

インナー大会プレゼン部門 2017 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。

大学名 (フリガナ)	学部名 (フリガナ)	所属ゼミナール名 (フリガナ)
フリガナ) トヨウガク ｲｶﾞｸ	フリガナ) ケｲザク ｲｶﾞｸ	フリガナ) ﾏｼﾞｲ ﾈｲ ﾈｲ
東洋大学	経済学部	藤井 信幸 ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」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) チームｲｯｼﾞ	フリガナ) ﾓﾄﾀ ﾀｶ	3	無
チームいさざわ	木下 かんろ		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール (具体的に使用するツールを明記してください)

・試作したパッケージ

研究テーマ (発表タイトル)

あんぼ柿、復活！

※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)

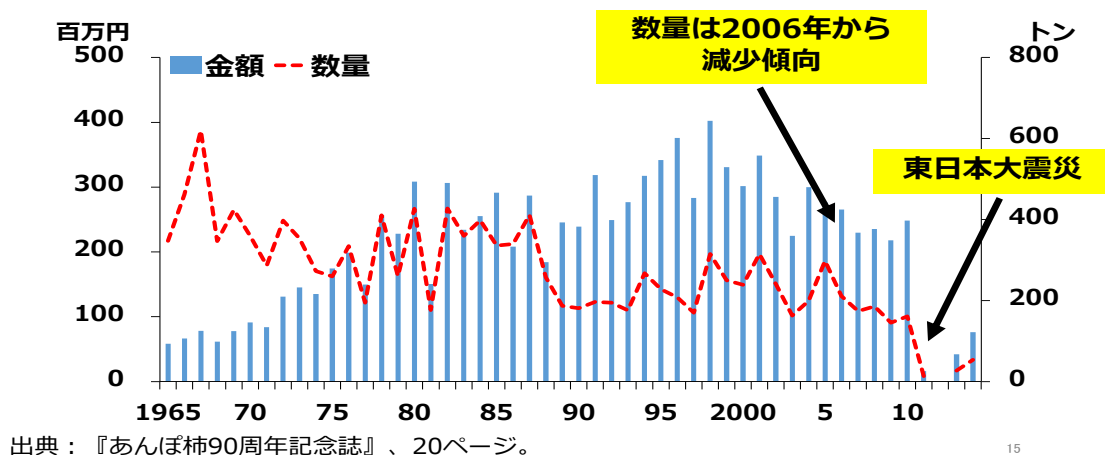
五十沢のあんぼ柿は 2011 年の震災による放射性物質汚染により加工自粛要請がでた。2013 年には出荷再開したが完全復活はしていない。あんぼ柿発祥の地であるので 1 日でも早く復活するために私たちには何ができるかを提案する。

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)

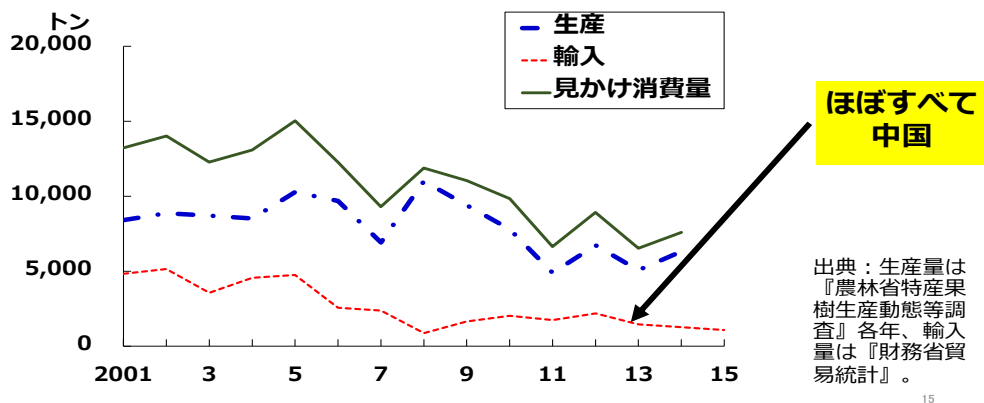
あんぼ柿は震災前の 2006 年頃から国内生産・出荷高、消費量・輸入量が減少傾向にあり、2011 年の東日本大震災でさらに減少しているのである。さらに人口が減少し続けており、国内需要はあまり期待できない状況だ。需要減少の原因としては健康志向、スイーツの多様化、少量多品目、箱物の不振が挙げられる。また他産地もあんぼ柿の生産や地域ブランドとして認定、海外への輸出などしているため、復興を進める五十沢と生産を伸ばした他産地との競争が激しくなる恐れがある。

2-1 需給の動向

五十沢あんぼ柿の出荷高(1965～2014年)



干し柿(あんぼ柿を含む)の生産量・輸入量・消費量の推移 (2001～15年)



3. 研究テーマの課題

私たちの研究テーマの大きな課題は、伊達市梁川町五十沢地区という地域の活性化に向け、「五十沢のあんぼ柿をどう広めるのか」という点である。

この課題に対し、我々は文献調査、五十沢地区の方へヒアリング調査、アンケート調査を行った。これらの調査の結果、二つの課題が挙げた。まず、あんぼ柿の発祥地というブランドがあるにもかかわらず、“五十沢”の知名度が低い点、二番目に現代のニーズに対応した販売ができていない点である。以上から、私たちはあんぼ柿を広めるために、ブランドの再構築を行う事、そして現代のニーズに合わせた売り方を提案する事が必要であると考えた。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題を解決するために私たちの戦略を三つ挙げる。まず一つ目は、「歴史館の構想」である。今年廃校になった旧五十沢小学校を利用しあんぼ柿の発祥地の PR として、歴史や農機具を紹介する歴史館を作るというものである。二つ目に、インターネット販売や各地のマルシェへの出店を通して流通チャネルを多様化させる事、PR 動画の作成と学園祭を通して知名度を向上させる事を通してブランドの再構築を図る。最後に、他産地との差別化を図るために高級感を出すあんぼ柿のパッケージの考案である。あんぼ柿は十数個で売っていたが、現在小包装の方が需要がある為、そのようなニーズに合わせたパッケージを考案する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

現地調査、文献調査、アンケート調査、ヒアリング調査を行った。2016 年から 2017 年にかけて現地の方々との交流やあんぼ

柿作り体験、地域視察のため福島県伊達市梁川町五十沢地区へ数回訪問。同ゼミ生、デパートやコンビニを対象に、五十沢やあんぼ柿、試作したパッケージについてアンケート調査。また、流通者の生の意見を聞くために東京青果株式会社にてヒアリング調査。

歴史館の構想では、廃校となった旧五十沢小学校へ足を運び、教室をどのように利用できるかを考えた。パッケージ考案では、実際にデザインを考え、試作品を作り上げた。そして試作したパッケージをもとにマルシェに出展する際の陳列デザインを考案した。

6. 結果や今後の取り組み

今後の取り組みとしては、戦略として挙げた三つを実現に向けて本格的に活動する。具体的には、一つ目の歴史館構想では廃校利用の可能性や史資料の発掘を、二つ目のインターネット販売では農家との相談を、三つ目のパッケージ考案では地元や販売者への相談を、このような課題に取り組む。そして海外市場への流通復活を目標とする。

7. 参考文献

- ◆ 五十沢村誌編纂委員会編・刊『五十沢村誌』,1978年
- ◆ 梁川町史編纂委員会編『梁川町史』第9巻(近現代Ⅱ資料編Ⅵ),梁川町史,1989年
- ◆ JA伊達みらい『あんぼ柿90周年記念誌(発祥の地 五十沢あんぼ柿90周年記念誌)』,2015年
- ◆ 調査研究部震災復興調査班「特産品『あんぼ柿』の復興に向けて」震災復興現地レポート Vol.6、『共済総研レポート』,2014年6月
- ◆ 調査研究部震災復興調査班「特産『あんぼ柿』の新たな需要創造を目指して」震災復興現地レポート Vol.12、『共済総研レポート』,2015年10月
- ◆ 五十沢自治会会報『ひかり』第11号,2016年8月
- ◆ 五十沢自治会『五十沢地域活性化計画書』,4~6ページ
- ◆ 伊達市『伊達市3年の記録 東日本大震災・原発事故』前編,2014年,63ページ
- ◆ 伊達市発祥のあんぼ柿。3年ぶりの出荷再開に住民と生産者の笑顔が輝く『福島再生』No.57,2014年1月9日;除染情報プラザ;http://josen-plaza.env.go.jp/rebirth/rebirth_57.html)
- ◆ 農林水産省『平成25年産特産果樹生産動態調査』;
http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tokusan_kazyu
- ◆ 全国農業協同組合連合会「あんぼ柿の非破壊検査の流れ」;
<http://www.fs.zenoh.or.jp/product/vegi/furuit/pdf/2014kensa.pdf>
- ◆ 『『あんぼ工房みらい』完成 最新式選別システム導入』『福島民報』2016年6月23日。
- ◆ 山田登世子『ブランドの条件』,岩波新書,2006年
- ◆ 木下斉『『地域ブランド化』が失敗に終わる3つの理由』『東洋経済』ONLINE,2016年2月12日;

<http://toyokeizai.net/articles/-/104375>

- ◆ JA伊達みらい『あんぼ柿90周年記念誌(発祥の地 五十沢あんぼ柿90周年記念誌)』,2015年
- ◆ 五十沢自治会;<http://www.isazawa.jp/>
- ◆ 五十沢自治会会報『ひかり』第11号,2016年8月
- ◆ 「農業、TPP漂流でも改革を」『日本経済新聞』2016年11月26日
- ◆ 「農業改革案の要旨」『日本経済新聞』2016年11月26日
- ◆ 青空市場マルシェ;http://aozora-ichiba.co.jp/marche/marche_top
- ◆ 国際機関日本アセアンセンター「市場調査報告書」,
https://www.asean.or.jp/ja/trade/lookfor/top/market/pdf/D2kashirui.pdf/at_download/file)
- ◆ 食の研究所「食の時事問題」;<http://jbpres.ismedia.jp/articles/-/41648?page=2>
- ◆ e-お菓子ネット「統計資料」;<http://www.eokashi.net/siryu/siryu08.html>

- ◆ 『市田柿のふるさと』(web 版) ; <http://takamori-ichidagaki.com/ichidagaki/ichidagaki.html>)
- ◆ 紀北川上農協「柿の輸出拡大、規格外品の商品化」;
- ◆ http://www.maff.go.jp/j/keiei/sosiki/kyosoka/k_kenkyu/pdf/kihoku.pdf
- ◆ 「いずも街コラム」2006年6月13日、2007年1月12日 ; <http://www.jaizumo.or.jp/webadmin/column/>
- ◆ 島根大学「輸出に向けた SCS(スーパークーリングシステム)によるカキ'西条'の長期貯蔵法の開発」;
- ◆ https://www.naro.affrc.go.jp/brain/h27kakushin/files/subject4_14.pdf
- ◆ 日本政策金融公庫「ニュースリリース」2016年5月19日 ;
- ◆ https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_160519a.pdf
- ◆ 福島県「福島県ブランド認証産品(あんぼ柿) 」 ;

<https://www.pref.fukushima.lg.jp/sec/32031c/brand-anpo.html>

- ◆ 中小企業庁「JAPAN ブランド育成支援事業について」 ;
http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/download/Jbrand_Guide.pdf
- ◆ 中小企業庁「ふるさと名物応援事業補助金」 ;
http://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/chiiki/japan_brand/
- ◆ 農林水産省『農政新時代』 ; <http://www.maff.go.jp/j/kanbo/tpp/attach/pdf/index-11.pdf>
- ◆ 『農林省特産果樹生産動態等調査』 ; http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/tokusan_kazyu/
- ◆ 『財務省貿易統計』 ; <http://www.customs.go.jp/toukei/info/tsdl.htm>

<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、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)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、インナー大会・東京経済大学大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経BPマーケティング社様に作製していただく大会結果HPに本企画シートは掲載されます。
- ※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、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、4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、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、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。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。
- ※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、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。
- ※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。
- ※プレゼンツールを使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにてご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

↑ ここまでを4ページ以内におさめて、提出してください