

インナー大会 プレゼン部門 2019 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)	フリガナ)	フリガナ)
高崎経済大学	経済学部	関根雅則 ゼミ

※大会申込書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) セキネゼミ シックス	フリガナ) ヤスモト タケヒロ	5	無	無
関根ゼミ 6	安本 武弘			

※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)
アンケート

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

研究テーマ (発表タイトル)
クラフトビール業界の成長戦略

※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)

クラフトビールを日本に広めたい！！

狙い…クラフトビール業界の競争を高め、品質の向上を促すこと

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)

・クラフトビールの定義

1. 酒税法改正 (1994 年 4 月) 以前から造られている大資本の大量生産ビール (例:キリン) からは独立したビール造りを行っている。
2. 1 回の仕込単位 (麦汁の製造量) が 20 キロリットル以下の小規模な仕込みで、ブルワー (醸造者) が目の届く製造を行っている。

3. 伝統的な製法で製造しているか、あるいは地域の特産品などを原料とした個性あふれるビールを製造している。

・クラフトビールの歴史

1994年…酒税法改正（ビールの最低製造基準 2000kl⇒60klに）

1998年…地ビールメーカー 400社以上に急増

2000年…地ビールの評価が「まずくて高い」に

2003年…200社淘汰

2010年…再びブーム到来「地ビール」改め「クラフトビール」に

⇒200社淘汰を生き残った会社の経営方法は…？

・ヤッホーブルーイング社はなぜ生き残ることができたのか … 成功した企業の経営方をお手本にクラフト業界で生き残るために参考となるポイントを見出す。

3. 研究テーマの課題

大学内で様々な年齢層にアンケートを取り、クラフトビールが売れない理由を検出。そこから業界を伸ばすための課題を見出した。

課題「新規顧客獲得」

そのために解決すべきこと

- ①クラフトビールに触れる機会を増やす
- ②クラフトビールの平均価格を下げる
- ③販路の拡大

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

- ・①に対しては「ターゲット層への無料試飲イベントの開催」
- ・②に対しては「ファブレス経営」
- ・③に対しては居酒屋へのアプローチによる販路拡大

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

・クラフトビールを飲まない理由についてのアンケート…大学の学生、講師など様々な年代の方100人にお聞きした、クラフトビールの課題を見つけるためのアンケートをとった。

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究から今後この研究を追求するためすべき取り組みは、この二つ。

- ・ターゲットとなる顧客が参加しやすい立地でのイベントを計画
 - ・居酒屋で取り扱ってもらえるようなアプローチの仕方のマニュアル化
- この二つを具体的なシチュエーションをもとに実行に移していきたい。

7. 参考文献

- ・「ビールは楽しい！」 ギレック・オベール（著）、河 清美（翻訳）、出版：パイインターナショナル
- ・<http://yohobrewing.com>[ヤッホーブルーイング コンポレートサイト]
- ・rakuten.co.jp[楽天市場]
- ・<http://mycraftbeers.com> [My クラフトビール 日本のクラフトビールまとめ]
- ・井出直行「ぶしゅ、よなよなエールがお世話になります」 2016/4/8 発売 47.48.89 頁

<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。

※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、著作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