

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）
フリガナ）ニホンダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ミツイ イズミ
日本大学	経済学部	三井 泉 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）イブシギン	フリガナ）カナザワ フウガ	7	無
いぶし銀	金沢 風芽		

※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）
都市から地域への人口の流れを作る

※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）
都市から地域への人口の流れを作る

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）
現在、全国の各地域から都市への人口流出が発生しており、若者が都市へと流出している。その人口過疎化によって、消滅を見込まれている地域などが多数存在している。 しかし、株式会社インテージが行った「移住・交流・定住に関するアンケート」では、「今後、移住等をしてみたいと思いますか？」という問いかけに対して「移住を予定・検討するつもりである。」という移住に対する前向きな回答が4割もあった。また近年地域への移住者は増加傾向にあり、都市から地方への人口の流れがあるかのように見えるが、移住した前後にギャップを感じ都市に帰ってしまう人も少なくない。

3. 研究テーマの課題

移住者が感じるギャップとして多くあげられるものには収入及び支出、近隣の住民とのコミュニケーション、交通インフラ、移住後の補助等がある。このようなギャップを感じてしまうことを、我々は「移住におけるミスマッチ」であるととらえた。このミスマッチを防ぐためにギャップの解消することを我々の課題とする。ここで移住者が感じるギャップとは、各々がイメージしていた移住生活とその地域の特性が噛み合っていない場合に生じる。そこから生まれた我々の仮説は、「移住希望者が持つイメージにふさわしい地域を彼らに提示することで、地域へ移住した際の定住率は高まるのではないか」である。我々が提供するサービスによって移住者のギャップを解消し、都市から地域への人口の流れをつくりたい。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

我々が提案するのは、「移住におけるミスマッチ」を解消するために「地域」と「移住希望者」を結ぶ「マッチングビジネス」である。移住者は、移住の前後でギャップを感じた時にミスマッチを認識すると考えられる。

したがって、我々は移住希望者が移住する前から持っている地域のイメージを細かく把握し、そのイメージに適応した地域を移住希望者に提案する。そうすることで、移住の前後のイメージのずれを擦り合わせることができ、彼らが抱えると想定されるギャップを解消できると考えた。移住希望者には不安の無い移住を提供し、地域には移住者の定住率の向上を手助けするとともに自分の地域を知ってもらう機会を増やすという2つのメリットを提示する事でマッチングを成立させる。

まず、我々は初期モデルとして広島県広島市のマッチングを想定した。広島県は近年移住希望地としての人気が著しく高まっている地域である。《ふるさと回帰支援センター（東京）移住希望地ランキング 2014年 18位→15年 6位→16年 4位》

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

広島県の人気が高まっている背景には、広島の移住・定住支援が大きく影響を及ぼしている。ひろしま移住サポートメディアの「ひろびろ」、広島県交流・定住ポータルサイトの「広島暮らし」はモダンなデザインで、プロモーション動画も移住の意欲を誘うものである。我々は移住者が感じる事の多いギャップから広島市を調査した。

○広島市基本情報

人口:120万人

年間気温:平均 16.3度 最高気温 32.5度 最低気温 1.7度

有効求人倍率:1.67倍（全国平均 1.34倍）

広島主要産業：百貨店・スーパー/ドラッグストア・医薬品・化粧品/アパレル・その他小売/外食/食品加工/食品卸/自動車・部品/造船/機械/電気・電子・半導体/ゴム・科学/鉄鋼・金属/陸運・海運・倉庫/エネルギー/建築・土木/住宅・マンション/不動産・建物管理/情報通信/金融機関

(%)		満足	まあ満足	どちらともいえない	やや不満	不満	その他
生活環境	医療・福祉・サービスの充実度	7.5	32.8	25.9	22.6	8.9	2.3
	教育環境	12.5	37.6	32.9	9.7	3.1	4.3
	交通インフラ	10.7	36.1	18.1	21.9	10.5	2.8

(<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1425434724339/simple/danchiishiki.pdf>)

～近所付き合いの現状～

	(%)
お互い自宅を行き来する	4.0
困ったときは助け合える	12.2
会えば立ち話をする	27.5
会えば挨拶をする	51.0
付き合いはあまりない	4.4
不明	0.8

(<http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/1425434724339/simple/danchiishiki.pdf>)

〈経済面〉

温暖な気候であり冬場の気温が氷点下を下ることがないため、水道管の凍結予防等越冬における出費はない。幅広い就職先があり、もともとのキャリアが活きる就職が可能。「ひろしまジョブサイト」では UIJ ターン者専用の就職データベースがあり、移住者に対する就職支援が整っている。

〈生活環境〉

医療・福祉・サービスや交通インフラ面に関しては住民の評価が良いとは言えない。しかし、教育環境については低い評価が少ない。

〈地域の特性〉

「会えば挨拶をする」が最多回答となったが、東京と比較すると積極的なコミュニケーションがある。また、「参加している地域活動や趣味の活動」に関する質問では、参加していないとの回答が 5 割ほどあり、参加を強制するような自治体はすくないことがわかる。

《広島市はどういった人々に対して提案するのが適切か》

年間生活コストに対する懸念を抱えている。第 2・3 次産業従事希望者。子育てを重視。自身の交通手段が安定している。東京での生活よりもコミュニケーションを求めている。以上のような条件があてはまる人々に広島市を提案することが適切だと考えられる。

移住希望者は、一人一人が違った「移る目的」を持ち、地域は「住みたい場所」として違った特性を持つ。上記の広島県広島市のように全国各地の地域の詳細を把握、カテゴライズすることで、移住希望者に不安のない移住を提供したい。

6. 結果や今後の取り組み

今回は広島県をサンプルとして提示したが、今後はこのモデルをより多くの地域で活用できるようにデータベースの拡張をしたい。現段階ではその先駆けとして全国の移住・定住支援制度の現状調査を行った。近年、移住・定住支援は著しく増加している。（2013 年 521 件、2014 年 2922 件、2015 年 5910 件、2016 年 8496 件）またその傾向としてみられるものは、移住させるまでが目的とする支援から継続した支援への変化（移住支援→定住支援）や仕事に関する支援の増加が多く見られた。その反面、住まいに関する制度は増加率が落ち着いてきている。移住支援から定住支援に変化する動きは移住を失敗したケースが少なくないという背景から生まれた変化であり、我々のビジネスの正当性が見いだせる。

このように、多くの自治体から我々の「ミスマッチを無くすビジネス」の需要があると考えられるため、今後も多くの地域の適用が達成できると見込みがある。またユーザーにとってより使いやすいアプリケーションを目指すため、直感的に比較しやすいレーダーチャート

トを活用した地域のデータベースの製作を行っている。

7. 参考文献

移住っていいことあるんだ!!知らないで損する全国自治体支援制度 2922 | 田舎暮らし特集 | ニッポン移住・交流ナビ JOIN - 田舎暮らしを応援します 閲覧日 2017/07/26

<https://www.iju-join.jp/feature/file/009/04.html>

エキサイトニュース/地方移住に失敗した人が語る、田舎暮らしの影の部分 閲覧日 2017/07/25

http://a.excite.co.jp/News/column_g/20150403/Shueishapn_20150403_45910.html

広島市ホームページ 閲覧日 2017/07/28

<https://www.pref.hiroshima.lg.jp/shi-machi/hiroshimashi.html>

サポート | ひろびろ ひろしま移住サポートメディア 閲覧日 2017/08/01

<https://www.hiroshima-hirobiro.jp/support/>

第1節 ヒト・モノ・カネ・情報の流れ 閲覧日 2017/07/26

<http://www.mlit.go.jp/hakusyo/mlit/h26/hakusho/h27/html/n1211000.html>

広島市こんな支援制度があります 閲覧日 2017/07/29

http://www.city.shobara.hiroshima.jp/main/life/settlement/post_344.html

広島県が移住希望者からの人気が高い理由とは - 日経トレンドネット 閲覧日 2017/07/28

http://trendy.nikkeibp.co.jp/atcl/column/16/042600114/052900024/?ST=trnmobile_f

<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。

※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