

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）
ナゴヤショウカダイガク	ショウガクブ	ヤマオカ タカシ セミナー
名古屋商科大学	商学部	山岡 隆志 セミナー

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）
コンプラス	イトウ アズミ	3
コンプラス	伊藤 安津美	

研究テーマ（発表タイトル）

なぜ、親しくないとオープンカフェに行かないのか？
～心理と空間の関係から実証分析する～

1. 研究概要（目的・狙いなど）

親しくない人とは、オープンカフェを利用したくないという意見が多いが、その理由は「あやふや」である。
今回、その理由を「心理学的」側面と「環境的」側面から分析を行い、どのような理由が挙げられるのかを明らかにする。

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）

運用・利用仕方：屋外席利用の最も大きな理由は「店内の席数が十分でない」そういった理由で始まった屋外の利用が「開放的だから」「気持ちがいいから」といった理由で客の好評を博し、積極的に外に座る客が多くなった、と Gaku INOUE , Mio SUZUKI ,Jorge ALMAZAN (2013)は論じている。
しかし、屋外利用客の関係性などの調査は行われていない。
そのため、屋外利用客の関係性（親密さ）を軸にオープンカフェの調査・分析を私たちのチームは行う。

3. 研究テーマの課題

「親しくない人とは基本的には出かけたくない」という考え方は、根本的に日本人は多くのが思うことである。
私生活を思い返してみると、プライベートでは特に「親しくなってから」でないと一緒に出かけることすらしないことに気づく。
また、ビジネス的な目線になると、「親しさ」ももちろん重要となってくるが、ビジネス上の付き合いとして初対面の人とも会う機会は増えてくるだろう。
私たちのテーマは、日本人的な発想ではあるものの、「親しくない人とテラス席のカフェを利用する」という日常的にあまり経験するものではないため、調査には少し困難である面も考えられる。しかし、「行きたくない」と感じる要因を改善すれば、より良いサービスやより良い顧客体験につなぐことができるのではないだろうか。
また、「親しくない人とでも利用したい」と感じられるようになれば、新たなビジネスチャンスの創造にもつながるのではないかと考える。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

仮説

1：周りから逸脱したくないため

▷心理学の「**フォールス・コンセンサス**や**同調**」が理論として当てはまるのでは？

▷親しくない人との利用＝不安要素
「自分たちがどう見られるのか」や「周りはどうしているのか」も、不安要素として追加されるため、利用したくないのでは？

みんなと同じ行動をしたい…！
(日本人特有な考え方)



仮説

2：カフェには清潔感を求めるため、外は「汚いのでは？」と感じるため

▷マーケティングの「**ハロー効果**」が理論として当てはまる。

▷オープンカフェ自体が持つ環境要因によりマイナスに働きやすくなるのでは？
→天候・気温・衛生面など

外は嫌だから、テラス席も嫌…



仮説

3：テラス席だと見られる視線が多くなる。
＝視線が多い場所に行くにより緊張・不安になるため

▷心理学の「**全般性不安**」が理論として当てはまる。

▷あらゆる対象に向けられた視線が不安感を増し、日常の些細なことが心配の対象になる。
親しくない人との場合、さらに不安感が過剰になってしまうのでは？

人に見られるのは嫌だなあ…



仮説

4：テラス席＝オシャレが非日常的であり、親しくない人とはその環境には行きたがらない

▷心理学の「**精神分析**」が理論として当てはまる。

▷オープンカフェ＝非日常的な空間
非日常空間は 存在を尊重する場・自身の感情が重要である。
親しくない人の場合、「行為の結果＞存在を尊重」となるのでは？

親しくない人とオシャレな場に行くにはちょっと…



親しくない人とオープンカフェに行かない理由を、事前調査インタビューや参考文献などをもとに 4 つの仮説で証明する。

1. 周囲から逸脱したくないため。
2. カフェには清潔感を求めるため、外は「汚い」と感じるため。
3. テラス席の場合、見られる視線も多くなり、より不安感や緊張が増幅するため。
4. テラス席はおしゃれな空間で非日常的あり、親しくない人と利用するには抵抗感があるため。

この仮説にはそれぞれ、心理学やマーケティングの理論が当てはまるのではないかと考えており、この仮説を証明するために Google フォームによる調査を実施し、そのデータをもとにノンパラメトリックの多重比較の「ウィルコソンの順位和検定」による分析を行う。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

仮説の証明のために 16 歳～80 歳の男女 110 人を対象に Google フォームを利用して、全 27 項目のアンケートを実施した。

アンケートは、セクションごとにそれぞれの仮説証明ができるような質問項目となるようにし、7 段階評価(リッカート尺度(7 件法))で、「親しくない人と利用するとしたら」と仮定をして回答を募った。第 1 セクションでは年齢・性別、第 2 セクションでは、仮説 1 の証明アンケートを、心理学の同調や社会的自尊心の内容を、黒田 香(1993)の研究内のアンケートを参考に作成した。第 3 セクションでは、仮説 2・3 の証明アンケートを、オープンカフェについての様々な要因や内容を、木下 真紀子(2004)の研究

内のアンケートを参考に作成し、第4セクションでは仮説4の証明アンケートを、非日常的な考え方を田原 万友美(1998)の研究内のアンケートを参考に作成した。最後の第5セクションでは、「テラス席に座るなら、親しい人、親しくない人、どちらと座りますか」とテーマの内容を訪ねた。

その後、SPSSを用いてノンパラメトリックの多重比較を行い、帰無仮説が棄却されるか否かを調査した。因子は第5セクションの質問項目としたため、「親しい人」「親しくない人」の2群で分析を行なった。

6. 結果や今後の取り組み

分析結果として、9項目のアンケートの内容が支持された。

それらの項目から共通して、周囲の人の目が気になる点、気温や虫などの環境要因からの影響が大きい点、テラス席があること自体はあまり影響せず、こちらでも周りからの視線が気になることが判明した。

つまり、「親しくない人」とテラス席を利用しようとした場合、「周りからの視線」が最も利用したくない理由として挙げられる。

学術貢献としては、学術的に、屋外利用客の関係性などの調査は行われていなかったが心理と空間から屋内と屋外の選好性の違いを明らかにしたことは学術的に世界初であると言える。

実務貢献としては、テラス席は親しい人と利用することがわかったため、Instagramやキャンペーンを利用したオープンカフェのコミュニケーション戦略を提案する。

同時にその点が最も大きな問題となっていることが明確となったためこれらの持つ、より詳しい要因などはどのようなものなのかを検討していきたいと考えている。

7. 参考文献

- ・木下 真紀子 (2004)「オープンカフェの魅力に関する研究」交通工学 39(6) p.45～50
- ・Tahara Mayumi Tamura Toshiaki(1998), "A Basic Research of Specific Characteristics in Psychological Effect of Unusual Space", Jaapannaesneese Society for the Scientific Study of Deesisgngn, 154-155.
- ・黒田 香 (1993)「多数派への同調に対する自己意識と自尊心の影響」The Japanese Journal of Psychology 1993, Vol.63, No. 6, 379-387.
- ・Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. Journal of Consumer Psychology, 12, 163-176.
- ・Zajonc, Robert (1965), "Social Facilitation," Science, 149 (3681), 269-74.
- ・Martz, John M., Julie Verette, Ximena B. Arriaga, Linda F. Slovik, Chante L. Cox, and Caryl E. Rusbult (1998), "Positive Illusion in Close Relationships," Personal Relationships, 5 (2), 159-82.
- ・遠山孝司, 小塩真司, 内田敏夫, 西口利文(2006) : パーソナルスペースに影響を及ぼす要因の検討—身長、アイコンタクト、向性に注目して—, 中部大学人文学部研究論集, No. 16, pp. 1-14.
- ・前田 薫子, 姜 景霞, 浅田晴之, 西出和彦(2006) : オフィスレイアウトと他者の存在・視線の影響に関する考察—大規模無柱空間における実験的研究—, 日本建築学会計画系論文集, No. 607, pp. 49-55.
- ・Diener, E., & Seligman, M. E. 2002. Very happy people. Psychological Science, 13: 81-84.
- ・Vaillant, G. E. 2002. Aging well: Surprising guideposts to a happier life from the landmark Harvard study of adult development. Little, Brown and Company.
- ・堀口雄嗣, 金澤成保(1988)「神社と盛り場空間の関連性」第31回日本都市計画学会学術研究論文集, 271-276.
- ・K.リンチ(1968): 都市のイメージ: 岩波書店, 7-9. など(書ききれなかったため省略、発表スライドには記載)

● 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。

●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）

仮説検証

1：周りから逸脱したくないため

▷親しい人・親しくない人との差として、周囲の人の「目」が気になる
＝心理的なものではなく、外部要因が影響することが判明した

2：カフェには清潔感を求めるため、外は「汚いのでは？」と感じるため
3：テラス席だと見られる視線が多くなる。
＝視線が多い場所に行くことより緊張・不安になるため

▷親しい人・親しくない人との差として、環境要因は影響が大きい
＝虫・（通行人に見られるので）目立つ/恥ずかしい/落ち着かない

4：テラス席=オシャレが非日常的であり、親しくない人とはその環境には行きたがらない

▷親しい人・親しくない人との差として、街にテラス席があるということは影響が小さい
＝周りからの視線は感じる・非日常的には感じる

学術貢献

学術的に、屋外利用客の関係性などの調査は行われていなかった。

今回

屋外利用客の関係性（親密さ）を軸にオープンカフェの調査・分析を行った。

心理と空間から屋内と屋外の選好性の違いを明らかにしたことは学術的に世界初であると言える。

実務貢献

オープンカフェは親しい人とは行くことが支持されたため、
オープンカフェのコミュニケーション戦略を提案

■Instagram

2人のツーショットをお店の情報と共にInstagramにアップ

➡ アップしてくれた人に「割引」「特典」をつける

■待ち時間

相手のことをどれだけ知っているかを試すクイズ

（例）質問1～5の中で一つ選んで相手に質問し、答えがあていたら

「割引」「特典」プレゼンとする

質問①相手が好きな食べ物は？など・・・

【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↑