

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）タカサキケイザイ	フリガナ）ケイザイ	フリガナ）モウリ キヌエ
高崎経済大学	経済学部	藻利 衣恵ゼミ

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ）モウリゼミ チームビー	フリガナ）イチカワ マサト	8	無
藻利ゼミ teamB	市川 雅人		

研究テーマ（発表タイトル）

「世界を惹きつける群馬へ ～群馬振興計画～」

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

今や街を歩いていると、外国人観光客をよく見かけるようになりました。2015 年に日本を訪れた外国人観光客は 1,900 万人を突破し、今後もさらなる増加が見込まれています。観光客受け入れによる経済効果、新興国の旅行需要の拡大、地域の活性化などの「観光立国」の推進は、日本経済再生の切り札であり注目を集めています。

群馬県における訪日外国人および宿泊者数の推移をみると、東日本大震災の年の 2011 年に数字的には下がってはいますが、これ以降ここ 5 年で伸び率が良く、昨年には約 15 万人泊を記録しています。また、今後もさらなる伸びが期待できるとされ、海外の日本ブームを経済効果に活かしていくために、観光地・旅館側の対応が迫られています。

そこで、私たちが高崎経済大学の学生という立場から、観光地としての群馬県の魅力を世界へと発信していくために訪日外国人需要に着目しました。また、群馬県内の旅館や群馬県庁の職員の方々と協力し、PR 活動・二次交通（群馬県に来てから観光地までの交通手段）・外国人への対応などの幅を広げることが必要だと考えています。そして、今後増え行く訪日外国人の需要を群馬県に引き込み、県内観光業の発展・地域活性化につなげたいという思いから、このテーマにしました。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

2009 年から毎年行われている株式会社ブランド総合研究所の地域ブランド調査の結果では、ランキング上位には、北海道、京都、沖縄、などが位置しています。一方、群馬県は 2009 年から 7 年間都道府県魅力度ランキングにおいて 40 位台から一回も抜け出せていないのが残念ながら現状となっています。

しかし、2010 年 7 月に海外の旅行ガイドブック「ロンリープラネット」において群馬県水上温泉群にある宝川温泉が「top10 hot springs in japan」第 1 位に選ばれ、ロイター通信の海外記者が選ぶ世界の 10 大温泉に日本で唯一選ばれる結果を残しています。また、日本政府観光局（JNTO）の調査によれば、2011 年以降、年々観光客は増えており、去年はおおよそ 2,000 万人の外国人観光客が日本を訪れています。

このように、群馬県は国内と比べ、海外では高い評価や注目を受けていることが、今回の研究を通してわかりました。日本という「観光立国」である立場を踏まえ、群馬県を訪れる外国人への対応が、他県より一歩先を行くために必要不可欠なものになって

きているといえます。



日本政府観光局 (JINTO) 「訪日外客数」より引用

<https://doda.jp/careercompass/compassnews/20140203-8484.html> より写真引用

3. 研究テーマの課題

訪日外国人誘致における課題は主に3つあります。

1つ目は、交通です。群馬県は、東京から新幹線で50分、路線電車で120分と、首都圏からのアクセスが良く、高速道路も充実しています。しかし、群馬県に来てからの二次交通が充実していません。私たちの調査したアンケートの結果や県庁の職員の方々からの話にもあった通り、電車やバスの本数が少ないことが明らかになりました。また、群馬県が車社会であることも一つの要因として考えられ、駅から目的地までの交通手段の少なさが課題であると言えます。

2つ目は、言語の対応力です。先ほど日本に訪れる外国人観光客は年々増えていると述べましたが、群馬県では宝川温泉によって急増した外国人観光客に対する対応が課題となっています。旅館などでは英語以外の他言語を使える従業員が少ないため、外国人への言語対応に追われている現状があります。

3つ目は、PR方法です。群馬県の魅力をまずは多くの人に認知してもらうことが第一歩に繋がると考えました。旅館側もPRはしているものの、自ら情報を上手く発信しきれていないことが課題として挙げられます。



<http://www.pref.gunma.jp/06/h3410019.html> より写真引用

<http://www.takaragawa.com/sisetu.html> より写真引用

4. 課題解決策 (新たなビジネスモデル・理論など)

上記に挙げた課題について、私たちは県庁の方々や旅館側の意見やお話を踏まえた上でそれぞれの解決案を提案します。

まず、交通についてです。群馬県を代表する観光地である温泉地など駅からのアクセスが遠い場所に行きやすい環境を作ることが必要だと考え、そのための一案としてレンタカーやデマンド型バス・タクシーの普及を提案します。群馬県は免許所得率・車所有率ともに全国一位の車社会ということ、自動車産業に力をいれている強みを生かすことで二次交通への課題克服に繋がれると考えています。

次に、言語対応についてです。宝川温泉を一例に挙げると、英語のみではなく、中国・台湾人など訪れる客層の多い国の言語の日常会話レベルまで習得できるよう旅館で働く従業員の育成に力を入れること、外国からの研修生を受け入れ体制の強化を提案します。このような提案は難しく容易に解決できる課題ではありません。しかし、努力し接客の幅を広げることで、外国人観光客の対応を親密なものにすることができ、外国人観光客に満足してもらえるようなおもてなしができると考えられます。

最後に、PR方法の解決策についてです。旅館などが持つSNSなどのアカウントを有効活用し、積極的な情報発信を行ってい

くことで、より多くの外国人観光客が情報に触れ、群馬県に来てもらうきっかけになると考えました。2007年に「観光立国」を国の重要な施策の一つに掲げた観光立国推進基本法が施行されるなど、様々な振興策が取られ今の日本があります。日本は「遠い、高い、分からない」国と言われる時代が終わり、時代とともに新たなインバウンド需要が見込まれるようになってきています。

以上のような解決案を実現することができれば、観光客受け入れによる更なる経済効果、旅行需要の拡大、地域の活性化につなげることができると思います。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

株式会社ブランド総合研究所の地域ブランド調査の結果をもとに、魅力度の低い原因を詳しく得るために群馬県の魅力についてのアンケートを作り、高崎経済大学の学生とJR高崎駅周辺にて計267人にアンケート調査を行いました。

また、群馬県に訪れる外国人観光客の現状について知るため、県庁の観光物産課の方にお話を伺いました。そこで得た情報をもとに群馬県みなかみ町にある宝川温泉を訪れ、現地での外国人観光客の現状や旅館側の対応や試みなどを調査しました。

6. 結果や今後の取り組み

今後は交通手段、海外留学生の受け入れ、PR方法というそれぞれの課題点についてより具体的な調査を行い、多くの観光客を呼ぶために県庁や旅館と討論を重ね、提案を現実的なものにしていきたいと考えています。

7. 参考文献

群馬県統計情報提供システム「群馬県観光客数・消費額調査」

<http://toukei.pref.gunma.jp/kankou/>

観光庁「宿泊旅行統計調査」

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shukuhakutoukei.html#cp1>

株式会社ブランド総合研究所「地域ブランド調査」 第10回 地域ブランド調査 2015 総合報告書

http://tiiki.jp/brand_research/index.html

日本政府観光局（JINTO）「訪日外客数」

http://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/160921_monthly.pdf

We Are Social「Digital in 2016」

<http://wearesocial.com/uk/special-reports/digital-in-2016>

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HPなどに発表されていない）ものに限りです。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、著作権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。