

# 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）
アイチダイガク	ケイエイガクブ	フルカワ チトセ ゼミ
愛知大学	経営学部	古川 千歳 ゼミ

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）
カルテット	イシグロ カツキ	4
カルテット	石黒 克樹	

## 研究テーマ（発表タイトル）

名古屋ブランディング ～伏見ブランディング～

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

名古屋市の、訪日外国人の現状、それに対する取り組みを調べた結果、ターゲットをしぼったブランディング活動が必要であることが分かった。そこで、名古屋市伏見に注目した取り組みを提案し、名古屋市の訪日外国人増加につなげることを目的とする。

### 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）

現在日本は政府を中心に「観光立国」を目指している。訪日外国人数は年々増加しているものの、愛知県は主要都市に比べ、未だ少ない状況だ。訪日外国人観光客に対する名古屋市のブランディング活動としては、「歴史」・「なごやめし」に加え、さらにアニメ・漫画・ゲームなどのポップカルチャーや 2020 年の東京オリンピックに向けたスポーツへの関心も高まっている状況である。しかし、外国人訪問者の内訳をしてみると、愛知県は他県と比べ、観光目的よりもビジネス目的の訪日が圧倒的に多い。そこで、名古屋市をさらに活性化させるためには、訪日ビジネスマンをターゲットに伏見に焦点をあてたブランディング活動が必要であると言える。

### 3. 研究テーマの課題

今回の研究で最も大きな課題となるのは、名古屋市が外国人の訪日目的にマッチしたブランディングができていないことだと考える。研究概要でも示したように、愛知県の訪日目的はビジネス目的が多いが、ビジネスマンをターゲットにしたブランディング案は数少ない。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

名古屋市には訪日ビジネスマンをターゲットにしたブランディング案が少ないため、名古屋市のビジネス街である「伏見」に焦点をあてたブランディング案を提案する。提案としては仕事終わりや空いた時間に気軽に利用できる伏見周辺の観光マップを作成し、ビジネスマンをターゲットにして今後の観光客を呼び込もうと策を立てる。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

【アンケート】

- アンケート概要：名古屋・名古屋伏見について
- 対象：外国人
- 期間：2019/8/12(日),9/1(日),9/15(日)

- 人数：133人
- 場所：名古屋駅・名古屋城・熱田神宮
- 方法：街頭インタビュー
- アンケート項目：名古屋で一番満足したところ(複数回答あり)

#### 【ヒアリング】

① 実施日：2019/10/16(水)

時間帯：AM 10:00-11:30

対応者：大崎様・中村様

職位：名古屋市 観光文化交流局 観光交流部 観光推進室 主査・観光係

インタビュー目的：名古屋ブランディングの活動について

インタビュー項目：名古屋市ブランディングの状況・伏見の魅力について・伏見を観光資源として活用しているのか

②実施日：2019/11/06(水)

時間帯：10:00-11:00

対応者：野村様

職位：名古屋市 観光文化交流局 観光交流部 観光推進室 インバウンド係

インタビュー目的：提案に対する意見

インタビュー項目：作成したコースの提案・どこで発信すればよいか

## 6. 結果や今後の取り組み

アンケート・ヒアリングの結果から、伏見はビジネス街であり、ホテルが多いため、訪日ビジネスマンの集客を狙える最適な立地であることが分かった。そこで、今後の展望として、伏見周辺のホテルと連携してマップの設置を行い、観光情報を提案していく。

## 7. 参考文献

[1]経済産業省(平成16年11月24日)「知的財産戦略本部・コンテンツ専門調査会第1回日本ブランド・ワーキンググループ」『首相官邸』<<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/brand1/041124gjjsidai.html>> 資料5,pp17(参照2019-11-06)

[2]高山市商工観光部観光課「平成30年観光統計」高山市<[http://www.city.takayama.lg.jp/\\_res/projects/default\\_project/\\_page\\_/001/010/740/30toukei.pdf](http://www.city.takayama.lg.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/010/740/30toukei.pdf)> (参照2019-11-08)

[3]デービッド・アトキンソン(2015-6-18)『デービッド・アトキンソン 新・観光立国論 イギリス人アナリストが提言する 21世紀の「所得倍増計画」』東洋経済新報社 p46-47

[4]名古屋市観光文化交流局(平成29年3月)「名古屋市魅力向上・発信戦略」p5

[5]日本政策投資 東海支店・日本経済研究所 ソリューション本部「東海ウォッチ～インバウンド調査」日本政策投資銀行(DBJ)<<https://www.dbj.jp>> p.20より作成(参照2019-11-10)

[6]日本政府観光局(JNTO) 発表統計より JTB 総合研究所作成(2019/10/9)「年別訪日外国人数の推移(1964年以降)」『JTB 総合研究所』<<https://www.tourism.jp/tourism-database/stats/inbound/>> から抜粋 (参照日2019/11/06)

[7]訪日ラボ編集部(2018-8-17)「5人に1人が訪日経験20回以上のヘビーリピーター。これからのインバウンドで必ず重要になる「訪日ビジネスマン」の特徴と行動パターンを統計から読み解く！」『訪日ラボ』<<https://honichi.com/news/2018/08/17/businessuse/>> (参照日2019-11-06)

[8]やまごころ.jp (2017-11-1)「岐阜県高山市のインバウンド戦略に学ぶ ～なぜ人口の5倍以上、46万人の外国人を集客できるのか～」『やまごころ.JP』<[https://www.yamatogokoro.jp/inbound\\_interview/8369/](https://www.yamatogokoro.jp/inbound_interview/8369/)> (参照日2019-11-06)

[9] LIFE PEPPER GLOBAL DIGITAL MARKETING 編集部(2019-1-18)「インバウンドビジネス成功事例！売上 940 億円から年 241% 成長事例も」『LIFE PEPPER GLOBAL DIGITAL MARKETING』 < <https://lifepepper.co.jp/inbound/results/>> (参照日 2019-11-06)

●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）

## Tourist Attractions in Nagoya

We are doing research on Tourist Attractions in Nagoya . We would like to understand your opinions. It would be useful to know your thoughts. The results of this research will be used for our research only. We appreciate that you are participating this study.

### 1.Sex \*

- Male
- Female
- No answer

### 2.Age \*

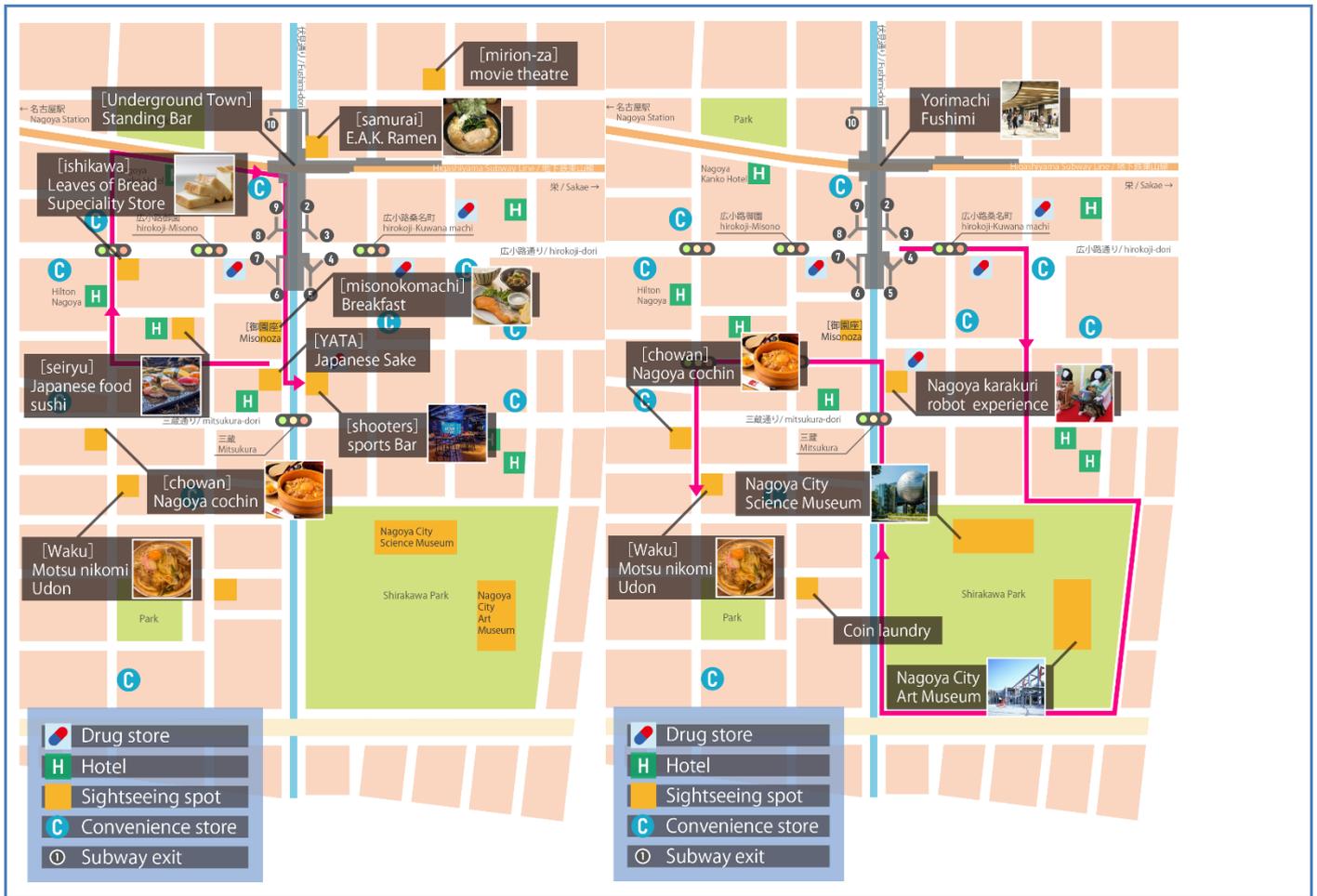
- 0-19
- 20-29
- 30-39
- 40-49

### 6.With which place were you satisfied the most among Nagoya?(Select all that apply.)

- Nagoya Castle
- Atsuta Shrine
- Nagoya City Science Museum
- Nagoya City Art Museum
- Toyota Memorial Hall
- Osu Shopping Street
- Higashiyama Zoo
- Port of Nagoya Public Aquarium
- Legoland
- Tokugawa Garden
- SCMAGLEV and Railway Park
- None

### Other

記述式テキスト（短文回答...



**【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↑