

佐々木酒造(株)との産学連携事業

「ノンアルコール聚楽第」のマーケティング調査

活動の概要

本学政策学部中森ゼミの学生が、京都の造り酒屋である佐々木酒造の開発する新飲料「ノンアルコール聚楽第」のマーケティング調査を実施しました。「ノンアルコール聚楽第」は、昨年度に実施した同じくノンアルコールの醸造飲料「白い銀明水」のマーケティング調査結果等を踏まえ、新たに開発中の製品です。

調査ではプレアンケートを元に調査票を作成し、性別・年齢といった属性に加え、食べ物の嗜好、ギフトに対する考え方等の項目について試飲者に対してアンケート調査を行っています。収集したデータを統計分析手法（因子分析や重回帰分析等）を用いて分析し、改善点やギフト商品としての可能性等について研究報告書にまとめ、佐々木酒造へ成果を報告します。

活動の内容

昨年に実施した調査「白い銀明水」のマーケティング調査では、年配者に比べ若者の評価が低いことがわかりました。

従来の同飲料に関する調査では、若者は「酸味」を苦手に行っているために評価が低いと思われていたが、味の評価項目を増やして重回帰分析を行ったところ、酸味よりも「喉越し」「匂い」が評価を下げる要因であることをつきとめました。

当該結果に基づき、白濁色をできるだけクリアにしつつ、麴の匂いを抑え、喉越しもすっきりとした新製品「ノンアルコール聚楽第」が開発されることになりました。

出来上がった試作品は、製法だけでなく原材料にもこだわった製品で、ギフト商品としての展開を図りたいとのことであり、今年度はギフトへの可能性も調査しています。

調査に際しては、プレアンケートを実施し、調査項目の極端な偏り等を修正しつつ、本アンケート票を作成し、佐々木酒造の見学会の来場者、祇園祭に来た観光客等に試飲してもらい、データを収集しました。

さらに、当該商品が非常に甘みのあるドリンクでもあることから、50名を超えるケーキ職人や和菓子職人に試飲してもらい、その感想をまとめることにしています。

収集したデータを、統計分析手法（因子分析や重回帰分析等）を用いて分析し、ケーキ職人等からいただいた感想と合わせて、改善点やギフト商品としての可能性等についての研究報告書にまとめます。



祇園祭で観光客を対象としたアンケート調査を実施



佐々木酒造を訪れるお客様を対象としたアンケートを実施

活動団体情報

代表者

中森孝文（政策学部教授） 専門分野：経営学・知的資産経営

連絡先

nak-tak@policy.ryukoku.ac.jp

主な連携メンバー

佐々木酒造株式会社

活動開始時期

2014年4月

主な活動地域

限定せず

これまでの成果

上述したとおり、2014年に実施した調査「白い銀明水」のマーケティング調査により、評価を下げている要因（改善すべき要素）を特定することができ、新製品の開発に一定の貢献ができた。

新製品についても引き続き調査を行い、製品に対する改善点や売り方等について提言するよう調査結果をまとめています。

今後の目標・課題

アンケート調査や、菓子職人に対する調査を進めるほど、経営者が望む価格帯での販売方法に関する提案は厳しいことがわかってきたことから、製造コストも含め、販売予定価格の見直し等についても検討していく必要があります。

さらに、味の改良だけでなく、瓶やラベルのデザインの違いによる消費者の価格に対する意識の変化について調査する必要があると感じています。

他団体・グループとの連携について

連携可

連携先へのメッセージ：若者の発想や行動力は素晴らしいものがあり、また、統計分析も非常に丁寧に行っていることから、興味のある方はご連絡いただきたい。