

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は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)
トウヨウダイガク	ケイエイ	ナカノ
東洋大学	経営学部	中野ゼミ

※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)
ナカノゼミイーチーム	ウスクラヒロト	4	無
中野ゼミ E チーム	白倉空飛		

※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)
パワーポイント

研究テーマ (発表タイトル)
書店の新たな挑戦

1. 研究概要 (目的・狙いなど)

現在、書店業界は衰退している現状にあると考えています。東京商工リサーチによると、このような状況を打破するには、専門家や異業種とのコラボなどの工夫を行い、模索していくべきであると言われている。

しかし、研究を進めていくと工夫を行ってる書店は数多く存在した。そこで、どの程度の人が工夫を行っている書店の存在を認知しているのか、アンケート調査を行ったところ興味は持っているが、行ったことがないという結果が得られた。逆に書店側はどのように感じているのか、インタビュー調査を行ったところ、今後はより店舗に足を運んでもらえる取り組みを行っていききたいという結果が得られた。

ここから、私たちは顧客がより書店の魅力を知ること、店舗に足を運んでくれるのではないかと考えた。そこで、より書店のことを知ってもらえる提案を考えていきたい。

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)

日本著書販売センターによると、書店業界は1999年の22,296店舗以降、毎年書店数が減り続け、2015年には13,488店舗まで減少しております。同様に売り上げも年々減少し続けている現状があります。東京商工リサ

一ちによると、2013年度の1,034,076億円から2015年度1,004,727億円まで減少しております。そして、2015年度の増収企業は2割にとどまり、それ以外の企業は減収、または、横ばいとなっております。さらに、売上上位10位のうち、6位以下は減収となり、新規参入も少ないと言われております。

このような状況を打破するには、専門家や異業種とのコラボなどの工夫を行い、模索していくべきであると言われております。

3. 研究テーマの課題

インタビュー結果から書店の問題点として、店舗にもっと顧客が訪れてほしいということがわかった。逆にアンケート結果から顧客側の問題点として、店舗のことは知っていても魅力がわからなかったり、行く機会がないということから実際に店舗に足を運んだことがある顧客が少なかった。

これらのことから【店舗側：より多くの人にお店に訪れてほしい】【顧客側：魅力が分からない】ということが今回の研究の課題である。

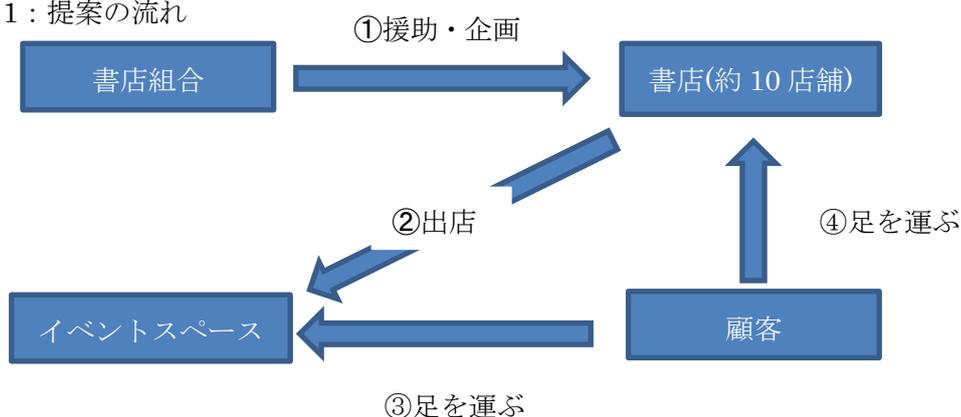
4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

インタビュー結果から書店の問題点として、店舗にもっと顧客が訪れてほしいということがわかった。逆にアンケート結果から顧客側の問題点として、店舗のことは知っていても魅力がわからなかったり、行く機会がないということから実際に店舗に足を運んだことがある顧客が少なかった。

そこで、顧客側が書店へ足を運ぶきっかけ作りのための書店フェスを私たちは提案する。今まで本フェスという本について知ることができるイベントは行われているが、より書店について深く知ることができるイベントは開催されていない。そこで、書店フェスでは、より深くその書店について知っていただくために書店ごとにブースを設け、完全に書店ごとに空間を別けることで、その書店の雰囲気再現することができる。また、店主とコミュニケーションを取ることで、その書店の魅力を知ることができる。

この書店フェスを行うことで、顧客側の魅力が分からないという問題点をより深く店舗のことを知っていただくことで、解決できる。さらに書店側の問題点である、顧客に足を運んでほしいという問題点解決のきっかけ作りになる。

図1：提案の流れ



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

・120人へのアンケート調査

方法：Google フォーム

目的：どの程度の人が工夫を行っている中小規模の書店について認知しているのか知るため。

質問：

①工夫を行っている書店は興味がありますか。

⇒はい：61, 5% いいえ：38, 5%

②実際にそのような書店に行ったことがありますか。

⇒はい：61, 7% いいえ：38, 3%

③行ったことがない人はなぜ、行かないのですか。

⇒行くほどの魅力がわからない・行く機会がない。 など

・71人へのアンケート調査

方法：Google フォーム

目的：提案について魅力的に感じるか調査するため

質問：

①書店フェスに訪れてみたいですか。

⇒工夫を行っている書店に行ってみたかったが、機会がなかったので行ってみたい・様々な書店を知ることができるので行ってみたい。 など

②書店フェスに訪れた後にリアル店舗にも足を運んでみたいですか。

⇒はい：79, 6% いいえ：20, 4%

気に入ればもちろん行きたい・本物の書店も見てみたい。 など

・書店へのインタビュー

インタビュー先：

①SPBS 様(メールインタビュー) 7月19日(水)

②森岡書店様(店舗インタビュー) 8月15日(火)

③T 様(店舗インタビュー) 9月1日(金)

④Title 様(店舗インタビュー) 9月22日(金)

目的：アンケート結果から顧客側は、認知しているが行ったことがないということが分かった。そこで、書店側はどのように感じているのか知るため。

質問

①店舗の認知について、どのようにお考えですか。

⇒Facebook などの SNS や HP を利用することで、プロモーション活動は行ってきた。 など

②認知から店舗へ足を運んでもらうことに対して、どのようにお考えですか。

⇒店舗の認知を広げるために本の紹介などを行っているが、情報の収集だけで、終わってしまうことも多いので、そこから店舗に訪れてもらえるように取り組んでいきたい。 など

③書店フェスを実際行ってみたいですか。

⇒本を売るイベントは今までやってきたが、書店の魅力を押し出すイベントは今までなかったので、ぜひやってみたい。 など

6. 結果や今後の取り組み

今後は提案を書店側に持っていき、細かい部分のすり合わせを行っていく。そして実際に開催することで、効果を確かめていきたい。効果があることが実感できれば、継続してこのイベントを行っていきたい。

7. 参考文献

・日本著書販促センター(2015)「書店数の推移 1999年～2015年」<http://www.lbook.co.jp/001166.html> 2017年4月20日検索。

・東京商工リサーチ(2016)「2016年(1-12月)「書店」の倒産状況」http://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20170308_06.html 2017年5月2日検索。

・東京商工リサーチ(2016)「全国書店 1,128 社業績動向調査」http://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20160720_01.html 2017年4月20日検索。

・sheeps(2017)「貸し切りスペース情報」

https://sheeps.jp/shops/index.php?search_ken=%E6%9D%B1%E4%BA%AC%E9%83%BD&search_tag=&search_num=75%E4%BA%BA%EF%BD%9E&search_set=&ns=&pankuzu=%E6%9D%B1%E4%BA%AC%E9%83%BD%20%C3%97%2075%E4%BA%BA%E4%BB%A5%E4%B8%8A%20%C3%97%20&p=2 2017年9月4日検索。

<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)ものに限ります。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、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