

三ヶ田 佳隼

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。

そこで働くひと、そこで提供されるモノ、歴史を感じさせるコト、唯一無二のバシヨ。

▼ 具体的なビジョン

遠藤ビルを店舗内の様子が容易に把握でき、「毎日バルが楽しめる空間」として地域に定着させ、はしご酒や周遊を通じて飲食店全体の売上向上と人の流れを創出することを目指す。最終的には、1日限りのイベントから脱却し、恒常的に複数の店舗を楽しめる仕組みを構築することで、リピーターの増加や新規顧客の流入を促進する。

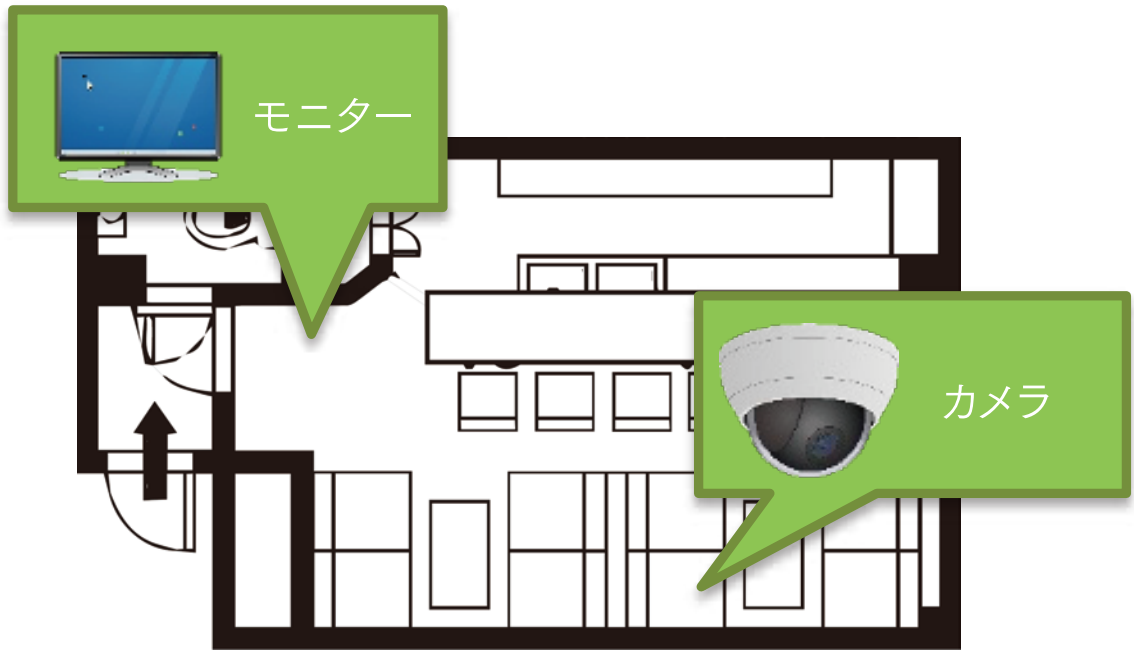
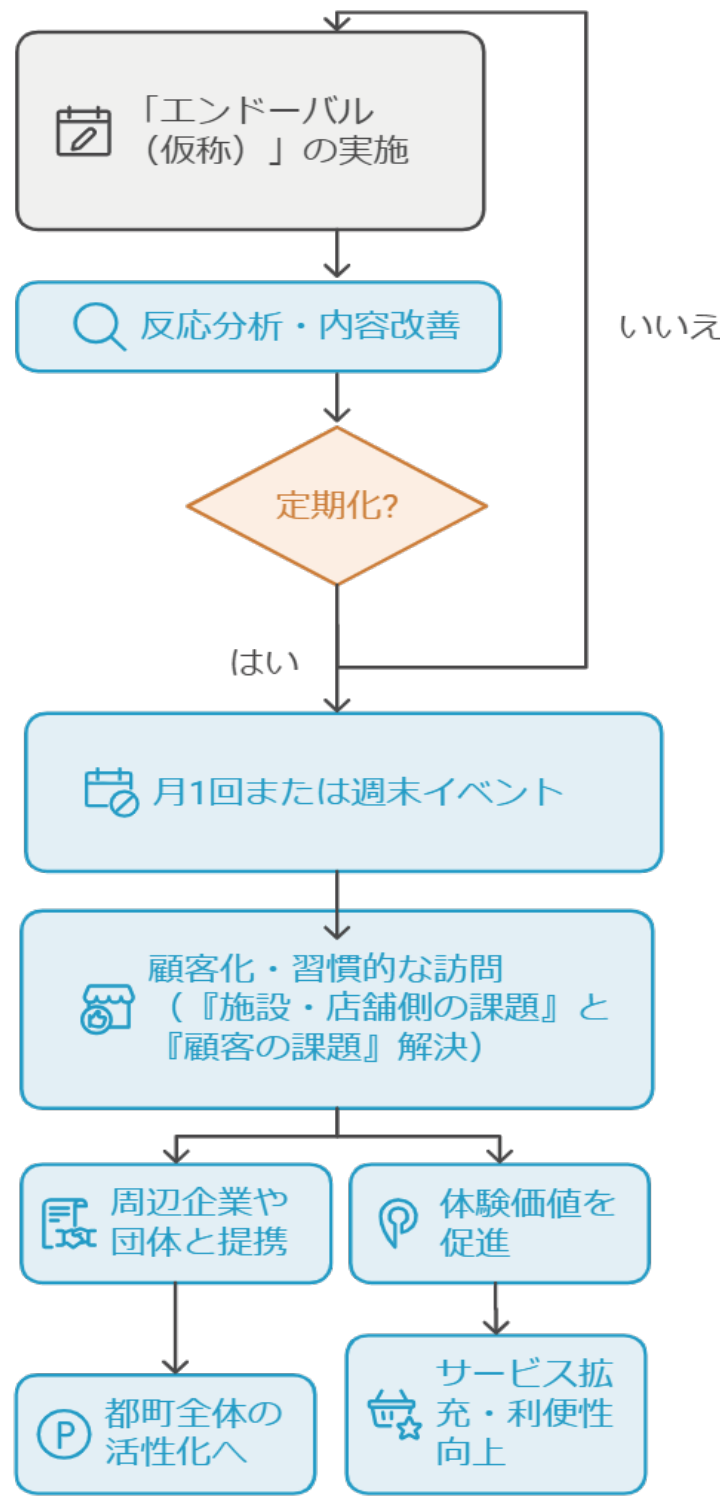
＜問題を解決するためのアイデア＞

“33店舗が混在する料飲ビルであること”を強みとして「はしご酒できるビル」をコンセプトとした、多様な食と個性を存分に楽しめる、新たなエンターテインメント施設化を実現。通常、「バル」や「はしご酒のイベント」というものは1年に1～数回、地域で加盟店を募集して実施するものだが、遠藤ビルが歴史ある飲料ビルであることや、「老舗」店舗が多いことで、通常の店舗貸主・借り主を超えた付き合いがある、距離感が近いといった結びつきの強さを活かして、遠藤ビル単独での「バル」所謂「エンドーバル(仮称)」を実施する。また、当社代表は以前イベントバーを経営(全国展開のイベントバーエデンのフランチャイズ店)した経験があり、「誰でも1日店長」が行える空間(バーのイベントスペースとしての貸出)として34店舗目を直営することによって、「UGC(ユーザー投稿コンテンツ)」発信の場として、大分に縁のある方達の繋がりを広げていく場所になると同時に、都町を訪れるインフルエンサーが1日店長として利用しているようにしていく。

【その先のビジョンを実現するためのプラン＞(恒常化するためのステップ:下図】

「バル」は1日イベントからスタートし、参加者や店舗の反応を分析し、内容改善を行っていく。初期段階では月1回、または週末イベントとして定期開催。イベント後も参加者が「日常的に訪れたいくなる」流れを継続する。また、新たなエンターテインメント施設化の環境整備(“33店舗すべてにIPカメラ・モニターを設置し、遠藤ビル1階(通り沿い)、エレベーター前(各階)に大型モニター(複数モニター)で、常に店内の様子が見られる体制)も構築する。混雑状況や店内の雰囲気事を前に顧客は把握する事ができるようになることから、バルの回遊性(利便性)も高まる効果が期待される。なにより、『施設・店舗側の課題』と『顧客の課題』を双方解決する効果が期待される。

顧客化・習慣的な訪問についてある程度の成果が出た段階から、周辺企業や団体との提携で、日常的な利用を促進する仕組み(クーポン・特典)を追加するなどの頻繁な訪問を促進するような取り組みも検討する。体験価値を促進するために、店舗側との協議を実施しながら、同じビル内に中華料理店やラーメン店といった飲食店もあることから、出前での店舗でも食べられるといったサービスや、人気メニューの開発といった新たな取組みも想定。



店舗イメージ(各店舗にカメラ・モニター設置し、34店舗の様子を順番に表示)また、入口やエレベーター前などの共用部にも各店舗の様子が全体で見える大型モニターを設置。

【その他:副次的効果】

各店舗では、営業時間を含めた24時間撮影、営業時間(タイマー設定)での撮影によって、万一の事件・事故発生時には証拠映像としても確認でき、防犯対策の充実が図られる。なお、プライバシーに配慮した運用としては、「レンズにぼかしを入れる」「撮影画質を落とす」といった方法の他に、AIによる動作検知と合わせて「人や顔に自動モザイク処理」を付与することも可能。



参考画像:[AI]プライバシーガードアプリケーション WV-XAE201Wによるカメラ内検知者・顔に対してモザイク処理]

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。

「スナック」などは入りづらいというイメージを持つ人も多く、「外から中が見えない」、「料金体系が不鮮明」、「一見客お断りなのではないか」といった不安から、若い世代を含めて新規来店が難しい状態である。これらを解決するひとつの手段が「バル」や「はしご酒のイベント」といったお酒に関連したイベントであり、大分市内を含む県内各地で不定期開催され、多くの賑わいをみせている。一方で大分最大の歓楽街である都町ではこうしたイベント実施がなく、大分駅前の再開発や中央町・府内町の飲食店充実から、「都町に飲みに行く」という選択をしない若年層が増加している。



府内町に位置するスナックなどでも、こうした「バル」や「はしご酒のイベント」に参画することで、新規顧客を獲得している実例もあり、これらを都町で企画するには飲食店が多すぎてどこまで声掛けができるか、誰が中心になってまとめるのかという課題が生

じるが、遠藤ビルに限定して「バル」や「はしご酒のイベント」を開催することはそれら課題が生じることなく実施でき、1日や数日開催ではなく、恒常的に実施する仕組みを整えることで、遠藤ビル内の飲食店すべてを周遊、はしご酒する“人の流れ”が構築できると考えている。上記取り組みのための実施プロセスとしては、以下の通り①環境整備②エンドーバル(仮称)の実施と定着③チケット制の導入による更なるサービス向上

本事業プランにおいて、店舗の混雑状況、店舗内の様子、価格が入店前の段階、遠藤ビル入口で視認できるようになり、また混雑している店舗の顧客が、空きのある店舗へと同じ施設内での回遊性が高まる。「バル」そのものは顧客・店舗の都合に合わせて実施するのではなく、恒常に行うことで、前売りチケット(※資金決済法の前払式支払手段に関する規制が適用されない有効期限6ヶ月)を販売することによる各店舗の運転資金確保に寄与する効果も期待される。①「環境整備」や③チケット制 なしに ②エンドーバルの実施も可能であるが、定期開催や通年開催といった恒常的に実施する仕組みや、「UGC(ユーザー投稿コンテンツ)」発信の場となるためには必要不可欠の内容となっている。なお、上述の内容は大分県内だけでなく、全国的にも珍しい革新的な取り組み事例となることから、各種報道機関や雑誌の取材、プレスリリースを通じた広告宣伝効果が大きい。

デザイン提案となる「エンドーバル(仮称)」では、歴史を感じさせるレトロをデザインに取り入れると同時に、遠藤ビルにどのような店舗があるのかを知ってもらうきっかけづくりとなる他、ロゴデザインは「オリジナルグラスの作成」「Tシャツ作成」などグッズ化を想定したシンプルなデザインで構成しており、バル運営に必要な収益確保についても考慮している。