

# インナー大会プレゼン部門 2018 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) タカサキケイザイダイガク	フリガナ) チイセイサクガクブ	フリガナ) サトウ キミトシ
高崎経済大学	地域政策学部	佐藤 公俊ゼミナール

※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、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

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 内動画 (有・無)	動画使用 スライドページ
フリガナ) キミクンズ	フリガナ) ネギシ ミユキ	3	有	54
Kimikuns	根岸 美由紀			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物 (例: 商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート)

企画から編集までメンバーで制作した動画

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

研究テーマ (発表タイトル)

群馬県のおもてなし料理～PR 動画で広めよう～

※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)

2014 年に富岡製糸場が世界遺産に登録されたことをきっかけに、群馬県はおもてなし料理を決定した。それはすき焼きだった。同年、群馬県はぐんますき焼きアクションを始めたが、おもてなし料理の PR にもかわからず、県民に向けた取り組みばかり。

そこで、私たちは、おもてなし料理の PR なのだから、全国に向けた取り組みを充実させるべきだと考えた。中でも PR 動画に着目し、他県の PR 動画を参考にし、成功例の共通点を見出した。それらを群馬県の PR 動画に取り入れることで、群馬県の PR 動画に興味を持ってもらい、再生回数も伸ばせるのではないかと考えた。また、PR 動画の再生回数が伸びれば、群馬県のすき焼きを全国に広めることができるのではないかと考えた。私たちは、群馬県のすき焼きの美味しさと特別感を全国に広めることを目的とし、新たな群馬県のすき焼き PR 動画を制作した。

## 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)

なぜ群馬県のおもてなし料理がすき焼きになったのか。理由は 2 つある。1 つ目は、上州和牛や下仁田ネギ、こんにゃくをはじ

めとする、すき焼きに入れる食材の自給率が100%であるため。2つ目は、なるべく多くの農畜産物をPRするためである。

ぐんますき焼きアクションは、「ぐんますき焼き弁当コンテスト」をはじめとする群馬県民向けの取り組みと、「Visit&すき焼き」をはじめとする全国向けの取り組みに分類できる。比較した結果、全国向けの取り組みよりも、群馬県民向けの取り組みが多いことが分かった。

### 3. 研究テーマの課題

おもてなし料理のPRのはずなのに、全国向けの取り組みではなく、主に群馬県民向けの取り組みになっている。全国に向けた取り組みを充実させるべきだと、私たちは考えた。

全国向けの取り組みとして、具体的に、群馬県はPR動画を制作し公開しているが、再生回数が圧倒的に低い。現在公開中の群馬県のすき焼きPR動画は、上州和牛、下仁田ネギ、こんにゃくなどの食材を紹介し、ただすき焼きを作るだけの動画であり、インパクトが足りないことが課題である。このままでは、群馬県のすき焼きを全国に広めることはできないのだ。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

群馬県のおもてなし料理「すき焼き」を広めるためには、全国向けの取り組みを増やすべきである。中でも私たちは、PR動画が効果的であると考えた。その理由を3つ挙げる。視覚で捉えることにより伝わりやすいため、拡散される可能性があるため、話題性を持つためである。

群馬県のPR動画をより良いものにするために、成功を収めた香川県、大分県のPR動画を参考にした。私たちが見出した成功例の共通点を3つ挙げる。それは、興味を持たせるストーリー、インパクトのあるフレーズ、明確なコンセプトである。

これら成功例の共通点を踏まえて、私たちは新たな群馬県のすき焼きPR動画を制作した。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

私たちは、主に2つの活動を行った。

1つ目の活動は、9月3日に群馬県農政部ぐんまブランド推進課販売戦略係の職員の方にインタビューを行った。具体的には、すき焼きアクションの詳細、PR動画「ぐんまのすき焼き」（コンセプト、制作過程、工夫した点、課題、制作費など）についてお聞きした。このインタビューで明らかになったのは、群馬県農政部が考える最終目標は、群馬県の農畜産物の消費の拡大であるということだ。

2つ目の活動は、全国向けの取り組みとして新たなPR動画を制作した。制作する前に、他県の成功例を参考にし、群馬県のすき焼きPR動画の課題を見つけた。これら成功例の共通点を踏まえて、群馬県の新たなPR動画「やるじゃん、ぐんま。」に取り入れた。1つ目の興味を持たせるストーリーは「群馬県を初めて訪れた人がすき焼きを食べ、県産食材100%であると知り、感動する」という内容である。2つ目のインパクトのあるフレーズは「やるじゃん、、、ぐんま。」「100%ぐんま」。3つ目の明確なコンセプトは「全国や外国の人々に、群馬県のすき焼きの美味しさと、県産食材100%だという特別感を伝える」である。撮影場所は高崎経済大学0号館を借りて行い、撮影協力者は0号館スタッフ、高崎経済大学放送研究会の部員、佐藤公俊ゼミナールのゼミ生である。



## 6. 結果や今後の取り組み

現在、私たちは動画を制作した段階まで終わった。

今後は、私たちが制作した、新たな群馬県のすき焼きの PR 動画「やるじゃん、ぐんま。」を公開し、多くの再生回数を獲得することを目指す。そして、群馬県のすき焼きの美味しさと特別感を全国の人々に広めたい。

## 7. 参考文献

- ・群馬県ホームページ <http://www.pref.gunma.jp/> (参照 2018.9.20)
- ・保存版 沖縄をはじめとした 11 都道府県の地方自治体による観光 PR プロモーション成功事例 <http://Okinawa.io/blog/tourism/curation-promotion> (参照 2018.9.20)
- ・香川県公式観光サイト「うどん県旅ネット」 <https://www.my-kagawa.jp/> (参照 2018.9.20)
- ・大分県ホームページ シンフロプロジェクト <http://onsenkenoita.com/2015/index.html> (参照 2018.9.20)
- ・「うどん県。それだけじゃない香川県」プロジェクトについて (参照 2018.9.20)  
<file:///C:/Users/User/AppData/Local/Microsoft/Windows/INetCache/IE/UQZW6D6I/udon.pdf>
- ・MACHI LOG 広告換算 35 億円超の効果「おんせん県おおいた」日本の次は世界へ! 5 言語で展開する新たな PR <https://machi-log.net/?p=39114> (参照 2018.9.20)
- ・毎日新聞 「日本一のおんせん県」にて/大分 <https://mainichi.jp/articles/20160413/dtl/k44/070/339000c> (参照 2018.9.20)

### <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、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経 BP マーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※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)ものに限りです。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・株式会社日経 BP マーケティング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。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。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。

※成果物を使用する場合は、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、ご提出ください**