

福井の伝統工芸品である越前漆器を将来に残していく

福井県立武生高等学校

背景 身近な越前漆器の研究をしたい

↓
越前漆器の出荷額は減少傾向にある

↓
越前漆器産業を将来に残したい

↓
「売上向上」特に若い世代に買ってもらうことが重要

問い

若い世代にもっと越前漆器を買ってもらうためにはどうしたらよいか

注目した伝統工芸品衰退の2つの要因

- ・新しい流通経路開発の遅れ
- ・情報提供不足



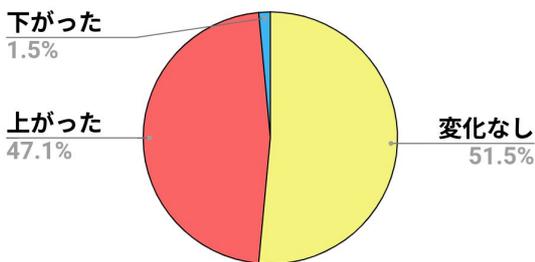
仮説

情報提供・売る場所の工夫をすれば若い世代にもっと越前漆器を買ってもらうことができる

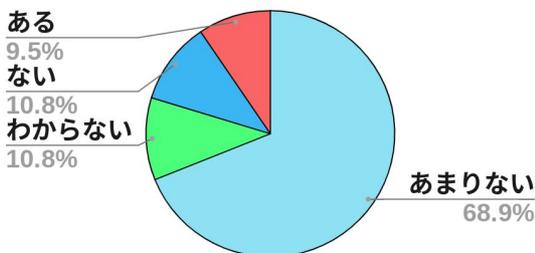
アンケート (対象:武生高校生)

1回目95名 2回目75名

越前漆器の特徴を知って、購買意欲はどのように変化しましたか？



「越前漆器」が売られているのを日常生活で見かけることはありますか



アンケートから分かったこと・考察1

・約7割の人が「越前漆器」が売られている場面を見かけないと回答

⇒見かけないからこそ越前漆器への馴染みが浅く購入のハードルが高いのでは

・越前漆器の情報・特徴を知ったあとのほうが購買意欲が上がった人は回答者の約50%

⇒情報の発信・知ってもらう、ということは若い世代にもっと買ってもらうことに繋がるのではないかと

考察2

○ここから言えること

⇒若い世代への売上を上げるには越前漆器の
情報提供・流通経路開発・市場の拡大が重要

○どうする方法で情報提供を行うのか？

△SNSなどで情報発信

→ページを開かない・見てもらえない



必ず見てもらえる・人目につく場所での情報提供

★人目につく場所はどこか？

アンケート(対象:武生高校生 75名)より

「コンビニ」へ行く頻度が高い

◎コンビニに越前漆器のコーナーを設ける
(ミニ展示・紹介・越前漆器のページのQRコード掲載等)



- ・越前漆器について知る機会が増える
- ・興味を持ってもらうきっかけになる
- ・情報提供・流通経路開発を両方行うことが可能

結論・今後の展望

若い世代にもっと越前漆器を買ってもらうためには若者の利用者が多いコンビニに「越前漆器のコーナーを設ける」などによって、まずは多くの人に越前漆器のを知ってもらうことが重要である。

今後は情報提供の方法に焦点を当て、具体的にどのような工夫をすれば越前漆器が若い世代の人の注目を集めることができるのかを研究していく。

参考文献・先行研究

渡辺洋子,「SNSを情報ツールとして使う若者たち」,NHK,2019/05/0 https://www.jstage.jst.go.jp/article/bunken/69/5/69_38/article-char/ja/ (2023/11/15)

一般社団法人日本工芸産地協会 理事・事務局長 原岡知宏,「地域サプライチェーンと小規模事業者の関係～工芸業界の場合」,中小企業庁,2018/10/12,

<https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/shingikai/syoukibokihon/2018/download/181012syoubokibokihon04.pdf> (2023/10/18)

米光 靖 九州大学大学院経済学研究院: 講師,「伝統的工芸品産業の振興についての考察: 有田焼、博多織、京都の伝統的工芸品産業全般を事例として」,Google Scholar,2006.

https://catalog.lib.kyushu-u.ac.jp/opac/download_md/10603/KJ00004858591.pdf (2014/01/17)