

# 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に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）チュウキョウダイガク	フリガナ）ケイザイカクブ	フリガナ）ヨシノゼミ
中京大学	経済学部	吉野ゼミ

※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）ビービーセブン	フリガナ）コイケ ヤスユキ	6	無
BB7	小池 康之		

※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）

パソコン、プロジェクター、Microsoft PowerPoint、トリセツ現物

## 研究テーマ（発表タイトル）

日本酒のトリセツ～若者に飲んでもらうための手引き～

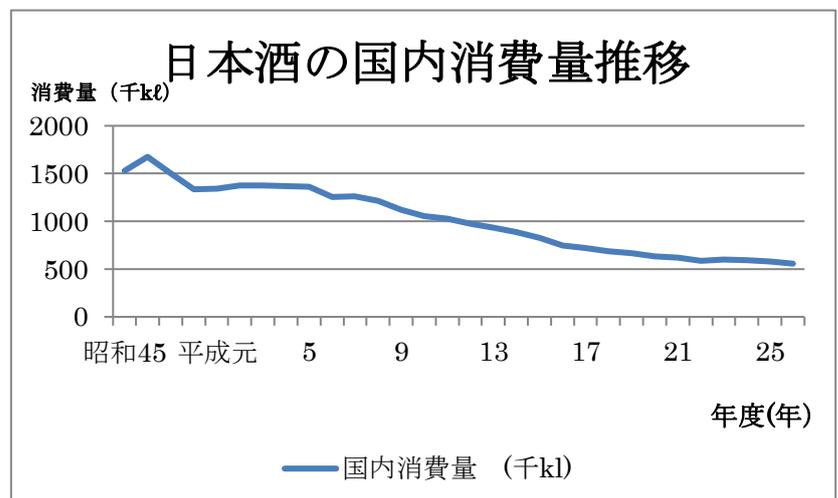
※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

### 1. 研究概要（目的・狙いなど）

近年、日本酒の国内消費量は減少傾向にある。その要因の一つとして指摘されるのが「若者の日本酒離れ」である。若者の多くが、苦い・辛いというイメージで日本酒を遠ざけており、料理に合う・健康に良い等の魅力や甘い日本酒の存在を認知していない。そこで、われわれは「日本酒トリセツ」を作成し、若者が日本酒に対して抱くイメージの払拭とともに若者に日本酒を飲んでもらうための提案を目的とする。

### 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）

ピーク時には170万klを超えていた日本酒の国内消費量は、現在55.6万klまで減少した。今後もリキュールや果実酒の流行により、減少することが予測される。また、国税庁課税部酒税課の若者に対する調査では、香りが良い、甘い特徴の酒が人気であると報告されている。現在の日本酒には果実や花のようなフルーティーな香りが特徴の薫酒や、発泡性のあるスパークリング日本酒など若者の嗜好に合わせたものも存在する。しかし、実際これらを手にする若者はまだまだ少ない。



### 3. 研究テーマの課題

われわれの課題は、日本酒への抵抗感をなくし、興味をもってもらうきっかけとなるようなマニュアルを作成することである。近年において日本酒の消費量が伸びない要因として、若者から高い支持を得られていないことが考えられる。そこで私たちは、若者が酒を飲む機会が多い居酒屋に焦点を当てた。比較的客単価の安い居酒屋は、ビールやカクテル等の酒をメインとしている場合が多く、日本酒に良い印象を持っていない若者は目を留めにくい。そして現状は日本酒が若者に飲まれておらず、居酒屋側も若者に対し積極的に売り込まないため、日本酒に興味を持つ機会が少ないままである。そのためわれわれは、気分によって人間の行動が変化する気分一致効果を参考にし、お店で気軽に読んでもらえるような、日本酒の取扱説明書「トリセツ」を作成することが有効だと考えた。

### 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

トリセツは、選択肢が多いと決断力が低下する決定回避の法則を防ぐ構成とした。また、我々独自のアンケートの結果を反映させた。20代の男女100人に取ったアンケートによると、日本酒を飲まない理由として、悪酔いしそう、種類がありすぎて区別がつかないと答えた割合が多かった。そこで、味や香りの詳細な説明、悪酔いしない方法を盛り込んだ。さらに、日本酒に合ったメニューの提案や居酒屋以外での日本酒の飲み方も取り入れ、日本酒に対する抵抗感の緩和を狙った。またトリセツで使用した日本酒や料理は株式会社モンテローザ「魚民」のものを使用した。理由としては、店舗数が一番多く取り扱っている日本酒の種類も多いためである。

### 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

#### ① ヒアリング調査

日本酒を製造・販売している酒蔵（柴田酒造場）に訪問し、日本酒に関する基礎知識と市場の現状を把握した。

#### ② アンケート調査

20代男女100人の若者を対象に日本酒に関する意識調査を実施した。

#### ③ テイスティング調査

魚民におかれていた日本酒（9種類）を試飲し、香りや味の特徴を分析した。

#### ④ トリセツのサンプリング作成

アンケートの結果から、若者が抱えている不安を解消できるような内容で作成した。

### 6. 結果や今後の取り組み

今回の研究では、日本酒の現状や若者の日本酒に対するイメージを調査し、それらを改善するトリセツを作成した。これにより、若者が日本酒に興味を持つきっかけとなることが期待される。

今後はトリセツを実際に魚民に提案し、店舗に置いてもらうことでこれを普及させることを目指す。そして、感想や改善点を集め改良に取り組むことが大切である。最終的には、全国の他の居酒屋にも普及させ、より多くの若者に日本酒を飲んでもらう事を目指す。その結果、消費量が大幅に上昇し、日本酒業界の発展に貢献できる可能性があると考えられる。

### 7. 参考文献

木村克己『日本酒の教科書』（2010年）新星出版

魚民ホームページ（参照 2017/9/21）

<http://www.monterozza.co.jp/new/menu/802/>

国税庁ホームページ「酒のしおり（平成29年3月）」（参照 2017/8/31）

<http://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiori-gaikyo/shiori/2017/index.htm>

農林水産省 政策統括官(参照 2017/8/10)

[http://www.maff.go.jp/j/seisaku\\_tokatu/kikaku/pdf/07shiryo\\_04.pdf](http://www.maff.go.jp/j/seisaku_tokatu/kikaku/pdf/07shiryo_04.pdf)

#### <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、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↑