

第 47 回インナーゼミナール大会

研究計画書

ゼミ名	岡田ゼミⅡ	チーム名	Team 酒
タイトル	日本酒による神戸インバウンド集客		
テーマ群	d) 国際経済、e) 産業・企業、f) その他		
メンバー			
研究計画内容	<p>私たちのゼミのテーマは「神戸と国際交流」です。神戸経済を活性化させるものを国際交流や、外国人集客と絡めて考え、また神戸を訪れる外国人が増え、活性化すれば、どのような未来が見えるのかを考察しました。</p> <p>みなさんは神戸を訪れる外国人観光客（インバウンド）数がどれ位か知っていますか？平成 27 年では 100 万人を超えています。これは全国トップ 15 に入る多さです。しかし、近隣の大阪や京都にはもっと多くのインバウンドが訪れています。そこで、私達はゼミテーマである「国際交流」の観点から、神戸へのインバウンドを増やすにはどうすればいいのかを考えました。そして、昔から交流する場、人と人が繋がる場の代表は食事の場ではないかと思いました。その食事の場をより一層良いものにするために欠かせないのが、「お酒」です。神戸には伝統的な産業である日本酒があり、それをアピールする事でインバウンドの集客に繋がり、また神戸経済の発展につながるのではないかと考えました。</p> <p>日本人でも日本酒について良く知らない人が多いと思います。日本酒には大吟醸や吟醸などいくつかの種類があり、これは米を削る多さによって変わります。そして日本酒の輸出量、輸出額は年々増加していることが分かりました。そこで、数ある日本酒の中でも知名度の高い、三社の「獺祭」、「久保田」、神戸の酒蔵の「福寿」を比較しながら考察し、最終的に「福寿」の売り上げを伸ばす提案をする事で、神戸経済の発展に貢献できないかと考えました。</p> <p>そのために「福寿」の蔵元である神戸酒心館にフィールドワークを行ったり、日本酒バーなどでアンケートを実施しました。</p> <p>しかし、アンケートの結果、日本酒をお土産として買って帰るとい外国人は全体の 10%に満たず、その理由のほとんどが、日本酒の味を知らないというものと、日本酒の販売店に入りづらいというものでした。そこで、私達は日本酒を知ってもらい、飲んでもらう、また買ってもらうための解決策を考察しました。</p>		