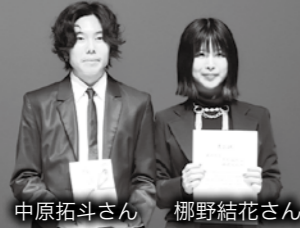


最優秀賞：Aida Design Studio

私と外界の間 境界線の曖昧な特別な空間をデザイン

ビジネスプラン 天蚕 100%最高級ラウンジウェアとサウナで究極の領域へ ～安曇野で心と体を整える～

Aida Design Studio



販売ターゲット 年収1500万円～ 35～45歳の男女、国内外の経営者、商社マンなど

提案の特徴

- ・大自然の中で深いリラックス状態になり、多幸感に包まれ自然と一体化。サウナ→川でクールダウン→外気浴を繰り返し、「整う」。その後、ラウンジウェアでくつろぐ。
- ・安曇野の食や自然とワーキングやビジネスシーンでのサウナ活用に注目し、安曇野だからこそ実現可能な体験。



care m&ne
阿部若菜さん 永原遥さん



cfs -カフス-
福田凜久さん 萩原桃子さん



+ SUN
保科貴太さん 豊田莉子さん

デザイン賞：Ma You

シルクのかであなたに輝きを

ビジネスプラン 天蚕を使ったフェイスパック ～化学物質不使用・100%オーガニック・環境負荷低減～

Ma You



橋本真之介さん 中田葵さん

販売ターゲット 美容に関心のある 20代後半～30代

提案の特徴

- ・繭から糸を紡ぐ体験後、手がすべすべになったことから、繭の成分を分析。人肌の組織に似た成分があり、繊維自体に含まれているため何度洗っても使える。
- ・スキンケアの相場やプレゼントとしても手の届きやすい値段として販売価格を5000円に設定。都市部でポップアップや市内温浴施設などで販売を想定。

天蚕の魅力を国内外へ 若いアイデアで紡ぐ伝統

若者の柔軟なアイデアで天蚕を活用したビジネスプランを提案してもらおうプロジェクト「Silk Idea Competition -TENSAN-2023 in AZUMINO」。2月25日、集大成となるコンテストが開かれました。学生たちの半年におよぶ軌跡の一部を紹介します。



体験から得た商品イメージ

8月、東京・大阪・福岡の服飾系専門学校で学生10人が安曇野を訪れ、3泊4日の行程で天蚕の歴史や特徴、課題などを学びました。

飼育林で繭の収穫体験をした学生たちは、繭を見つけると、人の手では作り出せない美しい色に釘付けになっていました。繰糸体験では、繭の中にあるサナギを出すところから始め、「糸を紡ぐことの難しさがよくわかった。素材に触れ、自分で紡いだ糸で作った商品を買ってもらいたい」と、額に汗をにじませながら作業に没頭していました。

宿泊体験を終えると、学生たちは2人一組のグループに分かれ、ビジネスプランの考案に移りました。滞在期間中に出会った人や触れた自然など、天蚕だけでなく安曇野の持つ魅力を肌で感じた学生たちは、それぞれどんな商品を開発するかイメージを膨らませていました。そして、幾度となくリモートで打ち合わせを重ね、製品サンプルを制作したり、SNSで取り組みを発信したりと、半年にわたってプランを練り上げました。

斬新な提案で天蚕に新たな価値を

2月25日、学生たちは再び安曇野を訪れ、プロジェクトの集大成としてビジネスプランを発表しました。ヘアケア商品、飼育キット、最高級ラウンジウェア、

プロテイン、フェイスパックと、どのグループも天蚕の特徴を捉えつつ独創的な商品を提案しました。審査員からは「流通コストは考慮しているか」「売価設定の根拠は」「5年後を見据えたプランは」など厳しい質問もありましたが、学生たちは入念にターゲットとする客層のトレンドや価格相場を分析しており、自信を持ってプランを紹介していました。

最優秀賞には、中原拓斗さん（東京都・ESMOD JAPON 2年）と榎野結花さん（大阪府・大阪文化服装学院2年）が選ばれました。2人は夏の体験から、「水や自然といった土地柄を生かしつつ、外国人にも日本の文化を知ってもらえる機会、安曇野に人を呼び込み活性化させる提案にしたかった」と、富裕層向けに天蚕糸の高級ラウンジウェアを提案しました。また、ウェアを着る機会と場所を作り、リラックスしながら交流することで新たなビジネスチャンスが生まれる点にも着目し、サウナの建設までをプランとしました。

布製品をイメージしがちな天蚕。しかし、視点を変え、枠組みにとらわれない柔軟な発想によって、天蚕には新たな可能性があることを学生たちに教えてもらいました。安曇野の誇る天蚕文化が今後、温故知新で発展していくことに期待が高まります。

観光課

TEL 71・2053