

インターンシップ 最終報告

チームD

笠原治樹 加藤翔斗 外館恭介
橋本七海 藤田陽大 寒河江由唯

課題提供企業について

- 株式会社ブルー様

創業46年目。主に住宅・店舗・オフィス・施設などの内装施工を行っている。インテリアの施工業者としてクロス・カーペット、カーテン等の内装工事を始め、店舗用家具や照明工事なども行っている。画材などが売っている書の庵も経営されている。

課題

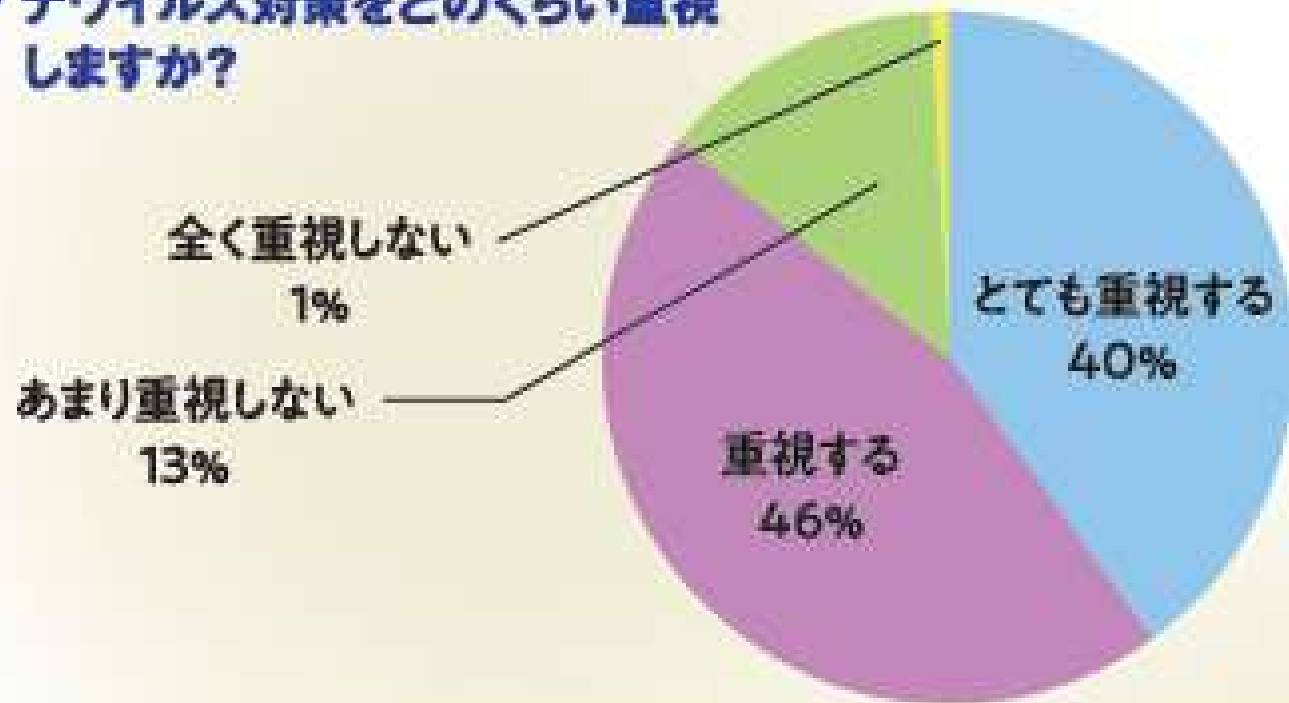
店舗などのインテリアを提案する株式会社ブルーにおいて、
コロナで悩みを抱えた飲食店に対して
どのような提案ができるのかを考案すること。

飲食店のオーナーは「料理を作る」だけでなく、
多くのお客様に対し「**食を楽しむ“場”を作る**」ことが目的。
テイクアウトや三密を避ける営業形態は、
自らの志とそぐわない部分も多く、
採算性の悪化と相まって非常に心情的に厳しい状況。



オーナーさんが大切にしている
「食を楽しむ場」を守りたい。
売り上げを安定させるため、客足を増やすための工夫が
内装で出来るのではないか？

Q. 飲食店を選ぶ際、お店の新型コロナウイルス対策をどのくらい重視しますか？



→お店を選ぶ際、**86%**の人がコロナ対策を重視している。

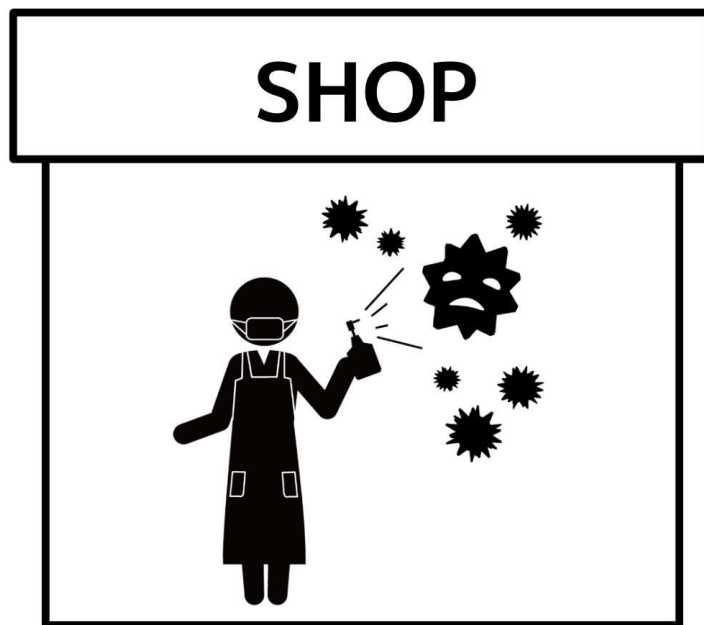
どうやって店舗のコロナ対策を確認している？

	必ず確認する	できるだけ確認する	どちらともいえない	ほとんど確認しない	全く確認しない	その他
感染対策情報をインターネットなどで事前に確認	12.6%	30.4%	21.0%	19.6%	16.2%	0.1%
店頭のステッカーやポスターを確認	11.6%	33.9%	22.7%	18.2%	13.6%	0.1%
実際にお店の様子を見て確認	21.5%	44.3%	19.2%	8.5%	6.3%	0.2%

65%の人が実際の**お店の様子を実際に見て**確認している



客足を増やすには店舗のコロナウイルス対策を
目で見てわかるように伝えること



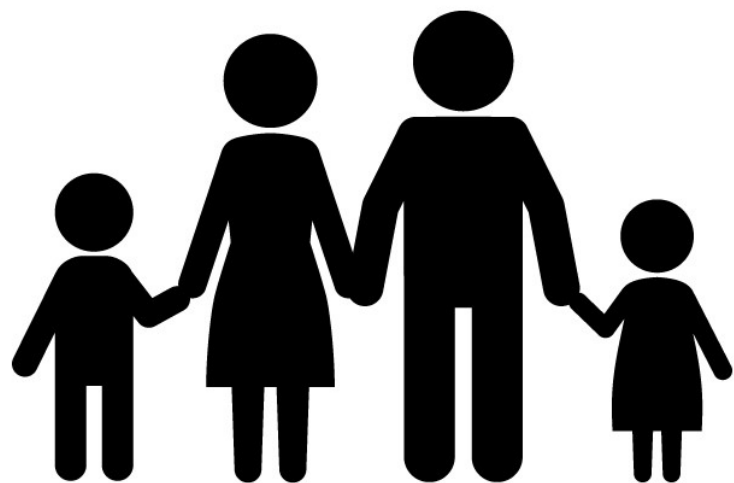
「コロナ対策の可視化」

を内装に取り入れ、飲食店に提案する

ターゲット層①

「子連れの家族世帯」

「子連れの家族世帯」



- 飲食店の利用者の割合の多くを占めている
- 子供や高齢者はコロナにかかると重症化
→コロナに対してとても敏感で、
外食がストレスに

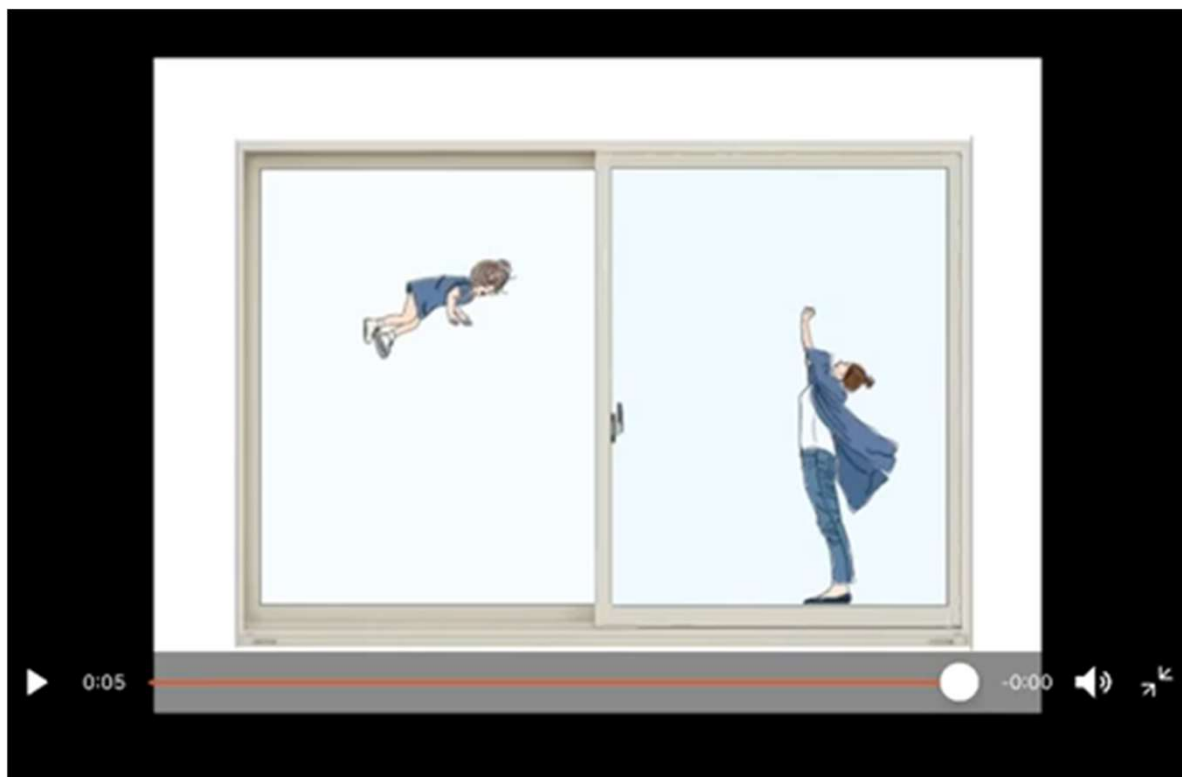
ストレスなく安心して食事できる環境
を提供

そこで考えたのが

**開けたくなる
窓**

開けたくなる窓とは？

店内の窓に左右それぞれ違うイラストを描く。換気のために開けると、重なって一つの絵に。



閉じている状態ではソーシャルディスタンスを保っているが、閉めるといつもの距離感に戻る

「コロナが落ち着いたなら戻ろうね、それまで頑張ろう！」というメッセージ

メリット①店側の負担を軽減する

- 換気は30分に一回以上、数分間程度、窓を全開することが推奨されている（厚生労働省より）
→お店側のコロナ対策の業務が増加し、負担に

開けたくなる窓なら、いつの間にか換気してる

→お店側、お客様、みんなで換気を行うコロナ対策



メリット②コロナ対策を「楽しむ」

- ただの装飾ではなく、メッセージ性を持っていて、また子供にとって、窓をあけると目の前で変化する仕掛けはおもちゃのように興味がわき、楽しめる
 - 苦である換気すること自体を、楽しめる
 - コロナのおかげで楽しめる

メリット③来店数の増加

話題性を持たせるため窓のデザインを外部に依頼

ex) 有名なアーティスト、鶴岡中央高校の美術・デザイン系列の生徒etc...

- 窓にペイントするのをパフォーマンスとして**イベント**を開催（インスタでライブ）

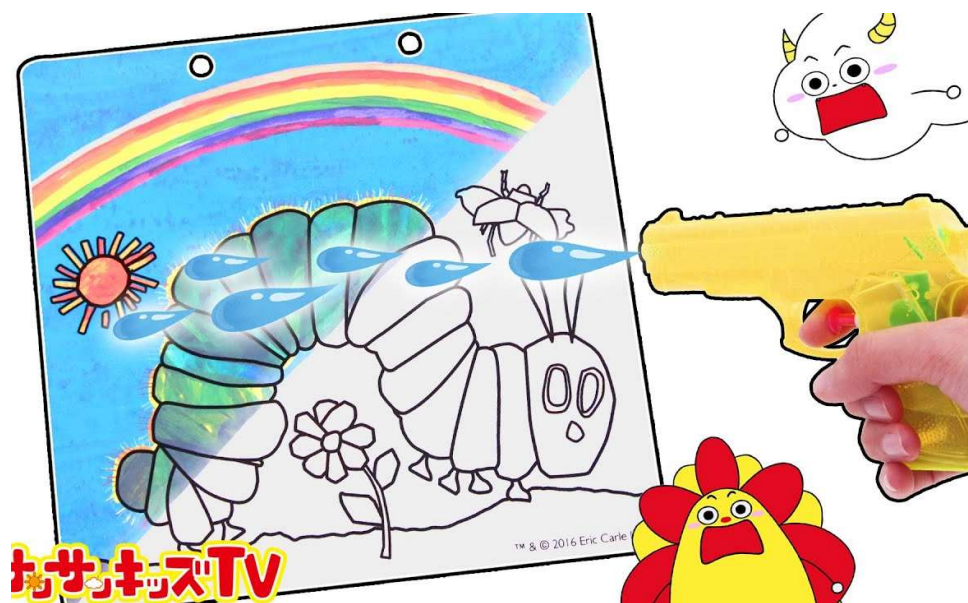


浮き出る
イラスト

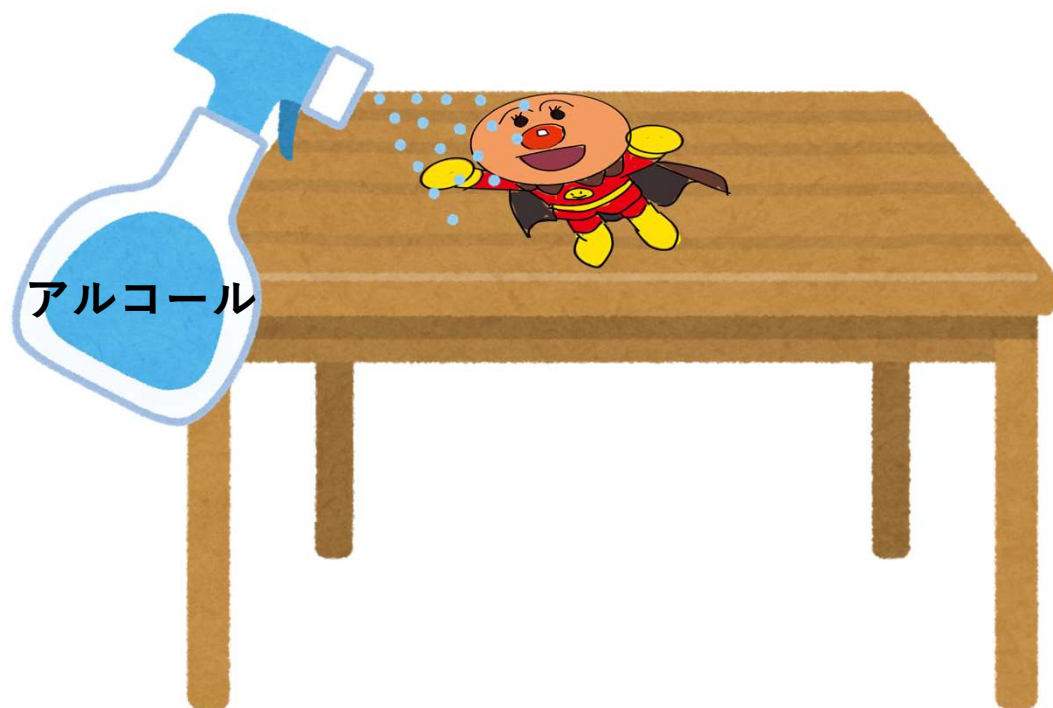
参考になる商品

「スイスイおえかき 何回でもぬれる! ぬりえ はらぺこあおむし」

- ぬれると、カラフルなはらぺこあおむしのイラストが浮き出る
この素材を**シール**にして貼る



具体的には？



アルコールをかけたり、机を拭いたりすると絵が浮き出る
→一目で消毒したことがわかる。

カーテンや壁などにも

メリット

- ウイルスは目に見えないからこそ保護者は常に気を張っている
→ **可視化**することで安心して食事できる
- 「アルコール消毒しました」と口で説明するより、消毒されたかどうか **目で見て確認**できる

ターゲット層②

「若者世代」

「若者世代」



- コロナ意識が比較的低め
- 若者が主体的にお店のコロナ対策の写真を、若者が得意なSNSで拡散する事で、不特定多数の人が見る



➡ コロナ対策がされていることをSNSを見て確認でき、コロナに対する**不安**が解消し、安心が生まれファミリー層や高齢者層の客足を見込めるのではないか

そこで考えたのが…

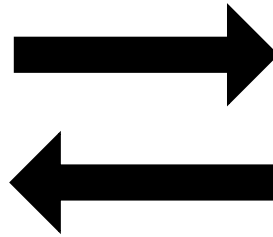
SNSで広めよう

コロナのもっけだの

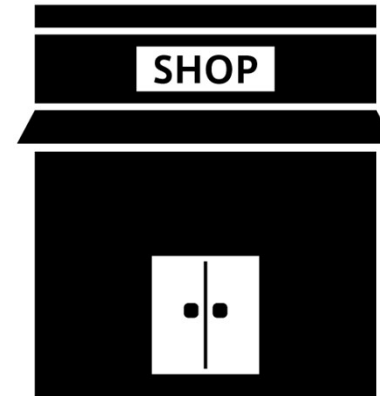
SNSで広めようコロナのもっけだのとは？

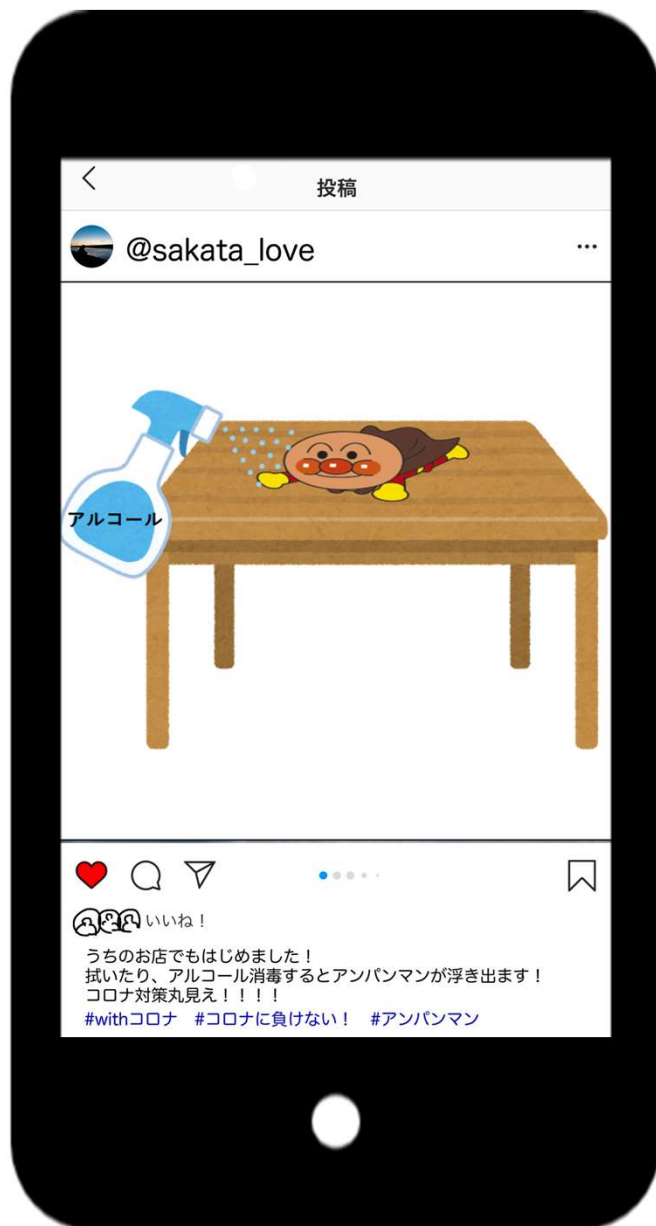
もっけだの=ありがとう

コロナ対策
ありがとう



来てくれて
ありがとう





①店側がSNSなどにコロナ対策の様子を投稿

②お客様が投稿を共有する、又は「開けたくなる窓」や「浮き出るイラスト」などの、目で見えてわかる店内のコロナ対策の写真を撮って投稿

③投稿するとスタンプカードにスタンプがもらえる（たまると割引券や食券などと交換できる）

コロナに負けるな！

みんなで作る

モザイクアート

モザイクアート

- ①飲食店で、色付きの紙にメッセージを書き、その場で貼ってもらうスペースを設ける
- ②1か月ごとに店舗を移動
- ③何店舗かに回してもらって、作品が完成する過程を楽しんでもらう

1回でも完成途中のモザイクアートをみたら、完成品が気になるのではないかという気持ちを利用して、リピータを増やす。また、他店舗にも移動するので、協力店は新規のお客様も獲得できる。

株式会社ブルーさんの ほかの事業への提案

株式会社ブルーさんもコロナウイルスの影響を受けている。
ブルーさんの話を聞いて、ほかの事業についても
アイデアが浮かんだ。

押絵マスク

押絵とは

厚紙を切り抜き綿と布でくるむ立体の工芸品

ブルーさんの経営する「書の庵」通販サイトで押絵が作れるキットのセットが販売されていた。セット内容に、スナップボタンもいれるとマスクの装飾品として、新しい価値が生まれると考えた。



ブルーさんでは、職人さんが作る額縁の販売も行っている
それを飲食店でも置かせてもらい、
販売したらどうかというアイデア。

しかし、ご飯を食べに来た人が額縁を買おうと思うだろうか…



食べられる額縁

まとめ