

飲食店

ビジネスプロジェクター
スタンダードモデル 導入事例

株式会社アットクリエイティブ 馬ール PERO

使用機種:EB-L200SW(取材時はEB-536WTを使用)

用途:飲食店内におけるオンライン飲み会サービス

馬肉専門バル 馬ール PERO 大阪梅田お初天神店

所在地:大阪府大阪市北区曾根崎2-1-6 2F
最寄駅:地下鉄御堂筋線 梅田駅 徒歩5分、地下鉄谷町線 東梅田駅 徒歩3分、JR大阪駅 徒歩8分、JR東西線 北新地駅 徒歩3分、阪神本線 大阪梅田駅 徒歩5分

江戸時代には「天下の台所」とも呼ばれた大阪の梅田に店を構える「馬肉専門バル 馬ール PERO 大阪梅田お初天神店」は、店名の通り馬肉の専門店。新鮮で多彩な部位の馬肉を、馬肉としては非常にリーズナブルな値段で楽しめるのが魅力のバルです。そんな同店がコロナ禍において取り組んでいるのが、プロジェクターを用いて非接触ながら友人たちどうぞ対面で飲食を楽しめる「オンライン飲み会プラン」の提供でした。導入してからの同プランの感触について、同店の代表取締役である姉川俊哉さんにその魅力を伺いました。



型番: EB-L200SW

価格:オープンプライス
明るさ:3,800lm スクリーン解像度:WXGA



「馬ール PERO」の個室にて、他店とのオンライン会話中。明るい室内でもくっきりと画面が投影されるため、オンライン飲み会でも相手の表情から食べ物、飲み物までその場の様子がよく伝わってきます。

Before 導入課題

- 「新しい飲食店のかたち」を探していた
- サラリーマンの飲み会需要を増やしたい
- 質の良い馬肉の良さを知ってほしい

After 導入効果

- 新規顧客のファミリー層の需要を開拓
- 貸切利用の個室で貸切時間の延長利用も発生
- オンライン飲み会だけでなくスマートフォンの動画を投影して楽しむ人たちも

変化をチャンスに!オンライン飲み会とプロジェクターの力で新規顧客を開拓

導入背景

会員専用だった個室を開放。プライベート空間で心を密に。

2020年の春から流行した新型コロナウイルス感染症によって「3密」を避ける対策が求められるようになり、飲食店業界の営業形態も様変わりしました。中でも一番大きな影響を与えたのは、「密集」回避のために対面や大人数での飲食が制限されたこと。今回取材にお伺いした「馬肉専門バル 馬ール PERO 大阪梅田お初天神店」でも、「新しい飲食店のかたち」の模索を続けていた、と同店の代表取締役である姉川俊哉さんは語ります。店舗での飲食が制限されたことでランチなどのテイクアウトも充実させていますが、生や焼きの状態で提供する馬肉は提供直後が一番美味しいもの。提供者としてはベストの状態で味わっていただきたい、という思いを持ち続けていたといいます。



馬刺し盛り合わせ(左)や紅白ユッケ(右)など、他店では見かけることも少ない様々な部位の馬肉をベストの状態で食べられるのが専門店の強みです。

そこで店舗内での飲食で取り組んだのが、店舗の上のフロアにある個室スペースの利用。これまででは会員制の個室として会員のお客様からのみ予約を受けていましたが、エプソン販売株式会社提案の企画でプロジェクターを導入し、一般のお客様からもオンライン飲み会プランの受け付けをスタートさせました。個室スペースはコース料理での利用となり、店員も料理を運んでくるタイミング以外は不在。さらに飲み放題のドリンクは、アルコールも含めて室内にあるバーカウンターでセルフで作れるというエンターテインメント性も他にはない要素です。「お客様からしても、グループ外の人との接触を最低限に抑えながら、仲間だけの空間でオンライン飲み会に興じることができるプライベート感は個室だからこそ の魅力です」と姉川さん。落ち着いた個室で新鮮かつ他店では味わえないような専門店ならではの馬肉を楽しむことで、普段のオンライン飲み会以上に会話を花を咲かせてほしいという願いも込められているそうです。



馬肉専門バル 馬ール PERO
大阪梅田お初天神店
オーナー 姉川俊哉様

導入効果

プロジェクターの導入で新たな顧客層を獲得。

「馬ール PERO」でプロジェクターを導入したのは10月下旬。現在も週に2~3件ほどのペースで予約が入っているとのこと。導入後、店側では大々的な告知は行っておらず、元々個室を利用していた会員の方々にオンライン飲み会プランを紹介していた程度でした。そのため導入当初は、既存の客層だった大人数での飲み会がしづらくなったビジネスパーソンが、オンライン飲み会で密を回避しながら仲間と飲食を楽しめるという需要をメインに考えていたそうです。しかし蓋を開けてみると「意外にも休日にファミリー層が利用したり、若い人が利用したりしてくれることも多かったです」と、姉川さんは新たな客層の来店が続いていることに驚いた心境を語ってくれました。2020年は帰省自粛を求められることも多いだけに、「オンライン帰省」などでファミリー層が実家に連絡を取る際に大画面で見られるオンライン飲み会プランが求められているかもしれません。さらに、それまで日曜を定休日としていた同店ですが、ファミリー層の開拓で休日利用の希望が高まったことを受けて、日曜も営業日に変更したこと。店舗の営業日を変えるほど需要の高さが存在していることが窺えます。

また、オンライン飲み会以外の利用方法として、「スマホの動画を大画面に映し仲間内で楽しむ」という楽しみ方も誕生しています。スマートゲームのオフ会で集まり、ゲームの画面をプロジェクターに投影して大迫力の画面で仲間とともにゲームを楽しむ、という若いお客様がいらっしゃったことも明かしてくれました。前述のファミリー層をターゲットとして考えたときにも、姉川さんは「ママ会など小さなお子様連れのお客様が、スマートで動画を流すことでお子様の面倒を見る手が空いて、食事や大人同士が会話に興じることができそうです」「お客様のスマートフォンにワンタッチでコードをつなぐだけ」で利用できるプロジェクターの操作の手軽さも、機械に明るくない人たちの利用を促すのに効果的」と、ファミリー層などお気軽に利用できるシステムを喜んでいました。



「乾杯！」は参加者みんな揃って。
この始まりの合図で一体感を高めます。

自分のスマホにコードを差すだけで利用できる手軽な設計のため、店員が毎回細かく教える必要もなく店舗の負担を軽減します。



店舗を訪れるからこそ着飾る特別感、
違う店舗だからメニューを見せあえるのも楽しい。

取材時にオンライン飲み会プランを利用したのはAさんとBさん。普段から週一でオンライン飲み会をしているという大学時代の友人とともに、大阪府・東京都・山口県を結んでオンライン飲み会を実施しました。雑談の間にも「そっちは居酒屋で美味しいそうな料理食べていてる」と、唯一自宅からの参加となった山口県の友人からの発言が飛び出すなど、距離の壁を感じさせない盛り上がりぶりを見せてくれました。

2人に店舗で行うオンライン飲み会の感想を聞くと、「お店に来るにオシャレする感覚は家でやるときとは違う特別感がある」「こんな料理頼んだよ」と相手に見せるのも楽しいなどの肯定的な意見を多く聞くことができました。

今後の展望

新規の客層を開拓しつつバルとしての強みも発揮。

「今回の導入で開拓できたファミリー層という需要を、今後もしっかりとつかんでリピートにつなげたい。さらにそこから、結婚式の二次会などの利用も獲得して、その日に撮った舞台裏の動画をプロジェクターに投影して参加者みんなで盛り上がる、といった使い方も検討していきたいです」と姉川さんは抱負を教えてくれました。オンライン飲み会のみならず、動画の共有という利用方法もこれから応用シーンが広がる可能性を見据えています。

また「馬ール PERO」のバルという店舗形態は若い客層との親和性も高いため、流行に敏感な20代が「行ってみたい」と思うようなイメージの醸成にも取り組んでいきたいとも語ります。店舗側が発信を続けずとも、オンライン飲み会プランを利用した若年層が「この店でこんな風に楽しんできた」とSNSを通じて投稿・拡散したくなるような仕掛けを用意できれば、投稿を見たお客様が来店し、さらに拡散してくれる。そんな相

乗効果が生まれる店舗づくりを目指していくそうです。

コロナ禍で望む望まざるに随わらず導入されていったオンラインでの経済活動。しかし同店のように、この変化をきっかけに新たな武器を獲得していくことができれば、ピンチをチャンスに逆転させて成長の礎とできるかもしれません。



個室というプライベートなエリアのため、周囲の目を気にすることなく盛り上がり記念撮影を楽しめます。

お問い合わせ

プロジェクターインフォメーションセンター
050-3155-7010

製品に関するご質問・ご相談に電話でお答えします 受付:月～金曜日(祝日・弊社指定休日を除く。詳しくはホームページをご覧ください)
*左記電話番号はKDDI株式会社の電話サービスを利用しています。*左記番号がご利用いただけない場合は、携帯電話またはNTT東日本、NTT西日本の固定電話(一般回線)からおかけいただくか、042-503-1969までおかけ直してください。

エプソン販売株式会社