

第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

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 アイチダイガク	フリガナ ケイエイガクブ	フリガナ オオタコウジゼミナール
愛知大学	経営学部	太田幸治ゼミナール

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）
フリガナ ボン ボヤージュ エアー	フリガナ タケウチヒナ	6 人
Bon Voyage Air.	竹内日菜	

研究テーマ（発表タイトル）

You は何しに海外へ？

1. 研究概要（目的・狙いなど）

▶本研究では、**海外渡航経験のない大学生に、海外に渡航してもらうことを目的とする。**

2020 年の東京オリンピックに向けて、訪日外国人観光客が増加傾向にある。しかし、南海電気鉄道で外国人観光客に対して差別的な車内アナウンスが流されるなど、インバウンドへの杜撰な対応がたびたび問題となっている。この背景には、日本人の国際理解が不足していることに問題がある。

観光庁(2015)では、この不足する国際理解を深めるためには、「インバウンド・アウトバウンドの双方向の交流(ツーウェイツーリズム)が必要である」と述べられている。

しかし現在、インバウンドの増加は著しいものの、受け入れる側である日本人のアウトバウンドは伸び悩んでいる。つまり、双方向の交流が十分できているとは言い難い。

そのため、アウトバウンドを増やし、双方向の交流の拡大が実現することで、不足している日本人の国際理解が深まると考えられる。

以上より、私たちは、**海外に渡航し、国際理解を深めることがより良いインバウンドへの対策につながる**のではないかと考えた。これらを踏まえ、本研究では海外渡航経験のない大学生に、海外に渡航してもらうことを目的とする。そのために、海外旅行のマーケティングプランを作成し、旅行会社に提案する。

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）

なぜ大学生が海外へ行かないのかを明らかにするために現状分析を行った。

(1)西村・高井・中村(2010)によると、若者が海外旅行に行くことを阻害する要因は 7 つあるとされている。

その 7 つとは、時間、お金、同行者の不在、計画負担、滞在不安、言語・コミュニケーション不安、低・優先順位である。これらは以下のように説明できる。

- ・「時間」と「お金」が不足しているということ。
- ・「同行者の不在」は、同行者と都合が合わせられないということ。

- ・「計画負担」は、海外旅行における準備手配や行動計画を負担に感じるということ。
- ・「滞在不安」は、現地の治安や安全衛生面、食事面での心理的な不安のこと。
- ・「言語・コミュニケーション不安」は、言葉が通じず現地でのコミュニケーションが不十分になることへの心理的な不安のこと。
- ・「低・優先順位」は、他の行動あるいは消費対象との比較において、海外旅行が優先されないということ。

(2)しかし、中村(2013)によると、「低・優先順位」に関しては阻害要因とは異質のものであり、旅行に対する動機づけが弱まっている状態であるとされている。

これらのことから、若者が海外旅行に行くことを阻害する要因は、時間、お金、同行者の不在、計画負担、滞在不安、言語・コミュニケーション不安の6つであると言える。

(3) また西村・高井・中村(2014)によると、この阻害要因は、海外渡航経験に関わらず知覚しているとされている。よって、これらの阻害要因は海外に渡航しないことの本質的な要因ではないと考える。

3. 研究テーマの課題

私たちは、**大学生が海外渡航をしていない要因として、現状の旅行会社のマーケティングに問題があるのではと考えた。**

そして、いくつかの大手旅行会社に、ターゲティング、ターゲットへのアプローチに関してのヒアリング調査を行ったところ、以下のような回答が得られた。

Q:ターゲティングに関しては、人口動態的に分けているのか。また大学生全体をターゲットにしているのか。

A:(H.I.S)学生全体に向けて旅行商品を企画している。

(日本旅行)学生全体に向けて海外旅行商品を企画している。

Q:現在海外旅行のパンフレットは、生協、代理店、インターネットといった、学生側が海外に行きたいと思わなければ接触できない場所に設置されている。このようなアプローチ以外に何か実施していることはあるか。

A:(H.I.S)顧客に旅行意欲を想起させるような取り組みは少ない。

(日本旅行)セールスマンによって営業方法が異なる。

このヒアリング調査の結果から、旅行会社は海外へ行ったことがない大学生に、適切なアプローチができていないことがわかった。そしてこれらを踏まえ、**旅行会社の視点に立ち、渡航経験のない大学生に適切なアプローチをすることを本研究での課題とする。**

【本研究での課題】

- 1.海外渡航経験がある大学生はどのような人なのかを明らかにする。
- 2.海外渡航経験はないが、海外渡航経験がある大学生と同じ特徴を持つ大学生を明らかにする。
- 3.2で明らかにした大学生をターゲットとし、海外に行ってもっともらうためのアプローチ方法を提案する。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

海外渡航経験がある大学生がどのような行動をとっているのかを明らかにするために、海外渡航経験がある大学生 20 人にヒアリング調査を行った。調査結果をもとに以下の9つの仮説を立てた。

- ①海外渡航経験がある大学生は、完璧主義である。

- ②海外渡航経験がある大学生は、チャレンジャーである。
- ③海外渡航経験がある大学生は、飽き性である。
- ④海外渡航経験がある大学生は、積極的である。
- ⑤海外渡航経験がある大学生は、臨機応変である。
- ⑥海外渡航経験がある大学生は、主体的である。
- ⑦海外渡航経験がある大学生は、楽道家である。
- ⑧海外渡航経験がある大学生は、好奇心旺盛である。
- ⑨海外渡航経験がある大学生は、決断力がある。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

これらの仮説を確認するため、アンケート調査を行った。

調査対象者：国内の大学に通っている大学生

調査目的：海外渡航経験がある大学生はどのような人なのかを明らかにする。

サンプルサイズ：1065

有効回答数：1032

調査方法：留置法とインターネット法

標本抽出：有意抽出法

調査日：2019年9月28日から10月17日

6. 結果や今後の取り組み

▶調査票調査の分析結果から、「積極的」「一貫性」「新奇性欲求」の因子が、海外渡航経験の有無に影響を与えていることが分かった。

因子分析を用いて、調査票で使用した30個の質問項目から、4つの因子を抽出した。その因子を用いて重回帰分析を行ったところ、海外渡航経験の有無に影響を与えている因子が3つあることが分かった。その3つの因子とは「積極的」「一貫性」「新奇性欲求」である。

私たちはこの分析結果から、海外渡航経験がない大学生のなかで、上記3つの因子得点がすべて高い学生であれば、海外に行くのではないかと考えた。

海外渡航経験のない大学生587人中、3つの因子の因子得点がすべて高い大学生は72人であった。

次に、この72人の大学生がどこにいるのかを明らかにするために趣味や部活などの属性を分析した。

分析結果から、ターゲットは「バドミントン部」、「野球部」、「バスケットボール部」、「軽音部」、「ダンス部」に多く分布していることが分かった。

これらの部活に直接売り込みに行くことで、海外旅行商品をターゲットに接触させることができ、彼らは海外に行くと考えた。

ターゲットに海外旅行商品を売り込む際に、既存の海外旅行商品では問題があるのではないかと考えた。

そこで私たちは新規海外旅行者にも楽しめるような、フリープランでも、ツアーでもない新たな旅行システムを旅行会社に提案する。

今後は、実際にこのマーケティングプランを旅行会社に提案していきたい。

7. 参考文献

- ・中村哲・西村幸子・高井典子(2014)『「若者の海外旅行離れ」を読み解く 観光行動論からのアプローチ』、法律文化社、162～189 ページ。
- ・坪谷美欧子(2018)「インバウンドにみる多文化共生とは—地域社会における外国人住人との相互理解のためには—」、『日本政策金融公庫論集』、日本政策金融公庫総合研究所、第 38 号、61～72 ページ。
- ・中村哲(2013)「海外旅行の阻害要因の実証分析—日本の「若者の海外旅行離れ」を対象として—」、『玉川大学観光学部紀要』、玉川大学観光学部、第 1 号、1～22 ページ。
- ・中村哲(2015)「日本人の海外旅行への関心と意向に影響を与える要因」、『玉川大学観光学部紀要』、玉川大学観光学部、第 3 号、35～55 ページ。
- ・西村幸子・高井典子・中村哲(2010)「「若者の海外旅行離れ」現象への理論的アプローチの可能性」、『同志社商学』、同志社大学商学会、第 62 巻第 3・4 号、229～246 ページ。
- ・『毎日新聞』、2016 年 10 月 11 日、大阪夕刊 大阪夕刊社会面。
- ・観光庁(2015)「日本人の海外旅行の促進」、
<<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/kaigairyoko.html>>、(最終アクセス 2019/11/07)。
- ・法務省、「出入国管理統計」、<http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html>、
1964～2018 の 54 データ参照、(最終アクセス 2019/11/10)。
- ・文部科学省(1996)「21 世紀を展望した我が国の教育の在り方について」、
<http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/old_chukyo_index/toushin/attach/13096_13.htm>、(最終アクセス 2019/11/07)。
- ・2019 年 12 月 5 日 株式会社エイチ・アイ・エス 広報室 宇佐美様 電話取材
- ・2019 年 12 月 6 日 株式会社日本旅行 中部エージェント支店販売促進チーム 森様 取材

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

●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、調査に使用したアンケート）

指し棒、QR コードを印刷した紙

【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

- ・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「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・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。
- ・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。
- ・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただく場合がございます。
- ・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。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑