

西日本インカレ（合同研究会）2015 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・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）フクオカダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）ダザイゼミ
福岡大学	商学部	太宰ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

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）
フリガナ）レガネット	フリガナ）オオシマシンイチ	7
Reganet's	大島真一	

研究テーマ（発表タイトル）
O.B.E.N.T.O. ～食と小売りへのチャレンジ～

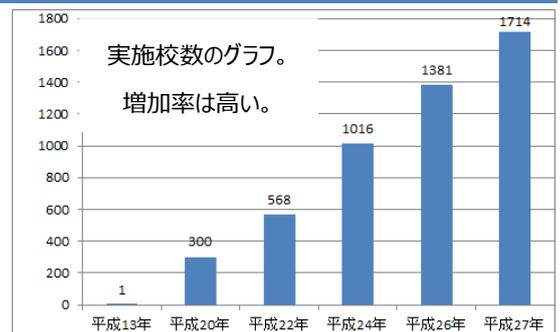
※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、インスタント食品やコンビニ・スーパーマーケットの惣菜の普及や、家族の生活の多様化によって、日本の食生活が危ぶまれている。コ食（孤・個・小）と呼ばれる問題を初めとして、食への関心が薄れ、家族団らんの風景が崩壊しかかっている。私たちは、これらの問題を解決するために、現在、全国各地の小・中学校で広まりつつある食育活動『弁当の日』に着目した。『弁当の日』とは親が手伝わず、子供が自分で、献立・買出し・調理・弁当箱詰め・片づけの全ての工程を行う活動である。本研究では学校近隣のスーパーマーケットにおいて、弁当の日特設コーナーを作る活動を通して、小売業界が地域のイベントを告知し、広告塔としての役割を果たす『小売店のメディア化』を提案する。コモディティ化による価格競争に困窮するスーパーマーケットに CSV 戦略を導入すると同時に、弁当の日の普及による現代の食の改善に貢献する。

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）

『弁当の日』実践状況：
実施校数は2014年時点で1714校。
特に福岡県では、県の取り組みとして、396校の現在から、弁当の日実施校数全国一位を目指して精力的に活動している。



『食の問題』
コ食は厚生労働省でも取り上げられる大きな問題であり、子供の成長が危ぶまれている。
更に食への関心の薄れも深刻化している。実際に私たちの周りでも、インスタント食品やコンビニ・スーパーの出来あい品で生活する人がいる。



大学生の、実際の一日の食事の写真

『スーパーマーケット業界』

『価値訴求型プロモーションに関する一考察』（太宰 2008）で述べられているように、商品の均質化、いわゆるコモディティ化が起きている。現在は過剰な価格競争を余儀なくされ、食の問題に取り組めていない。

3. 研究テーマの課題

地方スーパーに、CSV（共有価値創造）の観点による差別化戦略を提案。地域の行事、近隣の学校行事を売り場や店頭にて広告する『**小売店のメディア化**』により、地域の情報を発信する広告塔の役割を担い、地域貢献を果たす。

これと同時に、弁当の日を題材に取り入れることで、弁当の日に対する認知度を増やし、間接的に食の問題解決に貢献する。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず、食育活動としての弁当の日を理解するため、『弁当の日』に関するイベントに参加し、有識者の声を伺った。



竹下和男さん

（「弁当の日」提唱者）



佐藤弘さん

（西日本新聞編集者）



講演会後も、直接お話を伺いました。

福岡県で展開する複合企業『にしてつグループ』に協力をお願いし、『弁当の日』をテーマにした様々な企画を打ち出した。

1. にしてつ電車広告ジャック

大手私鉄『西日本鉄道株式会社』の運営する電車の一編成の広告を『弁当の日』にする企画を西鉄広報部に提案した。

しかし、『弁当の日』の認知度、コストの関係で、実現までは至らなかった。これから弁当の日が地域に広がることで、実現可能な有意義な企画であると言っていた。



電車の中吊り広告のサンプル

2. 弁当の日 POP の掲示

にしてつグループの雑貨店『インキューブ』にて、弁当の日に関する POP を掲示。弁当の日の紹介と、お弁当箱の販促活動を行った。

また、facebook・ホームページ等の web による告知も検討していただいている。



3. 情報誌にて『弁当の日』特集

にしてつグループが発行するフリーペーパー、『にしてつニュース』にて、弁当の日の特集を組んでいただいた。

弁当の日を実施している学校にも取材し、1・2月号に掲載予定。

にしてつニュースは、月刊発行部数 7 万部、60 年の歴史を持つ有名雑誌である。



また、福岡市立花畑中学校にて行われる弁当の日、『花卉の日』に注目。その近隣の、西鉄グループ傘下のスーパーマーケット『Reganet 南長住店』に協力してもらい、以下の活動を実践。

1. 弁当の日特設コーナーを設置
2. 弁当の日用にレシピを考案、COOKPAD に掲載
考案したレシピの実演販売を行った
3. 折り込みチラシに、弁当の日、及びこの企画を紹介
4. 家庭用品会社『クレハ』と協力し、店頭に来てくれた花畑中学校の生徒に、試供品のラップをプレゼント



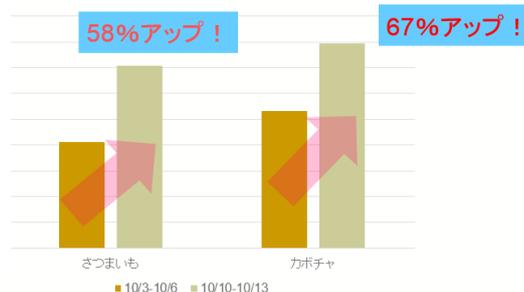
更に『花卉の日』終了後、アンケートを作成し、生徒に事後調査を行った。

6. 結果や今後の取り組み

結果

1、スーパーの売上増加

特設コーナー設置前（10月3日～6日）、設置中（10月10日～13日）の売上データを集計。陳列商品の売上が増加し、販売促進に貢献ができた。



2、弁当の日の認知度増加。地域情報（花卉の日）の発信

- コーナーを見て『弁当の日』を知って、とてもいい活動だと思った。応援したい（レガネット従業員）
- 売上は間違いなく伸びた。有意義な活動だった。（レガネット店長）
- 地域の人たちは協力してくれているんだと思ったら心があたたかくなりました。（花畑中生徒）

これらの感想を得られたことから、多くの人に弁当の日という活動の宣伝を行うことができた。

この結果から、小売店のメディア化は、CSV 戦略としての確かな効果が見込める

課題

今後継続的に実施することで、地域のメディアとしての位置づけを確立し、より結び付けを強くする必要があります。

7. 参考文献

Porter, Michael E. and Mark R. Kramer(2011), "Creating Shared Value", Harvard Business Review, January-February 2011.〔マイケル・E・ポーター、マーク・R・クラマー（D I A M O N Dハーバード・ビジネス・レビュー編集部 訳）, 『経済的価値と社会的価値を同時実現する共通価値の戦略』, D I A M O N Dハーバード・ビジネス・レビュー論文, 2014年, ダイヤモンド社〕

太宰潮（2008）「価値訴求型プロモーションに関する一考察：店頭プロモーションにおける経験価値アプローチ」『福岡大学商学論叢』

日経ビジネス, 2014/03/24号, 『食卓ルネサンス』, 26～29ページ

竹下和男（2011）『“弁当の日”がやってきた 子ども・親・地域が育つ香川・滝宮小の「食育」実践記（シリーズ・子どもの時間）』, 自然食通信社

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※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。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いします。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、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、3ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「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、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。日経BP社・日経BPマーケティング社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。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。