

研究計画書

ゼミ名	春日ゼミⅡ	チーム名	翼を授ける
タイトル	エナジードリンク業界の発展の秘密と今後		
テーマ群	e)産業・企業		
メンバー	浦辺 雄介 蒲池 雄城 黒瀬 啓太 関屋 貴弘 東條 雄己 戸田 帆香 友永 翔太 野村 隆之 藤原 将広		
研究計画内容	<p>「翼を授ける」のキャッチコピーで知られているエナジードリンク「レッドブル」。このキャッチコピーがアメリカで虚偽広告として訴えられ、レッドブルが 1300 万ドルの和解金を支払うことで合意したと海外メディアが報じている。このように最近ニュースや CM でも取り上げられるようになってきているエナジードリンクは、若年層から絶大な人気を誇り、世界中に広まっている。</p> <p>レッドブルをはじめ、日本でもおなじみの飲み物となったエナジードリンク。しかし 10 年程前には、日本にエナジードリンクと呼ばれるものは存在していなかった。当時、エネルギー補給の為の飲み物といえば、『リポビタン D』に代表されるような、栄養ドリンクと呼ばれるものが主流であった。しかし 2005 年 12 月にレッドブルが発売されて以降、エナジードリンクは栄養ドリンクや他の飲料と同じくコンビニの棚に並び、一つのカテゴリとして地位を固めている。</p> <p>どのようにして、エナジードリンクは世界中の人々の支持を得て、市場を創造し、ここまでポピュラーな飲み物となったのか。まず、エナジードリンク業界の変遷を見ていき、どのように発展し、世界へ広まっていったのかについて、現在の業界の姿まで追っていく。次に商品を扱っている企業をいくつかピックアップして紹介する。その中で各企業の商品における共通点、または独自に行われている戦略を取り上げ詳しく分析していきながら、市場創造の要因に迫る。最後に調査と研究を踏まえて、これからエナジードリンクはどのように進化していくのか考察し、私たちの結論としたい。</p>		