和食レストラン「禅ZEN」
Webサイトリニューアル

池袋11月生　尾形 紗智子

◆店名
禅

◆職種
飲食サービス業（和食）

◆所在地
新潟市中央区西堀通六番町866番地NEXT21ビル 16

◆営業時間
・ランチ：11:00～14:30(14:00L.O.)
・宴会ディナー：17:00～21:00
・座禅：不定期
・定休日：なし

◆特色
・お店のコンセプトは「新潟の食材を使って、新潟の人においしいものを提供する」
・新潟市内で唯一「タニタ食堂の日替りヘルシー定食」を 提供するお店
・予約があれば朝・昼・夜の時間に座禅→食事の体験ができる
・1人親世代にお弁当を無償で届けるなど地域密着型のお店
・日本海が見渡せる景観の良さ

◆お店の強みと弱み

【強み】

座禅込みのお食事コースや新潟市内唯一のタニタ食堂メニューが食べられるなど周辺のお店にないポイントが多いので、コンセプトが明確である

【弱み】

PR不足、20代の層には敷居の高い店だと思われがち

◆周辺の競合店

飲食店はあるが居酒屋やイタリアンが多く、競合と認識しているお店はない

◆補足

・テナントがある「NEXT21」は昔はラフォーレが入っていたが2016年に閉館、近隣にあった新潟三越も2020年に閉店しており、少子高齢化も進んでいる。一方で2020年以降は地域再生計画を街全体で遂行しており、NEXT21には都心のIT企業などが新たにオフィスを設けるなどの動きがある

・周辺にビジネスホテルが点在している

・ランチミーティングの利用も推奨している

◆現行サイト
http://zen-on.jp/

◆現行サイト概要
TOPページのみ
構成：イチオシ、座禅、ランチ、カフェ、ディナー、SNS（Facebook）、店内パノラマ、お知らせ、地図、お店の情報
・ヘッダーに座禅予約（外部リンク）、電話番号、Facebookへのリンクが記載
・ニュースや月替わりのメニューなどの更新は画像をアップロード
画像をクリックするとポップアップで拡大されたものが表示される
・SEOは上位で「新潟　禅」で最上位にヒットする。またはNEXT21のバナーから遷移する導線も考えられる。

◆予約導線
座禅：外部リンクの予約サイトから予約
ランチ・ディナー：電話予約と店頭受付

◆運用
・外部の業者の方に年間保守料金をお支払いし、月1のペースで画像の更新を行ってもらっている。TOPページの文字の修正などは追加料金が発生している。

笑顔!コミュニケーションランチ

新潟ビルからたった5秒の「大観覧車の眺めがよい」
「大きなたこ焼き屋さん」がランチに!

イチオシ

オリジナルドリンクもあります

楽禅

【完全予約制】
ゆったりのんびりランチタイム

ほんとうのことを伝えた思考の空間から
日常を生かせるレベルを求めるか?

現代 → 情報 → 電子 → 自然

人生を楽ちんに!禅的味

禅的味の味わい方
お客様を自然に上げます

予約カレンダーからお活用頂き予約ができます

楽禅を予約する → 予約カレンダー連動

ココロをみる →

- 料理ボリューム調整可 (ご予約時にご相談ください)
- 料理の配膳不可能のものもあります。
- 当日の配膳不可能のものもあります。
- 当日の配膳は、1人前 1,000円(税込)からとなります。
- 当日の配膳は、1人前 1,000円(税込)からとなります。
- 当日の配膳は、1人前 1,000円(税込)からとな

現状の課題

■お店の課題
①PR不足
②若年層には区役所の中にあり気軽に入りづらい、敷居の高い店だと思われがち

■Webサイトの課題
①改修を重ねて統一感がない
②下層ページが予算上作成できず、文字情報が多く分かりづらい

リニューアルの狙い

①情報を分かりやすく伝える
→お店が様々な要素を盛り込んでいるので情報を整理し、お店の詳細情報を分かりやすく伝える

②お店の雰囲気を伝える
→敷居が高いイメージを払拭し、タニタメニュー以外も色々行っていることを伝える

③トンマナを揃える

◆サイトの目的
①お店を認知してもらう
②まだ来店したことのない方へ向けての情報提供（景観とメニュー）

◆ターゲット層
10～40代男女
→現状考えられる客層
①ヘルスケアの意識が高い人（20～40代）
②市役所に用がある地域住民・NEXT21で働く人（20～40代）
③家族でゆっくり食事をしたい人（20～40代）
→新規客層として考えられる客層
①出張で訪れた都心のビジネスパーソン（20～40代）
②「コト消費」を重視するミレニアル世代（20代後半～30代）
③「イミ消費」を重視するZ世代（10代後半～20代前半）
※②と③はそもそもこの地域に母数が少なく、今すぐのターゲットにはなりづらい

⇒ターゲット層が広いので下手にターゲットを絞ったデザインではなく、お店の良さをそのまま表現するようなデザインにする

◆デザインコンセプト
座禅が特色であるので、「和」「禅」のイメージを感じさせるデザイン。
ただお店自体が高級志向ではなく、地元の食材を比較的リーズナブルに提供する形なので、親しみのもてるデザインにしていきたい。
ターゲット層はお店を知らない前提なので、「座禅」、「地産地消」、「健康」といった特色を現行のサイトよりも詳しく記載し、お店のイメージをより明確に伝えられるようにする。

◆フォント（予定）
・見出し：Klee One,Shippori Mincho,Zen Old Mincho
・本文：Noto Sans Japanese,ヒラギノ明朝

◆サイトの機能性
・目的がお店の認知と情報提供なので、予約ボタンはヘッダー固定で追従させる程度にする。座禅予約と食事の予約はボタンを分け、食事の予約はスマートフォン向けのサイズの際はボタンにし、PCサイズでは文字で表示にする。
・現状LPのような構成になっているが、メニューの情報などを多く載せるのであれば下層ページに遷移させたい
→元々下層ページを作成したかったが、予算の都合上実現できなかった

◆現行サイトに追加したい情報
・Instagram情報（現在進行中）
・お店および食材のこだわりポイント（ストーリー）
→この部分を特に重要視したい。お店のオーナーが利益よりもお客様の笑顔を大事にしたいという理念があり、そのため原価の高いお酒や食材をリーズナブルに提供しているのだが、お客様にその想いが伝わっていないのでお店の考えをしっかりと伝えていきたい
・メイン画像のスライダー表示

◆リニューアル後の運用について
リニューアル後も現状更新いただいている外部業者の方に保守をしていただきたいが、保守料金など追加でかかる可能性がある
→一度下層ページまでデザインとコーディングを作成したものを見ていただき、その上で保守料金を追加で支払ってリニューアルするかを決定。（PoC）

◆スケジュール

要件定義：4/1～4/25（WF含む）
デザイン：4/20～5/11
コーディング：5/12～5/27
テスト：5/30～5/31

◆サイトの構成

index.html(TOPページ) - concept.html(お店のこだわり)
- menu.html(メニュー)
- zen.html(座禅について)

index.htmlにはコンセプト、お店のこだわり、座禅について、メニュー、SNS(Facebook、Instagram)情報、アクセス情報、店内情報を記載する。