

# 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に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) ニホンダイガク	フリガナ) ショウガクブ	フリガナ) シマ
日本大学	商学部	嶋ゼミナール

※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) シマ エー	フリガナ) カトウ シュウ	4	無
嶋ゼミ A チーム	加藤 柊		

※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)

研究テーマ (発表タイトル)

Happy marketing of HOPPY

※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)

現在酒の消費量が下がり、特に若者の酒離れが深刻化している。そこで長い歴史を持つホッピービバレッジに注目した。中小企業であるホッピービバレッジは関東でのドミナント展開を行っているが、全国区に知名度を広げるためには何をすべきかを先行研究や調査などを通して分析し、それを踏まえてホッピーをどのようにマーケティングするかを考え、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)

近年酒類市場はビールに取って代わり、低アルコール市場やノンアルコール市場が急成長し、市場を拡大し続けている。その市場の中で競争しているのがホッピーである。ホッピーはアルコール度数が 0.8%であるため、清涼飲料水やノンアルコール飲料に分類される。また戦後、ホッピーはビールの代替品として販売されていた。しかしながらホッピーという名前すら知らない人がいるのが実情である。友人やバイト先の仲間、親戚などにヒヤリングを行ったところ、若者への認知度が低かった。また関西ではあまり知られていないことが分かった。

ではホッピービバレッジの企業としての現状はどのような状況であるのか。小規模の中小企業または零細企業であるため、本社がある赤坂を中心とした関東でのドミナント展開に近い形を取っている。ホッピーの商品展開の現状としては、主な顧客は 40～

60代の男性と比較的高い年齢層となっている。しかしながら商品を売り出すにあたって、実際にお話をお伺いすると、ホッピービバレッジとしては厳密にターゲットを定めていないことが分かった。また会社の規模が小さいため、CMや電車広告などの大掛かりなプロモーションを行うことができない実情がある。

### 3. 研究テーマの課題

この研究テーマに対する課題は以下の2点である。

- ① ターゲットの絞り込み
- ② 新規顧客をどのようにして得るか

商品のマーケティングを行う上でターゲットの選定は必須であるが、ホッピービバレッジは行っていないためターゲットを絞りこむことで効果的なマーケティングを行うことができる。また、現在ホッピーの主な顧客である40～60代の男性は高年齢であるため、消費の先細りが起こってしまう恐れがある。そこで新たな顧客が必要だ。そのためにどのようなことが必要かを考え、提案する。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

新たな継続顧客への成長と準拠集団への波及効果が期待できる大学生へとターゲットを絞り、マーケティングを行う。現状として若い世代からの認知度が低いことから注目をしてもらう必要がある。ただ、零細企業であるホッピービバレッジには予算が限られているため、プロモーションへの多額投資はできない。そこで、低コストで絶大な影響力を持つパブリシティや口コミを通じてプロモーションを行う。

私たちが注目したのが学園祭だ。多くの大学生が集まるため、低コストでプロモーションを行う上で非常に効果的な場所である。具体的な内容として、学園祭の来場者数の多い大学と協力する。また商品のラベルのオリジナルデザインコンテストを大学内で実施する。主な狙いとしては流行であるインスタやツイッターに載せたいと思わせるおしゃれなデザインを募る。そして各大学で優秀作品を各学園祭において提供する。出店先では試飲サービスの他、買った商品を写真に取ってSNSにアップすると商品を1本プレゼントするといったSNSでの口コミ・パブリシティを狙ったキャンペーンを行う。また、ホッピーの醍醐味である様々な飲料と混ぜ合わせて多様な飲み方ができるという点をアピールするため、ドリンクバー形式での試飲・販売など特殊なプロモーションを絡めてホッピーのプロモーションを行っていく。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

先行研究にあたりホッピービバレッジの現状を把握するためにホッピービバレッジ株式会社に聞き込み調査を行った。しかしながら、売上高や利益率といったことは企業として非公表だったために教えて頂くことはできなかった。

### 6. 結果や今後の取り組み

今回の提案内容である関東でのプロモーション活動が成功した場合、同じ手法で商品の知名度が高くない関西でもプロモーションを行う。それにより知名度が高くなることで手を出していなかった全国展開へとつなげることが可能である。

### 7. 参考文献

石渡美奈『ホッピーの教科書』

久保村隆祐（2014）『商学通論（八訂版）』同文館

フィリップ・コトラー『コトラーのマーケティング・マネジメント（第4版）』丸善出版

和田光夫『マーケティング戦略』有斐閣アルマ

石井淳蔵・廣田章光・坂田隆文『Iからのマーケティング・デザイン』

マーケティング戦略の教科書 酒井光雄

Fuji Keizai「清涼飲料の国内市場を調査 2016年の市場分析と2017年の市場を予測」（閲覧日：2017年9月14日）

<https://www.fuji-keizai.co.jp/market/17003.html>

ホッピービバレッジ株式会社「ホッピービバレッジ株式会社」（閲覧日：2017年6月30日）

<http://www.hoppy-happy.com/info/index.html>

国税庁課税部酒税課「酒レポート 平成29年3月」（閲覧日：2017年9月14日）

<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/shiori/2017/pdf/000.pdf>

マイナビ 学生の窓口「LINE82.9%、Facebook67.5%、インスタグラムは 21.7%」（閲覧日：2017 年 9 月 20 日）

<https://gakumado.mynavi.jp/gmd/articles/28095>

Students lab「お酒を日常的に飲まない学生が 45%！？最近の学生のお酒事情とは…？」（閲覧日：2017 年 9 月 14 日）

<http://lab.oceanize.co.jp/sake-nomikai-how/>

[http://chosa.nifty.com/gourmet/chosa\\_report\\_A20160401/?theme=A20160401&theme=A20160401](http://chosa.nifty.com/gourmet/chosa_report_A20160401/?theme=A20160401&theme=A20160401)

#### <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**