

すかいらーくホールディングス（夢庵）



手軽に安心して和食を楽しめる夢庵の魅力が20～30代に伝わるアイデア



日常のお食事づかいから、ちよつとした自分へのご褒美まで幅広いシーンでご利用いただける和食レストラン「夢庵」季節や旬の食材を活用したメニューを展開しています。

「和食ファミレス」という枠を超え、忙しい毎日を通じ20～30代の皆様が、ホッと一息つける「居心地の良い場所」として夢庵を身近に感じていただけるようなアイデアをお待ちしております。

課題 手軽に安心して、和食を楽しめる夢庵の魅力が20～30代に伝わるアイデア

【訴求ポイント】
手軽な価格で本格的な料理を楽しめる店と、広々とした座席や和の空間がもたらす「くつろぎ」の価値をアピールしてください。
※数値を高くしすぎず、常連のシニアのお客様なども居心地良く過ごせる親しみやすさを重視してください。



応募される企画で解決したい課題

現状の課題	強固なシニア・三世代顧客層を維持しつつ、これまで手薄だった20～30代の若年層・単身者が「日常の選択肢」として選ぶきっかけをつくる。和食ファミレスを「自分たちの居場所」として再定義し、次世代の新規顧客獲得と長期的な来店定着を目的とする。
誰に（ターゲット）	20～30代の社会人、および都市部で暮らす単身者や共働き世帯。

市場の背景/動向

健康意識の高まりやSNSでの「丁寧な暮らし」ブームにより、バランスのよい和食が再評価されている。一方で、若年層が一人でリラックスして入れる本格和食店は少なく、安価な丼チェーンか高価な専門店に二極化している。リモートワークの普及やSNS疲れを背景に、カフェほど騒がしくなく、自宅以上にリラックスできる「静かな和の空間（サードプレイス）」を求める潜在需要が拡大している。

注意点

表現上のルールやトーン＆マナー	落ち着きと癒やし、安心感を感じさせる「和モダン」なトーン。既存のシニア層が疎外感を抱かないよう、多世代が共存できる「居心地の良さ」を維持した表現。敷居を上げすぎず、等身大の贅沢さをアピールする。
-----------------	---