

主 論 文 要 旨

報告番号	甲 乙 第 号	氏 名	大崎 結
<p>主 論 文 題 名： ファッションビジネス手法の応用を通じた地場産業の事業者の意識改革 —静岡茶の事例研究を通して—</p>			
<p>(内容の要旨)</p> <p>これまで、地場産業の活性化のために行政と地域の事業者が連携し、様々な取り組みが行われてきた。</p> <p>しかし、一過性のイベント等は、市民や既存ファン向けのカンフル剤にはなっても、多額のコストがかかり、地域の事業者が主体となった日常的なマーケティング活動の工夫や活発化に繋がっていない場合が多い。</p> <p>伝統ある商品自体を変化させることが難しい地場産業において、新商品の開発やブランディングを頻繁に行わずして、商品の訴求力を高め、長く愛され続けていくことが必要になってくる。そのためには、日頃から常に愛着を持って産業を受け継いでいる事業者自身がブランディングやマーケティングコミュニケーションを意識しなければならず、その手法を示す必要がある。</p> <p>そこで本研究では、ロングセラー商品の存在やコンセプトがブレずに長く愛され続けているファッション業界のイメージ戦略の部分に焦点を当て、イメージ創り・操作方法を抽出、応用し、地場産業の事業者が使用できる「地場産業イメージ戦略プロセス」を提案した。</p> <p>そして、静岡市の茶業者を対象として、ワークショップを通じて「地場産業イメージ戦略プロセス」を持ち込み、ブランディングやマーケティング活動に対する姿勢を創出することができるか、アクションリサーチ研究の手法を用いて考察した。</p> <p>ワークショップ後に観察や観察内容に基づくヒアリング調査を行い、茶業者が連携して新しい活動を始めたことが観察でき、ブランド化やマーケティング活動に向き合う気持ちの変化が確認できた。</p>			

Thesis Abstract

No. _____

Registration Number	<input type="checkbox"/> “KOU” <input type="checkbox"/> “OTSU” No. *Office use only	Name	Yui Osaki
Thesis Title Perception Reform of Local Industry Operators by Applying Fashion Business Methods — Through a Case Study in Shizuoka Green Tea Industry —			
Thesis Summary <p>The administrative and local industry operators have been working together to make various activations in collaboration. Nevertheless, transient events and others are stimulating for citizens and existing fans, but it costs a lot. Furthermore, it does not lead to the devisal and activation of everyday marketing activities conducted mainly by local business operators.</p> <p>The local industry is a traditional product, so it is difficult to change the product itself. Therefore, it is necessary to increase the appeal of the products and keep them loved for a long time without developing new products or rebranding them too often.</p> <p>For that purpose, the business operator who has always been attached to the industry and inherits the industry must be aware of branding and marketing communication, and it is necessary to show the method.</p> <p>This research applies fashion business, which creates a long seller by changing images regularly. As an implementation, this research proposed creating an understanding of local industries, operation methods, and a workshop to enable local business operators to master that method.</p> <p>Then, we used the method of action research study to examine whether it is possible to bring in the "Local Industry Impact Strategy Process" through the workshop and create attitudes toward branding and marketing activities for tea vendors in Shizuoka City.</p> <p>After the workshop, we conducted observations and interviews. We observed that the tea vendors started new activities in cooperation with each other, and we were able to prove a change in their attitude toward branding and marketing activities.</p>			