

久保田 翔也

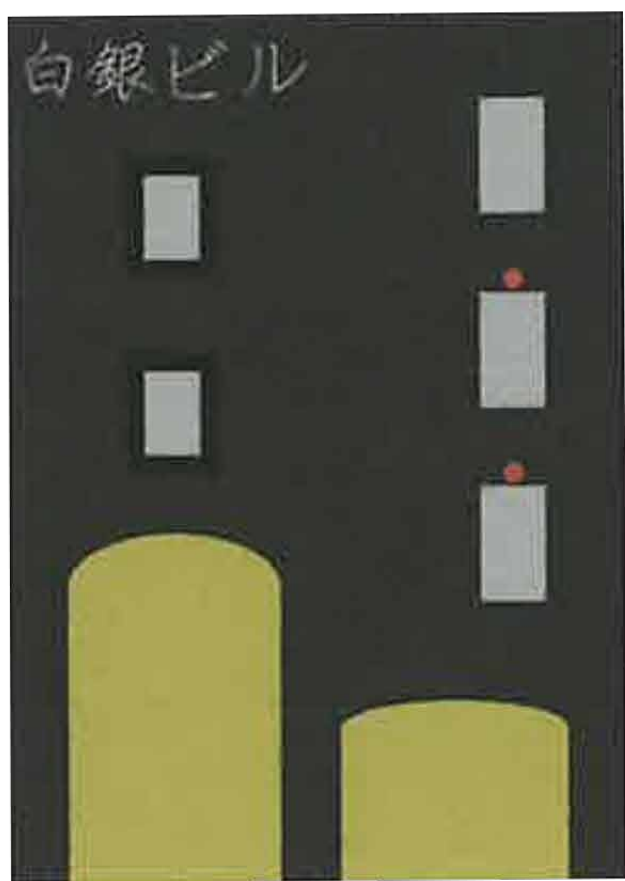
ビルを元にしたパッケージ



第一マルタケビル



白銀ビル



現状分析・問題抽出

課題一覧の掲載情報や課題提供者へのヒアリング、生活者としての意識等からこの課題をどのように捉えるか？

▶ 現状について

○歴史
かつては寺町と呼ばれ、1505年（永正2年）に創建された本宮山常妙寺などの寺が多くあった。
常妙寺は近年まで町域内に残っていたが、1990年代前半に郊外に移転している。

○人口・構成
都町一丁目が42世帯、都町二丁目が114世帯、都町三丁目が202世帯、都町四丁目が47世帯72人で計405世帯、人口555人である。

○都町の事業所数
都町一丁目が132事業所、都町二丁目が326事業所、都町三丁目が243事業所、都町四丁目が34事業所、計735事業所で4,623人の従業員が携わっている。

▶ そのままの問題はどこにあるのか

都町は居酒屋やバーなどのアルコールを扱う飲食店が多いがそれらの多くは飲料ビルと呼ばれる総合ビルに集約される。しかしそれぞれの飲食店の魅力や知名度はあっても飲料ビル自体の魅力や知名度はそれらに比べて極めて低い。

ビジョン

そもその問題を解決するためには、どのような状態になることが望ましいと考えるか。

飲食店の多くは飲料ビルに集約されるが、どここの飲料ビルのバーや居酒屋というように飲料ビル自体にフォーカスがほぼ当てられていない。
なので一つの飲料ビル内のバーや居酒屋が協力することでそれぞれの知名度を使って互いの飲食店の宣伝やその飲料ビルの魅力も伝えられるのではないかな。

プランニング

問題を解決するためのアイデアや、その先のビジョンを実現するためのプラン。

お中元などではビールなどのアルコール飲料をギフトボックスに入れて送るがこれらの中身を一つの飲料ビル内だけの商品でまとめる。それぞれの飲食店の商品を飲み比べることもできるし、その飲料ビルの魅力の宣伝にも繋がる。
なので「○○ビルのバーだ」というように飲料ビルと飲食店のセットで魅力を伝える事ができる。

デザインコンセプト・提案のポイント

アイデアやプランを実践するためのデザインの役割や問題解決のためのポイント。

ギフトボックスのビジュアルを飲料ビルを模したものにし、視覚的に飲料ビルの魅力を伝える。見た目をイラスト調にすることで親しみをもってもらいやすくする。