

第 10 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）オオサカショウギョウダイガク	フリガナ）オービーピーコース	フリガナ）ハヤシゼミ
大阪商業大学	OBP コース	林ゼミ

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）サンブンノニ	フリガナ）ミヤシタソウイチロウ	2 名
3 分の 2	宮下颯一郎	

研究テーマ（発表タイトル）

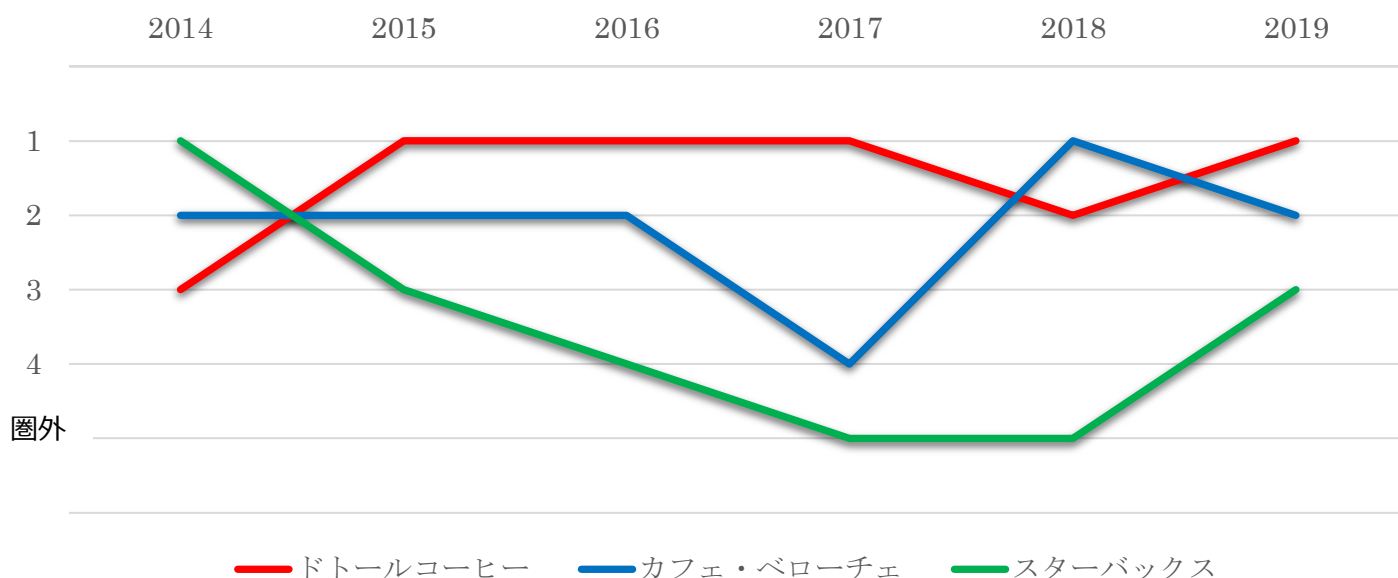
最高に居心地の良い空間を目指して
スターバックスコーヒー日本の顧客満足向上

1. 研究概要（目的・狙いなど）

現在スターバックスコーヒー日本は、JCSI の発表によると顧客満足が低い。そこでスターバックスコーヒー日本は、どのようなことを行えば顧客満足につながるのかを研究し、顧客満足向上を目指す。

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）

グラフ 1：コーヒーチェーン店 3 社の顧客満足（JCSI）順位の推移



グラフ 1 より、スターバックスコーヒー日本は、2014 年を皮切りに現在まで顧客満足でドトールコーヒーやカフェ・ベローチェを下回り、低迷が続いており 2019 年は 3 位になっている。図 1 は、顧客満足のプロセスについて 6 つの要素を指標化した図である。2019 年のスターバックスの 6 つの要素それぞれの順位は、顧客期待、知覚価値、推奨意向が 1 位であり、知覚価値、ロイヤリティが圏外（5 位以下）となっている。このことからスターバックスは、満足を構成する原因の知覚価値が低いことで顧客

満足が低下し、結果としてロイヤルティにつながらないということが分かる。知覚価値を向上させるためには、図2より品質対価格、価格対品質、お得感を満たす必要がある。品質対価格とは、支払った金額に対して品質が見合っているかを表しているものである。価格対品質とは、品質が金額や手間暇に見合っているかを表しているものである。お得感とは、他社と比べてお得感があるかを表しているものである。このことから私たちは、知覚価値を向上するために付加価値をつけるべきだと考えた。その付加価値として私たちは、サードプレイスという価値を付与することを提言する。

図1：顧客満足のプロセス（JCSI）

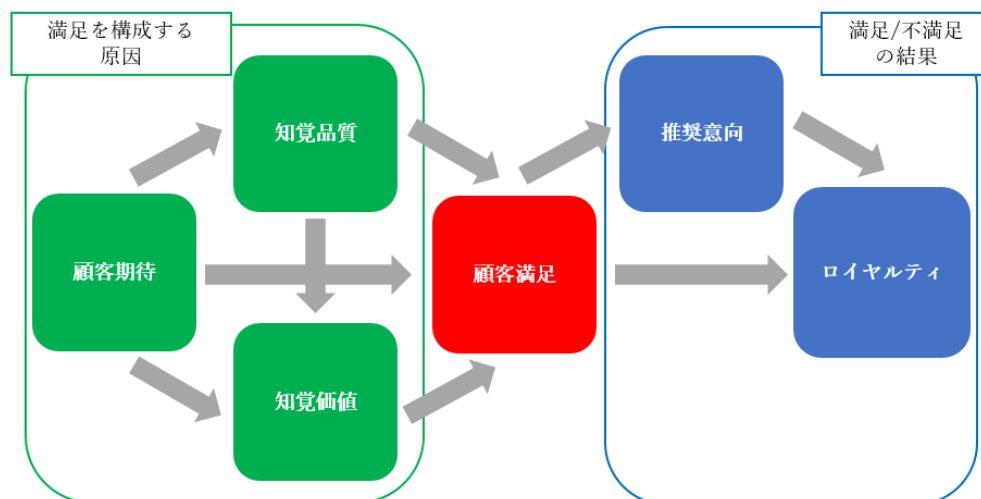
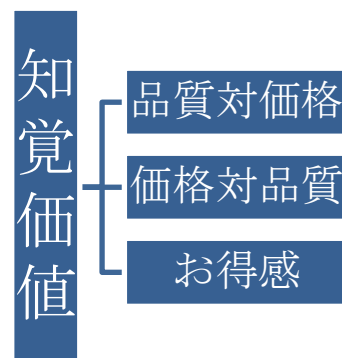


図2：知覚価値の細分類



3. 研究テーマの課題

スターバックスに付加価値としてサードプレイスという価値を付与する。スターバックスにサードプレイスを創出するためには「店員と顧客の会話による交流で繋がりを持つ」ことが必要だと考えた。そこで、店員と顧客の会話による交流でサードプレイスを創出できるのかを先行研究より4つの研究事例を挙げることで証明する。

- ①レイ・オルデンバーグの書籍である『サードプレイス』（2013年）でのマイク・モラスキーの解説より「居酒屋のカウンターの常連客となると、店主や周囲の客たちと会話を交わすことがめずらしくない」と述べられている。
- ②大久保壮一郎の研究（2013年）によると「カフェをサードプレイスとして充実させるためには、利用客に新しいコミュニティを形成するきっかけを店舗側が提供していく必要がある」と述べられている。
- ③松宮朝の研究（2014年）によると「喫茶店が、来客同士の交流・待ち合わせ、集まる場、客—店主とのコミュニケーションにより、社会関係を構築する場として機能することが明らかになった」と述べている。
- ④田島瑞樹の研究（2018年）によると「個人経営の喫茶店は様々な目的で利用することができる場であるが、店主との会話は目的にかかわらず高頻度で起こることが分かった」と述べている。

以上の先行研究より、店員と顧客の会話による交流で繋がりを持つことができれば、サードプレイスを創出することができるということが示された。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

顧客との会話による交流を増やすための仕組みとして顧客とのコミュニティ創出を専門とした役職である「コミュニティリーダー」を作ることを提言する。類似サービスとして日本マクドナルドホールディングスのG E Lが挙げられる。G E Lとは「お客様に快適な空間を過ごしていただく」ことを目的としている。そのためおもてなしリーダーとして厨房に立たず接客でお客様が喜ぶサービスなどを行っている。このG E L（Guest Experience Leader）が存在する店舗に対して取材を行った。詳しい取材内容は表1に示す。G E Lの取材内容を参考にしてスターバックスに新しい役職、コミュニティリーダーを提案し、その概要を表2に示す。

表1 G E Lに対する取材内容

(11月3日にマクドナルド柏田店の代表者の田中様に対して取材)

質問内容	回答内容
どのようなおもてなしをしていますか？	おもてなしは個人によって変わるので、個々の創意工夫が必要です。
具体的にどのようなサービスを心掛けていますか？	お客様が来店されてから帰るまでに必ず1回は関わるように意識しています。
好評だったサービスは何ですか？	親御さんがトイレなどで席を離れている際に子供の面倒を見てあげた時には大変感謝されました。

表2 コミュニティリーダーの概要

役職名	コミュニティリーダー
業務の目的	会話による交流で顧客との信頼関係を構築し、店と顧客と一緒にコミュニティを創出する
業務内容	顧客とのコミュニティの創出に従事する(明確な仕事は定められていない)
業務の特徴	会話による交流に特化した専門家、顧客との交流のみに従事する

5. 研究・活動内容(アンケート調査、商品開発など)

- ① スターバックスコーヒージャパン5店舗で観察調査を行った。
- ② 東大阪市にあるマクドナルドに訪問し、代表者の田中様に対して取材を行った。

6. 結果や今後の取り組み

今後の取り組みとしてスターバックスはサードプレイスを実現し、コミュニティ創出に合わせた店舗施策を行うべきである。その施策例として商品の上げ下げをコミュニティリーダーが担当し、顧客と対面で向かい合うことができるカウンターテーブルを導入することなどがあげられる。このように、コミュニティリーダーがより顧客と接する回数を増やす施策を行うべきである。

7. 参考文献

- ・「サードプレイス」レイ・オルデンバーグ/マイク・モラスキー 解説 (2013年) みすず書房
- ・「コミュニティが顧客を連れてくる」久繁哲之介 (2012年) 商業界
- ・「日本の居酒屋文化」マイク・モラスキー (2014年) 光文社
- ・「感動経験でお客様の心をギュッとつかむ! スターバックスの教え」目黒勝道 (2014年) 朝日新聞出版
- ・「結節点としての喫茶店」松宮朝 (2014年)
- ・「個人経営の喫茶店が地域福祉に果たす役割に関する研究」田島瑞樹 (2018年)
- ・「市街地におけるカフェ空間での居場所構築に関する研究」大久保壮一郎 (2013年)
- ・スターバックスコーヒージャパン公式サイト(最終アクセス日11月9日)
<https://www.starbucks.co.jp/company/summary/>
- ・マクドナルド公式サイト(最終アクセス日11月9日)
<http://www.mcdonalds.co.jp/>
- ・公益財団法人 日本生産性本部 JCSI(日本顧客満足度指数)2014年~2019年(最終アクセス日11月9日)
https://www.service-js.jp/modules/contents/?ACTION=content&content_id=1413

●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。

無し

●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）

無し

【企画シート作成上の注意】 ※「第 10 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「日経ビジネス電子版」にリンクされた特設サイトに掲載されます。
- ・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。
- ・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く場合がございます。
- ・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。

↑ここまでを 4 ページ以内に収めて、提出してください↑