

# 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）ティーンエイジ ドリーマー	フリガナ）カワハラユウヤ	7人
Teenage dreamer	川原優矢	

研究テーマ（発表タイトル）
弁当の日プロジェクト～食育改善への action～

※必ず「企画シート作成上の注意」を確認してから、ご記入をお願いします。

## 1. 研究概要（目的・狙いなど）

福岡県は、小中学校の生徒が親の介入一切なしに自分で弁当を全て作る「弁当の日」で全国一位になると宣言しており、現在実施校数は全国で 1714 校行われており、福岡県は全国 2 位の 396 校である。（1 位は宮崎で 400 校）  
 今回は、市内中学校の「弁当の日」を通じて食生活の見直しやリージョナルチェーン（地域スーパーマーケット）の差別化を計る活動を行った。

## 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）

・とある大学生の食生活…この食生活を変える気はない・できない。

→この学生だけが特殊なのではなく、多く見られるケースである。

（1 日全てがこのような場合、1 食 2 食分のみ、短期間、毎日の場合もある）



昼食



おやつ



夕食



夜食

原因は親の料理離れ・手抜きにある。（例）昔は手抜き料理の代表であったカレーさえも今はレトルト。

→スーパーがそのニーズに対応し小分けパック、加工食品、インスタント食品を増やす。

→小分けパック、加工食品、インスタント食品が増えたことにより、コ食化が進む→コ食を経験してきた子どもが大人になると上記の様な写真の食生活を送り、生まれた子どもに対しコ食をさせる。（連鎖が起きる）

・小売流通の問題点…一般食品が増え、競争激化→どの店でも品ぞろえが変わらない→値段でしか差別化できない→価格競争に敗れたスーパーは大手に吸収される。

・「弁当の日」の効果：実践校の親子の様子…会話が増え、子供の親に対する感謝の気持ちが芽生えた。

### 3. 研究テーマの課題

コンビニ、加工食品、インスタント食品の需要が高まっている。料理をしてもらう・スーパーの利益増のために生鮮食品を積極的に買ってもらうために弁当の日に着目した。

しかし実際食品流通の企業側が弁当の日を認知していないため、地域と企業が連携するケースが稀である。

価格で差別化を図るのではなく、サービス・品質・売り場でその店の特色を出す。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

・CSV（Creating Shared Value）…企業とそれに関わるモノとの価値の共有、企業の活動を通して地域貢献を図る。

・マーケティング 3.0…地域とスーパーの結びつき。

→弁当の日を通じて企業と学校とを連携させ、地域貢献につなげる。弁当の日が共有価値となる。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

・実施活動一覧

3月：文献収集・読み込み、フィールドワーク（講演会、有識者へのインタビュー）、小売店見学、中学校見学

4月～5月：文献収集・読み込み、福岡県内小売店見学、活動素案作成

6月：活動を行う小売店、中学校と打ち合わせ・素案についてヒアリング・メーカー・県とのコンタクト、他中学校見学

7月：プレゼン資料作成

8月：小売店へのプレゼンテーション実施、各種実践活動準備

9月：料理教室・店頭展開（特設コーナー）準備、チラシ等事前宣伝活動展開

10月：料理教室、店頭展開（特設コーナー）実践、「花卉の日」見学、事後アンケート実施

・各自の福岡県内小売店見学によって作成した福岡市内のスーパーの戦略マップ（下記の図参照）

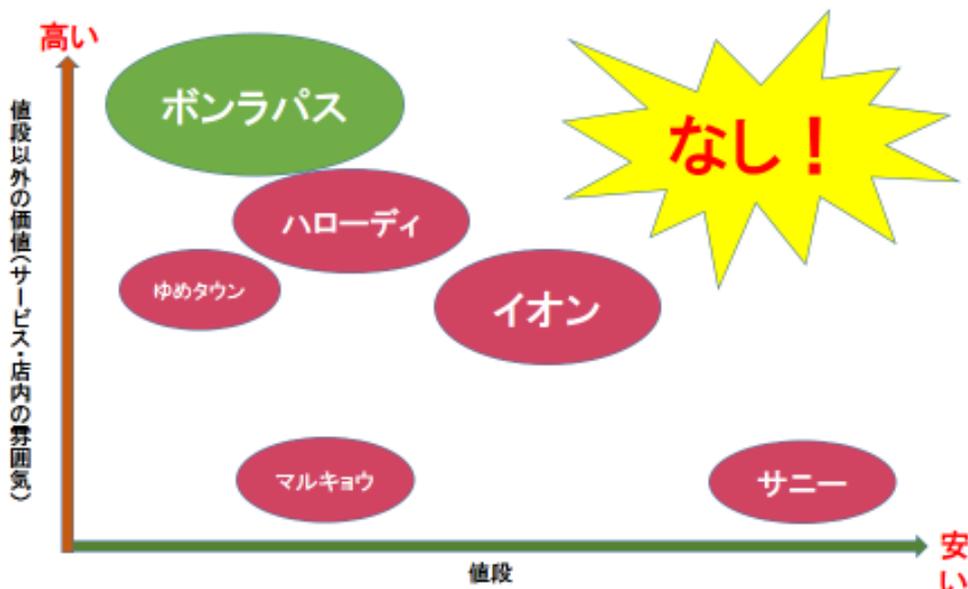
（ゼミ内調べ、5点尺度により表を作成）

→値段が安い、かつ値段以外の価値が高いスーパーがない。

→値段でしか差別化できないため、値段以外の長所を伸ばすことで差別化を図る。

→弁当の日コーナーを設けて、地域と連携させる。

→他店とは違う店の雰囲気・買い物楽しさを味わってもらう。



- ・ボンラパス花畑店にて花畑中学校の弁当の日コーナー設置  
ボンラパス…(株)ハローディグループの系列店、ターゲットは富裕層、独自の店舗づくり。  
各店舗の従業員によって独自の飾り付けを行う。「また来たい」と思わせる売り場作りを目指す。
- ・弁当の日の特設コーナー作り  
→3週間前から店内で弁当の日の告知。(掲示物設置・パンフレット設置)  
→1週間前からテーマに合わせたコーナー設置、過去の弁当の日の写真掲示。  
→店頭レジで中学生の親子さんに向けて500枚のチラシ配布。  
→クレハさん提供のクレクラブをノベルティとして用意。  
→ボンラパスの折込チラシにて宣伝。
- ・料理教室…花畑中生を招いた完全弁当作り  
→ボンラパス花畑店内で味の素さん提供のもと実施。  
→料理への関心・企業と地域の結びつき強化を図る。  
→店頭入口でのクレハさん実演販売で店内が「弁当の日」ムード一色に。
- ・花畑中学校への告知  
→全校生徒に向けてチラシ配布。  
→料理教室の告知。

## 6. 結果や今後の取り組み

- ・事後調査として花畑中学校全校生徒へのアンケートを実施
- ・今後の目標は弁当の日を広げる  
→スーパーは学校や地域の行事を認知・協力(それに合わせた売り場の展開など)  
→全国から視察が訪れるハローディ系列がやるべきで、それを最初にやったのは私たちである。

## 7. 参考文献

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

鎌田真司(2010)『感謝・感動・感涙経営』「ハローディ」の実践(株)商業界

フィリップ・コトラー(2010.9)『コトラーのマーケティング3.0』, 朝日新聞出版

## 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、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。