

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・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）ハンナンダイガク	フリガナ）ケイエイジョウホウガクブ	フリガナ）キクチゼミ
阪南大学	経営情報学部	菊池ゼミ

※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）サンガク	フリガナ）ヤマグチ タツヤ	2	無
山岳	山口 達也		

研究テーマ（発表タイトル）

若者がおせちを食べることへの抵抗 ～おせち離れとは～

※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）

おせちを題材とする理由は、西洋文化がなじみつつある日本であるが、伝統的文化を大切に、「地域の味」を残していくことは重要であると考えているからである。そのため、おせち離れが進んでいるとされる若者を主な分析対象として、研究をおこなうこととした。本研究の目的は、日本のおせち文化を残していくため、また、さらにおせち市場を拡大させるため、若者がなじみやすいおせちを考案することである。

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）

おせちと若者の現状について、文献調査（新聞・雑誌）によってわかったことは次の通りである。

- ・おせち市場の市場規模は 600 億円程度（2015 年）である
- ・若者でもおせちを食べている人は多いが、家族や親せきなどが作ってくれる人がいるからである
- ・他府県からの下宿や一人暮らしをしている若者は、単価が高いことや手間がかかることもあり、おせちをあまり食べていない
- ・おせちをネットで注文する家庭もある。ネット注文の利点は、作る過程を省くことができることが大きい
- ・和食以外で作られているおせちが商品化されているが、市場を拡大するほどのインパクトはない

研究を進めるにつれ、おせち市場に関するデータは非常に少ないことが判明した。若者はおせち離れが進んでいるという指摘をする新聞記事（『日本経済新聞』2014 年 10 月 21 日）もあるが、その実態はデータで示されていない。文献調査だけでは十分なデータを集めることが困難であり、アンケート調査を実施した。

3. 研究テーマの課題

本研究の課題は、以下の三つである。

- ・若者とおせちに関するデータの収集

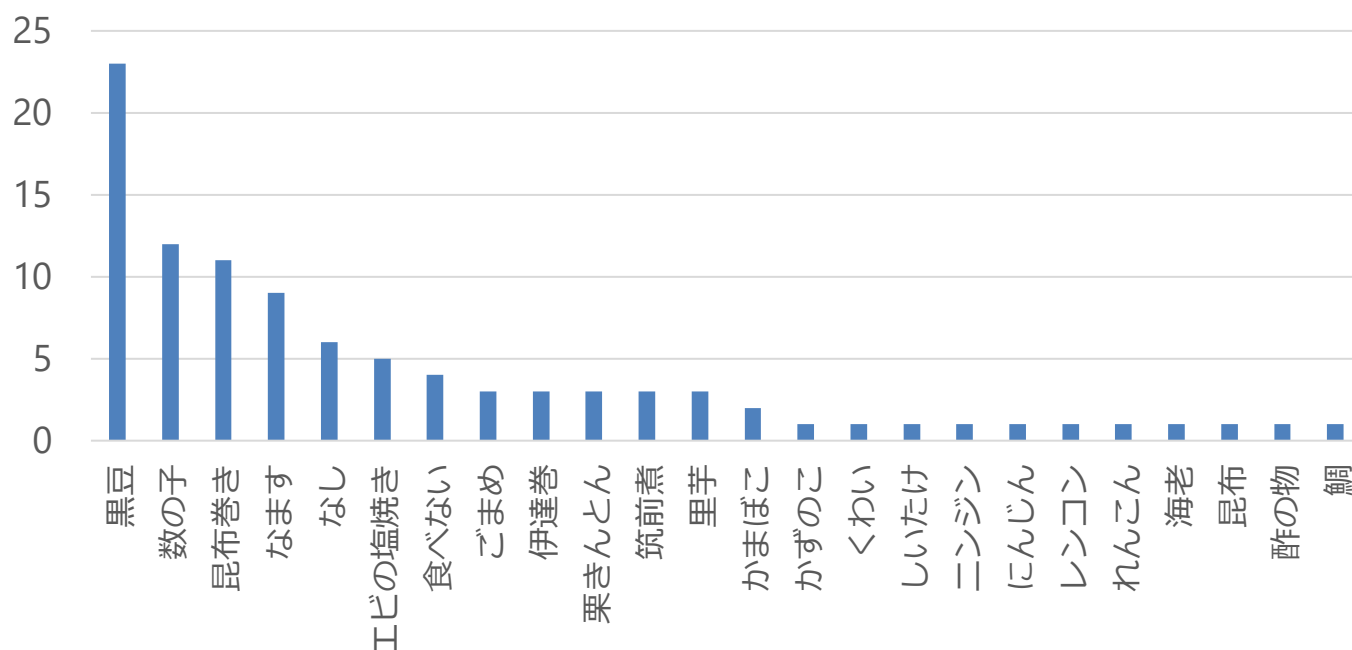
・若者がおせちを食べない原因の分析

・おせち離れを阻止するための改善策（新たなメニューや販売方法）の考案

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

アンケート結果から、黒豆や数の子など日本食らしい味付けのものが嫌いな学生が多いことがわかった。そのため、おせちの内容を変化させることで、若者に受け入れられる可能性がある。

おせちの中で嫌いなもの



具体的には

- ・おせちの中身をより**若者向けにリニューアル**し、おせち本来のように**おせちを食べることへの意味と特別感**を持たせる
- ・**ターゲットを細分化**し、**女性向け**の商品や**ペット用**のおせちなどを作る
- ・和食をメインにするのではなく、**お菓子やケーキのおせち**などを作る
- ・**自分で組み合わせてオリジナルのおせち**を作ることで**新たな楽しみと低価格化**を図る
- ・ネット市場が拡大しているが、すべての人がネットを使いこなせるわけではない。

スーパーやコンビニなどで新たな販売模索するとおせち市場のさらなる拡大につながると考えている

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

2017 年 4 月～7 月	文献調査
2017 年 7 月	学生へのアンケート実施
2017 年 8 月～10 月	アンケート調査の分析、研究
2017 年 10 月～現在	発表資料の作成

6. 結果や今後の取り組み

若者のおせち離れは、価格が高いこと、手間がかかること、日本食への抵抗が大きな要因になっています。しかし、これからもおせちを食べたいと考えている学生は多く、潜在的な需要はあると考えています。日本食への抵抗を和らげるための工夫や、好きな具材がカスタムでき、低価格でも購入できるようになるおせち料理の単品販売が、若者のおせち離れの解決策になると確信しています。

7. 参考文献

「コラボや1人用販売」、『日本経済新聞』2014年10月21日。

「札幌のおせち商戦、地元密着品がぞくぞくイタリアンなど」、『日本経済新聞』2017年9月30日。

「名古屋百貨店、おせち商戦（少人数）に的、単身・高齢者取り組む」、『日本経済新聞』2017年9月23日。

「“飽食”の裏側簡便・低価格おせち料理」、『日経流通新聞』1986年12月22日。

マイナビ「お正月に関する調査」2014年1月23日。

マーケティング・コミュニケーションズ「おせちに関するアンケート」（<https://ssl.mcto.co.jp/archives/611>）

リサーチリサーチ（http://www.lisalisa50.com/research20141214_8.html）

出所）一般社団法人日本惣菜協会『惣菜白書』2017年版、ダイジェスト版

出所）生活スタイル研究所「アンケートレポート」（<http://www.b-desse.jp/report/2165/>）

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。

※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。