

# 神戸タータンが結ぶ大学と地域

井上 裕之・石田原 弘

神戸松蔭女子学院大学人間科学部

Author's E-mail Address: h-inoue@shoin.ac.jp

---

## Community Contribution by the University in Kobe Tartan

INOUE Hiroyuki, ISHIDAHARA Hiroshi

Faculty of Human Sciences, Kobe Shoin Women's University

### Abstract

2017年、神戸開港150年を記念して神戸タータンがデザインされた。それに合わせて、本学科では神戸タータンを使用した衣装のデザイン、制作を開始し、ファッションショーを中心とした活動をおこなってきた。

本稿では、これまでおこなってきた神戸タータンを用いた活動を地域貢献の観点から考察していく。

まずファッションショーにおいて協働した神戸ブランドや、神戸ファッション美術館へのアンケートをおこなった。次に本学の各部署へのインタビューをおこなった。それらを基に地域貢献活動としてのファッションショーの意義、またそこに神戸タータンを使用することの有用性について考察した。その結果、神戸タータンは大学と神戸の各企業をスムーズに繋ぐパイプ役として機能していることがわかった。またそれにより、神戸タータンは本学のファッションショーへの多様な企業の参加を可能にし、一丸となった地域貢献活動に繋がっていることがわかった。

Kobe Tartan was designed in commemoration of the 150th anniversary of the Port of Kobe in 2017.

In concert with that event, our faculty started designing and producing the clothes in Kobe Tartan, and has been continuing the extracurricular activity with a focus on fashion show.

This study was made to examine the activity using Kobe Tartan from the view of community contribution.

First of all, we surveyed by the questionnaire on several firms and Kobe fashion museum which collaborated on the occasion of fashion show.

Then we did the interview investigation to major posts in university concerned in fashion show.

Therefore we examined the significance of fashion show as the community contribution activity and the availability of the usage of Kobe Tartan on that occasion.

In consequence of above questionnaire and interview, we clarify that Kobe Tartan functions as the mediator between university and firms in Kobe.

And then we find out that Kobe Tartan makes various firms possible to participate in fashion show and achieves united cooperation of Academia/Industry on the community contribution.

キーワード：ファッションショー、地域貢献、産学連携

Key Words: Fashion Show, Community Contribution, Industry-University Collaboration

## 1. 緒言

2017年、神戸開港150年を記念して神戸タータンがデザインされた。それに合わせて、本学科では神戸タータンを使用した衣装のデザイン、制作を開始し、ファッションショーを中心とした活動をおこなってきた。ここではそうした活動の概要について述べる。

### 1-1 神戸タータンとは

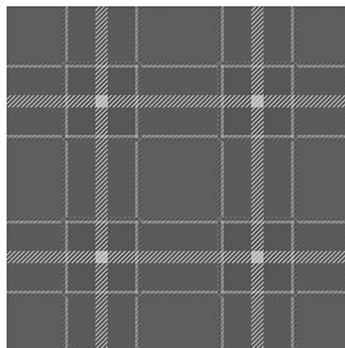
神戸タータンは、神戸市内の民間の事業者によって制定された神戸特有のチェック柄である。(図1)神戸タータンは神戸港の海の青、ポートタワーや神戸大橋の赤、市内の主要な建造物や特産の真珠の白、後ろに控える六甲山系の緑、都市のアスファルトのグレーなどを想起させる5色で構成されており、スコットランド自治政府の機関である、「スコットランドタータン登記所」にも、登録されている。また、デザイン、ロゴとも、主な分類の商標登録を取得しており、「色」や「柄」として、商標登録が認められた稀有な例としても注目されている。

神戸タータンの制定共に、神戸タータン協議会が2016年10月27日に前述の民間の事業者を主体に設立された。

設立に際して、民間や神戸市の外郭団体に所属する者が役員として、また神戸市経済観光局経済部ファッション産業課、同商業流通課と神戸商工会議所が特別委員として参画した。

これによって、活動の主体となるエンジンは民間が担い、活動を始動させるためのセルモーターや活動を推進するアクセルに行政や教育機関が携わる仕組みが出来上がった。

協議会設立後満2年を経過した2018年10月26日現在、会員の企業や団体は121に達し、展開されている神戸タータン商品も170を超えている。



KOBE TARTAN

図1 神戸タータン

## 1-2 神戸松蔭女子学院大学での取り組み

### 1-2-1 ファッションショー

ファッション・ハウジングデザイン学科では神戸タータンが正式に発表される前の、2016年から神戸タータンによる衣服制作を開始した。目的は神戸タータンの認知度向上のためである。

2016年に井上ゼミ生の共同制作として1体のドレスを制作し、大学祭での発表をおこなった。その後2017年からは学生有志による制作をおこなっている。2017年2月から3月にかけて11体、6月から7月にかけて16体を制作し、2018年3月から4月にかけて14体、6月から7月にかけて浴衣を11体制作した。本学では現在合計53体の神戸タータンによるドレスを所有している。(図2) 衣装の発表の場であるファッションショーは、神戸タータンによる衣装制作を開始した2016年度以降、学外でおこなうことが多くなった。2016年度以降学外でおこなった神戸タータンのファッションショーは以下の通りである。

- ・2016年度

- 三宮コレクションファッションショー

- ・2017年度

- 「第50回灘区民謡春祭り」

- 「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」

- 「RIC コレクションファッションショー」

- 「UMIE ファッションショー」

- 「あべのハルカス近鉄本店、マキシム販促イベントファッションショー」

- 「そごう神戸店ファッションショー」

- ・2018年度

- 「第51回灘区民謡春祭り」

- 「078 KOBE ファッションショー」

- 「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」

- 「旧居留地コレクション」

- 「神戸ファッション美術館 スコットランドからの贈りもの タータン展オープニングパーティ」

これらのファッションショーの多くは主催者側から依頼されておこなったものであり、神戸タータンへの注目度、期待度の高さが伺えた。

### 1-2-2 神戸の企業との協働

前述のファッションショーの中で、神戸タータンでアイテム製作、販売をおこなう神戸ブランド



図2 制作した衣装

の企業との協働をおこなった。

「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」では、神戸の老舗帽子店である株式会社マキシン（以下「マキシン」と略す。）の帽子、ペット用品ブランドである株式会社すとろーはうす（以下「すとろーはうす」と略す。）の犬用スリングをコーディネートアイテムとして使用した。またこのショーでは、ユニフォームデザインを学生が手がけた、神戸の女子フットサルチーム、アルコイリスの選手がユニフォームを着用して舞台に立った。

「UMIE ファッションショー」では、マキシンの帽子（図3）、ストローハウスの犬用スリング（図4）に加え、有限会社石田洋服店のジャケット、スカーフ、バンダナ（図5）、グランマーマのお針箱のベビースタイ（図6）をコーディネートアイテムとして使用した。またこのショーは登場衣装全てに上記のアイテムを使用し、神戸企業との協働で成り立ったショーであった。

「あべのハルカス近鉄本店、マキシン販促イベントファッションショー」では、マキシンの販促イベント内でショーをおこなった。ここでは、神戸タータンの帽子だけでなく、マキシンが販売する通常商品もコーディネートアイテムとして使用した。

「第16回 KOBE Love Port みなとまつりファッションショー」では、すとろーはうすのペット用バギー、To.Pi 工房有限会社が運営する帽子工房イフティアートの帽子をコーディネートアイテムとして使用した。

「神戸ファッション美術館 スコットランドからの贈りもの タータン展オープニングパーティ」は、神戸ファッション美術館で2018年9月から11月にかけておこなわれた「スコットランドからの贈りもの タータン」展のオープニングパーティでのショーを共に企画、運営をおこなった。

このように、神戸タータンをきっかけとし、多くのショーで神戸の企業と共働をおこなった。

### 1-2-3 メディアへの露出

2016年度に神戸タータンでの衣装制作を開始した直後から、本学科のメディアへの露出は大きく増えた。2016年度に1体目の制作過程はNHK神戸の取材を受け、「ニュース KOBE 発、はじまりの港 神戸で続いた洋服作りの今」（2017年11月8日放送）で放送された。大学祭で



図3



図4



図5



図6

の発表の様子は、毎日新聞（2016年11月17日掲載）、神戸新聞（2016年11月19日掲載）、産経新聞（2016年11月25日掲載）に掲載された。2017年度以降も新聞取材を多く受けた。

テレビでの露出では上記のニュース神戸発の他、ABCテレビの「ココイロ 神戸市・開港150年～神戸をイメージしたチェック柄って?～」(2017年2月3日放送)、サンテレビの「NEWSPORT」(2017年5月30日放送)、NHKの「かんさい元気印“美”の底力スペシャル」(2018年5月25日放送)において、本学科が制作した衣装や、ファッションショーの様子が取り上げられた。

こうしたメディアへの露出は本学の知名度の向上とともに、神戸市内外における神戸タータンの知名度、認知度の向上にも繋がったと考えられる。

### 1-3 研究目的

本研究では、ここまで述べてきた活動を、地域貢献の面から考察していく。

現在では神戸市内で販売される様々な商品、また神戸マラソンや神戸まつりなどの市のイベント、商店街の装飾などに活用されている神戸タータンは市のイメージビジュアルとして定着しつつある。そうした神戸タータンで衣装を制作し、ファッションショーをおこなうことは、それだけで神戸のイメージを発信する街おこしを目的とした地域貢献活動であるといえる。

また、前述のように本学科は神戸タータンをショーの題材にすることで、多くの神戸の企業と協働することができた。これは、産学が連携して地域貢献活動をおこなったひとつのケースになりうると考えられる。

これらのことから、本研究では、地域貢献活動としてのファッションショーの意義、そこに神戸タータンを用いる有用性や、神戸タータンのようなツールのない従来のファッションショーとの違いを考察する。

### 1-4 先行研究

大学におけるファッション教育と地域貢献についてまとめられた先行研究としては、少数ではあるが以下のものが挙げられる。

伊藤ら（2003）は2002年に産官学が連携し開催されたファッションショー「GIFUを着る」について、企画段階から開催、その後の反応までをまとめている。このショーは学生が岐阜県内のアパレル企業の製品をコーディネートするファッションショーを企画、運営したものである。

見寺ら（2010）は、2005年度から開始した even art project の2009年度までの活動をまとめている。even art project は神戸芸術工科大学の教員、学生が福祉作業所や子育て支援センターなどと協力し、ファッションアイテムの制作やファッションショーの実施をおこなったものである。ここではそれぞれの事例を参照しながら、大学におけるプロジェクトが社会と連携することの重要性が述べられている。

これらの先行研究は産学官が連携したファッション教育の事例として重要であるが、どち

らの事例も連携先となる企業などとの入念な打ち合わせが必要であり、そこにかかる時間や人材は膨大なものとなる。対して本学科がおこなうファッションショーでの産学連携は、学生が神戸タータンを用いて自由に制作した衣装に、企業から提供されたアイテムを組み合わせるという至ってシンプルなものが多い。そのため、様々な所で開催されるファッションショーに柔軟に対応が可能となる。この点においては、神戸タータンというイメージビジュアルが大学と企業の間には、パイプ役のように入ることが関係していると考えられる。

## 2. 神戸タータンと地域貢献活動

現在の地方大学において、地域貢献という役割は不可欠なものである。また、地域貢献活動をおこなう上での課題として、内閣府経済社会総合研究所は「地域貢献を効果的に進める上で、大学と地域とのコーディネーション機能は重要である。また、地域内外の組織との連携・協力のためのコーディネーションのあり方も課題である。」(内閣府経済社会総合研究所、2016)と指摘している。こうした指摘に対し、神戸タータンは本学科の地域貢献活動においてひとつのコーディネーターの役割を果たしていると考えられ、神戸タータンを用いる有用性は大きい。

神戸タータンが地域貢献活動におけるコーディネーターとしての役割を果たす上で、重要となってくるのが、神戸タータン協議会の組織づくりである。神戸タータン協議会の大きな特徴は、産学官、すなわち「産」である企業、商店街などの団体、「学」である教育機関、「官」である外郭団体を含む行政が、神戸タータンと言うフラットなプラットフォームの上で有機的に繋がることである。それにより、地域貢献においても大きな効果が期待できることである。

本来、地域貢献とは、「無私」あるいは、ボランティア的、犠牲的精神が根底に流れているものであるが、神戸タータンにおいてはそれぞれが「私利私欲」のためにこれを利用することによっても、知らず知らずのうちに地域全体の活性化に貢献できるのである。神戸タータン協議会の会員企業や団体はそれぞれの利益獲得のための販売促進、PR、商品開発、販売に神戸タータンを利用する。一方、教育機関は、教育の一環として、学生募集のツールとして利用する。また、神戸市役所やその外郭団体はPRのツールとして神戸タータンを利用し、記念品に神戸タータン商品を採用する。このように頻繁に神戸タータンが産学官いずれからも露出することにより、ますますネームバリューが高まり、相乗効果が生まれ、地域の一体感が醸成される。また、産学官、とりわけ、さまざまな流通段階・業種・業態の「産」の会員企業がそれぞれの特徴を生かしながら、それぞれのメリットのために協業する姿は、地域の関心を集め、活性化に大いに貢献する。

本学科の活動の中でも、そごう神戸店でのファッションショーを例にとると、そごう神戸店は、自らの販売する神戸タータン商品の宣伝のためにイベントを開催するのであるが、大学と連携することにより、商業主義一辺倒でない文化的、教育的側面をアピールすることができる。また、学生の友人、家族、OGなどの集客による賑わい創出などの側面も期待できる。

一方、本学にとっても、教育活動の成果を学内のみならず学外においてもアピールできる絶好のチャンスであり、ひいては学生募集における大きな力となる。学生にとってもキャリ

アアップのため、社会人基礎力の向上の絶好の機会となる。双方にとって、経費的なメリットも十分にある活動となる。そして産学、産官などの活動が市内各所で行われることによって、地域の活性化につなげることができる。

このように神戸タータンをコーディネーターとして大学と企業、または行政の間に入れることによって、互いの立場からの地域貢献を円滑におこなうことができ、また双方に有益な結果をもたらすことが期待できる。

### 3. 研究方法

本研究では、地域貢献活動としてのファッションショーの意義、そこに神戸タータンを用いる有用性を明らかにするため、以下の調査を実施した。

#### 3-1 調査方法

本学科のファッションショーの地域貢献活動、また産学連携活動としての意義を評価、考察するため、これまで協働をおこなった神戸の企業に対し、アンケート調査をおこなった。

また、本学内での神戸タータンを用いた活動に対する評価として、各部署にインタビュー調査をおこなった。

#### 3-2 調査対象

外部評価としてのアンケート調査は、これまで複数回協働をおこなった企業と共にショーの企画、運営をおこなった神戸ファッション美術館に対しておこなった。

##### ・アンケート調査対象

マキシン、回答者：加登考義、回答日：2018年12月5日

すとりーはうす、回答者：藤藪慎次、回答日：2018年12月7日

神戸ファッション美術館、回答者：佐藤愛、回答日：2018年12月5日

内部評価としてのインタビューは、本学全体の代表としての待田昌二学長、これまで本学科のファッションショーに関わった企画課、神戸タータンを用いたアイテム制作などを積極的におこなっている入試・広報課に対しておこなった。

##### ・インタビュー対象者

学長：待田昌二、実施日：2018年12月7日、所要時間：20分

企画課：緋田吉也、実施日：2018年11月30日、所要時間：30分

入試・広報課：山科まゆ、実施日：2018年11月30日、所要時間：30分

#### 3-3 調査内容

アンケート調査は以下の項目に対して、自由記述式で回答を求めた。また、神戸ファッション美術館については、協働の仕方が異なるため、別途項目を設定した。

アンケート項目（企業）

1. ご協力頂いたファッションショーについて、よかった点、改善が必要な点などを教えてく

ださい。

2. ファッションショーご協力後の社内、社外含む周囲の反応について教えてください。
  3. 地域への貢献という観点から、神戸タータンを軸とした本学との産学連携に取り組む意義を教えてください。
  4. 今後の産学連携において本学に求める役割など、ご意見がありましたら教えてください。
- ・アンケート項目（神戸ファッション美術館）

1. タータン展開会式でのファッションショーについて、よかった点、改善が必要な点などを教えてください。
2. ファッションショーに関する社内、社外含む周囲の反応について教えてください。
3. ファッションショーなど、今後の協働において本学に求める役割など、ご意見がありましたら教えてください。

インタビュー調査は以下の項目を設定したが、項目に捉われすぎず、可能な限り自由な回答を得られるよう心がけた。

・インタビュー項目

1. 部署内における本学科の神戸タータンに関する活動への評価
2. 活動開始後の成果として評価できる点
3. 大学として神戸タータンの使用に関するメリットについて（地域貢献）
4. 今後の本学科の神戸タータンに関する活動に期待すること

## 4. 結果と考察

### 4-1 調査結果

3-3 で述べたアンケート、インタビューの結果は下記の通りである。今回は調査対象とした人数が少なかったため、各項目における回答からキーワードを抽出し、それに沿って整理する。またインタビューに関しては、前述のように項目に捉われすぎず、可能な限り自由な回答を得られるよう心がけたため、インタビュー全体からキーワードを抽出した。

#### 4-1-1 アンケート結果（企業）

1. ご協力頂いたファッションショーについて、よかった点、改善が必要な点などを教えてください。

○PR 効果

今回のショーに参加させていただき商品の問い合わせはもちろん、帽子の魅せ方や外部へ発信していくことの重要性を改めて感じる機会でもありました。実際にショーをご覧になられた方が店舗に足を運んでくださるケースもあり、神戸タータンの商品を扱っております LOFT 様や期間限定で展開させていただいた百貨店様には少なからず、影響があったと思われます。（マキシン）

○学生の姿勢

毎回しっかりとした構成とプロのモデルさんかと思うほどランウェイを堂々と歩く学生の



皆様の姿が非常に印象的で、見ているお客様を楽しませてくれる素晴らしいショーだったと記憶しております。(マキシン)

学生みなさんが笑顔で協力しあっている姿が好印象でした。(すとろーはうす)

#### ○改善点

神戸タータンが普段着としても着こなせるようなおしゃれなデザインにも今後期待したいです。(すとろーはうす)

2. ファッションショーご協力後の社内、社外含む周囲の反応について教えてください。

#### ○PR 効果の実感

近隣のそごう神戸店様や大丸神戸店様でもお問い合わせがあったと伺っております。あべのハルカス近鉄本店にてショーの際、近鉄百貨店様から「近鉄百貨店があべのハルカスとしてリニューアルオープン以来、最も人が多く集まったイベントだった」と大変喜んでいただきました。(マキシン)

3. 地域への貢献という観点から、神戸タータンを軸とした本学との産学連携に取り組む意義を教えてください。

#### ○PR 効果

『神戸タータン』というキーワードから『神戸開港 150 周年』等、様々なワードへと繋がっていき、さらには貴校のファッションショーの存在も知っていただくことで、貴校や弊社の知名度にも大きく影響していくと考えられます。(マキシン)

#### ○人材の育成

社会で活躍する人材を育成する意義もあるかと思います。

産学連携の中で得た経験や知識を持った貴重な学生が増えることで、それぞれが地域のみならず、社会で活躍することは大きな貢献になるのではないかと考えます。(マキシン)

学生のうちに、開発・制作・展示・販売など、ものづくりに対して興味をもっていただき、勉強・経験を積んで社会人に近い学生生活をおくっていただけると卒業後もスムーズにスピーディに社会人として活躍できると思います。(すとろーはうす)

4. 今後の産学連携において本学に求める役割など、ご意見がありましたら教えてください。

#### ○商品などの提案

今後も企業と大学の連携は新たなモノを生み出すという観点で大変重要であると考えます。

また、地域貢献という観点からも互いに神戸の大学、神戸の企業ですので、神戸のために引き続きご協力させていただければと考えております。(マキシン)

#### ○人材の育成

職は実践が一番手っ取り早く覚えると思うので、インターンなども積極的に参加していただきたいです。自分のアイデアが売れる喜びを感じていただきたいです。(すとろーはうす)

### 4-1-2 アンケート結果（神戸ファッション美術館）

1. タータン展開会式でのファッションショーについて、よかった点、改善が必要な点などを教えてください。

#### ○ファッションショーに対する評価

神戸タータン、そしてミントタータンを使って制作されたドレス、衣裳の数々は、オリジナルのデザインで、かつ学生さんお手製であることに、高い価値があると思います。手作りであるため、それぞれ体にフィットして似合っており、デザインもエレガントなものあり、ラブリーなものありで、ファッションショーとしてもたいへん楽しめる演出・構成でした。

#### ○改善点

改善すべき点を申し上げるとしたら、それぞれの衣裳の制作のポイントや、衣裳としての魅力（たとえば神戸タータンをバイアスに使うことで軽やかさを訴求など）を解説などに盛り込まれると、いっそう分かりやすいものなるのではないかと思います。

2. ファッションショーに関する社内、社外含む周囲の反応について教えてください。

#### ○学生の姿勢

ファッションショーも何度も経験なさっているだけあり、モデルの学生さんも、司会の方もとても落ち着いて手慣れた演出・進行でした。

3. ファッションショーなど、今後の協働において本学に求める役割など、ご意見がありましたら教えてください。

#### ○商品などの提案

女子大学生ならではの視点で、当館の魅力の発信・発信や、「インスタ映えポイント」やオリジナルグッズ開発への提案も期待しています。

### 4-1-3 インタビュー結果

#### ○PR 効果

神戸タータンを使用するようになって、外部からファッションショーの依頼が増えたことは、評価できる点。今までは大学祭でのファッションショーが大きなイベントであったが、それに負けない規模のイベント、集客が望めるショーが増えた。これは自分たちだけでPRしても参加できるものではないので、神戸タータンをひとつのきっかけに活動が広がっていったのは大きい。（企画課）

メディアの露出に関しては、神戸タータンを使用する以前とは比べると明らかに増えている。それはひとつの成果として評価できる（企画課）

マスコミ等でも取り上げられて、三ノ宮コレクションなど神戸の中心的なイベントで露出していることは、大学としても嬉しいこと。（学長）

他大学の先生方など学外の教育機関、団体、企業の方に、本学を認知してもらい、学生が頑張っている姿をみていただけることは嬉しいこと。（学長）

#### ○大学と神戸タータンを繋げたイメージづくり

外部での活動が多くなり、大学案内の扉絵としても使用しているため、神戸タータンといえば松蔭というイメージを多くの方に持ってもらえたのではないかな。そうした宣伝効果は活動後の評価として挙げられる。（入試・広報課）

イベントでの来場者や、いろいろなところで会う神戸市の関係者から神戸タータンですね、

と聞かれるので、どんな活動をしているのかを説明しやすい。これまでのショーだけでは難しかったが、現在は神戸タータンという共通のイメージがあるから。松蔭と神戸タータンが結びつくようになってきている。(企画課)

#### ○一体感の創出

ファッション・ハウジングデザイン学科の神戸タータンでのファッションショーが増えたと同時に、オープンキャンパスでの取り組みなど、大学としてもイメージに神戸タータンを取り入れたため、一体感を出せたのではないかと。これまでそういった大学全体として一体感を演出できるものが無かったので、その点はよかった。(入試・広報課)

開港 150 年でデザインされた、神戸を象徴するひとつのデザインとして発表され、それを学生達が用いて活動することで、身近なデザイン、親しみをもてるデザイン、誇りを持てるデザインとして大学全体が感じられるようになった。神戸タータンの活動に参加することが、地域貢献になると同時に、大学においてひとつの求心力となっている。(学長)

#### ○人材育成

学生が社会との関わりの中で、学科の学びの経験を積んでいくということは非常に大事。ファッション・ハウジングデザイン学科の場合、神戸タータンとコラボレーションすることで社会との関わりがもてた。服をデザインし、その成果として学内で発表することと、社会、学外で自分たちのアイデアを見せていくということは意味が異なるし、より意義のあることであると言える。(学長)

## 4-2 考察

### 4-2-1 アンケート (企業)

企業へのアンケートからは、PR 効果、PR 効果の実感、学生の姿勢、イメージの付与、人材の育成、商品などの提案というキーワードを抽出した。

PR 効果については、マキシン自社製品の PR 効果を評価としてあげた。こうした評価は 2 で述べた、双方にとって、経費的なメリットも十分にある活動となる。という言葉に裏付け。ファッションショーでの協働が双方に有益に働くことは、産学連携におけるひとつの理想的な形であり、これが可能であるのも神戸タータンを用いたからである。また、すとりーはうすは現時点ではショーで使用したドッグスリングなどの製品が商品化できていないが、2019 年度から販売を予定しており、商品のショーでの披露とその後の反響に期待を寄せる回答を得ている。

多くの産学連携の場合、そのために特別に何かをつくるということが多く見られるが、本学のファッションショーの場合は、学生が課外活動として制作した衣装に、企業が商品として製作したアイテムをコーディネートしているため、ショーで見たアイテムを購入することが可能である。こうした点が、マキシンの回答にあるように、ショーの観客が、店舗を訪れる一因になっていると考えられる。

学生の姿勢に関しては、マキシン、すとりーはうすの回答から、学生がショーに取り組む姿勢へのコメントを抜粋した。本学のショーにおいては、ウォーキング、音楽、ショーの構

成など、ショーに関わる全ての要素を、学生が考案している。また、ショーの数週間前から、モデル全員でウォーキング練習をする時間を設定している。こうした学生のショーに臨む姿勢、全学年で一つのことに取り組むことで生まれる一体感が評価されたと考えられる。またこうした評価や印象は、継続した協働、産学連携に繋がると考える。

企業側からの回答として特徴的だったのは、産学連携をおこなう意義、今後本学に求める役割として、人材の育成という観点からの回答が多かった点である。このことから、企業側はこうしたショーにおける協働、産学連携の場を、学生にとっては社会経験を積む場であると捉えていることがわかった。また神戸タータン協議会、すとりーはうすの回答からは、産学連携から、インターンシップや就職へと発展させていくことを望む回答が得られた。こうした発展が可能となれば、大学で地域貢献活動をおこない、地域に関わる企業に人材を送るという理想的な活動に繋がる。

また今後の期待される活動として、商品などの提案があった。現在、神戸タータン協議会の会員により、開発・販売されている商品は、170 近くに上るが、一般的にはタータンそのものがクラシックなデザインと認識されているため、若年層の女性を対象にした商品は少ない。その中で、今後、ファッションショーでの協働だけでなく、女子大生の感性を用いた商品づくりなど、様々な地域貢献の形を探っていく。

改善点としては、普段着として神戸タータンを着用できるような衣装デザインが少ないという点があがった。やはりショーに向けて衣装制作をするため、普段着から離れてしまう場合が多いためと思われるが、今後検討していく。

#### 4-2-2 アンケート（神戸ファッション美術館）

神戸ファッション美術館については、共にショーを企画、運営した、「神戸ファッション美術館 スコットランドからの贈りもの タータン展オープニングパーティ」について回答を求めた。その結果、ファッションショーに対する評価、改善点、学生の姿勢、商品などの提案というキーワードを抽出した。

ファッションショーに対する評価は衣装デザイン、演出、構成など、概ね好評であったが、衣装の解説をショー中に入れることが改善点としてあがった。

またここでも学生のショーに対する姿勢へのコメントがあがっており、やはり産学連携の場においてはそうした点が重要視されることがわかったので、今後も重点的に取り組んでいく。

今後の本学の役割としては、2018 年度に連携協力に関する協定を結び、来年度以降ともに授業をおこなうこともあり、インスタ映えポイントやオリジナルグッズの提案があがったので、今後取り組んでいく。

#### 4-2-3 インタビュー

本学各部署へのインタビューからは、PR 効果、大学と神戸タータンを繋げたイメージづくり、一体感の創出、人材育成のキーワードを抽出した。

最も多くあがったのはPR効果についてで、学外でファッションショーをおこなうこと、またそれをメディアが取り上げることから、神戸タータンを使用する以前と比べると明らかに露出が増えた。神戸タータンに対して、そのきっかけとなった点を評価する意見が多かった。またこうした意見から、企業、大学ともに本学科のファッションショーに対してPR効果を認めていることがわかった。

大学と神戸タータンを繋げたイメージづくりでは、学外でファッションショーをおこなうことで、本学と神戸タータンを関連づけてイメージする人が増えていることがわかった。これは2016年度から継続して取り組んできた成果といえる。

一体感の創出としては、本学科のファッションショーだけではなく、大学全体として神戸タータンの活動に取り組み、学長のコメントにあるように、「身近なデザイン、親しみをもてるデザイン、誇りを持てるデザインとして大学全体が感じれる」ものとなっていることがわかった。これまでファッションショー以外では、紙袋、オープンキャンパス用のノベルティ、Tシャツ、調理実習用エプロンなどに神戸タータンを用いているが、神戸タータンという思い入れのあるデザインを用いることが、神戸をアピールする地域貢献活動に繋がるというよい流れを生んでいる。

最後に大学としても重要な観点である人材の育成であるが、現在継続して学外でのファッションショーをおこなうことで、学生にとって社会との関わりの中で経験を積み、日頃の学習の成果を、学外で発表する機会を提供できている。学長のコメントからも、そうした点に対する評価が伺える。そのきっかけとなったのは神戸タータンであり、神戸タータンが本学にもたらしたものは大きい。

## 5. 結論

ここまで考察してきたように、本学科がこれまでおこなってきた学外でのファッションショーを地域貢献という観点からみたととき、神戸タータンが果たした役割は大きい。

学外でのファッションショーは、神戸タータンを用いずとも、イベントがおこなわれる地域に賑わいをこれまでも生んできた。しかし、そこに神戸タータンを用いることで、様々な地域貢献の意味合いを加えることができる。神戸タータンによる衣装制作、ファッションショーは、それ自体神戸のイメージを発信するツールとなり、地域貢献としての意味合いは増す。また同時に、本学のPR効果も十分に期待できるものになった。

さらに、そのファッションショーにおいて、各企業の神戸タータンアイテムをコーディネーターに組み込むことで、企業のPRを可能にする。企業側も神戸タータンアイテムを用いることで、ファッションショーを通じた地域貢献活動をおこなうことができる。またこうした点は灘区民謡春まつりで協働した灘区役所のような行政も例外ではなく、産官学が一丸となって地域貢献活動に取り組むことを神戸タータンは実現している。

神戸タータンの掲げるコンセプトのひとつに「アイテム、地域（神戸市内の）を超えた共通言語」があり、神戸タータンと言うプラットフォームの上で、産学が同等な立場で連携ができることを狙っている。産に対して商品の貸し出しの依頼や、逆に学に対して商品のPR

の依頼など「お願いベース」ではなく、あくまでも、両者が街おこしのツールとしての神戸タータンの普及という共通の目的があるため、損得勘定のない連携が神戸タータンの使用により可能となる。本学のファッションショーはこのコンセプトを実践しており、神戸タータン協議会も産学の取り組みの象徴的かつ典型的な事例として扱っている。

またこうした活動において特別な準備や、入念な打ち合わせを必要としない点が、神戸タータンを用いたファッションショーと、これまでの地域貢献活動を目的としたファッションショーとの違いである。ファッションショーでは、本学科が課外活動として制作した衣装に、企業側が商品として製作したアイテムをコーディネートとして組み合わせるだけである。神戸タータンは、こうしたスムーズな産学連携を可能とするパイプ役として機能している。

以上の点が本学科のファッションショーに神戸タータンを用いる有用性であり、地域貢献活動としての意義である。

今後は、アンケート、インタビュー調査であがった改善点や本学科に期待する役割を課題として検討し、より発展させた活動へと繋げていく。

## 図版出典

図1 「神戸タータン」神戸タータン協議会ホームページ、<https://www.kobetartan.jp/design/>、最終アクセス日 2018 年 12 月 9 日

## 文献

伊藤陽子、平真由美、久保村里正「岐阜地域に於けるアパレル産業の活性化と大学の地域貢献 ファッションショー「GIFUを着る」の実践を通して」(岐阜市立短期大学研究紀要 第 52 輯、2003、pp.185-201)

内閣府経済社会総合研究所「大学等の知と人材を活用した持続可能な地方の創生に関する研究会報告書」(研究会報告書等 No.74、2016、[http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou074/hou74\\_06.pdf](http://www.esri.go.jp/jp/prj/hou/hou074/hou74_06.pdf)、最終アクセス日 2018 年 12 月 9 日)

見寺貞子、かわいひろゆき、谷口文保、柊伸江、韓先林「even art project を通した社会連携と教育的効果の研究—5 年の活動を通じて—」(神戸芸術工科大学紀要『芸術工学 2010』、2010、[https://kobe-du.repo.nii.ac.jp/?action=pages\\_view\\_main&active\\_action=repository\\_view\\_main\\_item\\_detail&item\\_id=89&item\\_no=1&page\\_id=13&block\\_id=30](https://kobe-du.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=89&item_no=1&page_id=13&block_id=30)、最終アクセス日 2018 年 12 月 9 日)

(受付日 : 2018. 12. 10)