

インナー大会プレゼン部門 2018 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）
ニホンダイガク	ショウガクブ	ウダゼミナール
日本大学	商学部	宇田ゼミナール

※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、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 （有・無）	動画使用 スライドページ
チームスタミナ	ウラノケント	6	無	
チームスタミナ	浦野賢人			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物（例：商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート）
調査時に使用したアンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ（発表タイトル）
インバウンドビジネス

※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）

近年急速なスピードで訪日外国人数は増加している。私達は、日本に大きな経済効果をもたらすと期待されるインバウンド市場に興味を持ち、この市場に関連して何か活動してみたいと思った。

私達は、SNS を利用し、訪日外国人に有益な情報を提供することを目的としている。

国土交通省、観光庁のデータによると、訪日外国人の多くがインターネットから情報を得て、日本に来ていることが分かる。そこで私達は、自分たちに身近な SNS で訪日外国人の観光に有益な情報を発信したいと Instagram、Facebook、Weibo の3つで情報発信を始めた。最初は、大学生のおすすめする日本の観光地を発信していたが、それではオリジナリティーにかけてしまっていた。そこで注目したのが、インバウンド需要を積極的に取り込もうとしているしもきた商店街である。このしもきた商店街は、日本初、店舗別で一括免税サービスを導入したり、外国人向け地図やサービスの紹介が書かれた“カキ氷マップ”を制作している。しかし、それらの取り組みを見たとき、私達は少し違和感を覚えた。私たちの、下北沢に対するイメージは古着屋が強く、しもきた商店街の取り組みは、古着屋に対する訴求が少ないのではないかと感じたからである。商店街の HP には、確かに古着屋の情報が載っているが、紹介している店舗数の少なさ、特徴などの説明の少なさ、

そして多言語表記もされておらず、外国人に古着屋の情報が伝わっているようには思えなかった。そこで私達は、SNS を利用して、下北沢の古着屋に特化した情報を発信していきたいと考え、SNS での投稿と SNS で発信する情報の有益性の向上のためのアンケート調査を行っている。この活動をこれからも継続し、訪日外国人にとって有益な情報を提供していく。

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）

インバウンド市場は、成長市場であり、日本経済に大きな利益をもたらすと期待されている。

訪日外国人数は、2016 年には約 2400 万人に達した。5 年前の 2011 年時点で約 600 万人だったのに対して、5 年間で約 4 倍も増加している。これに伴い、訪日外国人の国内での消費額も 5 年間で約 5 倍に増えている。また、日本政府は、観光立国推進基本計画として、東京オリンピックの開催される 2020 年までに訪日外国人数 4000 万人突破を目指している。仮に、訪日外国人数が 3000 万人に達すると、その市場規模は 5 兆円以上になると言われている。この 5 兆円という市場規模は、清涼飲料水市場より大きく、アパレルやドラッグストアなどと同等に値する。つまり、インバウンド市場は、これらの業界と同様の経済効果を与える、日本に大きな利益をもたらす市場といえる。

3. 研究テーマの課題

インバウンド市場は成長市場ではあるが、一方で課題もある。まず、訪日外国人にとっての問題は、言語に関する問題、Wi-Fi の問題、交通機関の問題、宿泊施設の問題などがある。言語に関する問題は、英語や多言語のコミュニケーションが困難な場合が多かったり、多言語表記が不十分であることが挙げられる。Wi-Fi の問題としては、まだ Wi-Fi が設置されている場所が少ないことであったり、登録方法が分かりづらいという問題が挙げられる。また、交通機関や宿泊施設の問題として空の便・観光バスや観光地付近の宿泊施設が不足している現状もある。宿泊施設に関しては、宿泊料金の高騰も問題である。

一般的にメディアでは、訪日外国人にとっての問題ばかり取り上げられるが、日本人にもたらす問題も沢山ある。デパートなど接客の面では、消費量の少ない日本人客よりも消費量の多い外国人観光客へのおもてなしが過剰になり、日本人の顧客満足度が下がっている店も多い。また、中国人の爆買いにより店頭の商品が品薄状態、またそれに伴う商品の値上がりが生じ、日用品の品薄、料金が高騰し、日本国民の負担が増大している。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

現在、私達が認識している下北沢商店街の課題は、古着屋に関して訪日外国人に対する情報を提供できていないことである。

この問題に対して私達は、Instagram、Facebook、Weibo の 3 つの SNS を利用して、下北沢商店街の古着屋にまつわる情報を発信していく。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

下北沢商店街を歩く 50 人の外国人に声をかけ、アンケートを実施。アンケートの具体的な内容は、下北沢といわれて連想するもの、下北沢を訪れた理由、古着に対するイメージ、日本で古着を買ったことがあるかの 4 つで、それらをもとに訪日外国人のニーズを把握し、その結果をもとに古着屋にまつわる情報を SNS で発信していく。

6. 結果や今後の取り組み

今後は、今回実施したアンケートの結果を踏まえ、情報発信を行っていく。主に使用するのは、学生にとって身近な SNS である Instagram、Facebook、Weibo である。また、日本語、英語、中国語で発信する。三か国語での発信は、私達の強みである。私たちのチームには、中国人の留学生と昨年学内のプレゼンテーション大会の英語部門で優勝経験のある学生がいるため、それを活かした投稿を目指す。また、特に Instagram では写真の撮り方やエフェクトにもこだわり、オシャレな投稿になるように目指す。

最終的なゴールとしては、これらの投稿をまとめた一つのマップを作成したいと考えている。具体的には、これから古着屋の紹介を投稿しながら、それらを蓄積し、最終的に訪日外国人がそれを見て、古着屋を選んでもらえるようなマップを計画している。今回調査結果として掲示したアンケートは、SNS で発信する情報の有益性の向上のため、継続してとらうと考えている。

7. 参考文献

《書籍》

- ・山本梁介 (2013) 『1泊 4980 円のスーパーホテルがなぜ「顧客満足度」日本一になれたのか?』 アスコム
- ・大藪多可志、山本真嗣、工藤泰子、佐野浩祥 (2017) 『インバウンドと地方創生』 海文堂出版...
- ・牧野知弘 (2015) 『インバウンドの衝撃～外国人観光客が支える日本経済～』 祥伝社新書
- ・村山慶輔 (2016) 『インバウンドビジネス入門講座～訪日外国人観光 攻略ガイド～』 翔泳社
- ・川上徹也 (2017) 『「コト消費」の嘘』 角川新書
- ・デービット・アトキンソン (2017) 『世界一訪れたい日本のつくりかた』 東洋経済新聞
- ・劉明 (2017) 『地域観光マーケティング戦略構築のあり方～九州のインバウンド観光を事例として～』
- ・桑島俊彦 (2017) 『TOKYO+(プラス)ひととき輝く商店街～東京オリンピックに向けた、インバウンド対応から IT 導入、空き店舗対策』 同友館
- ・山内弘隆 (2017) 『はばたけ! 観光立国～インバウンド 4000 万人時代の国、地方、空港～』 時評社
- ・中村正人 (2017) 『「ポスト爆買い」時代のインバウンド戦略～日本人が知らない外国人観光客の本音～』 扶桑社
- ・中村正人 (2016) 『ホテル業界大研究』 産学社
- ・佐藤尚之 (2018) 『ファンベース』 筑摩書房

《Web》

- ・『かき氷 MAP - しもきた商店街振興組合オフィシャルページ -』
<http://www.shimokita-info.com/about/kakigoori.html>(2018 年 9 月 21 日最終閲覧日)
- ・『SUNNY SIDE UP 下北沢店 of しもきた商店街振興組合』
<http://www.shimokita-info.com/search/streetname/ochame/sunnysideup.html> (2018 年 9 月 21 日最終閲覧)
- ・『統計データ(訪日外国人・出国日本人) | 統計・データ | 日本政府観光局(JNTO)』
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html(2018 年 9 月 21 日最終閲覧)
- ・『日外国人観光客の集客に活用できる WEB サービス 6 選 - 昭文社のインバウンドプロモーション』
<http://digjapan.jp/case/topic161226/>(2018 年 7 月 13 日最終閲覧)
- ・『旅行・観光消費動向調査 | 統計情報 | 統計情報・白書 | 観光庁』
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/shouhidoukou.html>(2018 年 7 月 13 日最終閲覧)
- ・『古着店舗一覧 - 下北沢南口商店街振興組合 -』
<http://www.shimokitazawa.org/shoplist/shopping/recycle/index.html>(2018 年 9 月 21 日最終閲覧)
- ・『訪日外国人の消費総額が過去最高を更新、2016 年は 3.7 兆円、一人あたり旅行支出額の最多はオーストラリアに | トラベルボイス』
<https://www.travelvoice.jp/20170117-81450>(2018 年 7 月 13 日最終閲覧)

<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、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経 BP マーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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・株式会社日経 BP マーケティング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。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。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。

※成果物を使用する場合は、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、ご提出ください