

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）
オオサカショウギョウダイガク	オービーピーコース	ハヤシコウジゼミ
大阪商業大学	OBP コース	林幸治ゼミ

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）
ディレートスチール	まつなが ともあき	4名
ディレートスチール	松永 智暉	

研究テーマ（発表タイトル）

飲食店におけるおしぼりの存在価値に対する提言

1. 研究概要（目的・狙いなど）

おしぼりとは、飲食店などで手を拭くために、お客様に提供される道具である。また、“おもてなし”を表現することが出来る、日本ならではの文化である。おしぼりには、大きく分けて「布おしぼり」と「紙おしぼり」の2種類が存在する。「布おしぼり」はお客様に対して、高級感がある印象を与えることができるが、コストがかかり、回収に手間がかかる。「紙おしぼり」は、コストを安く抑えることができるが、破れやすく、繰り返し使用することができない。それに加えて、“おもてなし”の幅が狭まってしまふ。このような、布か紙か、提供の有無、大きさ、色、温度といった要素は、飲食店によって異なる。これらの要素で、おしぼりへの評価や印象は変わってくる。また、飲食店側もおしぼりを漠然と提供しており、おしぼりの存在価値を最大限活用できていない。

そこで私たちは、おしぼりの最適な大きさ、色、温度で提供することで、おしぼりの存在価値を高めることができるのではないかと考えた。本研究では、まず、顧客のおしぼりに対する意識を調査するためのアンケートと、現状の実態を把握するためのインタビュー調査の結果を報告する。そして、おしぼりに対する存在価値を考察し、飲食店が提供すべき最適なおしぼりを提案する。

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）

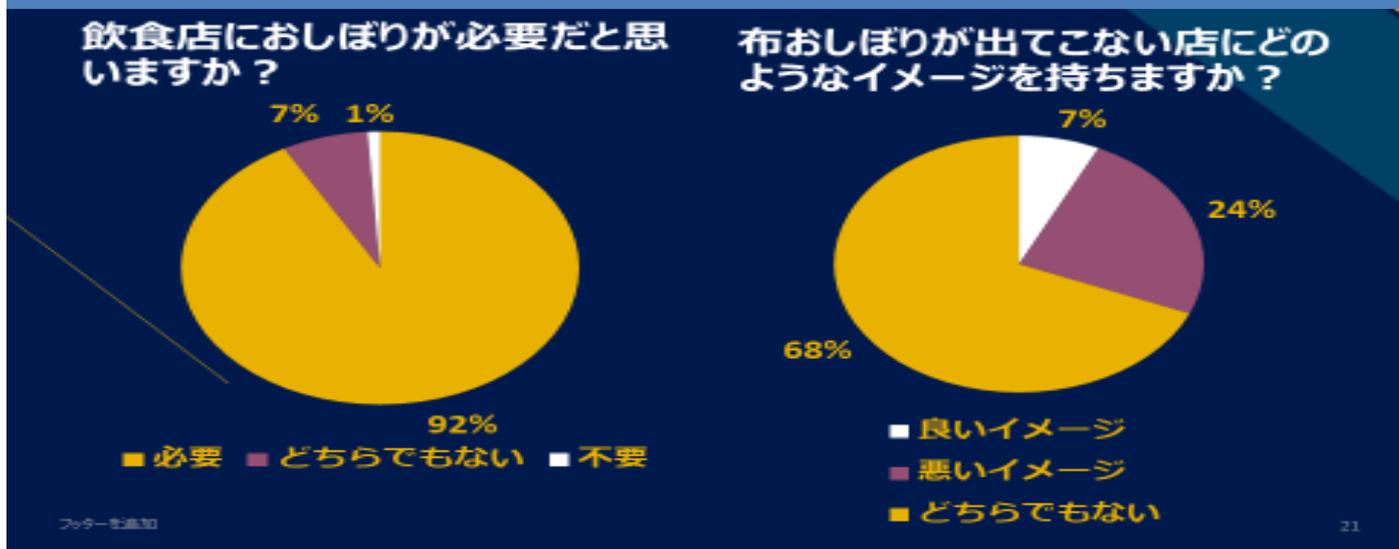


図1 飲食店におしぼりは必要だと思いますか？

図2 布おしぼりが出てこない店にどのようなイメージを持ちますか？

上記のグラフは 10 代、20 代の 258 名にアンケート調査を実施したものを単純集計したグラフである。現在の飲食店では、当たり前に出されている「おしぼり」だが顧客イメージは、上記のグラフが物語っている。

上記の「おしぼり」に対する固定概念に関することで、必要だと語る顧客が全体の 9 割をも占めているのに対しおしぼりを重要視する顧客が全体の 6 割という結果である。この結果が「おしぼり」に対する現状分析である。このことから、約 3 割の人間は、「おしぼり」は必要ではあるが重要視はしていないということである。私たちはこの現状に着目した。

また飲食店側もおしぼりを漠然と提供してしまっていることがインタビュー調査で分かった。

おしぼりは必要だと思いますか	飲食店を選ぶ際におしぼりを重要視しますか？				
		する	しない	どちらでもない	総計
	必要	26	138	75	239
	どちらでもない	2	13	3	18
	不要	0	1	0	1
	総計	28	152	78	258

図 3 クロス表

上記の図 3 は 2. 研究テーマの現状分析の図をクロス表にまとめたものである。クロス表を見てみるとおしぼりを必要としている人は 239 人回答しているが、そのうち「飲食店を選ぶ際におしぼりを重要視しますか」という質問で「しない」「どちらでもない」と答えた人は 213 人もいた。飲食店ではおしぼりは必要としているが重要視はしていない人が多いということが分かった。

3. 研究テーマの課題

私たちがこの研究テーマを掲げたのは、「飲食店に訪れた際に『おしぼり』を提供するお店としないお店ではどのようなイメージの違いが生まれるのだろうか」という課題に至り今回の研究テーマとした。同じおしぼりでも使用用途が異なり、「利点含め使用されている飲食店の違いはどういったことがあるのだろうか」という疑問を浮かべ研究することにした。特に「布おしぼり」は温度や大きさもお店によって異なる。1 年中冷たいおしぼりを提供するお店や温かいおしぼりを提供しているお店、あるいはぬるく感じるお店もある。しかし、多くの顧客はおしぼりを必要としているが重要視していない。また飲食店側も漠然とおしぼりを提供しているお店が多くある。飲食店側は経費を計上しておしぼりを提供している以上、「サービス」としてさらに価値を見出すべきだ。さらに顧客側も最も快適に感じるおしぼりを使用することができればさらに快適な食事の時間を過ごすことができると私たちは考える。温度によって普段、何気なく利用されているものだからこそ着眼をおいて研究するという結果に至った。しかし、おしぼりが店の売上げに直結するかは調査できていないため、不明である。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

『おしぼりの温度が感性評価に与える影響について』（添田泰弘, 2013）によると快適に感じるおしぼりの温度は 60℃であり不快に感じるおしぼりの温度は 30℃、高級感を感じる温度は 60℃、快適に感じるサイズは 25cm×30cm の四角形という実験結果が出ている。しかしアンケート調査によると 9 割以上の人が飲食店におしぼりを求めているもの飲食店を選ぶ際におしぼり

	IZKAYA Bench	まねき	くいもんや いっきゅう	酒家 NAKAGAWA み
色	白色	白色	白色	紺色
温度	19℃	34℃	20℃	50℃
大きさ	25cm×28cm	26.5cm×28.5cm	25cm×25cm	28cm×29.5cm
レンタルor自家製	レンタル	レンタル	レンタル	自家製

図 4 各飲食店のおしぼりについてのマトリックス表

を意識していない人が多数であった。フィールドワーク調査ではおしぼりにこだわりを持っている飲食店は他の飲食店に比べ、比較的良い分析結果を観測することができた。

図 4 のマトリクス表は飲食店訪問調査でおしぼりを調査したものをマトリクス表にまとめたものである。おしぼりにこだわっているとおっしゃっていた『酒菓家 NAKAGAWA 』のおしぼりは快適に感じる温度に最も近く、大きさも最適な大きさに最も近い。よっておしぼりにこだわることで私たちが考える最適なおしぼりに近いものを提供することができ、お客様も快適に食事をすることができるのではないかと私たちは考えた。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

「フィールドワーク調査」

・飲食店訪問調査

→IZAKAYA Bench (10/30)

→まねき (10/30)

→くいもんや いっきゅう (10/30)

→酒菓家 NAKAGAWA み (10/29)

・飲食店へのインタビュー調査

→酒菓家 NAKAGAWA み (10/29)

・レンタルおしぼり業者へのインタビュー調査

→「株式会社ら・しーく」(8/20)

「分析方法」

・単純集計分析 ・クロス集計分析 ・マトリクス集計分析（散布図）

6. 結果や今後の取り組み

今回の研究でおしぼりをほとんどの人が必要としているが重要視していないことが分かった。飲食店にも訪問調査やインタビュー調査を行っても漠然と提供している。そのため添田氏の研究結果での不快に感じる温度で提供している飲食店も存在していることが分かった。しかしおしぼりの温度や大きさによってお客様がどのように感じ、どのように売上に影響しているのかといった調査はまだ実施できていない。この調査を行うことでおしぼりの価値や重要性がさらに高まるのではないかと私たちは考える。

7. 参考文献

- ・添田泰弘(2013)『おしぼりの温度が感性評価に与える影響について』 宇都宮大学,株式会社三協
- ・添田泰弘(2015)『湿潤綿布の主観評価に関する研究』 宇都宮大学大学院工学科研究科
- ・株式会社ら・しーく HP <http://e-oshibori.com/company.html> (2019年8月19日閲覧)
- ・全国おしぼり協同組合連合会 HP <http://www.kasiosibori.or.jp/> (2019年11月1日閲覧)

●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。

なし

●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）

なし

【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、著作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きます。
- ・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↑