

# 利用者のニーズに応える新しいコンビニ



C1240575 菊地奏吾

## 1. 共感(インタビュー, 観察, 体験)

### 1. 1インタビュー

同じ寮内の2人にインタビューを行いました。インタビューの項目は以下の通りです。

1. 「もっけ」のイメージ
2. 「もっけ」を普段利用しているか
3. 利用している→頻度、購入するもの  
利用していない→なぜ利用しないか、どのコンビニエンスストアを利用しているか

### Q & A

Q1 「もっけ」のイメージ

A1 立地はとても良いが値段が高く利用しにくい

A2 閑散としている

Q2 「もっけ」を普段利用しているか

インタビューをした全員が普段滅多に利用していませんでしたとや プロトタイプした。

Q3, i 「もっけ」を普段利用しないのは何故か

A1 値段が高い、ネットで購入した物の支払いができない

A2 物品棚の空きが多く活気がないように見えてしまう。

### 1. 2観察, 体験

実際に私も「もっけ」に赴き雰囲気や店内の様子を肌で感じてきました。店内の様子は閑散としており私以外の客もいない様子でした。また、商品棚の様子も私たちが普段利用するコンビニエンスストアとは違い質素な感じを受けました。

## 2. 課題定義

インタビューや実際の観察から「もっけ」を利用しづらい理由が物価と内装にあると考えました。そこで物価を抑えつつ学生が立ち寄りやすいような内装にするにはどのようなものがいいかを考えました。

## 3. プロトタイプの提案

物価が高いことの理由に一つに物流コストがかかる事が関係しています。そこで一度に多くの商品を仕入れ、保管するスペースを設けコストを削減します。また、店の奥を保管

スペースにすることで手前側に物品販売スペースを設け立ち寄りやすい構造を目指しました。図1

## 4期待される効果

### I 物流コスト削減による物価の高騰防止

→バックヤードを設けることで商品を保管することができ運搬にかかる費用を抑えることが可能です。

### II 道路側に教科書、雑誌を販売

→道路側の壁はガラス張りにしています。こうすることで店内に陽光が差し店内の雰囲気が明るくなります。それだけでなく、外から店内の様子を見る能够性も期待できます。

### III菓子類を店の中間から奥にかけて設置

→食品を店内の奥側に配置することによって「店の奥に入る」というひと手間を設け「もっけ」に訪れた人が店内を徘徊する能够性がコンビニエンスストアに訪れた時のような「衝動買い」を誘うことにつながると考えました。

図1

