

31H 油野 美尋 31H 坂出 船 33H 定仙 直樹
 34H 長谷川 天花 35H 林 さくら 36H 酒井 優里

■課題

輪島塗などの伝統工芸品の売上減少

■解決策

～あなたが買えば、未来はつながる～

日本人には、従来の輪島塗とは違ったものを生産し、顧客の幅を広げ売上額を増加させる
 外国人には、販売場所を変え、輪島塗へのアプローチの機会を増やす。

■現状(課題の背景)

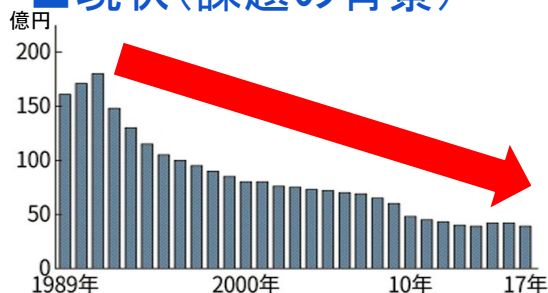


図1 輪島塗の売上額の推移(輪島市統計書)

	国名	人数	伸び率
1位	中国	9,594,300	14.5%
2位	韓国	5,584,600	-25.9%
3位	台湾	4,890,600	2.8%
4位	香港	2,290,700	3.8%

図2 日本に観光に来る外国人人数(国別)

記念品

- ・高級感があり、誰にでも好まれるデザインである
- ・5000円～30000円

■具体的内容

〈①外国人向けの輪島塗〉

- ・観光客の多い中国、台湾、香港の方を対象に売上UPを目指す
 ex) 金沢駅、兼六園周辺、ひがし茶屋街、小松空港
- ・対面販売に限らず、インターネット販売も促進させる
 ⇒外国の方が能登や石川を訪れなくても輪島塗を買えるようにする



<https://ijikanazawa.com/news/newsfile/-20180626052550.jpg>

〈②日本人向けの輪島塗〉

デザイン

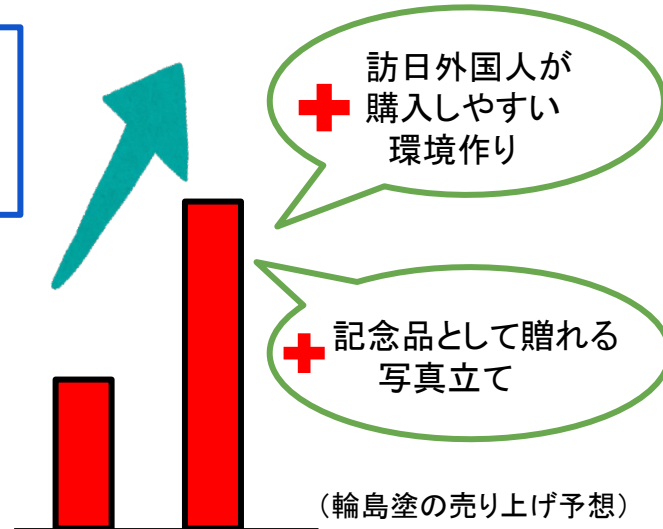
贅沢思考

- ・デザインの追求
 ⇒ブランド化され伝統的なものなので、品質は落とさずデザインを追求
 多くの労力と資金が必要なのでクラウドファンディングを実施
- ・贅沢思考
 ⇒日常生活で使うものでも、性能の良いものや高級な素材を使ったものにシフトチェンジする

そこで私達が考えたものが**写真立て**です
 様々な場面で、記念品として輪島塗の写真立てを購入してもらいます

■効果

日本人だけでなく外国人にも広めることで売上UPにつながるだけでなく、知名度が上がり、事業者数が増えることにもつながる。また、伝統工芸品が増えることで地域の活性化にも繋がり、よりよい社会形成が見込まれる。



(輪島塗の売り上げ予想)

■参考文献

PRETIMES 在日外国人アンケート調査<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000032.000017308.html>
 Global Market Surfer 北京及び東京の最高気温・降水量・降水日数・湿度<https://www.global-market-surfer.com/market/detail/96/Maximum>
oumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc134120.html#:~:text=統計データから国・地域,4-1-3