

研究区分	教員特別研究推進 地域振興
------	---------------

研 究 テーマ	海外メディアにおける静岡の認知度向上				
研究組織	代 表 者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	竹下 誠二郎
	研究分担者	所属・職名		氏名	
	発 表 者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	竹下 誠二郎

講演題目
海外メディアにおける静岡の認知度向上
研究の目的、成果及び今後の展望
トランプ 2.0 により、貿易と世界経済が大混乱に陥っている。また、この動きは今後の地政学的な局面において大きな変動を招くであろう。国際化とイノベーションが過去 50 年、特に過去 20 年の経済発展において最も有益な進展をもたらしているのに、だ。トランプ 1.0 では米中のポスト・覇権争いが柱となっており、自由経済陣営と専制国陣営の対立が明確であったが、今回は全く違う様相を呈している。不確実性が増すということだけが、わかっている。 このような動きに対して各国とも保護貿易主義に走る懸念が増えている。しかし国際貿易によってもたらされたメリットは各国とも認識しており、存続させたいスタンスが明確だ。今後、日本、そして静岡のポジショニングを明確にし、各国・地域、そして企業ベースでもアライアンスなどのネゴシエーションが活発化されるであろう。 また昨今の円安も手伝って、インバウンドの流入が活発化している。特に静岡におけるインバウンドの流入を促す動きは活発化されるべきであり、またその動きは顕著になるものとする。これは観光に限らず、あらゆる業態の誘致やコラボレーションを呼び込むことを指す。 静岡は基盤産業と非基盤産業、双方ともそのポテンシャルが大きい好条件にもかかわらず、海外メディアにおける静岡の認知度は低いのが現状である。域外、特に海外からの誘致や資金流入を増やすには、海外メディアにおける静岡の認知度を上げるのは必須だ。しかし、認知度向上のための具体策はあるのだろうか。 東京オリンピックは認知度を高め、継続する絶好の機会であった。しかしコロナのため、その機会を活用するチャンスは著しく限定され、「静岡」の認知度は未だ極めて低いのが現状である。海外メディア、特に欧州におけるトレンドセッターである英国のメディアを中心に、アジア、北米、中東、欧州大陸などでも静岡のエクスポージャーを上げるうえでのエクспロラトリー・マーケティング・リサーチを行い、問題点と調査目的のさらなる明確化を行い、海外メディアにおける静岡への認知度向上・改善を推進し、域内へのモネタイゼーションを円滑にするきっかけを探ることを目標とする。 研究の計画と方法とし、問題点（低認知度の要因）の確認・分析においてセカンダリー・リサーチからの情報収集とエクспロラトリー・リサーチにおける初期段階としてのインタビューやインフォーマルなディスカッションを行った。また、調査目的のさらなる明確化のため、フォーカス・グループなどの定性的分析、そしてデータ・コレクションの手法など、トライアングレーション分析の可能性を探求し、モネタイゼーションへのプロセスへとつながる最適ナリサーチ・デザインの実行を行う。 静岡域外から域内へのモネタイゼーションの推進・円滑化を行うにあたって、その第一歩であるエクスポージャー向上の可能性の探求を行う。英国をはじめとする先進諸国を主に、また発展途上国におけるエクスポージャー向上も目指す。さらに中国、ロシア、イランなどの専制国におけるエクスポージャー向上も目指す。