



小野晃典研究会

第2回オープンゼミ

(2016.12.16)

Welcome



はじめに

本日の司会紹介



本日の流れ

4限

ケースメソッド

5限

就活報告会・OB講演会

はじめの言葉



吉田聡一郎

ゼミ長



体験型 ケースメソッド

体験型ケースメソッドの流れ

1. ケースメソッド講座



2. ケースメソッド解題



3. グループディスカッション開始



4. 2年生のプレゼンテーション



5. ケースメソッド総括



講義担当者紹介



鳥飼あき

商学部ゼミナール委員会常任委員総務
入ゼミアドバイザー

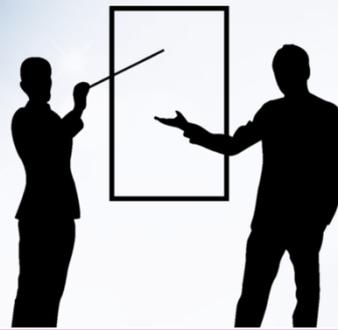
ケースメソッドとは

ケースメソッド

ハーバード・ビジネス・スクール流に、
実際にあった企業の経営問題(ケース)を用い、
ディスカッションを通して、
その問題を解決する手だてを学ぶ教育方法。



●●社に、
とある問題発生！



戦略Aによって
解決！

どんな戦略が
いいのかな？



ケースメソッドの進め方



1

現状分析

当該企業の強みや弱み、
競合、顧客を分析します。

すべての行程が
論理的であることが重要！



3

戦略策定

問題を解決するための戦略を
提案します。



10

ケースメソッドを行う意義

ケースで論理的に考える特訓をすることで・・・



知識や理論の理解を深めることができる！



**現実の事例を
新たな視点**で捉えることができる！



**戦略の論理性が増すため、
オーディエンスを説得する力**がつく！

ケースメソッドを行う意義

さらに、小野ゼミのケースを通して・・・



リーダーシップと**協調性**が身につく！



PowerPointなど**資料作成能力**が身につく！



プレゼンテーション能力が身につく！

体験型ケースメソッドの流れ

1. ケースメソッド講座



2. ケースメソッド解題



3. グループディスカッション開始



4. 2年生のプレゼンテーション



5. ケースメソッド総括



解題担当者の紹介



吉田奏介

入ゼミアドバイザー
本務企画

テーマ発表



ミスタードーナツの歴史



2000年以降

手頃な価格で
ドーナツチェーン業界の

日本人がチェーン店で食べる
ドーナツの90パーセント
もミスドだった！！



のシェアを獲得！

ミスタードーナツの歴史



2006年以降

アメリカから、
クリスピークリームドーナツ
(KK) が
日本ドーナツ市場に参入！！



ミスタードーナツより
高価格高品質な商品を
販売している。

ミスタードーナツの歴史



2006年～



高価格



ミスタードーナツは
数種類のみ

高価格高品質商品を販売し、
比較的高価格のKKに対抗。

主力商品は低価格であるため
すみわけが出来ていた！

低価格



ミスタードーナツの歴史



2014年～

高価格



とはいえ、
品質は大手コンビニより
ミスドの方が上だったが...



若干安く販売！



ミスタードーナツの歴史



2016年

クリスピークリーム
ドーナツ (KK)
が大幅撤退！



高価格

低価格



2015年度：64店舗



2016年度(12月現在)：47店舗



本日のテーマ



コンビニの参入と、KKの撤退を受けて、
ミスタードーナツは
シェアを拡大するために
どのようなマーケティング戦略を
とるべきだろうか？

商品の価格

商品の品質

この2点を中心に考えてみよう！

体験型ケースメソッドの流れ

1. ケースメソッド講座 

2. ケースメソッド解題 

3. グループディスカッション開始 

4. 2年生のプレゼンテーション 

5. ケースメソッド総括 



ケースメソッドの進め方おさらい



現状分析

15 min.



課題抽出

5 min.



戦略策定

15 min.



資料作成

5 min.



発表

3 min.

グループディスカッション

司会

議論の司会進行をする役目

タイムキーパー

時間内に議論がまとまるように、
時間管理を行う役目

書記

議論を振り返りやすくするために
要点をまとめる役目



グループディスカッション開始

制限時間は40分！

もうあまり時間がないぞ！
急いで資料を作成するのじゃ！

まだまだ時間はあるからの～
まずは自己紹介でもするのが
ええかの。

ようやく戦略の話が
できるのじゃ！
びしっと決めて
欲しいのじゃ！

時間切れです

どうじゃ？
3Cとやらは
どんな感じかのお？

min.

何が課題なんじゃろなあ。
ここはサクッと考えて
次にいきたいのお。

体験型ケースメソッドの流れ

1. ケースメソッド講座 
2. ケースメソッド解題 
3. グループディスカッション開始 
- 4. 2年生のプレゼンテーション **
5. ケースメソッド総括 



体験型ケースメソッドの流れ

1. ケースメソッド講座



2. ケースメソッド解題



3. グループディスカッション開始



4. 2年生のプレゼンテーション



5. ケースメソッド総括



総括担当者の紹介



野村直紀

本務代表

狩野渉

入ゼミ代表

30

ケースメソッドのテーマ



テーマ

コンビニの参入と、KKの撤退を受けて、
ミスタードーナツは
シェアを拡大するために
どのようなマーケティング戦略を
とるべきだろうか？

商品の価格

商品の品質

この2点を中心に考えてみよう！

ケースメソッドのおさらい

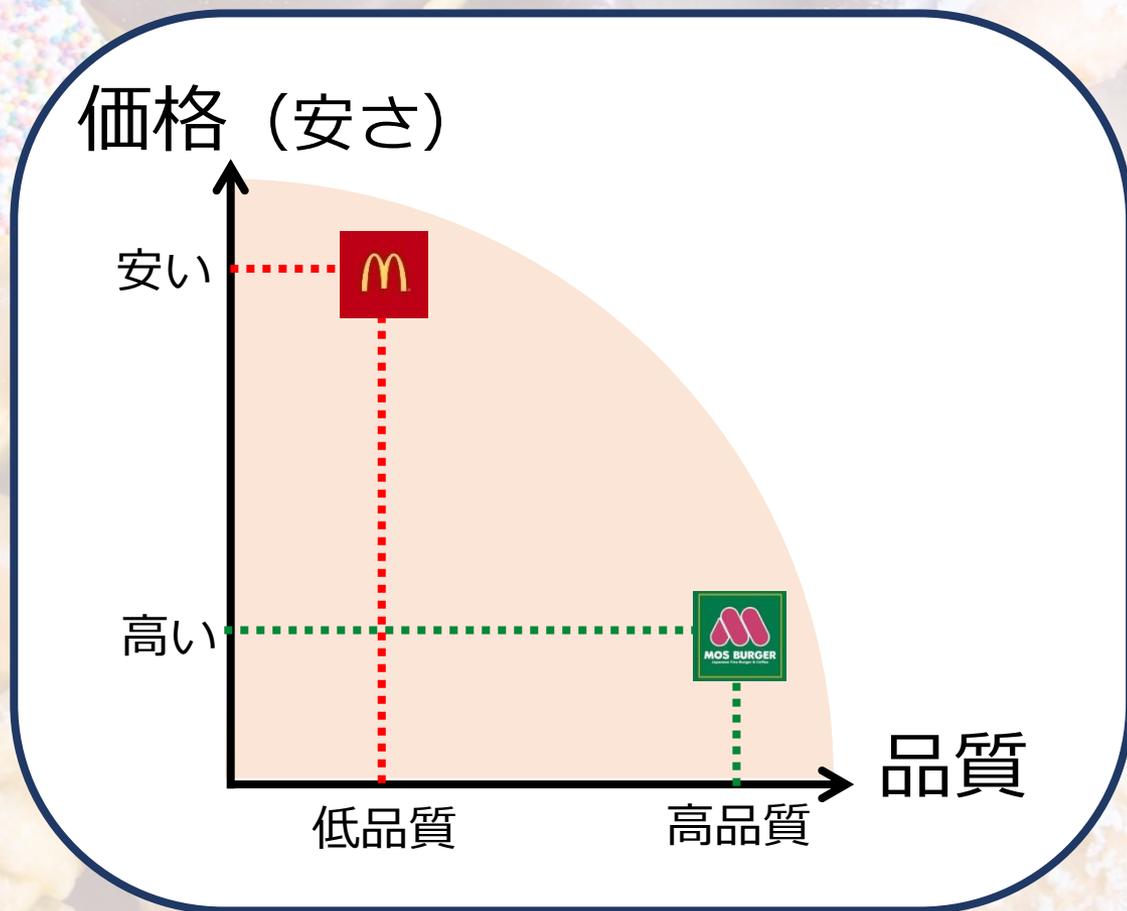
まずは、
商品の価格と品質について
ポジショニング・マップを
使って、整理してみよう！



ポジショニング・マップとは



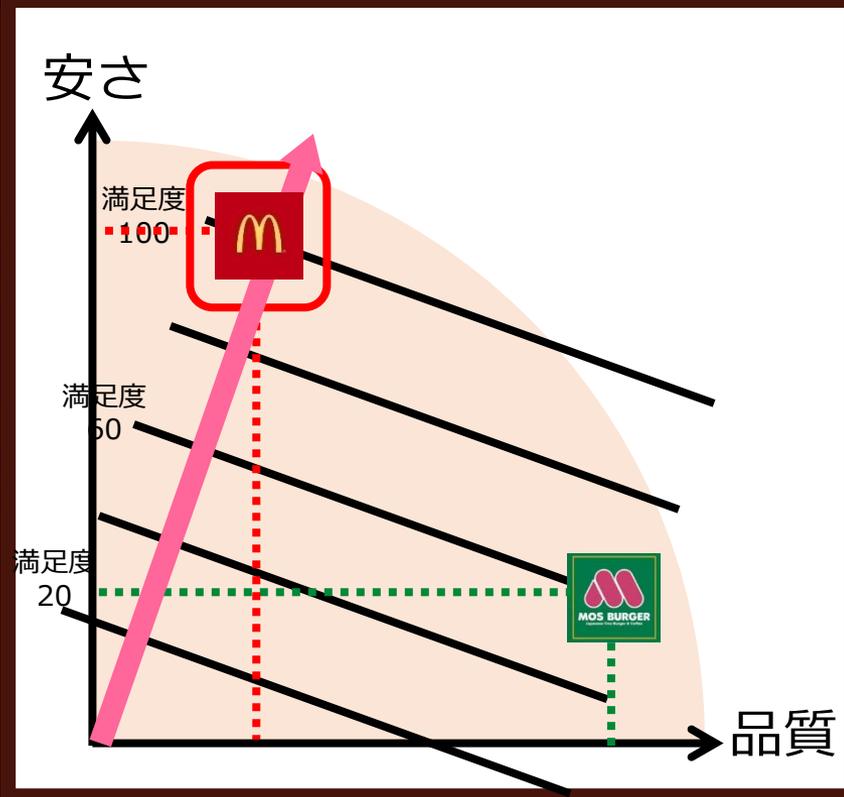
マクドナルドと
モスバーガーで
実際に
ポジショニング・マップ
を作ってみよう！



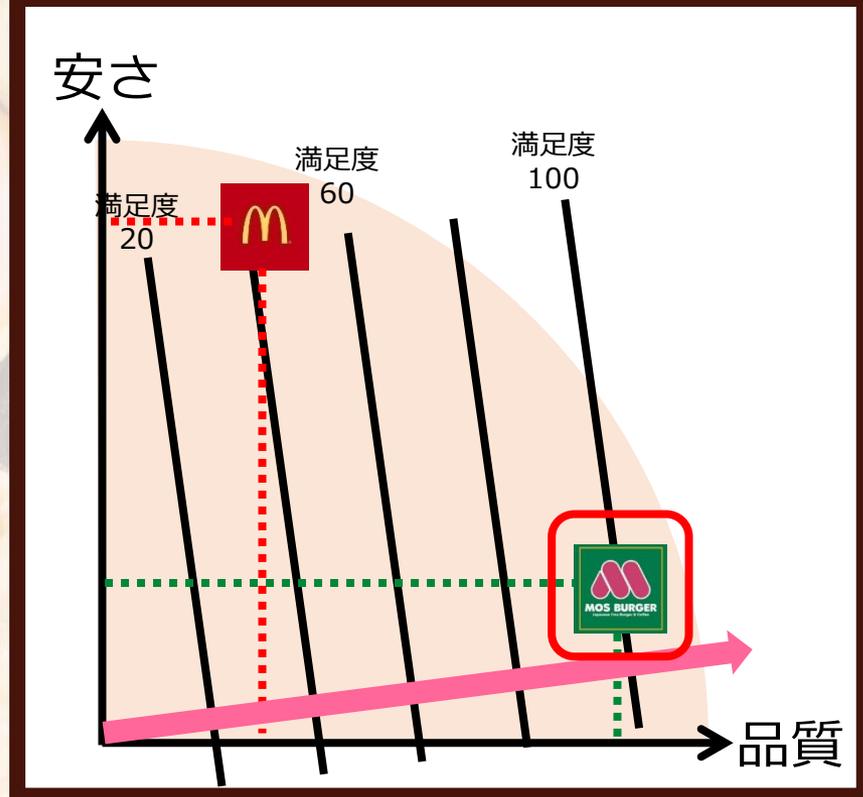
ポジショニング・マップとは



価格重視の消費者



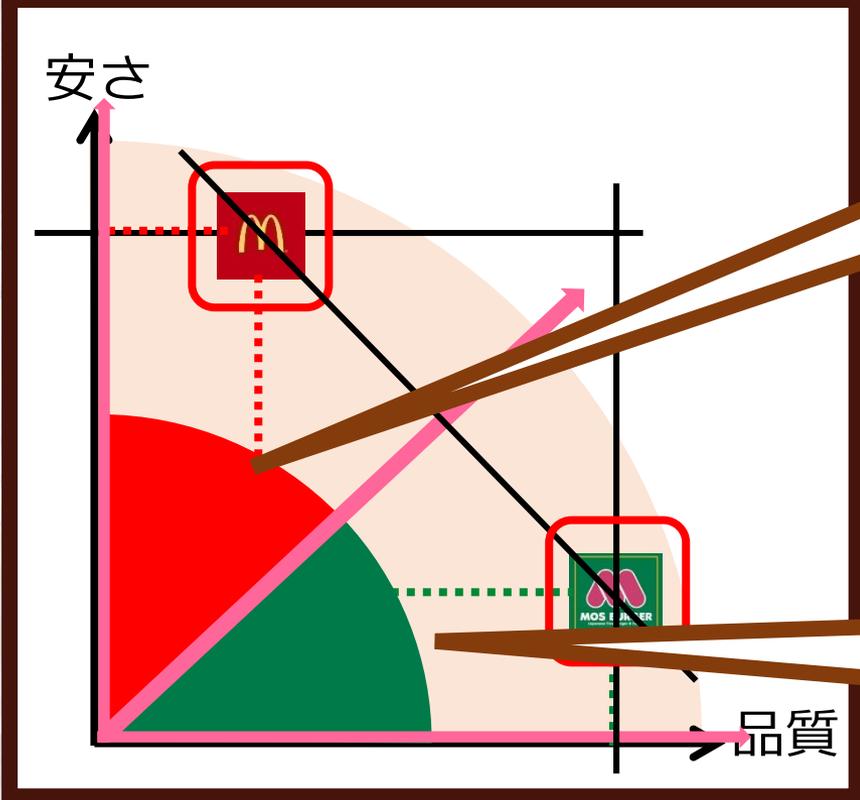
品質重視の消費者



ポジショニング・マップとは



市場シェア



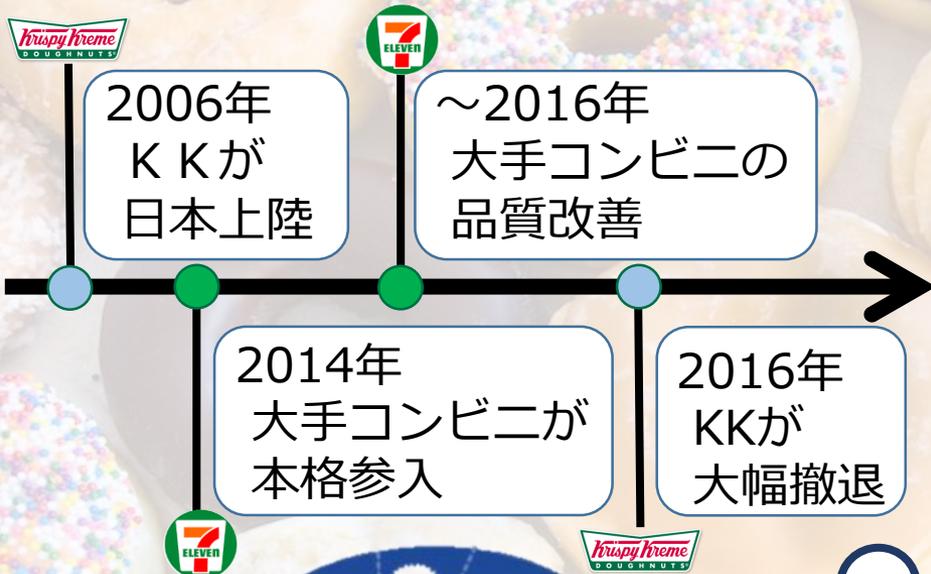
マクドナルドのシェア

モスバーガーのシェア

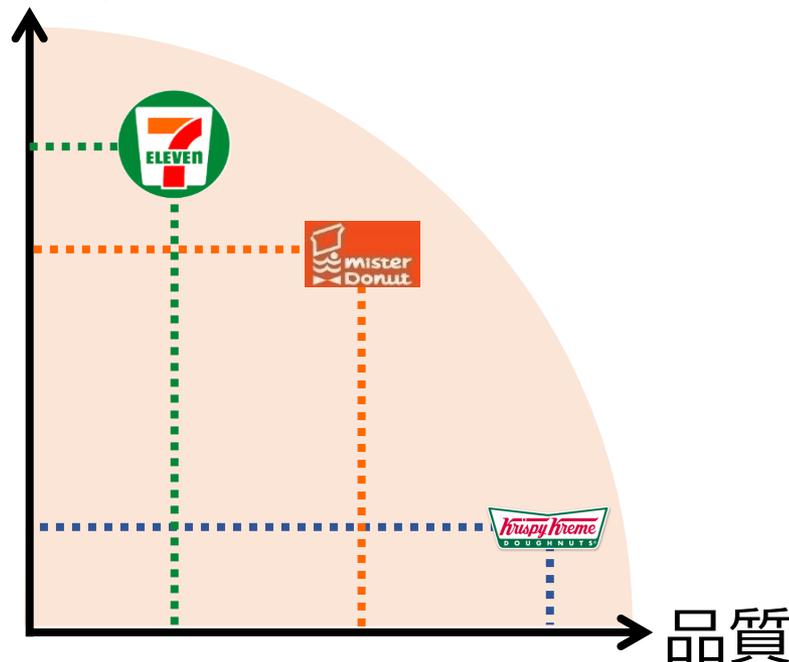
ミストのポジション



ドーナツ業界の遍歴



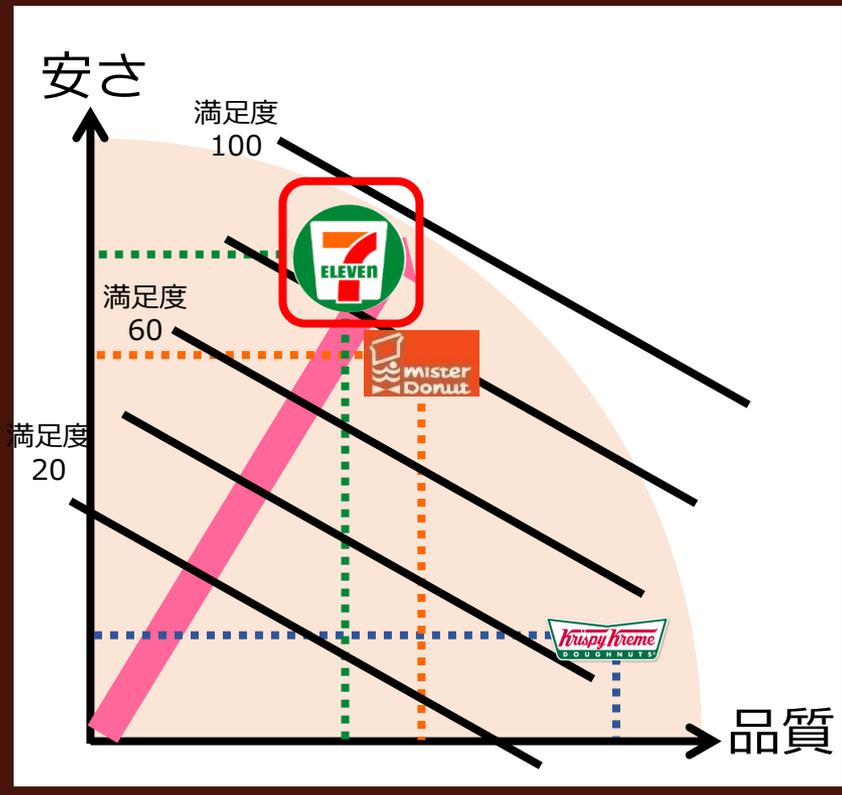
価格 (安さ)



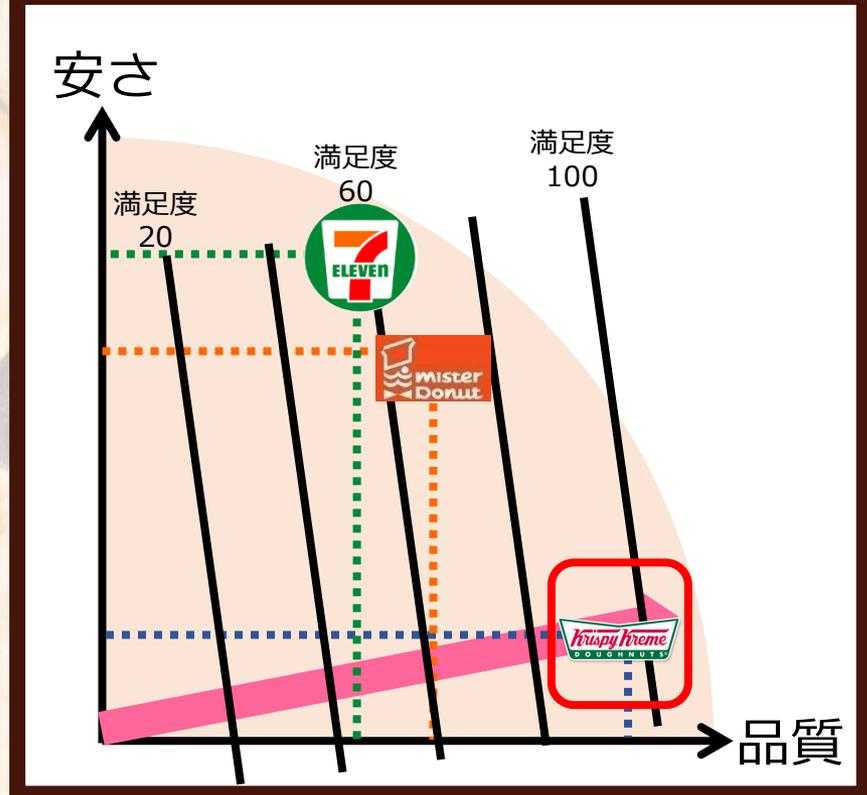
ミストのポジション



価格重視の消費者



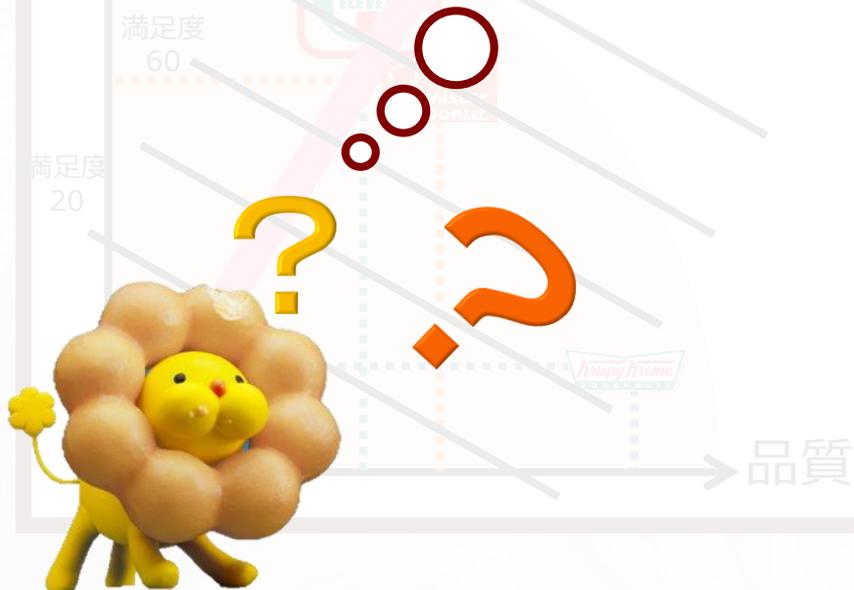
品質重視の消費者



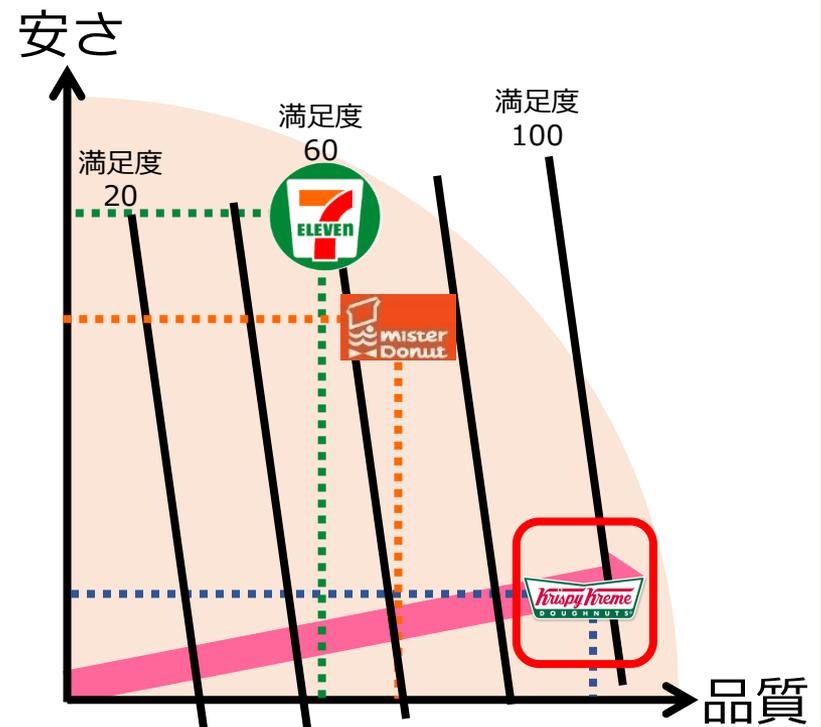
ミストのポジション



KKは
品質重視の消費者に
選ばれていたのに
業績不振に陥ったの？



品質重視の消費者



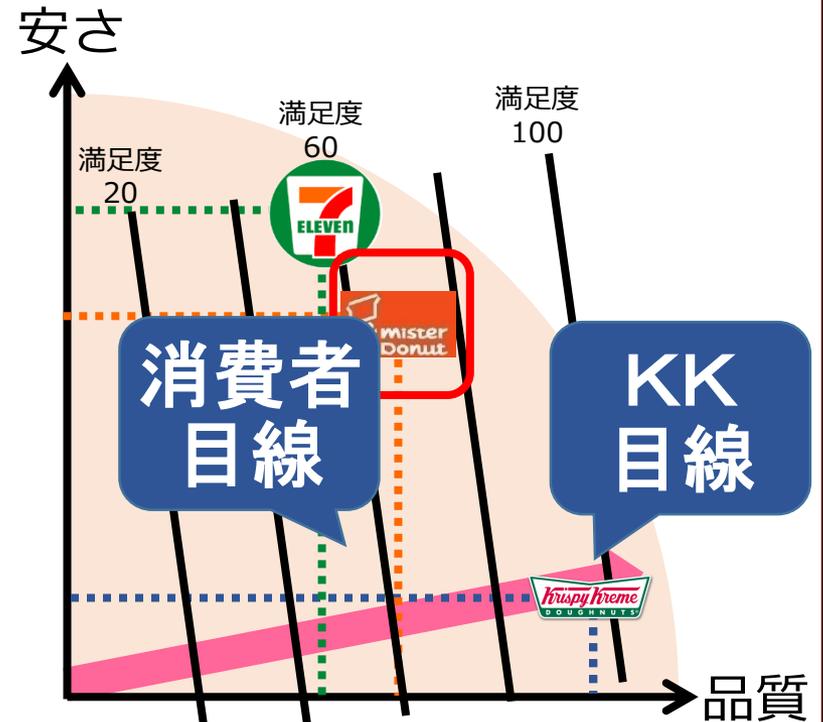
ミストのポジション



KKは、
自社のドーナツを
高品質商品として
出したつもりが、
**消費者には
高品質だと認識されて
いなかった！**

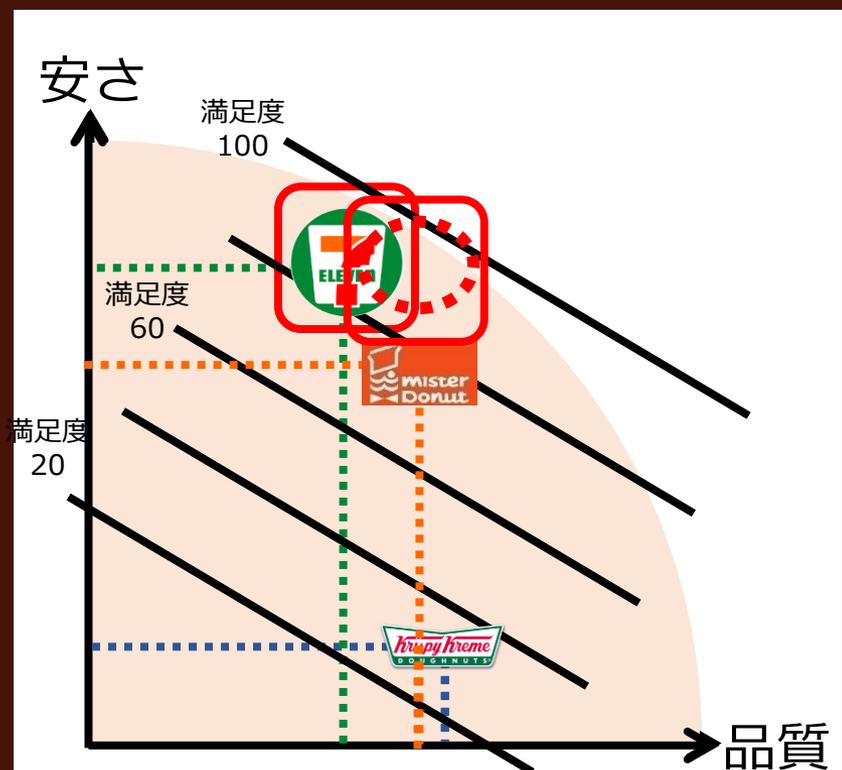


品質重視の消費者

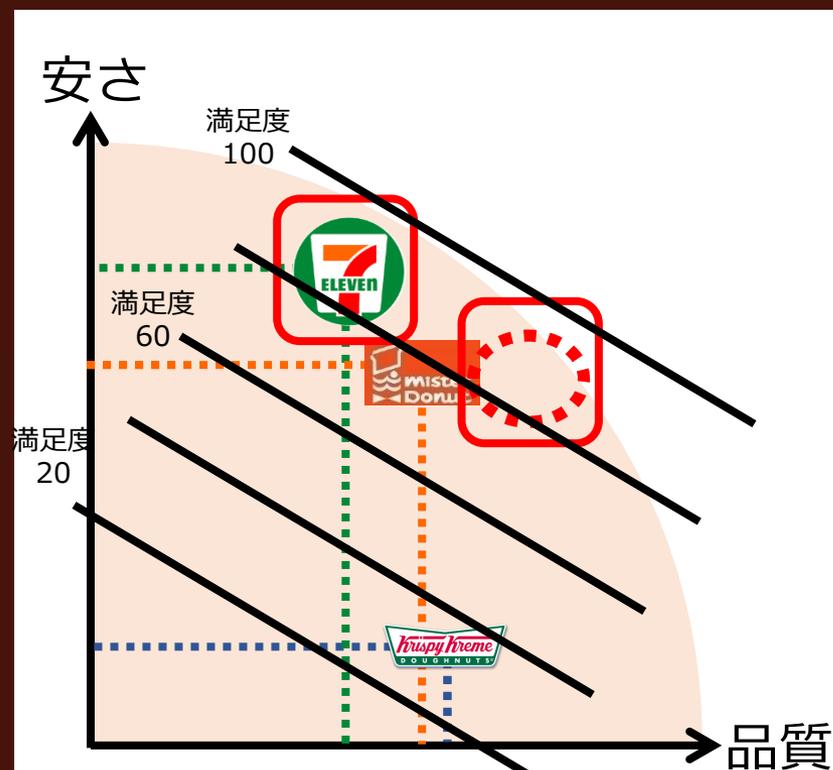


とりうる戦略

価格重視の消費者



価格重視の消費者



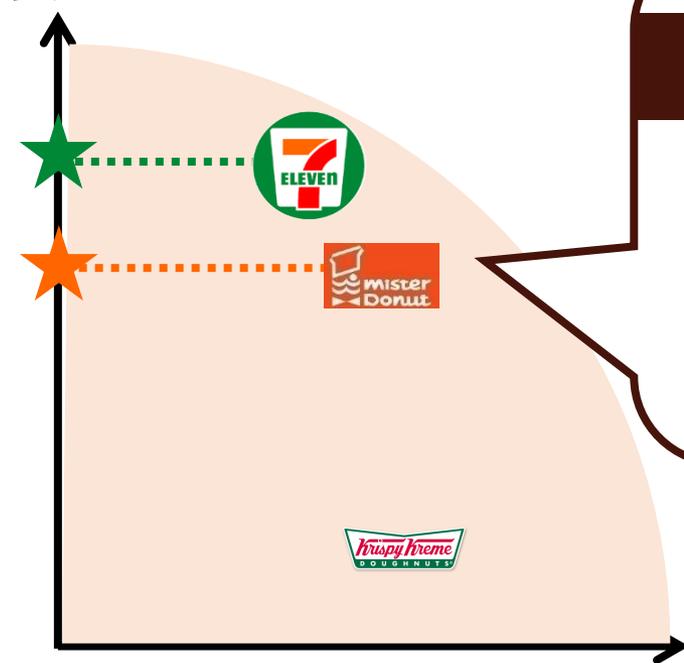


実際にミスドがとった戦略

実際のミスドの戦略

2016年～

安さ



ミスドは
どうして安くできたの？
利益は大丈夫？

価格を下げた。



実際のミスドの戦略

ドーナツ市場 = 独占市場

2006年～2014年

安さ



普通



品質



ミスタードーナツが
市場価格を決めていた。

実際のミスドの戦略



しかし!!!
問題点がある!

ドーナツ市場 = 寡占市場

さらに、現在のセブンの商品はミスドより低い価格で、
同じような商品・品質である。

ミスドは、
競合他社である
セブンの価格設定を意識して、
価格設定をしなければ
ならなかった。



品質

実際のミスドの戦略

2014

しかし！！
問題点がある！

大手コンビニの
反応は…？

普通

普通



品質

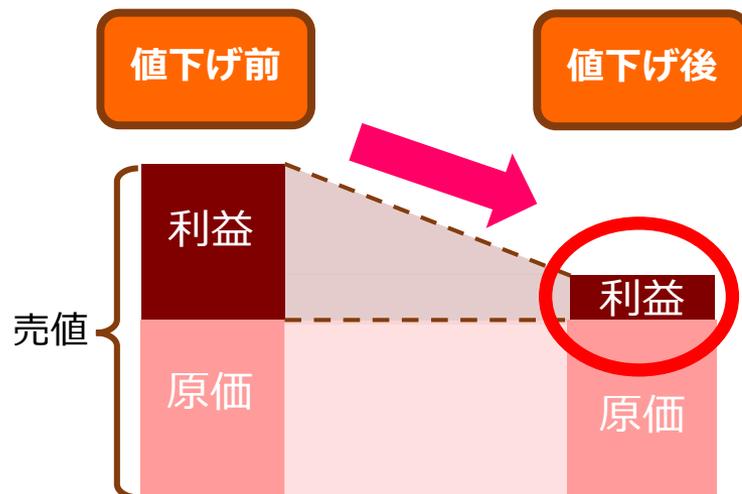


大手コンビニの反応は…？

価格競争が起こってしまう！

企業は、攻撃的な価格設定に頼ろうとするが、値下げの実施は価格戦争の引き金となるおそれがある。
(Kotler, 2012)

価格競争に勝ったとしても…



利益率が低い！



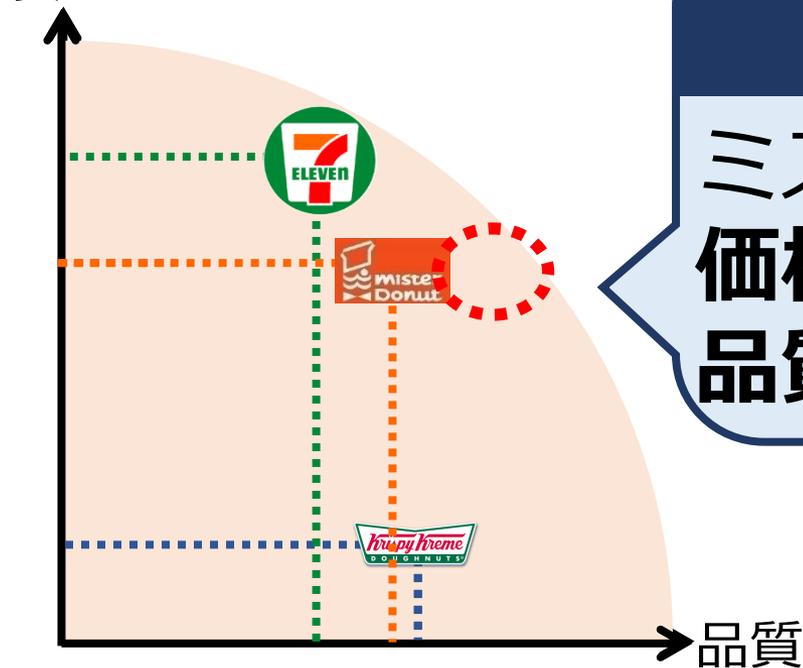
小野ゼミ生が考えた戦略

小野ゼミ生の考えた戦略



2016年～

安さ



ゼミ生が考えた戦略

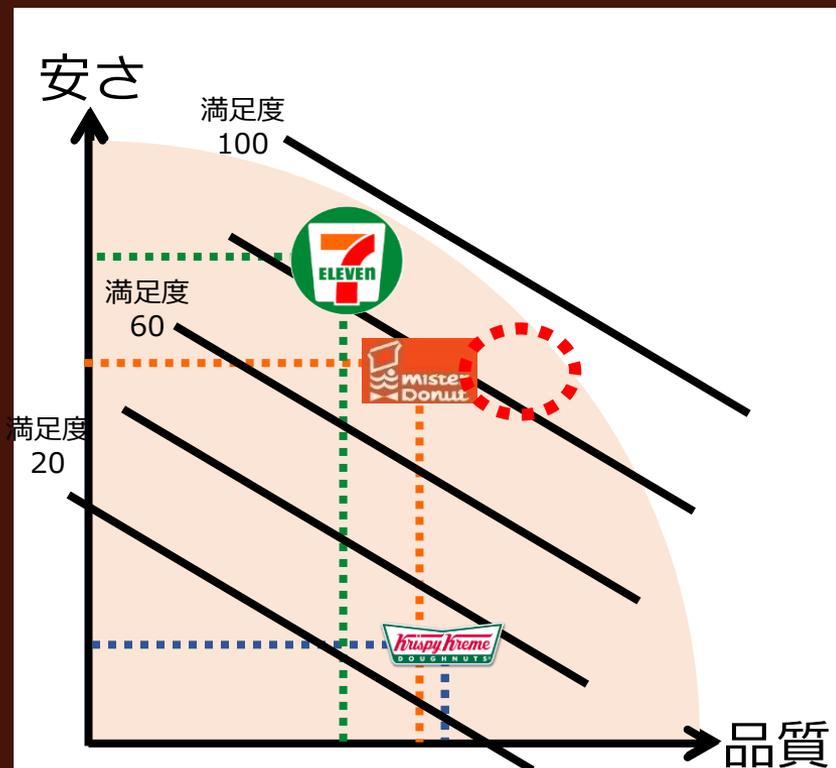
ミスドは
価格を維持したまま、
品質を向上させるべき！



小野ゼミ生の考えた戦略



2016年～



通常、品質を上げたら
価格も上がってしまう…。

価格は維持したまま
品質は上げるなんて

そんな都合のいいこと、
どうやって実現できるの？



小野ゼミ生の考えた戦略



戦略①

販売形態をニーズによって変化させ、
コストを削減し、商品の品質を上げる！

戦略②

消費者が「知覚」する品質を上げる！



小野ゼミ生の考えた戦略



戦略①

販売形態をニーズによって変化させ、
コストを削減し、商品の品質を上げる！

具体的には…

現地の**消費者のニーズ**を把握し、

- ・ イートインでの提供
- ・ テイクアウトでの提供

を分けて、**効率的に販売**する！

ビジネス街では…

テイクアウトを
利用する人が多い。



回転率を重視した
テイクアウト専門店舗
に変える。

店舗維持費が下がることで、
コストカットにつながる！

住宅街では…

イートインを
利用する人が多い。



サービスの質を重視した
従来の**イートイン併設店舗**
を出店。

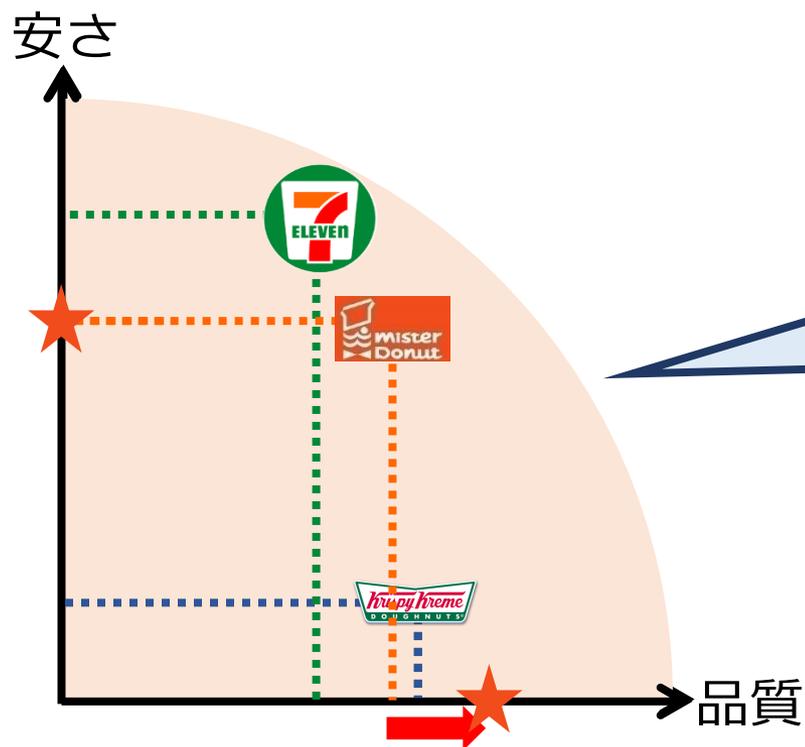
従来と一緒にだから、
コストは変わらない！

小野ゼミ生の考えた戦略



まとめると…

2016年～



①販売方法を効率化した分、コストを削減できる。

②浮いたお金を用いて商品開発を行い、品質を上げる。

③結果的に価格を維持したまま品質を上げることができる。

戦略①

販売形態をニーズによって変化させ、
コストを削減し、商品の品質を上げる！

戦略②

消費者が「知覚」する品質を上げる！



小野ゼミ生の考えた戦略



戦略②

消費者が「知覚」する品質を上げる！

実際の品質は変えずに、消費者が、高品質だと知覚するように働きかける。

具体的には…

「できたて」であることが伝わるような工夫をする。

広告

本格、
始動。



ポップ

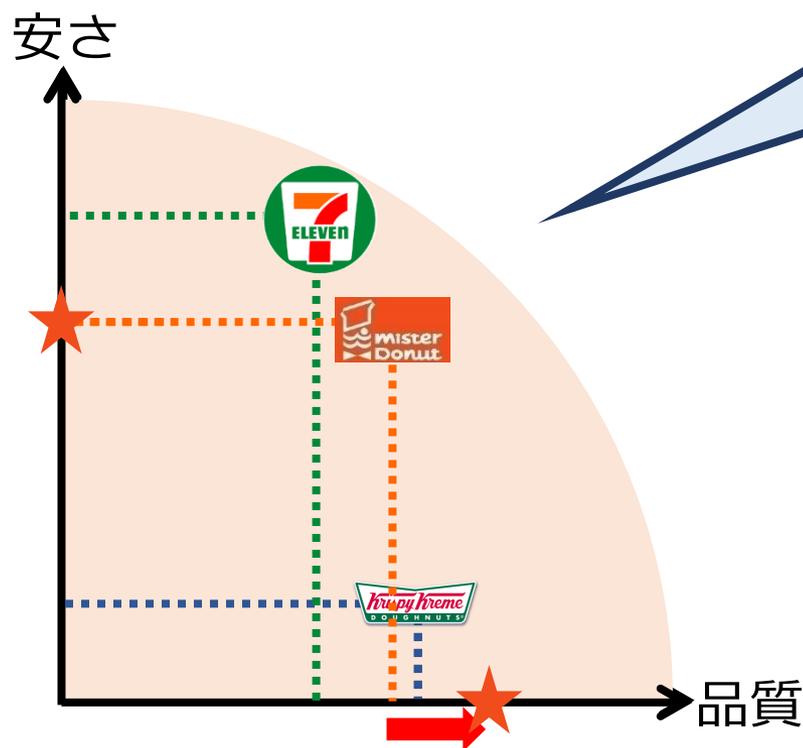


小野ゼミ生の考えた戦略



まとめると…

2016年～



①知覚品質を上げることで
コストをかけずに
品質を上げる。

②結果的に
価格は維持したまま
品質を上げることができる。

小野ゼミ生の考えた戦略



戦略①や戦略②を実行した場合…

大手コンビニの反応は…？



小野ゼミ生の考えた戦略



大手コンビニの反応は…？

戦略①

サービスの質をニーズの有無によって変化させ、コストを削減し、商

コンビニではド
どうしても大き
サービスの質
コストを削減

大手コンビニに
追隨される心配はない！

戦略②

ではなく、近くの工場生産されているため、
たてを強調することができず、
「覚」品質を上げることはできない。

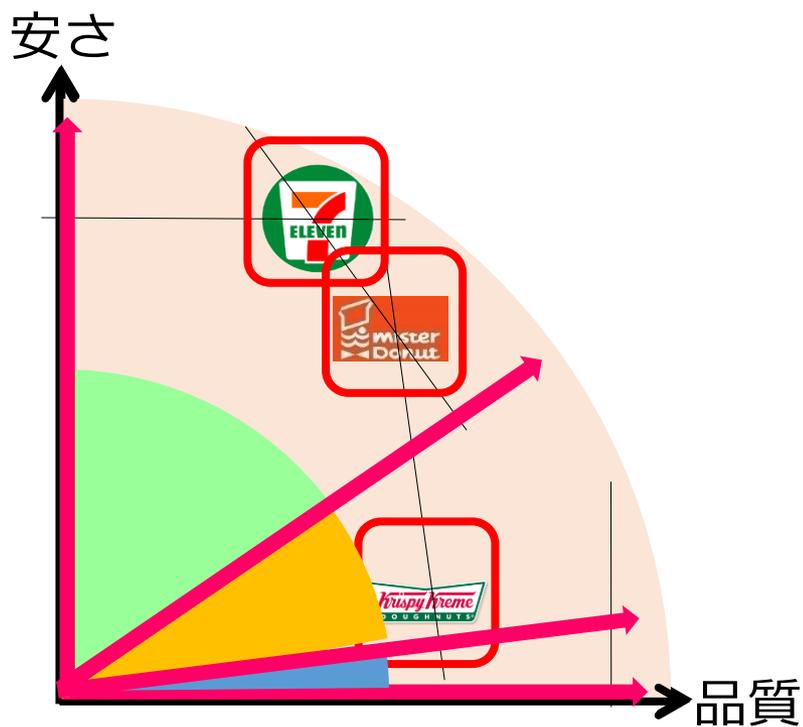


小野ゼミ生の考えた戦略

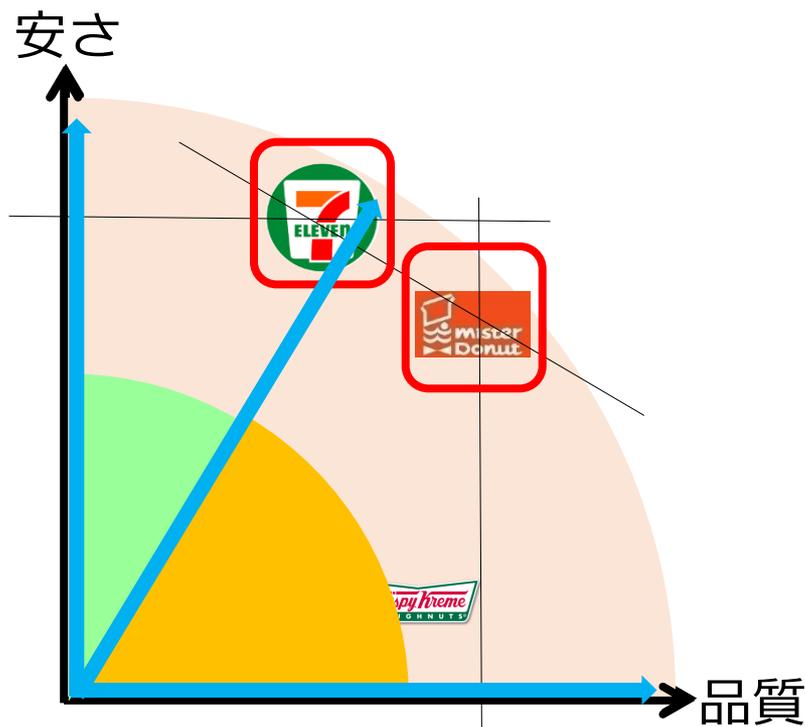


戦略①や戦略②を実行すると……

Before



After



小野ゼミ生の考えた戦略



戦略①や戦略②を実行すると……

Before

安さ

大手コンビニから
奪った分のシェア

KKから
奪った分のシェア

品質

After

安さ



品質

小野ゼミ生の考えた戦略



価格は変えずに
高品質を実現することで、
顧客の満足度を上げ、
シェアを奪い返すことができる！



大学院生のコメント



ミスドが直面している課題



カフェ



内装や立地により多くの投資を行うべきか？

今回のケース

低価格にどう対抗すべきか？

ドーナツ専門店



ドーナツ以外のメニューを拡充すべきか？

コンビニ



ファストフード



個別戦略レベル

自社の戦略に対する「消費者の反応」を予測する必要がある（例：知覚されるポジションの変化）。

自社の戦略に対する「競合他社の反応」を予測する必要がある（例：対抗行動の有無やその程度）。

「不確実性」や「複雑性」が高い。

自社の戦略に対する「従業員の反応」を予測する必要がある（例：従業員や取引企業の反発）。

全社レベル

課題の優先順位を判断し、適切に資源配置を行う必要がある。

不確実性・複雑性

間接学習



市場調査



経験

(直接学習)



不確実性・複雑性



因果関係
 $X \rightarrow Y$

理論

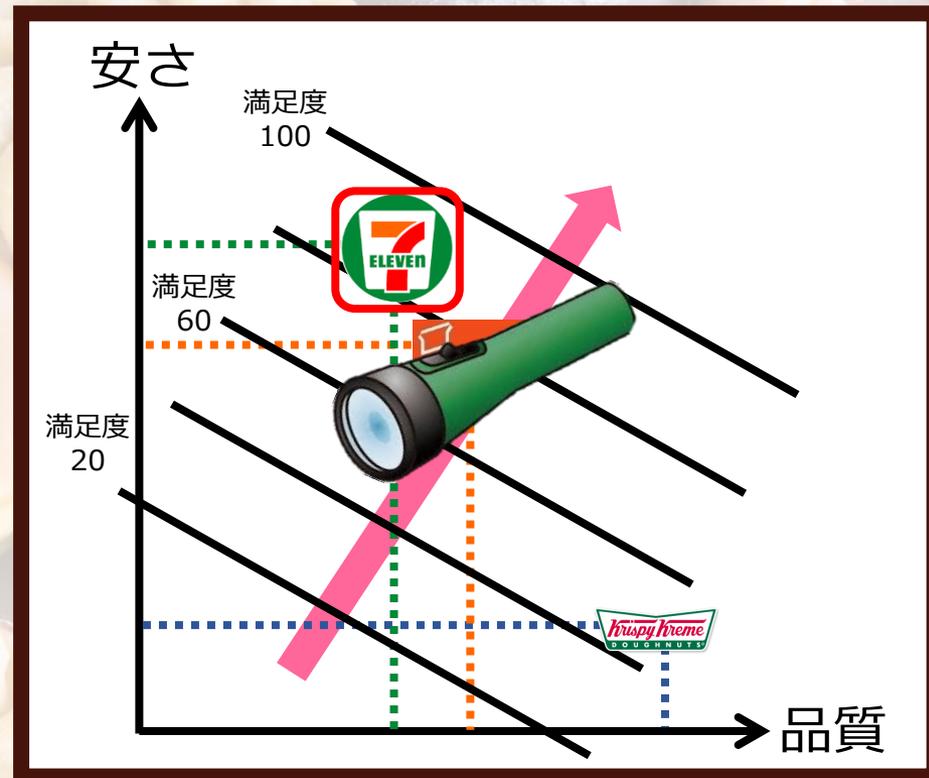


ケースメソッドの本質



多属性態度理論

理論という名のライト
で現実世界を照らし、
その光によって導かれ
る最適な解を示す。



ただし、ケースメソッドはただの準備段階に過ぎない。

準備

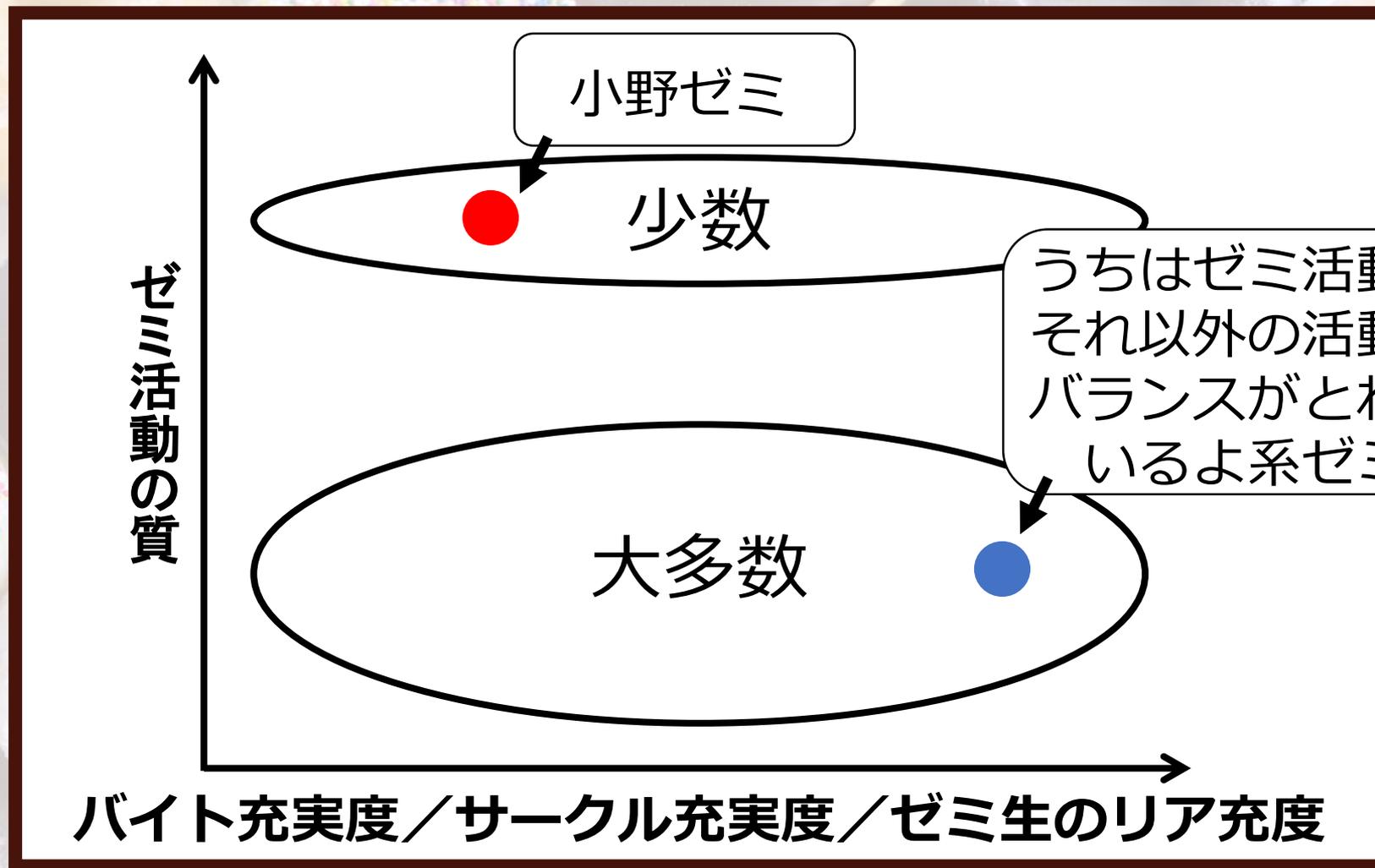
ゼミ活動の本質 ≠ 理論の「消費」活動
(理解や使用)

本番

ゼミ活動の本質 = 理論の「生産」活動
(開発や改良)



ゼミ活動の質は、生産活動の水準によって判断すべき。



2年生へのメッセージ

各ゼミのポジションを正しく評価し、
入ゼミ後の満足度を最大化
できるようなゼミ選択を。

バイト充実度 / サークル充実度 / ゼミ生のリア充度



活動報告会

小野ゼミの今年の活動



有志活動

KUBIC

GBCC

天然ガス
マーケティングコンテスト



論文活動

KSMS

関東学生
マーケティング大会



関東学生マーケティング大会



関マケとは

関東圏にあるマーケティングを専攻しているゼミが集結し、研究発表・討論を行う場として開催される。研究論文を



最優秀論文賞



「2種類の独白は欲求に肩並して」



73

関東学生マーケティング大会

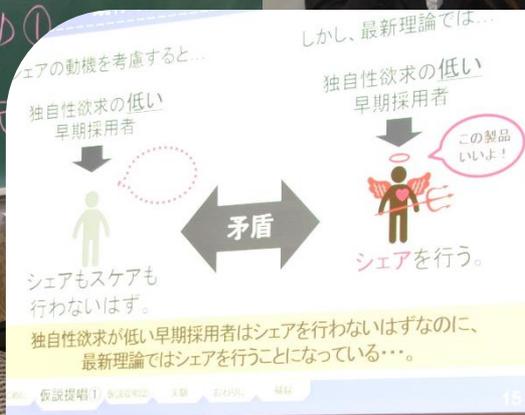
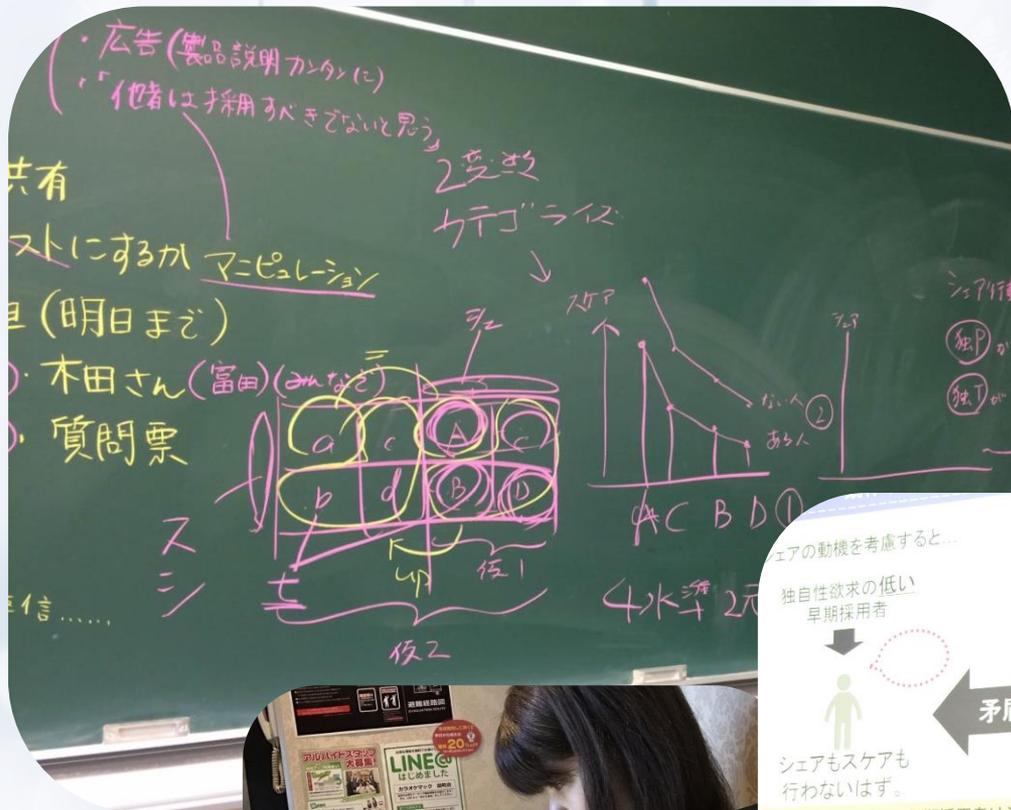


大会を通じて得られたこと

仲間と協力して一つのものを作り上げる力



関東学生マーケティング大会



KSMS (Korean Scholars of Marketing Science)



KSMSとは

世界に拠点を持つGAMMA(Global Alliance of Marketing and Management Association)を母団体とするKSMSが主催する国際学会。12カ国にわたる研究者が集い、将来のマーケティングマネジメントのあり方について議論した。

▶ 3-3 Status esteem

18



▲ An attractive endorser

Horizontal comparison



◀ High status esteem consumers

Evaluate clothes **equally.**

Upward comparison



◀ Low status esteem consumers

Evaluate clothes **positively.**

Low status esteem consumers are likely to evaluate clothes **positively** when they are exposed to an attractive endorser and make upward comparison.

Introduction

Review

Hypothesis

Study

Discussion



私たちの研究テーマは、
“The Effects of Attractive Advertising Endorsers on Product Evaluation: Focusing on Two Types of Self-Esteem”



76

KSMS (Korean Scholars of Marketing Science)



大会を通じて得られたこと

国際学会での発表を通じて、
大きな自信を得た！



GBCC (Global Business Case Competition)



GBCCとは

Global Business Case Competition (GBCC)とは国際的なビジネスケースマーケティングコンテストで、大分県の立命館アジア太平洋大学で開催される。海外からの参加者がメインであるため、ケースの解題、資料、プレゼンがすべて英語で行われる。



今年のテーマは、「日本における外資系企業の優秀な人材の獲得方法について」



GBCC (Global Business Case Competition)



大会を通じて得られたこと

海外におけるケーススタディの 手法を学べた！



KUBIC (関西大学ビジネスプランコンペティション)



KUBICとは

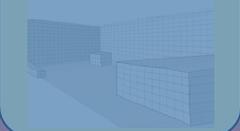
関西大学が主催するビジネスプランコンペティション。
テーマ部門(あらかじめ企業から掲示されたお題に沿った



倍率100倍の予選を通過し、
優秀賞



可動式の壁



プロジェクション
マッピング



店舗に自宅を再現！

販売員が消費者に最適な家具を提案！¹⁰





KUBIC (関西大学ビジネスプランコンペティション)

❄️ 大会を通じて得られたこと

大人数の前で 発表する自信がついた！



全国大学生天然ガストラックマーケティングコンテスト

 天然ガストラックマケコンとは

日本マーケティング協会が主催するマーケティングコンテスト



3位入賞



よって、自分の仕事に誇りを持ち
毎日楽しく仕事をする事ができる
ようなアプリを立案！！



全国大学生天然ガストラックマーケティングコンテスト



大会を通じて得られたこと

プレゼンに説得力を持たせる
コツを学びました！

