

# [#八食で映え体験！]プロジェクト

小林里菜

株式会社八食市場寿司様

- 1 コンテストで投稿したアイデア**
- 2 右腕インターン体験報告**
- 3 インターンでの気づき**
- 4 新たな企業への提案アイデア**

## 1. コンテストで投稿したアイデア

# 若者向けSNS連動イベント施策 ～映え・参加型体験で八食センター来訪促進～

---

対象:10代後半～20代( Z世代)

季節イベント(ハロウィン・クリスマス等)と SNSを連動

「写真・投稿・特典」で来訪動機を作る

## 来訪のきっかけ・導線

来訪前： SNSで「#八食ハロウィン」「#八食クリスマス」  
を見て興味を持つ  
U25限定プレゼント・館内ラリーに魅力を感じ来館

来訪動機：映えるフォトスポット  
友人と一緒に楽しめるイベント感

# 当日の体験フロー

来場→館内装飾・フォトスポットで撮影

ハッシュタグをつけて SNS投稿

投稿画面提示 → プレゼント or プレゼント抽選参加

館内ラリー( QRコード)で回遊

食事・買い物 → 体験をSNSでシェア

# 必要な準備・仕組み

季節装飾(ハロウィン／クリスマスなど)

フォトスポット(パネル・オブジェ)

SNS投稿用ハッシュタグ

プレゼント(200～300円程度の八戸(地元)商品)

QRコード・簡易 Web ラリーシステム

## なぜこの施策を考えたか(背景)

現在の主な来訪者: ファミリー・中高年

若者には「観光地」「大人向け施設」という印象が強い

Z世代が重視する「映え・SNS・特別感・遊び」を取り入れる

地元食材を体験する機会を作り、若者との接点を増やす

# なぜ若者が来訪するのか

SNS映え→投稿目的で来場

ハッシュタグ企画 →認知される体験

U25特典→お得感・限定感

館内ラリー→友達と楽しめる遊び要素

「イベントがあるから行く」という明確な理由が生まれる

# 得られる体験・効果と課題

## [来訪者の体験]

楽しみ: 非日常感・写真・友人との体験

学び: 地元食材・八食センターの魅力

気づき: 若者も楽しめる場所

## [懸念・工夫]

参加者数の偏り → 景品数・抽選調整

コスト → 装飾は毎年使いまわし

混雑 → 導線設計を工夫

# 右腕インターン体験報告

---

## 2. 右腕インターン体験報告

- 1日目:米八さんでの業務体験(翌日以降のお弁当のおかずの準備)
- 2日目:米八さんでの業務体験(レジ、商品提供、おにぎりのシール貼り)
- 3日目:七厘村さんでの業務体験(洗い場、調味料のセット作成)
- 4日目:いちば亭さんでの業務体験(レジ)
- 5日目:八食市場寿司さんでの業務体験(洗い場)
- 6日目:いちば亭さんでの業務体験(レジ)

# インターンでの気づき

---

### 3. インターンでの気づき

- ・米八 強み: おにぎりやお弁当を手軽に買える。  
共有スペースでも食事ができる。種類の多さ。  
課題: 海鮮丼をレジ前で選ぶと時間がかかる。  
おにぎり買いたい人が待つことになってしまう。
- ・七厘村 強み: 貴重な体験ができる。  
近くの魚屋さんの売り上げにも貢献できるので  
八食センター全体を底上げしてくれる存在。  
課題: 混んだ時に待ち椅子に人があふれてしまっている。  
お客様は他のところを見たりできないので  
無駄な時間が発生してしまう。

### 3. インターンでの気づき

・いちば亭 強み:八戸の名物がまとめて味わえる。

約100席あるので、お客様がゆっくり過ごせる。

バスを降りてすぐの場所にあるのでたくさんの人の目に入る位置にある。

課題:4店舗の中で圧倒的に売り上げが足りていない。  
価格帯が少し高く、入りにくい。

・市場寿司 強み:平日でもピーク時には待ちが生まれるほどの人気店。  
回転率が高い。一皿単位で青森の海鮮が味わえる。

課題:人が足りていない。

# 新たな企業への提案アイデア

---

## 4. 新たな企業への提案アイデア

### 米八 | 注文・購入のしやすさ改善

#### 課題

- ・海鮮丼注文でレジが混雑しやすい

#### 改善案

- ・海鮮丼は別導線で注文

券売機の設置。席で注文を取る。

注文票(紙+ペン)を記入してレジへ

- ・小型冷蔵ショーケースを設置

海鮮丼を「気軽に買える商品」に  
視認性UP・衝動買い促進

## 4. 新たな企業への提案アイデア

### 七厘村 | 受付・回転率の向上

#### 課題 紹介

- ・受付が混雑し、待ち時間が発生
- ・海鮮購入 → 七厘村利用の流れがスムーズ

#### 改善案

- ・受付の効率化
  - 券売機(いちば亭・市場寿司と同様)
  - QRコードで事前予約
- ・返却口を分かりやすく  
かご設置で観光客にも親切
- ・制限時間短縮 → 回転率UP
- ・目玉施設として、全体的に明るい雰囲気づくり

## いちば亭 | 体験型・滞在時間 UP

### 商品・体験強化

- ・魚の切れ端を活用した「まかない丼」販売
- ・店内中央に生け簀を設置

### 見せ方の工夫

- ・入口パーテーションで  
「その場でカキを焼いて提供」をアピール
- ・焼き場に扇風機設置  
休憩スペースをいい香りで“食事しやすい雰囲気”に

### 売上UP施策

- ・弁当売り場に  
串焼き・揚げ物・海鮮丼・寿司を集約
- ・日本酒3種飲み比べセット
- ・クラフトビール3種飲み比べを店前販売  
→お酒の追加購入を促進

## 4. 新たな企業への提案アイデア

### 市場寿司 | 人材育成 課題

- ・職人不足・技術の属人化

### 改善案

- ・職人育成の強化
  - 研修制度を整備
  - 若手育成で長期的な安定運営