

# 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) リッショウダイガク	フリガナ) ケイエイガクブ	フリガナ) タカハシ
立正大学	経営学部	高橋ゼミナール

※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) リッショウダイガクケイエイガクブタカ ハシゼミ	フリガナ) イワモトコウキ	5 人	無	p.29
立正大学経営学部高橋ゼミ A チーム	岩本昂樹			

※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)

世界でつくる日本酒

※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)

日本酒を海外に輸出する際の提案

### 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)

日本酒の国内市場は年々縮小してきているが、海外への輸出量は徐々に増加している

### 3. 研究テーマの課題

海外への輸出量は増加してきてはいるものの、知名度はまだ低くあまり浸透していないため市場を大幅に拡大することは難しい

#### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「食の街フランスで飲まれた酒」というブランドを付けるためにフランスに輸出の土台を作り、そこを拠点に EU を中心にして海外への輸出を拡大していく

#### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

株式会社 CLEAR への企業訪問

#### 6. 結果や今後の取り組み

外国に輸出したうえでブランドを付けてまた他国に輸出したり、日本国内で市場をひろげていくことは日本酒だけでなく他の商品にもいえることだと考え、日本酒以外のものを今後は調査していきたい。

#### 7. 参考文献

首相官邸「資料（酒税関係）」

([https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc\\_wg/hearing\\_s/150928shiryoku03-01.pdf](https://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoc_wg/hearing_s/150928shiryoku03-01.pdf) 閲覧日：2019, 7. 24)

農林水産省「日本酒をめぐる状況」（[http://www.maff.go.jp/j/seisaku\\_tokatu/kikaku/pdf/07shiryo\\_04.pdf](http://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/kikaku/pdf/07shiryo_04.pdf) 閲覧日：2019. 7. 24)

国税庁「酒レポート」（<http://www.nta.go.jp/taxes/sake/index.htm> 閲覧日：2019. 7. 26)

国税庁「酒類の輸出金額・輸出数量の推移について」

([http://www.nta.go.jp/information/release/kokuzeicho/2018/sake\\_yushutsu/01.pdf](http://www.nta.go.jp/information/release/kokuzeicho/2018/sake_yushutsu/01.pdf) 閲覧日：2019, 9, 18)

「海外における清酒・焼酎生産の100年の歴史」

([http://www.kitasangyo.com/Archive/Data/sake\\_history.pdf](http://www.kitasangyo.com/Archive/Data/sake_history.pdf) 閲覧日：2019, 9, 18)

「蔵マスター」

(<https://kuramaster.com/ja/> 閲覧日：2019, 9, 18)

朝日新聞「「仏産かつお節」でDASHIを世界に」

(<https://www.asahi.com/articles/ASLBQ7F9SLBQTIPE04L.html> 閲覧日：2019. 9. 18)

L i s k u l 「ブランド戦略とは？4つの成功事例から見る共通点と戦略の立て方」

(<https://liskul.com/brand-strategy-19253> 閲覧日：2019. 9. 18)

S A K E T I M E S 「獺祭とジョエル・ロブションのコラボ！食の中心地・パリにオープンした「Dassai Joël Robuchon」が日本酒の魅力を世界に届ける」

([https://jp.saketimes.com/knowledge/international/sake\\_g\\_dassai-joel-robuchon](https://jp.saketimes.com/knowledge/international/sake_g_dassai-joel-robuchon) 閲覧日：2019. 9, 18)

S A K E T I M E S 「フランス・パリから発信する日本酒の魅力 ～ 山形・楯の川酒造が挑む海外市場開拓 ～」

([https://jp.saketimes.com/knowledge/international/sake\\_g\\_france\\_tatenogawa](https://jp.saketimes.com/knowledge/international/sake_g_france_tatenogawa) 閲覧日：2019. 9. 18)

柳田 秀一（2004）

「日本におけるブランドマネジメントに関する一考察」

東洋経済「フランス料理に日本酒が増えている理由」

(<https://toyokeizai.net/articles/-/233034> 閲覧日：2019：9：18)

**<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**