

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) トウキョウケイザイダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) ヤマト サトシゼミ
東京経済大学	経営学部	山本 聡ゼミ

※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) チームゴシュイン	フリガナ) ヨコミソヒロミ	5人	無
チーム御朱印	横溝裕美		

※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)

研究テーマ (発表タイトル)

多摩の村山地域における交流人口の増加と「再訪性」～村山×寺×御朱印

※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)

日本全体で人口減少という問題が生じている。人口減少は、地域内の消費活動の縮小・生産活動の低下につながる。地域経済を活性化させるには、定住人口を増加させる必要があるが、費用や時間の点から難しいため、本研究では、「交流人口の増加」に着目する。交流人口の増加を図ることで、地域経済が活性化する。交流人口を増加するためには、各地域それぞれの工夫や知恵を活かした独自の取り組みを進めることにより、地域の魅力を打ち出していくことが必要である。

我々のゼミ研究で、交流人口の増加には、「再訪性」が重要であるということが発見された。しかし、既存研究では「再訪性」については取り上げられていない。交流人口を増加させるために重要な地域資源として寺院の歴史・文化に着目する。そして、東京都の多摩地域にある東村山市、東大和市、武蔵村山市、瑞穂町といった狭山丘陵周辺の地域をケーススタディの対象として取り上げる。

本研究では、昨今、若い女性に注目されている「御朱印」を軸に、「再訪性」、「回遊性」をキーワードとして、魅力ある独自の歴史・文化といった地域資源を活用することで、「再訪性」が付帯する交流人口の増加を図る。そして、「地域ブランドのトライアングルモデル」を参考に活動し、「再訪性」の仕組みのある交流人口の増加を実証する。

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）

日本全体で人口減少という問題が生じていて、多摩地域においても年々人口が減少しているという現状がある。人口減少は、地域内の消費活動の縮小・生産活動の低下につながる。地域経済を活性化させるには、定住人口を増加させる必要があるが、費用や時間の点から難しいため本研究では、「交流人口の増加」に着目する。観光資源の無い郊外地域での交流人口の増加は必要であるのに既存研究で取り上げられていない。そこで我々は、東京郊外の多摩地域、中でも村山地域をケーススタディの対象として研究を行ってきた。そして、過年度からの研究により、「再訪性」がないことを発見した。再訪性を構築するにあたり、原田・三浦（2013）では、エピソード記憶の定着が重要であることが述べられている。また、河野（2016）では、女性を中心とした「御朱印ブーム」や「体験ブーム」が起きていると述べられており、「御朱印」には、再訪させる力があるといえる。このことから、女性を主なターゲットとし、寺院で「御朱印」を軸としたイベントを行うことで、「再訪性」の付与した継続性の高い交流人口増加の仕組みを構築できると考えた。

3. 研究テーマの課題

人口減少に伴う地域内の消費活動の縮小・生産活動の低下による地域の衰退に歯止めをかけるためには、定住人口を増加させることが求められる。しかし、定住人口の増加は難しいため、より実効しやすい「交流人口」の増加に着目する。交流人口を増加させることによって、地域経済の活性化に繋がる。

交流人口の増加を図るには、各地域それぞれの工夫や知恵を活かした独自の取組みを進めることにより、地域の魅力を打ち出していくことが必要とされている。一昨年度から、多摩地域にある東村山市の交流人口の増加を図るイベントを開催してきた。しかし、集客力に制限があり、参加者の「再訪性」がなかった。一般市民がイベントに参加するための集客力や「再訪性」をどのように構築するかという課題に直面した。したがって、本企画では、過年度までの問題意識を踏まえつつ「再訪性」の高い交流人口の増加を図ることを研究テーマの課題としている。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「御朱印」には、様々な魅力がある。同じものを二度と手に入れることが出来ないこと。それによって同じ寺院への「再訪」が見込める。また、別の寺院へ訪問するために、その地域に何度も訪れる「再訪」が見込めるといった「二重の再訪性」があると言える。さらに、集めたいという欲求が働き、地域の寺院を「回遊」させる力があると言える。

以上のことから、歴史・文化をもち、地域の中心である寺院と、特に女性を「御朱印」で効果的に繋ぐことによって、「再訪性」の高い交流人口の増加を図ることが出来ると思う。

また、人をまちに呼ぶ力を考えるにあたり、原田・三浦（2013）をもとに研究を行っていく。当該研究では、来訪者のエピソード記憶が重要になるが、その際には、「体験・記憶・再生」の要素が重要とされている。

以上を踏まえ寺院での特別な体験をし、思い出を深めた上で、御朱印を頂くとしたイベントの企画・開催を行うことで、上記の要素を満たすことができ、課題である「再訪性」の強化につながると考える。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

過年度までゼミ研究として、東村山市の地域資源である「酒」を楽しむ「TAMA×SAKE」や、地域における「水」の文化を体感するツアーを行う「MIZU×TAMA」というイベントを行ってきた。今年度は「村山×寺×御朱印」として、「御朱印」を軸に寺院でのイベントの企画・開催を行っている。イベント開催の前に、東京経済大学 経営学部 1 年生にアンケートを行い、意識調査を行っている。

イベントの開催にあたり、集客面では、市役所との連携による観光案内コーナーでのチラシ設置や、SNS を利用したが、チラシ配置は期間が短く、SNS は信用性がないことから、期待した効果は得られなかった。そこで、イベントの開催をする寺院にてチラシ配りを行った。手渡しをすることで、一般参加者を 6 名から 14 名に増やすことができた。そのうち 9 人が女性であった。

イベントは、魅力ある地域資源としての地域独自の歴史・文化を知ることや、寺社ならではの体験をした上で、最後に御朱印を頂くという内容になっている。

こうした構成によって、エピソード記憶の定着を図ることができ、「御朱印」を軸にした「再訪性」を付与し、継続性の高い交流人口の増加の仕組みを構築する。

なお、イベント時にアンケートを行ったことで、エピソード記憶の定着や参加者への高い「再訪性」の付与が実証された。

6. 結果や今後の取り組み

東村山市の地域活性化研究を始めてから、すでに 3 年が経過している。一昨年度では、多摩地域の知られていなかった魅力として、「酒」をメインにイベントを行い、昨年度は、地域の「水」の文化を体感するツアーを行うことで、交流人口の増加を図ってきた。富士ゼロックス、豊島屋酒造、多摩信用金庫、東村山市役所産業振興課、東村山市郷土研究会の担当者と 3 年間、定期的に企画を開催し、緊密な関係を構築している。今年度もこれらの組織と連携しイベントを行った。また、地域の歴史や文化をよく知る寺院の住職には、全面的に賛同、協力いただけた。

その上で、8 月 26 日に東村山市の著名な寺院である大善院でイベントを行った。収益の黒字をだし、事後アンケートでは、「また、参加したい」などの「再訪性」が確認できた。11 月に本研究における 2 回目のイベント開催を予定している、東村山市の協力や東京経済大学のバックアップにより、必要経費も賄えている。

「御朱印」を軸とした寺院のイベントを実施することで、課題である地域への「再訪性」や「回遊性」をもたせることを実証できたので、東京郊外の多摩地域における交流人口の増加を図っていくことができるといえる。

今後は、広報面をさらに強化し、多摩地域だけでなく都心からの集客や、日本文化であるお寺に関心の高い外国の方の集客など、様々な交流人口の増加の可能性を考え、活動していくことを考慮している。

7. 参考文献

- 梅澤伸嘉（2006）『消費者心理のわかる本－マーケティングの成功原則 55－』 同文館出版株式会社
- 金森努（2016）『最新版図解よくわかるこれからのマーケティング』 同文館出版株式会社
- フィリップ・コトラー他（2010）『コトラーのマーケティング 3.0 ソーシャルメディア時代の新法則』 恩蔵直人・藤井清美 訳 朝日新聞出版
- 鯉淵南友（2006）『地ブランド 株式会社博報堂地ブランドプロジェクト』 弘文堂
- 地球の歩き方編集室 編（2015）『この御朱印が凄い！』 ダイヤモンド社

- 地球の歩き方編集室 編（2016）『御朱印でめぐる関東の神社～週末開運さんぽ～』ダイヤモンド社
- 八木透（2010）『御朱印ブック』日本文芸社
- マーサバレッタ（2003）『男の常識をくつがえす新マーケティング「これ買おう」と言わせる 1 1 の提言』宣伝会議
- 原田保・三浦俊彦（2013）『地域ブランドのコンテクストデザイン』地域ブランド戦略研究推進協議会』
- 畠山仁友・武井寿（2012）『パワースポット・ブームを通じた縁結びのコミュニケーション』
- 飯森義徳（2015）『地域づくりのプラットフォーム』学芸出版社
- アラドナ・クリシュナ（2016）『感覚マーケティング顧客の五感が買い物にどのような影響を与えるのか』有斐閣
- 井上崇通他（2012）『リレーションシップ・マーケティング 消費者経験アプローチ』同友館
- 金森剛（2014）『共感ブランド 場と物語がつくる顧客参加の仕組み』白桃書房
- 鈴木菜・藤井聡（2008）『「消費行動」が「地域愛着」に及ぼす影響に関する研究』土木学会論文集
- 『都市部、地方部における地域コミュニティの衰退』国土交通省
（<https://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h17/hakusho/h18/html/H1022100.html>）（閲覧日 2017/09/03）
- 統計メモ帳（<https://ecitizen.jp/Population/CityPyramid/13303>）（閲覧日 2017/09/03）
- 河野まゆ子 『地域社会における神社・仏寺が目指す方向性』 JTB 総合研究所
（<https://www.tourism.jp/tourism-database/column/2016/01/shrine-temple/>）（閲覧日 2017/09/03）
- 『平成 27 年版情報通信白書』総務省
（<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc233100.html>）（閲覧日 2017/09/12）
- 『国土交通白書 平成 14 年度』国土交通省
（<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h14/H14/html/E1033102.html>）
（閲覧日 2017/09/12）
- 片柳勉・小松陽介（2013）『地域資源とまちづくり 地理学の視点から』古今書院
- 古川一郎（2011）『地域活性化のマーケティング』有斐閣
- 地域デザイン学会（2014）『地域経済と観光ビジネス』（株）芙蓉書房
- 佐々木純一郎 他（2008）『地域ブランドと地域経済』同友館

<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・利用する場合は、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