

# 西日本インカレ（合同研究会）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）リュウコクダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）マキゼミ
龍谷大学	経済学部	牧ゼミ

※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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）リセーラー	フリガナ）カワイ レイキ	4 人	無
R E S E L L E R	川合 怜希		

※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）

## 研究テーマ（発表タイトル）

インターネット販売×京都の伝統産業

※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）

現状、日本では生活の洋風化によって和のイメージが根付いている伝統産業の需要が低迷している。また海外製品の需要増加や後継者問題など様々な問題を抱えている。出荷額は年々減少傾向にあり、平成 27 年では 1,716 億円(前年比減少率 3.5%)である。従業員数もともに減少しており平成 27 年では 19,357 人(前年比減少率 5.7%)とついに 2 万人以下であり、京都の伝統産業は厳しい状況となっている。しかし、情報を発信するツールである SNS が発達し、国内のみならず国外からも京都の伝統工芸は注目を集め始めている。また、東京オリンピック、パラリンピックの開催も影響し、日本の伝統文化に注目が集まることも予想されている。私たちのチームでは今後京都の伝統産業にとって主流となるインターネットを用いた販売戦略について調査した。

### 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）

私たちのチームでは 74 品目ある京都の伝統産業の中で竹工芸産業にフォーカスを当てた。竹工芸産業の歴史は古く、縄文時代から存在する。京都の竹工芸品は平安時代より始まっており、茶道具や室内装飾品など幅広く用いられている。このように竹工芸産業は長い日本の歴史とともに歩んできた。しかし、京都の竹工芸産業は研究概要にて述べたように厳しい状況にある。特に需要の低迷により、使用する原材料、道具の発注量が低迷し、製造業者の廃業が進んでいる。このデフレスパイラルの影響

で原材料の質、価格の高騰が起きている。

### 3. 研究テーマの課題

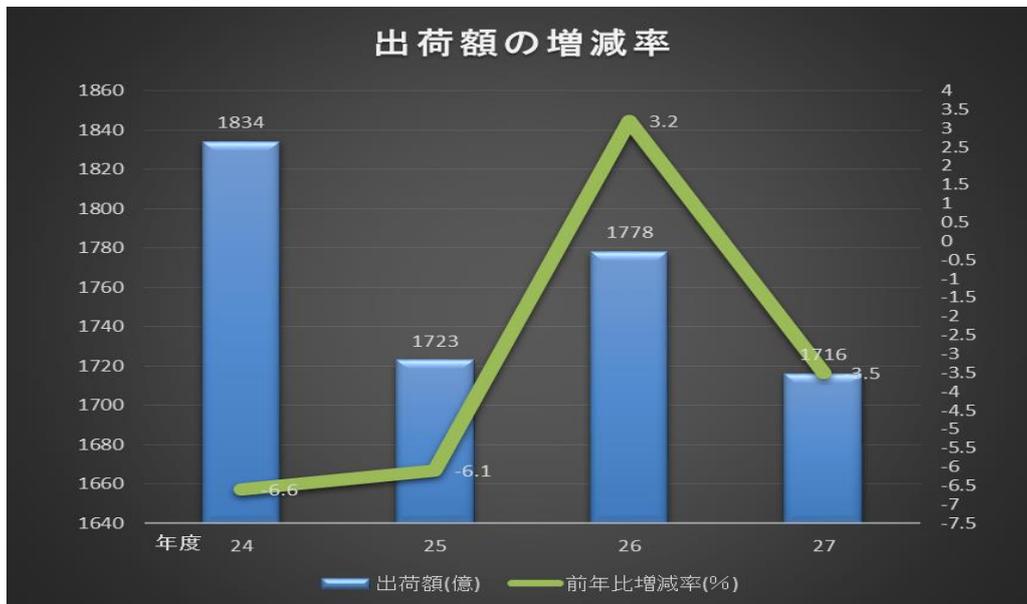
以上のことから、竹産業の出荷額は年々減少し厳しい状況下にあることが分かった。

また竹工芸産業において充実したホームページや SNS アカウントを活用している企業はとて少なく、認知度の上昇のための活動が必要不可欠である。

認知度を上昇させることにより売り上げや出荷額の増加、ひいては地域産業の発展に貢献できるのではないかと考える。

課題として竹産業を幅広い層の人々に認知してもらうための SNS 利用方法を発見することが挙げられる。

図表 3-1



図表 3-2



### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

現代において SNS やインターネット販売の影響力はかなり大きくなってきており、売り上げ上昇や新規顧客開拓において無視できない存在になってきている。そこで我々は竹産業を広く認知してもらうために SNS の使い分けが必要であると考えます。Twitter や Facebook、Instagram など主要 SNS の強みや弱みを理解し、ユーザーの年齢層や使用目的、使用時間などを考察することによって自社に最も適した SNS 利用方法を発見することができる。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは、伝統産業の中でも竹に焦点を当てて調査を行った。竹工芸産業の現状を知るための聞き取り調査と自分たちの研究

である伝統産業×ネットビジネスの活用法を調べるための訪問調査を行った。

・聞き取り調査：京都市役所、竹又 中川竹材店 京都伝統産業工芸会

・訪問調査：公長齋小菅

それと並行してネットをうまく活用して伝統産業を活性化させる方法を模索した。

## 6. 結果や今後の取り組み

現状として明確な数字を得ることはできなかったが自分たちの予想通り産業は衰退しているようだった。

その中で公長齋小菅は自分達が研究しようとしているインターネットや SNS をうまく活用して売り上げを伸ばしているようだった。

調査の中でインスタグラムがきっかけで売り上げを伸ばした伝統工芸品が見つかった。

専用の SNS を新たに開発、各産業の SNS に対する相性などを調べるのが今後の課題である。

## 7. 参考文献

事業承認と地域産業の発展—京都老舗企業の伝統と革新— 松岡憲司編 2013年3月25日 株式会社新

平成 27 年 情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査

[[http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2016/02\\_160825media\\_riyou\\_houkokusho.pdf](http://www.soumu.go.jp/iicp/chousakenkyu/data/research/survey/telecom/2016/02_160825media_riyou_houkokusho.pdf)]

2017年11月更新！ 11のソーシャルメディア最新動向データまとめ[<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30833/>]

Facebook[<https://www.facebook.com/FacebookJapan/>]

Twitter[<https://twitter.com/?lang=ja>]

Instagram[<https://www.instagram.com/?hl=ja>]

SNSを活用した集客方法[<http://contents.digitallab.jp/sns.html>]

どのSNSを導入すべき？[<https://gaiax-socialmedialab.jp/post-30406/>]

京都市情報館[<http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000217005.html>]

電通報[<https://dentsu-ho.com/articles/3747>]

インスタアンテナ[<http://insta-antenna.com/personnel-questionnaire/>]

### <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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。事務局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いたします。

※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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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）ものに限りません。ただし、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、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

---

↑ここまでを4ページ以内に収めて、提出してください↑