

第9回 西日本インカレ（合同研究会）専用企画シート

必ず「企画シート作成上の注意」をご確認いただき、ご記入をお願いいたします。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナール名（フリガナ）
フリガナ アイチダイガク	フリガナ ケイエイガクブ	フリガナ タメヒロゼミ
愛知大学	経営学部	為廣ゼミ

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 トウツェイ	フリガナ カドキリク	5人
トウツェイ	角木陸	

研究テーマ（発表タイトル）

一宮モーニングマーケティング

1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在、全国で提供されているモーニングサービスの発祥は、愛知県一宮市である。一宮市では、他地域とは異なる豪華なモーニングが提供されている。そんな一宮モーニングは一宮モーニング協議会という組織に支えられ、様々な PR 活動を行っているが、モーニングの時間帯にはまだ空いている時間があり、十分な集客ができていないと考えられる。そこで、私たちはこの現状を改善し、一宮モーニングの利用客を増やしたいと思い本研究に取り組んだ。

この研究の意義は、一宮市の地域資源である一宮モーニングをランチとして利用してもらうことで、更なる集客を促すことができることとする。

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）

昭和 30 年代前半、愛知県一宮市では地場産業が発展し、商談の利用として喫茶店が使われるようになった。その際に、喫茶店のマスターが朝のコーヒーにゆで卵とピーナッツをつけたのがモーニングの始まりと言われている。ここから誕生した一宮モーニングは、他地域とは異なる、多種多様で豪華なモーニングを提供しているのが特徴である。

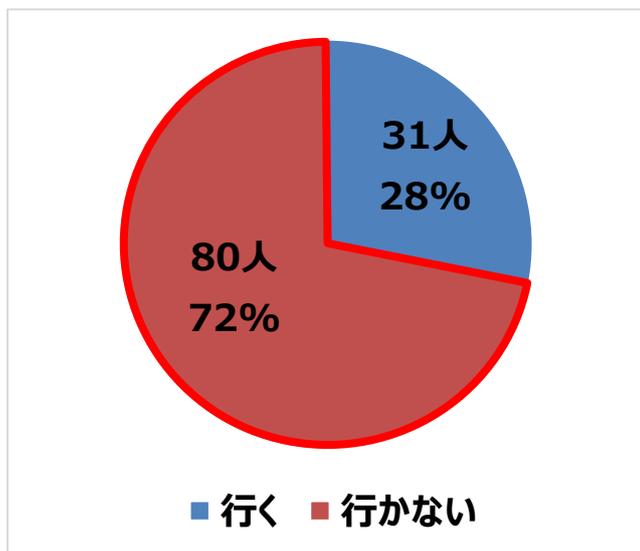
一宮市は一宮モーニングを支えるために、一宮モーニング協議会を設立し、プロジェクトとして様々な事業を実施している。プロジェクトの一部として、店舗の位置や情報が記載されているモーニングマップや、インスタグラムを使ったモーニングスタンプがある。このような活動の結果、平成 28 年度には「一宮モーニング」として地域団体商標の取得に至った。このような活動や結果から一宮モーニングは十分集客できているのではないかと思い自分たちでアンケート調査を行った。

下の図 1 のグラフは、現状把握のために一宮市内在住者を対象にアンケート調査を行った結果である。この結果を見てもわかるように、一宮市内の人にすらあまり利用されていないことが分かった。また、下の図 2 のグラフは、現在のモーニングの利用状況を把握するために、モーニングマップに記載されている 96 店舗にヒアリングを行った結果である。その結果、オープンから 10 時以前は、モーニングが十分利用されていること、10 時からモーニングの終了までの時間帯は顧客の利用が少なく、空いているということが明らかとなった。10 時以前は、既に顧客が埋まっており、これ以上増やすことは店舗の経営上難しい。また、休日に関してもヒアリング結果からどの時間帯も十分に顧客が来ていることが明らかとなったため、これ以上の集客は難しいと考える。従って、10 時以

降が空いているという結果に関してはまだ集客が可能であり、一宮モーニングの課題であると言える。

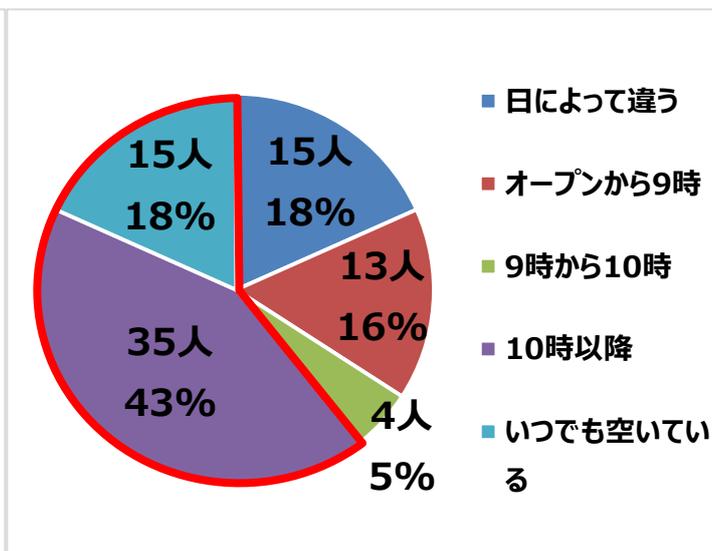
そのため、私たちはモーニングの時間帯で平日の 10 時からモーニングが終了するまでの時間帯の利用客を増やすことを目的とする。

図 1 一宮市内の喫茶店（個人経営）のモーニングに行くことがあるか？



資料：一宮市内在住者対象アンケートより作成

図 2 モーニングの時間帯で空いている時間帯は？



資料：店舗へのヒアリング結果より作成

3. 研究テーマの課題

平日の 10 時からモーニングが終了するまでの時間帯に利用客を増やすにはどうすれば良いか。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

平日の 10 時以降にモーニングを利用してもらうための解決策として私たちは、ランチとしての利用が最適だと考えた。ランチとは、11 時頃に摂る朝昼兼用の食事のことを言う。なぜ、ランチとしての利用が最適といえるのか、以下の理由がある。下の図 3 のグラフは私たちが行ったランチに関するアンケート調査の結果である。10 時から 12 時の時間帯に朝昼兼用の食事を摂ることがあるかという問いに対し、はいと答えた人が 84% で多くの人が朝昼兼用の食事を摂ることがあると分かった。また、下の図 4 のように、朝昼兼用の食事に重視するものは何かという問いをした結果、順に量の多さ、選択肢の多さ、価格の安さが重視されていることが分かった。これらのランチに求めるニーズは、一宮モーニングの特徴である量が多くボリュームがあること、多種多様であり、選択肢が多いこと、ドリンク代にモーニングがついてくるというお得感があることによって満たすことができると考える。そのため、一宮モーニングをランチとして利用してもらうことは有効であると言える。

ランチとしての利用を考えるに当たり、どのような人がターゲットとなるのか調査を行った。経済センサス基礎調査によると、一宮市の職業別従業者割合のうち、約 40 % の人が平日休みであることが分かった。これらの人は、私たちが集客を求め、平日の 10 時以降に利用することが可能である。また午前中は授業のない学生や主婦など多くの人が喫茶店に来る見込みがある。このことから、私たちは平日の 10 時以降に時間があって、ゆっくりしたいというニーズを持っている人をターゲットとする。

このように 10 時以降に一宮モーニングに来ることが可能な人はいるにも関わらず、なぜ 10 時以降に一宮モーニングに来ないのか明らかにするために、4P 分析を行った。その結果、現在行われているプロモーションには問題点があることが明らかとなり、プロモーションの改善の必要性がある。

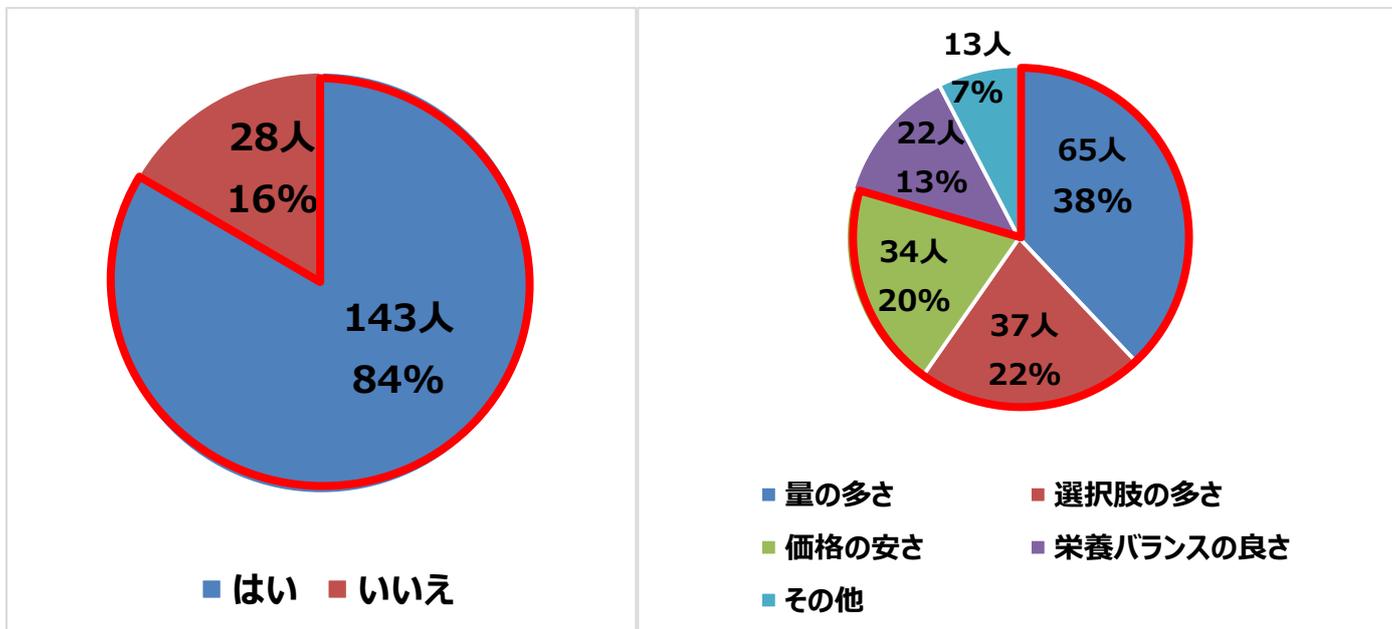
そこで提案として、「時間がある日は、ぶらぶらランチ」をコンセプトとした活動を提案する。この提案は、ランチが最適だということを伝えることが前提である。また、モーニングマップを多くの人の手に行き渡らせるよう、現在の設置場所の問題点を挙げ、設置場所を改善する。さらに、ランチに行くことを促進するために、様々な店舗を巡るスタンプラリーを実施する。このスタンプラリーでは、

1回目の来店を促すために、初回押印時には、特典を与える。この提案の目的は、普段10時以降に一宮モーニングを利用することのない、新規顧客のために、まず1回目の来店を促すプロモーションである。

このことから、一宮モーニングを10時からモーニングが終わる時間帯に利用してもらうための方法としてランチとしての利用を促すために、「時間のある日は、ぶらぶらランチ」を提案する。

図3 朝昼兼用の食事を摂ることがあるか

図4 朝昼兼用の食事に重視するものは何か



男女171名を対象としたインターネット調査より作成

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

- ・一宮モーニングマップの認知度、普及度の把握、一宮市内の個人経営の喫茶店の利用率を把握するために、一宮市在住者10代から80代の男女111人にアンケート調査を行った。（2018年1日木曜、7日水曜10時～12時）有効回答数111
- ・ランチを摂ることがあるのか、ランチに重視するものは何か把握するためのアンケート調査を男女171人に行った。（2018年10月30日火曜～11月6日火曜）有効回答数171
- ・店舗の利用状況を把握するために、一宮モーニングマップに記載されている全96店舗にヒアリング（2018年10月4日木曜10時～12時）有効回答数82店舗
- ・一宮モーニングの現状を把握するために、一宮モーニング協議会企画事業部坂川様にヒアリングを行った。（2018年5月31日木曜、8月16日木曜10時～11時）

6. 結果や今後の取り組み

10時以降の一宮モーニングの利用客を増やすには、ランチに最適であるということをもーニングマップを通してプロモーションすることが有効である。今後の課題は、提案の実現可能性をもーニング協議会にヒアリングに伺い、より具体的な案を提案する。

7. 参考文献

- ・一宮市平成26年経済センサス 基礎調査

<http://www.city.ichinomiya.aichi.jp/shisei/jinkou/1000117/1003107.html>

（最終アクセス日 2018.11.6）

・表示灯株式会社

<https://www.hyojito.co.jp/>（最終アクセス日 2018.11.10）

・一宮モーニング公式 HP

<http://ichinomiya-morning.com/>（最終アクセス日 2018.11.8）

・一宮モーニング協議会でいただいた資料

・『価格・プロモーション戦略』上田隆穂・守口剛 有斐閣アルマ（2004）

・『地域魅力を高める 地域ブランド 戦略』牧瀬稔・板谷和也 東京法令出版（2008）

・『販売促進必須テクニック』小濱岱治 同友館（2005）

・『現代広告論【新版】』岸志津江・田中洋・嶋村和恵 有斐閣アルマ（2008）

・『はじめてのカフェオープン BOOK』バウンド 技術評論社（2006）

・『広告ハンドブック』井徳正吾 日本能率協会マネジメントセンター（2005）

・『「これからの広告」の教科書』佐藤達郎（2015）

●パワーポイント内に動画を使用されている場合、動画を使用しているスライドのページをご記入ください。

無

●発表時に使用する成果物（例、商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査に使用したアンケート）

【企画シート作成上の注意】 ※「第9回 西日本インカレ（合同研究会）大会参加要項」も合わせてご確認のうえ、企画シートの作成を行ってください。

・本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、審査を行っていただく大学教員・企業の方々に事前にお渡しいたします。

・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。また、翌年3月に公開予定の「大会結果 Web ページ」に掲載されます。

・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、作成上の注意を含め、4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、4ページ目までをお渡しします。

・大会参加申込み時点から、チーム編成の変更（チームの人数・交代など）は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、西日本インカレ事務局にご連絡ください。事務局より手続きについてご連絡をさせていただきます。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「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）ものに限りです。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。

・発表時に使用する成果物がありましたらご記入ください。記入がない成果物は大会当日使用することができません。また記入いただいた内容について、事務局から代表者の方に確認をさせていただきます。

・電話番号や住所などの個人情報に記載しないでください。