

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 マサヒロゼミ
拓殖大学	商学部	佐藤 正弘ゼミ

※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) タビル	フリガナ) ハシツメ ユウタ	5	無	
足袋る	橋爪 由太			

※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。

研究テーマ (発表タイトル)

タピオカ流行に寄与した SNS の影響力

※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)

タピオカが何故流行したのかを、流行に寄与した要因を調査して“流行”というものを知る。
また、流行で終わらず定番化させるための道筋を考えて答えを導き出す。

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)

1990年代の第1次、2000年代の第2次タピオカブームに続いて、第3次タピオカブームが昨年2018年の夏頃から始まった。今現在もその熱は冷めていない。台湾の有名店から、初めて名前を聴くような小さな新店まで次々とタピオカミルキエー屋が出店している。更には、より多くの大手飲食チェーンまでもがメニューに出す程に市場規模は拡大した。

3. 研究テーマの課題

真の定番化を成すため、絶大な影響力を持つインターネット・SNS から発信されたタピオカの悪印象を払拭しなければならない。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

一人歩きしている間違った情報は正さなければならない。しかし、それよりもタピオカドリンクのカップゴミのポイ捨てと言ったマナーを、グリーンバードなどのプログラムをきっかけに確実に改めていく必要がある。プログラム自体は NPO 法人によって完成されたものであるため、解決策は世間への当該プログラムの周知が挙げられる。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

タピオカ及びタピオカミルクティーに対する魅力についてアンケート調査を実施した。

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究を通じて、流行における SNS の影響の大きさをこれまでに比べ、より深く理解できた。研究当初は突飛なタピオカ商品を考案して定番化させる事を考えていたが、実際に幅広い年代に受け入れてもらうためには商品そのものだけでなく、商品を取り巻く環境作りをも意識する事を学んだ。

今後もタピオカミルクティーに留まらぬ思いもよらないタピオカ商品が世に出てくると思われるが、それらをいち消費者として楽しむと同時に、商学部の学生としてマーケティングの観察眼を養うための研究対象として捉えられるようにしたい。

7. 参考文献

インターネットの流行現象<熱狂>はどのようにして生まれるか

https://www.jstage.jst.go.jp/article/jsim/30/1/30_KJ00005651624/_article/-char/ja/

流行と定番の間で揺れる購入心理

https://www.jstage.jst.go.jp/article/transjtmjsj1972/56/12/56_12_P486/_article/-char/ja/

SNS のネットワーク構造の分析とモデル推定

https://ipsj.ixsq.nii.ac.jp/ej/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=10165&item_no=1&page_id=13&block_id=8

ソーシャルメディアの普及がファッションの学習と情報流通に与えた影響に関する考察

https://swu.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=5873&item_no=1&page_id=30&block_id=97

(参考及び引用日 2019/09/02)

<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