

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）タクシヨクダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウゼミ
拓殖大学	商学部	佐藤ゼミ

※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）アルファスパイス	フリガナ）コイケ タロウ	9	無	無
α スパイ	小池 太郎			

※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）

※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）
移動販売事業で売れる商品開発！－青山ファーマーズマーケット編－

※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）

本研究は産学連携先である「+スパイス」様への新規事業の立案を行うことが目的である。

また、大学生活 2 年間で学んだマーケティング知識を利用し青山ファーマーズマーケットという舞台で売れる移動販売の商品開発を行うことが狙いである。

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）

・+スパイス様からの条件

「カレー以外の事業を立案。」「9/1 に実際テスト販売を行う」「移動販売車の半分のみ利用可能」テスト販売当日は通常のカレー販売の隣でテスト販売が行われる。

・青山ファーマーズマーケットについて

日本人における健康志向が高まる今日、青山ファーマーズマーケットでは、「有機」や「無農薬」などといったオーガニックにこだわった農家の方々が多く出店されており、毎週土曜日・日曜日の 2 日間開催されており 30～40 代の主婦層や家族連れがよく訪れ

る。また、農家の方と消費者が直接繋がることができ、農家の方の声を直接聞くことができる。これらより、狙えるターゲット層としては考えられるのは「30～40代の主婦層」「有機やオーガニックなど食に対しこだわりや関心がある層」などがあげられる。

・移動販売車について

今プロジェクトを行ううえで実際に調理に使える空間として提示されたものが物理的に狭い空間であり商品開発を行う際にその場での調理手順を複雑なものにしてしまうよりも手順を極端に少なくすることで物理的に狭い空間から顧客へ提供できると考えた。

また、移動販売という販売方法は食品から雑貨まで幅広い品目を販売することができる。そのなかで、青山ファーマーズマーケットのマーケット環境、ターゲット層に合わせ商品開発を行うことが必要になってくる。

3. 研究テーマの課題

上記から本研究の課題となることは大きく分けて2つである。

1. 移動販売車の半分という物理的な空間の狭さ
2. 青山ファーマーズマーケットという環境を分析し、どのような商品を、いくらで、どのように売るか自分たちの理論の考察を行いテスト販売で実績を残す。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

- ・テスト販売を行う際、商品の販売、提供までの一連の流れの中の障害の排除
- ・青山ファーマーズマーケットで売れる商品の根拠づけ
- ・データのための理論でテスト販売に望まず、実際、現地での雰囲気などの環境調査
- ・明確な商品コンセプトを設定、また他店舗と差別化するためのポジショニング

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・青山ファーマーズマーケットにおける市場調査、環境分析
- ・テスト販売の実施において使用できる環境調査、考察
- ・商品コンセプトの考察
- ・上記の調査、考察などを踏まえたマーケティング戦略の考察と実施

6. 結果や今後の取り組み

上記の通りテスト販売の結果用意していた40食をすべて売り切り、利益を出すことに成功した、売り上げのみであればテスト販売は成功という形に終わった。ですが、その成功の裏には「卵の白身のロス」や「商品コンセプトの不透明感」「広告戦略における不十分」など。新規事業立ち上げには多すぎる反省点が見えてきた。そこで、今後の取り組みとしてこのテスト販売における実践販売での反省を考察していき新規事業立案を行う

7. 参考文献

・青山ファーマーズマーケット

(<http://farmersmarkets.jp/> 2018年9月5日アクセス)

・農林水産省 マルシェ・ジャポン・プロジェクト

(http://www.farmersmarkets.jp/wp/wp-content/uploads/2010/06/guideline_201006.pdf 2018年9月5日アクセス)

・大都会のど真ん中にマルシェをプロデュースして大集客を図る

(<http://j-net21.smrj.go.jp/expand/agriculture/entry/201208281004.html> 2018年9月5日アクセス)

・セオリファーム

(<https://seorifarm.com/tamago> 2018年9月5日アクセス)

・久保田・澁谷・須永著『はじめてのマーケティング』有斐閣ストゥディア（2013年）

・西川・廣田著『1からの商品企画』中央経済社（2012年）

・グロービス著『グロービス MBA キーワード 図解 ビジネスの基礎知識50』（2016年）

＜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