

新しい手紙屋「tomarigi」の提案

高木 唯葵

[指導教員: 武庫川女子大学教授 黒田 智子]

1. 企画の背景

SNSが普及し、今ではスマホ一つで誰にでもメッセージを送ることができる便利な時代である。その反面、人々が手紙を書く機会が減っているのではないかと感じる。

株式会社公文エルアイエルが2017年に行った「手紙に関する意識調査」の中の「手書きで手紙を書く頻度」の質問では、「3年以上書いていない」「手書きで書いた経験はない」と答えた人が半数以上を占めている。調査当時よりSNSが普及していることから、現在はさらに人々は手紙から遠ざかっているのではないかと考えられる。

また、現在は新型コロナウイルスの影響により、自宅で過ごすことが推奨されており、遠方の家族や友人とも気軽に会うことができない。自宅にいる時間が多いこんな時だからこそ「手紙」で連絡をとって欲しいと考え、「新しい手紙屋」を提案する。

2. 企画の目的

手紙屋の提案にあたり、もらってうれしい手紙として提案できるものは何かを考えたところ、便箋や封筒にも手紙に特別感を与えることができるのではないかと考え、「手紙屋」ではオリジナルの便箋と封筒の販売を行うこととする。

また、店内に手紙を書くスペースとポストを設置し、「買って、書いて、出せる」を店内で行えるようにする。

3. 店舗計画

3-1 企画コンセプト

送る相手のことを考えながら封筒や便箋を選び、手紙を書く楽しさを感じて欲しいと思い、「人々が手紙を書きたくなるきっかけを作り、心のこもった手紙を作る手伝いをする」というコンセプトにした。

3-2 ターゲットや店名について

ターゲットは10代後半～40代前半の女性とした。ターゲットを女性に絞り、店内も明るくシンプルな作りにする。店名は「tomarigi」とした。「鳥が手紙を運んでくれる」設定にし、鳥が止まる「止まり木」から店名をつけた。

3-3 店舗計画地

計画地は〈1.駅から近い、2.ESTやHEPなどが近くターゲットである若い女性が通りやすい、3.郵便局が近く、店との連携がとりやすい、4.隣にジャニーズショップがあり、

キーワード：店舗計画，手紙

ファンレターを書く女性が多い〉の4つの理由から【大阪府大阪市北区角田町2-7】に決定した。



図1 計画地

3-4 店内レイアウト

店舗は手紙の販売に加えてカフェも併設し、飲みながら店内で手紙が書けるようにする。

1階部分は「買う」スペース、2階部分は「書く」スペースとし、2階には鳥の巣箱を模した小屋とオープンスペースで最大6人が店内で手紙を書けるようにした。

4. 商品概要

店舗では、便箋・封筒・シールを販売する。それぞれノーマルサイズとミニサイズの2サイズ用意する。

封筒は中の便箋の絵柄が透けるようにし、便箋の模様を楽しんでもらうようなデザインにする。また、それぞれの便箋に合わせたシールも販売し、様々な組み合わせを楽しめるようにした。

5. 今後の課題

手紙のデザインや雑貨を増やし、さらに充実した店になるようにする。手紙のデザインに合わせてマスキングテープなども販売するとよりバリエーションが増え充実するのではないかと考えている。

注及び参考文献

・共同通信 PRWire, <https://kyodonewsprwire.jp>, 2020-12-21 閲覧

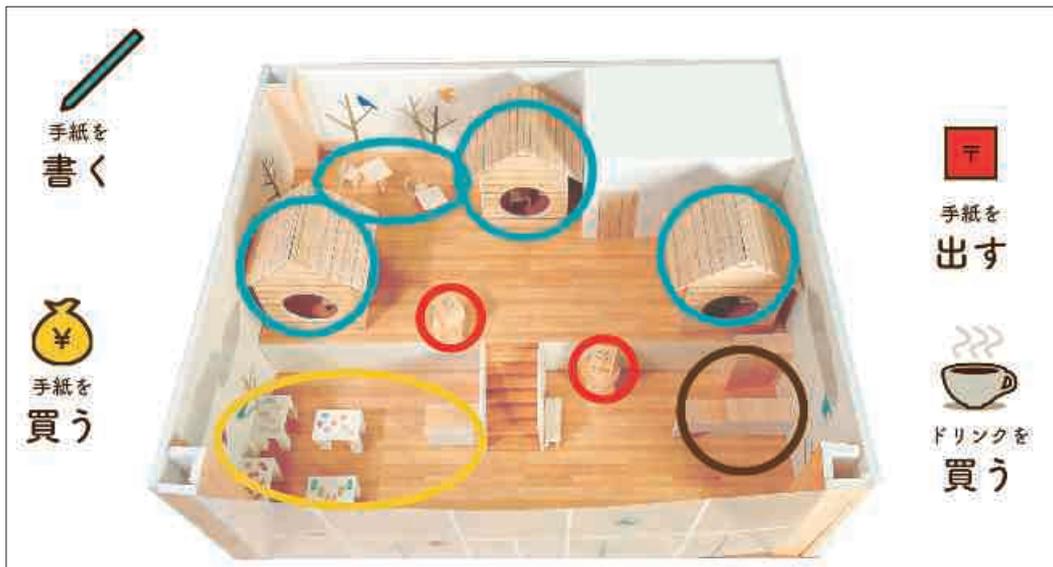


図2 空間デザインと場所の説明

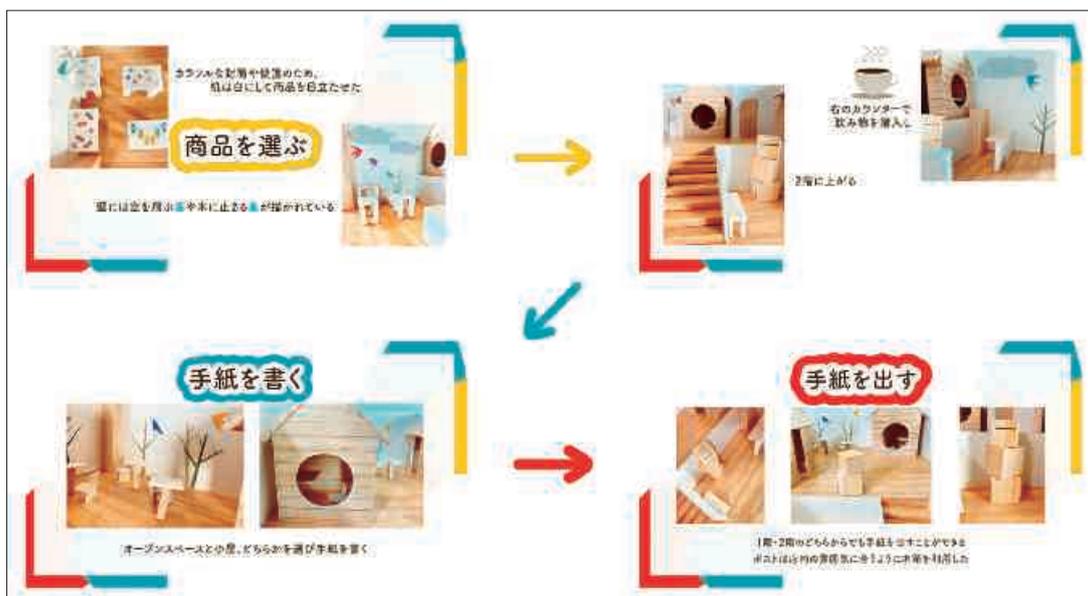


図3 店内の写真と利用の流れ



図4 販売する手紙と組み合わせ例



図5 平面図