

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

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）ウエヤマゼミ
龍谷大学	経済学部	上山ゼミ

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）
フリガナ）	フリガナ）セオ タクミ	6人
チームフェアトレード	瀬尾 拓海	

研究テーマ（発表タイトル）

若者へのフェアトレード認知度調査と認知度上昇のための提案

1. 研究概要（目的・狙いなど）

日本は欧米、ヨーロッパ諸国に比べてフェアトレードに対する認知度、価値観が低いイメージがある。そこで、Google フォームを使って10代～20代をターゲットにしたアンケートを作成し、若者の認知度、どのような商品を購入したか、一般商品との価格差がどれほどなら購入するのか、フェアトレードをどのようにしたら広められるかを調査し、統計結果をまとめる。

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）

フェアトレードの定義とは、途上国で生産された原料や商品を適正な価格で継続的に購入することにより、途上国の生産者や労働者の生活改善と自立を目指す「貿易の仕組み」のことである。

日本は欧米、ヨーロッパに比べてマーケット・認知度とともに少なく普及されていない。理由としてまず他の商品よりも価格が高いため日常的に使うスーパーマーケットやコンビニには販売しておらずフェアトレード専門店など少ない店舗に限られてしまう事が挙げられる。日本の商品は品質が良く消費者にとって使いやすい商品が多く販売されている、一方で、フェアトレード商品はあちらの人に仕事を作ることを最優先に考えられているため、すべてが質のいいものとは限られない。また、日本は基本的にムラ社会であり途上国に限らずあまり世界のことを考えて行動することができない人が多いため普及率が低いと推測される。

3. 研究テーマの課題

日本人のフェアトレードの認知度が低いことは明らかであるので、より興味をもってもらうにはどうすればいいのか？

フェアトレードを理解していても買ったことがない人も多く、その理由の一つとしてフェアトレード商品が通常の商品よりも価格がやや高いことが挙げられる。日本人がフェアトレード商品を購入するのにどのくらいの価格なら妥当なのか？他に買わない理由としてどのようなことが挙げられるのか？

今後フェアトレードをPRしていくのにどのようにしていくべきなのか？

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

フェアトレードをより良く知ってもらう課題解決策として4つのことを提案する。

1つ目は、教科書に体裁するなど子供の教育の一環として組み込むことである。

2つ目は、大企業にPRしてもらいCMなどで宣伝することである。

続いてコンビニエンスストア等の身近なところでの取扱店舗を増やすということを提案したい。

スターバックスコーヒー・ジャパンでは毎月20日を「フェアトレードコーヒーの日」として客に生産地とのつながりを感じながらコーヒーを楽しんでいただく機会を作っている。こういった取り組みをもっと行うべきである。例えば11月11日を「ポッキーの日」としてスーパーやコンビニで大体的に宣伝し、店頭などに置かれている光景をよくみる。同じように大体的にフェアトレードを宣伝する日を作り、身近な店舗でも販売するようにしたい。

そして最後に2020年東京オリンピックをはじめ日本で行われる国際大会がたくさん行われる。日本人以外にも多くの外国人が来日するこの機会にフェアトレードの重要性を多くの人に知ってもらうことが良い解決策と考える。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

10代～20代の人をターゲットにアンケート調査を行う。フェアトレードを知っているか、どんな商品を購入したことがあるのか、フェアトレードをどのようにしたら広まると思うかについて質問を行い、集計結果をグラフ・図を使ってまとめる。

6. 結果や今後の取り組み

アンケート集計の結果162名の回答を得た。

まず、フェアトレードを知っている（理解している）人は35、8%、聞いたことはあるという人が31、5%と知っているよりも言葉を知っている人が多い結果になった。しかし、商品を購入したことがあるかという問いに対しては全体の19、1%にとどまった。つまりフェアトレードを知っていても買わない人が大半であるということが分かる。フェアトレードをどのように広めていき、購入者を増やしていくべきかについて今後の取り組みの課題といえる。

7. 参考文献

・www.starbucks.co.jp/responsibility/ethicalsourcing/store.html

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

Google フォーム

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・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）ものに限りです。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、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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。