

# インナー大会プレゼン部門 2017 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) タカサキケイザイダイガク	フリガナ) チイキセイサクガクブ	フリガナ) サトウ キミトシゼミナール
高崎経済大学	地域政策学部	佐藤 公俊ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」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) チームケー	フリガナ) ナカノ コウヘイ	3人	無
チームK	仲野 航平		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)
無し

研究テーマ (発表タイトル)
インバウンド観光を地方へ～ファムトリップの活用～

※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)

現在、外国人旅行者は、関東・関西・東海といったゴールデンルートにインバウンド需要が集中している。なぜ外国人旅行者がゴールデンルートに集中するのか、インバウンド需要を地方に広げるにはどのようにするべきなのかを考察し、提案する。また最終的に地方観光を外国人旅行者の需要を取り込むことで活性化を図ることを目的とする。

## 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)

我が国の観光立国推進基本計画では 2020 年に 4000 万人、2030 年に 6000 万人と観光客の増加はもちろんのこと、その目標の半数以上をリピーターと設定している。実際に訪日外国人数は年々増加しており、その多くは中国や韓国などの近隣東アジア諸国の人々である。これら訪日外国人の出入国、滞在の約 8 割はゴールデンルートに集中している。しかし訪日外国人の約 9 割は地方観光に意欲的である。

ではなぜこのような違いが存在するのか。私たちは訪日外国人が旅行先を決定する際に使用するツールに着目して考察した。先行研究として、同志社女子大学が行った「訪日外国人はネットで情報収集する際、くちこみを重視する傾向がある」という「インバウンドの観光行動に対するネットのくちこみの影響や、コトラーの行った「消費者は企業が打ち出す情報よりも他の消費者のくち

こみの情報を信頼する状態になっている。そのため「こみ」が消費者行動に大きな影響力を与えている」などを参考にした。

これらの先行研究をもとに、SNSやブログには影響力があるとした。また、「訪日外国人旅行者移動実態調査」では訪日外国人の旅行先決定動機としてSNSやブログが過半数を占めており、実際においてもこれらは影響を持っているとされる。

そのため「SNS等を利用した訪日外国人の意識分析報告書」において訪日外国人がSNSにおいてどのようなワードを検索したのか参照したところ、そのワードの多くがゴールデンルート内のものであり、地方観光地の認知度もゴールデンルートが上位をほぼ占有していた。

### 3. 研究テーマの課題

研究テーマの課題は2つ存在する。1つ目は観光情報の非対称性だ。地方観光に意欲的である外国人は多く存在するが、実際はゴールデンルートに外国人旅行者は集中している。これは地方の観光情報が少なく、認知度が低いためである。2つ目は自治体が観光情報を提供する際、有効な手段であるSNSを最大限に活用しきれていない点だ。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

これらの現状を踏まえ、私たちは「ファムトリップ」が有効であるとした。ファムトリップとは下見招待旅行である。旅行事業者や海外メディアの関係者を誘致し、観光資源をPRすることで商談や宣伝効果の促進、それによる観光客の増加が期待されるものである。北海道二セコ町の事例では旅行事業者や海外メディアの関係者を誘致したところ、一定の成果が挙げられた。この誘致の対象者を新たにブロガーやSNS利用者にすることで消費者目線での情報提供が可能となり、ゴールデンルートに集中していた外国人旅行者を地方にも分散させることが可能ではないかと考えた。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは今回二つの視点で研究を進めた。1つはコトラーや同志社女子大学の先行研究である。コトラーの研究では消費者は企業・自治体が発信する情報よりも、他の消費者が発信する情報を信頼するというものだ。同志社女子大学の研究は「こみ」の重要性を示している。2つ目はSNSの研究だ。NTTや国土交通省のデータを活用し、SNSが持つ大きな影響力・可能性について分析をした。

### 6. 結果や今後の取り組み

結果としては、従来のファムトリップを活用しつつ、SNS利用者等とのマッチングをはかることで、より大きな効果を期待することができるという結論に至った。今回は包括的な研究となったが、今後は各自治体によってターゲットとなる国はどこなのかを詳細に分析していく。また、SNSの有効性は示したが、具体的にどのようなSNSが一番有効なのかも研究していく。

### 7. 参考文献

SNS等を利用した訪日外国人の意識分析報告書(平成26年)

<https://www.mlit.go.jp/common/001080546.pdf>

国土交通省観光庁インバウンドを見据えた着地型観光調査（平成26年度）

<https://www.mlit.go.jp/common/001091713.pdf>

国土交通省観光庁国内外取組み事例の紹介【参考資料】(平成27年度)

<https://www.mlit.go.jp/common/001083653.pdf>

株式会社NTTデータ訪日外国人旅行者移動実態調査結果(平成29年)

<http://www.jreast.co.jp/press/2017/20170412.pdf>

日本政府観光局

<https://www.jnto.go.jp/jpn/business/inbound/index.html>

DBJ・JTBF アジア8地域・訪日外国人旅行者の意向調査（平成27年版）

<https://www.jtb.or.jp/wp-content/uploads/2015/10/DBJJTBF-report.pdf>

ICTを活用した訪日外国人観光動態調査事業実施報告書(平成27年度)

<http://www.mlit.go.jp/common/001158956.pdf>

同志社女子大学 大津・王

「インバウンド観光行動に対するネットくちコミの影響」(平成26年)

[https://dwcla.repo.nii.ac.jp/?action=pages\\_view\\_main&active\\_action=repository\\_view\\_main\\_item\\_detail&item\\_id=1410&item\\_no=1&page\\_id=13&block\\_id=21](https://dwcla.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=1410&item_no=1&page_id=13&block_id=21)

「訪日旅行市場の拡大と地方分散化の現状及び JNTO の取組み」 小堀 守

<http://www.jterc.or.jp/kenkyusyo/product/tpsr/bn/pdf/no72-topics02.pdf>

ニセコ町観光統計

[http://www.town.niseko.lg.jp/machitsukuri/tokei/post\\_113.html](http://www.town.niseko.lg.jp/machitsukuri/tokei/post_113.html)

※最終閲覧日は全て 2017 年 9 月 27 日

#### <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、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※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。また、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経 BP マーケティング社様に作製していただく大会結果 HP に本企画シートは掲載されます。

※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、4 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、4 ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。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、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、版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。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

**↑ ここまでを 4 ページ以内におさめて、提出してください**