

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) タカサキケイザイダイガク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) モウリゼミ
高崎経済大学	経済学部	藻利ゼミ

※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) B チーム	フリガナ) イシオカ ハヤヒデ	7	無	
B チーム	石岡 隼英			

※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)

なし

※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)

高崎市活性化計画 - 「高崎パスタ」の地域ブランド化

※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)

この研究の目的は、高崎市を活性化すべく、群馬県外居住者にはあまり認知されていない地元名物の「高崎パスタ」をどうしたら名物にできるかを検討することです。というのも、群馬県には草津温泉などの全国的に有名な観光スポットがあります。その一方、群馬県で外食をすることとなった場合、多くの県外から来た観光客は群馬県の名物は何か疑問に思うでしょう。

しかし、実際には、群馬県の人口あたりのパスタ店の数は東京に次いで 2 位となっている事実からもわかるように、群馬県にも「高崎パスタ」という群馬独自のパスタ文化が存在しており、高崎市民には広く浸透しています。このように、高崎市民の立場からは立派な名物である高崎パスタですが、全国的にはほぼ無名といってもよい状態です。そこで、私たちは、地元名物の高崎パスタをブランド化し、名物にすべく、研究を行ってきました。



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）

群馬県は小麦の生産量が全国 4～5 位であることから、昔から小麦をつかった麺料理がさかんで、高崎パスタもその一つです。高崎パスタは 1968（昭和 43）年に創業した老舗イタリアン「シャンゴ」の関崎省一郎さんのつくった大盛のパスタが起源になっています。関崎さんは多くの弟子を育て、関崎さんの弟子が次々と独立し、さらに自分の弟子をつかっていくことで、イタリアンレストランが次々と高崎に設けられ、現在に至ります。その数は群馬県内におよそ 300 店舗であり、高崎市内にその約半分が集中しています。そのため、群馬県はイタリアンの激戦区となっており、群馬県、特に高崎市で生活していると全国に展開するイタリアンチェーン店などはほとんど見かけません。

その高崎パスタの特徴は、量が多いこと、個性的なパスタが多いことです。しかし、これだけの個性をもっていながら、全国的にはあまり知られていないのが現状です。

3. 研究テーマの課題

私たちの研究テーマは、高崎市を活性化すべく、群馬県外居住者にはあまり認知されていない地元名物の「高崎パスタ」をどうしたら名物にできるかです。というのも、前述の通り、高崎パスタは、高崎市民には広く認知されていますが、全国的には認知されていないことから、魅力がないわけではなく、その魅力が多くの人に伝わっていないことが問題であるためです。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちは、過去の地域ブランドの成功例である（大阪万博を機に急速に普及した）さぬきうどんの事例に基づいて、今高崎市で行っているキングオブパスタを東京で開催するとどのような効果が見込めるかを検討しました。検討の結果、より具体的には、①「群馬」という多くの人が知っている言葉を強調すること、②「高崎パスタ」を地域団体商標に登録すること、③イベント開催にあたって料理を小分けにすること、④立地をよく人が通る場所にする、⑤広告は都会にあった適切な方法で実施すること、をイベント開催にあたって工夫すべきと考えました。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

キングオブパスタ実行委員会事務局の井上様に取材をし、私たちの提案が実行可能であるか、今後キングオブパスタはどのように開催していくのか、お話を伺うことができました。

6. 結果や今後の取り組み

私たちは、群馬県外居住者にはあまり認知されていない地元名物の「高崎パスタ」をどうしたら名物にできるかを研究してきました。検討の結果、①「群馬」という多くの人が知っている言葉の強調、②「高崎パスタ」の地域団体商標登録、③料理の小分け、④立地の工夫、⑤広告を工夫しつつ、高崎市で行っているキングオブパスタを東京開催することで、高崎市活性化の一助になるのではないかと結論に至りました。この結論は、キングオブパスタ実行委員会事務局の井上様からも高く評価されております。

その一方、同じく井上様がおっしゃったように、東京開催にあたっての資金がまったく足りていないという問題点も存在します。そのため、今後は、今回の研究を基に、地元で有力な企業、高崎市や、群馬県といった潜在的な出資者にスポンサーになってもらえるように働きかけ、高崎市を活性化できるよう尽力していきたいと考えています。

7. 参考文献

高崎市 アクセス <https://www.city.takasaki.gunma.jp/docs/2013120900110/>(2019年9月23日閲覧) .
「日本のイタリアンの聖地は意外な県にあった有名チェーンも恐れるローカル店が立ち並ぶ」東洋経済 ONLINE
<https://toyokeizai.net/articles/-/79028?page=2>(2019年9月23日閲覧) .

<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、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**