

インナー大会プレゼン部門 2016 専用企画シート

※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。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）

フリガナ) ソウカダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) ニシウラアキオ ゼミ
創価大学	経済学部	西浦昭雄ゼミ

※チーム名は参加申込書に記入した名称を記入してください。

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）	PPT 動画 （有・無）
フリガナ) ベジタリアン班	フリガナ) アオキ コウヘイ	7 人	無
Vegetarian 班	青木 広平		

研究テーマ（発表タイトル）

ベジタリアンフレンドリーな社会へ

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

日本におけるベジタリアン対応への遅れを改善し、ベジタリアンフレンドリーな社会を実現することが長期的な目標である。中期目標として「2020 年 東京五輪の開催地付近を中心に非ベジタリアンとともに楽しめるベジタリアンメニュー（以下「ベジメニュー」という。）を提供する場所を増加させる」ことを定めた。食事提供場所へのベジメニュー導入を推進し、日本をベジタリアンフレンドリーな国にしていきたい。

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）

本プロジェクトでのベジタリアンの定義は、「動物性食品を避け、穀類、豆類、野菜、果物などの植物性食品を中心に摂る人々」とする。また、非ベジタリアンとは、ベジタリアンでない人を指す。

取り組む背景: 日本におけるベジタリアンへの対応が遅れていることに着目した。

現在、世界的なベジタリアン人口増加により、その対応の必要性が高まっている。訪日ベジタリアン外国人数は 2010 年に 51 万人、2014 年には 87 万人と年々増加している(株式会社みんなのごはん, 2016)。また日本においても健康志向の高まりに伴い、ベジタリアン人口は増加しており、現在のベジタリアン人口は 4.4%、潜在的ベジタリアン(環境を整えば動物性食品を避けたい人のことを指す)人口は 7.7%であり、合わせると約 1500 万人がベジタリアンであるといえる(株式会社みんなのごはん, 2016)。さらに政府としても「ベジタリアンへの対応がこれからの最高峰の観光産業発展に向けて必要である」と対応の必要性を訴えている(観光庁, 2013)。

しかし、現状、宿泊施設や飲食店、学生食堂などの場所で、ベジタリアンが食べるものがないという声があがっている。日本全国のベジタリアン対応飲食店数をとってみても、その割合は 1000 店舗に 1 店舗と不足している(VegeMag, 2016; 総務省統計局, 2014)。以上により、日本においてベジタリアン人口の増加が伺えるのにも関わらず、ベジタリアンの食事の場が少ないことがわかる。従って、日本のベジタリアンへの対応は遅れているといえる。東京五輪に伴う訪日外国人の増加によるベジタリアン市場拡大が見込まれる中、今後ベジタリアン対応が必要であると考えられる。

3. 研究テーマの課題

下記 3 点の調査より、「**需要が少ないと感じている**」ことがベジタリアン対応が遅れている原因であると考えられる。

①インターネットの情報、経済産業省、観光庁へのヒアリング+飲食店 68 店舗へのアンケート

②ベジタリアン対応飲食店 22 店舗への訪問インタビュー

③日本のゲストハウスは外国人利用者が増加しており、その中の 47 軒ベジタリアンを含む学生が毎日利用する学生食堂へのヒアリング

①の調査の結果、「需要が少ないと感じている」ことが原因であった。しかしそれを受け、「果たして、需要は本当に少ないのか」との疑問を持ち、さらに②③と入念な調査を行った。その結果、ベジメニューへの需要は少なくないと考えられる。日本航空にベジタリアン機内食を導入した株式会社みんなのごはんの岩浜氏から、1500 万人のベジタリアンがいることを踏まえ、「ベジタリアンの需要は決して小さくない」という声をいただいたからである。さらに、非ベジタリアン日本人 1141 人を対象に行った独自

アンケートにおいて「ベジメニューを食べてみたい」(65.6%)との回答をいただき、非ベジタリアンからの需要があることが予想される。つまりベジタリアン、非ベジタリアン両者からの需要があると考えられるが、「需要が少ないと感じている」のが現状である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

ベジの架け橋プロジェクト: 本プロジェクトでは、非ベジタリアンも満足するベジメニューを開発し、食事提供の場を導入する。それにより、ベジタリアンだけでなく非ベジタリアンからの需要もあることを認知してもらい、ベジメニューを導入してもらおう。本プロジェクトは下記3つのステップに分かれる。

【①メニューの開発】非ベジタリアンも満足できるベジメニューを開発することで需要拡大を可能にする。

【②試験導入】開発したベジメニューを試験的に導入することにより、導入先候補にベジメニューの需要を認知していただく。

【③正式導入】飲食店、ゲストハウス、学生食堂に正式導入することによりベジメニュー提供の場が増える



本プロジェクトには、ベジタリアンレシピ保有者(カフェの経営者、料理教室の講師など)・導入先候補・消費者・西浦ゼミの4つのアクターが存在し、以下の手順でプロジェクトを進める。

①a. 西浦ゼミが、ベジタリアンレシピ保有者からベジメニューのレシピを収集する①b. そのレシピを導入する候補を確保する②ベジメニューを試験的に導入し、そのことを消費者(ベジタリアン、非ベジタリアン)に宣伝(NPO 法人ベジプロジェクトジャパン情報サイトに掲載、日本ベジタリアン協会ホームページ掲載、Facebook, Instagram, TwitterなどのSNSへの宣伝)し、来店を促す。その際に、ベジメニューが非ベジタリアンも満足できるものかどうか、ベジメニューへの需要はあるかどうかを確認する③この結果を受け、導入先候補はベジメニューを正式に導入する。

【各アクターのメリット】

ベジタリアン(消費者): 食事の場所が増える、一緒にご飯を食べられる。

非ベジタリアン(消費者): 食事のオプションが増える、一緒にご飯を食べられる。

導入先候補: 新たな顧客を獲得できる。

ベジタリアンレシピ提供者: ベジタリアン環境を整えることができる喜びを得られる。

【独自性】

2016年9月24日、NPO 法人ベジプロジェクトジャパン代表の川野氏にインタビューを行ったところ、「レシピ提供者と導入先をつなぐのは斬新」との声をいただいた。

【有効性】

2016年9月26日～28日にかけて1061人を対象としたアンケートで「私たちのプロジェクトが日本のベジタリアン環境を整えていく一助になると思いますか」という質問に対し、約58.7%が「はい」と答えた。また、株式会社みんなのごはんの岩瀬氏より「面白い施策である。学生が取り組むことで導入先も広がるであろう」との声をいただいた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

形式	対象	期間	主な質問内容
アンケート	外国人ベジタリアン164人	6月11日～7月9日	日本で食事をする際に困ったことがあるか、日本におけるベジタリアンへの理解認識に対してどう思うか
	非ベジタリアン日本人1141人	5月19日～6月3日	ベジタリアンが食事をする際、困っていることを知っているか
	飲食店68店舗	5月30日～6月15日	なぜベジメニューが導入されないのか
	1061人(国籍不問)	9月26～28日	私たちのプロジェクトが日本のベジタリアン環境を整えていく一助になると思うか
	ゲストハウス参加者21人	9月24日	今回のゲストハウスでの企画が、日本のベジタリアン対応推進に有効だと思うか
インタビュー	ベジタリアン対応飲食店22店舗	7月17日～28日	なぜベジメニューが導入されないのか
	株式会社 みんなのご飯	7月28日	なぜベジメニューが導入されないのか
電話	ゲストハウス47軒	8月31日～9月6日	なぜベジメニューが導入されないのか
	経済産業省	6月12日	政府がベジタリアンについてどのような取り組みをしているのか
	観光庁	6月12日	政府がベジタリアンについてどのような取り組みをしているのか

6. 結果や今後の取り組み

現段階で導入先候補としてレシピ保有者・ゲストハウス・学生食堂・飲食店と連携をとっている。順に進捗状況を述べる。

【レシピ保有者】

6名のベジタリアン料理家から、未公開であった20品のレシピを提供していただいた。食事を提供する場において試験導入を行い実用可能なベジメニューは、6種類に増加した(2016年9月28日現在)。

【導入候補先の獲得・試験導入に成功】

①ゲストハウス:ベジタリアン料理イベントで、ベジタリアンを含む32名の来客に成功。ベジタリアン料理イベント(試験導入)を実施。9月24日に開催した浅草のゲストハウスでのイベント”Meat Free Night”では最大20名の集客を想定。結果として予想を超える32名(ベジタリアン:5名、非ベジタリアン:27名)が来客。ベジタリアンからは「ベジタリアン対応が少ないため、このような機会をもっと増やしてほしい」との声や、非ベジタリアンからも「とても美味しかった。いろんな飲食店舗にベジメニューを置いて欲しいと思った」等のベジタリアンメニューへ高評価をいただいた。また、ゲストハウス側からも「ベジタリアンの宿泊者が、その場で予約したことに驚き、ベジメニューの需要を感じた」、「幅広い集客も見込めるため、長期での導入を検討したい」などのベジメニューへの需要を認知したコメントをいただいた。今後、長期的な導入への準備を進めると同時に、新たに2軒のゲストハウスで試験導入を予定している。

②学生食堂:3日間のベジタリアン料理フェアを開催決定。創価大学の学食を運営する株式会社グリーンハウスよりベジメニューの必要性に共感いただき、10月3日からの3日間、ベジメニューを提供する「畑育ちのジューシープレートフェア」を実施する。この期間でも、ベジメニューへの需要があることを実際に確認し、ベジメニュー正式導入にむけて取り組みを進めていく。

【更なる導入先】

全国チェーン店3社が導入へ積極的な姿勢を示す。イタリアン料理全国チェーン店のシェーキーズから「弊社のコンセプトと親和性があり発展させていけるものでしたらとても嬉しいです」とのお声をいただき、丸亀製麺で有名な株式会社トリドールからは、「近年の「野菜」という需要の高まりに今後対応していく必要がより一層あると感じております」や、ほっともっと、やよい軒の株式会社プレナスからも「非常に興味があります。前向きに考えていきたいし実現可能性は十分にある」と導入検討への積極的なコメントをいただいた。これを受け、今後はベジメニューの導入実現にむけて更なる準備を進めていく。

7. 参考文献

- 株式会社みんなのごはん(2014)「日本人ベジタリアン人口」「年別ベジタリアン外国人来日総数」<http://minnanogohan.com/>
、観光庁 (2013) 世界最高・最先端の観光産業を目指して(観光産業政策検討会提言)
http://www.mlit.go.jp/kankocho/news06_000173.html
、NPO 法人ベジプロジェクトジャパン(2016)<https://www.vegeproject.org/>、日本ベジタリアン協会 (2012) <http://www.jpvs.org/>
、VegeMag (2016) <http://vegmag.org/>
、総務省統計局(2014) <http://www.stat.go.jp/data/e-census/2012/kakuho/pdf/gaiyo2.pdf>

インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項

特にございませぬ。準備など大変にありがとうございます。お世話になりますが、何卒よろしくお願ひします。

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となります。

※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。

※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、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項」に記入してください。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。

※企画内容は、未発表の(過去に他誌・HPなどに発表されていない)ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※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。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・日経BPマーケティング社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。

※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。