

# ナゴノダナバンク Webサイト制作

トライデントコンピュータ専門学校 Webデザイン学科2年

# 項目

1. 案件把握
2. 現状分析
3. サイトの目的
4. ターゲットの策定
5. コンセプト
6. サイトについて

# 案件把握

ナゴノダナバンクのWebサイトリニューアル。新規案件に近い

# ナゴノダナバンクとは

商店街でのリノベーションを軸とし、街歩きイベントの運営、講演会など、魅力あるまちづくりを考えていて、商店街の価値を維持していきたいという思いがある

オーナーと事業主との橋渡しをしている

30店舗以上の誘致をしてきた実績がある

行政を含めた関係性を持っている

# 円頓寺商店街について

- ・名古屋駅から歩いて15分という好立地
- ・名古屋で最も歴史のある商店街
- ・古き良き昭和感 + 新しいお店 + 面白さがあり、新鮮
- ・最盛期には80店舗近くあったが、20年ほど前には20店舗にまで減少  
→11年前からナゴノダナバンクが活動し始め、約30店舗を誘致
- ・7月～8月は「円頓寺七夕まつり」11月は「パリ祭」で賑わう

# ナゴノダナバンクの現状分析 強み

- ・多様なお店を出店してきた実績

→10年以上リノベーションに携わってきた経験と30店舗以上の誘致

- ・リノベーションした多くの店舗が継続して経営を行なっている

→出店者にもお客さんにも好かれている

- ・元の建物の雰囲気や歴史を残してリノベーションをする

→今からでは作れない歴史が持っている良さを活かす

# ナゴノダナバンクの現状分析 弱み

- ・SNS含め情報発信がうまく機能していない

  - ナゴノダナバンクの活動を知ってもらえない

- ・リノベーションした各店舗に関する情報を具体的にまとめた場所がない

  - 今までの実績を簡潔に伝えることができない

# webサイト制作の目的

- ・情報発信があまりできていないので、活動の情報を正確に発信する
- ・情報を発信する中でもナゴノダナバンクならではの強み(魅力)をアピールし 知名度を上げる
- ・ナゴノダナバンクのファンであり協力者であるような仲間を増やす



ナゴノダナバンクや円頓寺商店街の強み(魅力)を正確に伝えることができれば、少なからず興味を持ってくれる人は多いはず。

大事ななのは「**誰に**」強みを伝えるのか

## 円頓寺商店街での出店を考えている人について考えてみる

円頓寺商店街の立地の良さや古き良き昭和感+目新しさを魅力に感じる人

ナゴダナバンクの多様なお店の出店に関わってきた経験を魅力に感じる人

今から新しく作るのでは再現できない、商店街ならではの歴史に魅力を感じる人



母数が少なく、ここまで明確に出店の意思が定まっている人も少ない。

# まずは身近な人たちに知ってもらい知名度を上げる

- ・昼時に訪れる社会人
- ・近くの学生
- ・地域の高齢者の方
- ・商店街やお店のファン

より身近な利用者をターゲットにすることで、そこからナゴバンの知名度を上げていき、結果的に出店者との繋がりや、協力してくれる外部の人たちへの関わりを増やす

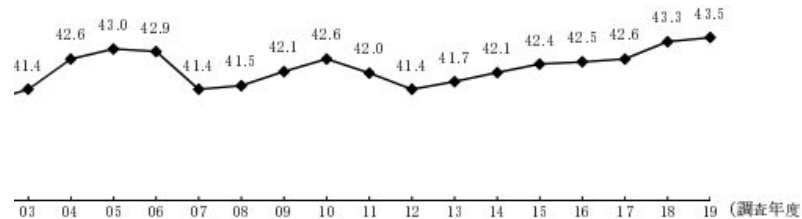
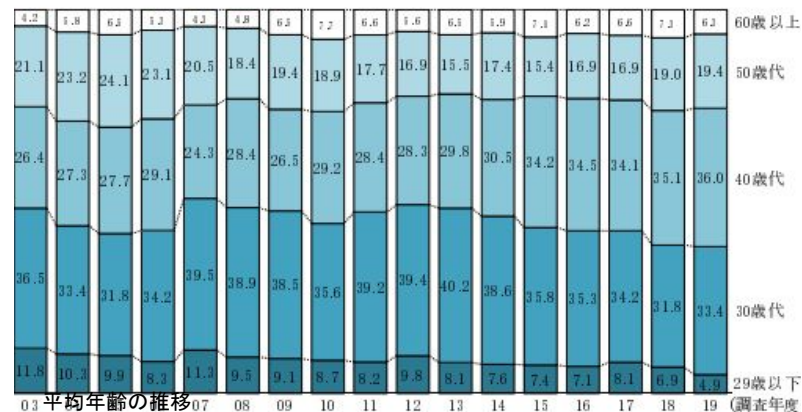
# 昼時に訪れる社会人

開業をする人の年齢は30~49歳までの人が多く社会人の利用者層と被る。

- ・
- ・
- ・

まだ明確に意思が定まってない人たちにきっかけを与える。

開業時の年齢



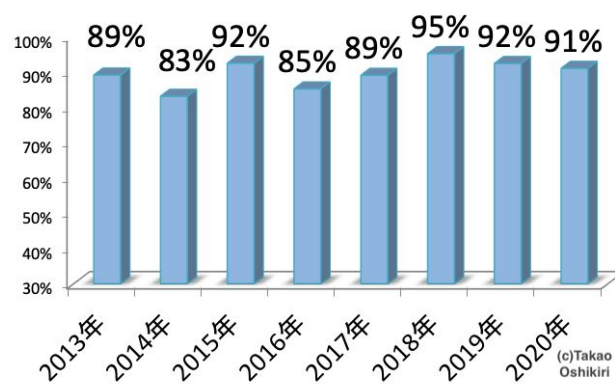
# 近くの学生

名古屋スイーツ&カフェ専門学校  
名古屋ビューティーアート専門学校  
名古屋ウェディング & ブライダル専門学校

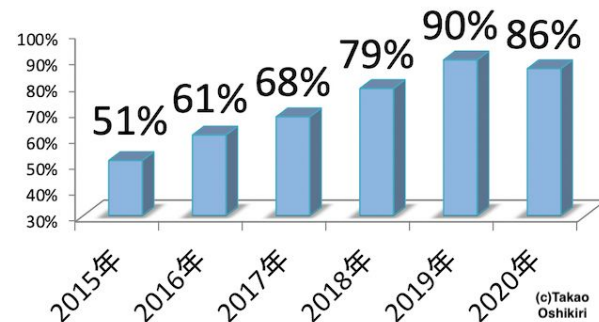
- ・SNSでの共有・拡散が期待できる
- ・写真を上げてくれる可能性がある
- ・コメントなどから「円頓寺商店街」の単語が出る 可能性がある
- ・
- ・
- ・

知名度をあげるという目的に関しては、近くの学生はターゲットになりうる。

## Twitterアカウント



## Instagramアカウント



# 地域の高齢者の方

・60代以上での開業は少ない(6.3%)

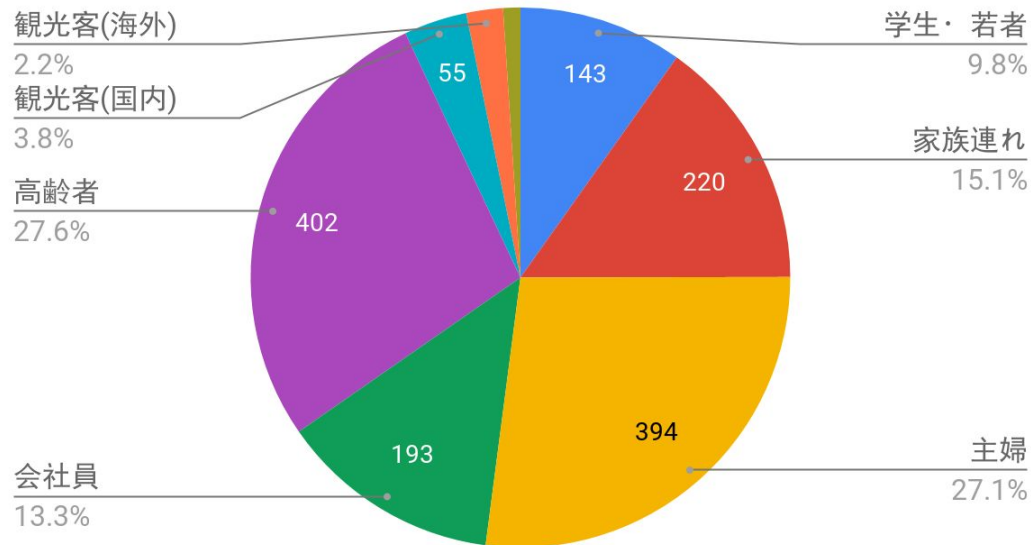
・一方で総来客者の4分の1は **高**  
齢者である

・  
・  
・

店のリピーターになる等、お客さん  
として商店街を盛り上げてくれる。

ひょっとしたら、子どもに開業を勧めるかも。

ロードサイドにある商店街への来客層(n=482)



出典：[平成30年度商店街実態調査報告書](#) (34ページ)

# 商店街やお店のファン

## このお店を広めたい

何気ない会話での話題、TwitterやFacebookでのシェアにより、お店（商店街）の知名度が上がり、結果的にナゴノダナバンクについても知ってもらえる機会が増える。上

## 自分自身もこんな素敵なお店を出したい！とか思うかも

ナゴノダナバンクを知ってもらうことで、まだ明確に開業の意思が定まっていない人のきっかけになる。

重要なのは、Webサイトに訪れた後...

- ・ナゴノダナバンクについてよく知ってもらい、ターゲットの興味や関心 をより深いものとする
- ・サイトを次の行動への ”ひとつのきっかけ” にする



**「 興味や関心に応えられるサイト 」**

---



ナゴノダナバンクの想いに共感して、協力してくれる人を獲得する



サイトについて

興味や関心に応え、魅力をアピールするために

リノベーションした各店舗の情報と、リノベーションに対する思いや考え方をより掘り下げたい

円頓寺商店街然リナゴノダナバンクの歴史を感じ取ってもらえる構成にする

- ・ナゴノダナバンクの思いについて掘り下げた項目。

  - ナゴノダナバンクになった経緯や思い

- ・リノベーションした各店舗の情報と思い。

  - 基本情報・before afterの写真・出店者の声など。

- ・商店街の歴史がわかるような項目。

  - 年表のようなもの

- ・問合せへの導線をシンプルに