

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）メイジョウダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）オオサキタカノリ ゼミ
名城大学	経営学部	大崎孝徳 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）パワパワパワボ	フリガナ）サノアサミ	6	無
ぱわぱわパワボ	佐野旭相		

※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）
パワーポイント

研究テーマ（発表タイトル）
レンタルマーケティング

※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）

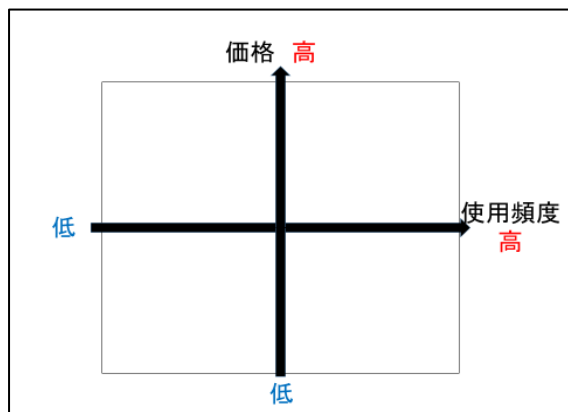
CD、漫画、スキー用品、車等は購入しても、一回だけ見聞きして満足したり、1シーズンに数回使う程度であったり、週に1回しか使わなかったりというような、使用する頻度が少ない場合がある。その場合、合理的意思決定に基づいて考えれば購入するより価格の安いレンタルを選ぶはずだが、何故レンタルを避けるのか。本研究では、レンタルを避ける要因の追求し、レンタルを促進するマーケティング戦略の提案を行うことで、合理的意思決定を阻む要因の明確化を行う。

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）

レンタル業界”全体”に関する資料が存在しないため、アンケートを行うことにした。アンケートを作成するにあたり、まず、レンタルを避ける要因をブレインストーミングで挙げた結果、主な項目として、「①新品を使いたい」「②破損するリスクがある」「③使いたいときに手元にない」「④持っていたい」「⑤レンタル可能なことを知らなかった」、のこれら5つの要因に分けられることがわかった。また、レンタルを避ける要因は商品によっても異なるのではないかと考察し、ミラクルの商品分類体系を参考にし、オリジナルの指標として、価格と使

用頻度を軸に商品を 4 つに分類することにした（図 1）。（ミラクルの分類体系では今回我々が着目した[使用頻度]についての分類はなされていないことから、参考程度に紹介させてもらい、新たな指標を作成するに至った。）この図から、使用頻度の高いものは購入したほうが合理的意思決定に沿って行動していることになるので、今回は、使用頻度が低く価格が高い商品、使用頻度が低く価格が低い商品を対象にレンタルを避ける要因についてアンケートを実施した。

アンケートの結果を項目別に分析すると、平均の 3 以上あるものが、価格が高い場合は「④持っていたい」、価格が低い商品は「④持っていたい」「③使いたいときに手元にない」という結果になり、価格の高低にかかわらず、1 位は④持っていたいとなった。このうち、「③使いたいときに手元にない」は一般的に購入をしないといけないため、レンタルで解決は困難だとして、「④持っていたい」に焦点を当てて考察していく。



3. 研究テーマの課題

レンタルを避ける要因として「持っていたい」が挙げられたが、ではなぜ「持っていたい」のか、その「持っていたい」を改善することで今までレンタルを行っていなかった人をレンタルさせられるのではないかと考え我々は「持っていたい」をさらに細分化して考察すべく、ブレインストーミングを行った。その結果、「持っていたい」には、「Ⅰコレクションにしたい」「Ⅱ安心感が得られる」「Ⅲ資産になる」「Ⅳ周りからの目が気になる」の 4 つの要素があるのではないかと考えるに至った。このうち、「Ⅰコレクションにしたい」「Ⅲ資産になる」は実際に購入することでしか解決できない。しかし、「Ⅱ安心感が得られる」「Ⅳ周りからの目が気になる」はレンタルで解決できる方法があるのではないかと考え、この 2 つの要素についてさらにブレインストーミングで細分化を行い検証していく。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「安心感が得られる」というものに対して文献調査や論文など様々なものを探して研究を進めようとしたが医療に関することしか出てこず、レンタルに安心感を与えられるような結果を得ることができなかった。そこで次は周りからの目が気になるという項目について検討していくようになった。「周りからの目が気になる」とは、「i 恥ずかしいと思われることが嫌だ」「ii 社会的地位が高いとみられたい」「iii 優越感を得たい」「iv 自慢したい」の 4 つに分けられる。この中ではどれが一番レンタルを避ける要因になるかアンケートを分析した。

アンケート結果によると、価格が高い場合も価格が低い場合も、「ii 社会的地位が高いとみられたい」が一番の要因となった。つまりレンタルのほうが安価で経済的に良いにもかかわらずレンタルをしないのは社会的地位が高い人はものを持ちレンタルをしないという考え方があるため、自分たちも地位が高いとみられたいがゆえにレンタルを行わないのである。このことから社会的地位が高い人がレンタルをしないというレンタル自体のイメージを変えることでレンタルを促進できるという考えに至ったのである。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

ブレインストーミングで挙げたレンタルを避ける要因をアンケートで検証した。要因の 5 項目をさらに細分化

した質問内容となっている。アンケートは5段階評価、調査対象は61名（10代から60代の、男性30人、女性31人）、実施期間は2017年6月1日から2017年6月15日。

6. 結果や今後の取り組み

ブレインストーミングやアンケートなどを踏まえ「社会的地位が高いとみられたいから」という要因がレンタルをせずに購入してしまう主な要因で、この要因はレンタルでも解決することができるのではないかと私たちは考えた。

今後の取り組みとしては社会的地位の高い人はものを持ちレンタルをしないというイメージを改善することで、レンタルを促進することができるとブレインストーミングで考えたことから具体的に改善案を考察し、現実的に実行可能かどうか検討をしていきたい。

7. 参考文献

- ・TSUTAYA 名古屋栄店
- ・鷺ヶ岳スキー場 (<http://ski.washigatake.jp/rental/index.html>) (最終アクセス2017/07/10)
- ・HIMARAYA (<https://www.himaraya.co.jp/>) (最終アクセス2017/07/10)
- ・ジャパンレンタカー (<http://www.j-rentacar.com/>) (最終アクセス2017/07/10)
- ・久木田水生 (2013)「合理的意思決定」(最終アクセス2017/08/31)
- ・大辞林 第三版 (最終アクセス2017/08/31)
- ・ブリタニカ国際大百科事典 (最終アクセス2017/11/09)

<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。

※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↑