

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）ホウセイダイガク	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）ナガオカフミヨウゼミ
法政大学	経済学部	永岡文庸ゼミ

※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）ナガオカゼミビーハン	フリガナ）ヤマザキアオイ	4	有
永岡ゼミ B 班	山崎葵		

※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

研究テーマ（発表タイトル）
無駄な購買を抑制せよ！シェアリングエコノミー！！

※必ずく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）

近年注目を集めているシェアリングエコノミーについて研究し、新たなビジネスモデルの可能性について提案する。国内におけるゴミの総生産量は世界 4 位と非常に多い一方で、リサイクル率は 29 位とかなり低い現状がある。この現状はかなりもったいないことである。私たちはそもそもの無駄な購買が多いと考え、無駄な購買を抑えるものとして近年注目を集めているシェアリングエコノミーでの解決を考察した。中でも日本国内における忘れ物ランキング第 1 位の傘に注目した。毎年 5600 万本のも傘が忘れ物として管理されている。その一方で毎年 7000 万本もの傘が新たに購買されている。また、突然の雨に急遽傘を購買した



経験がある人は 9 割を超えていた。このことから、急な雨に新たに傘を購入することを抑制するべく、忘れ物の傘を有効活用するシェアリングサービスを考案した。今回の提案では、既存の無料のレンタル傘で挙げられる 2 つの大きな問題点 1. 返却率の悪さ。2. 貸し出した傘と返却される傘の区別ができない。のそれぞれへのアプローチで対応した。1 つ目の問題へはデポジット制の導入、2 つ目へは広告の添付で解決した。また、今回は大学キャンパス内での小規模な実験として行ったが、この実験における成功モデルをもとにゆくゆくは駅などで行える新ビジネスとしての可能性も視野に入れている。

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）

2015 年の時点で日本のゴミの総排出量は約 4 億 5 0 0 0 万トンもある。この数値は OECD の主要 3 0 ヶ国中第 4 位で世界的に見てもゴミの排出量が多いと言える。それにもかかわらず日本のゴミのリサイクル率は 1 9 % しかなく、これは OECD の主要 3 4 ヶ国中第 2 9 位でとても少ない数値に留まっている。以上のことから日本はまだ使える資源を無駄にしているのである。この現状の要因として私たちはそもそも無駄な購買が多いのではないかと考えた。

そこで私たちが目を付けたのが傘である。傘は年間で 7 0 0 0 万本も購入されており、そのうちの 5 6 0 0 万本が忘れられている。また忘れられた傘が持ち主の元へと返却された割合は約 0. 3 % ととても少なく、残された傘はすべて処分されている。これは私たちが問題視している無駄な購買そのものである。



3. 研究テーマの課題

無駄な購買を抑えるものとしてシェアリングエコノミーをしっかりと認識し、新たなビジネスモデルを確立すること。既存の無料レンタルサービスには大きく二つの問題点がある。1 つ目は返却率の悪さ、2 つ目は傘の区別である。この二つの問題点を解決することが最大の課題である。これら二つをクリアすることで、しっかり機能するビジネスモデルを確立することが課題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

シェアリングエコノミーとして忘れられた傘を有効活用し、傘を忘れた人にその傘をレンタルする。レンタル傘の仕組みは以下の通りである。まず、私たちが学校から忘れ物の傘を引き取る。この傘は忘れられてから一定の期間がたっても持ち主が現れず処分する予定のものである。また、同時にレンタルする場所も提供してもらう。そして、その傘を利用してレンタルを行う。このレンタルは大量の処分する予定の傘を有効活用したい私たちと突然の雨に困っているが無駄に傘を購入したくないという利用者の双方に利益がある。

しかし、レンタル傘を行うにあたって 2 つの問題点がある。傘が返却されないこととレンタル傘とそれ以外の傘との区別である。傘の返却についてはデポジット制を用いて解決を図る。料金についてはアンケートの結果をもとに 1 0 0 円とした。2 つ目の傘の区別についての問題に対しては、傘に広告を掲載することによって解決を図る。今回は大学関連の宣伝を掲載した。今回は無料での掲載だが、広告掲載料金を設けることで収入も見込める。また、この広告はこれまでにない動く広告であり、従来の看板のような広告と比較すると費用を安く抑えられ、動くことで様々な人の目に付きやすく、掲載期間も長期間にわたる。これらの要素は広告を掲載する側にとって大きなメリットがあるといえる。

以上のことから私たち、傘を提供する側、レンタルを利用する人のすべてが利益を得ることができるビジネスモデルが完成する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

レンタル傘に関するアンケート調査の実施。プランを行うための定期的な議論を開催。また、傘の現状を調査するため鉄道会社に忘れ物についてお話を伺った。学校内での忘れ物の傘を確保するため、学校側との協議、交渉を行った。また、実際に学校

内で新たなビジネスモデルの実現可能性を検証するために、実施の許可を得るために協議を繰り返した。結果、忘れ物の傘と実験場所の確保と実施許可を承諾していただいた。

また、学校だけでなく鉄道会社も忘れ物の管理に困っているとのことなので、さらに規模を広げるために八王子市役所や八王子駅との協議の場をアポイントしている最中です。

6. 結果や今後の取り組み

私たちの行ったレンタル傘活動の結果、貸し出された傘の数は用意した 30 本中 30 本すべて。また貸し出した傘のうち返却された本数が 19 本で 63%となった。加えて、返却された傘はすべて私たちの用意した傘であった。これらの結果からレンタル傘の需要はあり、デポジット制の導入は返却率を向上させることがわかった。（北海道でのデポジット制なしの無料傘レンタルの事例の場合の返却率は約 0.86%程度に留まっている。）また、傘の区別に広告を利用するのは有効であると言える。

今後の取り組みとしてはこのレンタル傘プロジェクトを学外、ひいては八王子市や八王子駅に広めていく。また、理想的な広告費用の試算や広告効果を検証し広告の掲載を企業などに提案したい。また、返却率においては、63%まで向上したものの、残り37%の改善余地がある。返却されなかった理由として「100 円なら最悪返さなくてもいいや」などの声が多数あった。今後より最適なデポジット料金を定めるため、検証を突き詰めていく。さらに、この忘れ物の傘によるシェアリングエコノミーのモデルを生かして他のモノでもシェアリングエコノミーを行い無駄な購買を抑えていきたい。

7. 参考文献

[1]ビジネスジャーナル HP アクセス：2017 年 5 月 20 日

http://biz-journal.jp/2012/10/post_776.html

[2]国際統計格付センターHP アクセス：2017 年 5 月 20 日

<http://top10.sakura.ne.jp/OECD-WASTE-T1B.html>

[3]OECD HP アクセス：2017 年 5 月 20 日

<http://www.oecd.org/env/environment-at-a-glance-19964064.htm>

[4]総務省 HP アクセス：2017 年 6 月 14 日

<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc242110.html>

[5]シェアリングエコノミーラボ HP アクセス：7 月 18 日

<http://sharing-economy-lab.jp/sharing-economy-china-market>

[6]ウルンゴ。HP アクセス：7 月 18 日

<https://www.urungo.com/sharingechukyu.html>

[7]HUFFPOST HP アクセス : 8 月 24 日

http://www.huffingtonpost.jp/2017/03/22/hokkaido-umbrella_n_15553426.html

[8]警視庁 HP アクセス : 8 月 24 日

http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/smph/about_mpd/jokyo_tokei/kakushu/kaikei.html

<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、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