

## 誰もがうらやむ最高のカフェテリア

c 1240813 佐々木陽色

テーマ：学外の人にうらやましいと思われるようなカフェテリアを提案する。

まず、私はカフェテリアを1週間利用し体感したことと先輩などから聞いた話を以下の共感マップにまとめる。

SAY：話していて気になったこと ・朝ごはんには使いにくい ・メニューの数が少ない	THINK：何を考えているか ・
DO：行動、態度で気になったこと	FEEL：どのようなことをかんじているか ・学生数に対して券売機が少ない ・お昼ごろの利用者が多く利用したくても使えないひとがいる
PAIN：ストレスや不安を感じていること、気にしていること ・新500円玉がつかえない ・物価高による価格の上昇	GAIN：得たこと、できたこと、望んでいること

そこで私は以下のユーザーの顕在的ニーズ、潜在的ニーズを考えた。

顕在的ニーズ	潜在的ニーズ
・朝ごはんでも使いたい ・新500円玉でも食券を買いたい ・安い価格でカフェテリアを利用したい ・メニューを増やしてほしい ・券売機を増やしてほしい ・カフェテリアをより利用したい	・家で作るのが手間なので学校にきて大学で朝食を済ませたい ・旧五百円玉との交換に時間を取られたくない ・昼食にかかる費用を抑えたい ・長期にわたって利用したため飽きててしまった ・三限目があり朝食に時間が取れないので早めに食べたい ・カフェテリアを利用したほうがいったん家に帰るより手っ取り早い

そして、私は以上からカフェテリアの使用にかける時間をへらすためにはと他の大学の人々からもうらやましいと思われるカフェテリアをつくるにはの2点を課題として定義した。

そこで私はコンセプトとして以下のものを考えた。

- ① カフェテリアを利用したいが時間がない人のためのサービス
- ② 遠方から来正在して朝ごはんをカフェテリアで済ませたい人のためのサービス
- ③ カフェテリアで毎食に違いをつけたい人のためのサービス
- ④ カフェテリア内で食事を待つことなくしたい人のためのサービス

そして、コンセプト①にむいたプロダクトとしてカフェテリアに急ぎの人向けの提供場所の設置が適切ではないかと考え、時間のない人たちが利用できると思った。

次にコンセプト②にむいたプロダクトとして他の有名大学のように朝ごはんの提供を開始することが適切ではないかと考えた。

次にコンセプト③に向いたプロダクトとして日替わりメニューのジャンルを増やすことが適切ではないかと考えた。日替わりメニューを和・洋・中に増やすことができると思った。

次にコンセプト④に向いたプロダクトとしてテラス席などを設置したり椅子の数を増加することができるのでないかと考えた。

上記のプロダクトから期待される効果としては提供スピードの上昇により多くの人が利用できること、朝忙しい人達などがゆったりと朝食をとれること、気分を下げることなく日によって違う食事をとれること、もったいない待ち時間を作らずにすむなどの効果があると考えた。