

西日本インカレ（合同研究会）2016 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・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）フクオカダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）ダザイゼミナール
福岡大学	商学部	太宰ゼミナール

※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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）チームワnk	フリガナ）イワナガ サトル	4人	無
チームワnk	岩永 悟		

研究テーマ（発表タイトル）

若者の口座開設と奨学金

※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）

私達は今回西日本シティ銀行（以下 NCB）と、「若者の口座開設」を課題として共同研究を行った。その中で学生の半数以上が受給している奨学金に着目し、NCB が気づいていなかったニーズを発見し、提案を行った。多くの人が受給している貸与型奨学金は、学生時代だけでなく社会人になっても長期で「返済」していくにもかかわらずどの銀行も焦点を当てておらず、学生が奨学金を本来の学費目的で使用することに関しても社会的ニーズが見込まれる。今までにないこのアプローチに「Challenge」をすることで、学生時代に奨学金用口座を開設してもらい、奨学金を本来の目的で使用してもらい、そして NCB で奨学金を返済することで社会人になっても継続的に口座を利用してもらおうことを目的とした。

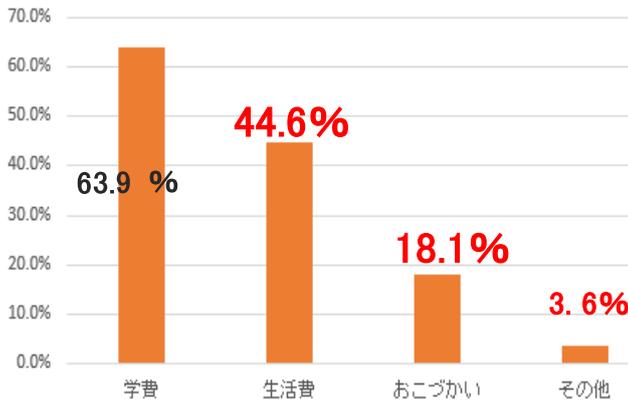
2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

奨学金の現状を知るため、学生の奨学金受給者を対象にしたアンケートを行った（利用ツール：Google form, n=87, 2016年5月16日～25日）。その結果わかった点が以下の2点である。

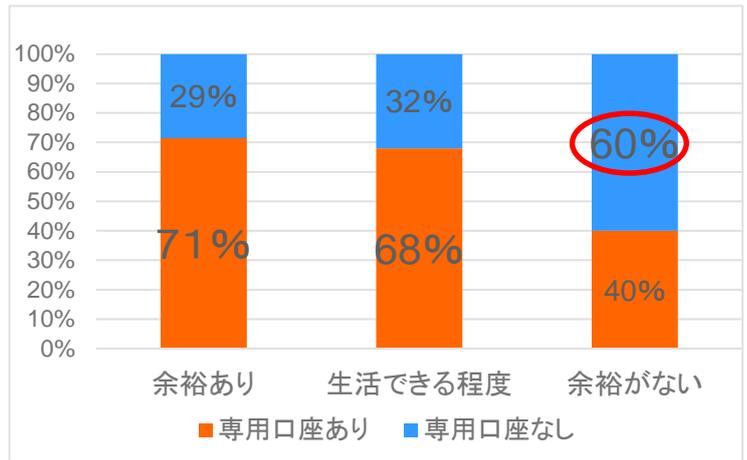
- ① 奨学金受給者の半分以上（56% 47人/84人）が奨学金用に新たに口座を開設している。福岡県内には約10万人の大学生がいるが、この奨学金受給の半分という数字を考慮すると、県内で毎年約6000人ほどが、奨学金のために口座を作成する計算となる。従って、非常に大きい口座作成の潜在市場がある。さらに、どの銀行も奨学金受給者にアプローチしたマーケティングを行っていないことを確認できている。
- ② 学生の奨学金の使い方が多様化している（次頁図表1）。学生へのヒアリングや本アンケートから、奨学金とその他アルバイト給与や生活費を混同している学生の存在や、奨学金専用の口座がない人はお金の管理ができていない傾向にあることを確認した（次頁図表2）。

奨学金には未返済問題が社会問題化しつつある（例：文部科学省による所得連動返還型奨学金制度の検討など）。返済だけでなく、奨学金を借りている学生の時代からその管理をしっかりと行えるようになれば、当然その後のスムーズな返済にも繋がるのが予想され、社会的にも価値が高い結果を目指すことができる。

【図表 1】奨学金の使い方（複数回答）



【図表 2】奨学金専用口座の有無と給料日前の所持金の状況



3. 研究テーマの課題

- ① 学生にいかにして奨学金専用口座を作ってもらい、奨学金を本来の目的で使うように管理してもらうか。
- ② NCB で奨学金専用口座が現在どのように使われているかを調査する必要あり。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

着目するフレームワーク：「マーケティング 3.0」・「CSV」…顧客の価値だけではなく、社会的価値を重視するマーケティング。
 →奨学金専用口座によりお金の管理ができるように促し、将来的には銀行が返済を含む奨学金問題を解決する。
 口座作成というマーケティング的課題の達成と、奨学金の管理・返済問題の解決という社会的課題の達成が可能。
 ポーターの枠組みを応用すると、①「製品と市場を見直す」ことは、口座というサービスを奨学金というお金の管理をするものとして見直すこと、②「自社のバリューチェーンの生産性を再定義する」ことは、学生の口座保有者を将来の優良顧客と再定義すること、③「企業が拠点を置く地域を支援する」ことは、メガバンクやネット銀行・コンビニ銀行との競争が激化する中、地銀であるからこそ可能となる学生へのアプローチをすることが、それぞれ該当すると考えられる。

その上で研究テーマの課題の1つ目に対しては、1：奨学金受給を決める高校時代に、学生とその保護者にアプローチする、2：高校の奨学金説明会や大学のオープンキャンパスなどのタイミングに合わせて、専用口座と奨学金管理の重要性を説明する機会を設けたり、各家庭へのDMを送ったり、といった解決策が考えられる。

研究テーマ課題の2つ目については、奨学金返済者とそうでない人のサービス利用状況などの比較を NCB 側に行ってもらうことで確認が可能となる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

【2015 年度】

9月：共同プロジェクト発足。11月：銀行口座開設について大学生約300人を対象に調査実施。→NCB 口座保有者に奨学金用口座として使っている人が多いことを確認。12月：NCB にプレゼンテーション。奨学金アプローチの実施決定。

【2016 年度】

5月：奨学金受給している人を対象にアンケートを実施。奨学金専用口座があるとお金の管理ができることを確認。
 7月：奨学金を受給していた口座が将来どのような使われ方をしているか調査・分析。将来の優良性を確認
 8月：福岡大学オープンキャンパスにて、保護者と高校生にむけて奨学金の意識調査実施（写真A参照）。奨学金専用口座を子供に持たせることでお金の管理がうまくできるニーズや、その他の保護者の声を確認。具体例：「子供に管理してほしい（7人/8人）」、一方で「子供に金銭面の管理ができるか不安がある。（12人/20人）」
 オープンキャンパス後、先方へのプレゼンテーションを実施（写真B参照）。NCB 上層部に評価を頂く。
 10月以降：今後の活動について検討

写真A：オープンキャンパスにおける保護者ヒアリング



写真B：NCBの方々へのプレゼンの様子



6. 結果や今後の取り組み

(まとめ・結果)

そもそもの課題「学生の口座作成」に奨学金というアプローチを提示し、以下の結果を得た。

- ・奨学金用の口座作成の潜在市場が非常に大きい
- ・奨学金専用口座がある方がお金の管理ができる（奨学金をしっかり管理していない学生の存在を確認）
- ・NCBの協力のもと、奨学金受給を行っていた人の優良品を確認（※詳細は本番プレゼンにて提示予定）
- ・オープンキャンパスで保護者の奨学金管理のニーズを再確認

⇒これらの研究結果はNCBに高く評価を頂いている。

(今後の取り組み)

- ・奨学金未返済問題の解決策実施に向けて販促物、配布物、コミュニケーション方法などの詳細を詰める。
- ・奨学金専用口座を持つ学生をいかにして将来の優良顧客として育てていくかを模索する。

7. 参考文献

公益財団法人 生活保険文化センター ホームページ <http://www.jili.or.jp/lifeplan/lifeevent/education/10.html>

文部科学省 ホームページ http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/shougakukin/main.htm

独立行政法人 日本学生支援機構 <http://www.jasso.go.jp/>

フィリップ・コトラー 『コトラーのマーケティング 3.0』 朝日新聞出版, 2010年

マイケル・ポーター『経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略』, DIAMOND ハーバードビジネスレビュー, ダイヤモンド社, 2014年

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※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。

※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、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までを渡します。

※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。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。