

Title	画材市場における需要喚起戦略 - 「鑑賞」から「創作」へのアート消費と経験価値創造 -
Sub Title	
Author	石井由紀(Ishii, Yuki) 和田充夫
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2001
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2001年度経営学 第1659号 連絡が必要
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1659">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002001-1659</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

論文要旨

所属ゼミ	和田充夫研究会	学籍番号	8028060	氏名	石井由紀
(論文題名)					
<h2>画材市場における需要喚起戦略</h2> <h3>—「鑑賞」から「創作」へのアート消費と経験価値創造—</h3>					
(内容の要旨)					
<p>近年「絵画鑑賞」人口は増加している一方、「絵の創作」人口は減少してきており画材市場における需要は年々減少し続けている。</p> <p>社会構造や環境の変化としては、小中学校における美術の減少、コンピューターの発達によるデザインアートのCG化、デフレによる絵画売上の減少などである。また趣味の多様化により、人々が身近で手軽にできることがより重視されるようになってきた。「物に対する消費が飽和化する」一方で、カルチャースクールの増大や、余暇・レジャー活動における自己実現を目的とする消費の拡大や消費者行動にも変化が見られる。</p> <p>このような時代の流れの中で、画材という一般商品ではなく、専門性、嗜好性の高い商品の需要を喚起するためには、まず「アートとの接点を増やしていく」ことが必要である。本論文では1、「モノから創る楽しさ」や「経験消費」、「余暇・文化活動におけるアート消費活動」、「親子における世代間の文化継承」を促進していくことによって「趣味・余暇活動におけるアート消費人口の増加」に繋がっていくと考える。そして画材を単なる商品としてではなく、「自ら創作活動」や「創造」する楽しみや経験を提供してくれる商品として位置付けを行っていくことにより画材需要を喚起していこうというものである。</p> <p>そこで経営学の視点から、趣味や文化という領域における専門性、嗜好性の高い商品の需要喚起させる戦略を構築するために、まず人々が日常生活の中における「絵や創作活動」の意義は何か、親子の文化継承をさらに促進する施策として何を行うべきであるかを調べるために「鑑賞者」と「創作者」の双方に対して実証研究を行った。これは「鑑賞者」として創作活動を行っている人である「創作者」との違いを明らかにしようとするものである。創作活動を始めるきっかけや創作活動意向に対する心理的欲求を抽出し、創作活動とその他の文化活動に関係を明らかにすることを試みた。その結果人々が「絵や創作活動」に興味はあっても実際に行う時間や場が不足していること、親子の世代間における文化継承については、両親が行っている文化活動に子供が接する機会が多いため文化継承が行われていること、絵や創作活動などを通して「癒し」や「一人の時間」などの非日常的な空間を求めていることが明らかになった。</p> <p>今度画材業界が従来のような古い体制や高齢化、旧来型の販売体制を革新し、新しい活路を見出し、危機的な状況を克服するために、画材業界に対して以下三つの提言を行った。1、「町の絵画教室」身近で継続可能な創作活動の場の提供、2、「コミュニケーションシステム作り」教室のプロモーション活動による地元の主婦による口コミ効果や若い女性によるHPを立ち上げて若者や参加者、主催者側とのコミュニケーション活動を行うべきである。3、「親子共同参加のセミナー」親子の世代間には文化継承があることが確認されたが、より促進していくためには家庭内での親子の文化活動の共有化や、夏休みなどを利用して、親子共同で他の文化活動を行っている人達と何かを行えるような場の提供を含めた環境作りをしていくべきである。</p> <p>最後に画材という商品の一つの商品として捉えるのではなく、その人に見合った画材の用途で自由に使ってもらえるような位置付けをするべきである。そして「絵を描く楽しみ」、「何かを創作することが楽しい」という経験を提供してくれる物としてサービスを含めた環境を早急に掲げることが提言する。</p>					