

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）セイナングクインダイガク	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウゼミナール
西南学院大学	商学部	佐藤ゼミナール

※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）チームコジコジ	フリガナ）タノウエ アスカ	5	無
ちーむこじこじ	田上 明日佳		

※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）
PowerPoint

研究テーマ（発表タイトル）
もしも大学生が有名乳製品企業のヨーグルト部門・マーケティング担当になったら ～アドホックカテゴリの可能性～

※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）

私たちは現在コモディティ化が進んでいる「ヨーグルト市場」に着目し、ある特定の商品の売り上げを上げるにはどのような戦略が有効的なのかを企画し、調査・実験を通して実証することに挑戦した。「売れる新商品」の開発でなく、既存の商品の売り上げを上げる戦略を考えることへの挑戦と、現在学んでいる知識を最大限に活かしてアウトプットし、実際に効果を出すことが目的である。

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）

近年日本のヨーグルト市場は、様々なタイプのヨーグルトが販売されており市場が拡大しているが、コモディティ化が見受けられる。

今回研究対象としたダノンジャパン社の「オイコス」はギリシャヨーグルトという種類で、2015年から全国展開している。

ギリシャヨーグルトはアメリカでは高たんぱく・低カロリーな機能面に注目され、現在ヨーグルト市場の50%を占めるほど大ブームが起こっている。一方、日本での市場規模は3%であり、アメリカに比べると日本のギリシャヨーグルトの市場規模は小さいと言える。

ギリシャヨーグルトの日本でのコンビニ・スーパー1店舗当たりの1日平均売上個数は約0.6個と推測され、売り上げ拡大の余地があると思われる。

ギリシャヨーグルトであるオイコスは原料コストの都合により、他のヨーグルトと比べて高い価格を下げることは難しく、その価格設

定は販売数拡大に当たって大きな障壁となっている。

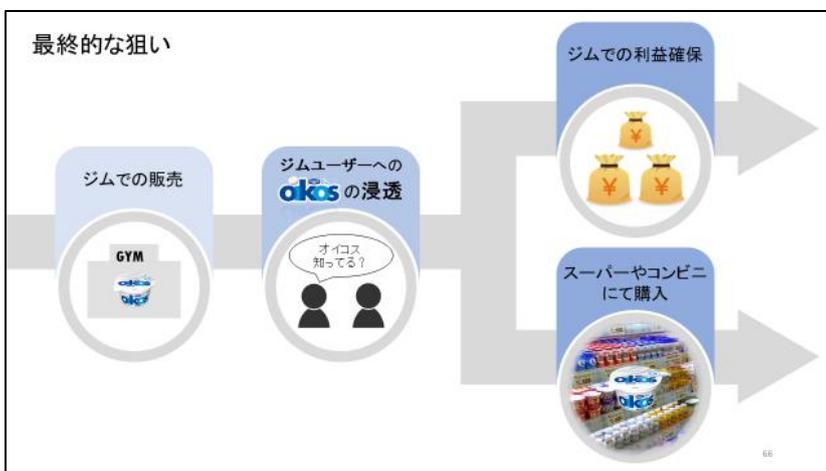
3. 研究テーマの課題

- ・「オikos」の魅力と知名度の浸透
- ・他のヨーグルトとの差別化されたプロモーション
- ・ターゲットの拡大

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

「アドホックカテゴリ」の概念を用いて、オikosは“たんぱく質摂取のための手段になり得る”ことをターゲットへ認識してもらう。そこで私たちは「プロテインヨーグルト」としてのコンセプト拡大を提案して、総合ジム（スポーツジム、フィットネスジムなど）での販売というチャネル展開を伴ったプロモーションを行う。ジムに通うターゲット層へ「オikos」の知名度向上と魅力の浸透を行うことで、ジムでの販売による利益獲得のみならず、オikosをヨーグルト市場において差別化し、スーパーやコンビニなどでも売上を伸ばすことを実現する。

また、「アドホックカテゴリ」の概念を応用することでジムユーザーのみならず、「たんぱく質を手軽に摂取したい」という同様のニーズを感じている潜在顧客の獲得を狙うことが可能だと示唆される。



5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

1. ギリシャヨーグルト市場およびオikosの現状分析
2. 「ヨーグルト」と「オikos」の重要度・満足度分析
3. オikosのプロモーション方法の考案
4. 福岡市内の「ファミリーマート」3店舗でのポップ設置実験
5. 4の結果を踏まえ、「フィットネス」ジムでの販売」というチャネル展開を伴ったプロモーションの考案
6. フィットネスジムでのインタビュー調査実施を踏まえての Google フォームでのアンケート
7. フィットネスジムの市場調査、ヒアリング調査をもとに売り上げ見込み予測
8. ダノンジャパン社へ企画書の提出と交渉を何度も重ねる
9. 交渉を受け入れてもらい、120個のサンプル品を提供していただく
10. ジムでの販売実験を行うため、福岡県の様々なジムへの交渉
11. フォービー博多店にて、試食プロモーションおよび無人販売の実施
12. 結果からのジムでの売り上げ見込み計算
13. 研究からの考察・まとめ

6. 結果や今後の取り組み

ヨーグルトとオikosに対する重要度満足度分析から、価格への無関心化が必要であり、潜在的満足度空間にある3つの属性の期待上昇化を行い、価格と製品魅力度の釣り合いを取ることが必要だと分かった。そこで、成分がプロテイン関連商品と劣らないことを前面に出した「プロテインヨーグルト」とプロモーションすることでオikosを「理想の身体作りのためのたんぱく質摂取」というアドホックカテゴリに位置させることで、価格の無関心化とほかのヨーグルトとの差別化を図ることができると考案した。

しかし、ファミリーマートでのポップ設置では設置前、設置後と売上個数に変化はなく、原因として目的のターゲットへの訴求がうまくできなかったことや、ヨーグルト売り場においては、どうしても「理想の身体作りのためのタンパク質摂取」というアドホックカテゴリとしての認識をしてもらえなかったことが挙げられる。

そこで、ターゲットとなる運動している人が通い、売り場の差別化が図れる「ジム」で「プロテインヨーグルト」として販売を伴ったプロモーションを行うことで、意図するアドホックな想像をしてもらえ、魅力の浸透ができると考えた。ジムで実際にアンケートを行ったところ、意識している栄養素はタンパク質が最も多く、60%の人がプロテインヨーグルトを食べたいと回答が得られた。そこで私たちはジムに通っている人ほど、たんぱく質を意識し、オイコスを魅力に感じるのかという仮説をたてた。仮説を検証するため、Google フォームにてアンケートを行い、T 検定を行ったところ、仮説が正しいとわかった。したがって、ターゲットとしての可能性が見込めた。

ジムで販売することで、どれくらいの利益が見込めるか、日本のジムの市場を調べ、実際にジムでのヒアリングによる類似品の売り上げを調査し、売り上げ見込みをたてたところ、コンビニの 2.5 倍の利益が見込める結果となった。

ジムでの販売を実現するためにダノンジャパン社へ企画書を送り、数回のプレゼンを繰り返し交渉した結果、120 個のオイコスの試供品とともに販売許可を得た。またジムへの交渉を重ね、実際にジムで 4 日間の試食会と販売、5 日間の無人販売、計 9 日間の販売を行った。

結果、試食実施日では計 43 個、試食無しの販売日では計 10 個の売り上げ実績が得られた。短期での実験ということも考慮したうえで、実験前見込みとの平均値をとって再度見込み計算を行ったところ、コンビニ、スーパーの 1 日平均売り上げ個数の 4.3 倍の結果となり、有益な結果であると言える。また、試食販売の結果からは、試食プロモーションを行うことの効果が高いことが示唆された。これより「アドホックカテゴリ」の概念を活かしたチャネル展開および、ターゲット設定は間違っていないと捉え、ジムへのチャネル展開は有効的だと導きだされた。

アドホックカテゴリ、すなわち「どのような目的に使われるのか」を考えることで、商品の魅力を改めて理解することができる。これにより、オイコスではジムユーザーだけでなく、同様のニーズをもっているであろう高齢者や成長期の子どももターゲットにし、顧客層をさらに広げるチャンスにもつながるのではないかな。

今後も私たちは、この概念を応用させることでさらなるオイコスの売り上げ拡大を目指して研究を進めていく。

7. 参考文献

- ・嶋口充輝（1994）『顧客満足型マーケティングの構図』,有斐閣
- ・石井淳蔵他（2004）『ゼミナール マーケティング入門』,日本経済新聞社
- ・上原征彦（1999）『マーケティング戦略論』,有斐閣
- ・佐藤正弘（2009）「消費の目的と文脈を考慮した製品選択」,『西南学院大学商学論集』
- ・恩蔵直人 富田健司（2015）『1 からのマーケティング分析』, 碩学舎

<http://www.danone.co.jp/oikos/campaign/>

「ダノン オイコスページ」

<http://makernews.biz/201503194745/>

「メーカーニュース ダノンジャパン／水切りヨーグルト「ダノンオイコス」、アジア初上陸」

<http://nyusankinx.com/rank-manufacturer/>

「ココが違う！大手ヨーグルトメーカーの“こだわり”徹底比較」

<http://makernews.biz/201705177456-4/>

「デザート・ヨーグルト 売上ランキング／2017 年 4 月、「明治 ブルガリアヨーグルト」が 1 位」

<http://www.weider-jp.com/weider-protein/special/>

「森永製菓調べプロテイン飲用に関する実態調査」

http://www.p-mania.com/docs2/050_vitamins.html

「プロテインマニア」

<http://metasan.main.jp/2017/05/08/%e6%97%a5%e6%9c%ac%e3%81%ae%e3%82%ae%e3%83%aa%e3%82%b7%e3%83%a3%e3%83%a8%e3%83%bc%e3%82%b0%e3%83%ab%e3%83%88>

%e3%81%ae%e5%b8%82%e5%a0%b4%e8%a6%8f%e6%a8%a1%e3%81%af%e5%b9%b4%e3%80%85%e6%8b%a1%e5%a4%a7/

「日本のギリシャヨーグルトの市場規模は年々拡大！今や 130 億円規模の市場になった。」

<https://gyokai-search.com/3-club.html>

業界動向

http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syougyo/result-2/h9/kakuho/gyoutai/page_01.html

「経済産業省 商業統計」1.業態別にみた商店数

<http://toyokeizai.net/articles/-/98433>

東洋経済ONLINE 「ギリシャヨーグルト」を知っていますか

<http://idegene.com/mktg/%e3%83%95%e3%82%a3%e3%83%83%e3%83%88%e3%83%8d%e3%82%b9%e3%82%af%e3%83%a9%e3%83%96%e5%b8%82%e5%a0%b4%e8%a6%8f%e6%a8%a1%e6%8e%a8%e7%a7%bb%e5%8b%95%e5%90%91>

フィットネスクラブ・業界の市場規模と推移動向・将来性

<http://www.mediaflag.co.jp/news/1204/120425-000383.php60>

株式会社メディアフラッグ 「試飲・試食販売についてのアンケート 99%が試食商品の購入した経験あり、“再購入する”も 6 割超」

<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）ものに限りです。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、著作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↑