

# 人気店舗 デザイン年鑑2022

RESTAURANT SPACE DESIGN 2022

総合版

居酒屋・焼肉 店舗デザインアワード掲載  
withコロナ時代の配膳ロボットメーカー





Design



Award





大阪府大阪市中央区

日本橋店 **Yakinikuen**



## 30~40代後半のサラリーマンが 飛び込みで来店してもらえるような外観

### 本物の焼肉屋

元祖の「ネギ包みタン」というかなり強い武器をもっていて、インスタグラムからの20代女性のお客様が多く、心斎橋・堺筋本町・南堀江・日本橋とともに繁盛されてた店舗がある焼肉グループ。その中の日本橋の店を担当することになり、ヒアリングをじっくりすると、実はセントラルキッチン・精肉店もしっかり経営されている、言わば“映え”な商品だけではなく、本物の焼肉屋である。社長の肉歴や仕入れ・目利きの実績や精肉店での解体・捌きを工夫し、黒毛和牛の厳選部位でも安く食べれるということを店前を通る方に伝え、30~40代後半のサラリーマン（肉がわかる方）が3回転目に飛び込みで来店してもらえるような外観づくりがデザインのコンセプトになります。そのためには、パッとみて精肉店直営（=コスパがよい）であること。がわかること。それプラス「美味しそう」と感じ、魅力あふれる外観が一瞬で伝わりつつ、目立つことが大切である。

有限会社ジャパンセントラルサイン／戸田 大輔

### 店舗DATA

業種	焼肉店
店名	yakinikuen 忍闘 日本橋店
住所	大阪府大阪市中央区日本橋1-18-4 1F
TEL	050-5597-8091
アクセス	JR大阪・日本橋駅 5番出口 徒歩3分
URL	<a href="https://tabelog.com/osaka/A2701/A270202/27112635/">https://tabelog.com/osaka/A2701/A270202/27112635/</a>
平均売上	1,100万円/月
ターゲット顧客	35歳男性
メイン顧客層	20代から40代男女 カップル・サラリーマン
客席数	30席

### インテリアDATA

施工種別	外装リニューアル
立地	中2階の路面店
	大阪なんば・心斎橋と少し距離があり、外国人や観光客などが併む黒門市場や大阪の秋葉原と言われるアニメの聖地日本橋エリア、視認性はそこそこあるが中2階という立地で発見率が上がるなどの外観に魅力はないです。
竣工日	令和3年6月29日
フロアー面積	約60m <sup>2</sup>
設計・施工費	300万円
設計・デザイン	有限会社ジャパンセントラルサイン／戸田 大輔
グラフィック	有限会社ジャパンセントラルサイン／戸田 大輔

### マテリアルDATA

サイン	LEDサイン
-----	--------



## リニューアルポイント

外観とは、そこに店が存在すること、焼肉店があることを知らない人に伝えるためのアイテムです。ですからまずは、圧倒的な存在感を出し見つけてもらうこと。そのために徒步商圈では歩いてくるスピードで、遠くからでも発見できる明るさや色の統一による一体感や周りに使ってない色を使用したりします。今回は、周りに黒い店舗が割と多かったので木を使い、人のぬくもりやあたたかさ、手作り感などが連想されるようにしました。それからその木の面積を増やすために、店舗上部の幅よりも広くとり、奥のガラスの足元部分も木を張りました。より一体感を感じ店も大きく見えます。プラス、女性客など足元を気にされる方も多いので目隠しになつてちょうど良かったです。

今回のリニューアルで一番のポイントがLEDの文字です。文言は「精肉卸直営」と店名ではなく、コンセプトを使えることで、よりコスパイメージを感じると、ハード面では中2階というデメリットの空間部分を埋めることで、いい意味での活気やにぎやかさ、道側にせり出してくれる迫力を出し、メリットに変えることができました。上部のメニュ札はあえてメニュー板の幅を変化を持たしたり、文字の大きさにも変化をつけてフラットにならないようにしました。側面の壁部分は「焼肉忍闘」今回、新しく作ったマークで「文字」を読んでもらうよりもどちらかというと「絵」と見てもらうようにシンプルにしています。最後は、「元祖厚切りネギ包みタン」ポスターをスタンド看板として、階段部分に設置して歩いている方に見てもらえるようにしました。

