



The future from the past

未来は過去から

2014
SUMMER





LED

re

EME



2013

NEW

▼ CON

QU

EXTREME



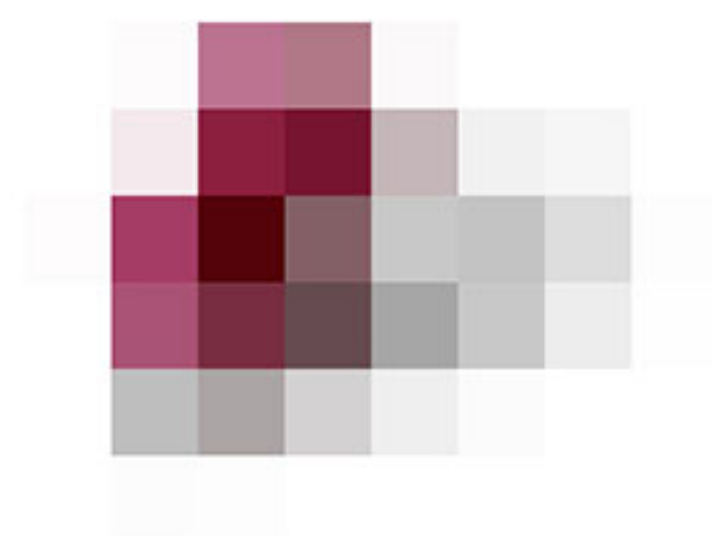
▶ 2014

GAME

ITINUE

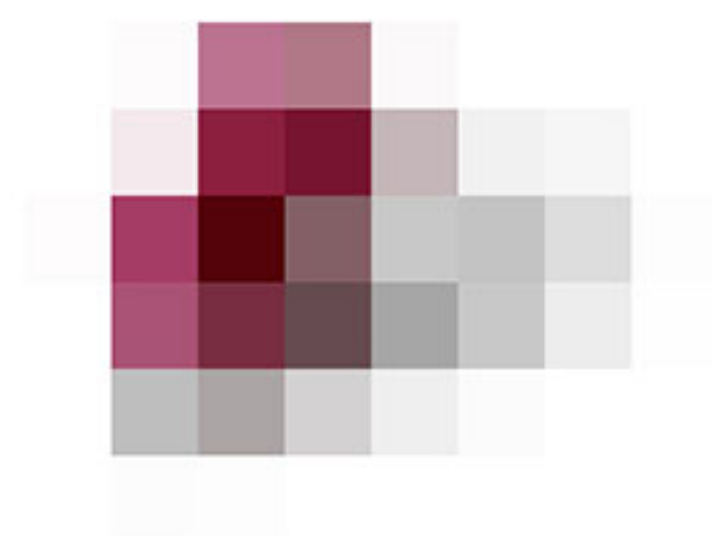
UIT

▶ EXTREME2



SCEDULE

7						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
1 鉄道	2	3 戦国武将	4	5 B L	6	7 パチンコ
8	9 城	10	11 アニメ	12	13 サッカー	14
15 アイドル	16	17 歌手	18	19 車	20	21 ゲーム
22	23 俳句	24	25 釣り	26	27 プロレス	28
29 漫画	30	31 F 1	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11



SCEDULE

8						
Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
29	30	31	1	2 昆虫	3	4 ロボット
5	6 J A Z Z	7	8 筋肉	9	10 アイドル	11
12 園芸	13	14 仏像	15	16 少女漫画	17	18 登山
19	20 野球	21	22 アニメ	23	24 ワイン	25
26 俳優	27	28 野球選手	29	30 洋楽	31	1
2	3	4	5	6	7	8



New Concept EX2

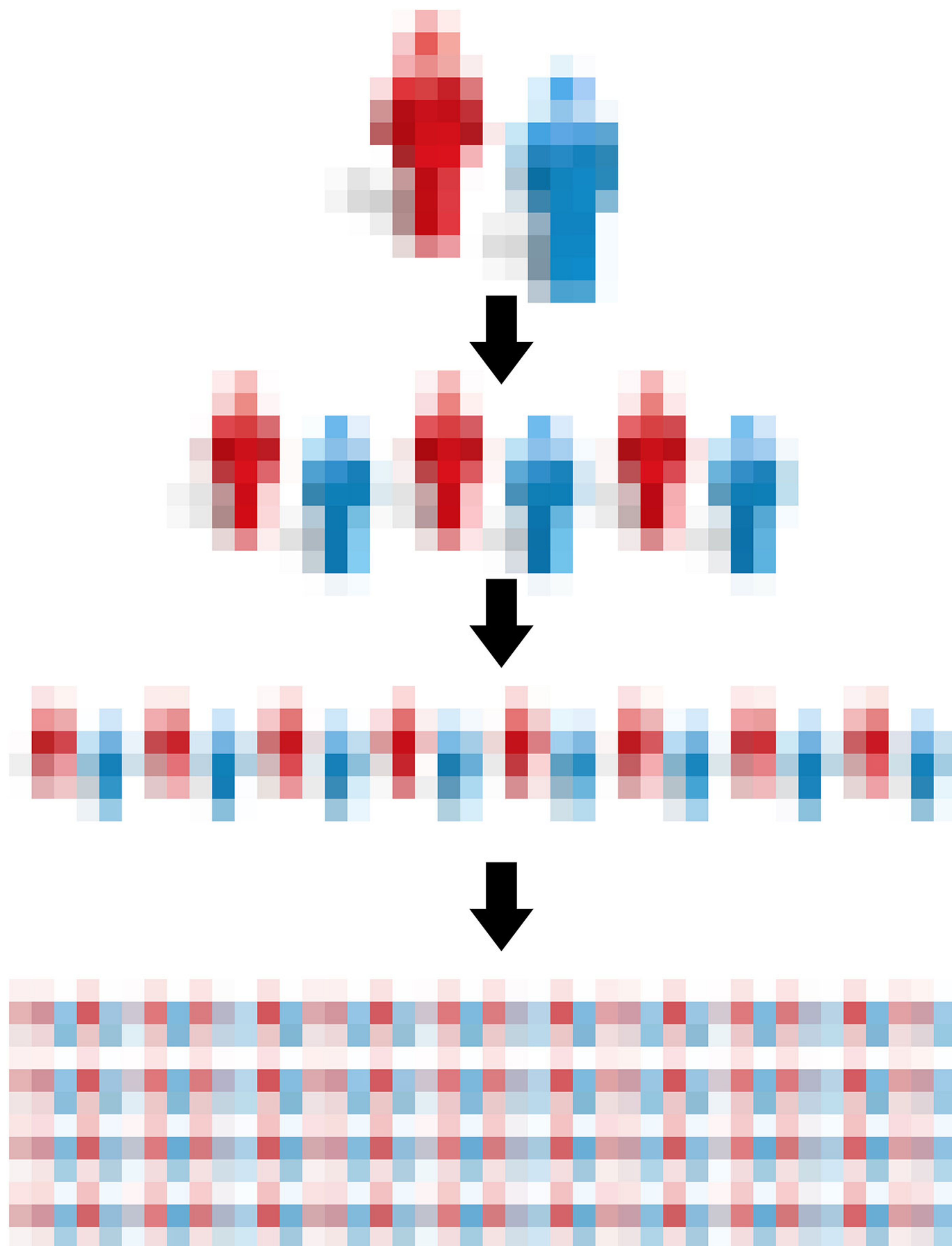
「人と人をつなぐ」

EVENT SPACE II COMMUNITY DESIGN

スポーツ、鉄道、ゲーム、アイドル、アニメetc...

人と人をつなぐスペースとしての新しい海の家。

コミュニティをデザインしよう。



New Concept EX2

「人と人をつなぐ」

海の家＝出会い

海の家を利用する若者の大半は、出会いを求めて湘南へやってきます。

言うなれば、湘南の海全体が期間限定の婚活スペース。

海の家＝出会いというイメージをさらに広げて、さまざまなコミュニティを作り上げるイベントスペースとしての海の家提案。

コミュニティ×コミュニティ

同じ趣味を持つ人同士のコミュニティ形成のお手伝い。
さらにコミュニティとコミュニティの新しい化学反応。
鉄道とアニメ、サッカーとゲーム、アイドルとお城…
ジャンルに囚われないイベントスペースならではの新しい出会いが待っています。



New Concept EX2

「人と人をつなぐ」

IMAGE

《店舗イメージ》

①出店地 西浜海岸

外観は今年度のものを活用。

男女の出会いというコンセプトを打ち出し
やすいようにピンクとブラウンのカラーを利用。
男女とも入りやすい清潔感を重視した店構え。
不要な設備は取り除き、フリースペースの確保。

②協賛スポンサー

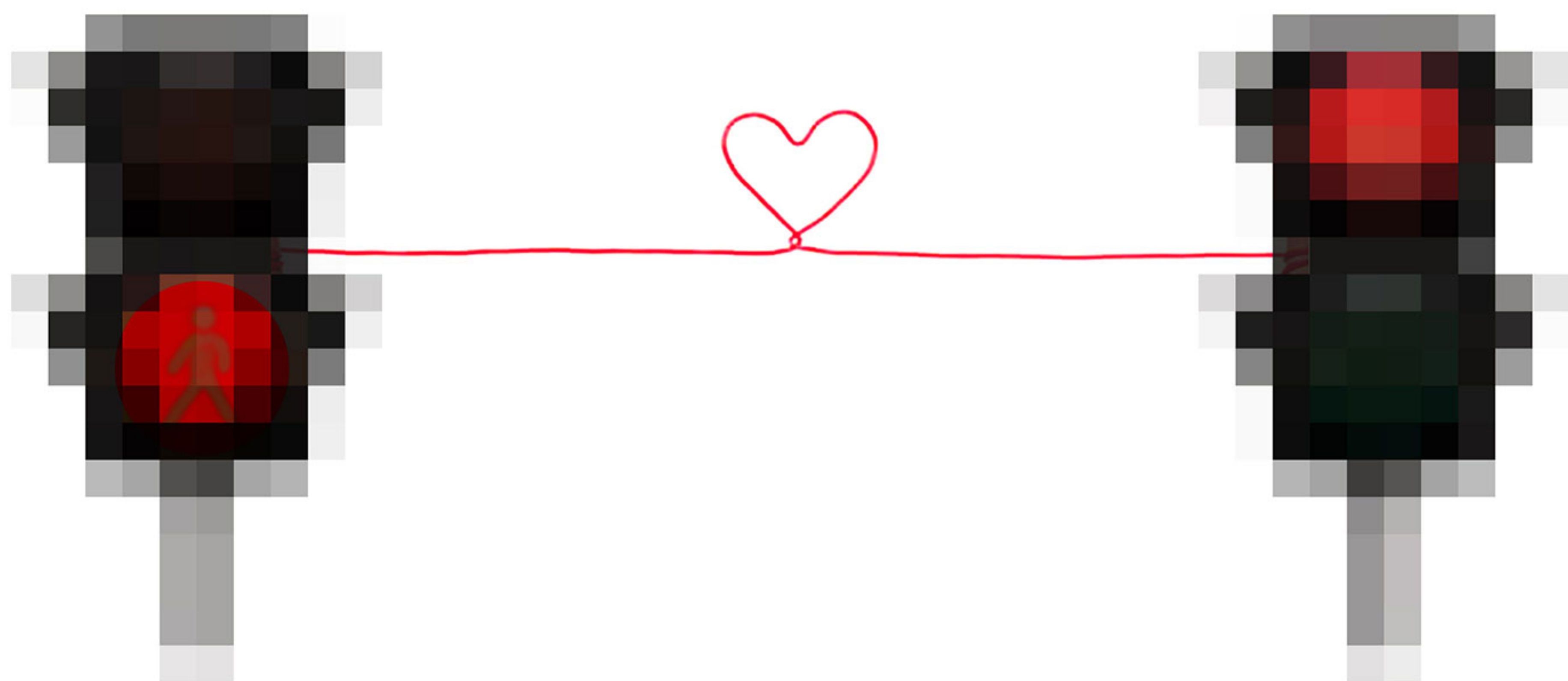
顧客情報を持つイベント会社が協賛につく
ことが望ましい。比較的長期での募集を
かけるため、雑誌、SNS、インターネットでの
広告が必要。

その他フードサービスは他飲食店を誘致して
分離営業も検討。

③サービス

基本的にはコミュニケーションをメインとした
イベントをするためのスペースとして提供。
オフ会や地域にちなんだ教室、大会など。
ドリンク類は前年度どおりで、フード類は、
なるべく簡略化（BBQなど）。

または厨房をお客様に貸して使用してもらう
サービスも検討。



New Concept EX2

「人と人をつなぐ」

MERIT

《イベントスペースの利点》

①集客の明確化

事前の集客活動がメインとなるため、天候による集客のバラつきや、他店とのキャッチ競争など関係なく、安定した売り上げが見込めます。

②経費削減

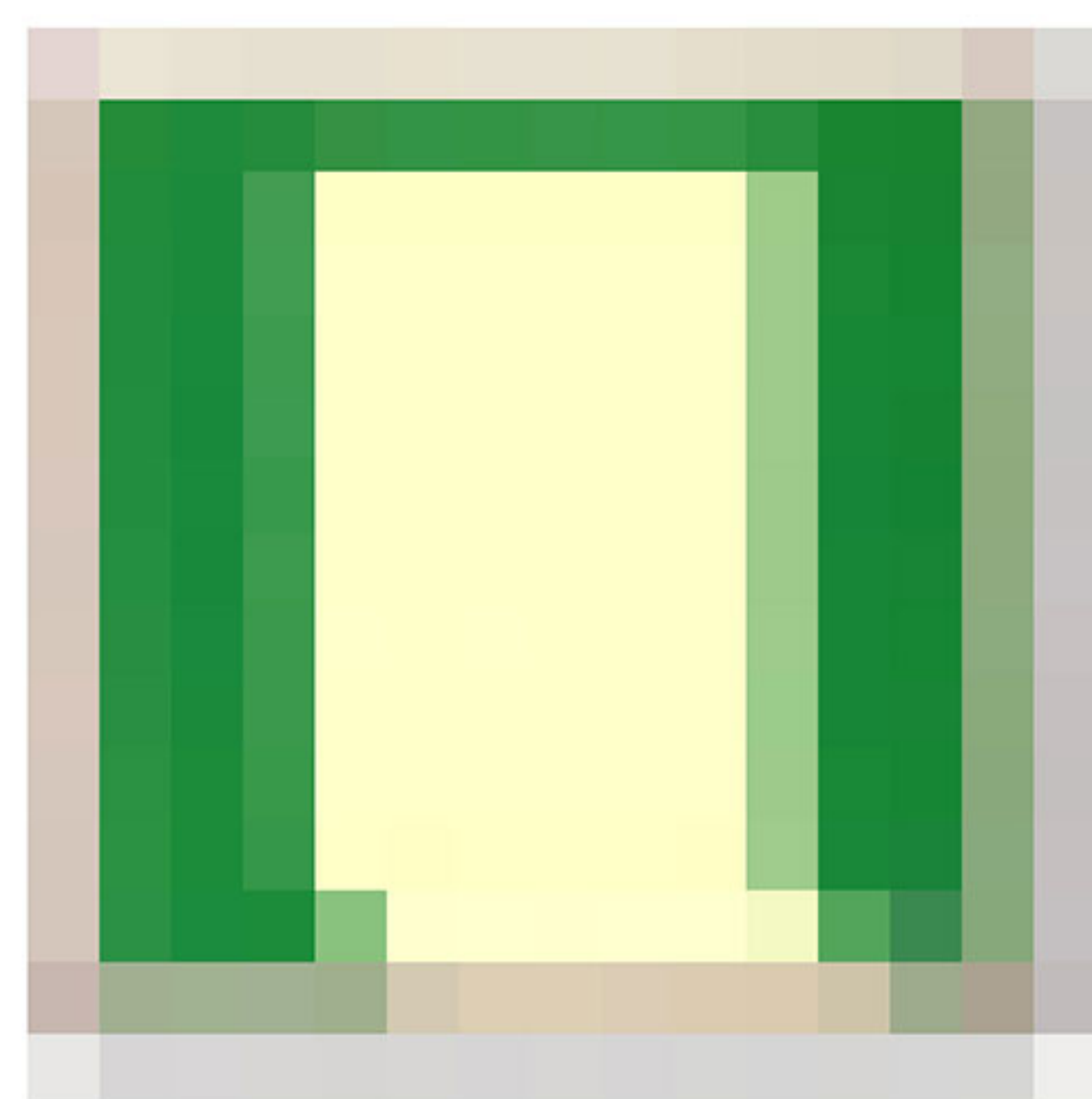
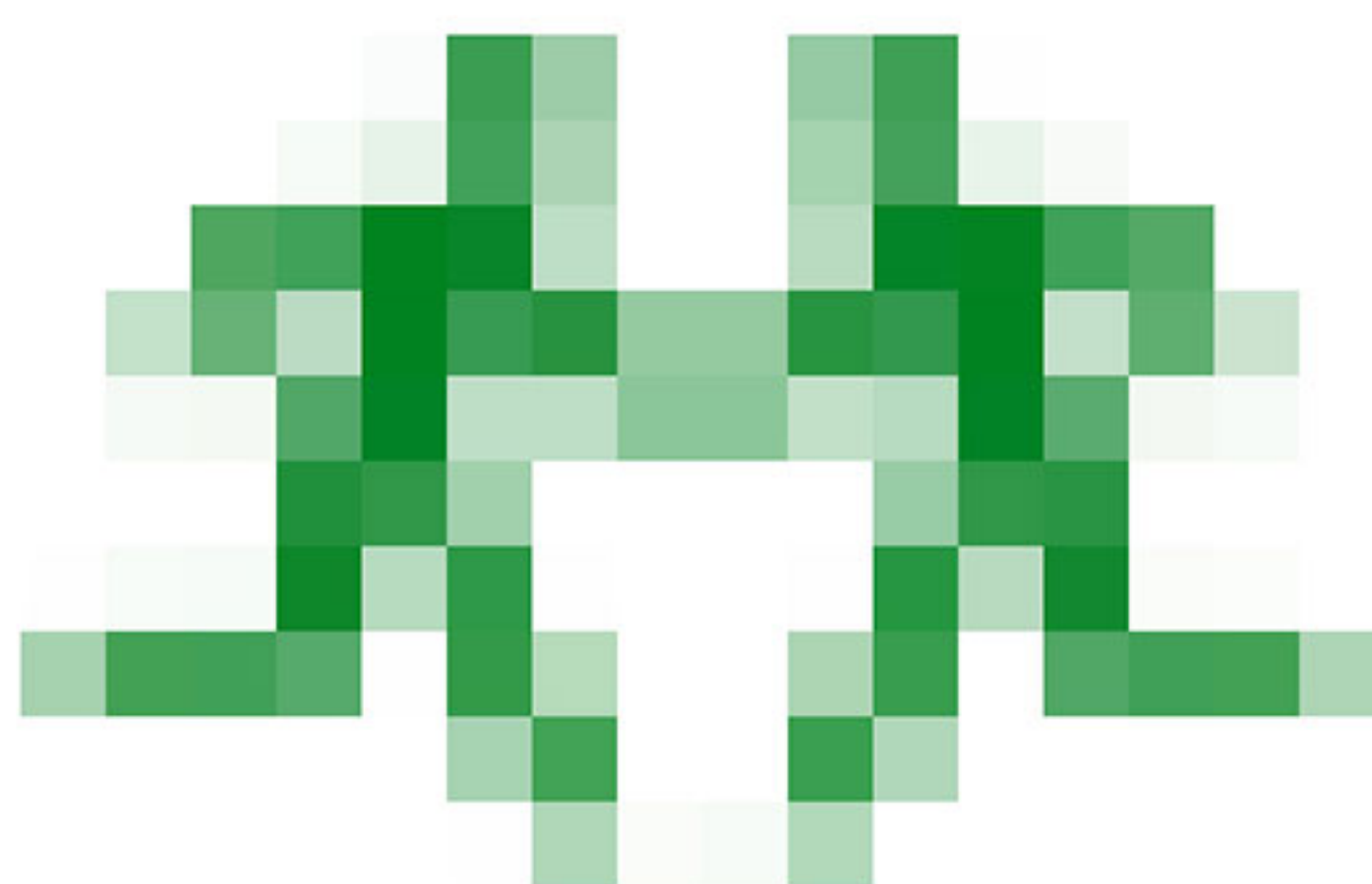
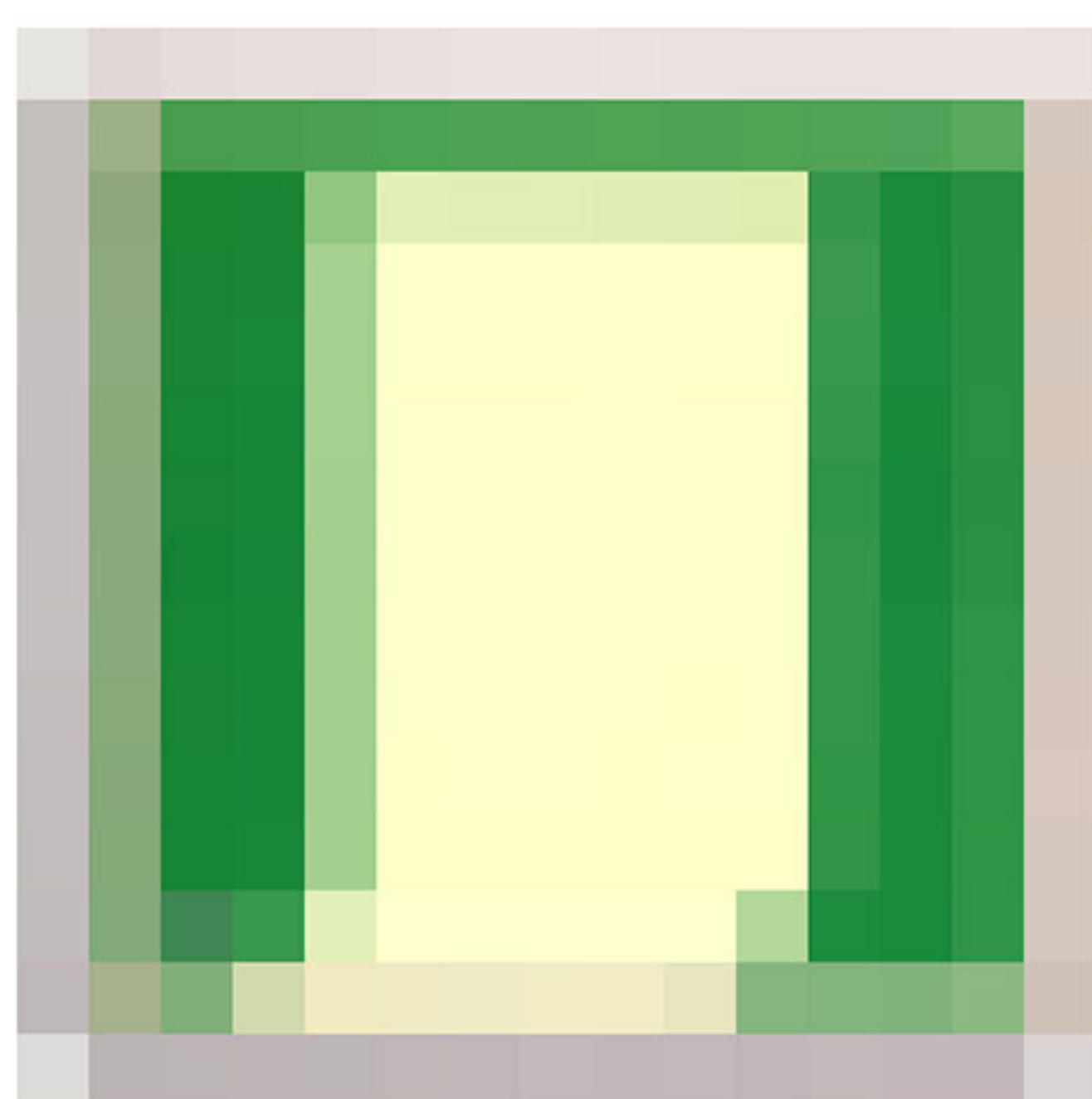
イベントに特化した海の家なので、キャッチ、調理、荷物預かりなどの従来まで必要だったスタッフを極力省くことができ、また集客状況が事前に把握できるので、在庫管理が明確になります。

③スペースの確保

荷物預かり、シャワールームなどのサービスを省くことで最大限にスペースを確保でき、より多い客数を入れることができます。

④ビジネスチャンス

お客様同士の出会いの場であり、また店員とお客様との出会いの場でもあります。
新しい分野の方々との出会いから、新しい未来が切り拓かれるかもしれません。



New Concept EX2

「人と人をつなぐ」

PROBLEM

《西浜海岸全体の課題点》

- ①メディアへの告知 今年度から始まった音楽規制に対しメディアの取り扱い方がマイナスイメージを与え、改善の
はずが、結果として集客へは結びつかなかった。
新しい西浜をアピールするためにも、メディア、
インターネットを使った告知は不可欠。
- ②方向性の徹底 由比ガ浜のような徹底したタトゥー禁止や、
音楽の制限の明確化、どの客層をターゲット
としていくか、西浜と東浜の差別化など
西浜の横のつながり同士の意識を統一する。
- ③インフラの設備 暗い、汚い、危ないといったイメージを払拭
するため、街頭の設置、海岸のゴミ清掃、
トイレの清潔化などインフラを整える。
また西浜全体のホームページ設立、駅前での
PR活動や案内看板の設置など情報を積極的に
発信していく。
- ④イベントの誘致 花火大会、音楽フェス、スポーツイベントなど
大きなイベントの誘致で、新規客を獲得し、
集客数を伸ばす。

EXTREME2

MAKES

COMMUNITY

2014





㊤人と人が繋がる場所をつくり出す㊤

EXTREME2

MAKES

ENJOYMENT

2014



REME



㊤ 海の家の楽しさを皆に広めよう ㊤

EXTREME2 MAKES BEACH CLEAN

2014





㊤海を自然を愛する心を忘れない㊤



The future from the past

未来は過去から

EXTREME2 2014 SUMMER