

西日本インカレ（合同研究会）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）オオサカショウギョウダイガク	フリガナ）オービーピーコース	フリガナ）ナカシマゼミナール
大阪商業大学	OBP コース	中嶋ゼミナール

※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）カミノモウシゴ	フリガナ）フジカワコウキ	4	無
紙の申し子	藤川功基		

※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）

- ・和紙の畳(手のひらサイズ)
- ・和紙の畳の原紙
- ・和紙の見本帳

研究テーマ（発表タイトル）

和室ビジネス
～和装生活～
日本の和紙を世界へ発信

※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）

近年の訪日ブームにより旅館などの和室や畳に興味を持つ中国人が増えている。そこで、ブームになりつつある和室を日本でもまだ馴染みのない和紙の畳などでビジネスができるのではないかと思い、中国の住宅事情の研究、新しいビジネスモデルの提案を始めた。

このビジネスが浸透することにより、中国の方々に日本文化の良さをより深く知ってもらう。また、和紙の畳やその他和紙製品を仕入れる愛媛県四国中央市と岐阜県美濃市の中小企業の販路の拡大にもなり、地域活性化にもつながる。

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）

『2013年胡潤上海財富白書』によると上海には資産1000万元（約1億2000万円）以上の富豪がおよそ15万人いる。これは中国全体の富裕層のおよそ13%に相当する数であり、上海は北京、深圳につぐ富裕層に人気の都市である。また歴史的にみても上海は1800年代から様々な形で外国資本が流入し栄えてきた街であり、外国文化の受け入れに対しても寛容である。

また和紙は 2014 年にユネスコの無形文化遺産に登録されるなど、世界的にも注目が高まっている日本の伝統的な製品である。私たちは和紙の畳を武器にこの上海に住む富裕層をターゲットとしてビジネスを広げていくことを考えている。

3. 研究テーマの課題

このビジネスの課題点は、軌道に乗り受注数が増えた場合、製造が追いつかなくなる可能性があることだ。フルオーダーは和紙職人と畳職人に委託して製造する。

しかし、日本特用林産振興会によると手漉和紙生産戸数は、1962 年の 3,748 戸から減少を続け 2007 年時点で 301 戸にまで落ち込んでいる(図 1)。また、国産畳専門店の能登畳店によると日本国内の畳表生産者は平成元年には 8,500 軒ほどあったのが、平成 21 年度には 738 軒にまで減少している(図 2)。どちらもフルオーダー和紙畳に欠かせない職人の確保が容易ではなく、大量生産は難しい。

図 1

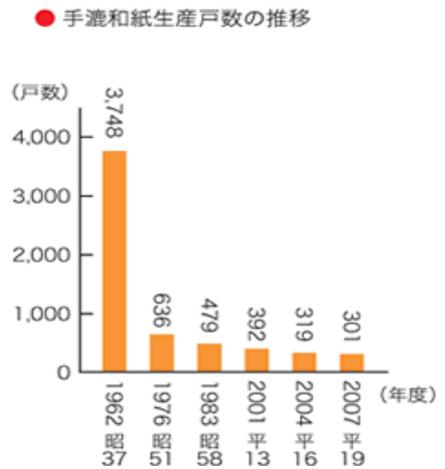
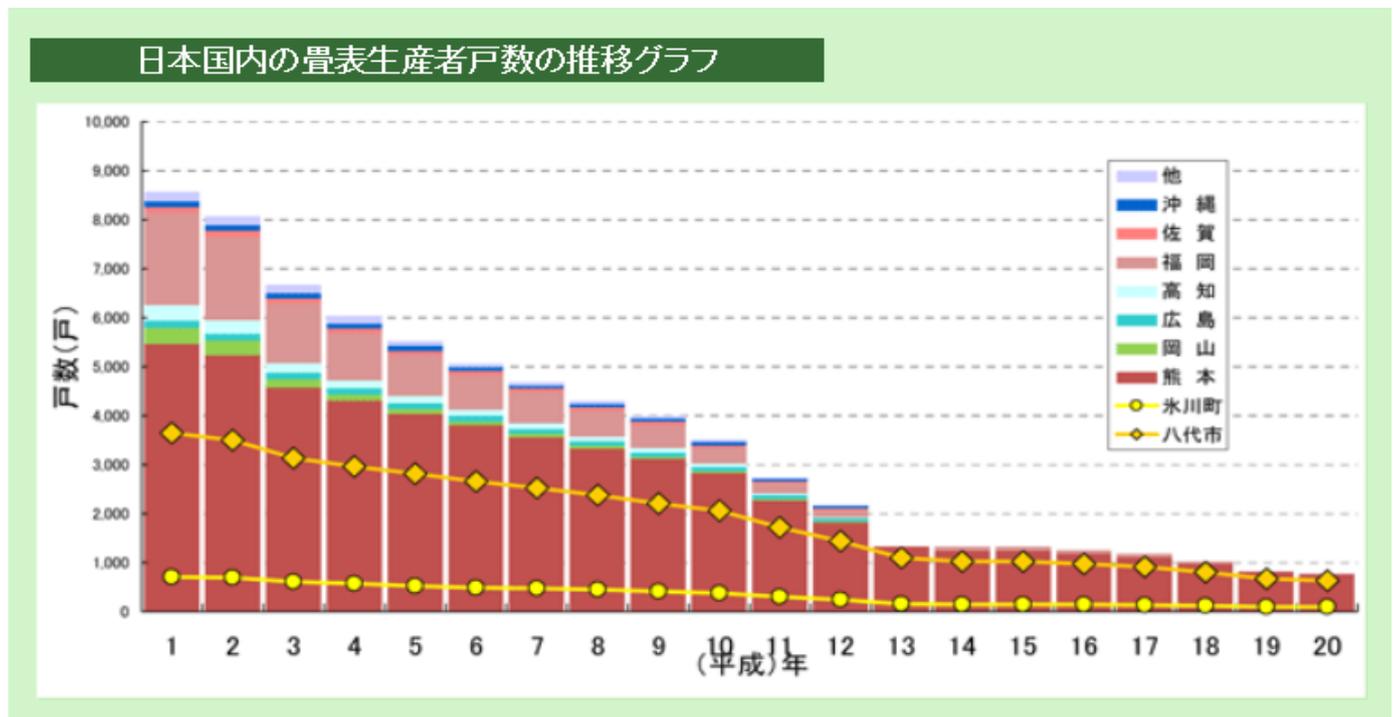


図 2



4. 課題解決策 (新たなビジネスモデル・理論など)

この課題を解決するために、私たちはイージーオーダーを中心としたビジネスを展開する。畳の色、畳縁、サイズ、材質をそれぞれ数種類ずつ設け、その中から好みのものを選択してもらう。組み合わせは 20,000 パターンにもなり、限りなくオリジナルに近い商品を作ることが出来る。しかし、製造する側としてはパターンを用意し、それに注文通り当てはめていくだけのため、フルオーダーほどのコストはかからず、受注が増えたとしても工場を拡大し増産することにより対応できる。

5. 研究・活動内容 (アンケート調査、商品開発など)

- ・美濃和紙の里会館、旧今井家住宅、美濃和紙あかりアート館 (岐阜県美濃市)、紙の温度株式会社 (愛知県名古屋市)、紙のまち資料館、和紙のイシカワ、白川製紙株式会社 (愛媛県四国中央市) での現地見学・ヒアリング調査を行った。(和紙のイシカワ様については電話でのヒアリング調査のみ)
- ・大阪商業大学 南方建明副学長 (海外マーケティングについて)、同大学 経済学科 閻和平教授 (中国の住宅事情について)、ヒアリングを行った。

6. 結果や今後の取り組み

今後の展望としては、ブランド化の徹底、世界への展開、マーケットの拡大を見据えている。特約店契約により、独自のルートでの販売を徹底し、競合他社の参入を防ぐ。これにより、他社との差別化を図り、品質維持、向上につなげ、ブランドとして確立させていく。

世界への展開に向けて、まずは上海を拠点とし、その後、香港や北京など中国の沿岸都市地域に事業を拡大する。

上記に向けての取り組みとしては、物流会社、豊製造会社など関係各所への問い合わせを行う。そして、具体的な販売ルートや価格を決定し、実現につなげていきたいと考えている。

7. 参考文献

- ・平沢健一(2011)『中国ビジネス超入門～成功への扉を開ける～』産業能率大学出版部。
- ・甲斐史朗・吉崎猛・尹秀鍾(2012)『中国ビジネスのための法律入門』中央経済社。
- ・村内一夫(2010)『中国：世界の工場から世界の市場へ』日報出版。
- ・寛武雄・遠藤誠(2010)『あなたの商品を中国に売る 33の方法』明日香出版社。
- ・「JETRO 公式ホームページ」(<https://www.jetro.go.jp/>) 2017.7.23 アクセス
- ・「豊のある和室が中国で人気、日本観光ブームが後押し」『2013年胡潤上海財富白書』より(<http://media.yucasee.jp/posts/index/11153>) 2017.7.23 アクセス
- ・「日本特用林産振興会」(http://nittokusin.jp/wp/bunkazai_iji/washi/washi3/) 2017.10.31 アクセス
- ・「森田豊店-豊の輸出」(<http://www.tatami-mat.net/ex-shippingcost.html>) 2017.11.09 アクセス
- ・「能登豊店 公式ホームページ」(<http://www.nototatami.com/column/gyoukai/now.html>) 2017.11.09 アクセス
- ・「大建工業 公式ホームページ」(https://www.daiken.jp/contents/tatamilife/?utm_source=overture&utm_medium=cpc&utm_campaign=tatami) 2017.11.09 アクセス
- ・「株式会社 コンサルティングボックス」(<http://www.consultingbox.co.jp/blog/36599.html>)2017.11.09 アクセス
- ・「Booth Price - International Famous Furniture Fair (Dongguan)」(<http://www.gde3f.com/en/booth/>) 2017.10.31 アクセス
- ・「Shanghai International Luxury Living and Interior Furnishing Exhibition -Reed Huabo Exhibitions (Shenzhen)Co., Ltd.」([\) 2017.10.31 アクセス](http://www.chinaluxehome.com/En/shanghai/index.aspx?MenuId=)
- ・「中国市場の構造変化と日本企業のチャンス拡大 | キヤノングローバル戦略研究所(CIGS)」(http://www.canon-igs.org/column/network/20150204_2940.html) 2017.10.31 アクセス

<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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4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、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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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。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・利用する場合は、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。

※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、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。