

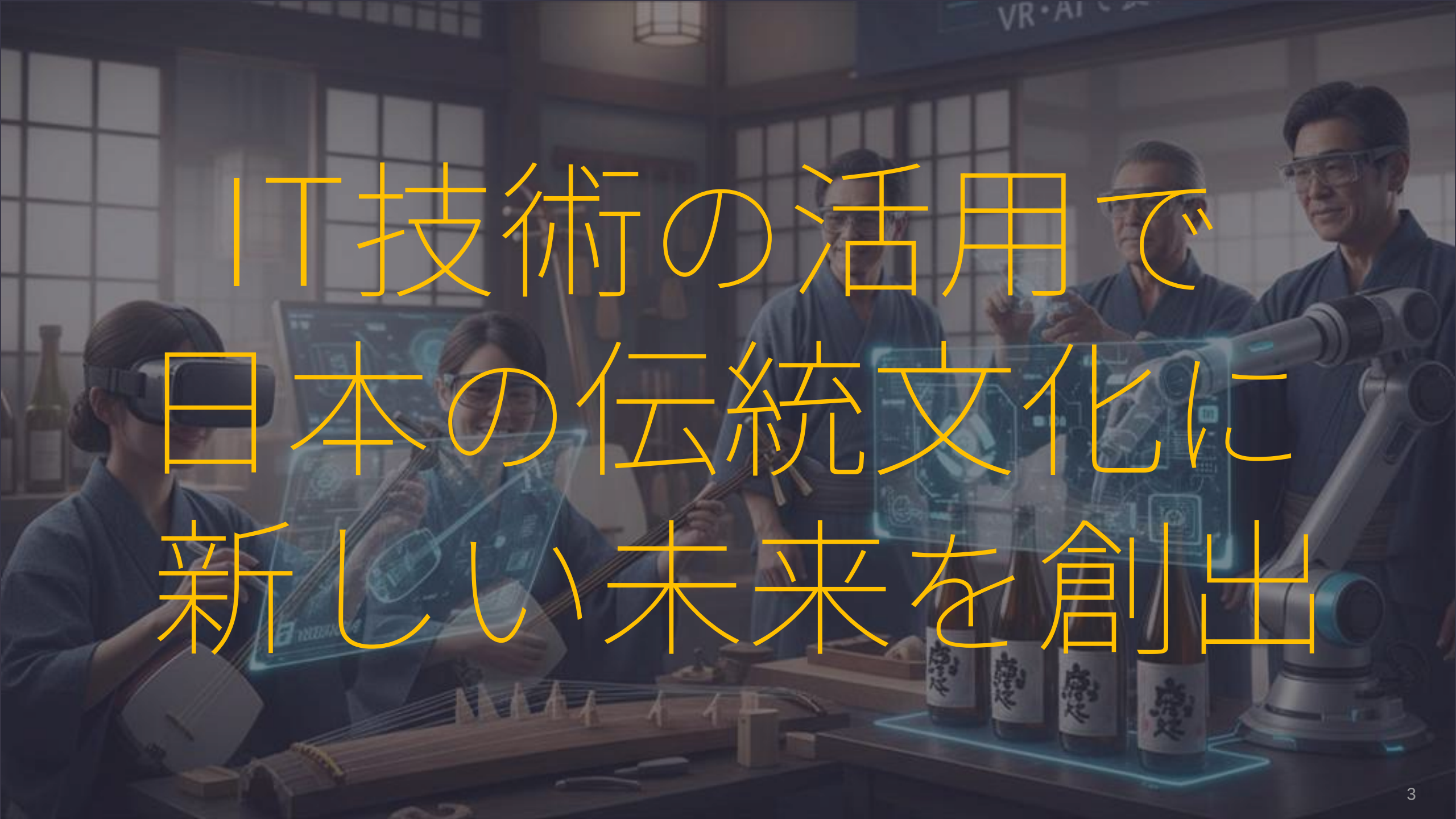


IT×伝統文化の新たな挑戦 ～生の声で見たビジネスチャンス～

社会課題分科会

Agenda

1. 社会課題分科会について
2. 「社会課題」とは？
3. 調査対象業界の選定
4. 業界の現状分析と解決策「創拡得サイクル」の提案
5. まとめ

A group of people, including men and women, are in a workshop-like setting. They are wearing VR headsets and using AR technology. Digital overlays of traditional Japanese instruments (like a shamisen and a koto) and sake bottles are visible. The text is overlaid in the center in a large, yellow, stylized font.

IT技術の活用で
日本の伝統文化に
新しい未来を創出

社会課題分科会について

社会課題分科会の活動内容



IT化が遅れている分野を探し
ITを活用して社会課題解決の糸口を探る

「社会課題」とは？

社会課題

SDGs

食農

教育

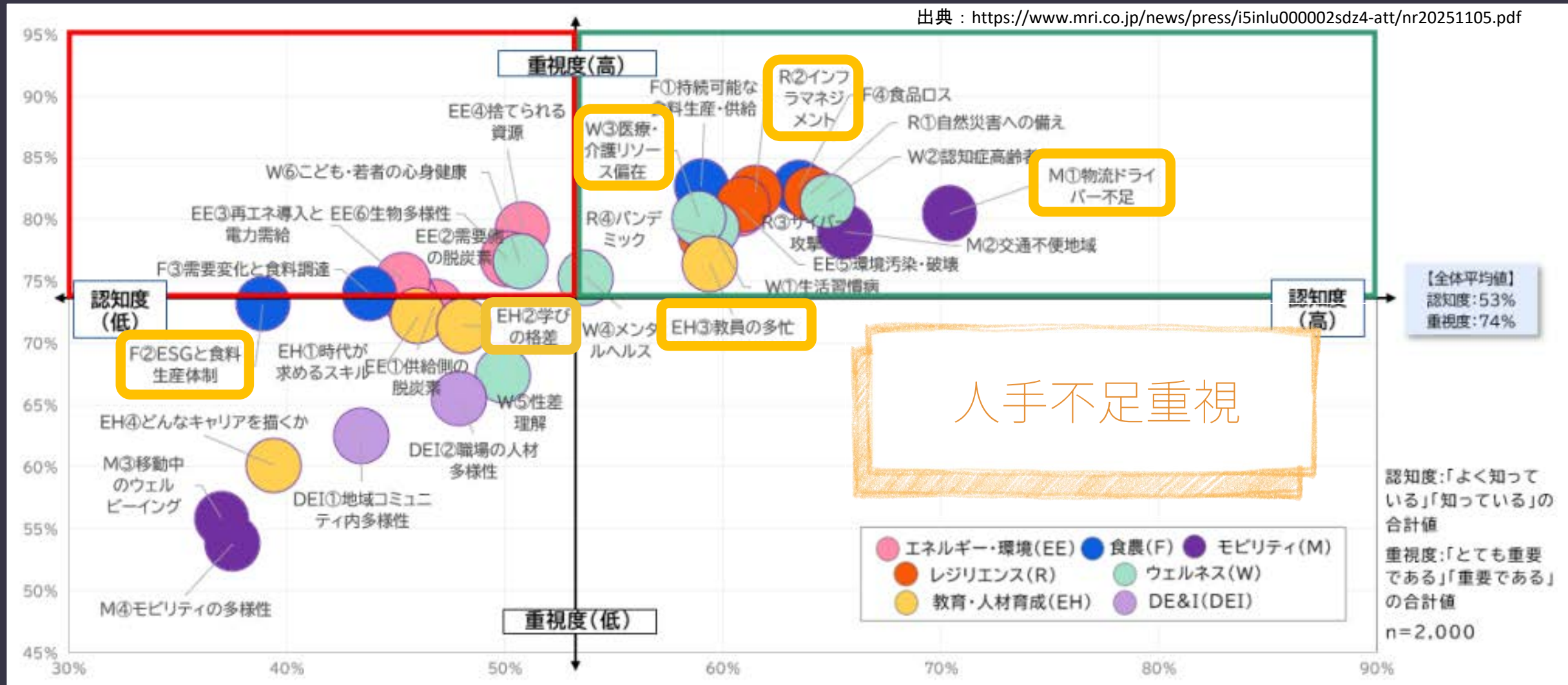
健康

エネルギー

モビリティ

社会課題意識に関する調査

出典： <https://www.mri.co.jp/news/press/i5inlu000002sdz4-att/nr20251105.pdf>



調査対象業界の選定



東名
リニューアル
工事渋滞時
新東名へは小田原厚木道路経由で

2025問題

物流関連法改正

2025年の崖

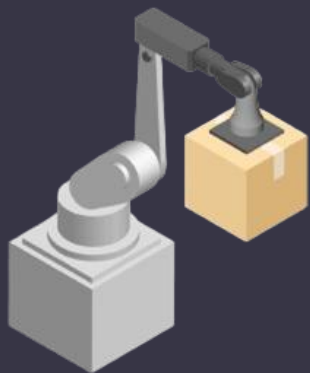


少子化による学校縮小

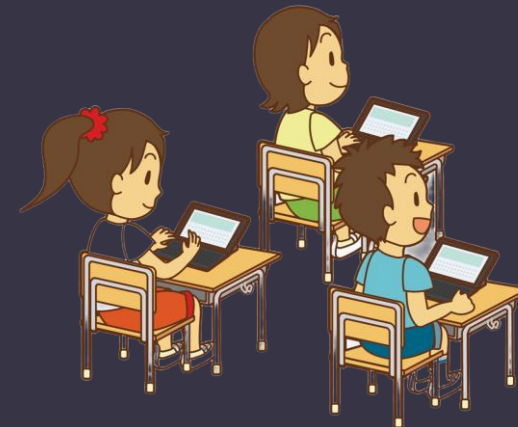
コロナ禍

IT化の遅れ

“The 人手不足”



国・自治体や企業が参入済み



レッドオーシャン



自分たちが思う
“将来無くなってほしくないモノ”
は何か？



IT活用が進みにくい
日本の伝統文化を救う

調査手法の模索

公開されているデータの調査



情報の量・質が不足



課題把握の限界

リアルな声を聞くためインタビュー

着付け師 1名

江戸切子職人 1名

和楽器奏者 1名

日本酒 6名
(酒蔵関係者)

筆耕士 1名

インタビュー結果一覧

業界	インタビュー内容
日本酒	・主販売先である地元が過疎化に伴い、<u>需要が縮小傾向</u>にある ・資金、人手が不足しており、<u>商品開発や新たな販路の開拓に限界</u>がある
和楽器奏者	・<u>練習場所の確保</u>や高額な楽器の準備が大変 ・供給側の人手不足というより、<u>需要がそもそも少ない</u>
筆耕士	・地域密着型で顧客はほぼ顔見知りで<u>新規顧客はかなり少ない</u> ・近年は印刷業者や<u>既製品に押されている</u>
着付け師	・SNS等でファンを増やし<u>ブランド化に成功</u>している ・着付け業界全体ではインバウンドによる<u>需要も増えている</u>
江戸切子	・作り手が需要を上回っているため、<u>新しい弟子の受入れを断っている</u> ・<u>現代の需要に合わせる</u>ために昔とデザインも変えている

着付け師

江戸切子
職人

展示会など消費者との接点確保
価値理解の浸透
「体験」や「ブランド」による人気

順調

筆耕士

和楽器奏者

日本酒
(酒蔵)

販売経路が限定的
新規顧客層向け商品開発が難航
商品を知ってもらう機会が少ない

難航

伝統文化の課題

インタビュー前

人手不足→業界の縮小

伝統文化の課題

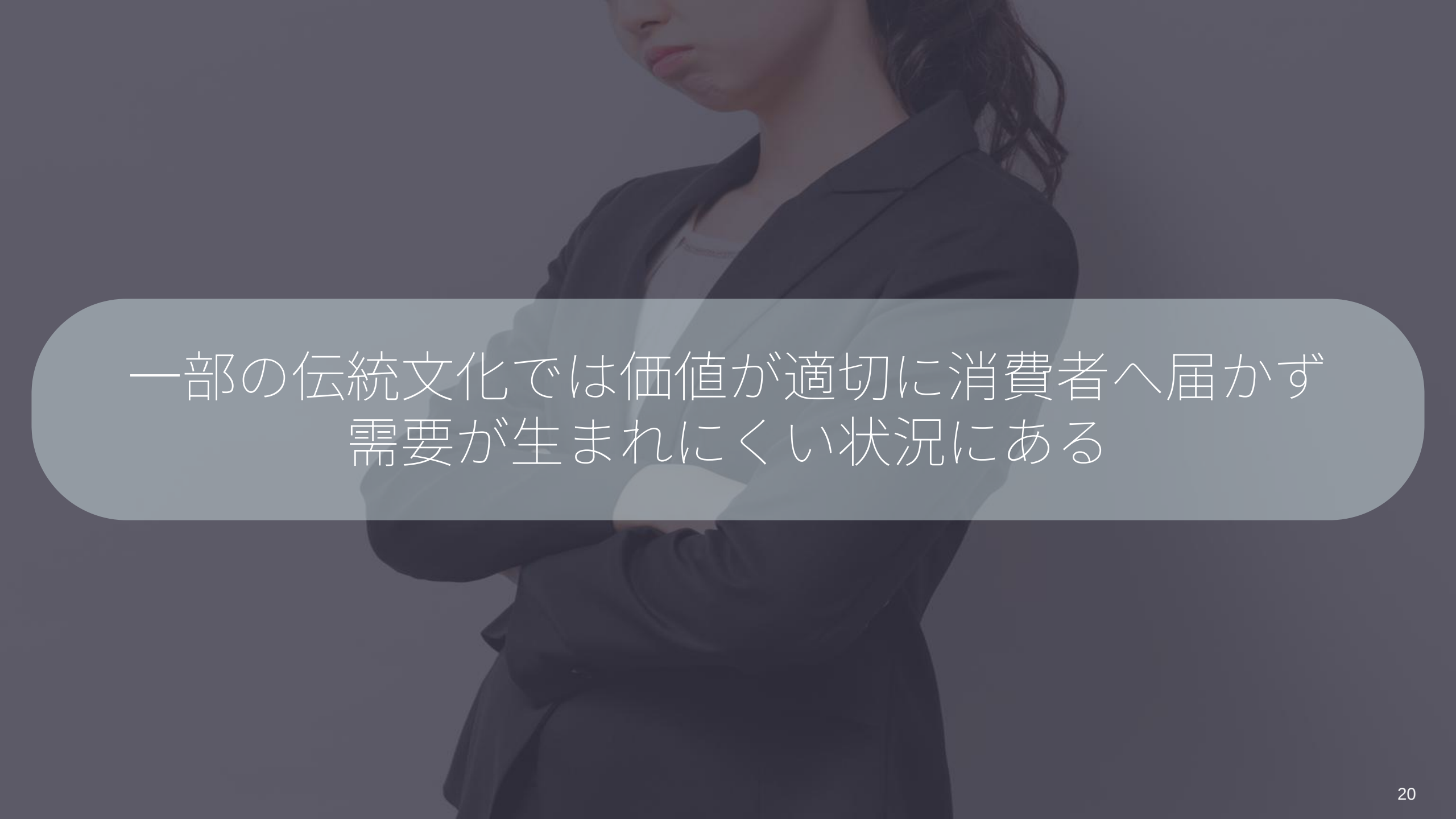
インタビュー前

人手不足→業界の縮小



インタビュー後

需要縮小→人手不足→業界の縮小



一部の伝統文化では価値が適切に消費者へ届かず
需要が生まれにくい状況にある

価値が届きにくい3つの要因

商品企画の
難しさ

市場規模の縮小

販売経路の
固定化

創・拡・得サイクル

新たな商品・サービスの**創**出

既存市場規模の**拡**大

新規顧客層の**得**



知ってもらう
機会の不足

新規顧客層への
商品開発不足

限られた
販売経路

日本酒
和楽器

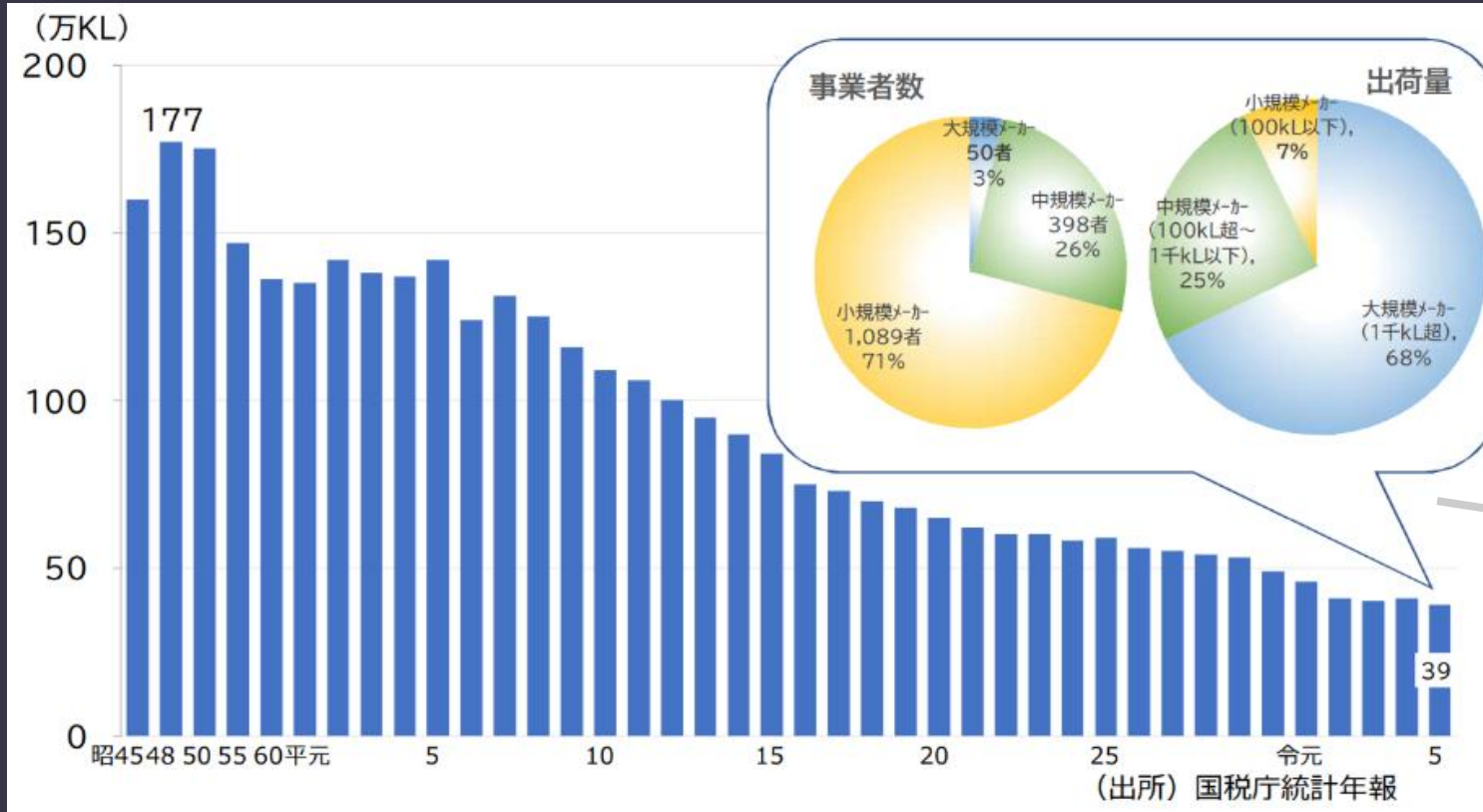


業界の現状分析と 解決策 「創」拡「得」サイクル」の提案

日本酒（酒蔵）



日本酒業界の現状



- 出荷量が1/4に減少
- 小規模メーカーが全体の7割超

市場規模および酒蔵数が減少傾向

➡ 日本酒事業の維持・継承が課題

酒蔵がなくなる



サプライチェーンにも
影響が出る

技術の継承が
出来ない



日本酒文化の「彩り」が失われていく

業界関係者へのインタビュー



蔵元（経営者）



イベント出店者



酒蔵支援団体

<質問例>

現在、どのような販路を持っているのか？

販路拡大に向けて取り組んでいることは？

ITの利用状況は？

インタビューで聞こえてきた”声”



イベント出店者

都市部への出張が多く、コスト（費用・時間）がかかる



蔵元（経営者）

自社でオンラインショップを始めたが、あまり新規顧客を呼び込めていない

海外展開も考えているがノウハウや人脈がなく、苦労している

「酒粕×和菓子」など異業種連携の事例は出てきているものの
まだまだ途上段階



酒蔵支援団体

インタビューで見えてきた課題

①

イベント出店や
営業活動の負担

いわゆる
”プッシュ型営業”

②

異業種連携の
拡大不足

まだまだ
ポテンシャルあり

③

スキルや
リソースの不足

主に海外展開や
デジタルマーケで苦戦



ITの活用により「新たな”ファン”の獲得」と
「持続的な収益モデルの確立」を目指す

ITで日本酒マーケットを変革

異業種連携／地域活性化

ローカルビジネスマッチング

ITによる新規価値への
アプローチ

新規マーケットへの
アプローチ

香る酒蔵マーケット

ローカルビジネスマッチング

創

拡

「人×人」「業界×業界」をつなぎ、地域から新たな価値創出を加速



3つの実現案

① 酒蔵 × 異業種スキル人材

➡ 外部人材により海外展開などを支援

② 酒蔵 × 酒蔵

➡ 既存の関係を越えた横のつながりを創出

③ 酒蔵 × 新領域

➡ 例：交通業/観光業との連携により
日本酒を起点に地域産業を活性化

ローカルビジネスマッチング

創

拡

既存サービスとの差別化

「日本酒特化型」の
デジタル連携の推進

「酒蔵」を核とした
協業プラットフォーム

期待される効果

マーケットの拡張

新たな付加価値の創出

「日本酒」という伝統資産の価値を最大化
100年先も愛される地域産業をITの力で共に創る

香る酒蔵マーケット

得

新たな「体験価値」を提供
自発的に集まる次世代マーケットを構築

3つの施策を統合的に実施

① 香り再現技術

- ➡ 「試香」アプローチにより購買ハードルを軽減
新たなファン層を獲得
VRとの連携も視野

② 観光DX連携による酒蔵誘致

- ➡ 消費者を地域へ「引き込み」リアルな体験を提供

③ オンライン販促強化

- ➡ 購買データ等をもとにレコメンドを強化
消費者との長期的な接点を構築



香る酒蔵マーケット

得

既存サービスとの差別化

期待される効果

「香り」による五感体験

購買ハードルを軽減

「売り込み」ではなく
消費者を「引き込む」 (= プル型)

販売活動の効率化・高度化

デジタル技術の活用により
日本酒選びをより自由に、より豊かに

創/拡/得サイクル

ローカルビジネスマッチング：創



新しい購買体験：得



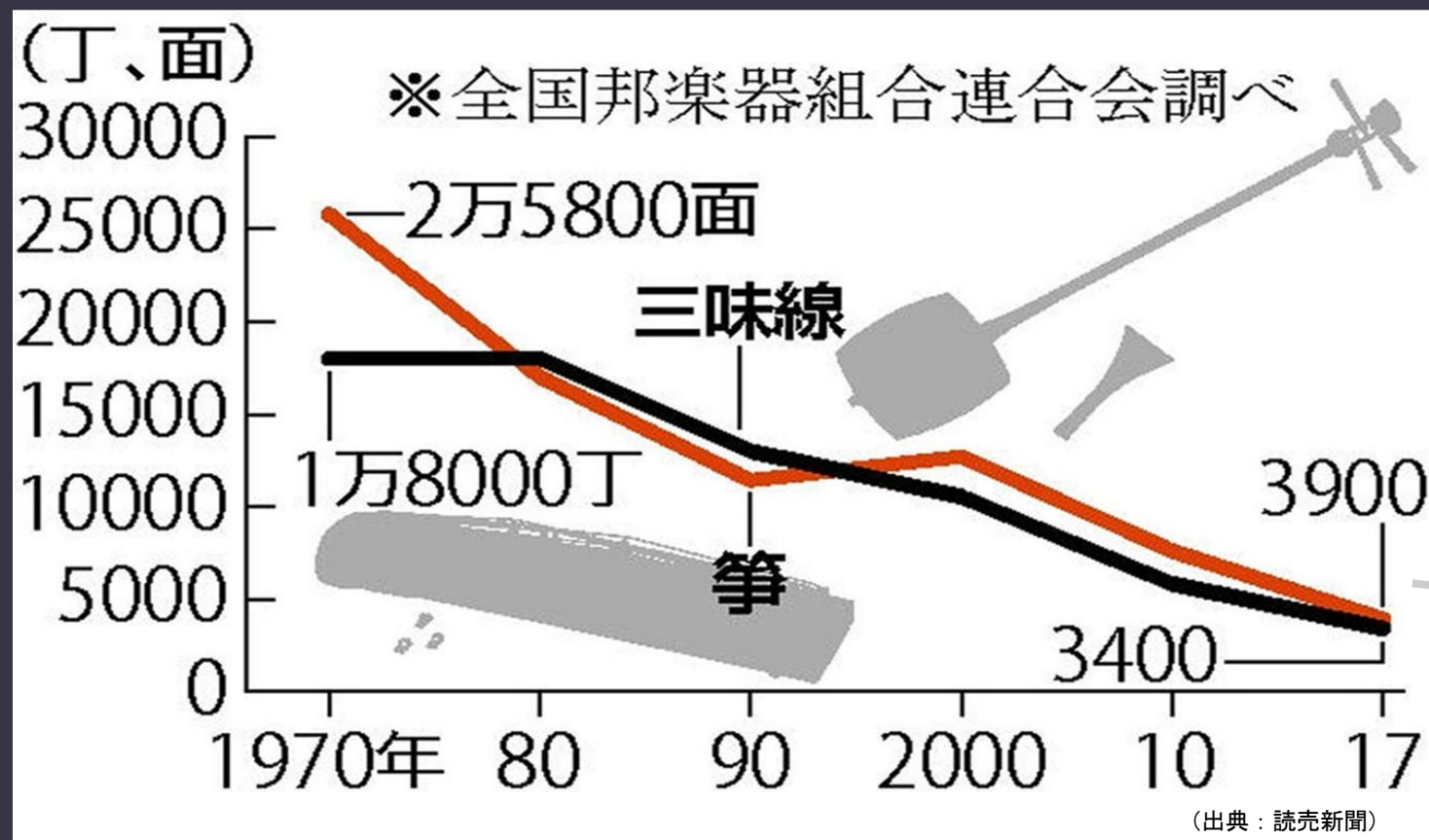
ローカルビジネスマッチング：拡



和楽器



和楽器業界の現状



三味線、箏ともに
1/5 以下に減少

市場規模は長期的な縮小傾向

➡ 和楽器文化の維持・継承は社会的な課題

祭り・舞台芸能における使用機会の縮小

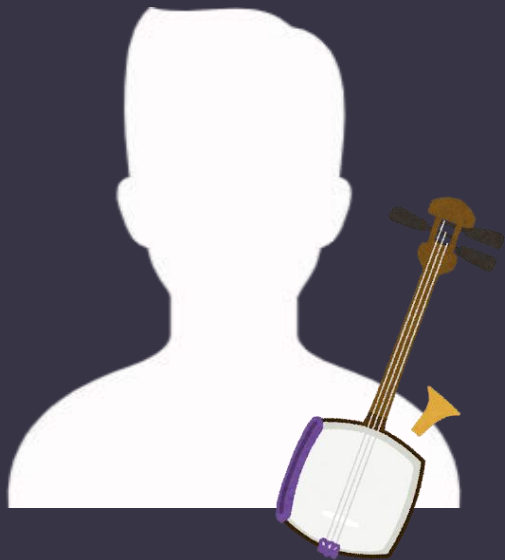


日本らしい音文化への接点の減少



日本の伝統芸能の衰退

和楽器奏者へのインタビュー



- 津軽三味線の文化が根付く東北地方出身
- 和楽器は幼いころから身近な存在
- 社会人サークルで津軽三味線や篠笛を演奏
- 個人で和楽器用の楽譜作成ソフトを開発

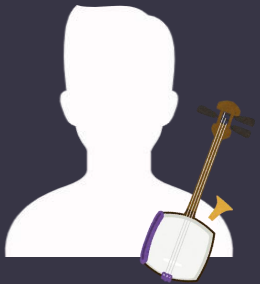
和楽器奏者へのインタビュー

初心者時代に困ったことは？



ソ研メンバー

練習場所の確保や高額な楽器の準備



和楽器業界は人手不足？



ソ研メンバー

供給側の人手不足というより、需要がそもそも少ない
需要が上がれば、供給も増えていく



インタビューで見えてきた課題

①

先入観による
心理的ハードル

敷居が高そうに感じる

②

体験できる場が
見つからない

私たちも探したが
見当たらず

始めてみたくても
複数の障壁が阻んでいる

課題解決のアプローチ

関心層向け

- 演奏機会の増加
- 練習場所の確保
- 始めやすい環境づくり



継続の場の提供

低関心層向け

- 体験機会の増加
- 教育への導入
- 他分野からの誘導



新たな接点の提供

課題解決のアプローチ

関心層向け

- 演奏機会の増加
- 練習場所の確保
- 始めやすい環境づくり



継続の場の提供

低関心層向け

- 体験機会の増加
- 教育への導入
- 他分野からの誘導



新たな接点の提供

ITで演奏人口の拡大

AI講師システム

始めやすい環境づくり

メタバース
プラットフォーム

演奏機会の増加

AI作編曲ツール

他分野からの誘導

AI講師システム

創

和楽器の伝統的奏法をAIで学習し、初心者のハードルを下げる



＜目指す姿＞

- 心理的負担の解消
- 時間的制約からの解放
- 学習環境の提供

AI講師システム

創

既存サービスとの差別化

和楽器に特化

流派をまたぐ学習環境を提供

期待される効果

離脱層の再獲得

講師のリソース最適化

24時間、しきたり等を気にせず
AIが「最初の一步」の不安を解消！

メタバースプラットフォーム

拡

和楽器の発表と継続を支援するデジタル拠点



＜目指す姿＞

- 発表機会の創出/拡大
- 交流場所の確保
- 集客の多角化

メタバースプラットフォーム

拡

既存サービスとの差別化

期待される効果

和楽器に特化した
常設の”場づくり”

定期発表や交流を通じた
モチベーション維持

「孤独な練習」を「世界中との交流」へ。
場所の制約を超えた発表の場。

AI作編曲ツール

得

和楽器への入口を広げるAI作編曲ツール



<目指す姿>

- 現代音楽との融合
- 新規層の獲得
- 伝統音楽のカジュアル化

AI作編曲ツール

得

既存サービスとの差別化

期待される効果

伝統奏法に特化した変換機能

新規層への関心喚起

SNS等を通じた自走的拡大

好きな曲を「和楽器」で奏でる。
ジャンルや国境を越えて、ファンを増やす。

創拡得サイクル

AI講師システム：創



AI支援 作編曲ツール：得



メタバース プラットフォーム：拡



まとめ

創・拡・得サイクル

新たな商品・サービスの**創**出

既存市場規模の**拡**大

新規顧客層の**得**



本研究の振り返り（日本酒）

課題

イベント出店や営業活動の負担、異業種連携の拡大不足
スキルやリソースの不足

解決に向けたアプローチ

新たな”ファン”の獲得 と 持続的な収益モデルの確立 を目指す

ソリューション

ローカルビジネスマッチング



香る酒蔵マーケット



創拡得サイクル

再掲

ローカルビジネスマッチング：創



新しい購買体験：得



ローカルビジネスマッチング：拡



本研究の振り返り（和楽器）

課題

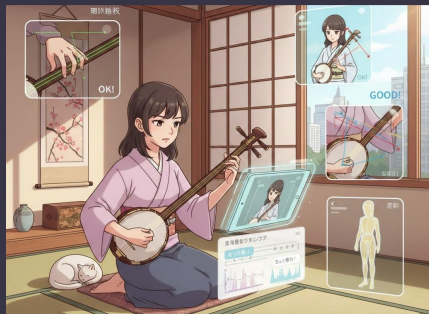
始めてみたくても複数の障壁が阻んでいる

解決アプローチ

人口減少要因を関心/非関心層の両面から整理
入門から継続/発信を支援し、文化継承の方向性を提示

ソリューション

AI講師システム メタバーズプラットフォーム AI作編曲ツール



創/拡/得サイクル

再掲

AI講師システム：創



AI支援 作編曲ツール：得



メタバース プラットフォーム：拡



IT技術の活用で 日本の伝統文化に 新しい未来を創出

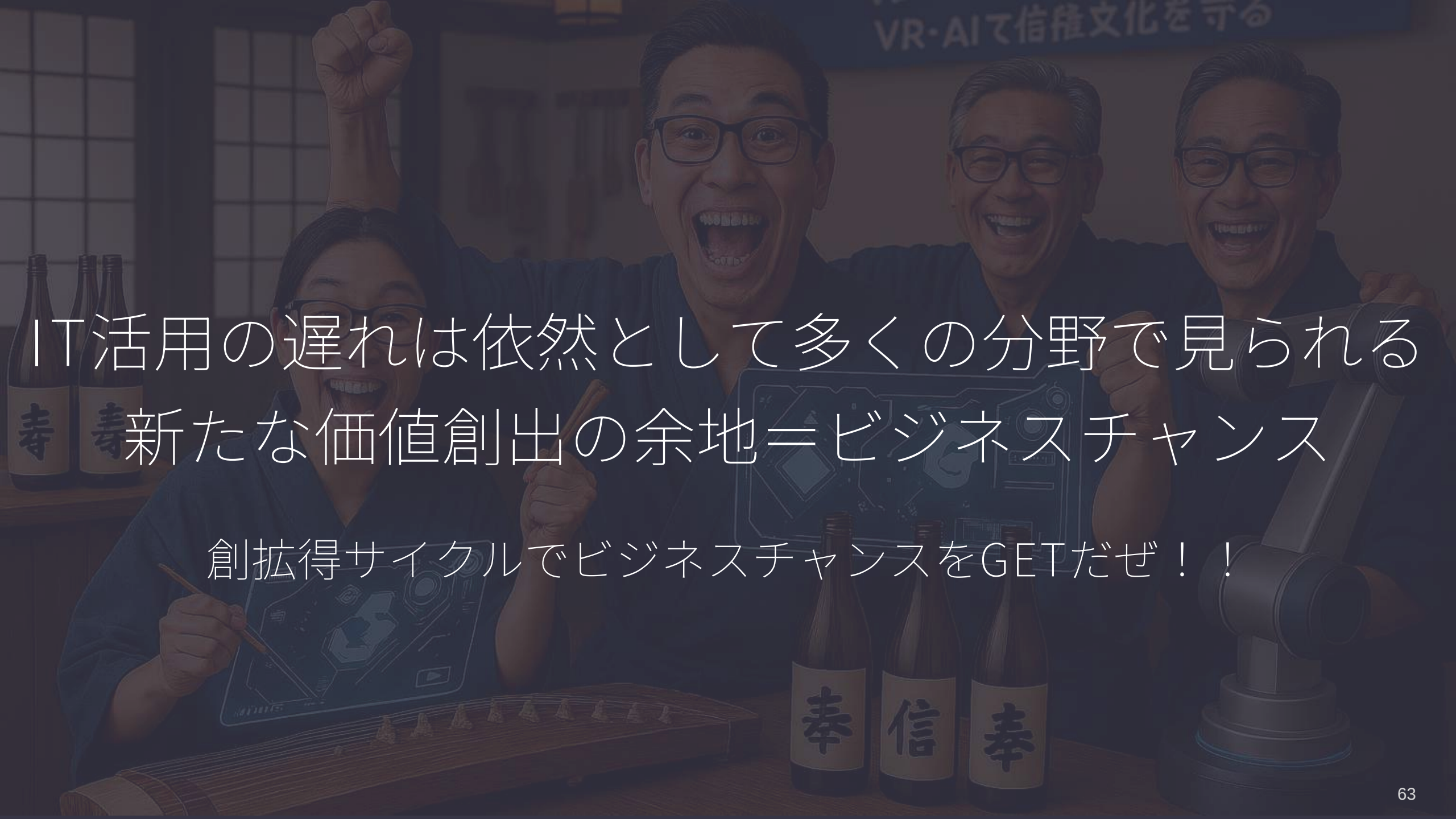
IT技術を活用し
創/拡/得が相互作用することで
日本の伝統文化に新しい未来を創出





我々の望む未来
創^青拡^黄得^赤サイクルの横展開

持続的な活性化/新たな価値創出



IT活用の遅れは依然として多くの分野で見られる
新たな価値創出の余地＝ビジネスチャンス

創拊得サイクルでビジネスチャンスをGETだぜ！！

メンバー

阿部	裕樹
石井	菜月
伊藤	英未
小川	寛孝
北畑	祐真
小島	将太
杉木	美公
長嶺	健
東久世	直紀
本間	義明
松澤	朱海
森	俊介
森川	健
梁	文懿

