

第一回

# 飲食店の店構え

サインの力で飲食店の売上(新規来店数)が変わる。

有限会社 ジャパンセントラルサイン 代表取締役 戸田大輔

外観が良い方向に変われば新規入店客が増えるのは飲食店だけ。それも低単価の業態のみです。だからこそ、そこには看板の、店構えの作り方が非常に大事。この部分にこそ看板の価値、看板屋としての価値があります。

看板製作会社として独立してから、より効果のある、結果に結びつく看板・店構えを追求してきましたが、なかなかお客様に伝わらず予算はおろか、話も聞いてくれない環境

から抜け出したい気持ちで今日までやってきました。だから私は看板屋の地位を高めるために、飲食店の店構えを通して結果を出し続けることが使命と想っています。

今回連載の機会を頂き、実際にお客様からの依頼で行ったプロジェクトを通して皆さんにどこに注目して、どう変えていったのかをご覧いただきますので、業務の参考になれば幸いです。

## CASE.1 店構えを今以上に美味しそうに作り変えた結果、売上が181%になった事例。



名 称：肉と魚とガブ飲みワイン食堂「バールマン」天六店  
所在地：大阪府大阪市北区国分寺 1-7-5  
業 態：海鮮イタリアンバル→肉と魚ガブ飲みワイン食堂  
年 数：2年目

### 《課題》

海鮮イタリアンバルとショルダーネームをついているが、お客様は食事需要が多く、お酒があまり飲まれない。商品は美味しいのに、認知してもらえていない。

### 《外観現状分析》

道路に対して平行の入口、どこから入るかわかりにくい。明るさはあるものの、歩行者に対して目に止まるものがない。ガラスに文字を書き過ぎて、中がよく見えず、何が売りなのかが不明確。イタリアンなので一部縁にしているが、食欲が減退する。

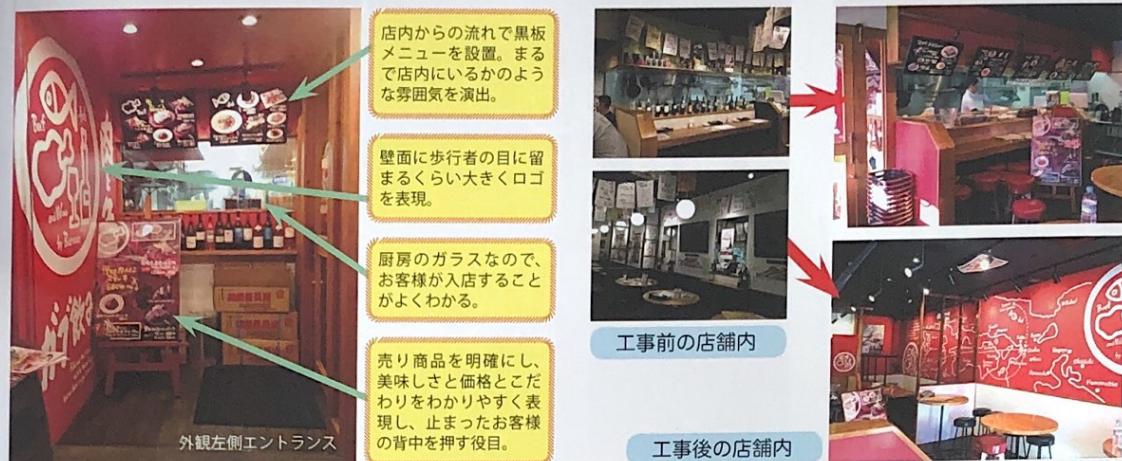
### 《改善点》

海鮮だけでなく、肉を中心にガブ飲みワインのスタイルに変更し、よりバル感を演出。店内の照度も少し落として色温度も変更、食堂感を消し、店内に貼つてある、ペーパーメニューをすべて撤去する。

### 《外観テーマ》

フラットだったドア2枚分を壊して（客席が減るが…）厨房部分までセットバック。ガラス窓をつけてエントランスをつくることで、新しく壁ができ、そこにコンセプトを象徴するデザインを表現する。全体に赤色で統一し、離れたところから見ても存在感が出て、見つけられやすくなる。





メニュー・デザイン

### 《お手伝いさせていただいた内容》

- ①視認性・魅力度アップの店構え企画案
- ②新ロゴ体・ロゴマーク・キャラクターデザイン
- ③キャッチコピーと手書き文字・イラストデザイン
- ④工事業者への予算調整と素材および製作指示
- ⑤照明調整・内装一部デザイン・コーディネート
- ⑥メニュー・ブックデザイン・ポスター・デザイン

お店への第一印象は「暗い」でした。飲食店は、第一印象がとても大事です。通りがかりに「気になる。入ってみたい」と感じてもらわないといけません。

私は、コンセプト的な店構えのラフ案を出しました。デザイナーではないので、パターンは1つしか出しません。見て頂いたように提案し、オーナーも納得。作り替えてすぐに客数が上がり、初月は売上181%、その後も150%をキープしているということです。

次回は地方郊外ロードサイドの天丼専門屋を、天ぷら・海鮮居酒屋に変化させ187%の売上増を達成した事例を紹介します。

店構えをつくる場合  
守るべきルール

### 入店率=発見率×魅力度

#### 1.訴求力とプランディングとのバランス

店構えの大きな役割が2つあります。1つは、訴求力です。そしてもう1つはプランディングです。これらは、個人店とチェーン店では、間違の作り方をしています。

#### 2.発見率(視認性)を上げる5つのポイント

- ①明るさ ②大きさ ③形 ④コントラスト ⑤動き

#### 3.魅力度を上げる5つのポイント

- ①訴求度（キャッチコピーや思わず入ってみたくなるコンテンツが表現されているか）
- ②活気（2の発見率の動きの要素があるか？海鮮なので、商品の鮮度につながる）
- ③安心感（入口のガラスの文字を消して中がより見えるように表現する）
- ④清潔感（色の使い方や、錆びたり、はげたり、古くてもきれいに見えるようにする）
- ⑤お得感（入店したら、美味しいものが食べれそうプラス何かを感じさせる）

●明るくにぎやかで、活気を感じるように。

●ひと目でバルと感じ、イタリアン・ワインが飲めそうな雰囲気を演出。

#### 看板屋の地位向上のために――



戸田大輔

1968年愛媛県生まれ。(有)ジャパンセントラルサイン代表取締役。大手外食チェーンから個人経営の飲食店まで、多くの店舗ファサードを手掛けるコンサルタント。関西を中心に、全国・海外に活動の場を広げ、実績は1000件を超える。92年から看板業に携わり、99年に四国中央サインを創業し、05年に(有)四国中央サインとして法人化。09年に現社名に変更、現在に至る。ファサードデザインだけでなく、各種サインやメニュー・ブック、POPまで統一感のあるトータル提案を行っている。著書「新規客が増える飲食店の店構え」(商業界)では、飲食店経営者に向けて「繁盛する」店構えを説いた。

全国パートナーシップ施工会社募集中！ 詳しくはお問い合わせ下さい。 E-mail : info@jc-sign.com

