

第六期 第三回 np.広告学校 講義録

【米村クラス サンマルクカフェ】①

◆日時

2013年5月27日

◆出席者

で?、未満、滑舌、コゲ太、食い丸、おにぎり、ピロリ

小学生、安倍さん、世界の野糞、垢ブリ、センター、シカシカ、ホヘー、生徒14（女性7名男性7名）

+米村

米村：もう一回くらい小霜と二人でやろうかなと思ったんだけど、二回連続で小霜がたくさん話して「疲れたんで、次は一人でやってくれ」ってなったんで（笑）、今日からサンマルクカフェの課題を米村クラスとしてはじめることにします。

ここにみんなが出してくれた課題の出力があって、ほんとだったら一人ずつ発表してもらって、そこで意見交換しながら、「この辺かな」ってのを抽出していこうかなと思っていたんだけど、、、まだ発表するレベルのものがないように思ったので、もう一回みんなでプレストしながら、ストラテジーをするための理解を深めるっていう作業をしようかと。

このまえ小霜も言ってたけれど、例えばUSPというのは、どういう商品を見ても、「ここがユニーク」ってのは、いろんな側面であると思うんだけど、競合に対してどこがユニークなのか一言で書けてないと意味がない。ターゲットインサイトというものも、本当に深層心理としてそういうことを感じているのか、そこが都合のいいものに書かれていないか、ということを検証する必要がある。プロポジションも、「チョコクロを食べに来てください」とかが多かったけれど、それはただのセールストークであって、プロポジションでもなんでもない。

その辺が、この前みんな「分かりました」って言っていたけど。頭で分かっているけど、いざ自分でやろうと思うと難しい、ということだと思うので、もう一回そのあたりをちゃんとやろうと思う。

ストラテジーの部分は、本来ならストラテジックプランナーにきちっと構築してもらってプロポジションのボタンを受け、それをクリエイティブに落とし込むのが僕らの専門。

ただ、今はクリエイティブ職が、TVCMとか新聞広告とかポスターだけを作っていればいいという時代ではなくて、いろんなメディアで、その時その時のターゲットと、どういうチャネルを通してコミュニケーションすればいいかっていうところをゼロから考えないといけない時代。そういつたときストラテジーの部分を、100%人任せにするのではなく、専門的なストラテジックプランナーたちと意見交換しながら、その上でクリエイティブをやるというのが、僕らの仕事の流れになってきている。

今後、広告代理店で営業になる人もいるかもしれないし、メーカーのマーケティングをやる人もいるかもしれないし、コピーライターになる人もいるかもしれないし、デザイナーになる人もいるかもしれないけど、何をやるにしても、ストラテジーの部分というのは、違った関わり方かもしれないけど、考える力は絶対に必要。

営業が、得意先の接待ばかりしていればいい時代じゃない。戦略を考えるのも営業の仕事だったりする。なので、ある程度はどのような考え方をしたらいいかをこの一年間で獲得しておく、今後どんな役職についたとしても役立つと思うので、そこは丁寧にやっていきたい。

僕が「ストラテジー」を考えるにあたり、とても参考になったのは桶谷功さんの「インサイト」という本。2期前くらいに一度ゲストでここにも来てもらった。あそこの本棚に1冊あったんだけど、いろんな人が借りて、読んで、返して、とやっているうちに、いつの間にかなくなっちゃっているんで、今日はみんなに見せてあげられないんだけど。

是非それをまず読んでもらおうと、僕のここという話が半分で済むかもしれない。

(参考 桶谷功 「インサイト」 ダイヤモンド社)

そこ本に書いてある事で、ストラテジーで、書いてほしいことって、USP、ターゲット、ターゲットインサイトと、プロポジション。プロポジションを結論とっていたけど。これが一体それぞれ何なのか？というのが、分かっているようでわかっていない。これが成立しているかどうか確認するやり方として、

〇〇と知っている(感じている) ←ターゲットインサイト

〇〇な人々にとって、 ←ターゲット

◎◎は、 ←商品

〇〇なものである。 ←プロポジション

なぜなら〇〇は、

〇〇だからである。 ←U S P

こういう一つの文章にする。言葉つきの選び方によって、「てにをは」は変わってくるかもしれないけど。こういう文章になるかどうかを確認すると、戦略として一本筋が通っているかどうか確認できる。

戦略は、このまま世の中に出るものではないし、物事の考え方なので、ここにキッチリあてはめなくてもできるっちゃできるんだけど。でも、ここで学ぶ一つのやり方として、これに当てはめて考えるというのを身につければ、どんな場合にでも応用が効く。

大事なのがプロポジション。その商品やブランドがどういう事を、世の中に、ターゲットに、提案するのか。

この流れで書けない人が、今日の課題の段階でかなりいる。

プロポジションが無かったりとか、この前小霜があれだけ言ってたけど、U S Pがいっぱい書いてある人とか。そこらへんのところを、もう一回「どうなんだ」というのを考えていこうと思う。

確かに、サンマルクカフェは難しいと思う。みんなやってみて難しいなと思ったと思うけど。「どこが特徴なんだろう？」とか、「どこが競合と違う部分なのか？」とか。みんなイザやろうと思うと難しいなと思って、若干苦し紛れに書いているところもあると思う。

でも、これは課題案の候補をいっぱい出した中で、みんなで考えた課題であるとわけだから、みんなきっとサンマルクカフェに今の時代に提案性のある「何か」を感じたんだと思う。今きているかも、とか、今トレンドとして「スタバ」って言われるより、「マック」って言われるより、「サンマルクカフェ」というのが、新鮮な気がする、とか。それがなんなんだろう？というのを考える。

そこがつかみ切れていない気がする。

今日って司会者決まっている？

世界の野糞：僕が当番です。

米村：じゃあ世界の野糞が司会進行で、戦略をつくってみて。

まずは、競合とU S Pとインサイトを、いろいろみんなから意見募って、ここに書き出して行って、

A案B案、二つのストラテジーを21時までの間にいきつけるように、ディスカッションすることにして。僕が「発表に至らない感じがした」って言ったからあれだけど、逆に言うと自分が考えたものに自信があるんだったら、それを発表して、そのどこが良くないのかをはっきりさせないと勉強にならない。いろいろ考えたんだけど難しくて苦し紛れに出して、自分でもダメだと思っていますというのは発表する必要ない。人が言った意見についても、「自分ができてもないのに、人に意見を言うのはよくない」とは思わずに。ここでは思っていることを、忌憚なく意見を交換しよう。

世界の野糞：じゃあ、、、やりまーす（笑）

世界の野糞：参考までに、僕の案の良い悪いは置いといて、これを穴埋めするのがいいのでは？というのでお出しするんですが。

サンマルク ストラテジーA案	
カテゴリー	
競合	
USP	
ターゲット	
ターゲット インサイト	
プロポジション (結論)	

世界の野糞：この前小霜さんが言っていたことまんまなんですけど、このサンマルクカフェのカテゴリーは何だ、と。とすると、競合は何だ。競合と比較して強みはこうです。
ターゲットはこうで、インサイトはこうで、結論としてはこうですと。
これを埋めていけばいいと思うので、
まず「このカテゴリーは何か？」から埋めていけばいいのかな、と思います。

ホヘー：AとBは、Aからですか？

世界の野糞：Aで。

米村：いや、AもBもなく、いっぱい出して、そのなかで二つ残るかどうかがいい。

世界の野糞：まずカテゴリーですが、キリンNUDAの時は「炭酸飲料」というカテゴリーだったと思うんだけど、この場合は、カテゴリーは何でしょう？

ホヘー：カフェ

センター：カフェチェーン

安倍さん：パン屋さん

コゲ太：ファストフードにも近いかな、と思いました。

世界の野糞：一言でいうと、ファストフード。

センター：座れるところ

小学生：喫煙できるところ

米村：それはカテゴリーじゃなくてUSPになってくる。

世界の野糞：ちなみに僕はコーヒーチェーンと書いた。

たぶん、キリンNUDAでいうところの、競合にコーラが入らないようにしないといけないから、ファストフードだとちょっと広すぎるかな。

垢ブリ：ベーカリーカフェというのも考えたんですけど。競合にミスドとかあるかなと思って。神戸屋とかも。

世界の野糞：普通に考えると競合ってどこだろう？

ホヘー：スタバ、タリーズ、ドトール

で? : ヴィエドフランス。パン屋さんなんだけど、横で食べられる。

垢プリ : 喫茶店寄りとカフェ寄りがある。どっちかというとかフェ寄りが競合。コメダコーヒー、上島珈琲

世界の野糞 : コメダコーヒーはどっちに入る?

哲プリ : 喫茶の方。上島珈琲も。

センター : プロント

シカシカ : セガフレード

で? : エクセルシオール

小学生 : 喫茶系はコーヒーがメインで硬派な方、カフェはサイドメニューがある、という認識でいいか?

世界の野糞 : カテゴリーをファストフードにすると、競合にマクドナルドが入る。それは違う気がする。
キリンNUDAの例でいうと、コカコーラが競合に入らず、ウィルキンソンやペリエが入っていた。ファンタもCCレモンも入っていない。と考えると、カテゴリーを狭めて、競合も狭めた方がいい気がする。
そう考えると、カテゴリーってなんなんだろう?

ピロリ : コーヒーチェーン、カフェチェーンなのではないでしょうか?

米村 : コーヒーチェーンとカフェチェーンは違う?

ピロリ : 同じだと思う。調べたところ、サンマルクカフェはセルフ式コーヒーチェーンと言うらしい。

センター : 形式的にはなまるうどん的な・・・(笑)

(一同笑い)

世界の野糞：ルノールは違う、ということですね。

世界の野糞：競合は、スタバ、タリーズ、エクセルシオール、セガフレード、ヴィエドフランス、あとカフェドクリエもそうですね。

ホヘー：カフェヴェローチェ

世界の野糞：カテゴリーはカフェチェーンで、競合はこういったところ。他ありますか？

ではU S Pに行きましょうか。

垢ブリ：カテゴリーとして、もう少し可能性はないですかね？

パンで勝負するかコーヒーで勝負するかでカテゴリーが変わると思う。

世界の野糞：ミスドがカフェチェーンに入るということではないよね？

垢ブリ：ではないです。

カテゴリーとして軽いものを食べられるところとすれば、そこにミスドが入ってきます。その中ではコーヒーが強みになりますよね、ということなのですが。

世界の野糞：仮にミスドを入れるとすると、カテゴリーはなんになる？

垢ブリ：スタバは競合じゃなくなる。

ホヘー：スタバは競合じゃなくなるんですか？

世界の野糞：一回順目で考えていこう。U S Pは特徴ではない。優位点です。

米村：U S Pは、競合に対する相違点。競合としていないところではなくて、ここにはあるもの。

おにぎり：焼きたてのパンを提供している

コゲ太：コーヒーは注文してからつくる

小学生：ほかのところは違うんですか？

世界の野糞：ま、一回出してみようか。

安倍さん：もともとパンレストランの系列でやってた会社のパンが食べられる。
だからパン作りのノウハウがある。

米村：パンの専門家？

センター：遠赤外線効果を発する究極のオーブンを有する。

米村：それはどういうことなんだ？

センター：パンが美味しい。パンを美味しく作ろうと研究した結果らしい。

おにぎり：持って帰って温めなおしても、パンの味が落ちないらしい

で？：デザートが 22 種類ある。お店によるけど、最大で 22 種類。

世界の野糞：焼きたての甘いパンであるチョコクロが食べられる。

ホヘー：サイドメニューが相対的に安い。

米村：メインメニューは何だ？

ホヘー：コーヒーと仮定。

食い丸：コーヒーとサイドメニューのセットメニューが安いって書いてありました。

滑舌：ポイントカードがある。

哲ブリ：ドトールにもあるよ

世界の野糞：一回出しましょう

安倍さん：100円台で喫煙できる。コーヒーの価格が180円~だから。

未満：パンの種類が多い

おにぎり：チョコクロを手土産として販売している

滑舌：ヴィエドフランスとかぶるんですけど、自分でパンをとれる

食い丸：お店の構造はなし？

世界の野糞：一回出しちゃった方がいい。

食い丸：コンセントを使える

哲ブリ：焼きたてのパンの甘いにおいがする。僕、京都に住んでたんですけど、京都のお店は入口が空いていて、焼きたてのにおいがしていた。

食い丸：椅子がアンティーク調で、他のところよりフカフカ。

世界の野糞：じゃあこのくらいで検証してみましようか。

カテゴリーはカフェチェーンで、競合はこういったところ（ドトール、スタバ等）。競合になくてここにしかないのは何？という視点でみると、結構消せちゃうんですね。「焼き立て」でみると、ドトールも焼きたて。プロントも焼きたてだよ。

ピロリ：ドトールの焼きたてと、ここの焼きたては一緒ですか？

垢ブリ：焼きたてって書かない方がいい？

世界の野糞：差異になる焼きたてであれば、USPになりそう。

ピロリ：ドトールって焼きたてなの？

で？：生地から焼いているかどうかでちがうんじゃないか。

おにぎり：私はそういう意味で書いた。たぶんU S Pはそこだけだと思う。

世界の野糞：なるほど。としたときに、ヴィエドフランスはどう？ここもおんなじ。ちなみに、コーヒーは注文してからつくる。これはスタバもそうだよね。

コゲ太：それでなんですけど、お客様からオーダーを入れてから豆を引いて抽出というのは、セルフスタイルのショップではサンマルクが初めて導入したようです。だから「さきがけ」というのもあるんじゃないでしょうか？

垢ブリ：豆をひくでもいろいろあるはず。コーヒーの淹れ方を細分化していくと、なにかあるのかもしれない。

世界の野糞：「そういうののさきがけ」というのが、U S Pになるかどうか？という話ですね。

世界の野糞：パンの専門家。これはそうだよ。でもヴィエドフランスも一緒。

安倍さん：カフェでいうと他にはないけど、ヴィエドフランスとはかなり近い。

世界の野糞：遠赤外線を発する究極のオーブンで焼いたパンを食べられる、は？これって多分、この前のソニーの事例と同じ。ソニーは「ダブルデータベース」って言ってるけど、それと同じようなのがレグザにもシャープにもあるよね、という話に近い。

垢ブリ：証拠の部分ですよ。

世界の野糞：デザートがマックス2種類ある、は？

で？：お店にもよるが、デザートショーウィンドウがある。これはスタバにない。

世界の野糞：確かに。ヴィエドフランスにもないですね。

焼きたてのパン「チョコクロ」が食べられる、は？

哲プリ：そりゃそうだよね。チョコクロって言っちゃってるから。

世界の野糞：サイドメニューが相対的に安い。

哲プリ：一番安くないと意味ない気がする。

おにぎり：ヴェローチェとかめちゃくちゃ安い気がする。

世界の野糞：コーヒーとサイドメニューのセットが安い。これも一緒か。ポイントカードがある。これはドトールにもあるよね。

滑舌：でも、雨の日に二倍になりますよね

世界の野糞：1000円で喫煙できる、は？

シカシカ：ドトールとサンマルクのコーヒーっておんなじ値段だったと思う。

おにぎり：ヴェローチェの方が安い。

世界の野糞：パンの種類が多い、は？

これはヴィエドフランスもそうだし、むしろヴィエドフランスの方が多い。

チョコクロを手土産として販売している、は？

センター：ミスドみたいな、ちゃんと箱に入れてもらえるってのはあるとおもう。手土産用としてくれるっていうのは。

おにぎり：TVで、手土産のベスト20に入ったらしい。

米村：その分母はなんだろうね？

おにぎり：そこらへん調べてもあまり出てこなかったんですけど。「手土産で何が好きですか？」って聞いた結果だと思います。

米村：コンビニとかで買うのは手土産じゃないの？

おにぎり：うーん、ミスドとか入ってました。

世界の野糞：自分で好きなパンをとれる、は？これはヴィエドフランスもそう。

コンセントが使える、は？これは他でも使えますよね。

焼き立てのパンの甘いにおいがする、は？

垢ブリ：ヴィエドフランスってのを、今の今まで知らなかったんですけど。

世界の野糞：調べたところ、店舗数的には、サンマルクカフェの3分の1くらいの規模数らしい。サンマ

ルクは600店舗くらいで、ヴィエドフランスは200店舗くらい。

垢ブリ：ベーカリーカフェで店舗数が多いってのはUSPになるのか？

世界の野糞：店舗数が多いってのはUSPにならない気がする。

で？：地方に行くと店舗が少ないから、USPとしてはあまり良くないと思う。

世界の野糞：椅子がふかふか、は？これは他の店舗もそうだよな。

そうすると、丸が付いているあたりがなんとなくUSPになる気がしますが、どうでしょう？

センター：ポイントカードは入れているんですかね？ちょっとUSPとして寂しい気がする。

垢ブリ：事実としてあるなら・・・

世界の野糞：インサイトと紐づけてから考えた方がいいかも。気持ちは分かるけど（笑）

おにぎり：デザートメニューがあるところとないところがある。パンしかない店もある。

世界の野糞：絶対あるのってなんなんだろう？

センター：チョコクロとコーヒー。

おにぎり：チョコクロしか売ってないお店もあるらしい。

米村：ヴィエドフランスってどういうパンがあるの？

世界の野糞：普通のパン屋さんですね。あんパンもあるし、カツサンドもあるし。

米村：カツサンドもあるの？フランスっぽくないね。

世界の野糞：カツサンド言いすぎかも（笑） ベーコンエピとかクロワッサンとか。

おにぎり：ふつうのパン屋さんにカフェスペースがあるような。

垢ブリ：サンマルクカフェは、パンを食べることを前提としたコーヒーにしているらしい。

で？：期間限定チョコクロがある。

世界の野糞：僕も悩んだんだけど、「チョコクロがある」ってのはU S Pにしちゃっていいのだろうか？

おにぎり：看板メニューがあるってことですかね？

ホヘー：文字通り、看板のメニューですもんね。

世界の野糞：例えば、スタバはラテという看板メニューがある。

ピロリ：ロゴにチョコクロが入っているから、当たり前だけど外せないのでは？

世界の野糞：ホームページ見たら、コーヒーを注文もらってから抽出します、ってのとパンが焼きたての話があった。そこらへんなのかなと思うが。

米村：インサイトいってみようか。

世界の野糞：インサイトの話をするときって、とりあえずU S Pを決めておいた方がいいですか？

米村：行ったり来たりだよな。

世界の野糞：丸が付いているものに対するターゲットを考えてみる？

米村：みんながサンマルクカフェいいんじゃないかって、なんで思ったの？

自分ごととして考えて、自分もユーザーの一人と考えて、仕事モードにならないで、机上論にならないで、なんでこれが課題としていって思ったのか？自分の胸に手をあてて。サンマルクカフェについてはみんなもターゲットだと思うから。

世界の野糞：じゃあ、こういうターゲットがあるんじゃないか？とういのがあれば教えてください。

ホヘー：スタバに嫌悪感を抱いている人。カフェと言えばスタバ。スタバと言えばお洒落とか、そういうものに嫌悪感がある人。とりあえずスタバみたいなイメージに対して、ケツて思う人。

未満：小腹が空いている人。

米村：その人のインサイトは？

未満：おやつだと、「甘いものが食べたい」とか「ちょっと休憩したい」とか、そういうものだと思う。

おにぎり：カフェで何かを食べたい人。何かを食べながら休憩したい人。

コゲ太：対スタバになっちゃうかもしれないけど、あまり混んでるカフェに行きたくない人。

米村：ターゲットとターゲットインサイトは、セットで考えた方がいいと思う。

世界の野糞：あまり混んでいるカフェに行きたくない人の気持ちはどういうもの？

コゲ太：スタバとかドトールとかって、入れなかったり、時間がかかったりするけど、サンマルクは空いているから、すぐ入れる。

世界の野糞：すぐカフェに入りたい。ということ？

米村：インサイトは一言にしないとね。

で？：すぐ座りたい。

ホヘー：「座りたい」なのかな？カフェでは落ち着きたい。

世界の野糞：戻るけど、カフェで何かを食べながら休憩したい人の気持ちは？

垢ブリ：ターゲットとターゲットインサイトの次元が分からなくなってきた。

世界の野糞：ターゲットは、例えば「平日外でご飯を食べるOL」とかだよな？

垢ブリ：例えばそういう人が、インサイトとして「座りながら食べたい」となればじっくりくるけど、いま混ざってる。

で？：ターゲットを大学生にするとかダメですか？カフェで勉強している大学生。

世界の野糞：カフェで勉強している大学生。その人の気持ちは？

で？：安く長居したい。スタバだと回転率を重視しているというのもあり、長居出来ない。

おにぎり：ご飯食べながら長居したい。ご飯というか、おなかに入るもの。

ホヘー：そういうのだと、僕が受験生の時、喫茶店じゃなくてファミレスに行った。

米村：「落ち着きたい。」はインサイトではなく「落ち着ける場所がない。」というのがインサイト。

カフェで落ち着きたいとかさ、そこじゃなくて、「落ち着ける場所がない」という手前がある。インサイトはそっち。「落ち着きたい」だと、「落ち着けばいいじゃん」てなる。日ごろ、どういう思いがあるんだろう。スタバやルノアールじゃ落ち着けないのかな。

センター：さっきの、インサイトがターゲットになってるっていう話で言うと、スタバに嫌気がさしているのもインサイトっぽいです。スタバは恥ずかしいとか、構えちゃって入りづらいけど、サンマルクなら気軽に入れるという人もいるらしい。

米村：本当にそう？

センター：ツイッターで、2人見たんで・・・(笑)

垢プリ：スタバはサイズ表記が分かりにくかったりする。グランデとか。

世界の野糞：僕は、「ランチを外食する甘い物好きな女性」と書いた。

おにぎり：私は、「食べ物おいしいカフェに入りたい」というインサイトを書いた。

安倍さん：毎日習慣的に、けっこう沢山の種類のスイーツを食べたい。

未満：友達と一緒に出かけている女性。

インサイトが、「友達とゆっくり話したい」「甘いものを食べたい」。

米村：インサイトを考えるとき、まずは不満や満たされていない気持ちにフォーカスしてみる。

インサイトが「食べ物おいしいカフェに入りたい」なら「食べ物おいしいカフェ、サンマルクがありますよ」には直結するんだけど、それが分かっていたら行くわけで、今みつけないインサイトはその手前にあるもの。「食べ物おいしいカフェに入りたい」だったら、「カフェの食べ物はおいしくないなあ」とか。そっちにフォーカスをあてるべき。「ランチにスイーツは欠かせない」じゃなくて、どういう満たされていない思いがあるのか？

センター：ターゲットが、パン好きな人。インサイトが、カフェのパンはおいしくないとか、そういうことですよ？

おにぎり：カフェで休憩したい人のインサイトは、カフェのフードメニューはおいしくない。

米村：スタバのパン、美味しい？

センター：インサイトは不満と考えた方がいい？

米村：プロポジションってのは、今の世の中には顕在化はしていないけど、こういう商品があることで、あなたの生活がこういう風に好転しますよ、というもの。なので、通常、現状に対する不満とか、不便に思っていることとか、満たされていないこととか、こういうふうになる、というのがシンプルでわかりやすい。「〇〇したいと思っている」というのをインサイトにしていくのは良くない。

世界の野糞：カフェでコーヒーを飲む時も美味しいパンを食べたいなあ、というのはインサイトになりうる？

米村：その手前だと思うよ。さっきのだと「カフェのフードメニューはおいしくない」の方。

センター：その手前っていうのがつかめていないんですけど、慣れないうちは、不満で考えた方が、ズレずに行けそう。

米村：この前のNUDAの例で言うとなんだったけ？

世界の野糞：「たまには、ちょっと違ったハイボールを飲みたいなあ。」

米村：つまり、その手前にあるのは「割とありきたりのハイボールあきちゃったなあ」という思いだと思う。別に「あきちゃったなあ」と思っている人は、「違ったものを飲みたいなあ」とまでは思っていない。飽きちゃったから、ハイボールじゃないのを飲むという選択肢もあるかもしれないし。心理としては「あきちゃったなあ」どまりだと思うんだよね。

シカシカ：ターゲットは地方から旅行に来ている人。インサイトは、地方にカフェが少ない。

米村：それはちょっと難しい。なぜなら、旅行客に、「東京に来たらサンマルクカフェに来てください」という戦略になるでしょ？

シカシカ：僕は、チョコクロがお土産になるんじゃないかと思った。

米村：たくさんある中でどれが一番ビジネスチャンスになるか。を探すこと。

お土産にどうぞ？ってことだよな？ それは、すごくパイがちっちゃいと思う。この前も言っているけど、インサイトにしてもターゲットにしても、U S Pにしても、答えは1つじゃない。いくつかなかで、どこが一番ビジネスチャンスになるか。しかも、それを言うと、効果があるか？一番効果がありそうなところを探すこと。

お土産を買って田舎に帰る機会っていうのは、今回は違う。

世界の野糞：ヒントとして出ているのは、日々考えている不満をインサイトにするといいんじゃないかということ。「カフェのパンはおいしくない」というのが出ているが、ほかに不満系はない？

垢ブリ：どの店に入っているか、その決め手がない、というインサイトは？

その時のU S Pを「におい」としたんだけど。小腹が減っている人がターゲットで、インサイトは「決められないなあ」「どうしようかなあ」っていう迷い。

米村：小腹が減った時に、何を食べるか決められない、というのが日ごろ感じている不満ってこと？俺なんかは、カレー食いてーとか、甘いもん食いてーとか、割と明確だけどなあ。

ホヘー：コンビニはなんでダメなんですか？

垢ブリ：コンビニは食べ飽きたなあ、とか。

米村：インサイトで「カフェのパンは美味しくない」というのが出ているが、それとU S Pでつながるものはある？

世界の野糞：遠赤外線、、、ですかね。インサイトを「カフェのパンは美味しくない」としたときに、ターゲットはパンが好きな人？

ホヘー：なんか違和感を感じるんですけど。

で？：パンが好きならパン屋に行くんじゃないですか？

パンが好きな人とサンマルクというのは、すぐに結びつかないんじゃないか？

世界の野糞：仮に、普段結構な頻度でパン屋でパンを買って朝ごはんを食べている人がいて、その人が、

外出先で、お茶したいと思った時に、「どうせカフェのパン旨くないし、スタバでコーヒーだけ飲むか」って人なのかな？

おにぎり：パン好きな人って、どの程度の好きな人なんでしょうね？

コゲ太：朝ごはんがパン派の人というのは？

センター：僕もさっきパンが好きな人って言ってて、なんか違和感があったんですけど、間食としてパンを食べたい人というのをターゲットにした方がいいと思うんですけど。

世界の野糞：サンマルクの銀座店にお昼行ったんですけど、行列の人ほとんどが女性。何を買ってるのか見たら、海老カツサンドとチョコクロとコーヒー。要は、彼女達は昼食としてサンマルクを利用している。ということは、朝ごはんは分からないけど、昼ごはんとしてサンマルクに行く人はある程度いると思う。

米村：逆に言うと、どこから客を取ってくるんだろう？今どこにいる人に言うと、こっちに来てくれるか？その人がターゲットだよ。

世界の野糞：シンプルに考えると、競合を利用している人ですよ？スタバをランチ利用している人ってあんまないですよ？

安倍さん：スタバは高いし、ランチ利用している人少ないんじゃない？ランチで攻めるんだったら、普段はコンビニでご飯買ってる人なんじゃない？

おにぎり：私、けっこうタリーズとかドトールで昼ごはんたべる。予定の合間にご飯をすまさないといけないうち、コンビニで買っても食べる場所ないし。ただ、あまり美味しいとはおもっていません。

ホヘー：僕の勝手なイメージなんですけど、パンをランチで食べれる人って、ほぼ女性。だからターゲットは女性に絞っていいのではないかな。

世界の野糞：小腹が減っている人というのにしたら、男性も入るよね。

ホヘー：うーん、そんなパン食べるかなあ。

滑舌：間食だったら男性入りませんか？

ホヘー：そもそも自分でパンを買おうと思わない。

(一同笑い)

未満：調べてたら、男性はコーヒーチェーンを嫌う傾向があるらしい。セルフのコーヒーチェーンは、女性1人で入りやすいと思う。

センター：今って判断しない段階ですか？広げる段階？

世界の野糞：そろそろ時間なので、「なんとなくこのへんだよね」というところを、もうちょっとピシッと決めた方がイイと思う。としたときに、ターゲットって、パン好きな人でいいのか？この人は、何のためにパンを食べようとしてるのか？朝食、昼食、おやつ、夜食？

おにぎり：軽食って感じですよ。

センター：「パンがおいしくないなあ」って人は、エクセルシオールレジ横のドーナツとかを食べている人のイメージなので、間食かなあ。

世界の野糞：普段間食で、「おなかすいたなあ」って思ってサンマルクカフェに来る人って、どういう人？

シカシカ：コンビニだと座る場所がない、とかはインサイトに入るのか？

世界の野糞：競合は一回、ドトールやスタバにした方がいいと思うけど。ドトールなのかスタバなのかタリーズに行って、コーヒーと、なにか甘いものを食べている人。その人は、「カフェのパンは美味しくないなあ」と心の底では思っている。そんな人に対して、「サンマルクカフェは美味しいですよ、なぜならサンマルクカフェは生地からつくっている焼き立てのパンを提供していますからね」という。

米村：王道ストラテジーとしてはいいんじゃないかな？

世界の野糞：整理してみます。

カテゴリー：カフェチェーン

競合：ドトール、スタバ、タリーズなど

U S P：生地から焼いている焼き立てのパンを提供している。

ターゲット：間食を、カフェでとっている人

ターゲットインサイト：カフェのパンは美味しくないなあ

プロポジション（結論）：生地から焼いている焼き立てのパンを、間食に食べませんか？

米村：プロポジションはそこまでこと細かに書く必要ない。いま書かれているのはU S P。

垢ブリ：カフェでも美味しいパンを食べませんか？ですかね。

米村：さっきも書かれていたけれど、「パンの専門家」。要は、カフェ屋がやってるサイドメニューとしてのパンじゃなくて、もともとパン屋だったってことだよな？

カテゴリー：カフェチェーン

競合：ドトール、スタバ、タリーズなど

U S P：パン専門店のパンを提供している。

ターゲット：間食を、カフェでとっている人

ターゲットインサイト：カフェのパンは美味しくないなあ

プロポジション（結論）：パンの専門店がつくるパンを、カフェでも食べませんか？

世界の野糞：これがA案。疲れたー（笑）

（一同笑い）

世界の野糞：B案は、この中から作れるのかな？

米村：さっきミスドとか言ってたけど、そこから考えられないか？

おにぎり：私もB案はミスドを競合にしました。

世界の野糞：競合として、例えばミスドみたいなものも入る。

米村：もしかしたら、インサイトからの逆算で競合が見えてくるかもしれないよね。ミスドを競合と想定するときって、インサイトがあるからそう思うわけでしょ？

垢ブリ：サンマルクカフェを、コーヒー屋と見るかパン屋と見るかだと思う。パン屋だったらコーヒーが強いよね、という話かと。

世界の野糞：イトインできるパン屋が競合ということ？

垢ブリ：そう。ちょっと広げるとミスドも入る。軽食を食べられるところ、というカテゴリーかも。

米村：ミスドって言ったときに、甘いものってのは関係ある？

垢ブリ：関係あると思うが、甘くないものもサンマルクやミスドにはある。

センター：ミスドには冷麺とかもある。

世界の野糞：ミスド行く人って、大概是ドーナツ食べに来ている人だから、甘いものを食べに来ている、というふうにしていいんじゃない？

で？ クリスピードーナツも入るんじゃない？

ピロリ：甘いものをお土産出来るところ。

垢ブリ：どちらかというと、店内で食べるのを想定していた。

米村：どういうターゲット、ターゲットインサイトに対してのUSPだ、というふうに考えた方がいいよ。

おにぎり：私は、お土産を選ぶ人というターゲットにして、競合をクリスピードーナツとミスドにした。

世界の野糞：仮にこれで進んでいくと、USPは何だろう？

おにぎり：ターゲットを「お土産を買って帰る人」として、インサイトを「家に帰ってもおいしく食べたい」にした。

世界の野糞：これは自分に買ってるの？

おにぎり：誰かの家に行く時。

哲ブリ：「お土産はマズいなあ」と思う人？

センター：「冷めると美味しくないなあ」とかかな。

おにぎり：最初言ってたのは「持って帰ってもおいしく食べたい」。

で？：クリスピーとかぶるかなあ。家帰ってチンしてくださいって推奨してるから。

米村：「美味しく食べたい」はインサイト？

世界の野糞：さっきの理屈で言うと、もっと手前ですよ。

ホヘー：ミスドやクリスピーって、あつためると食べづらいとかってないんですか？

で？：そういうのは感じない。ミスドは1000円セールの際は1000円出せば、10個買える。クリスピーも1000円セットとかある。

おにぎり：私、実際に提出したのは、ターゲットを明日の朝ご飯を買って帰りたい人とした。ただいろいろ考えると筋通ってないと思っているんですが。。。

インターネットで調べていて、テイクアウトしたチョコクロは、ウェブサイトを書いてあるチョコクロの温め方を書いてある通りにやると、焼き立ての味が再現できるらしい。サンマルクのホームページでも、温め直すと焼き立ての味になるって書いてあって。

世界の野糞：インサイトは、パンは一日置くと美味しくなくなるなあ、ってこと。

USPは、1日たっても焼き立ての味を再現できる、ってこと？

おにぎり：ただ、それは他のパン屋さんと一緒にしちゃう。

米村：「テイクアウトのパンは日が経つとおいしくないなあ」としたけど、それを不満に思っている人ってどれだけいると思う？ 焼き立てで食べた方が旨いに決まっているよね。逆に、そういうもんだと思っていて、そこに不満を感じてはいない。そこを「美味しく食べたいなあ」ってしちゃうところが、ねつ造と言われる部分。

シカシカ：ミスドって、オフィスで食べてて違和感持たれないですか？

世界の野糞：普通に、ドーナツ食ってるなあ、って（笑）

（一同笑い）

米村：おっさんの部長とかが席でミスド食ってたら、変？

世界の野糞：前アイスの仕事をしたときに、カップのアイスを買は食べづらいよね、という話があったけど。チューブ型ならスマートに食べられるのでは？という話はあったけど・・・

シカシカ：ドーナツは手が汚れる、というのはインサイトになりますか？チョコクロはカバーが付いている。

ピロリ：カバーついてるけど、ボロボロこぼれますよね（笑）

世界の野糞：どなたか、ミスドを競合にすると、コーヒーの美味しさというのがサンマルクの強みになると言った方がいますよね。

垢ブリ：挽き立てのコーヒーというのは、強みになるんじゃないか？お土産とは関係なくなるけど。

世界の野糞：例えば、A案の逆だけど、甘いものを食べるときのコーヒーって美味しくないなあ、というのは作れる気がしましたが。

で？：そうするとファミレスも競合に入りますよね。ファミレスのコーヒーが美味しくないなあ、って思っている人はいるかも。

世界の野糞：そうするとUSPは、注文を受けてから、一杯ずつ抽出する。

シカシカ：コーヒーの美味しさって、パンと比べると、そんな分からない気がする。ファミレスのコーヒー飲んでも、分からないのでは？

垢ブリ：NUDAの強い炭酸も一緒。あれが強い炭酸って分かる人はあまりいないと思うけど、事実強い炭酸と言っているんで、USPになりえるのでは？

世界の野糞：仮にこれで進むと、カテゴリーは何だろうね。A案だとカフェチェーンとしたけど。

ピロリ：チェーン店、フランチャイズとか。

おにぎり：そうすると、他のも入ってきちゃう。

米村：間食をファミレスでとっている人って、どういう人？女子？

世界の野糞：スイーツ好き。

おにぎり：女子高生。

センター：子供連れの主婦。

コゲ太：そう考えると、複数人で来ている人、ですかね。ファミレスとかは。

センター：そういう人たちが、コーヒーの味を気にしている気がしない（笑）

世界の野糞：そうかもね。A案はすっきりいくけどね。

おにぎり：サンマルクカフェって、2人くらいまでかな、行くとしても。

世界の野糞：一回、この方向性を忘れますか？

ピロリ：ミスドとかクリスピーを競合としたとき、カテゴリーはスイーツ特化型チェーンとか？その中で
はコーヒーがすごく美味しいんですよ！とすればいいのでは？

ホヘー：その場合、そんなにコーヒーを飲みたいとは思っていないんじゃない？でもオレ特殊だからなあ。

ピロリ：甘いものは食べたいと思っている。その時飲むんなら、美味しい方がいいじゃん、みたいな。

米村：自分を基準に考えるしかないんだからさ（笑）言いかけたことは最後まで言おう。

ホヘー：ミスドとかクリスピーとかで、コーヒーの味を求めている人がいるとは思えない。A案は、「パン
食べたいなあ」という気持ちがあるから、「パン美味しいよ」は分かるけど。サンマルクがコーヒ
ー美味しい！って言っても、「チョコクロとコーヒー」よりは、こっち食べるよ、ってなっちゃう
気がする。だから、コーヒー寄りにしても、あまり効果ないかなって思う。

おにぎり：サンマルクカフェのコーヒー、あんまり美味しく感じなかった。

滑舌：カフェラテの方がおいしいって、2ちゃんに書いてあった。

ピロリ：USPとしてコーヒーは成り立たないかなあ。

垢ブリ：USPとしてコーヒーは成り立つはずじゃない？ 事実だから。

米村：さっき、「パンに合うコーヒーを作っている」って話があったよね？

パンに関係ない人にとっては酸味が強すぎる、マズイというのはあるかもしれないけど。

ピロリ：パンなんですかね？チョコクロなんですかね？

垢ブリ：確かパンだったと思う。

センター：酸味が強いということは、甘いパンにあわせているんだと思う。

おにぎり：このコーヒーの機械は、ドトールのものを使っているってどこかに書いてあった。豆がどうな
のか分からないが。

滑舌：エクセルシオールとドトールは一緒らしい。

世界の野糞：同じグループだからね。

安倍さん：世界の野糞の会社の近くのサンマルクカフェは、ランチが人気なんですか？

世界の野糞：たまたま昼行ったからで、夜行ったらサラリーマンが仕事しているかもしれないし。でも事実、お昼行ったら、そういう人が結構いた。

ピロリ：いまサンマルクのウェブを見てみると、サンマルクのコーヒーは、日本人に向けた味わいを意識し、コクと酸味が強いホテルタイプのコーヒーにしていると書いてある。

米村：スタバとかと対抗したのかな？日本人にあわせた、というのは。

で？：スタバも日本人にあわせているらしい。海外と違う味にしている。

世界の野糞：僕の仮説なんですけど、お昼時すごい女の子たちが並んでいた。足りないだろうというくらい少ない量。思ったのが、そういう女の子たちって、スイーツをランチに食べたいんじゃないか？普通のレストランで「なんとかランチスイーツ付き」だとカロリーオーバー。でもサンマルクカフェはパンが小ぶりだから、スイーツをけっこう食べても「カロリーオーバーになっちゃった」って思わないかなと。ポジティブにスイーツを食べられる場な気がした。どう思う？

で？：そういう意味で言うと、時間をかけずに食べられるからサンマルクに行っているのかもしれない。

世界の野糞：こういう風にした時点で、競合はレストランになると思うんですけどね。

ホヘー：それはインサイトになるかなあ。。

米村：ミスドのドーナツよりカロリーが低いってこと？

世界の野糞：いわゆる普通のレストランを競合に置いていて、例えばスパゲティ食べた後にティラミス食

べるとカロリーオーバーしちゃうけど、サンマルクであればメインのパンが小ぶりだから、スイーツも食べていいかなと思うかなと。

おにぎり：ミクシィのチョコクロコミュニティを見ていたんだけど、チョコクロはカロリーが高いらしい。

世界の野糞：じゃあ、そっちの路線は無いですね・・・

米村：去年コンビニで、「俺のスイーツ」というのが流行った。男子スイーツというか。俺は若いころから、喫茶店でもチョコパフェとか平気で頼んでいたけど、一般的にはちょっとカッコ悪いというのがあって。でも若い子たちは、平気になってきていて、そんななかいままでのスイーツより一回り大きいスイーツ出してヒットしたとか。あと、去年チョコレートの仕事をしたんだけど、当初のストラテジーは20代女子たちに買ってほしいというものだった。ただ、そこでいろいろ会話する中で、おっさんたちは甘いものを食べたいと思うけど、ちょっとカッコ悪いという抵抗があるというはなしがあった。そんなおじさんたちは、職場で「これどっかのお土産です！」って甘い物があつたりすると、ものすごい食うんだって。やっぱり食いたいじゃん！って。

そこで、おっさんたちが遠慮なく気兼ねなく食べられる、甘いものが世の中になら、そういうものとしたらいいんじゃないかと考えて。そしたらヒットした。そういうマーケットもあるよ。

この前会社の近くにサンマルクカフェが出来た時に、16時頃、外で企画でもしようかなと思いついたことがある。チョコクロを食べながらコーヒーを飲んだ。甘いものとコーヒーって、コーヒーだけとは違う、絶妙な旨さがあるじゃない？あと、椅子の仕立ても良くて。悪くないかもと思った。インテリアもミスドでドーナツ食べながらというのと違う空間で、恥ずかしくないと思った。そういうことを考えると、別のターゲット、ターゲットインサイト、プロポジション、そういう人に対するUSPというのが出てくる気がする。

みたいな感じで、時間になったので、

A案は出たので、B案は個人作業にしよう。

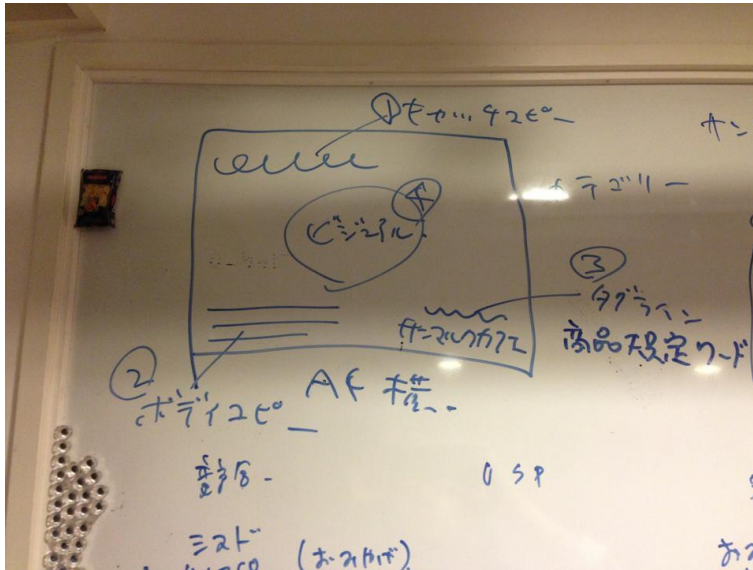
ストラテジーだけだと時間が余っちゃうかもしれないから、

A方向の時の表現案

B方向の時の表現案

1個ずつでいいからそれぞれ考えてきて。

表現案を考える基本形を説明すると、、、



A 4ヨコイチ。

右下って決めなくてもいいけど、おさえにサンマルクカフェのロゴ。

キャッチコピー、ボディコピー、タグライン、ビジュアル。この4つの要素で。

絵が下手な人は、「これは何を描いています」って説明でもいいし、ネットで写真を拾って、コラージュで表現してもいい。

キャッチコピーは、人に注意を喚起するもの。

何をしようとしているのかを、端的に文字で伝えるのがボディコピー。MAX 200字くらいで。

タグラインっていうのは、一言で言うところの場所です、というサンマルクカフェを定義をする言葉。商品規定ワードとも言う。

A方向王道案の時の表現を一案。

B方向はストラテジーを自分でつくって、それに加えて表現。

どうしても分からなかったらメールで問い合わせしてくれてもいい。

ということで、今日は以上。

全員 | ありがとうございました。