

インナー大会 プレゼン部門 2019 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) ブンキョウガクインダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) マワタリゼミナール
文京学院大学	経営学部	馬渡ゼミナール

※大会申込書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
フリガナ) ドリーハン	フリガナ) ノダ マイカ	3人	無	無
ドリー班	野田 舞佳			

※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)
無

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)
文京区の魅力を知ろう ～学生による魅力探索活動によって区の活性化を促す～

※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)

文京区には、有名な東京ドームや東京大学など日本の名称となる施設が存在する。また、19もの大学があり学生が多く通う区である。それらを目当てに来る観光客や大学に通う学生は多数いるが、それ以外の施設や観光スポットの魅力を発信できていないのが現状である。この問題を学生が中心となって発信し、解決に導くことができるのではないかと考え研究を始めた。“歴史と文化と緑に育まれた、みんなが主役のまち”である文京区のまだ知られていない魅力を、大学生が主体となって行動し、学生・文京区・施設・文京区民と共に知っていくことを目的とする。長期的な区の活性化にも貢献できると考える。

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)

文京区は東京都 23 区の中央北寄りに位置しており、23 区内で 4 番目に面積が小さい区である。成り立ちは、1947 年に旧小石川区と日本郷区が合併して誕生した。「学問の府」という両区の特徴や性格から名づけられたのが由来だ。東京都 23 区で、極めて独自性の高い名づけ方と言われている。人口は約 22 万人であり、5 年前の 2014 年と比べると 2019 年では 9.2%

ほど増加傾向にある。また、昼間・夜間人口では、昼間人口の方が 14 万人多く、その理由として学校やオフィスが多い・観光地があることが挙げられ、それらを目的に他の区から足を運ぶ人が多数見られる。交通の面では JR 線に囲まれた区であり、主要駅は JR、メトロ、私鉄を合わせて約 15 駅もあることから、アクセスに優れている。文京区には坂が多く、名前が付いた坂だけでも 113 か所も存在する。その最大の理由は、区の全域がほぼ武蔵野台地の東端に位置しており、起伏に富んだ地形になっているからである。江戸時代、こまごまとした町割りがなされた斜面には新しく坂道が作られ、それらにはひとつひとつ名前が付けられていたため、当時地方から上京してきた人は驚いていたという。「山手は坂の名で覚え、下町は橋の名で覚える」という言葉があったほど、坂は文京区の特徴であるといえる。

そんな文京区は文の京という名の通り“歴史と文化と緑に育まれた、みんなが主役のまち”と掲げている。江戸時代には、城下の開発が進められ、護国寺・根津神社などの寺社が創建など、次第に街が形成された。1877 年には東京大学が加賀前田屋敷跡に開学し、日本の学術研究と高等教育推進の中心的役割を果たすなど、“文の京”の特徴が鮮明になったのはこの時期といえる。

また、印刷・製本業は文京区を代表する地場産業であり、今でも多くの印刷・製本関連の会社が軒を連ねている。明治時代より夏目漱石や樋口一葉といった有名な著名人・文学者が多く住み、それらの歴史と文化が今でも資料館などによって引き継がれている。そして東京都心部のなかでも緑が多く自然に恵まれた地域であるため、文京区では、毎年四季折々の花をテーマにした「文京花の五大まつり」などといった魅力ある祭りが催されている。さらに、関東地方に 3 か所しかない特別名勝や特別史跡に登録されている小石川後楽園・六義園など緑が多い観光地も存在する。

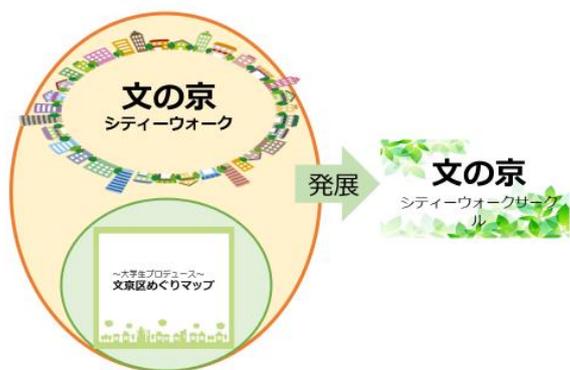
しかし現在、文京区のメインとなる“みんな”が問題となってきている。文京区が発行している人口推計グラフによると、生産年齢人口（15 歳～64 歳）が減少しており、全体の 7 割を占めていたものが 2060 年には老年人口（65 歳～）の増加により、5 割に減ってしまうと予測されている。さらに、“みんな”に含まれる本学の大学 3、4 年生に「大学に通う目的以外で、入学以前より文京区に訪れる機会が増えたか」というアンケートを行ったところ、約 6、5 割が詳しくなっていない・変わらないと回答した。これらの結果により文京区について知らない学生が多いのではないかという結論に至った。そして、「普段どこへ遊びに行くのか」という質問では、池袋・新宿・渋谷などが多数を占めており、文京区に遊びに行く学生はほとんどいなかった。このことから、通学以外に文京区へ訪れることは少ないことが分かった。また、私たちがヒアリングさせていただいた施設では、若者に来てもらいたいと思っているが具体的な情報収集ができていない状況だとお聞きした。

3. 研究テーマの課題

私たちは、“みんな”が減少してしまうことへの対応課題として、文京区内の大学に通う学生は、4 年間通学するにもかかわらず文京区について知るきっかけがあまりない。文京区は少子高齢化の影響による人口減少、特に若者の減少リスクに対応しなければならない。文京区の施設は、若者が来ないためトレンドがわからない。これらすべての課題に“学生”が関わっているのではないかと仮定した。そのため、学生が行動することを突破口として文京区の“みんな”の課題解決につながるのではないかと考えた。そして、ターゲットを文京区の大学へ通う学生・文京区・文京区の施設・文京区民の 4 つに分けた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちはこのような新たなビジネスモデルを提案する。交流を生み出す、安心・安全、アニメ聖地、学食などのテーマを基に文京区を巡り、知り得た情報を 1 つのマップにしていく。これを発展させ、文京区に関する情報を濃縮させたひとつの団体を作る。ターゲット別の目的としては、文京区内の大学に通う学生は、区について学ぶことや魅力を知ること。文京区は、若者との絆を作ること。文京区の施設は、若者に足を運んでもらうこと。そして、このビジネスモデルを行う上で、文京区民との関わりが生まれる。そのため区民には世代の垣根を超えた交流で親睦を深めることができる。この活動によって、文京区にただ通うだけ・住んでいるだけでは知ることのできなかつた情報や体験を、イベントを通して楽しみながら得ることができる。また、これらのイベントが文京区を支える力として発展していけばと考えており、その後文京区長の成澤 廣修様にこのビジネスモデルを提案した。これがプロトタイプとして成功すれば、さまざまな市区町村で応用することが可能になる。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

学生が突破口になるためには、学生自身が行動し、文京区を体感して知っていくことが重要である。文京区に通う大学生、文京区、文京区の施設には魅力を知ってもらい、文京区民には世代関係なく様々な人と交流し親睦を深めてもらうという目的のもと、大学生がプロデュースする『文京区めぐりマップ』を使用し『文の京シティウォーク』というイベントを開催する。提案の概要としては、歴史的なスポットや学生向けの飲食店のほか、アニメの聖地や学食などのテーマごとにクイズ形式にして巡る。さらに文京区の魅力を知ってもらえる若者向けのマップを他大学と連携して作成する。このマップは紙媒体ではなくスマートフォンで読み取ることができる QR コードでの電子配布にすることで、資源削減することができ、さらに情報の上書きが容易であるためより多くの情報を後世に繋ぎ、新しい情報を共有していくことができる。

まず私たちは『文京区めぐりマップ』を作り始めるため、文京区内にキャンパスを持つ東洋学園大学様に協力していただき、マップ制作の運営側としてチームを作り議論をした。そこで大学ごとのテーマを決めた。私たちは、老舗店・歴史・地域などと学生との“交流を生み出すマップ”を提案した。そして東洋学園大学様の学生と私たちが作成したマップを基に区内を巡り、その後アンケートを行ったところ、良い意見として「今回は学ぶことが出来た歴史は少しだったので、他にも知りたいと思えるきっかけになった。」、「初めてこのようなスポットに行き楽しかった。」などの意見が多数あった。一方「雨の場合の対策が欲しい。」や「文京区の著名人が住んでいた家を見てみたい。」、「パワースポットがあると楽しそう。」などの意見も知ることができたため改善へとつないでいきたい。また、本学の学生にイベントについての説明をしたのち、このイベントに参加したいかアンケートを行ったところ、9割以上の学生が参加したいと回答した。このことにより、このイベントの実現可能性はあるといえる。



6. 結果や今後の取り組み

東洋学園大学様とのマップ作りは今後も活動を続けていく。また、実際に文京区の各施設・店舗に協力してもらい、活性化を行う。その活動に伴って、文の京シティウォークの発展版である“文の京シティウォークサークル”を設立する。これは文京区の魅力さをさらに深掘り、文の京シティウォーク（文京区巡りマップ）の運営・管理、文京区のイベントに積極的に参加する、SNSでの魅力発信、文京区各店での懇親会、参加大学生の募集などを行う。このサークルに参加することで、大学横断で文京区を活性化させることができ、自分のよく使う地域以外の知識も深めていくことができる。さらに、大学生ならではの意見交換や友人作り

が可能になる。また、今後行っていく 2 回目以降のイベントについては 1 回目でターゲットにしていた 4 つのうち、文京区に今後も住み続け、少子高齢化をいち早く解決に導くであろう“子持ち家庭”をキーワードとして考えている。そこで、文京学院大学文京幼稚園の保護者の方々にアンケートを行ったところ、9 割以上の方に参加したいとの回答をいただいた。

そして、本学の理事長である島田先生のご厚意で丸善雄松堂株式会社様からのご協力を得ることになった。具体的には、私たちが考案した仕組みに「本」を加えた新たな仕組みを取り入れていく。

7. 参考文献

- ・文京区 HP <https://www.city.bunkyo.lg.jp/>
- ・文京区の統計 <https://www.city.bunkyo.lg.jp/var/rev0/0118/7498/1.pdf>
- ・庭園ガイド <https://garden-guide.jp/cert.php?s=ss>
- ・日本経済新聞 <https://www.nikkei.com/article/DGKKZO17779130W7A610C1L71000/>
- ・文京区人口統計資料 <https://www.city.bunkyo.lg.jp/kusejoho/toke/zinko.html>
- ・文京区組版 <https://bunkyo-kumihan.com/rekishi.html>
- ・東京都「文京区」の特徴 江戸時代から教育の街だった
<https://www.sumai-surfin.com/k/area/article/?stateid=13&cityid=13105>
- ・文京区観光協会 <http://www.b-kanko.jp/festival/>
- ・JAPAN WEB MAGAZINE
<https://japan-web-magazine.com/japanese/japan-special-scenic-spots-japanese.html>
- ・片岡英三「本郷区史」臨川書店
- ・東京都文京区地域防災計画平成 9 年度修正
- ・文京区神社誌
- ・「谷根千」地図で時間旅行
- ・本郷区史
- ・不思議の町 根津 ひっそりとした都市空間
- ・文京区の散歩道
- ・ぶんきょうの史跡めぐり
- ・文学散歩シリーズ 坂と文学
- ・写真で綴る「文の京」歴史と文化のまち

<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。

※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・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**