活動
- ・観光デザイン班/岡山のノベルティグッズや観光MAPの制作、その他岡山アウトリーチに関わるデザインワーク

2022年度において、観光デザイン班にはデザイン学部(旧学科/デザイン工学科, 新学科/ビジュアルデザイン・工芸工業デザイン・建築) 2~3年生の6名が所属し、筆者はサポート教員として関わった。

3. “BRAID BRACELET” の制作について

2022年度の観光デザイン班の取り組みとして、岡山アウトリーチにおけるツアーの中で活用しつつ、岡山のPRに繋げることを

目的としたグッズを制作した。本稿で述べる“BRAID BRACELET”は、制作物の中の一つである。

3-1. 制作の経緯

2022年度6月の活動開始時、ホスピタリティ班から、ツアー中に行うワークショップ(SAとツアー参加者が共同で体験する制作系のイベント)を観光デザイン班で検討してほしいという要望があった。

また、観光デザイン班の話し合いの中で、2022年度の取り組みの一つとして、岡山県の産業から出る端材や廃材をグッズ制作に活用するなど、岡山県の企業とコラボレーションすることで、ノベルティグッズに岡山らしさを出したい、という案が出た。

そこで岡山県観光課との相談により、セイショク株式会社のアップサイクル素材「NUNOUS (ニューノス)」の紹介を受け、工場見学およびNUNOUS 事業部へのインタビュー取材(2022年7月14日実施)を行った。工場見学では、開発背景と製造過程、「NUNOUS」を使った製品や生地としての特徴などについて説明を受けた。取材の中で伺った「NUNOUS」を用いたコインケース制作ワークショップに着想を得て、「NUNOUS」製造および製品製造の過程で出る端材を素材として使い、ワークショップ的な制作体験が出来るキット兼ノベルティグッズの検討を始めた。

3-2. アップサイクル素材 “NUNOUS”

セイショク株式会社は岡山県を拠点とする染色加工会社である。1942年から手掛ける染色事業は全国有数の規模で、月産1,600,000m²の布地や人工皮革を染めて国内外へ出荷している(2)。

染色・加工の際には、ほんの少しの傷や

汚れ、色の違いで製品として基準に満たない規格外品が大量発生してしまう。こうした本来は廃棄となる規格外の生地を数百枚積み重ね、熱と圧力をかけて 50 cm³のブロック状に成形したものがアップサイクル素材「NUNOUS (ニューノス)」である(3)。成形されたブロックをそのまま家具、店舗什器等として使用するほか、スライスすることで生地として加工できる。積層させた時に生まれるわずかな布のよれが、スライスすることによって木目のような独特の有機的な模様となる。どのような色の生地を重ねるかで模様は変わり、一つとして同じ模様はないところに生地としての特徴がある。

3-3. “BRAID BRACELET” 制作プロセス

以下は制作プロセスについての全体的な進行スケジュールである。

2022年7月	デザイン案の検討
2022年8~9月	ブレスレットの試作
2022年10月	NUNOUS 生地を用いた試作
2022年11月	セイショクとの打ち合わせ (主に型抜き加工の相談)
2023年1月	パッケージ案の検討、ブレスレット金型およびパッケージのトムソンデータ制作
2023年2月	セイショクによる金型の作成~抜き加工、パッケージの印刷発注
2023年3月	完成

2022年7月に「NUNOUS」を用いた制作体験キット兼ノベルティグッズの案出しを行う中、自身で制作したものを観光ツアー中に身に着けることで、ツアーへの参加意識

を高めてもらうことを目的にブレスレットを制作することとした。ツアー中の活用が前提であるため、比較的短時間で、どんな場所でもスムーズに制作できるよう「制作に特別な工具を必要としない」、また、製造コストの観点から「留め具等の付属パーツを用いない」デザインを検討した。

2022年8月より、提供された「NUNOUS」端材を用いた試作を進める中、上述の条件を満たすとの理由で、デザイン工学科・花房彩音(当時3年次生)が試作した三つ編みを編む形で完成するブレスレット案を採用し、本制作を進めることを決定した(図1)(図2)。ブレスレットの端がフック状になっており、三つ編みをしながらブレスレット状にし、2本の切れ込みに挟み込むようにフックを入れて留める形にしている。



(図1) ブレスレットの試作品



(図2) 試作品の装着

試作品を元に、2022年11月、セイショク株式会社 NUNOUS 事業部と製品化について話し合った。物理的に製造可能か。また、着用時に肌に違和感を感じる等の悪影響は

ないか、などを確認した上で、金型（抜き型）で生地を抜く方法で製品化することを決定した。なお、金型作成および抜き加工はセイショク株式会社が実施した。また、プレスレット本体の制作と並行して、パッケージ制作を進めた（デザイン担当/花房彩音）。以下は完成した“BRAID BRACELET”（三つ編みプレスレット）である(図3)(図4)。サイズは、日本人成人男性の手首の太さが平均160~180mm、成人女性140~160mm、アメリカ人の成人男性189mm程度などのデータを参考に、長さ210mmと190mm(幅18mm、長さは短くなるよう若干の調整可)の2種類を作り、金型で抜いたプレスレットにゴム判子で「NUNOUS」「OKAYAMA OUTREACH」ロゴをスタンプした。



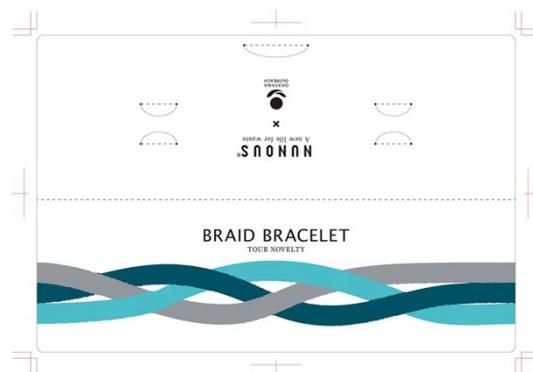
(図3) プレスレットの完成品



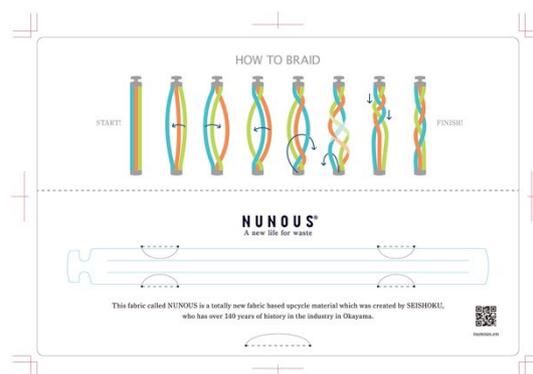
(図4) プレスレットの完成品

パッケージは用紙「エルカード（厚さ0.23mm）」を二つ折り加工にし(図5)、パッケージ内側にはプレスレットの作り方（三つ編み）の手順を記載した。また、「NUNOUS」

について知ることができるよう、公式サイトにリンクしたQRコードを掲載した(図6)。なお、パッケージは折り等の特殊な加工を必要としたため、岡山市の印刷会社・研精堂印刷株式会社に印刷～加工を依頼した。



(図5) パッケージ・表面,裏面



(図6) パッケージ・内面

3-4. “BRAID BRACELET” のデザインコンセプトについて

“BRAID BRACELET”には3つのコンセプトと役割を持たせた。

1. SA とツアー参加者が一緒に作ることで、コミュニケーションのきっかけとなるツールであること
2. 制作したプレスレットを参加者自身が身に着けることによって、ツアーへの参加感と、ツアー参加者同士の連帯感を高めるツールであること
3. 岡山の主産業の一つである繊維産業

に興味・関心を持つ機会を作るツール
であること

3-5. 評価方法について

完成した“BRAID BRACELET”は、2023年度の岡山アウトリーチにおける観光ツアー（2023年9月10日実施）にて、アンケートによる評価を行った。なお、ツアー参加者である外国人は、岡山県国際課を通して募集したJETプログラム（外務省が実施する語学指導等を行う外国青年招致事業）の岡山県在住 ALT（外国語指導助手）を中心に、国際交流員および留学生をインバウンド観光客に見立てて実施した。

4. アンケートについて

ツアー行程の昼食・休憩の際、“BRAID BRACELET”を配布し、デザイン担当の花房が英語にて、「生地の特徴」「作り方」について説明を行った。その後、SAと一緒にツアー参加者に実際に制作してもらい、アンケートは“BRAID BRACELET”のパッケージ内に Google Forms にリンクした QR コードを記載した用紙(図7)を同封し、ツアー終了後に回答するよう説明した。なお、男性には長さ 210mm、女性には 190mm を配布した。



(図7) パッケージ同封のアンケート用紙

4-1. アンケートの内容と結果

今回のアンケートでは、主に「ノベルティグッズとしての印象」「サイズ感」「岡山のPRへの貢献度」について評価すべく、質問内容を検討した。ツアー終了後、参加者

16名に対して、回答数は9名であった。以下はアンケート内容と結果である。

Q1. Age

23/4名, 25,27,28,29,32/各1名

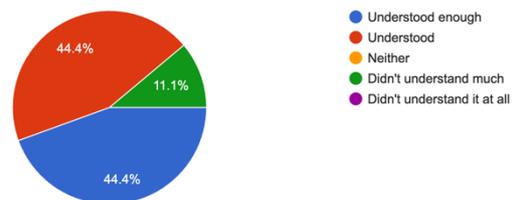
Q2. Nationality

American/5名, Canadian/2名, British/1名, Canadian/1名

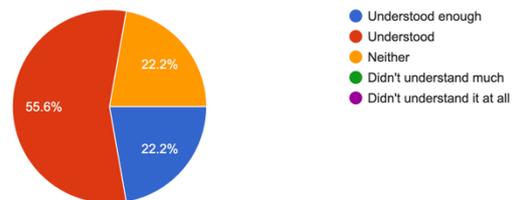
Q3. Gender(This is a necessary question to confirm the size.)

female/7名, male/1名, 未回答/1名

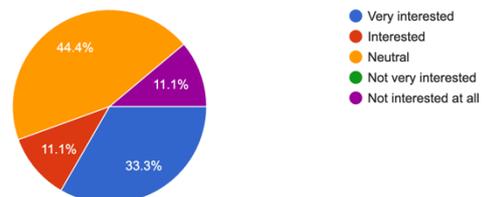
Q4. Did you understand how to make the bracelet?



Q5. Did you understand the student attendant's explanation about the bracelet?



Q6. Did you become interested in Okayama through the bracelet and the students' explanations?



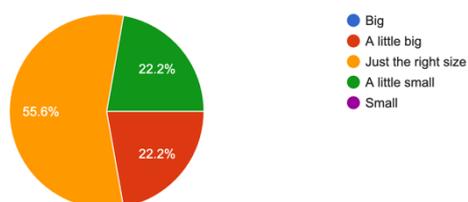
Q7. Please feel free to write about the reason for question 6.

- The bracelet was fun to make, but I already

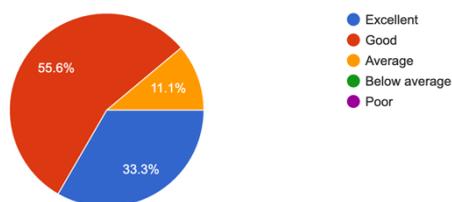
have interest in Okayama and the bracelet
 did not change that much.

- I think more information could be included on the packet the bracelet came in. I think pictures of the recycled material and process of how it's made would help understand the bracelet better too.
- I became interested in Okayama because I live here.

Q8. Did the bracelet size suit you?



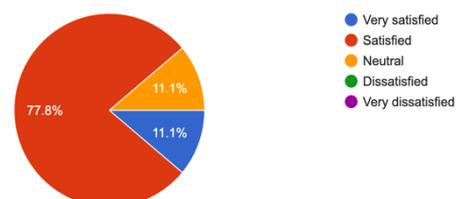
Q9. What is your impression of the bracelet?



Q10. Please feel free to write about the reason for question 9.

- It's cool!
- Cool to make, looks cool too.
- Personally, not my style. I think if you provided color and size options you'd have a broader interest.

Q11. Please rate your satisfaction with the bracelet.

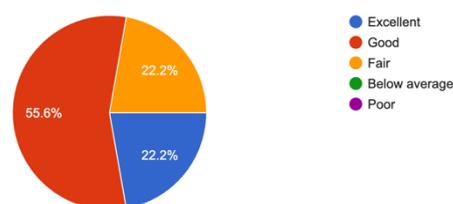


Q12. Please feel free to write about the reason

for question 11.

- It's fun and easy and fun to do with partner.
- Again, not my style. I don't love it, but I don't hate it either.

Q13. How do you rate the bracelet as novelty goods for Okayama sightseeing tours?



Q14. Please feel free to write about the reason for question 13.

- For a tour setting like this, I think it's a cute souvenir to give. Small, simple, inexpensive, and hands on.

Q15. Please feel free to write your opinions and impressions about the bracelet.

- I would like to see more colors!
- It was a fun activity.
- Good bracelet.
- I like it.
- Very simple and fun pair activity!
- The bracelet is very cute! Thank you.
- The clasp is hard to put on by yourself if the bracelet is too small.
- I think it's a fun activity for everyone together. Even if it's a little bit hard to understand the instructions at first it's a good challenging that has everyone working together :).

4-2. アンケート結果による評価分析

アンケート回答数は研究調査の質を評価するための重要な尺度の一つである。回答数として9名は正確に評価するに足る回答

数ではないと考えるが、現段階での評価として、アンケート結果を分析した。

ノベルティグッズとしての印象について。Q9, Q11, Q13 の回答より、3分の2以上の参加者が、印象が良く、もらった満足度も高く、岡山のノベルティグッズとして良いと答えている。概ね高い評価であったことは自由記述の文章からも伺える。また、作り方についても、初見では難しいのではないかと懸念していたが、SA と一緒であれば多くの参加者が理解したと答えている。今後はSAの説明なしで作成可能かどうかも含めて評価していきたい。

サイズ感について。外国人が着けても多少の余裕を残しつつ、手首の太さに幅広く対応できるようサイズを検討したが、Q8 の回答より、半数近くが適切なサイズ感ではない（少し大きい、もしくは、少し小さい）と答えている。しかし、コストの面から新たなサイズを作ることは難しい。

岡山のPRへの貢献度について。Q6 の回答より、半数以上がブレスレットおよび学生の説明を通して、岡山への関心が高まらなると答えている。しかし、Q7 の自由記述回答より、この質問はツアー参加者が岡山在住であることを考慮していないと考える。アンケートにおいて質問文は回答者にとって明快で理解しやすいものでなければならない。岡山のPRへの貢献度を評価する質問については、アンケートの母集団のあり方について考慮する必要があると考え

る。

5. まとめ

本稿では“BRAID BRACELET”の制作過程を説明しつつ、アンケート評価について分析した。結果として、ノベルティグッズとしてのブレスレットのデザインについてはツアー参加者から概ね高評価を得たものの、岡山のPRに繋がったかどうかは評価しきれなかった。

岡山アウトリーチは2023年現在も継続して活動を続けている。制作した“BRAID BRACELET”については、岡山アウトリーチでの観光ツアーにてアンケートを行い、回答率を上げた形で評価するとともに、そこで得た評価や意見は、インバウンド観光客に向けた岡山のPRに繋がる新たなノベルティグッズ制作に活かしていきたいと考えている。

参考文献

- (1)日本政府観光局・年別 訪日外客数の推移. <<https://statistics.jnto.go.jp/graph/#graph--inbound--travelers--transition>>. 2023年10月25日最終アクセス
- (2)セイショク株式会社・生産体制. <<http://www.seishoku.co.jp/process/>>. 2023年10月25日最終アクセス
- (3)NUNOUS 公式サイト. <<https://nunous.jp/>>. 2023年10月25日最終アクセス

Souvenir "BRAID BRACELET" for Inbound Tourists in Okayama Outreach Program

Mankichi YAMASHITA*

*** Faculty of Design, Okayama Prefectural University**

Abstract : As part of the Okayama Outreach Project in 2022, this research involved the creation of novelty goods, namely the "BRAID BRACELET," with a specific target group of inbound tourists to Okayama. The bracelet, crafted from upcycled materials sourced from a textile dyeing and processing company in Okayama Prefecture, was designed to be utilized during sightseeing tours organized by Okayama Outreach, aiming to enhance the promotion of Okayama on an international scale.

In September 2023, during a sightseeing tour, we administered a questionnaire to gather evaluations of the finished product. The results indicated that the bracelet received a high rating as a souvenir. This paper delves into the production process of the "BRAID BRACELET" and presents an analysis of the questionnaire feedback.

Keywords : Inbound tourism, Tourist souvenirs, Outreach, Project-based learning