

西日本インカレ（合同研究会）2017 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）ふくおかだいがく	フリガナ）ケイザイガクブ	フリガナ）アビル
福岡大学	経済学部	阿比留 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）ノボリザカシヨクヒンカイハツプロジェクト	フリガナ）タケシタ トモキ	7	無
上り坂食品開発プロジェクト	竹下 友貴		

※プレゼンツールを使用する場合は記入してください。記入がないプレゼンツールは大会当日使用できません。

使用するプレゼンツール（具体的に使用するツールを明記してください）

- ・商品（成果物）※プレゼン用に使用するものであり、審査員には配りません。
- ・クリッカー

研究テーマ（発表タイトル）

自然薯とろっとゼリーの新商品開発 -元気をサポートする健康おやつ-

※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）

私達は年配者（50～70代）の免疫力増加を目的とした「自然薯とろっとゼリーの新商品開発」を行う。

免疫力は年齢と共に減少していく傾向がある。特に50代から70代にかけて急激に減少していく。それにより、体調を崩しやすい体質となり、さまざまな病気に繋がっていくことが分かっている。※1

実際に代表である私の祖母が単身になった75歳を機に、急激に免疫力が低下し、頻繁に体調を崩すようになり、年を取る度に元気がなくなっていった。

そんな、祖母の様子を肌で感じていた私は「祖母のような年配者を一人でも減らし、年を取る度に元気になってほしい」といった強い思いがあった。その思いを実現させるために、有限会社自然薯王国様のご協力の元、自然薯の元気成分「ジオスゲニン」を使用したフルーツゼリーの「企画・販促・製造・販売」についての研究を発表する。

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）

【自然薯に注目した理由】

たまたま、百貨店で買い物をしていた時、笑顔で元気よく接客をする自然薯王国の代表取締役社長崎田正司さん（75歳）、

専務取締役 崎田光子さん（70 歳）を拝見し、「なぜこんなに元気いっぱいなのか？」疑問を抱いた。その理由を探るべく崎田さんご夫妻にヒアリングをしたところ、「毎日、食べている自然薯とろろ（自然薯王国の代表商品）が元気の源である」と答えた。これはお2人だけでなく、毎年、「健康増進に繋がった」と多くのお客様から喜びのお便りが届いている。自然薯は山芋属の仲間日本でしかとれない最高級健康食材といわれている。そんな、自然薯に含まれている元気成分を探るべく、福岡大の理学博士のご協力の元、自然薯に関する研究論文を引用、解析していった結果、「ジオスゲニン」という免疫力増強作用のある成分※2を見つけることができた。そこで、このジオスゲニンを応用し、年配者の免疫力増進を目的とした健康志向食品の開発に挑むことを決めた。

【ゼリーに注目した理由】

50～70 代が健康食品の購入率が非常に高いことから、健康食品市場に注目し、市場調査を行った。しかし、免疫力増強をうたった競合商品が多く存在していた。そこで、私達は差別化ポイントとして、健康食品やサプリのような粉末、粒ではなく、年配者が普段よく食べるお菓子里に化けさせ、販売することを決めた。そこで、挙がったのがフルーツゼリーだ。ヒアリング調査より、年配者（50～70 代）のほとんどが毎日お菓子里を食べており、その中でもフルーツゼリーを好んで食べていたことを理由に、フルーツゼリーで免疫力アップという競合が未だ存在しない新たなジャンルに挑戦することに決めた。

【ゼリーに配合する素材】

- ・ジオパワー15（ジオスゲニン/山芋抽出物）：167mg で 1 日分のジオスゲニンが摂取可能。
- ・エリスリトール（天然甘味料）：血糖値に悪影響を及ぼさないカロリーゼロの甘味料。
- ・寒天：窒息事故を防ぐため。（嚥下しやすくするため）
- ・自然薯粉末（有機 JASS 認定）：くちどけ、とろとろの食感を作り出すため。
- ・あまおう苺/黒ニンニク/南高梅（フレーバー）：栄養価が高く年配者に人気な果物

3. 研究テーマの課題

ジオスゲニンは最近発見された成分であるため、認知度が低い。さらに、薬事法や薬機法により、健康強調表示ができないため免疫力の低下で悩んでいる年配者にどのようにしてアプローチを掛けるか。又はどのようにして手に取ってもらえるのかが大きな課題として挙げられる。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

【解決策①：福岡大学病院での導入事例をつくる】

免疫力が低下し食欲不振に落ちている患者さんに食べてもらい、栄養障害の改善に繋げるなど病院での採用事例をつくる。それらをメディアで流し、安心安全のブランドを確立する。実際に大塚製薬のカロリーメイトがこのような採用事例をつくりブランディングを成功させている。

【解決策②：ストーリーで商品の価値を伝える】

「産学連携から生まれた農商工連携で自然薯ゼリーを開発」という今までにない事例を糧にして、学生、自然薯王国、各農園、ひよとこ堂（ゼリー工場）の商品開発に対する想いや商品化に至るまでの過程などストーリーで商品の価値を WEB 販売ページやメディアで発信する。

【解決策③：WEB 販売ページへのアクセス勧誘】

年配者が多く買い物にくる大型百貨店やデパートで催事及び限定店舗販売を行う。ここでは通常の割引価格で販売し、より多くの人に購入してもらい認知度を上げる。そして、同時にメディアにアプローチをかけ、さらなる集客を狙う。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・自然薯に関する論文引用/解析（2017/5/1～5/30）
- ・（有）自然薯王国に協力要請（2017/6/1）
- ・年配者（50～70 代）858 人ヒアリング（2017/7/5～7/20）
- ・大手ドラッグストア本社 12 件ヒアリング（2017/7/5～7/20）
- ・大手健康食品通販会社 2 件ヒアリング（2017/7/5～7/20）
- ・大手スーパー店長 26 件ヒアリング（2017/8/10～8/26）

- ・年配者（50～70代）441人ヒアリング（2017/8/10～8/26）
- ・九州最大級の農園3社訪問（2017/9/9～9/20）
- ・よろず支援拠点（中小企業庁）販促、LP制作セミナー受講（2017/9/1～11/5）
- ・ゼリー工場訪問（2017/10/2～10/20）
- ・プレスリリース作成/個別セミナー参加（2017/10/21～11/5）
- ・大型デパートのバイヤーへのアプローチ（2017/10/11～11/9）
- ・試作、試食会（2017/11/11～12/8）
- ・福岡大学病院への提案（2017/12/7）

6. 結果や今後の取り組み

多くの方々の協力によって商品化が正式に決まった。それにより、1月17日～22日に福岡の大型百貨店で開催される催事でテスト販売を行う。さらに2月、3月には名古屋、横浜の大型百貨店4店舗でのテスト販売が決まっている。

そこで、実際に私達が売り場に立ち、試食をされた際のお客様の反応や購入に至らなかった動機付け要因をしっかりと観察し今後の課題を明確にしていく。

そして、その課題を解決するために、協力先企業や工場としっかりと連携をとっていき、商品をより良いものへと改良していこうと考えている。

【商品詳細】

自然薯とろっとゼリー 苺：340円(60g)

自然薯とろっとゼリー 黒ニンニク：340円(60g)

自然薯とろっとゼリー 梅：360円(60g)

7. 参考文献

※1. <https://style.nikkei.com/article/DGXDZO51802040W3A210C1MZ4001?channel=DF140920160921&style=1>
(2017/5/10)

※2. 植物由来のサボゲニン, ジオスゲニンが食物アレルギーを有するマウスの腸における制御性 T 細胞免疫を増進させる, J Nat Prod 73(6) : 1033-1037 (2016/6)

<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、審査を行っていただく大学教員・企業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、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

※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、作成上の注意を含め、4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、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、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。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。

※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）ものに限りません。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・利用する場合は、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。

※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。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。

※プレゼンツールを使用する場合は、必ず使用するツール名をご記入ください。企画シートにご記入が無い場合は、発表当日の使用はできません。あらかじめご了承ください。

↑ここまでを4ページ以内に収めて、提出してください↑