

西日本インカレ（合同研究会）2016 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）フクヤマシリツダイガク	フリガナ）トシケイエイガクブ	フリガナ）ハダ ユタカ
福山市立大学	都市経営学部	羽田 裕 ゼミ

※大会申込書時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）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）ニーツ	フリガナ）モリオカ ナオヒロ	5	無
NEETS	森岡 尚宏		

研究テーマ（発表タイトル）

価値共創でもっと売れる！無色透明の飲料水の新しい飲み方

※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）

私たちの研究対象はいろはすみかんやヨーグリーナのような味や香りのついた無色透明な飲料水です。現在、売れている商品なのですが、調べていくうちに今後は売れなくなるのではないかという予測も出てきました。このことから私たちは今後も売れ続けるための提案を価値共創という概念を使って考えました。

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）

無色透明な飲料水は若者を中心に売れており、年々販売量、販売額ともに増加傾向にあります。その理由は販売会社のマーケティング力の強さ、現代人向けの味であることが分かりました。しかし、このまま売れ続けていくのは難しいという専門家や消費者の声もあります。

3. 研究テーマの課題

私たちの研究対象である無色透明な飲料水の課題は、今後売れなくなっていくという予測があるということです。現在はコンビニエンスストアや自動販売機を中心に売られている無色透明な飲料水ですが、消費者のイメージが「ジュースより罪悪感が少ない」というものから「ジュースと変わらない」に変わりつつあります。また現在は「物の豊かさ」より「心の豊かさ」を重視する消費者が多いことから、既存のマーケティングに加え、今後は消費者の心を満たすマーケティングの重要度が高まってくると考えられます。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

心を満たすマーケティングを行うために価値共創という概念を使って、無色透明の飲料水でつくった氷と、温めて飲む方法を解決案として提案します。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

価値共創に関する有識者、広島大学院の村松潤一氏に話を聞きに行き、価値共創に関する知識を深めました。若者を中心に、水、ジュースや無色透明の飲料水に対するイメージを知るため、計 632 枚のアンケート調査を行いました。また、私たちの提案を裏付けるため、実際に飲食店で提供してもらい、消費者の声を取り入れました。

6. 結果や今後の取り組み

実際に飲食店で商品化した際の問題点は、無色透明の飲料水を凍らせる、もしくは温めただけでは魅力を感じないため、購買意欲や知名度向上に繋がらないことでした。今回の検証では、お店側の都合もあったため二種類の無色透明の飲料水しか使用できなかったのも、もっと多くのデータを集める必要があります。今後の取り組みとしては、今回はカフェ 1 店舗に商品を置いてもらいましたが、居酒屋などの異なった性質の飲食店でも商品化できるように研究を進めて行きたいです。

7. 参考文献

- ・村松潤一（2016）「ケースブック価値共創とマーケティング論」同文館出版
- ・池田 紀行,山崎晴生（2014）「次世代共創マーケティング」S Bクリエイティブ
- ・C・K・プラハラード,ベンカト・ラマスワミ（2013）「コ・イノベーション経営：価値共創の未来に向けて」東洋経済新報社
- ・南知恵子, 西岡健一（2014）「サービス・イノベーション：価値共創と新技術導入」有斐閣
- ・水越康介（2010）「Q & A マーケティングの基本 50」日本経済新聞出版社
- ・い・ろ・は・すホームページ（<http://www.i-lohas.jp/>）（参照 2016.6.10）
- ・「透明なのに味つき」飲み物、最近多くない？「不自然で怖い」派 VS「健康的な感じ」派（<http://www.j-cast.com/2016/06/25270371.html?p=all>）（参照. 2016.8.7）
- ・富士経済ホームページ（<https://www.fuji-keizai.co.jp/>）（参照. 2016.10.11）
- ・内閣府ホームページ（<http://www.cao.go.jp/>）（参照. 2016.10.20）

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。

※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。