

飲食店の推しポイントを たくさんの高校生に！

3組 担任 鈴木里穂さん
副担任 落合保多瑠さん
メンバー 沼上文音 伊藤優 永井寧 園田楓加

1.HR活動について

- 7月 HR活動開始
- 8月 「カフェわやわや」見学
- 9月 企画の方向性の話し合い
- 12月 飲食店研究所の佐藤啓司さんにインタビュー
企画の話し合い
- 1月 カフェわやわや取材
ジャスティンコーヒー取材
- 2月 COFFEEMANgood取材
- 3月 ポスター完成品掲示

飲食店の「今」の状況について
知りたい



飲食店研究所の佐藤啓司さんに
インタビュー

インタビュー内容

- お客さんの年齢層→30～40代男性 たくさん食べる人
ターゲティングを意識
- お店の宣伝方法→SNS代行 継続が大切
- 飲食店セミナー→経営面での工夫や集客
- 飲食店の課題→飲食店を始める若者が失敗を恐れない
- 現在の飲食店のこれから→「魅力」づくりの徹底

1.HR活動について

HR活動を通して

- 飲食店経営の仕組み、工夫について学んだ
- 飲食店経営者のお店への熱い思いを知った
- コミュニケーション力の大切さを学んだ
- 自分たちから行動する大切さを学んだ
- 先を見据えて動く力が身についた

2.企画について

① 《私たちが考える商店街の問題》

- コロナ禍で飲食店へ足を運ぶ人が減っている
- 若者が楽しめる場所が少ない
- 商店街に元気がない

コロナ禍でも飲食店へ足を運ぶ人が増えてほしい
若者(特に高校生)が楽しめる場所とは…

★高校生×飲食店の繋がりをもっと！！

★高校生の向けのカフェポスターを作ろう！

2.企画について

② 《企画内容》

★高校生に向けた駅ちかカフェを紹介

〈ターゲット層〉 高校生

〈内容〉 飲食店の推しポイントを知ってもらう

〈掲載方法〉 ポスターの作成

〈掲載場所〉 青森東高校の各教室18クラス + 職員室3
+取材したカフェ3店舗
合計24枚

2.企画について

③ 《カフェへの取材》

カフェわやわや

• ナポリタン

• クレープ

• 店名の由来は人がわやわやしているお店にしたい

• わやおもしろい

地元愛あふれるあったかカフェ



推し

③ 《カフェへの取材》

ジャスティンコーヒー

推し

- ニボリタン
- パフェ（チョコ、ベリークリーム、抹茶、ヨーグルトetc..）
- コミュニケーションの場にしたい
- ゆっくりして行ってほしい

ENJOY! REFRESH TIME

③ 《カフェへの取材》

COFFEEMANgood

推し

- 津軽味噌キャラメルのカプチーノ
- ドリンクのみ販売
- コーヒーの可能性を探っている
- ジャム屋さんやカレー屋さんとの3店舗コラボ商品も！
- 隣のお店のスイーツ持ち込みOK

コーヒーを通じて繋がるコーヒースタンド



④ 《期待される効果》

- 高校生がポスターを見る
- ↓
- 知っているお店が増える
- お店に興味を持つ (=知っているお店が増える)
- ↓
- お店に行く人が増える

+ a

- 友達を通じて情報が広がる
- 移動中や道を調べる際に目に入る他の店への興味も深まる

⑤ 《ポスターを掲示した結果》

- 掲示した直後から見てくれる人が多くいた
- 興味を示す人が多く、さっそく「行ってみたい！」と話す声も聞こえた



★新年度が近く、掲示物が少ない中でポスターを飾ったためよりポスターを目立たせることが出来たからではないか

3.活動を通して

① 《考察》

『周りの意識』

×「行かない」 ○「知らない」

- 周りの店を知らないだけで興味がないわけではない！
- 直接行くように言わなくとも、橋渡しになる

② 《活動を通じての学び》

- 『ターゲティングの重要性』
- 誰に届けたいかを意識することで、内容をより絞り、見る側のことをより意識できるようになった

- 『情報の大切さ』
- 知らないことには何も始まらない
- 知ることが興味や関心の第一歩

③ 《今後について》

青森はカフェに限らず素敵な飲食店がたくさんある
→たくさんの人の「興味」とお店側の「情報」を結びつける
→→人がお店へ行く「きっかけ」や「理由」を作る

しかし

全ての人がポスターを見たり、見たからといって確実に店を訪れるとも限らない

③今後について

- どのように人の心に訴えるか
- どのように情報を残していくか



青森の飲食店の魅力を伝えていく

④《私たちが目指すまち》

たくさんの人が身の回りの店に
魅力を感じられ、それぞれの良
さを実感できるまち