

2011年度地域プロジェクト発表祭 「ドトール・プロジェクト」 2012年2月9日(木)

多摩大学 経営情報学部
酒井麻衣子ゼミナール

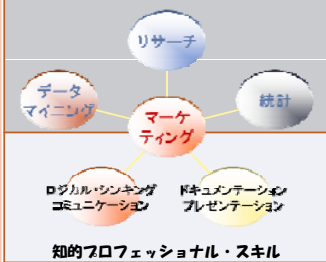
目次

- ・酒井ゼミの紹介 — 3
- ・ドトール・プロジェクト概要
 - ・体制 — 4
 - ・概要 — 5
 - ・スケジュール — 6
 - ・全6テーマ — 7
 - ・地域プロジェクト班の背景と目的 — 8
- ・C班 成果報告会資料(抜粋) — 9~20
- ・D班 成果報告会資料(抜粋) — 21~32

酒井ゼミの紹介

ビジネスの現場でデータに基づいた
判断・企画・実践ができる人材を目指す

マーケティング・データ分析



人数構成:
40名(男性29名、女性11名)
・4年生 11名
・3年生 13名
・2年生 16名

特徴:実業界とのつながり
・企業との共同研究プロジェクト
・企業人の前でのプレゼン 等

知的プロフェッショナル・スキル

プロジェクト体制



ドトールコーヒー(株)様
カルチャー・コンビニエンス・クラブ(株)様
多摩大学酒井ゼミ
の3者による
共同研究プロジェクト

プロジェクトの概要

研究目的

ドトールコーヒーショップにおける
マーケティング施策提案

現状把握 & 課題の洗い出し

調査・フィールドワーク等

施策の提案

多摩大学 経営情報学部 酒井ゼミ所属の
2年生・3年生 29名の6チームが
2011年度合同ゼミ・ホームゼミの
課題プロジェクトとして取り組む

プロジェクトのスケジュール(1年間)

- 4~5月
 - ・キックオフ説明会(事業解説、質疑応答)(2011/4/20@CCC様)
 - ・業界理解、二次データの収集、研究テーマ案の作成
- 6月
 - ・研究テーマ案の提出→フィードバックを受けテーマを選定
 - ・最終6テーマの確定、研究計画書の提出
- 7~9月
 - ・フィールドワーク、各種調査、分析等の実施
 - ・中間報告会(2011/9/27@ドトールコーヒー様)
- 10~12月
 - ・施策提案に向けての調査・研究の継続
- 1~2月
 - ・提案の具体化
 - ・成果報告会(2012/2/2@ドトールコーヒー様)

地域プロジェクト発表祭【本日】

ドトール・プロジェクト 全6テーマ

- A班:『ホスピタリティのあるサービスでお客様の感動を呼ぶサービスを提供しよう』
- B班:『コーヒーを飲みたくなる瞬間を探る』
- C班:『**地域密着型カフェの提案**』
- D班:『**シニア層の地域コミュニティとしてのドトール**』
- E班:『夜のプチ贅沢』
- F班:『子供連れ女性の来客数増加』

地域プロジェクト
として活動

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

7

地域プロジェクト班の背景と目的

ドトールコーヒーショップの売上向上のための
具体的な施策案の提案

C班:コーヒーショップの利用者はほとんどが地元、チェーン展開による「こだわり」のなさ
→地域に貢献し、地域の利用者を呼び込む「地域密着型カフェ」

D班:「無縁社会」問題、シニア層の取り込み不足
→シニア層に交流の場を提供する「地域コミュニティとしてのドトール」

最終的なアウトプット

C班:各地域のドトールコーヒーショップにあった
地域貢献活動の導き方の提案

D班:ドトールコーヒーショップをシニア層の
コミュニケーションのきっかけづくりの場とする提案

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

8

C班活動内容

9

背景

2次データより
ドトールにない印象
「こだわり」「サービス」

ドトールの地域・
社会貢献活動への関心

ドトールにない印象を改善するため、
企業が関心を持つ地域貢献活動を
強化して地域に対するこだわり、
サービスを提供することで、
今まで以上の利用を促す。

地域密着カフェの提案
そこで「**LSM**」を用いる

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

10

LSMとは・・・

LSMとは「Local Store Marketing」
⇒地域に基づいた個店ごとのマーケティングのこと

例えば・・・

- ・クリーンパトロール
- ・**職場体験**
- ・スタンダラリー
- ・**子供110番の家**
- ・**口蹄疫や震災への募金**
- ・帰宅困難者の受け入れ
- ・**地域清掃**
- ・**ビールのセミナー**
- ・ゴルフ大会の主催
- ・出張教室 etc...

個店活動に着目

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

11

企業が行っているLSM活動の分類

エコ活動系

- ・クリーンパトロールや地域清掃など、清潔さを求めた活動

企業活動系

- ・工場見学や職場体験など、仕事内容や作業の様子を参加者に体験してもらう活動

イベント系

- ・イベントを主催して参加者に楽しんでもらう活動

ボランティア系

- ・募金、千羽鶴の作成、障がい者や病気の子供の支援など、内容の幅広い活動

セミナー系

- ・製品の情報などを知ってもらう活動(ドトールでいえば作法や豆の種類など)

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

12

LSM活動を各店舗で行う

個別の地域にあわせた活動を探し出すために

店舗内・外の環境を知る

お店の方針を知る

3つの調査を行う
(店内調査、
フィールドワーク、
店長へのヒアリング)

「LSM活動特定ツール」を活用し、
調査結果を各LSM活動に当てはめる。

地域密着への近道！

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

13

LSM活動特定ツール

		エコ	企業活動	ボランティア	イベント	セミナー
1. 店舗の広さ	広い	○		○	○	
	狭い		○	○	○	○
2. かけられるお金	多い	○	○	○	○	○
	少ない					
3. 人手	有	○	○	○	○	○
	無					
4. 行動力	有	○	○	○	○	○
	無					
5. アクセス	容易		○			○
	困難					
6. 人通り	多い		○	○		
	少ない					
7. 顧客へのアプローチ	直接的		○		○	○
	間接的					
8. 店舗周辺のゴミ	多い	○				
	少ない					
9. 地域でクリーン/トロール	行っている	○				
	行っていない					
10. 地域のエコ活動への意識	高い		○			
	低い					
11. 周辺でのイベント	有				○	
	無					
12. 現状の顧客数	多い				○	
	少ない					
13. 周辺のお店と関わり	強い	○			○	
	弱い					
14. 知識を持ったスタッフ	いる					○
	いない					
15. 周辺に学校などの施設	有	○	○		○	
	無		○			

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

14

特定ツールの見方

店舗、街の特徴
特定ツール

		エコ	企業活動	ボランティア	イベント	セミナー
1. 店舗の広さ	広い	○		○	○	
	狭い		○	○	○	○
2. かけられるお金	多い	○	○	○	○	○
	少ない					
3. 人手	有	○	○	○	○	○
	無					
4. 行動力	有	○	○	○	○	○
	無					

エコ・企業活動・ボランティア・イベント・セミナー
各項目の合計を数え、多いものが実行条件の整った活動

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

15

調査の概要

店内調査

実施日時 平日: 2011年8月7日(日) 8:00~21:00
休日: 2011年8月10日(水) 7:00~22:00

実施店舗 DCS町田駅前店
入口、B1、1F、2F ※3Fは除く

調査内容 ①来店者数のカウント(入口)
②観察調査(B1、1F、2F)

サンプル数 715サンプル

フィールドワーク

実施日時 2011年11月23日

実施範囲 町田トールから半径約1キロ以内

調査内容 ごみがあるかどうか、町田を歩く人の年齢層(体感)、
街の雰囲気、110番の家がどれほどあるかなど

ヒアリング調査

実施日時 2011年11月

実施方法 メールによる質問紙調査

調査内容 全6問
(店の方針、店から見た街の印象、誇りなど・・・)

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

16

調査結果

店内調査

おもな顧客性別

性別は男女関係なく利用している

時間帯別

平日・休日共に朝は男性が多く、
日中は女性が多い

顧客年齢層

30代~50代の男女が多い

利用目的

個人の空間として
利用している人が多い

フィールドワーク

人通り

町田駅の周りは人が多く賑わっているが、
近くにある住宅街は全く別の場所のように人気がなく、
人通りが少なかった

ゴミがあるか

人が多い印象があるため汚れているかと思っただが、
駅付近と住宅街ともにゴミは少なく綺麗だった

街の雰囲気

若者向けの店が並ぶ中に年齢向けの店が散在していた
また、110番の通報ができる街灯や監視カメラなどが適に多く設置しており、危険な街なのかと感じた

ヒアリング調査

【個店活動】チェーン店なので、独自活動なし 【町の印象】老若男女が混在。イベントが多い。
【方針】顧客満足度を高めようとしている 【変わったこと】流動が変化する
【店舗の良いところ】立地のよさ 【店の誇り】優秀なスタッフ
【店舗の悪いところ】店舗の内装 【地域密着はあるか】ない
【特徴】4フロアでいつでも利用可 【来店者の特徴】朝は高齢者、夕方は若年層

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

17

調査結果を当てはめる

3つの調査の結果を特定ツールに当てはめる

		エコ	企業活動	ボランティア	イベント	セミナー
1. 店舗の広さ	広い	○		○	○	
	狭い		○	○	○	○
2. かけられるお金	多い	○	○	○	○	○
	少ない					
3. 人手	有	○	○	○	○	○
	無					
4. 行動力	有	○	○	○	○	○
	無					
5. アクセス	容易		○			○
	困難					
6. 人通り	多い		○	○		○
	少ない					
7. 顧客へのアプローチ	直接的		○		○	○
	間接的					

2012/2/9

地域プロジェクト発表祭

18

調査結果を当てはめる

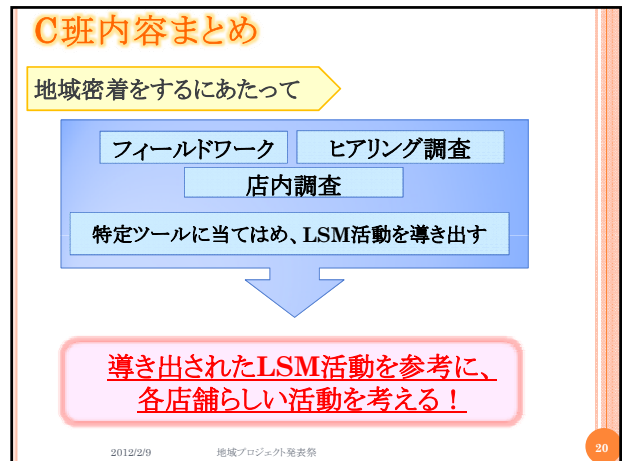
3つの調査の結果を特定ツールに当てはめる

8. 店舗周辺のゴミ	多い	○			
	少ない				
9. 地域でクリーンパトロール	行っている	○			
	行っていない				
10. 地域のエコ活動への意識	高い				
	低い	○			
11. 周辺でのイベント	有				○
	無				
12. 現状の顧客数	多い				○
	少ない				
13. 周辺のお店と関わり	欲しい	○			○
	欲しくない				
14. 知識を持ったスタッフ	いる				○
	いない				
15. 周辺に学校などの施設	有	○	○	○	○
	無		○		

集計結果

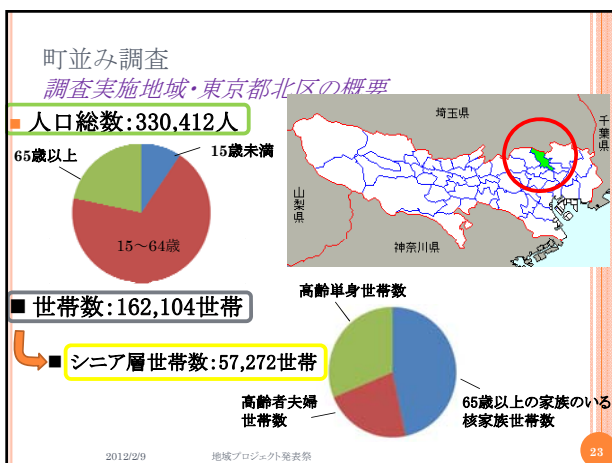
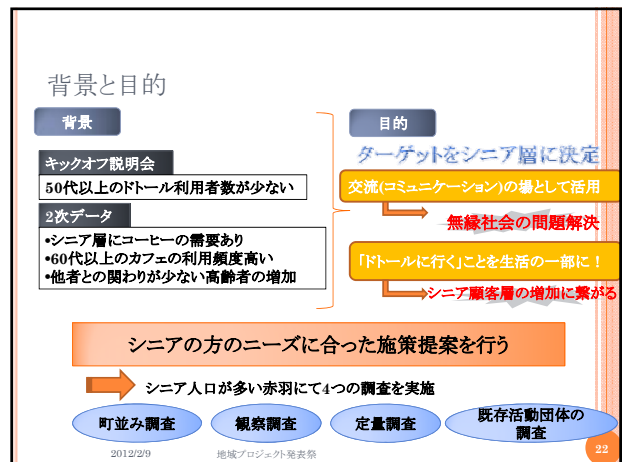
エコ	6個	ボランティア	5個
イベント	7個	セミナー	8個
		企業活動	6個

2012/2/9 地域プロジェクト発表表 19



D班活動内容

21



- ### 観察調査概要
- 調査目的
- シニアの方がどのような目的でドトールを利用しているのか、利用実態を把握する
- 調査概要
- 実施日時: 2011年9月2日(金)・3日(土) 8時~11時、12時~15時、16時~19時
 - 実施場所: ドトールアルカード赤羽店
 - 調査方法: 店頭観察調査
 - 調査対象: 店舗利用者(社会人・シニア層中心※対象者はランダムに抽出)
 - サンプル数: 361組
- 調査内容
- 来店人数/性別(何人で来店したかとその性別)
 - 誰と来ているのか(どのようなグループでドトールを利用しているか)
 - 年代(ドトール利用コア層である社会人と、テーマ対象者であるシニア層)
 - 注文したものの(何を購入したのか)
 - 服装(持ち物)どのような人が利用しているか、来店前にどこに立ち寄ったか)
 - 滞在時間(席に着いてから退席までの時間)
- 2012/2/9 地域プロジェクト発表表 24

定量調査概要

調査目的

観察調査ではわからなかったシニアの方のドールの利用実態、地域活動団体への関心、ライフスタイルを明らかにする

調査概要

- 実施日時: 2011年12月12(月)・13(火)10時~17時
- 実施場所: ドールアルカード赤羽店
- 調査方法: アンケートによる定量調査
- 調査対象: 店舗利用者(シニア層中心)
- 目標サンプル数: 200枚
- 回収数: 81枚

調査内容

- ドールの利用実態について(利用相手、利用目的など)
 - 地域の方との交流について(交流に関心があるか)
 - 地域の活動団体について(活動団体への所属有無、関心について)
 - ライフスタイルについて(平日・そして休日をもとに過ごしているか)
- ※使用した調査票は付録に添付

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

25



ヒアリング調査概要

調査目的

北区で活動している活動団体の活動経緯及び、現状を明らかにし、シニアの方の潜在的なニーズを探る

調査概要

- 実施日時: 2012年1月19日(木) 13:00~14:30
- 実施場所: 「北区区役所健康福祉部 健康いきがき課」(東京都北区王子本町1-4-11)
- 調査手法: ヒアリング

調査内容

- 北区の活動団体の仕組みや現状はどうなっているのか
- 団体に所属している、またはしたいと考えているシニアの方の現状はどうか
- コミュニケーションをとることへのシニアの方の意識はどうか

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

26



観察調査・定量調査結果

春学期の観察調査

- 一人で利用している人が多い
- 時間つぶし目的で利用
- 平均滞在時間が40~50分と長い
- 店舗内で一部交流が見られる

秋学期の質問紙調査

利用について

- 一人、または友人との利用が多い
- 休憩やおしゃべり目的で来店している
- 滞在時間が長い

交流について

- 地域の同年代との交流への関心が強い
- 席の隣同士で交流がある
- 地域の活動団体・交流団体へ興味を持っている人が多い
- 地域のイベントや活動団体への関心が強く、地域を知りたいと思っている

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

27

既存活動団体へのヒアリング調査結果

> 団体発足のきっかけは講座等の参加から

「北区ニュース」にて活動団体発足のきっかけとなる講座、講演会を案内
→参加者がその場で趣味等を共有し、活動団体へと発展、知り合いに声を掛けて発展していく
しかし、講座案内については見えてもらえていないという現状

> 既存の活動団体はこれ以上拡大したくない

現在の規模に満足しているため、これ以上所属者は増やしたくないという現状
→活動団体に関心がある人は自分達で新たに活動団体を発足しなければならない

> 店員と仲良くなることはシニアの方にとって嬉しいこと!

よく利用する店の店員と仲良くなれることは、シニアの方にとって嬉しいことであり、メンタル面でも非常に良い作用をもたらす
→お店で店員や利用者とのコミュニケーションがとれることは嬉しいこと

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

28



仮説

調査結果から

観察調査: ドールをコミュニケーションや情報提供の場として利用可能
定量調査: 地域の方との交流の関心が高い
地域イベントや活動団体について知りたいと考えている
ヒアリング調査: 活動団体の発足が上手くいっていない
店員と仲良くなれることは嬉しい

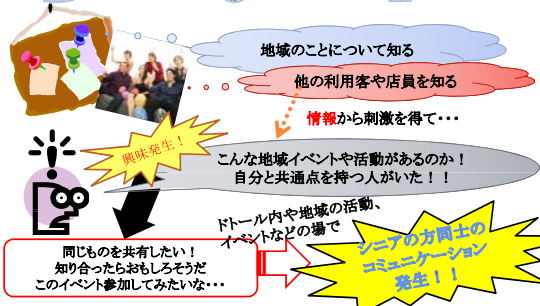
シニアの方が求める情報や交流の場をドールで提供すれば、さらにドールを利用してもらえるのでは?

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

29



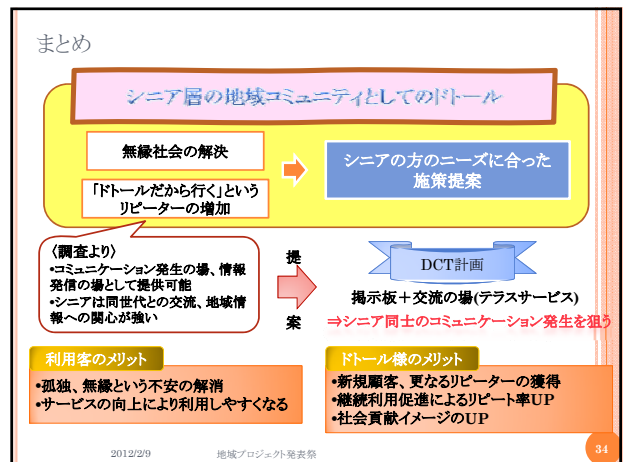
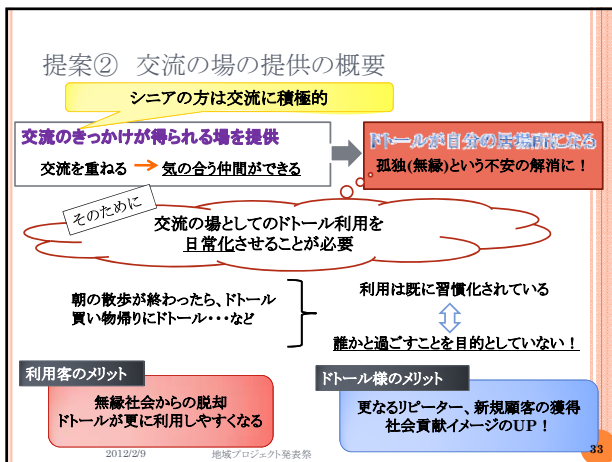
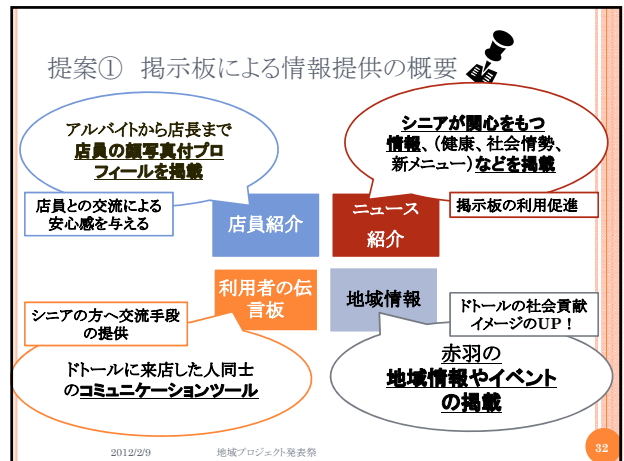
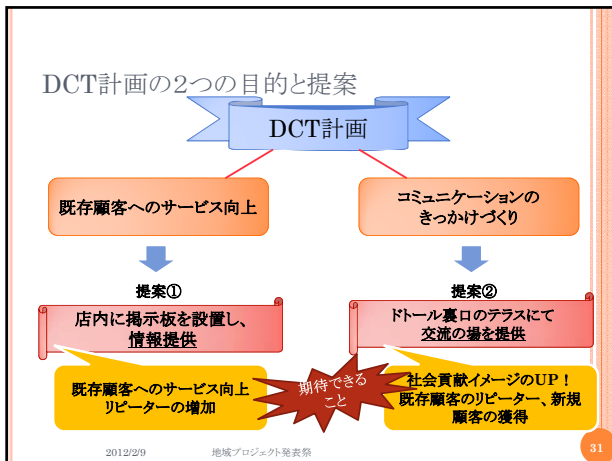
ドール・コミュニケーション・ツール化計画



利用者や店員について、地域のイベント情報を提供しドール自体をコミュニケーションのツールとする!

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭

30



プロジェクトを通して学んだ事

- 企業にとってのメリットと消費者にとってのメリットが異なったため、合致させることの難しさを感じた。
- フィールドワークを行う中で、様々な事態への適応能力と行動力が身についた。
- 現場での調査で予想とは違った結果が出てきたため、実際に現場へ足を運ぶことの重要性を再確認した。

2012/2/9 地域プロジェクト発表祭 35



出典・参考

・「総務省統計データ」

<http://www.soumu.go.jp/>

・「街よ！元気になるれ」

出版：北区まちづくり公社

・「TOKYO 2011北区時間 このまちを満喫せよ！」

出版：東京商工会議所北支部

・「GFシニアマーケティング.com」

<http://www.senior-promo.com/>

シニア世代の年齢ギャップに関する意識調査

－調査対象：GF電話調査モニター世帯

－調査方法：アウトバンドIVRによる電話調査

－調査時期：平成21年7月16日(木) 18:00～20:00

－接続件数：5,143件

－有効回答件数：1,340件