平成23年度 kids‘ leather programs『革 育』事業　報告書

株式会社 ムーンファクトリー

平成24年3月30日

目　次

■　目　次

◆ はじめに …… 3
- ➢ 背　景 …… 3
- ➢ プロモーション …… 4
- ➢ ロードマップ …… 5

◆ kids’ leather programs『革 育』の目的 …… 6

◆ 2011年度 事業活動 …… 7

◆ 2011年度 実施内容 …… 8
- I.　革育実行委員会の発足と運営 …… 8
- II. 『革 育』の要件定義と対象設定 …… 21
- III. 『革 育』事業ロードマップ …… 22
- IV. 『革 育』の企画・開発 …… 30
- V. 『革 育』webサイトの構築 …… 45

◆ 2011年度『革 育』事業考査と今後の展開 …… 47

はじめに　－背　景－

近年、「消費不況」という言葉がすっかり定着し、商品やサービスを売ることが年々難しくなっています。価格はどんどん下がっているにもかかわらず、地域や年齢といったターゲットを問わず消費者の元気がありません。

消費者は、単に「安いから買う」という訳ではないようです。少しでも安いものを買い求める一方で、決して安価ではない人気のお菓子を買うために行列ができたりもします。また、インターネットやテレビなどの通販は、販売数は減っているとはいえ、百貨店などの小売業と比べると、落ち込んではいないのが現状です。

こうした現象は、マスメディアを使ったプロモーションによるところも多く、最近では、テレビだけに留まらず、インターネットのSNSを使った新しいプロモーションを利用した話題作りが数多くみられます。もちろんニーズにあったプロモーション活動は有効ですが、それだけに頼ってしまうと、たとえインパクトを与えることができても、寿命が短く飽きられる売り方になってしまいます。
効果的なプロモーションや攻めの売り方をするには、まず消費者の興味を引き、長期的なファン層を作りあげることが重要です。

ブランド力のある欧米の有名メーカーであれば、認知力もあり、大きな戦略を行わずとも常に興味を持たれています。こうした歴史あるメーカーも、長年、地道なプロモーション活動を行ってきた結果が、現在このような成功があるのです。

このような強いブランド力をつくりあげるためにも、まずは、日本における皮革製品の質の高さ・モノづくりへのこだわり・長年の歴史を伝え、日本の皮革素材を使った日本の皮革製品の素晴らしさを認知してもらう。その活動が今、求められています。

はじめに　－プロモーション－

「皮革」をプロモーションする上で難しいのが、価格や思い込みによるイメージが浸透していることがあげられれます。品質の良さを理解していても、その価格が適正なのか判断がつきにくいのです。また、商品選択肢として消費者が最も注目する部分は、デザインやブランドということもあります。実際バッグやコートを買う際に、その素材で選ぶというのは少ないでしょう。

多くのメーカーなど皮革業界では、革質の良さや商品の良さをプロモーションするために、
◇ 本物の革を使っている
◇ 職人技
◇ 自社工場での一貫製造
などをあげております。
この見せ方は、モノづくりとしての立場からは興味深いものですが、実際にその商品を購入し使う消費者側にとってのインパクトは少々弱いようにみられます。

ここに、皮革を理解し、知ってもらうことの難しさがあるようです。こうした温度差を埋めるための活動が、『革 育』事業でもあります。
実際に本物の革に触れてもらい、革を身近に感じてもらう。その上で、素材に対する正しい知識を理解してもらう。このように消費者が理解するための準備ができていれば、本物（革）を使った商品が、同じデザインであっても価値が全く違うということがわかってもらえるハズです。
また、このような価値の理解が得られれば、質の高さや作り手のこだわりといった説明が有効になってきます。

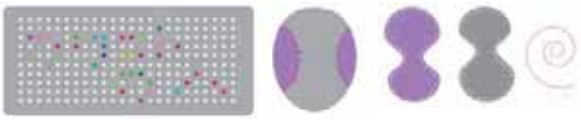
ここに、皮革プロモーション（PR）の基礎があるのです。

はじめに　－ロードマップ－

『革 育』事業の根底は、日本の革の素晴らしさをもっと知ってもらい、興味を持ってもらうことですが、すでに革に対するイメージが備わっている一般消費者に対しての活動だけでは、浸透させることが難しいのが現状です。

地道に長い時間をかけて、多くの人に伝え続けること。そして将来、消費者や皮革業界の人材となる可能性のある、小さいこども達に皮革に興味を持ってもらうことが重要になってきます。
最近では、耐久性があり安価にできる様々な素材が開発されていることもあり、高校生あたりの年齢になるまで革に触れる機会がなく、就職活動ではじめて革靴を履く、というのも当たり前になっているようです。
実際には、家庭の中にも皮革製品は存在し、その他ランドセルや野球・サッカーのボールなど身近なところにもあるのですが、「革」の存在を意識していないというのが問題点でもあります。

楽しみながら革に触れ、
日本の革の素晴らしさを感じてもらう！



そうした状況にあるからこそ、こども達に対してわかりやすく、皮革文化の歴史や革の特性とその品質についてを伝える意味があります。そのために何をどうやって伝えるか、『革 育』事業では検討を重ねてきました。そのイメージをロードマップとして作成し、2011年度の成果物としています。実際の革に「触れて」「感じて」「歴史を知り」「製品のできるまでを理解してもらう」ための活動ロードマップです。

日本の革の素晴らしさを伝えるための活動指針であり、このような地道なプロモーションを行うことが、皮革業界全体の活性化につながると信じています。

kids‘ leather programs『革 育』の目的

kids’ leather programs『革 育』事業は、実際に革に触れ、革製品づくりを体験できる機会（ワークショップや出前授業など）を提供することで、本物の革の良さ、革に対する正しい知識、革製品づくりの楽しさ、などを知ってもらい、将来、「消費者」として、「生産者」として皮革産業とかかわることになるこども達に皮革文化を育んでもらうことを目的として発足しました。

さらには、日本の革の素晴らしさを伝え、皮革業界全体の活性化に繋がるような活動を継続して行っていきます。

2011年度 事業活動

■ 委員会実施
- ◆ 目的の確認（第1回 委員会）
- ◆ 要件定義と対象設定（第2回 委員会）
- ◆ 企画／開発（第2回 委員会／第3回 委員会）
- ◆ ロードマップ検討（第3回 委員会）
- ◆ ロードマップ完成（第4回 委員会）

■ 参加イベント
- ◆ 『2011「青少年のための科学の祭典」東京大会in小金井』出展
- ◆ 墨田区立吾嬬第二中学校 産業授業見学

■ その他
- ◆ 『革ってなんだろう？』リーフレット作成
- ◆ webサイトの構築

初年度は、皮革業界のキーパーソンを中心とした革育実行委員会のメンバーによって、『革 育』事業の考え方や必要とされるコンテンツ企画などについて、意見や要望を出しあいました。その意見に検討を重ね、『革 育』事業の要件定義・対象設定と、『革 育』事業のロードマップを完成させました。

9月に東京学芸大学（小金井キャンパス）で行われた『2011「青少年のための科学の祭典」東京大会in小金井』への出展では、『革 育』の原点である「実際に革に触れてもらい、革への興味を持ってもらう」ことに重点を置き、こども達だけでなく付き添いの親や視察に訪れた教育関係者にも多大なインパクトを与えました。

『革 育』の目的は、達成という終着点があるものではなく、地道な啓蒙活動を行い、少しずつ活動を広げていかなければなりません。完成したロードマップを元に、今後も新しい意見・要望・問題点を出しあい、修正や改善を加えながら、目的に沿った活動を継続する必要があります。

○ 新学習指導要領に沿った「生きる力」をはぐくむ教育、への参入とそのためのプログラムづくり
○ 全国的な『革 育』活動（ワークショップ・工場見学支援）
○ 皮革業界全体を巻き込む『革 育』事業の構築
このような事業プランを形にしていくことが、次年度以降の活動となってきます。

2011年度 実施内容

I. 革育実行委員会の発足と運営　－革育実行委員会－

関連事業で活躍する委員5名と、社団法人 日本皮革産業連合会（以下、「JLIA」という。）の会員24団体からご推薦いただいた、ワークショップや社会科見学などをすでに実施している会員企業のメンバー9名による「革育実行委員会」を発足。さらにJLIAから4名、事務局員として2名を加え、総勢20名から構成されています。

革育実行委員会は2か月に1回のペースで委員会を開催し、『革 育』事業を実施する内容の意見交換・決定を行います。

No.	氏　名	所属団体名	会社名	役職名等
1 委員長	瀬藤貴史	文化女子大学 文化ファッション研究機構［BFRI］ （Three Bee Art） （元 東京藝術大学 美術学部 工芸科 染織研究室）		共同研究員 （助　手）
2	設楽敬一	社団法人 全国学校図書館協議会［全国SLA］ （社団法人 教育クラウド協会［tmc Consortium］）		理　事 事務局長 編集部長 （副会長）
3	梅澤元彦	社団法人 教育クラウド協会［tmc Consortium］ （株式会社 ムーンファクトリー［moonfactory Inc.］）		理　事 （代表取締役社長）
4	鈴木清之	PR・バイラルマーケティングプランナー おつかいもの愛好家 デコ・クロ部		書　記
5	成田大輔	株式会社 ザッツコーポレーション［THAT'S］		アカウントマーケティング事業部ディレクター
6	藤城康成	社団法人 日本タンナーズ協会	墨田産業 株式会社	代表取締役社長
7	村木　翌	大阪革商資材協会連合会	浪速屋工業 株式会社	営　業
8	石鳥　昇	特定非営利活動法人 日本靴工業会	特定非営利活動法人 日本靴工業会	事務局長
9	矢代裕夫	日本靴卸団体連合会	株式会社 銀座ヨシノヤ	常任監査役 ［調査・情報提供委員会 委員長］
10	麻生和彦	日本服装ベルト工業連合会	株式会社 三竹産業	代表取締役社長
11	片野一徳	一般社団法人 日本ハンドバッグ協会	有限会社 丸ヨ片野製鞄所 革クラフト教室 アトリエアミーチ	代表取締役 代　表
12	猪瀬昇一	社団法人 日本鞄協会	株式会社 猪　瀬	代表取締役 ［人材養成委員会委員長］
13	黒田俊英	日本手袋工業組合	株式会社 クロダ	会　長
14	肥沼恭子	全国皮革振興会	株式会社 協進エル	代表取締役社長

革育実行委員会　委員名簿

2011年6月22日　出席者19名

■ **事業概要説明：今井（JLIA）**

■ **委員自己紹介**

■ **事業の概要と『革 育』の目的を確認：瀬藤委員長**

本事業の目的「実際に革に触れ、革製品づくりを体験できる機会（ワークショップや出前授業など）を提供することで、本物の革の良さ、革に対する正しい知識、革製品づくりの楽しさ、などを知ってもらい、将来、「消費者」として、「生産者」として皮革産業とかかわることになるこども達に皮革文化を育んでもらうこと」を再確認する。

その上で、

○ 将来「消費者」「生産者」となりうる世代に皮革文化を啓蒙

○ 皮革に携わる人材の増強

○『革 育』を通じてこども達の思考力・判断力・問題解決力・表現力の育成

といったことを推進していく事業としていきたい、と委員長が挨拶とともに説明。

■ **「教える」＋「育む」へ　学校教育の流れ：設楽委員**

○ 学校教育の現状　○ 学習指導要領について　○ 教科書デジタル化（文部科学省）

■ **フューチャースクールビデオ「映像でわかるクラウド教育」**

現場教師の現状や国の学校教育にかかわる方針に詳しく、実際に教壇でお教えになっていた経験もある設楽委員から、最近の学校教育の現状と、今後のデジタル教育化についてを説明。その後、デジタル教育の最先端とされる、シンガポールにおけるフューチャースクールの様子の映像を放映。

＜設楽委員より＞

「学校」「教育」の現状と流れはこうなっているということを理解して欲しい。その上で、『革 育』事業のゴールとしている「革の素晴らしさを伝える」にはどういった方法をとるのがいいのかを、今後の話しあいにつなげていきたい。

■ **『革 育』プログラムにおける　教科書デジタル化とのかかわり：梅澤委員**

○ 背　景　○ ITCとは　○ 具体的なアイデア例

教育クラウド協会の理事で、日本のデジタル教育化について、企業や教職員の様々な問題解決のための活動をしている観点から、『革 育』とデジタル化が検討される教育現場がどうかかわっていけばいいのか、を説明。

■ ディスカッションタイム

○『革 育』活動のゴール（委員会の目的）について

- 皮革産業にかかわる企業の一員として、革の素晴らしさをこども達にわかってもらう事業であって欲しい、という想いからズレてしまわないで欲しい。
- 「教材」がメインではなく、「ファンをつくる」のが本来の目的。革を理解してもらうには、触れてもらうのが一番。「子どものうちから革を知ってもらうためには、何ができるのか」。それを検討するのがこの委員会としたい。

○ 学校参入について

- モノをつくる側として、革はテクスチャーが一番大切であり、映像や画像では表現できない。「歴史や人類が、革とどのようにかかわってきたか」「その技術はどういったもので、現代ではこう」といった見せ方をするのがいい。
- まずは子どもや教員に「知ってもらう」のが第一歩。そこから教材になりうる可能性はある。
- 小学生対象のワークショップでは、シンプルに子どもの創造性を引き出すことを重要視している。糊を塗ることで直接革をなでる（＝原点の作業）、こうした作業をさせるべき。
- わからせる教材をつくる（それが子ども向けの教材でもいいのではないか）。そして業界の「思い入れ」をあらゆる手段を使い、一般に知ってもらう行動に出る、というのはどうだろうか。浸透するには、商品の販売と同様に、労力と時間が必要。影響力があるインターネットツールは使えるだろう。

○ アナログとデジタルの融合について

- 革にかかわっている仕事をしていれば、ワークショップなどを通じて実際に触れて欲しいと思うのは当然のこと。これからのことを考えれば、デジタルを使い、一般に広く知ってもらうのはいいことだと思う。そして将来、少しでも多くの子どもが皮革業界にかかわってくれればいいと思う。
- ワークショップを開催していても、その場で終わってしまうことが問題点のひとつだった。ホームページを使えば、革に興味を持ってくれた人に次の情報を流すことができる。

■ 『 2011「青少年のための科学の祭典」東京大会in小金井』への出展について

「青少年のための科学の祭典」について、その主旨と概要を説明。

『革 育』としての出展について協議する。

- みんな同じレベルのものができ、参加者が楽しめるものがいい。自分だけのオリジナル作品で、持ち帰れるものがいい。
- 「革」ってこういうもの、というパンフレットが欲しい。

【決定事項と次回への持ち越し案件】
＜決定事項＞

- ◆ デジタルに偏らず、実際に革と触れあえるワークショップを中心に進めるよう、実施計画を修正。
- ◆ 「青少年のための科学の祭典」への出展が決定。
- ◆ ワークショップでは、参加者が同じレベルでモノづくりを楽しめるものを検討する。
- ◆ 「革」はこういったものだと説明できるパンフレットを配る。
- ◆ 革の展示を行い、実際に革と触れあえるようにする。
- ◆ 可能な限り、委員はこのイベントを視察し、今後の『革 育』事業の方向性を考える。

＜次回検討事項＞

- ◆ 『革 育』事業の方向性
- ◆ デジタルとアナログの融合について

＜会議を終えて＞
今後の学校教育が、クラウド教育というデジタル化の方向性で進んでいる背景から、当初、『革 育』事業の実施計画では、学校へのデジタルコンテンツの提供を視野に入れた内容を考えていました。
しかし、「革」を伝えるためには、実際に「革」に触れるワークショップを中心としたコンテンツを提供すべき、との意見で一致し、方向性が修正されました。
とはいえ、インターネットが一般的に普及している時代だからこそ、ホームページを利用し、デジタルとアナログを融合させた活動を検討をしていくこととなりました。
★ ワークショップ（工場見学含む）→印刷物でサポート→インターネットでフォロー

まずは、9月に出展する「青少年のための科学の祭典」を経て、その感触を足がかりとして活動指針を再検討していくこととなります。

2011年9月12日　出席者18名

■ **「青少年のための科学の祭典」の報告と反省**

○ 革育ブース　来場者数　約1,500人

（科学の祭典実行委員公式発表データ：ブース数120／来場者数7,330人）

- 全体的に大人にとっても面白いイベントだった。区や町、学校とのつながりがあるのがいい。『革 育』活動の最初の試みとしては、成功だったと思う。
- 子どもだけでなく大人にも、革に対しての情報が行き届いていないことがわかった。革を「メジャー」にしていくためには、どうしていったらいいのかを考える必要がある。

○ ワークショップ　約120名　※昼頃に整理券の配布終了

携帯ストラップの製作

（村木委員／サポート：（アトリエアミーチ）片野一恵さん、スタッフ2名）

参加者は、小学生が過半数。幼児や父兄も一緒に参加。

- 持ち帰れることが、こども達にとって重要だった。
- 同伴のお父さんやお母さんも革についての知識はほとんどなく、自分で作れることに興味を持っていた。
- 可塑性といった革の特性がわかるワークショップでよかった。革が変化することが伝えられた（科学的要素）。
- 子どもがちゃんと工具を使いこなせているのに驚いた。村木さんの持論である「はじめにきちんと教える」ことの大切さを改めて実感。
- 自分の好きな色やデザインをイメージしてつくる。ここから物を大切にするきっかけになるのではないか。
- 子どもが革に触れることで「革ってなに？」と思うきっかけができた。
- 物を使い捨てる時代にあって、エコ（大切に使う）も伝えられる。
- 学校教育などにつなげるにはどうしたらいいか。そこからが『革 育』の本題。

★「作った完成品を持って帰れる」ことが人気のポイント

★ ワークショップで人を呼んで、そこから先はホームページで知識を深めてもらう

○ 革の展示（牛やブタ、爬虫類などをそのままの原型で展示）

- 通常、展示物は手に触れてはいけないもの。触れることがこの展示の鍵となる。
- それぞれ、動物によって革が違うことを知らない子がほとんど

★「家畜」→「肉」→「皮」→「革」→「材料」→「製品」の流れが見せられる展示を考えるべき

○ クイズに答えてプレゼント　500個完了　※14時頃予定数終了

- パンフレットにクイズのヒントが書かれているので、その場で読んでもらえるのがよかった。

○ 配布リーフレット「革ってなんだろう？」2,000部配布

- パンフレットは、大人にも子どもにも十分楽しめる内容で、JLIAがこうした取組みをしていることがとてもいい。

■ 『革 育』オリジナルのワークショップについて

可塑性や革の特長に沿ったワークショップを開発してはどうだろうか

小学生／中学生／大人　それぞれにあったプランを検討してはどうだろうか。

- ヨーロッパでは、家畜（動物）と共存しており、家具やバッグなど身の回りにある特別な存在として「革」がある。日本では、大量生産で同じものを作ってきたために、どれでも同じような、つまらない存在になってしまっている。この差を埋めるには、時間と労力が必要。
- 例えば、ホームページは『革 育』を伝える窓口となる。ワークショップはそこに訪れるための入り口なので、ワークショップにはたくさんのバリエーションがあっていいと思う。
- 科学の祭典のイベントは大人にも受け入れられ、インパクトが強かった。JLIAの基本である「一般消費者」にどう知識を伝えるか、と同様にイベントを利用し、展示し、作っている現場を知ってもらう。この運動を責任を持って行うのがこの委員会だと思う。イベントのターゲットを「小・中学生」「大人」ときっちり分け、それぞれにあった方法でPRすべきだろう。
- 消費者に興味を持たせる方法を探すのが重要。ワークショップは、あるものを利用すれば良いのでは。
- 材料費や人材にかかる費用をこの事業で負担して、ショッピングモールや学校でワークショップをやってもらうシステムを作ったらどうだろうか。行政・学校・地域とタッグが組めるようなシステムがいい。

★ ワークショップを作る話の前に、どうやって『革 育』を広めるかが重要。

■ 『革 育』ホームページ構築について

現在の暫定的な1ページを発展させていくために、どういったコンテンツがいいのか

- 全国でワークショップやります！→JLIAがサポートします！
  広報をお願いします！→JLIAがサポートします！　こうした情報発信ができたらいい。
- ホームページを作って待つだけでは発展しないだろう。自分が攻めて、営業をし、働きかける。そのバックにホームページの情報があればいいのではないか。
- Japan Leather Award 2011の事前エントリーは、前年度の約2倍。今まで応募がなかったところからの応募はfacebookやtwitterによる宣伝によるもの。これは、コミュニケーションが取れる双方向のツールとして、インターネットが効果的に利用されているから。
- 学ぼう→知ろう。　学びたい→知りたい。といった「勉強」ではなく、知識を広げるようなイメージがいい。

★ 調べるシステム＝革育ホームページ

【決定事項と次回への持ち越し案件】
＜決定事項＞

- ◆ 「青少年のための科学の祭典」のようなイベントには、積極的に参加していく。
- ◆ 展示方法を見直し、ワークショップを中心に『革 育』事業を進めていくことで決定。
- ◆ ホームページは有効的に利用できるので、構築していくことで決定。
- ◆ ワークショップはあくまでも「興味を持ってもらう」ための手段。興味を持つ入り口の役割であって、その後にもっと知ってもらうためのホームページなり、工場見学など、実際の現場の声を伝えるところまで構築していく。

＜次回検討事項＞

- ◆ 革の展示方法。家畜→肉→皮→革→材料→製品
  という流れがわかる方法を検討
- ◆ ホームページの重要なタイトルや内容を検討
- ◆ ホームページの軸としては「調べる」「学ぶ」

＜会議を終えて＞
「青少年のための科学の祭典」に参加して、『革 育』にとって、ワークショップや実際に革に触れる体験がとても重要なことがみえてきました。それに印刷物やホームページを使い、『革 育』の目的である「革について理解してもらう」という流れとなると考えます。
情報をより深く伝え、さらには、ワークショップを行う側（教える人）とイベントの運営側のマッチングができれば、効果的に皮革文化を伝えていけると思います。

具体的な方向性が固まり、次回はこの方向性にあわせたロードマップを検討していくこととなります。

2011年11月21日　出席者19名

■ **『革 育』事業の中期的ロードマップについて**

■ **『革 育』来期2012年度の具体的活動内容について**

・革育事業によって達成したい目標

・革育ロードマップ

・革育実行委員会　活動成果詳細説明

に沿って、『革 育』事業を今後どのような形で進めていくかの検討を行う。

（※ロードマップは「2011年度実施内容　Ⅲ.『革 育』事業ロードマップ」を参照）

- かなり壮大な目標設定。JLIAの他事業（委員会）ですでに行っている内容もあるので、重ならないように気をつけなければいけない。
- 「こども達に皮革文化を育んでもらう」というメッセージを業界に広める、そして皮革業界全体を本気にさせることがとても重要。
- 業界が一緒になってこの事業を進めていかなければいけない。そして地域や学校と業界の連携が必要となってくる。JLIAだけで動くのではなく、業界全体を巻き込む「仕掛け」が必要だろう。
- ワークショップのマッチングシステムは簡単にできるのか。
- ワークショップを中心にして、「ウェブ」は外部への、「印刷」は業界内部への、プロモーションと考えられる。
- ワークショップのマッチングは早く始めて欲しい。
- インターネットはいいところや欲しいところだけしかみられないけれど、印刷物は必要なところ以外（前後）も目を通すので、より深く知ることができる。

○ 業界用辞書から子ども向けの辞書を作ることで、調べ学習につながるのでは？

- 最近は本で調べるよりもインターネットを利用することが多い。現在編集中の「皮革大辞典」は素晴らしいけれども難しすぎる。より簡単で、子どもにも理解できる内容のものが欲しい。
- 墨田区立吾嬬第二中学校の授業を見学したが、プログラムが非常によくできている。モノを作る前に、まず「革とは何か」をビデオや調べることで勉強して、興味を持たせてからモノづくりを始める。こうした教育プログラムを確立していけば、職業教育につながり、こども達に「こうした職業があるんだ・・・」という考えを植えつけていけるだろう。その意味でも調べるための辞書（ネット）は有効。
- 広げるためには、体験も必要。学校教育には入っていない「皮革文化の歴史」を伝えたい。明治以降（もしくはそれ以前）の産業が現在の教科書からは抜けている。「日本の皮革文化」を知って、はじめてMade in Japanが生きてくる。
- 単なる歴史や文化だけなら、現場の教師でも教えられる。しかし、モノづくりを教えるプロが、背景を伝えながらワークショップを行うと、子どもへの影響力が全く違ってくる。そこで初めて歴史・文化・現状→今後の職業選択、という流れになるだろう。

○ 人材育成はどのようにしてるか。

- 「よい素材」「よい作り」「よいおもてなし」 特に子どもと接する際には教える側の技術が必要。
- 「つくること」と「考えること」は違う。『お客さんと直接対話する』大切さに業界は目を向けて欲しい。

○ 教育用に残革を使うのはどうか。

- 何かを作りたい人がたくさんいる。残革を活かせることができたらとてもいい。ハサミで切ったり、ホッチキスで止めたり自由な発想でモノづくりができるものがいい。
- 三角や切れ端など、バラバラな形や色が面白いのでは。色々な発想ができる。
- 木片をネットに入れて売っているものがある。これを使って何を作る、という宿題に使える。
- 夏休みに革の貼り絵「恐竜」をやったことがある。紙と違って質感が出て、とても面白いものができた。コルクボードに貼ったりすれば子どもでも簡単にできる。残革の利用もできる。
- 工作キットは、まさに学校ターゲットであり、学校対抗などにしてもいいと思う。Japan Leather Awardへの組み込みは、マスコミ対策として使えるのではないか。

○ 本革を使ってもらう可能性はあるか

- 靴、特に革靴業界では、子どもの革靴がどんどん減っている。初めて革靴を履くのは就職活動の時、というのも多い。
- 靴業界団体でも革への反応は鈍い。革にとってかわる材料が進化してるのも一因と思う。
- 値段の問題もある。学校で履く靴に本革製を選ばせるのは難しい。一部の私立ではあるが、かなり減少している。
- 歴史を通じて情報を発信してはどうだろうか。生活の中での革の使い方でもいいと思う。

○ アクティビティに付随したインターネットや印刷物の活用について

- ワークショップのマッチングサイトは是非やって欲しい。そして必要なのは、補足するリーフレットと、展示用の革。
- 子ども向けの皮革大辞典（インターネット）が欲しい。
- 冊子はプロモーションにも利用できる。男の子向けにはポプラ社のような物語風の絵本やマンガなど。女の子向けには、かわいらしく家に欲しい革製品がきれいに出てくるマガジンハウス風なものも面白いだろう。

○ その他

- アミーチさんの授業プログラムをモデルとさせてもらってはどうか。
- こども達のための残革として発信することで、もしかするとその他にニーズにもつながるのではないか。
- 残った革をこども達に提供し工作に利用してもらう。
- 革がどこまでもエコであることを伝えられないか。
- キッザニアと革育をつなげたい。墨田区のワークショップをめぐるツアーとか。どんどん宣伝して革育を取り上げて欲しい。

【決定事項と次回への持ち越し案件】
＜決定事項＞

- ◆ ロードマップの方向性については問題ない
- ◆ ワークショップのマッチングシステムをつくる
- ◆ 子どもにも理解できる『皮革大辞典』が必要
- ◆ ワークショップ後のフォローにも繋がる印刷物やホームページを充実

＜次回検討事項＞

- ◆ 残革を使って何かできないか
- ◆ ワークショップを教える人材の育成

＜会議を終えて＞
ロードマップ案については、これまでの意見を取り入れた内容なので問題なく、この方向に沿って『革 育』事業を進めていくこととなりました。次回の委員会で、最終の決議を行い、来期以降の具体的なプランについて検討をしていきます。

残革の利用やワークショップマッチングシステムは、皮革業界へのPRにも使え、業界の活性化にも繋がるので、早い時期の導入の検討が必要と考えます。

2011年度 実施内容

I. 革育実行委員会の発足と運営　－第4回 革育実行委員会 ①－

2012年2月6日　出席者18名

■ **2011年度 『革 育』事業を振り返って**

2011年度実施事業について、資料を確認しながら再確認する。

□ 2011「青少年のための科学の祭典」出展
□ 墨田区立吾嬬第二中学校　産業授業見学
□ 制作物『革ってなんだろう？』リーフレット
□ ホームページ「レザーキッズJAPAN」

■ **『革 育』ロードマップ内容確定と今後のプラン案**

今年度の最終成果である「ロードマップ」について、意見交換を行い、ロードマップを確定させる。

- 現在のロードマップで次に何をやるのかが見えはじめているので、次に、教える人を育てることを検討しなければならない。
- お金をかけていくというよりも、自然に『革 育』を取り上げられる地道な活動をしていけばいいのではないか。予算があればPRを大々的に行っていけばいいが、まず低予算でできる事業を、少しでも多く進めていけばいいと思う。理解が得られるのに1年かかるだろう。今、『革 育』で集中的に何をすべきかを検討して欲しい。
- 子どもを対象とするためには、それぞれの個性に対応できなければいけない。
- ロードマップでやることが見えてきているので、次の段階ではどういう方法で誰がやるか。対応しきれないのが怖い。
- 売り込みばかり考えているが、対応窓口はどうなるのか。JLIAで行えるのか？
- 人材としては全国皮革振興会の協力が得られるだろう（協進エルさん関係）
- 「残革」はメディア受けがよさそうで、協力が得られるだろう。
- 革＝エコをうたっているが、一般的に「エコ」はリサイクルという認識が強い。人体に優しいというエコレザーの定義が浸透しずらい。使い終わった後がどうなるとか、「リサイクル」メインにした方がいいのではないか。
- 「地球に優しい　主目的は食→人体に優しい→再生」これは業界エコ。パンフレットで訴えればいいが、やはり一般的なエコとは考え方がずれているので、受け入れられにくいだろう。

○ ロードマップでの対象は、未就学児から小・中学生となっているが、消費者に近いターゲットを育てる、という意味合いからも専門学生や大学生などを含むような対象年齢を上げてもいいのではないか。

- 子ども向けに発信しながらその周りの大人にPRできればいいので、特に対象を変更しなくてもいい。
- 消費者（大人）に向けたメッセージであれば、事業の効果測定もしやすい。専門学校生などは、口コミカも強く、自分でつくる（モノづくり）＝仕事、とつながりやすい。
- JLIAには、大人やその他ターゲット向けの人材養成事業が存在するので、この『革 育』は小さい子ども向けの事業でよいと思う。
- あまりターゲットを広げすぎず絞った方がいい。子どもは成長しいずれ消費者となる。そのための『革 育』事業ではないだろうか。
- 大人向けはJLIAのその他の事業に任せればいい。全国のイベントを使い、学校との関係を築き、それがマスコミに取り上げられるようになれば成功。
- 世の中に情報を流して知ってもらうのは、JLIAの仕事。この『革 育』は小さい子どもの時から革の知識を知ってもらう、という意味合いの委員会ではなかったのか。これは即効性のあるものではなく、地道な活動をしていく事業であろう。
- 子どもをターゲットにすれば、必ず大人がついて来るので波及効果は望める。
- JLIAで行う色々な事業で各市場（現在の消費者／プロ／アマチュアなど）を刺激していけばいい。『革 育』は長期的なスパンでみなければいけない。小・中学生対象はぶれない方がいいだろう。

■ **2012年度『革 育』事業の進め方について**

平成24年度委員会の流れ

2/28(火)：人材育成委員会において平成24年度業務執行計画および予算積算書を承認

3/23(金)：理事会において、事業計画書および収支予算書を議決

※ 4/1より予算の執行が可能になる

平成24年度『革 育』事業をより効果的に実行に移せるように、企画コンペにて委託先を決定したい。

- 毎年コンペを実施していくのか。
- 教材や事業活動を世の中に打ち上げていくには、その窓口は継続性が必要。
- 予算によって、何ができるのかが決まるのでは？
- スケジュールを前倒ししないと、2か月の空白ができてしまう。

【決定事項と次回への持ち越し案件】
＜決定事項＞

- ◆ ロードマップの内容を承認
- ◆ 『革 育』事業対象を小・中学生と決定
- ◆ 2012年度『革 育』事業については、より効果的に実行するためにコンペを行う

＜会議を終えて＞
再提示した『革 育』事業ロードマップが承認された。
2012年度の『革 育』事業の実施については、企画コンペにより委託先を決定することで同意が得られた。
以上をもって、2011年度の革育実行委員会を終了した。

地道な活動で時間がかかっても、少しでも多くの人に、皮革に対する正しい知識と理解を得られるような『革 育』事業であって欲しい、というのが委員会の一致したご意見です。

子ども（小・中学生）を対象に、以下1～3の定義に沿って皮革文化を育んでもらう

将来、消費者・皮革産業の人材となる子どもを対象とする。
子どもを対象とすることで、周りの大人（親や教師など）を育てることも考慮している。

- ✓ 畜産物の副産物として得られる皮革に対し感謝の気持ちが芽生える
- ✓ エコ素材である皮革をより使おうという意識が育つ
- ✓ 皮革は正しく丁寧に手入れをすれば、長く使うことができ、精神的な豊かさを得られる
- ✓ ひとつとして同じ革がないことが理解され、製品の均一性を問わない市場が構築できる
- ✓ 長所・短所を理解して、皮革製品を利用する消費者が増える（クレームの削減）　など

このような効果を得るために

1 皮革に関する正しい知識を持った消費者を育てる

- ✓ 皮革素材を使ったモノづくりの楽しさや、可能性を体感した生産者が増える
- ✓ 様々な製品開発において、素材のひとつとして皮革が加わる
- ✓ 皮革素材を用いた新たな用途開発が行われる
- ✓ 他の素材とのコラボレーションの試みができる
- ✓ 生活の中で革の可能性が広がる　など

このような効果を得るために

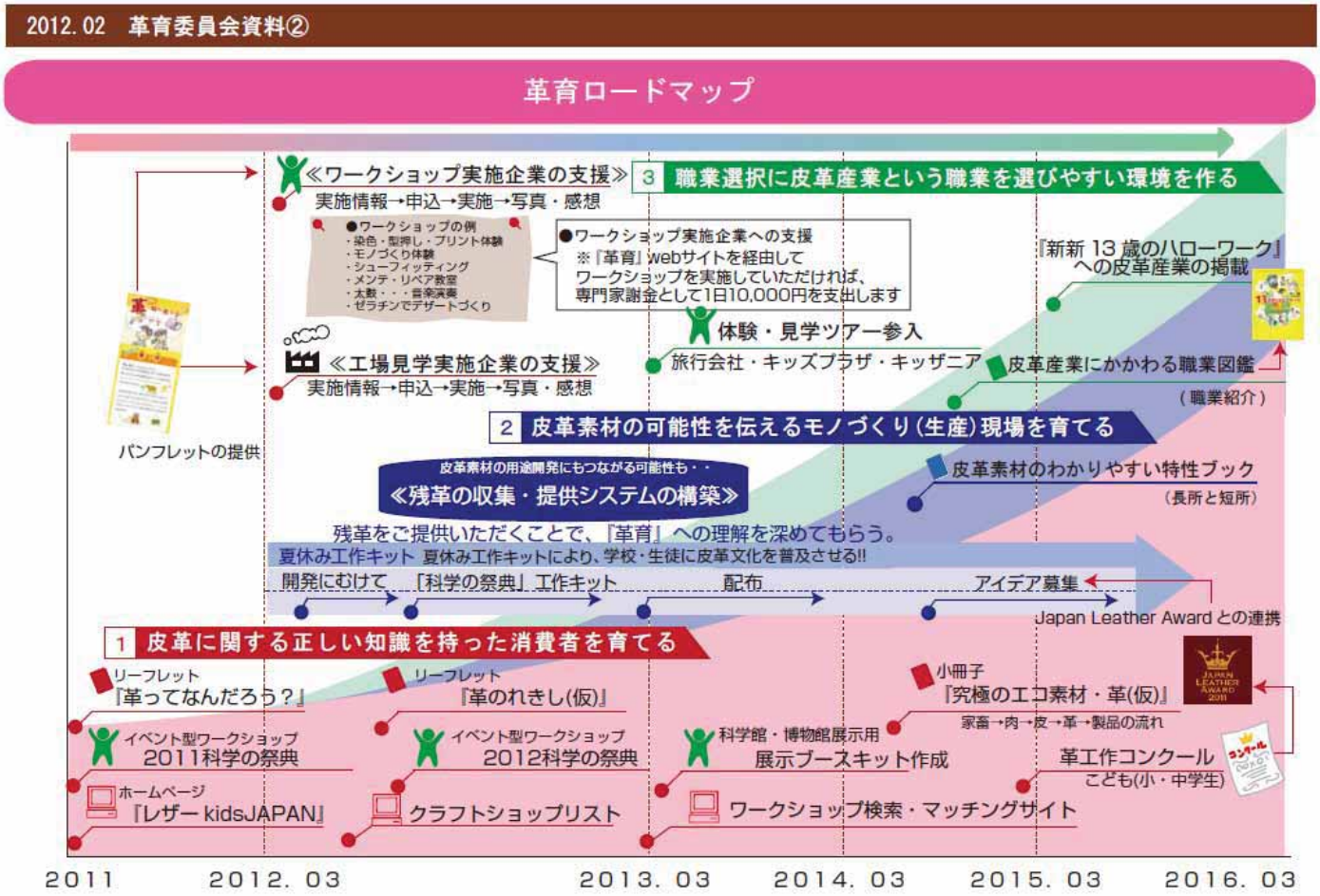
2 皮革素材の可能性を伝えるモノづくり（生産）現場を育てる

- ✓ 皮革に関係する様々な職種の存在と魅力を知る
- ✓ 小学校・中学校・高校の授業に「職業」として学ぶ機会が増える
- ✓ 副教材としての利用が考えられる
- ✓ 革製品を身近に感じてもらう
- ✓ 『新13歳のハローワーク』（村上龍　幻冬舎　2010年）続編などに皮革産業が掲載される　など

※現在は、「靴デザイナー」「バッグデザイナー」「靴職人」「鞄職人」「畜産農業」のみ

このような効果を得るために

3 職業選択に皮革産業という職業を選びやすい環境を作る


2012. 02 革育委員会資料②
革育ロードマップ
≪ワークショップ実施企業の支援≫
実施情報→申込→実施→写真・感想
●ワークショップの例
・染色・型押し・プリント体験
・モノづくり体験
・シューフィッティング
・メンテ・リペア教室
・太鼓・・・音楽演奏
・ゼラチンでデザートづくり
●ワークショップ実施企業への支援
※『革育』webサイトを経由して
ワークショップを実施していただければ、
専門家謝金として1日10,000円を支出します
3 職業選択に皮革産業という職業を選びやすい環境を作る
『新新 13 歳のハローワーク』への皮革産業の掲載
体験・見学ツアー参入
旅行会社・キッズプラザ・キッザニア
皮革産業にかかわる職業図鑑
（職業紹介）
≪工場見学実施企業の支援≫
実施情報→申込→実施→写真・感想
パンフレットの提供
2 皮革素材の可能性を伝えるモノづくり（生産）現場を育てる
皮革素材の用途開発にもつながる可能性も・・
≪残革の収集・提供システムの構築≫
皮革素材のわかりやすい特性ブック
（長所と短所）
残革をご提供いただくことで、『革育』への理解を深めてもらう。
夏休み工作キット 夏休み工作キットにより、学校・生徒に皮革文化を普及させる!!
開発にむけて
「科学の祭典」工作キット
配布
アイデア募集
Japan Leather Award との連携
1 皮革に関する正しい知識を持った消費者を育てる
リーフレット
『革ってなんだろう？』
リーフレット
『革のれきし(仮)』
小冊子
『究極のエコ素材・革(仮)』
家畜→肉→皮→革→製品の流れ
イベント型ワークショップ
2011科学の祭典
イベント型ワークショップ
2012科学の祭典
科学館・博物館展示用
展示ブースキット作成
革工作コンクール
こども(小・中学生)
ホームページ
『レザー kidsJAPAN』
クラフトショップリスト
ワークショップ検索・マッチングサイト
2011
2012. 03
2013. 03
2014. 03
2015. 03
2016. 03

2012.02　革育委員会資料③

革育事業　活動コンテンツ詳細説明

消費者を育てる

イベント型ワークショップ

誰もが簡単に完成できる、革を使ったモノつくりを楽しんでもらう。

ワークショップ実施企業支援

皮革の知識やモノづくりを伝える活動をしている、全国の企業や個人のサポートをする事で、『革育』を全国各地に低コスト、短時間に広げていく。※各種の印刷物の無償提供

工場見学実施企業の支援

全国各地の皮革産業に関わる工場へ、ツールを提供し、感想やレポートをホームページなどで紹介。

展示ブースキット作成

本物の革やパネル・パソコンなどを使って、革の歴史や製造工程を見せる展示用キットを作成。全国の博物館や科学館、イベント会場で利用する。

ホームページ『レザー kidsJAPAN』

活動報告	ﾜｰｸｼｮｯﾌﾟ工場見学紹介
ｲﾍﾞﾝﾄ実施企業支援	各種印刷物デジタル化

等々

ワークショップ検索・マッチングサイト

ワークショップの情報登録と，これに対する学校や PTA などからの受講申し込みなどのマッチング、実際に行われたワークショップ実施の写真と受講者の感想の掲載で、より一層ワークショップを受講したい方を増やす仕組み

『革のれきし（仮）』リーフレット

「革ってなんだろう？」の第二弾として、革を使い始めた時代から順を追って、革がどのように私達の生活に関わってきたかを伝えるリーフレット。

『究極のエコ素材・革（仮）』小冊子

家畜→肉→皮→革→製品のエコロジカルな流れがわかる冊子。同じ革がないことを分かりやすく説明し、皮革の存在自体がエコである。全て自然から生まれていて、ひとつとして同じ革がない。ということを啓蒙していく。

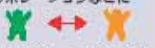
小・中学生『革の作品』コンクール

「夏休み工作キット」の作品やアイディアを、コンクール形式でホームページ上で募集し、こども（小・中学生）部門で選考、表彰する。全国の小中学校へ、「夏休み工作キット」の紹介を含めた、コンクールのポスターを送付し、応募者を募る。将来的には、Japan Leather Award との連携も図る。

モノづくり（生産）現場を育てる

残革の収集・提供システム

夏休み工作キットの進行の中で、残革の提供先を検討するが、そういった残革をデータベース化することにより革の新しい利用方法や、異業種とのコラボレーションなどに発展する可能性がある。



皮革素材のわかりやすい特性ブック

『革ってなんだろう？』リーフレットを更に詳しくした小冊子

夏休み工作キット

自宅、学校教材、イベントなどで利用可能な工作キットを提供（販売）し、実際に革工作をする事で皮革特有の素材の良さ、特性を知ってもらう。革への興味を向上させ、課外授業への発展する可能性がある。将来的には Japan Lether Award と連携した、オリジナルアイデア商品の募集に繋げていく。

体験・見学ツアー参入

旅行会社や地域・子ども向け職業体験プラザ・キッザニアなどへのスポンサー参入を行い、より広く多くの子ども達に皮革と触れ合える場を提供する。

職業選択に選びやすい環境を育てる

皮革産業にかかわる職業図鑑（職業紹介）

具体的な仕事の内容やどんな勉強をしなければならないかを知ってもらう。「なりたい職業」上位に入る、デザイナーや接客販売も、皮革産業の中にも存在しているということも重要。

革育ロードマップ －コンテンツの補足説明資料－

2011年度　第4回革育実行委員会資料
2012年2月6日

『革育』2012年実施コンテンツ案について

2011年発足から3回に渡って計議してきた『革育』の実施内容ですが、前回（第3回委員会）にて一度配布しましたロードマップを元に、今後実施するコンテンツの内容を、更に詳しく調査・研究してきました。
このコンテンツ案はあくまでも土台ですので、ここから更に『革育』活動にとって有効的な内容を検討し、今後の『革育』発展につなげることとなります。

『革育』2012年実施コンテンツ案

I. ホームページ『レザーキッズＪＡＰＡＮ』
II. 印刷物
III. 工作キット開発
IV. 体験・見学ツアー
V. 『革育』ＰＲ用事業説明資料の作成

Ⅰホームページ『レザーキッズＪＡＰＡＮ』

これまでにあがっている必要なコンテンツ

- 革育の概要説明
- 活動報告
- ワークショップ／工場見学の紹介
- クラフトショップの紹介
- 印刷物（デジタル化）
- コンクールの募集
- ワークショップマッチングサイト

＋

以前ご提案している
「子ども向け」「大人向け」ページを追加

3

Ⅰホームページ『レザーキッズＪＡＰＡＮ』展開プラン

ニュース／活動報告★

革育について

- 革育の事業目的★
- 革育の概要説明★
- 活動報告★
- 印刷物紹介（デジタル化）★

革と触れ合う

- ワークショップ★
- 工場見学★
- レザークラフトショップ★
- ワークショップマッチングサイト★

※マッチングシステムサイトは2013年以降に追加

★印はこれまでのご意見からほぼ決定のコンテンツ。
それ以外「子ども向け・大人向け」のコンテンツは、これから
ご意見やご要望に合わせて検討決定していきます。

子供向けページ

●小学生用
- 革ってなんだろう？（★印刷物と連動）
- 革のれきし（★印刷物と連動）
- 革のおしごと（★印刷物と連動）

●中学生用
- 革の産業
- 革情報へのリンク（調べ学習用）
- 革検定クイズ

●夏休み自由研究
- 革で絵をかいてみよう（革の貼り絵）
- 革ひもオリジナル小物をつくってみよう
- コンクール募集

※コンクール実施は2014年以降の予定

大人向けページ

●保護者用
- 革のアレルギーについて

●学校教諭用
- 課外授業・出前授業
- 自由研究教材のご紹介
- 革育を利用した授業事例
- 貸出教材

4

Ⅱ印刷物プラン

- 革のれきし<リーフレット>
  「革ってなんだろう？」の第2弾。
  革が私達の生活とどのように関わってきたかを簡単に説明。
  革の用途や状態を知ることによって、自分達の生活と革の深い関係を理解してもらう。

- わかりやすい！革のお手入れハンドブック
- 革のファッションブック
  ファッションとして革を販売しているお店に置けるような冊子（職員様向け）
- ○○○○<リーフレット>
- ○○○○<リーフレット>
- ○○○○<小冊子>
- ○○○○<小冊子>

- 究極のエコ素材・革<小冊子>　※2014年以降作成の予定
- 皮革産業にかかわる職業図鑑<小冊子>※2014年以降作成の予定

冊子の内容は、これからご意見やご要望に合わせて検討決定していきます。
ご意見ご要望をお聞かせください。

5

Ⅲ工作キット開発

ワークショップや学校授業に組み込むなど、キットの種類を増やし、業界の活性化も図る。

- オリジナルストラップ<原価@~300円>
  - 2011「青少年のための科学の祭典」ワークショップで使用。
  - 子どもから大人まで楽しめる。
  - 革の特性が伝えられる

- 動物革細工<原価@~250円>
  - 兵庫県たつの市観光課が市の地場産業である「皮革産業」のPRのため、たつの市産の天然皮革を用いた動物革細工体験教室を 実施。
  - ワークショップで利用するためには、このキットの作成プログラム
    に慣れている人、もしくはそのノウハウの講習を受けると更に受講者に喜ばれる内容となる。

- 革ひも編み<原価？> 残革利用 残革利用
  - ストラップやアクセサリーなど、自分の好きなものに加工する。
- 革ひもブレスレット<原価？> 残革利用 残革利用
  - 2011「青少年のための科学の祭典」プレゼントキットを利用

- 残革を使った貼り絵 残革利用 残革利用
  - 2012「青少年のための科学の祭典」で利用できないか。
  - 例）B5サイズ程度の紙に「かいじゅう」「りぼん」などの絵柄枠をつけておき、塗り絵のようなイメージで完成させる。
  - 写真を撮って、後日「革育」ホームページで発表。
  - 夏休み工作キットとしても活用が可能。
    - 準備
      残革の収集／キット用残革容量などの調査／用紙やボードの手配／
      説明書／申込みサイトページの作成

6

Ⅳ体験・見学ツアー

ＪＴＢ「旅いく」

- 3歳～12歳の子どもを持つファミリー向けに生きる力の芽を育てるホンモノ体験と情報を提供
- 「モノをつくる」「街ではたらく」「自然に学ぶ」「文化に親しむ」4つのテーマ分けしたプログラム
- 告知プログラムの内、7割の実施実績は効果がある媒体と考えられる

<コスト>基本料金はなし。
最低必要コスト：50～80万円　ひとつのプログラムコンテンツ作成費用（ヒアリング／実施プログラム作成／講習）
・その他、ツアー費用をどこまで負担するか、広告媒体をどこまで使うかなどによる。
・1000万円で費用のサポート及び、集客フォローまでツアーを作成して欲しい、などのような
スポンサード契約が多数。
・予算と見合ったツアーの企画は可能。

<コンテンツ例>
- □ 東京：「れきしある革の街をめぐる」　革なめし工場→革の博物館→ワークショップ
- □ 大阪：革で作ろう！パパ&ママへのプレゼント！！
- □ シューフィッターに挑戦！

7

Ⅳ体験・見学ツアー

Kids Plaza Osaka　キッズプラザ大阪

- 財団法人　大阪市教育振興公社 による遊んで学べる子どものための博物館 ※参入などの詳細は不明。確認中。

CANVAS ～遊びと学びのヒミツ基地～

- NPO法人CANVASは、「こども向け参加型創造・表現活動の全国普及・国際交流を推進するNPO」。
政府やマルチメディア振興センターの支援のもと、2002年11月に設立。
※参入などの詳細は不明。確認中。

8

Ⅳ体験・見学ツアー

Out of Kidzania（ＪＴＢ×キッザニア）

- キッザニアの街を飛び出して実際の仕事現場を体験するプログラム
  グループに分かれて、リアルな仕事現場を取材。仕事内容や働く人のことを書いた新聞を作り、発表します。
- 1~3日間のイベントとして開催。
- 現在は、特別に企画されている地域（市町村）以外は、キッザニアスポンサーを対象としている

<備考>
アトリエ・アミーチ片野さん　墨田区産業経済担当課のプログラムに参加予定
修学旅行を狙った5~6月がターゲット。4月スタートくらい
この参加には、プログラム作成・担当クルーの教育で60万の費用がかかる
（墨田区からの助成金が3万程度（？）出る可能性あり）

★「革育」としてのサポートがなにかできないか。
今後のキッザニアへの参入のための効果あり

9

Ⅳ体験・見学ツアー

Kidzania　キッザニア

- スポンサーについて
  - オフィシャルスポンサー　パビリオンを持つスポンサー
    最低コスト　初期1000万円以上／年間1000万円以上　＋ブース設営＋実費
  - オフィシャルサポーター　小さいパビリオン（商店街）もしくは限定ブースでのイベント開催
    最低コスト　初期？／年間600万円　設営＋実費　※1回2人程度×○回×○日　大体年間1万5000人の実費負担
  - 期間限定（1週間程度）のイベント
    最低コスト　初期なし／1回500万円　＋実費　※1回6人程度×○回×○日　大体1イベント1000人の実費負担
- 子ども達の声でアクセサリー作りをやりたい！との要望が多く、革で何かできないだろうか。

キッザニア甲子園

31（アニコム）
34（アシックス）
二つのブースが契約終了のため
4月から空きブースとなります。

10

Ⅳ体験・見学ツアー

その他博物館・科学館など

- 全国の博物館や科学館などで行う期間限定の展示では、ワークショップや体験をおりまぜて、子ども達へ知識を広めるためのイベントが多数開催。
- イベント用展示ブースキットを作成し、そうした各地でのイベント参入を積極的に行える環境作りを。（コストを最低限に抑え、フットワーク良くそうしたイベントに参入するため）

展示キット作成

↓

展示イベント営業・申込み

↓

イベント参加

（例）
- パネルを使った「革製品ができるまで」
- 様々な種類の革（牛・ブタ・爬虫類など）
- パソコンを使い動画で見る「全国の革職人紹介」
- パソコンを使ったマンガ「革のれきし」
- 自分の足型を知ってみよう。

パソコンを設置。
知りたい情報がすぐにわかる！

パネルを利用した革の知識授業

11

Ⅴ 「革育」 ＰＲ用事業説明資料の作成

対外的に「革育」を説明するための資料　（ホームページにも掲載する内容になります。）

JLIA「革育」プログラムのご案内

- JLIAについて
- 「革育」について（事業目的）
- 活動内容（方針）
- 活動事例
- サービスのご紹介（ワークショップ・工場見学誘導）→マッチングシステム
- 学校関係者の方へ
- 大学・専門学校関係の方へ

12

2011「青少年のための科学の祭典」

東京大会in小金井

がんばれ、日本
がんばれ、子ども達

日時：2011年9月11日（日）
開会式 9:30
開場 10:00 － 16:30

会場：東京学芸大学
小金井市貫井北町4-1-1
JR武蔵小金井駅北口から「⑤小平団地」行きバス
「学芸大正門」下車・徒歩2分

主催：2011「青少年のための科学の祭典」東京大会in小金井実行委員会
東京学芸大学／小金井市／小金井市教育委員会／国際ソロプチミスト東京-小金井／公益財団法人日本科学技術振興財団・科学技術館

共催：東京農工大学／法政大学／（独）情報通信研究機構／小金井市商工会／NPO法人ガリレオ工房
多摩信用金庫
協賛：社団法人武蔵野法人会／（株）映像センター／東通産業（株）／（株）ムラコシ精工／（有）鈴木モータース／つくば家石材（株）／つくば観光交通（株）／ニューつくば観光（有）／（合名会社）信山商事／アフラック募集代理店和田山／昭和信用金庫 東小金井支店／昭合建設（株）／桜芳庵／鹿島デンタルクリニック／明治安田生命 小金井営業所
公文教育研究会 小金井本町教室・前原町教室・緑町4丁目教室・緑町南教室
後援：東京都教育委員会／国分寺市教育委員会／小平市教育委員会／府中市教育委員会／東京電機大学中学校・高等学校／小金井市立小中学校PTA連合会／小金井市医師会／小金井青年会議所／東京小金井ﾛｰﾀﾘｰｸﾗﾌﾞ
東京小金井さくらﾛｰﾀﾘｰｸﾗﾌﾞ／東京小金井ﾗｲｵﾝｽﾞｸﾗﾌﾞ／NPO法人こがねいねっと／文部科学省／全国科学館連携協議会／全国科学博物館協議会／NHK／日本物理教育学会／日本生物教育学会／日本地学教育学会
日本理科教育協会／日本基礎化学教育学会／日本科学教育学会／日本理科教育学会／一般社団法人日本地質学会／日本生物物理学会／（社）日本物理学会／（社）応用物理学会／公益社団法人日本化学会／一般社団法人日本機械学会／（社）日本ｱｲｿﾄｰﾌﾟ協会／（社）日本理科教育振興協会／（財）日本私学教育研究所／（社）日本植物学会／（社）日本動物学会／（社）日本天文学会／（社）日本工学会／（社）電気学会
協力：小金井警察署／小金井消防署／小金井市ごみ対策課

問合せ先：
2011青少年のための科学の祭典東京大会in小金井事務局
TEL: 090-7944-1900
E-mail: 2011ysf.tokyo-k@jcom.home.ne.jp
URL:http://kagakunosaiten.koganei-net.com

お ね が い
■幼児や低学年のお子さんには保護者が同伴してください
■ゴミはお持ち帰りください　■会場内は禁煙です
■車での来場はご遠慮ください

悪天候等で中止する場合はホームページでお知らせします。

2011年度 実施内容

Ⅳ.『革 育』の企画・開発　－参加イベント ①－

「青少年のための科学の祭典」

kids’ leather programs『革 育』事業

出展ブース数　120
来場者数　7,330人

配置番号	出展タイトル	対象*
	屋外	
1	今日は雲も白バイ隊員	1
2	消防救助機動部隊の車両及び資器材の展示等	1234
3	スーパーカーやスポーツカーを通じた親子の対話	1234
4	キックターゲットゲーム	1234
5,6,7	ごみの分別について	1234
8	キャンペーンカー	1234
	S棟周辺	
9	こわいぞ薬物！ダメ。ゼッタイ。	1234
10	農工大ロボットコーナー	1234
11	なぜ飛ぶのかな？	234
12	新感覚！！太陽光発電を楽しもう！	1234
13	子供のための学校給食を考える	1234
14	学校の樹木剪定枝のリサイクル	1234
15	自分の指紋を採ってみよう	1
16	雲もポンポン船のクルーになろう！	123
17	カラフルカプセルを作ろう	123
18	虹をとじ込めよう	123
19	地震のことを知ろう	234
20	知ってなっとく身近な地学	2
21	こちらは科学の祭典FM放送局	234
22	くるくるモーター	234
23	古典的な技術のサンプル	1234
24	自然にある放射線を測ろう	23
25	磁石のふしぎな使い方	234
26	風で飛ぶ種の模型を工作しよう	1234
27	自動車のエネルギー、自分たちで作ります	3
28	もこもこふくらむカルメ焼き	12
29	スーパーボールを作ろう	12
30	MOVE FORM	1234
31	からくり人形、鉄棒くん	1234
32	地球と月（フィルムケースのこま）	1234
33	高速ザリガニロボットをつくろう！	12
34	身近な自然を活かした環境配慮型住宅	234
35	～冷やして楽しもう～　液体窒素	1234
36	空気の力はこんなにすごい	1234
37	くるくる回るしょぼん玉をつくろう	1234
38	化石のレプリカを作ってみよう	123
39	科学の本の読み聞かせ「くうき」	124
40	星座早見盤を作ろう	1234
41	東京国際科学フェスティバル開催中！	234
42	電子書籍を体験してみよう	1234
43	虹のコマを作ろう	1
44	木と木をつないでみよう	1
45	燃料電池	1234
46	目で見た風景とレンズを通した風景を比較しながらスケッチしよう	1234
47	ひみつ箱のあぶりだしに挑戦しよう！	2
48	超高速インターネット衛星WINDSをつくろう！	2
49	南極郵便～南極郵便局へハガキを送ろう～	2
50	お湯で動く空き缶「スターリングエンジン」工作 －発電に挑戦！－	234
51	家庭から出る食用油がガソリンと洗剤に変身！？	234
52	磁石でダンス！	124
53	地球を救え～中学生にできること～	2
54	微弱電波ワイヤレスマイクで遊ぼう！	23
55	エコ木材を使って工作をしよう！	23
56	オリジナルECOキャンドルを作ろう	12
57	飛行機を作ってみよう	23
	N棟周辺	
58	身土不二　ぼん菌子で米食べよう	1234
59	コーディネーターの卵を作ろう！	4
60	いろいろな時計に触れてみよう	1234
61	ガリガリプロペラをつくろう！	12
62	マーブリングの秘密	1234
63	「理科教育ニュース」を体験しよう！	1234
64	高い所からの卵の軟着陸じっけん	1234
65	節電の樹を育てよう～家庭・大学の取り組み～	234
66	3Dテレビの原理と映像体験	234
67	モモモモけもの王国	12
68	デンプンを分解する酵素パワーの実験	234
69	果物で電池をつくろう	23
70	動物ふれあい広場	12
71	地層をつくろう	1234
72	作ろう！万華鏡とピンホールカメラ	12
73	ミクロの食虫植物をみつけよう	3
74	恐竜の体重測定	12
75	自由自在な福祉用自律移動型ロボット	1234
76	「熱中症対策・水分補給」してますか？	1234
77	お気に入りの植物でしおりを作ろう！	1234
78	メタルプリンター～ タグをつくろう ～	234
79	ミクロの世界を観察しよう	1234
80	ロボットを動かしてみよう	234
81	身近な生きものの上映と電子顕微鏡での観察	124
82	工作教室　星の砂を使って星座を作ろう！	1
83	懐像して描いてみよう　ストーンペイント	1
84	光るおもちゃを組み立てよう！	234
85	車いすって結構大変！？	34
86	光のチカラを電気のチカラに変えてみよう！	12
87	お金ってなんだろう	1
88	小中学生作品展示	1234
89	カラフルコマをつくる～まわすと土星に～	234
90	親子で楽しむ科学週日～マイ星座作り	1234
91	ごみの分別徹底と減量化について	1234
92	木の「遊び具」で科学に親しもう	1234
93	海水から生まれた宝石―塩の結晶観察	123
94	「手づくりエネルギーの旅」を作ろう	234
95	プランクトンを見よう！	234
96	DNAストラップ	123
97	スイーツキャンドルをつくろう！	12
98	万華鏡とカリンバなど	1234
99	レゴブロックでランドヨットレース	123
100	ゴム風船のサッカーボール	234
101	中止	
102	東大生によるサイエンスショー ECO CITY －きみも考えよう 地球の未来	34
103	だまし絵ミュージアム （ミニ・エクスプロ）	124
104	科・学・の・遊・び （ミニ・エクスプロ）	124
105	不思議な暗室 （ミニ・エクスプロ）	124
106	100円おもちゃとサイエンス （ミニ・エクスプロ）	124
107	幾何的万華鏡と偏光板アート	4
108	3角形が包む多面体の世界	23
109	ケナフの紙づくりとデザインと紙芝居	1234
110	環境植物ケナフの紙づくりと粘土遊び	1234
111	すうがく ア・ラ・カ・ル・ト ～立体紙パズル～	1234
112	様々な音を聞いたり作ったりしてみよう	1234
113	声のできるしくみ	1234
114	社会教育委員の会議・身近な不思議	1234
115	ことばの力、生きぬく力 －大人も子どもも楽しめる本の紹介－	1234
116	白黒円盤を回してどんな色が見える？	1234
117	革で創ろう ～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」～	2
118	クラクションホーンを作って吹こう	1234
119	薬剤入りケナフの紙すき	23
120	小中学生向け特別講演会：ミクロの面白生物"ケイソウ"	234
	C棟	
121	科学アートの積み木ひろば	1234
122	実施本部	

*対象　1: 幼児(保護者同伴)・小学校低学年、2: 小学校高学年、3:中・高校生、4:一般

【革育ブース】革で創ろう～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」
ブース場所：No.117　北講義棟（N棟）4F

ブース来場者数　約1,500人（公式発表データ：ブース数120／総来場者数7,330人）

会場に使われた講義棟前は、
笑顔でいっぱいの人が行きかっていました。

ブースは大盛況！
大勢の方に参加してもらいました。

【革育ブース】革で創ろう～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」
ブース場所：No.117　北講義棟（N棟）4F

革のオリジナルストラップ制作ワークショップ　参加人数：120名

協力：レザークラフト フェニックス　村木委員
アシスタント協力：アトリエ・アミーチ　片野一恵様、スタッフ2名
中学生ボランティア　2名もアシスタントとして協力

整理券はあっという間になくなり、
参加できない方もいらっしゃったのが、残念でした。

【革育ブース】革で創ろう～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」
ブース場所：No.117　北講義棟（N棟）4F

クイズに答えてプレゼント　プレゼント準備数：500個

配布したリーフレット『革ってなんだろう？』の中に答えが・・・
革のことを考えるきっかけづくりができました。

プレゼント商品 ①
動物革細工

ふくろうとうりぼうが選べます。
協力：兵庫県たつの市

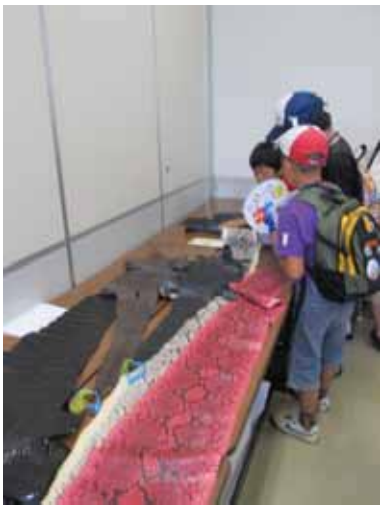
プレゼント商品 ②
革のブレスレット

協力：アトリエ・アミーチ

【革育ブース】革で創ろう～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」
ブース場所：No.117　北講義棟（N棟）4F

革の展示（牛やブタ、爬虫類などをそのままの原型で展示）

原型の革の展示では、ものめずらしいのか
みんな興味津々でした。



【革育ブース】革で創ろう～「革」と「僕ら」と「ちょっとの空想」
ブース場所：No.117　北講義棟（N棟）4F

革の製品展示

革の可塑性を説明するもの
使いやすく、誰でも作れる小銭いれ
おしゃれなコースター
・
・
・
こんなものを作ってみたい！という声も多く聞かれました。

■ 参加にあたって

会場となったブースの大きさにもよりますが、ワークショップ参加希望者を受け入れきれなかったのが残念でした。オリジナルのストラップづくりなので、色やパーツを選ぶのにも少々時間がかかりました。
多くの人に革を知ってもらうためのリーフレット『革ってなんだろう？』は非常に好評で、配布した方はその場で熱心に読んでいました。リーフレットの中にクイズの答えがあるという方法もよかったようです。
通常「展示品」は触れてはいけないものが多く、「触っていいよ！」と声をかけると外からも興味を持って入ってくる子が多くいました。
特に爬虫類は、初めは気持ち悪がっていたものの、しっかりと触れてその感触を確かめていました。

「革」について考える機会がほとんどない参加者でしたが、家や買い物などの時、自分の身の回りにある革について少しでも目を向けてくれるようになってくれる方が増えたのではないか、と思います。
まさに、『革 育』事業の第一歩となるイベントになりました。

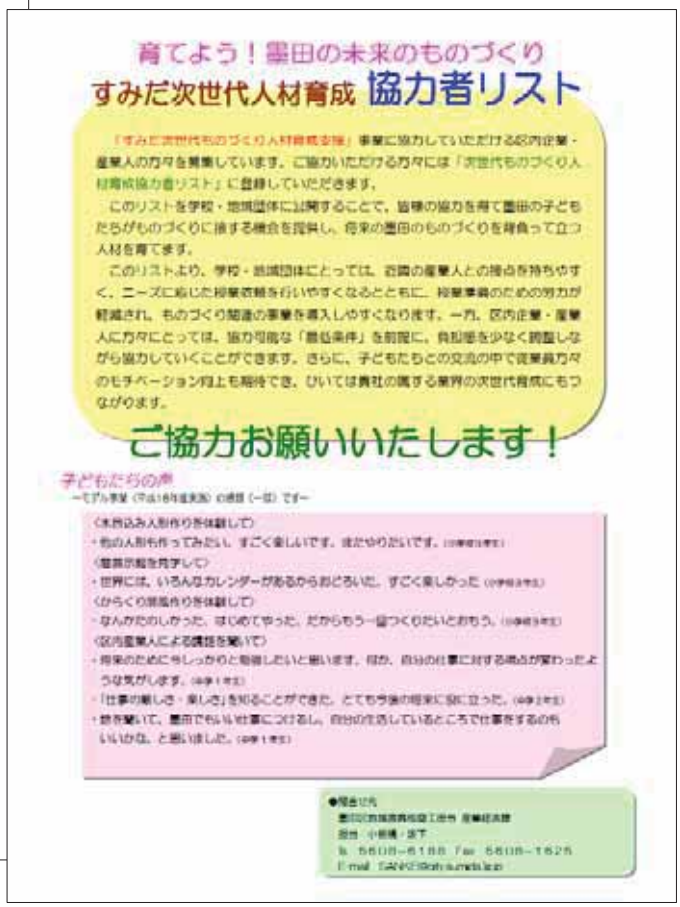
■ 改善点・反省点

ワークショップについては、どんなものを作るのか、サポートをしてくれる人数は？もう少し短時間に作れるものにするのか、待っている時間でできることを進められないか。次回は、300人程度の参加ができるような企画を考えなければいけない。

展示の方法を再検討。エコレザーについても触れつつ、「家畜→肉→皮→革→材料→製品」といった流れをみせられるような形をつくる必要がある。

自分でつくったストラップを持ち帰る時、素晴らしい笑顔でいっぱいでした。

墨田区立吾嬬第二中学校　産業授業見学
見学先：吾嬬第二中学校（理科室）
時間：3時限～4時限
学年：1年生1クラス　約30名
日時：9月27日(火) 10：55～12：45
授業内容：「革を使ったものづくり」
墨田区の「次世代ものづくり人材育成」支援の中で、墨田区の地場産業「革」を取り入れた授業を総合学習としている



墨田の中学校でものづくり授業

140人が革加工体験

墨田区立吾嬬第二中学校（八広4、菊田寛校長）で28日、地元の地場産業の革加工を体験する「ものづくり体験授業」があった。

1年生の4クラス約140人が参加した。講師の片野一恵さんから「どなたか贈る人物を思い浮かべながら気持ちを入れて製作にあたってください」と指導を受けながら牛革を使ったポーチを製作した＝写真。

この取り組みは小中学生にものづくりに興味をもってもらうことを目的に08年度に始まり、今回が4回目。参加した生徒が製作した革ポーチは10月29日の学校の文化祭で展示する予定。【遠山和彦】

東京港	
日出	5:35
日入	17:26
月出	9:51
月入	19:58
満潮	7:36
	18:36
干潮	0:57
	13:09
中潮	

■　参加にあたって

学校授業の一環として、モノづくりを取り上げているのが非常に興味深く、今後『革 育』が学校へ参入していくための情報・知識を得る上で、効果的な見学会となりました。
こども達に伝えるための言葉使い、興味を持たせるためのしかけ、一連の流れが完成されてる授業は素晴らしいものでした。

■　改善点・反省点

『革 育』の中心的な位置づけとなるワークショップ、学校参入のための授業キット作成にあたり、この授業を参考させてもらいたいと参加者のほとんどが感じる内容だった。
今後、どのような形で『革 育』のコンテンツ作りに取り入れていくかを検討をしていく。

制作総数：15,000部

2011「青少年のための科学の祭典」：2,000部
その他、JLIA会員団体・企業の実施するイベントにて配布
- 工場見学
- 地域イベント
- 学校関連
- ワークショップ

2012年1月在庫終了

■ 『革ってなんだろう？』

こども達に革について説明をするリーフレットとして作成しましたが、大人にとってもこのリーフレットが革を知るきっかけづくりになったようです。
今後、革の歴史や生産の流れ、もう少し詳しい皮革業界の説明などのリーフレットや小冊子が必要となってくると思いますが、『革ってなんだろう？』は、革育の原点をまとめているものとして、配布を続けていくことになるでしょう。

こども達の興味を引く視点から作られた構成で、深く入り込まずに、わかりやすく革についてまとめました。特に「革」と「皮」の違いは、子どもだけでなく、一般消費者でもある大人にも納得されています。子どもを持つ親へのPRツールとしても有効的でしょう。

表面

まわりの革をさがしてみよう

革は、みんなのまわりにたくさんあるよ。いくつみつかるかな？　どんなものに使われているかな？　やわらかいかな、かたいかな？　みんな、じょうぶで長持ちするものばかりだね。

革のとくちょう

可塑性・かそせい

革は、ガラスやゴムとちがい、水でぬらしておくと、その形のままかたまります。このように、力をくわえて形をかえたあとに、力を取りさってもそのままの形でいることを可塑性といいます。革でものを作るときにべんりなとくちょうです。

剛性・ごうせい

曲げたりねじったりする力をくわえても、形がかわりにくいことを剛性といいます。革は、この剛性に、もとの形にもどろうとするせいしつがくわわって、美しい形のままでいることができます。

透湿性・とうしつせい

空気をとおすことを通気性、水分をためないことを透湿性といいます。革は、布より通気性は少なく、透湿性が高いので、冬でもあたたかい上着やくつなどに使われています。

社団法人 日本皮革産業連合会（皮産連）
東京都台東区駒形1-12-13 皮革健保会館7F 〒111-0043
tel. 03-3847-1451 fax. 03-3847-1510
http://www.jlia.or.jp
http://www.facebook.com/jlia.or.jp
http://twitter.com/JLIAtweet

革ってなんだろう？

どっち？ 革と皮

「革」と「皮」は、どちらも「かわ」です。
みんなのからだの表面は皮（皮フとも呼ぶね）で、ぼくじょうにいる牛の表面も皮で、バナナの外がわも皮です。でも、ランドセルの外がわは革です。
なにがちがうのかな？

「皮」はそのままでは、すぐにかたくなってしまったり、くさってしまったりします。そこで、ていねいに水であらってから、くすりをつかってやわらかくして、くさらない「革」にします。ここで、「皮」は「革」となって生まれかわるのです。

裏面

革ってなあに?

何千年もまえの原始時代のことです。
人間は木の実をとったり、動物やさかなをつかまえてくらしていました。お肉を食べたあとのほねも皮もたいせつな道具としてつかわれました。皮と人間はとてもながいつきあいです。

人間は服をきています。そのおかげで、寒いばしょに行ったり、ころんでもスリキズができにくかったりします。でも、動物は寒いばしょでも服をきていませんし、ころんでもへいきな顔をしています。

だから、原始時代の人たちは動物の皮を服やくつなどにりようして、からだを守りました。

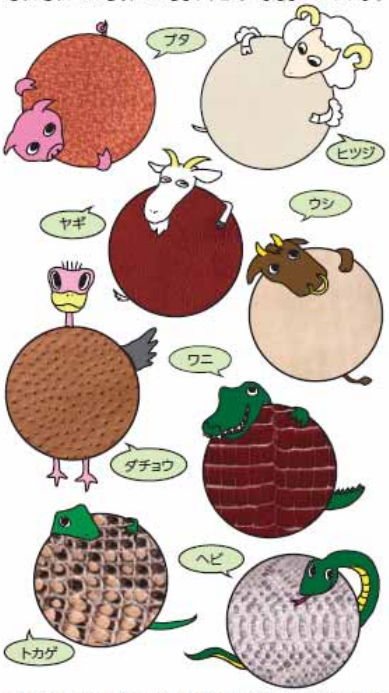
革ができるまで

わたしたちも原始時代の人とおなじように、お肉を食べています。そのお肉にもじょうぶな皮がついていました。その皮をたいせつに利用して、くつやカバンなど、わたしたちのまわりにあるものをつくります。

まず、「皮」をていねいに水で洗ってから、くすりをつかってかわかします。そうしてできた「革」のやわらかさや大きさ、色などのとくちょうに合わせてものを作っていきます。丈夫で長持ちするくつやカバンを作るには、たくさんの人たちが、たくさんのおしごとをしています。

わかるかな?革のちがい

くつやカバンなどには、いろいろな革がつかわれています。動物は、ブタ・ヒツジ・ヤギ・ウシ・ダチョウ。爬虫類は、ワニ・トカゲ・ヘビ。
それぞれちがう、「もよう」や「とくちょう」があります。



※爬虫類のなかには、ワシントン条約に基づく「種の保存法(絶滅のおそれのある野生動植物の種の保存に関する法律)」の制定により、保護され、捕獲できない動物があります。

2011年度 実施内容

Ⅳ.『革 育』の企画・開発　－今後の企画－

2011年度『革 育』事業の中で作成されたロードマップの内容に沿って、どのようなコンテンツをどのような時期に実施するのかが、次年度以降の課題となります。

はじめにも書いていますが、この事業は短期に達成するものではなく、長期的な地道な活動を行い、さらにまた長い月日を経た後に結果がみえる事業です。
初年度に設定した目標を基盤として、繰り返し見直しを行い、時代にあったプロモーションを行っていく必要があります。

次年度以降、検討し新しい試みを続けていきたいと考えます。

2012年度以降検討予定の企画

- 体験旅行への参入
- ワークショップ・工場見学などの支援について
  - ウェブサイトを通してマッチングシステムの開始
  - 順次、謝礼などのシステムを追加していく
- 印刷物
- コンクールの開催
- 学校授業参入
- デジタル教材・ゲーム関連参入

2011年9月簡易サイトオープン　< http://kawaiku.jlia.or.jp/ >

レザーキッズJAPAN今後の展開プラン

ニュース／活動報告

『革 育』について

- ■ 『革 育』の事業目的
- ■ 『革 育』の概要説明
- ■ 活動報告
- ■ 印刷物紹介（デジタル化）

紹　介

- ■ ワークショップ
- ■ 工場見学
- ■ レザークラフトショップ
- □ ワークショップマッチングシステム

子ども向けページ

● 小学生用
- ■ 革ってなんだろう？
- ■ 革のれきし
- ■ 革のおしごと

● 中学生用
- ■ 革の職業
- ■ 革情報へのリンク（調べ学習用）
- ■ 革検定クイズ

● 夏休み自由研究
- ■ 革で絵をかいてみよう（革の貼り絵）
- ■ 革ひもオリジナル小物をつくってみよう
- □ コンクール募集

大人向けページ

● 保護者用
- ■ 革のアレルギーについて

● 学校教諭用
- ■ 課外授業・出前授業
- ■ 自由研究教材のご紹介
- ■ 革育を利用した授業事例
- ■ 貸出教材

2011年度『革 育』事業考査と今後の展開

計4回にわたり開催された「革育実行委員会」では、時には相反する意見も出ましたが、闊達なご議論とそれぞれの意見交換を経て『革 育』事業ロードマップを確定できたことは、委員のみなさまが真剣に取り組んでくださったことのあらわれと感じました。また、JLIAの他の事業とのすみわけをきちんと考慮し、即効性を求めるのではなく、長いスパンで地道に行う事業であるという方向性も、『革 育』事業の存在意義として非常に意味のある結論であったと思います。

また、実際に皮革を触れてもらうことの重要さは、2011「青少年のための科学の祭典」東京大会in小金井における『革 育』ワークショップの出展、そして、墨田区立吾嬬第二中学校における「産業授業見学」を通して実感することができました。ワークショップを受けるこども達の真剣な表情や、「これはなんだろう？」という純粋な興味を持って革に触れる様子には、未来の皮革業界への期待が見え隠れしていました。今後のテーマとしては、皮革を理解してもらうためのきっかけとして、いかにこども達の興味を喚起するコンテンツを企画できるか、また、それらの情報をどのようにしてできるだけたくさんのこども達に知らしめるかということをしっかりと検討していく必要があります。

情報PRについては、リーフレット配布物、簡易webサイトの構築までを今年度の成果物として作成しました。今後は、webサイトの充実はもちろん、テレビや雑誌などの比較的影響力の大きなメディア露出の工夫も視野に入れていきたいところです。

最後に、今回の『革 育』事業ロードマップによって次にやるべきことの方向性は固まりました。引き続き、次年度では具体的なアクションを実施していくことになりますが、日本の皮革のすばらしさや魅力をひとりでも多くのこども達に感じてもらい、次世代の皮革業界が活性化していくことを強く願っております。

株式会社 ムーンファクトリー
代表取締役社長　梅澤 元彦