

西日本インカレ（合同研究会）2015 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)リュウコク	フリガナ) ケイザイガクブ	フリガナ) マキゼミ
龍谷大学	経済学部	牧ゼミ

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

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）
フリガナ) チームフジバヤシ	フリガナ) コダマ チアキ	6人
チーム藤林	児玉 千明	

研究テーマ（発表タイトル）
ほっと一息。

※必ずく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）

喫茶店にどんな魅力を感じて人が集まるのかをインターネットやアンケートを使い解明した。アンケート結果やインタビュー結果などを用いて客側と店側の視点から、喫茶店に訪れる人の目的や店側が行っている工夫などを私たちに考えて述べる。そうすることで、誰もが満足できるような、理想的な喫茶店を提供できると考える。

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）

まず、喫茶店定義として、喫茶店とカフェの違いはお酒を置いているかどうかである。喫茶店はお酒を置いていない。喫茶店で大人気店は 1 位から順番に、スターバックスコーヒー、ドトールコーヒー、コメダ珈琲店である。私たちが行ったアンケートでもこの3店は多くの学生が利用していることが分かった。利用目的としては、休憩やおしゃべりなど、くつろぐことを目的としていることが多いことがうかがえる。また、客として利用するとき求めるサービスは、充電コードの貸し出しや、Wi-Fi スポットなどの意見が多くあった。休憩やおしゃべりなどくつろぐことを目的としているからこそこういったサービスを求めているのだろうと思った。また、隣との区切りや個室を求める意見も多くあった。店側のサービスはそれぞれの店で大きく違いが出た。立地条件や利用する客層によって提供するサービスが違うことが分かった。つまり理想となる喫茶店はこれだ、と言うことは難しい。

3. 研究テーマの課題

喫茶店には、普段私たちが使わない機能がまだまだあると仮定する。その“謎”の部分の解明することにより、より多くの人が喫茶店を利用できるのではないかと考え、その“謎”の解明を目的とする。そうすることにより、客側は喫茶店でより有意義な時間を過ごすことが可能になり、店側は売上のアップにつながるのではないだろうか。しかし、それはアンケート結果や、店へのインタビュー結果から様々な要因によって複数存在することがわかった。よって「理想の喫茶店」として 1 つに定めることが出来ないことが課題である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

立地条件やそのお店を利用する客層によって理想となる喫茶店は変わってくると結論付けた。つまり全員が満足するような喫茶店を作ることは難しい。今ある顧客を大事にしつつ、サービスやアイデアを取捨選択していく

ことで、多くの人が考える理想の喫茶店に近づいていけるのではないだろうかと考えた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

客側からの視点として、インターネットを使い客の現状を調べる。また、500人の大学生にアンケート調査を実施した。喫茶店側からの視点として、インターネットを使い人気の喫茶店ランキングを調べる。そこから上位3つであるスターバックスコーヒー、ドトールコーヒー、コメダ珈琲店の基本情報を調べ、それぞれの社員にインタビューを実施した。

6. 結果や今後の取り組み

客側からの結果としては、喫茶店を利用する目的として、リラックスするため、おいしく安いため、気軽に利用できるためなどの理由があげられる。また、喫茶店に求めるものとしてテレビ、雑誌、Wi-Fi、個室、など多種多様なものがある。喫茶店側からの結果としては、インタビューした3つの店からそれぞれの特徴が色濃く出てきたことである。忙しい時期・時間、他の店と違うサービス、来てほしいお客さん、特に力を入れている部分など、それぞれ違っていた。上記2つの視点の結果から、理想の喫茶店というのは様々な要因によって複数存在し、ひとつの答えを出すのは難しいことが分かった。しかし、その中でも店は、今ある顧客を大事にする方向でサービスやアイデアを取捨選択していくことで、多くの人が考える理想の喫茶店に近づいていけるのではないだろうかと私たちは考える。

7. 参考文献

・なんでも調査団

http://chosa.nifty.com/gourmet/chosa_report_A20130329/4/?theme=A20130329&report=4&theme=A20130329&report=4&theme=A20130329&report=4&theme=A20130329&report=4&theme=A20130329&report=4（参照 2015-9-23）

・マークス JP 自主調査 <http://www.markth.jp/omni/13omni/1004omni05.htm>（参照 2015-10-15）

・スターバックスコーヒージャパン <http://www.starbucks.co.jp/>（参照 2015-9-30）

・株式会社ドトールコーヒー <http://www.doutor.co.jp/>（参照 2015-9-30）

・コメダ珈琲店 <http://www.komeda.co.jp/>（参照 2015-9-30）

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。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「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、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。