

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）
リツメイカンダイガク	ケイエイガクブ	テラサキシニチロウゼミ
立命館大学	経営学部	寺崎新一郎ゼミ

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）
ティーエスエヌエイチ	タハラ コウカ	4名
TSNH	田原 優佳	

研究テーマ（発表タイトル）

ひとりひとりのインバウンド消費促進への提案

1. 研究概要（目的・狙いなど）

本研究の目的は、訪日外国人旅行者ひとりひとりのインバウンド消費額を上げるために、実際に市場ニーズを探り、新たな具体的なサービスを提案することである。

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）

近年、国内のいたる所で外国人旅行者を見かける。実際に、観光庁によると訪日外国人の数は年々増加し、2014 年は約 1341 万人であったのに対し、2018 年は約 2869 万人と約 2.1 倍の伸び率となっている。それに伴い、旅行者全体における消費額も年々増加している。

しかし、その一方で、一人あたりの支出の伸び率は低下している。つまり、インバウンド消費額急減速の主要因は一人あたりの支出の減少にあるのではないか。

ここで、インバウンド消費額減少の背景について調べたところ、中国人旅行者をはじめとして一時盛り上がりを見せていた爆買い現象が減少傾向にあった。この理由には円高や関税の増額、インターネット購入の充実、自国でも購入可能になったことがあげられる。また、訪日外国人観光客の消費の主体が「モノ消費」から「コト消費」へと変化しつつあることも消費額減少の要因だと考えられる。よって我々は、「コト消費」に着目し、一人あたりの消費額を増やす施策を考える必要があるのではないかという仮説を立てた。

3. 研究テーマの課題

課題として、「コト消費」へとニーズが変化している中で、コト消費に関するサービスの品質が高くないということがあげられる。具体的に一番の課題が言語の壁である。日本の文化体験等を実施するに当たり、それをきちんと伝えられるほどの多言語対応ができていないのが現状である。特に、中国人等アジア人観光客がかなり多いにも関わらず、その対応が乏しいのは痛手である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

コト消費に変わっている今のような現状で求められることは観光の質の向上である。観光の質を向上させるために、我々は顧客に提供する価値を上げ、効率化させることができるようなサービスを考案した。宿泊先、体験したいサービスをセットで売り出すことである。セットで売り出すことによって、サービスを利用するユーザーは予約の流れを単純化させることが可能になり、体験したいサービスも一括で見ることができる。サービス提供側は外国人観光客とコミュニケーション問題が発生しないように研修制度を受けてもらう。その後、外国人観光客に実際、日本文化体験をしてもらい、フィードバックをもらう。それをやり続けて、日本のコト消費の質を上げていく。この施策のポイントは『セット化させて売り出す』と『言語の対応ができるスタッフを雇用する』ということである。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

調査Ⅰ

- ① 調査内容
訪日外国人旅行者の消費実態とサービスのニーズ
- ② 調査対象
トランジット、乗員、1年以上の滞在者を除く日本を出国する訪日外国人旅行者42人
- ③ 実施日
2019年8月29日
- ④ 調査手法
京都の河原町を中心とする場所での街頭調査
- ⑤ 主な調査事項
回答者の属性(国籍・性別等)、訪日目的、旅行中に困ったことなど

調査Ⅱ

- ① 調査内容
文化体験の際、その文化の歴史や由来、背景を知りたいのか
- ② 調査対象
在日外国人62名
- ③ 実施日
2019年11月8日
- ④ 調査手法
インタビュー

結果

Ⅰ 日本へ旅行中困ったことにおいては、言葉の壁が回答数の80%弱というかなり高い結果となった。また、訪問目的では、日本食、日本の歴史・伝統文化体験の需要が見込めた。

よって、私たちはその中から日本の歴史・文化体験サービスの提案をしたいと考える。

Ⅱ インタビュー結果から、65%以上の方が文化の歴史や由来、背景に興味があるということがわかった。具体的には、本質的な文化体験の需要が多いこと、未知の世界であるからこそ好奇心が高いということが分かった。

よって、日本の歴史・文化体験サービスの提案の中でも、由来・背景を伝えられるサービスを提案する。

6. 結果や今後の取り組み

今後、我々がさらに解決したい問題点としてはコト消費の質を実際に上げていくために、日本文化を伝える際に、どこまで、どう伝

えたらいいのかといことである。このポイントは『浅すぎず、深すぎず』である。文化という言葉は幅広く、定義もそれぞれ違うからこそ、色んな解釈が発生してしまう。それをどう定めていくのかが、今後の課題である。また、外国語コミュニケーションが単価も安く提供できる層は学生であり、その学生が学校に行く時間帯(平日の朝から昼)はどうマネタイズするかが課題として出てくる。特に観光客が実際、観光に投資できる時間は昼である。上記の問題を解決できるのであれば、本質的の観光の質が担保できるようになるだろう。

7. 参考文献

観光庁 訪日外国人消費行動調査

<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouhityousa.html>

最終閲覧日：2019年11月8日

減少する1人当たりインバウンド消費—買い物だけでなくサービス消費の取り込みがカギに—

<https://www.mizuho-ri.co.jp/publication/research/pdf/research/r160801japan.pdf>

最終閲覧日：2019年11月8日

●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）

調査に使用したアンケート

【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きます。
- ・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↑