

# 時系列データを用いた日本酒市場の変動分析と若者向けマーケティング戦略

22111337 松井 亮輔

本研究では日本国内で日本酒の人气が低迷している現象に焦点を当てた。特に税収の減少と若者層の日本酒からの離れが顕著である問題に対処することを目的としている。本研究の初めに、日本酒の人气低下の背景とその要因を探求し、それによって新たなマーケット戦略の必要性が浮き彫りになった。さらに、若者層における日本酒の未経験者が一定数存在していることが確認され、この層をターゲットにした市場拡大の可能性について検討が進められた。

研究の方法としては、経営科学系研究部会連合協議会が主催する2023年度のデータ解析コンペティションで提供された飲料データの中から、特に日本酒に関するデータを選び出し、これを用いて時系列分析を行った。データを視覚化し、周期性やトレンドを明らかにした後、トレンドの変化点を特定し、その時点での市場の動向や関連イベントとの関連性を詳細に分析した。この分析を通じて、日本酒市場の現状理解を深めると共に、若者を引きつける新しい消費者層の獲得策を提案した。

結果として、日本酒の市場動向の変化と若者層の消費行動の理解を深めることができた。これに基づき、日本酒市場の再活性化と若者層の市場への参入を促進するための施策が提案されている。新たな消費者層の獲得に向けたマーケティング戦略の具体的な提案を行うことで、日本酒産業の持続可能な成長を支援することが期待される。本研究は、日本酒市場の現状と課題を明らかにし、その解決策を提案するものである。