

インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) カナガワダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) ユキモトゼミナール
神奈川大学	経営学部	行本ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名 (フリガナ)	代表者名 (フリガナ)	チーム人数 (代表者含む)	PPT 動画 (有・無)
フリガナ) チームデントウ	フリガナ) イシカワ ハルカ	3	無
TEAM DENTO	石川 遥		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)
レーザーポインター

研究テーマ (発表タイトル)
私たちの日常に伝統を

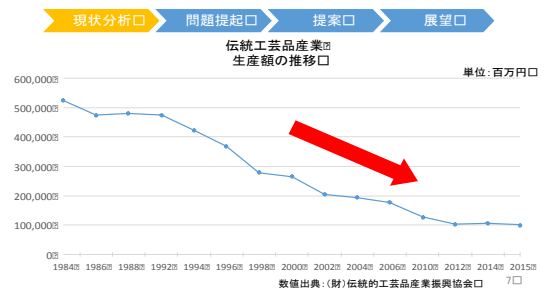
※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

私たちチーム伝統は、日常から減りつつある伝統工芸品に再びスポットライトを当て、生活で取り入れていきたいという思いがある。伝統工芸品を日常に浸透させ、活躍する場所を増やすことで伝統工芸品の良さを改めて知ってもらうことによって、我々日本人にとって大切な文化を消失させることなく、後世に残していくことを私たちの目的とし、それを果たすために活動し、研究成果発表を行う。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

一般的に『長年（100年以上）に渡り受け継がれている技術や技法を用いて作られた工芸品』というのが伝統工芸品の定義となっている。つまり伝統工芸品は昔から生活していく上で必要な日用品として受け継がれてきたものなのだ。しかしこれらの伝統工芸品産業は1984年には五千億円以上の生産額を叩き出しているが、バブル崩壊などの理由によって1996年には四千億円以下になり、その後持ち直すこともなく、ここ三十年間で約四千億円分の減少を見せている。このグラフによってこれだけ世の中から伝統工芸品の存在が薄れてきているということが言える。



3. 研究テーマの課題

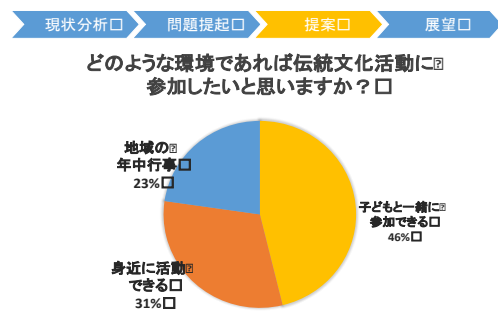
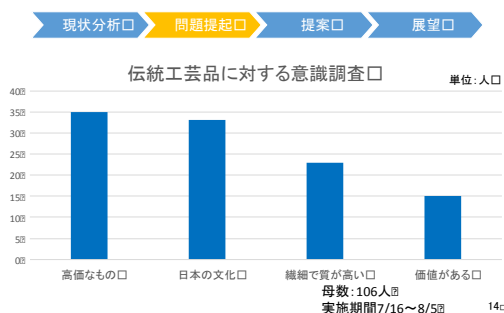
私たちのグループの三人は、伝統という言葉に対して特別強い意識を持ち合わせており、伝統工芸品を含めた伝統文化を残していきたいという思いがあるが、実際のところ見かけるものや文化が薄れてきたと感じることが多かった。調べてみると『生活様式との不一致』や『担い手の不足』、また『お金を生み出せない』という三つが社会問題となっており、それらはそれぞれに関係性があるのではないかと考えた。私たちはその関係性を踏まえた上で、生活様式との不一致が一番の問題なのではないかと考え、それによって伝統工芸品を高価で手の届かないものとして扱われているのではないかと仮定し、その考え方を変えていくことで生活の中に根付いていくのではないかと考えた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちは伝統工芸品を認知し、さらにそれを深めてもらうために製作に関わってもらうことが使ってもらうために必要なのではないかと考えた。また、足を運びやすい環境にあることを絶対条件としたため、製作の場をショッピングモールに設置し、また親子での参加とした。これはターゲットが伝統工芸品に興味を持ち始め、購入に至る可能性が高いと言われる、お母さんお父さん世代の30代40代の男女となっており、彼らは子供と一緒にであれば参加したいという意欲が資料から見られたからである。ここで親世代には生活で伝統工芸品は使えるというのを認知してもらい、子どもたちには伝統工芸品とはこんなものだということを認知してもらえよう、現代の生活様式と一致したものを作ってもらいたいと考えている。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

神奈川大学のオープンキャンパスに来た高校生とその父兄106人を対象に伝統工芸品についてのアンケート調査を行った。ここでは伝統工芸品に対する意識調査として伝統工芸品に対してどのようなイメージを持っているのかを質問項目とした。アンケートの結果、伝統工芸品に対するイメージとして最も多いのは『高価なもの』、次いで『日本の文化』、『繊細で質が高い』、『価値がある』というような回答であった。



活動内容としては、伝統工芸品を作っている職人チームである『雑木囃子』とのメール、訪問をさせていただいた。また、一般財団法人である、伝統工芸品産業振興協会『青山スクエア』とメールと電話で話を伺うことができた。どちらも協力的であったためこれからも提案等のバックアップをしていただけないかと考えている。

6. 結果や今後の取り組み

アンケートの結果から、伝統工芸品はやはりあまり身近な存在として捉えられていないのだなということがわかり、これは伝統工芸品を世間一般がどのように捉えているかの裏付けになったと考えられる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）で述べた、『雑木囃子』や『青山スクエア』に提案をし、実現性を高めたい。また、伝統工芸品に関係のある企業等にも提案させていただき、ご協力していただける財団、企業、職人さんを検討していきたい。

7. 参考文献

「伝統工芸 青山スクエア」

<http://kougeihin.jp/association/state/> 5/26

「四季の美」

<https://shikinobi.com/traditionalcrafts-info> 6/9

「地域の伝統工芸品に愛着を もつ子どもの姿を目指した 授業の研究」

https://www.istage.ist.go.jp/article/arted1951/2008/291/2008_291_86/_pdf 6/15

「マチコミ」

<http://mail.machicomi.jp/> 9/4

「経済産業省」

http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/nichiyo-densan/ 6/23

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限り、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合は、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください