K-3

金沢の伝統工芸品に対するイメージ

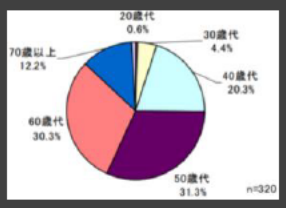
2020年度 プロジェクトデザインⅡ
2FM1[redacted]
担当教員：西田　義人先生

取り上げる問題：伝統工芸品に対するイメージ
テーマの選定理由：工芸品の知名度を上げ、後継者の増加や市場規模を大きくするため。

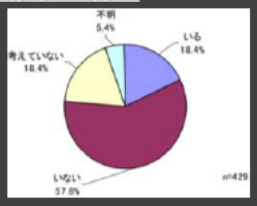
現状調査(問題)

・事業者及び従業者の現状

年齢分布



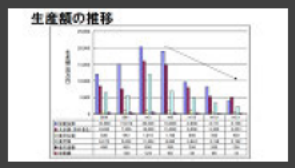
後継者の有無



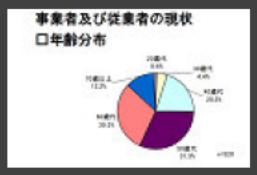
・年齢分布→20歳代と30歳代が10%切っている。
・後継者の有無→「いない」の回答率57.8%

ニーズの確認

・グラフ1から工芸品の生産額が年々減少し、市場規模の拡大が求められる。



・グラフ2から後継者がいないという事業者が約6割に達し、人材不足が深刻である。



前提条件

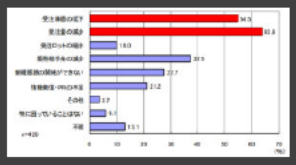
・伝統工芸品を知らない人　・学生、海外の人
・石川県内、日本
→後継者の増加、知名度向上、地元の活性化のため。

現状値と目標値

・知名度向上：月間検索数　4,928,450⇒10000000件
・後継者の増加①：従事者(30歳未満)　5.6%⇒6.0%
・後継者の増加②：従事者(h21)　7万9000⇒8万人

既存策/問題点

・売り上げ低迷
・知名度低下



なぜなぜ分析

そもそも興味を持ってもらえてない？

課題解決のアイデア

・アニメ・ドラマ・漫画などのメディアとコラボ
・工芸品の柄を利用した製品の販売
・SNSでの宣伝

創出したアイデア

興味を持ってもらうには？
効果的に広告をしたい
多くのユーザーがいて、手軽に見れる

SNSによる宣伝

・英語字幕などをつけることで、海外へのアピールができる
・若者が主に使う情報ツールであり、
SNSがきっかけで興味を持ってもらえる可能性がある。
・SNSを通して、ネタや有名人(インフルエンサー)とのコラボなどを
発信することで、伝統工芸品に関する話題性を呼ぶ可能性が十分にある。

活動のまとめ

・工芸品の知名度増加
・工芸品に対するイメージの払拭
・工芸品従事者の後継者の増加
・購入数増加による、市場規模の拡大

出典

eシラバス，「K-3_工芸のまち金沢」，p23，24，25，28.