

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）セイナングクインダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウ マサヒロ
西南学院大学	商学部	佐藤 正弘 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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）チーム ヒミツノアッコちゃん	フリガナ）シュウ マナ	6	無
チーム ひみつのアッコちゃん	首藤 真奈		

※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）
クリッカー

研究テーマ（発表タイトル）
my☂umbrella ～傘の所有意識を高めるには・・・？～

※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）

傘は万人に共通して必要なものだが、外出先で置き忘れても取りに戻らず、新しい傘を買ってしまう人が多い。このことから自分の傘 1 本に対する所有意識が低いことがわかる。傘への所有意識を高めることで、人々は傘に対して愛着を持ち大事にするのではないだろうか。私たちは傘の所有により優待サービスが受けられるという “my☂umbrella” を提案し、所有意識を高めるものとして機能させたい。

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）

日本では、約 3 日に 1 回は雨が降ると言われており、傘は私たちにとって必須アイテムである。しかし、東京都内では 1 日に約 3300 本の忘れ物の傘が届けられている。届けられた傘のうち、わずか 0.8%しか持ち主のもとに返還されていない。そこで、私たちはさらに人々は傘をどのような存在だと捉えているのかについてアンケート調査を実施した。「外出先でよく傘を置き忘れてたり紛失したりするか」という質問に対しては、「とてもそう思う」、「そう思う」と回答した人が全体の 53.3%と半数以上であった。それを裏付けるように 2014 年に株式会社ウェザーニューズが実施した世界の傘事情調査においては、日本人はこれまでに平均 4.6 本もの傘を紛失したことがあるそうだ。そして、我々のアンケートでの「傘が盗られたときに自分の元に戻ってこなくても気にならないか」という質問についても 4 人に 1 人以上が気にならないと回答した。以上から、**人々の傘に対する所有意識の低さがうかがえる。**

人々にとって傘は、置き忘れり、取られたりしても、“仕方がない”と思う存在であると言えるのではないか。

3. 研究テーマの課題

現状分析から、人々は傘を大事にするという意識はおろか、所有物であるという意識も低いということが分かった。そこで私たちは、この「**人々の傘に対する所有意識の低さ**」を課題として捉え、**どうすれば傘の所有意識が高まるのか**について研究を行った。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「傘に対する所有意識の低さ」という課題に対して、私たちが専攻するマーケティングという領域からの解決アプローチを試みる。そこで私たちは傘を利用する雨の日の人々の行動に着目した。株式会社 Ryo-MA が実施した「雨の日の消費者の購買行動調査」によると、「急用がない限り出かけない」と回答した人が 53%、「近場のコンビニなどに行く程度」と回答した人が 10%と、6 割以上が雨の日の外出を極力控えたいと思っていることが分かる。そこで、店側の状況を知るため飲食店に雨の日の売上状況を調査したところ、雨の日は晴れの日の売上に比べて 56.6%にまで落ち込むようだ。つまり、雨の日には人々の外出が減り、実店舗への来客・売上が減少するという構造となっている。以上より、私たちは**人々の傘の所有意識を高めるために、雨の日の消費者行動に着目し、雨の日に出かけなくなる・家に帰る前に店に寄りたくなるサービス my☂umbrella を提案する。**

my☂umbrella とは、柄の部分に QR コードがついた傘であり、この my☂umbrella を雨の日に加盟店に持っていくと、my☂umbrella ユーザーだけの優待サービスが受けられるという仕組みだ。その事業概要について、以下の図に基づき説明する。

<事業主(my☂umbrella)>

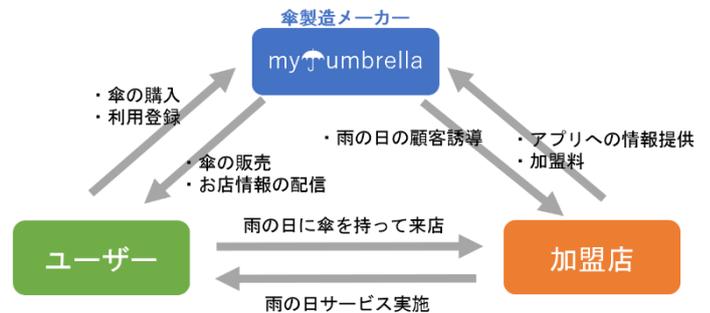
傘メーカーが事業主として **my☂umbrella を製造・販売**を行う。my☂umbrella 専用アプリを OS する。雨の日には天気予報とともに、**サービス通知**を行う。加盟店から雨の日サービス情報を提供してもらい、その情報を発信することにより、**加盟店に顧客を誘導**する機能を担う。

<ユーザー>

my☂umbrella を購入後、専用アプリをインストールし、QR コードを読み取って**利用登録**を行う。雨の日には、アプリからサービス通知が来る。サービス実施日に**加盟店に my☂umbrella を持参**すると、**優待サービスを受けられる。**

<加盟店（飲食店）>

事業主に、雨の日サービス実施情報を提供して、ユーザーに宣伝をしてもらうことで、顧客を自店舗に呼び込む。雨の日には、my☂umbrella ユーザーに**優待サービスを提供**する。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

① アンケート調査

【目的】人々の傘に対する意識を明らかにすること。

【実施期間】9月3日～9月12日 【回答者数】107人（年齢性別を問わず）

【実施方法】Google フォームにより、10代～50代以上の方へ調査した。

【結果】現状分析の通りである。

② テストマーケティング

【目的】以下の2点を確かめることを目的とする。

1. 飲食店が加盟したいと感じるか

2. ユーザーが利用したいと感じるか

【実施期間】10月20日～（現在も実施中）

【ターゲット】西南学院大学の学生 【協力店舗】大学周辺の個人経営の飲食店9店舗

【宣伝方法】宣伝用ビラを作成し、様々な学部で約800人の学生に向けて告知した。

【実施内容】傘に星のシールを貼ってもらい、雨の日にはその傘を持って加盟店を利用すると、割引や1品無料などのサービスが受けられるというものだ。実施条件は天気予報で傘マークがついていることと、来店した学生が星シールのついた傘を持っていることである。サービス実施日には、LINE@にて利用学生に実施店舗とサービス内容の告知を行う。

6. 結果や今後の取り組み

現在テストマーケティング実施中だが、現時点(11/12)で雨の日は2日間しかなかった。そのため、「傘に対する所有意識が高まった」「以前よりも雨の日の来客が増えた」とは断言できない。しかし現段階で分かっていることは、以下の2点である。

1. 飲食店が加盟したいと感じるか？

→雨の日に客足が遠のくが、何も手を打っておらず、雨の日の集客手段の必要性を感じている店が多い。

2. ユーザーが利用したいと感じるか？

→サービス内容に対する反応が良かった。

以上を踏まえ、今後は加盟店と協力し、テストマーケティングのシステムに改善を加え、引き続き実施していく。

7. 参考文献

・今津美樹「図解ビジネスモデル・ジェネレーションワークショップ」翔泳社(2014.6.23 出版)

・日本テレビ NEWS ZERO 櫻井翔のイチメン「落とし物返す“新ルール”」(2017.4.3 放送)

<http://www.ntv.co.jp/zero/ichimen/2017/04/post-339.html>

・株式会社ウェザーニューズ ニュースリリース「世界の傘事情調査 2014」(2017.8.17 アクセス)

<https://jp.weathernews.com/wp-content/uploads/2016/04/20140724.pdf>

・EC のミカタ WEB「雨の日は自宅でネットショッピングすると回答の消費者が 60% “雨の日商戦”が EC のビジネスチャンスになる？」(2017.8.22 アクセス)

<https://ecnomikata.com/pr/detail.php?id=1232>

・気象庁 過去の気象データ検索 福岡 年ごとの詳細(気圧・降水量) (2017.8.20 アクセス)

http://www.data.jma.go.jp/obd/stats/etrn/view/annually_s.php?prec_no=82&block_no=47807&year=&month=&day=&view=a1

・警視庁 HP 遺失物取り扱い状況(平成 28 年中) (2017.8.25 アクセス)

http://www.keishicho.metro.tokyo.jp/about_mpd/jokyo_tokei/kakushu/kaikai.html#cmshikakusyuto

・日本不動産研究所 店舗賃料トレンド 2017 秋(2017.11.4 アクセス)

<http://www.reinet.or.jp/pdf/tenpo/2017autumn/fukuoka.pdf>

・クリエイターズシップ アプリ開発費見積もりシミュレーター(2017.11.4 アクセス)

<http://mitsumori.creators-ship.com/#1>

・(株)オリコム 車両広告料金表一覧(2017.11.4 アクセス)

<http://www.oricom.co.jp/special/ryokin/index.html>

・福岡ソフトバンクホークス ホークスパートナーズ 2017(2017.11.4 アクセス)

https://www.softbankhawks.co.jp/pc/company/pl_img/catalog/lineup/hawkspartners2017.pdf

・さくらインターネット レンタルサーバー(2017.11.4 アクセス)

https://www.sakura.ne.jp/?_ga=2.187740843.2097439064.1510304749-287662865.1510304749

・(株)ゼンリン(2017.11.3 お伺い)

地図情報につきましてはメールにてお伺いしております。

・ホットペッパーグルメ 掲載店募集(2017.11.6 アクセス)

<https://www.hotpepper.jp/doc/keisai/pc/>

<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いたします。

※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、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。

※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。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑