

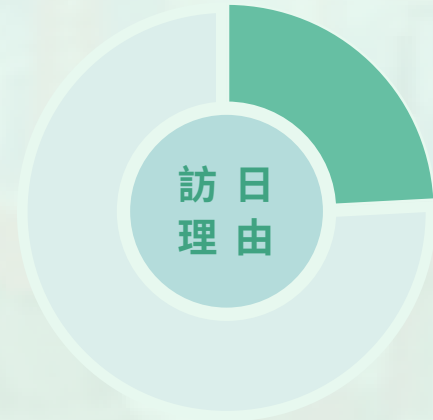
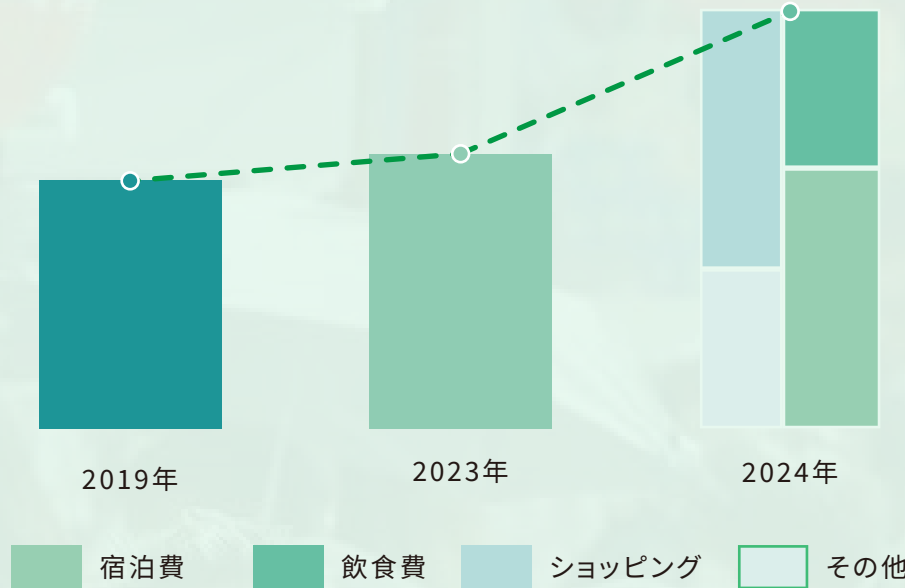




プロジェクト背景

観光経済

2019年、日本は3190万人の外国人観光客を受け入れ、観光総消費額は4.8兆円に達しました。
2023年、日本は2500万人の外国人観光客を受け入れ、観光総消費額は5.3兆円に達しました。
2024年、日本は3687万人の外国人観光客を受け入れ、観光総消費額は8.1兆円に達しました。



アメリカ人観光客の24.2%が「日本文化」を理由に日本を訪れています。



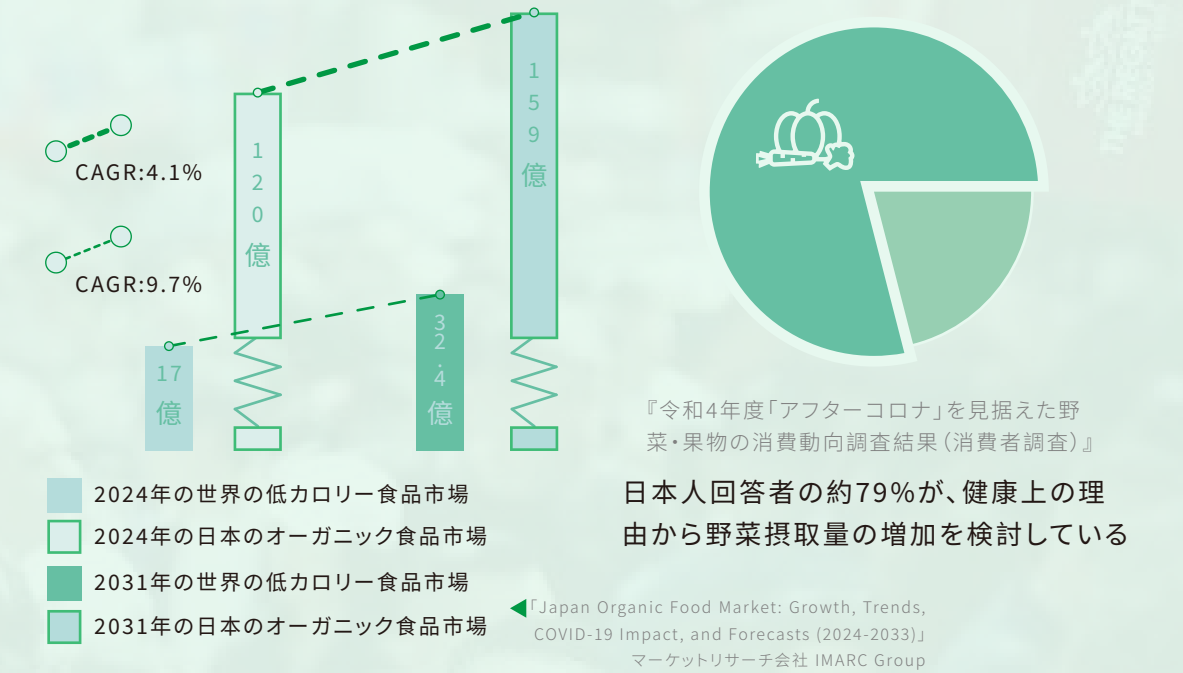
(nomurachan@妖怪美術館---X,元twitter)

観光振興学者の安村克己氏は「小豆島の妖怪美術館などのプロジェクトは欧米およびグローバルな観光客にとって『キラーコンテンツ』となり、地域の魅力を著しく高めている」と指摘しています。

神社・寺院、古城、温泉などの歴史的・自然景勝地が必訪スポットとして挙げられることが多く、日本文化体験への需要が大きい。

ヘルシーフード市場

近年、「健康」「グリーン」「低カロリー」「機能性食材」への社会的ニーズが高い状態で推移している。



調査によると、日本への観光客の関心は継続的に高まっており、深い体験や高品質なサービスに対して強い支払い意欲を示しています。

- 日本独特の妖怪文化は、日本の伝統と観光客の好奇心を結びつける強力なIPとなり、非日本人観光客の文化参加度と体験の深さ(妖怪をテーマにしたアニメ、展示会、祭りなど)を著しく向上させています。
- 健康的な食事に関しては、世界規模で健康食品市場は安定した成長期にあり、特色ある健康的な食事やオーガニック食材には広範な可能性があります。



コンセプト・インスピレーション

リラックスした雰囲気
休憩・リフレッシュ
深い文化体験
健康的な食事
親しみやすさ
楽しさ
写真共有
観光客
社交的な会話
物語性
低カロリー

キーワードの集約と洞察を踏まえ、日本文化伝説と組み合わせて文化体験ニーズと健康食材トレンドに適合する妖怪IPを検討する。

日本の神話伝説を研究した結果、河童が最適と判断した。



「河童」---n.kingyo

高い文化識別性

キュウリとの自然な結びつき

継承と懐古の雰囲気

キュートで高い識別性を持つ視覚記号

IPの異業種コラボ潜在力

環境保護と持続可能性の象徴

世代を超えた幅広い魅力

健康テーマとの自然な親和性



ユーザー分析

ユーザーペルソナの構築 (Personas)

観光客



Anna

年齢: 28歳
国籍: ドイツ
職業: 個人旅行ブロガー / YouTuber

- 「スポット巡り」やテーマ性のあるカフェ・店舗の紹介を好む
- 健康志向の軽食を好み、「グリーン」「低カロリー」メニューに強い関心を持つ

目標とニーズ

- 店舗の特徴情報や多言語メニューを素早く入手したい
- 日本文化要素を感じられ、写真映えてSNSでシェアできる体験を探している
- 健康的かつ日本らしい料理を楽しみ、「観光 + 健康」の両立を図りたい

ペインポイント

言語の壁がある

レストラン情報の取得が難しい

都市会社員



田中 悠希 (たなか ゆうき)

年齢: 29歳
居住地: 東京都千代田区
職業: 会社員

- 平日でもリラックスできる空間を求める
- 健康志向で、低カロリー・高繊維の軽食を好む

目標とニーズ

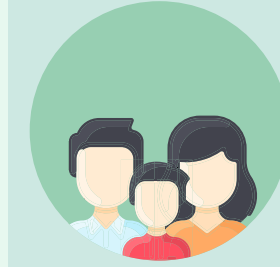
- オンラインで素早く予約・席確保し、混雑を避けたい
- 平日ランチタイムに静かで快適な雰囲気の中、健康的なドリンクを楽しみたい
- 「都市の小さな逃避」を感じられるリラックス空間がほしい

ペインポイント

店内での待ち時間やオーダー手続きが長い

リラックスできる場所を見つけにくい

親子家庭



佐藤一家

メンバー: 父、母、5歳の息子
居住地: 埼玉県

- 週末の親子アクティビティとして教育的意義と安全性を重視
- 予算に限りがあるため、コストパフォーマンスの高い健康的な食事と文化体験を希望

目標とニーズ

- 子どもが簡単な体験に参加でき、親も一緒に参加するがリラックスできる
- 子ども向けのあっさり味で栄養バランスの良いメニューを提供

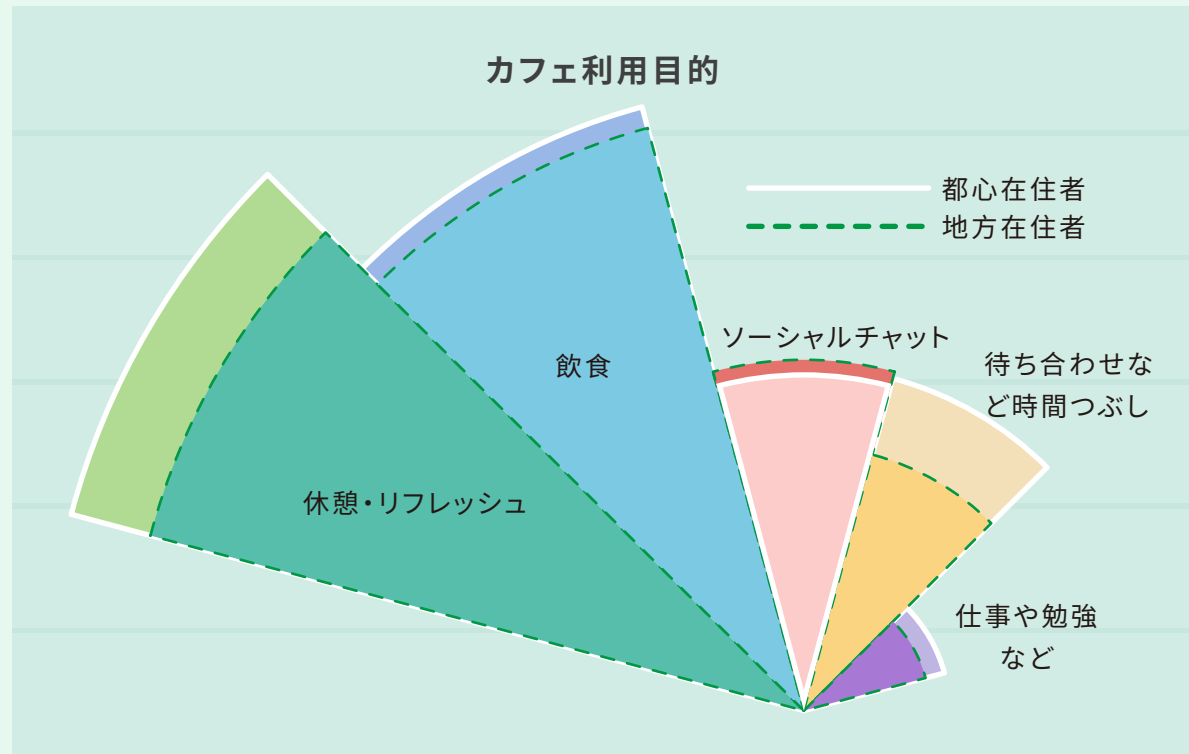
ペインポイント

NO KIDS レストラン

子どもが野菜を食べたがらない

メニューや空間が退屈で、子どもの興味を引けない

日本のカフェ文化

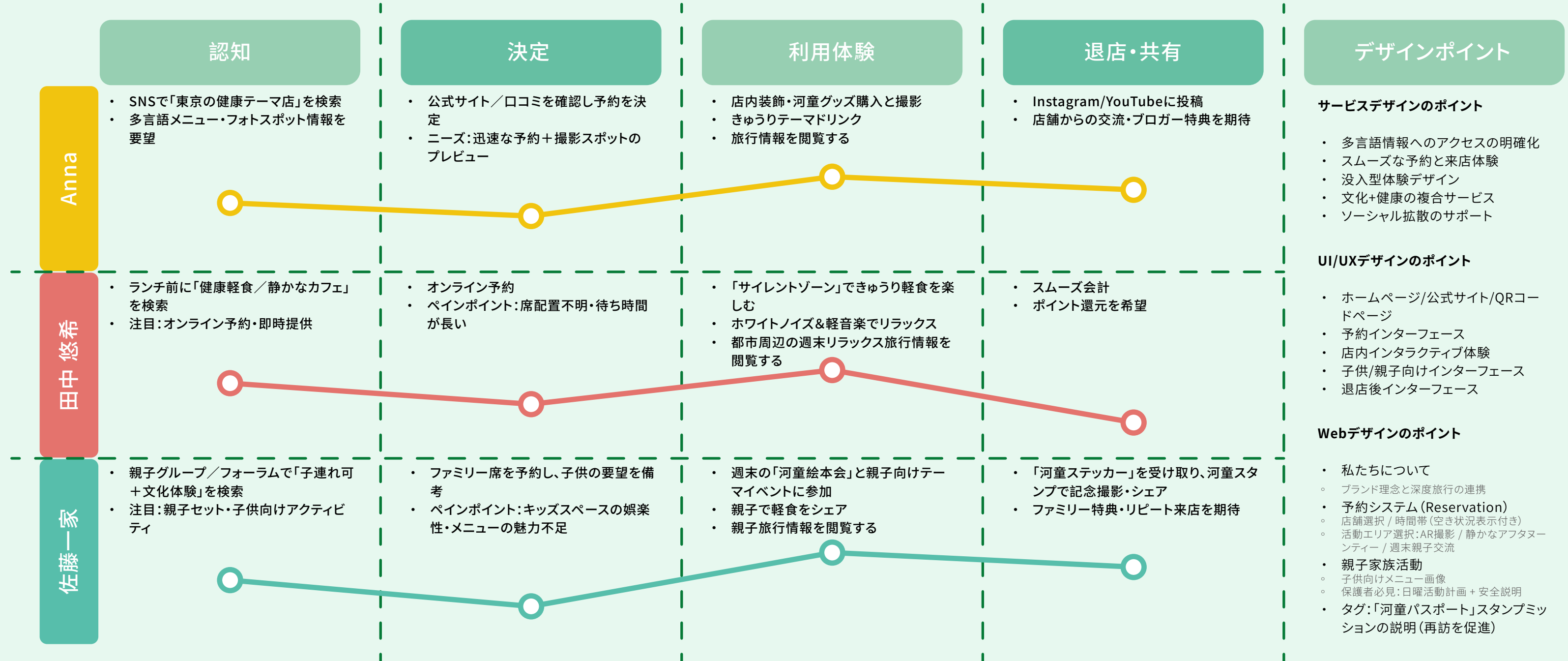


「居住地別カフェ利用調査 (令和3年度)」
株式会社YAY

日本のカフェ利用目的調査では、上位3位が休憩・リフレッシュ、飲食、ソーシャルチャット。休憩・リフレッシュが60%以上、飲食が57%と主要ニーズであり、深い文化体験や健康軽食、SNS巡りのニーズにも合致する。これら3つのニーズを統合し、デザインを通じて市場ニーズを満たす。



ユーザージャーニーマップ



ユーザージャーニーマップ

Lukas Müller, 32歳。スイス出身のフリーランスフォトグラファー兼文化探検ブロガー。

- 現在は家族とともに日本を訪れ、過度に開発されていない日本のニッチな文化や飲食シーンを熱心に探索し、高品質な映像と文章を通じてSNSで旅程や感想を共有しています。
- 彼は特色ある文化観光や健康的な食事に深い関心を持ち、「本当の日本」を体験することを望んでおり、観光客が集中する定番スポットをただ巡るのではなく、新たな発見を求めています。



- 偶然「河童カフェ」を発見し、妖怪IPと健康的な軽食を組み合わせたコンセプトに惹かれた



- 正確な場所と店舗営業情報を調べ、道中で事前予約することができる。



- QRコードをスキャンし、多言語メニューと店舗紹介にすぐに切り替え、言語の障壁を解消した



- 「きゅうりのポタージュときゅうりパンのセット」を選び



- 店内で「河童とその妖怪の仲間たち」という日本の妖怪紹介冊子を閲覧し、妖怪物語本を読んだ。
- 公式ウェブサイトで「静かな妖怪の旅」ページを発見し、妖怪文化体験ルートを推奨する地域深度旅行コースと情報交換コミュニティを見つけた。
- 公式ウェブサイトと店内ポスターを通じて日曜日の子供の日イベントを知った。



- 可愛い河童キャラクターと河童の壁画と一緒に写真を撮り、Instagramに多くのいいね。

- 「河童パスポートシール」を受け取り、スタンプを押して10個のスタンプが集まると無料の河童きゅうりサンドイッチセットと交換できる。



重要なニーズ洞察

多言語シームレスアクセス

- QRコード多言語メニューと簡潔なプロセスにより、言語障壁を取り除き、予約と注文の効率を向上させる。

没入型インタラクション

- 拡張現実を活用して河童の物語と健康科学を組み合わせ、楽しさとソーシャル共有の動機を高める。

栄養と原産地の透明性

- メニューまたはARインターフェースでカロリー、成分、効能を視覚的に表示し、ユーザーの信頼感を強化する。

シンプルなロイヤルティメカニズム

- スタンプまたはデジタルチェックイン方式を採用し、「スタンプ集めで食事と交換」のルールを設定して、リピート消費を促進する。

シナリオ化された文化コンテンツ

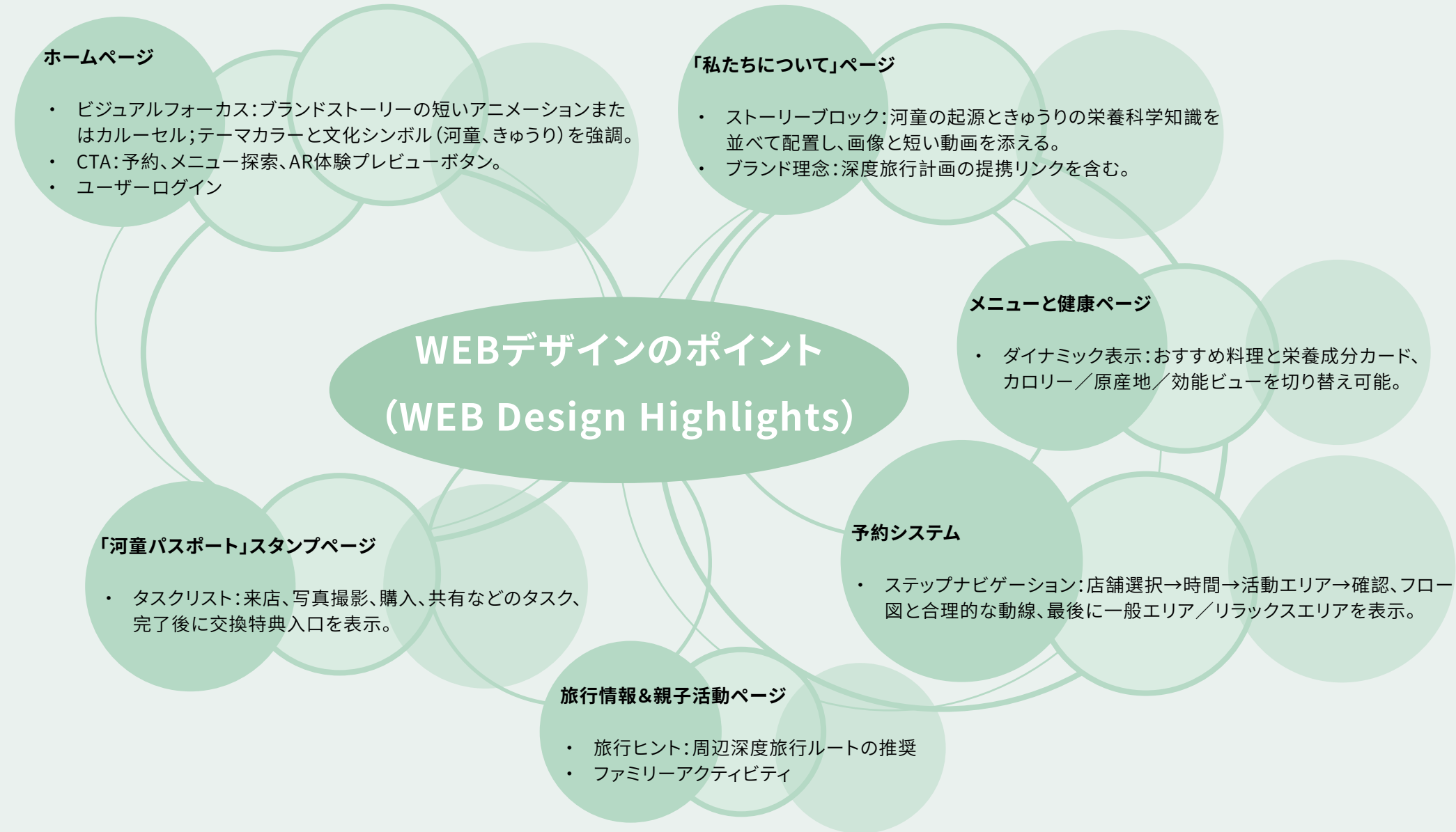
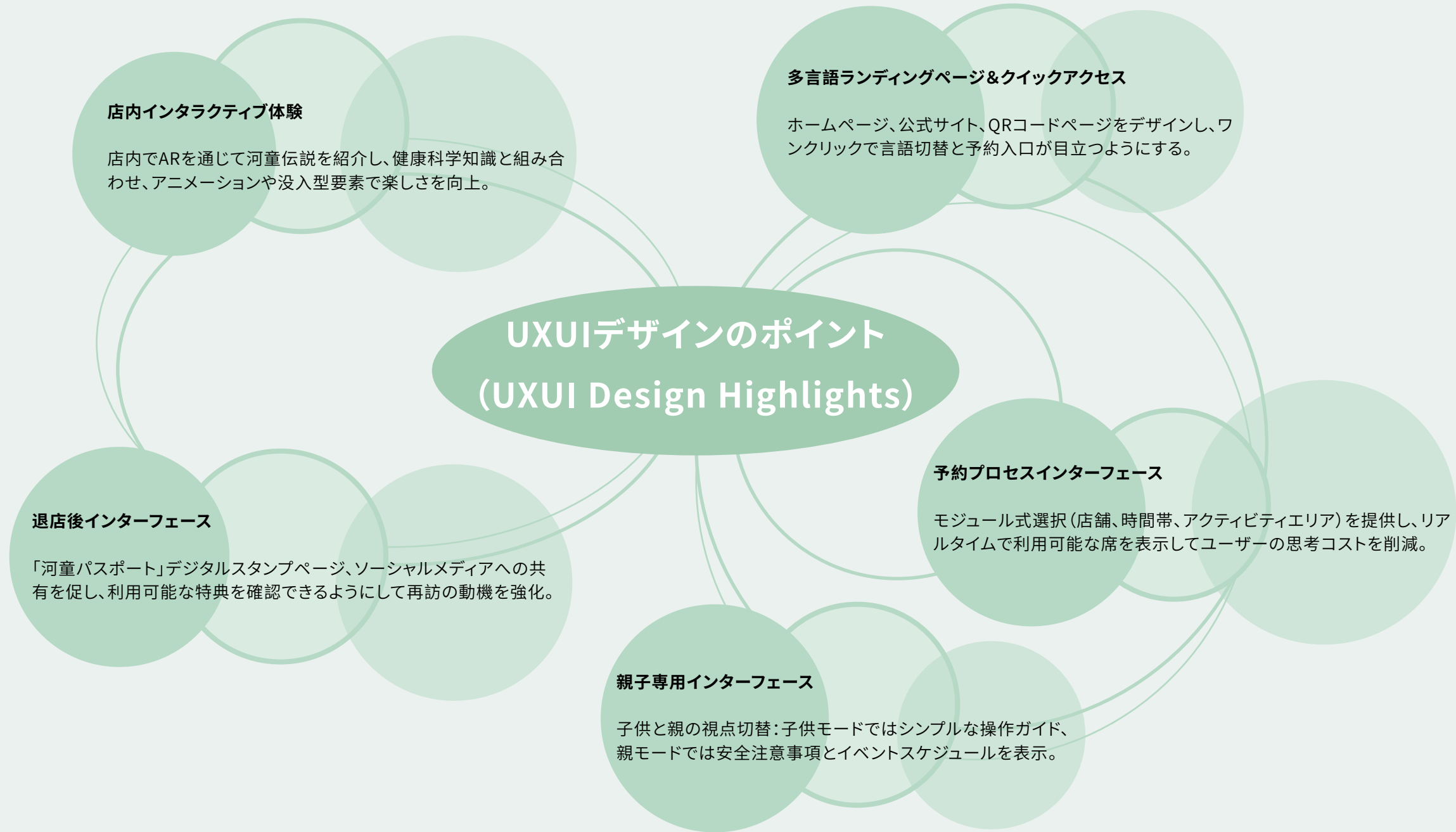
- テーマ別旅行ルートとコミュニティ交流を提供し、観光客のニッチな文化と持続可能な体験へのニーズを満たす。

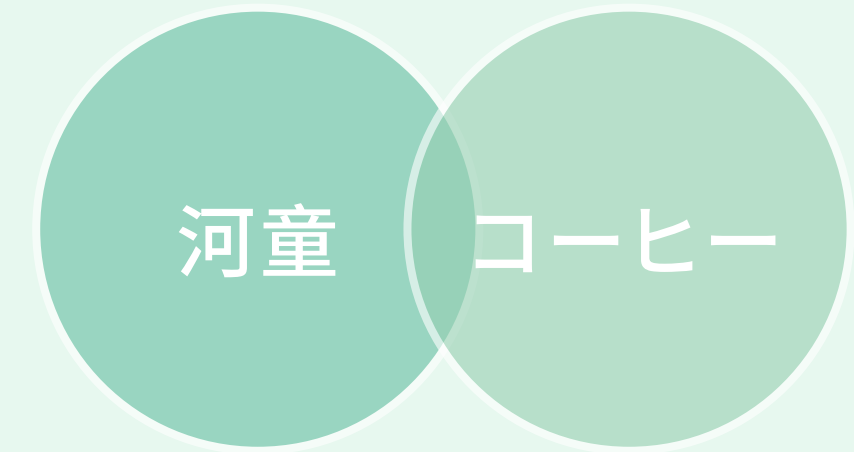
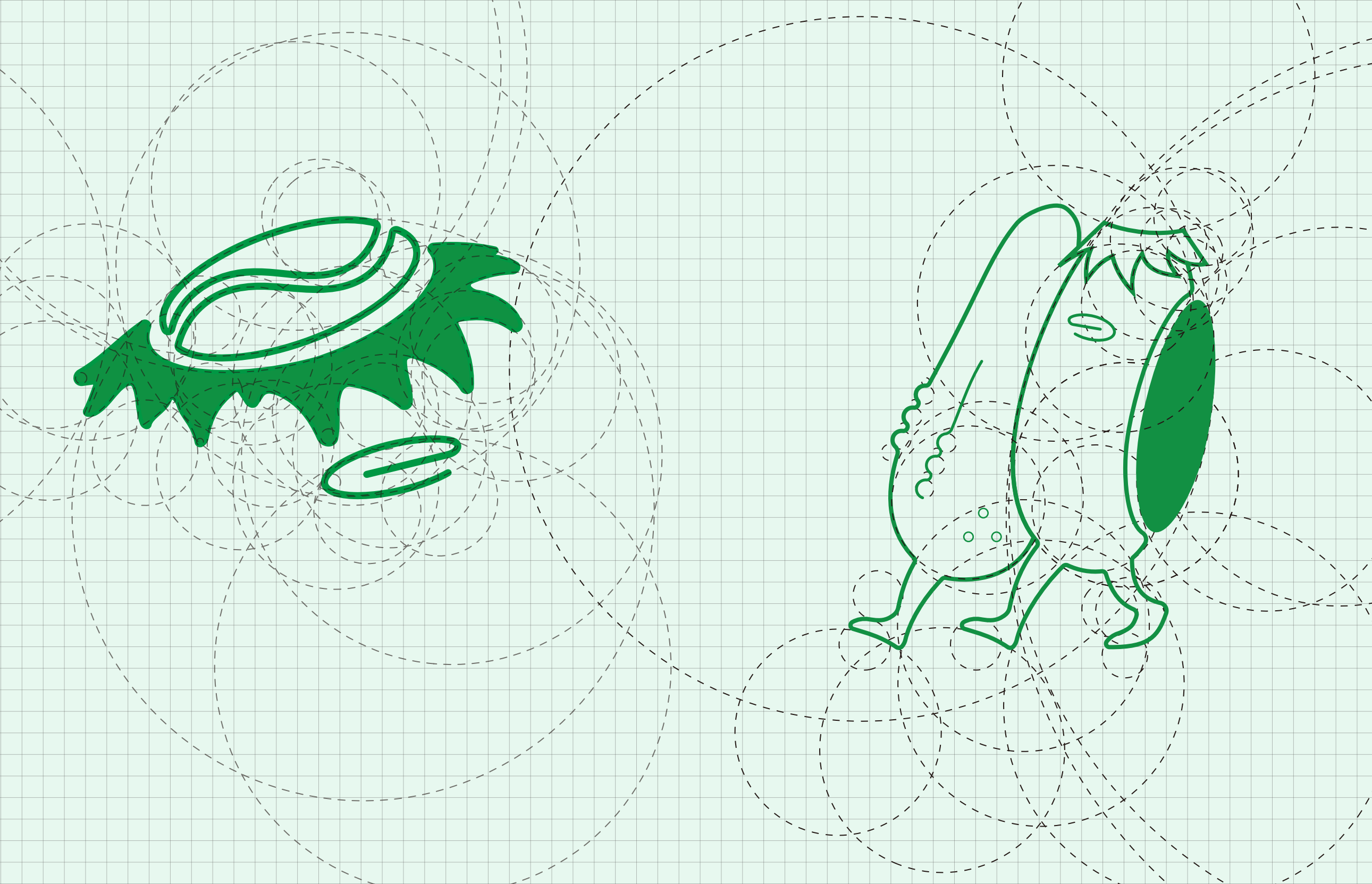
親子向け機能

- 子供向けメニューとインタラクティブゲームをデザインし、絵を描いたり、クイズに答えたりする活動を通じて健康的な食事を促進する。

ゾーン別体験デザイン

- 写真撮影エリア、静かな休憩エリア、親子交流エリアに区分し、異なるユーザーの核心的なニーズに対応する。





LOGOのデザインは河童とコーヒーの要素を参考

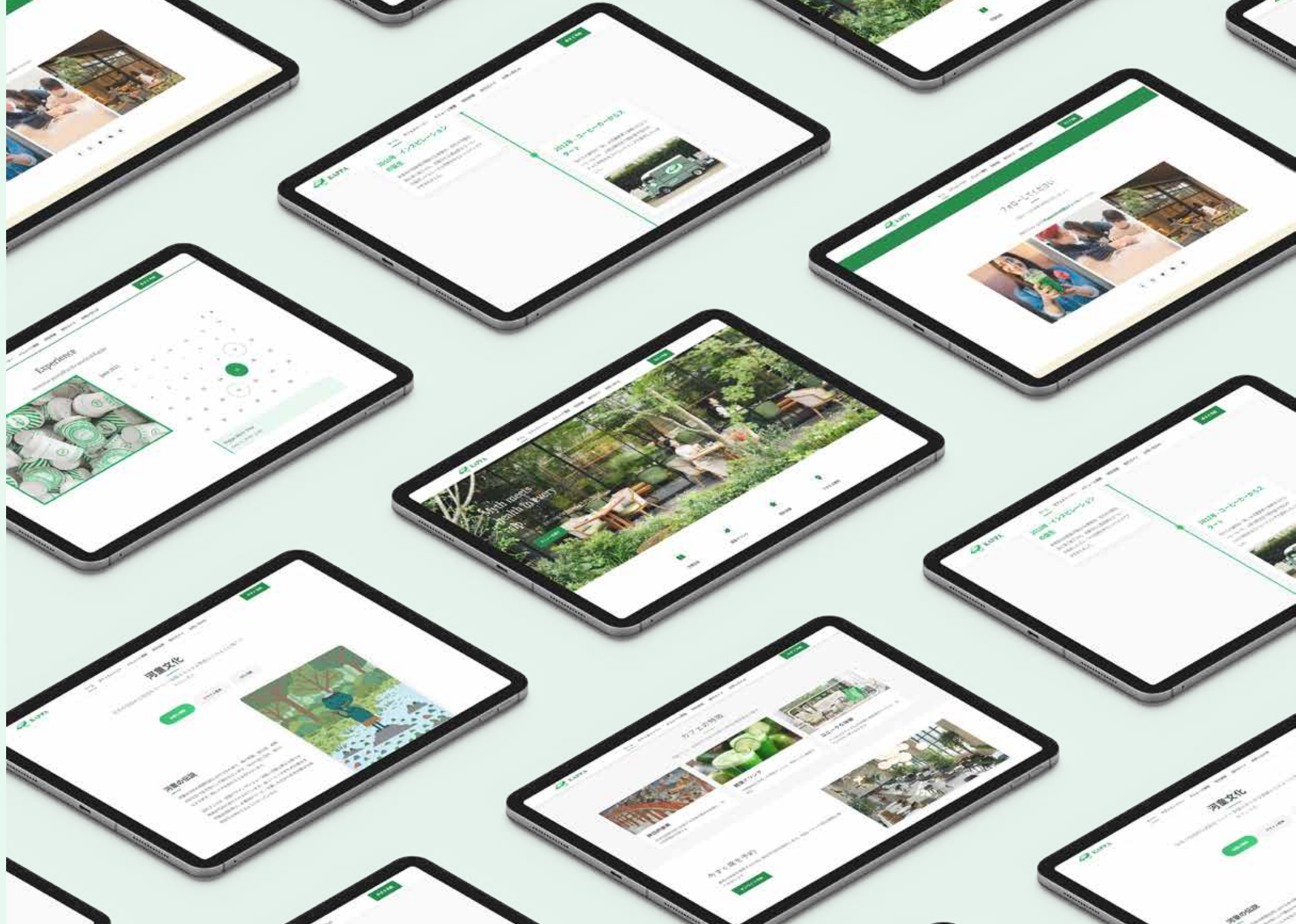
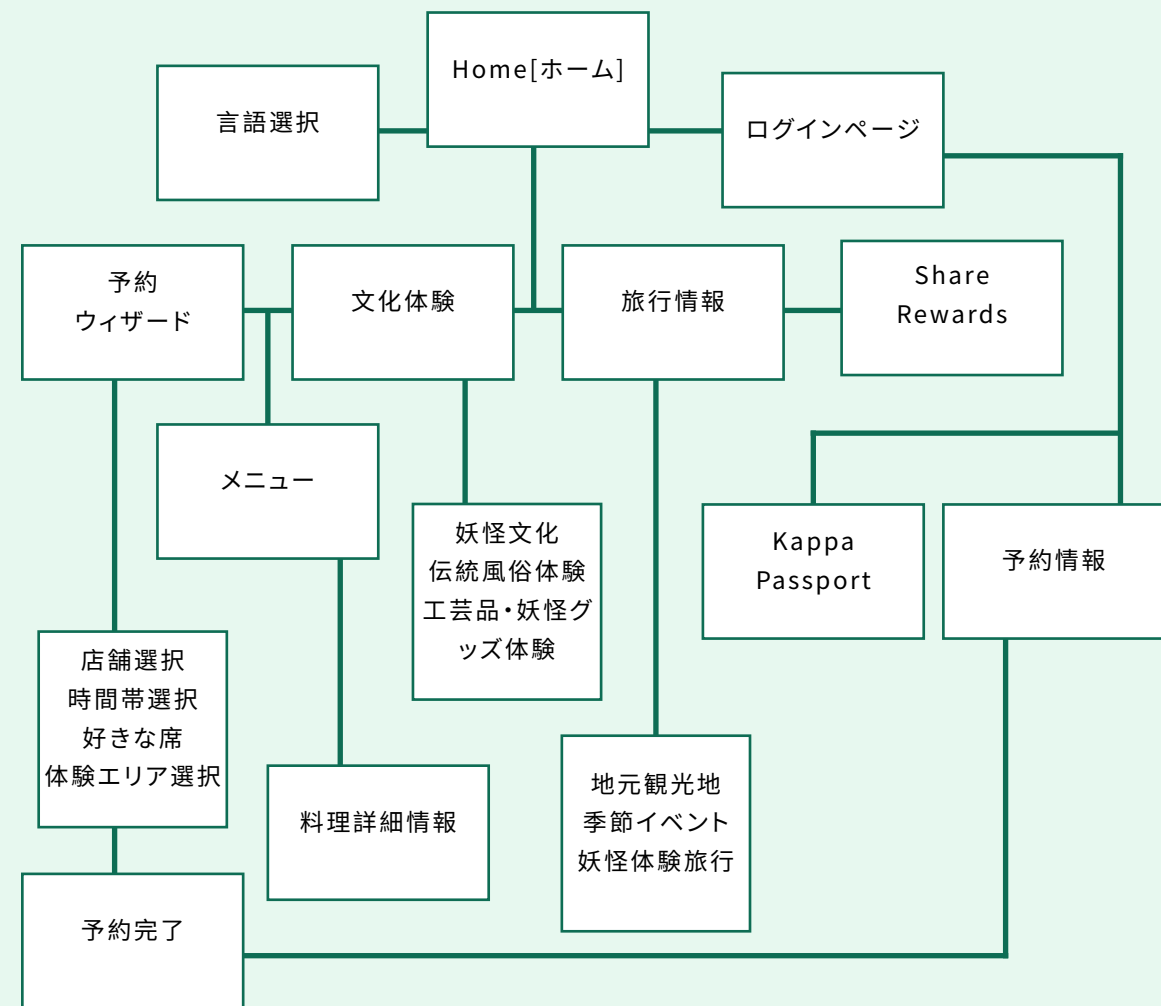
全体的に河童の頭部の形をしており、その河童の頭部をコーヒー豆がコーヒーに落ちる形状にデザインすることで、視覚的な言葉遊びを創り出しています。

- 全体のデザインの輪郭は、河童の頭部のようでもあり、コーヒーに落ちるコーヒー豆のようでもあります。コーヒー豆と河童の頭頂部の窪み皿が融合し、はねるコーヒーと河童の頭頂部の毛髪が組み合わさっています。
- 色彩選択では鮮やかな緑色を主な色調として使用しており、これは河童の伝統的なイメージに合致しています。緑色はまた健康、自然、新鮮さを象徴し、コーヒーショップの健康的な飲食理念に呼応しています。
- 文化と現代性の融合は、コーヒーショップの核心的な位置づけに適合しています：日本の伝統文化と現代の健康的な食生活の結合。





WEBデザイン





UIデザイン

