

西日本インカレ（合同研究会）2016 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）セイナンガクイン	フリガナ）ショウガクブ	フリガナ）サトウ マサヒロ
西南学院大学	商学部	佐藤 正弘 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）チーム ゴリ	フリガナ）シュウ マナ	8	無
チーム ゴリ	首藤 真奈		

研究テーマ（発表タイトル）
カフェ×○○～なぜカフェに惹きつけられるのか～

※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）
私たちは、異業種店舗にカフェが合体したカフェ併設店について研究を行った。 本研究の目的は、①カフェそのものがもつ魅力が何であるかを探ること②カフェの魅力を活かせる異業種店舗とはどのようなものかを調査することの以上 2 点にある。私たちが以前ブックカフェに行った際、なぜ書店とカフェをくっつけようと思ったのか疑問を抱いたことがきっかけで研究を始めた。その後ほかにもカフェ併設店がないか調べたところ、ガソリンスタンド×カフェや旅行代理店×カフェなど、カフェ併設店の種類は多岐にわたっていることが分かった。このように近年様々なカフェ併設店が登場している理由を、私たちはカフェそのものがもつ魅力という側面から検証したいと考えた。
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）
＜カフェ併設店の現状＞ 近年カフェ併設店の多様化が顕著になってきている。最もメジャーと思われる書店×カフェのブックカフェだけでなく、ガソリンスタンド×カフェ、自転車屋×カフェ、旅行代理店×カフェ、文房具店×カフェなど様々なカフェ併設店がオープンしている。一見カフェともコーヒーとも関係ないような業種が続々とカフェを併設し始めているというのが現状だ。また、カフェ併設店の人気は高い。例えば、ブックカフェで見てみる。アンケートで「ブックカフェを知っていますか」と尋ねたところ、8 割以上の人が「知っている」と回答し、ブックカフェの知名度は非常に高いとわかる。そのうち、「実際にカフェに行ったことがある」という人は半数以上にのぼった。さらに 2,3 か月に 1 回以上ブックカフェに行くという人が約半数を占めていることからリピーターも多く、カフェ併設店の人気の高さがうかがえる。 ＜研究の歴史＞ 現段階では、カフェ自体の研究は多く見受けられるが、カフェ併設店をメインとした本格的な研究は行われていない。そのため、カフェ併設店の研究をすることは私たちにとってチャレンジになると考えた。
3. 研究テーマの課題
カフェ併設店が多様化しているということは、カフェに何かしらの魅力的な要因がある。カフェの魅力とは何なのか、そしてその魅力

を最大限に活かすにはどのような業種であればカフェとマッチするのかを課題として設定した。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

私たちはカフェ併設店多様化の背景を探るにあたり、まずアンケート・街頭調査によって消費者がカフェをどのような場と捉え、どのように利用しているのかを把握した。そして、カフェやカフェ併設店の店内を比較・観察することで、カフェは店内空間にどのような工夫が施されているのかを調べ、カフェの魅力とは何かを導き出した。また、カフェの魅力を活かすにはどのような業種が望ましいかについて仮説を立て、アンケートにより実証を試みた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

カフェの利用実態とカフェ併設店の知名度、その利用実態、カフェを併設した場合の需要などを把握するため、「カフェに関するアンケート」「カフェ併設店に関するアンケート」を Google フォームにて計 3 回実施した(8/4~8/10,9/2~9/5,10/21~25)。また、男女でカフェに対するイメージ、利用方法に違いがあるのかを知るため、福岡市の天神・博多の 2 か所で街頭インタビューを実施した(8/23~25)。消費者の購買行動と利用実態、店内空間にどのような工夫が施されているのかをカフェ店内で考察した(8/8、9/3、9/16、10/29)。

6. 結果や今後の取り組み

私たちはカフェがもつ魅力という側面から、カフェ併設店が多様化した理由を検証したところ、以下のような結果が得られた。

1. 異業種店舗にカフェを併設することで、その店舗に足を踏み入れるきっかけが生まれる。
2. お客様にコーヒーを提供すること以外にくつろぎという経験価値を提供できるためリピーターが増える

本学に来春、カフェを併設した新図書館が完成する。今後は、今回の研究で得た知識を活用してそのカフェの運営に協力し、学生はもちろんのこと、地域に愛される場になるよう尽力していきたい。

7. 参考文献

<参考 Web サイト>

- ・日本経済新聞「Z O A、50 店体制へ出店加速 カフェ併設で客層拡大も」2016.10.15 発信
<http://www.nikkei.com/article/DGXLZO08381840U6A011C1L61000/>(2016.10.20 アクセス)
- ・HEAPS「ありそうでなかった、“ランドリー×カフェ”」 2014.7.15 発信
<http://heapsmag.com/Laundry-cafe>(2016.10.20 アクセス)
- ・niko and… ブログ アミュプラザ大分店 2015.4.15 発信
<http://www.nikoand.jp/blog/2015/04/416open.html>(2016.10.20 アクセス)
- ・毎日新聞「T S U T A Y A B O O K G A R A G E 福岡志免」 飲食しながら本を試し読み 2016.10.17 発信
<http://mainichi.jp/articles/20161007/ddp/018/040/004000c> (2016.10.11 アクセス)
- ・産経ニュース「食欲の秋、到来！／10月の旅×本のテーマは、『世界を食べる』」 2016.10.6 発信
<http://www.sankei.com/economy/news/161006/prl1610060199-n1.html> (2016.10.11 アクセス)
- ・梅田経済新聞「梅田・茶屋町にツタヤのブックカフェ 快適な「ノマド」環境提供」 2016.10.5 発信
<http://umeda.keizai.biz/headline/2366/> (2016.10.11 アクセス)
- ・K-cafe HP <http://www.k-cafe.com/> (2016.10.17 アクセス)
- ・ITpro「知っておきたい IT 経営用語 顧客経験価値」 井上健太郎著 2010.8.17 発信
<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/Keyword/20100723/350590/> (2016.10.10 アクセス)
- ・住宅総合技術研究所 研究報告書 人の感じる明るさを用いた照明設計手法
<https://www.asahi-kasei.co.jp/j-koho/press/hokokusho20100601.pdf> (2016.11.1 アクセス)

<参考文献>

- ・『超・入りやすい店 売れる店』 馬淵哲、南條恵著 日本経済新聞社 2000.10.20 出版
- ・『ポストモダン手法による消費者心理の解説 ステレオ・フォト・エッセーで潜在ニーズに迫る』 桑原武夫・日経産業消費研究所 日本経済新聞社 1999.6.9 出版
- ・『経験価値マーケティング』 バード・H・シュミット著 嶋村和恵/広瀬盛一訳 ダイアモンド社 2000.11.30 出版

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。