

# 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来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、看板と店構えの作り方が大事。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だと想っています。

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まにどこに注目して、どう変えていったのかをご覧くださいませので、業務の参考にしていただければと思います。

## CASE.2 ファミリーをターゲットにした結果、売上が185%になった事例。

名称：揚げたて天ぷら・海鮮 よし平  
所在地：和歌山県紀伊田辺市  
業態：揚げたて天ぷら専門店→揚げたて天ぷら・串天・海鮮居酒屋  
年数：5年目

### 《課題》

昼に対して夜の時間帯の集客が弱い。お客様も食事が多く、お酒が出ない。天ぷら以外の商品がないので、お客様を絞りすぎている。

### 《外観現状分析》

ファミリーレストラン跡のイメージが残る。落ち着いた雰囲気ではあるが、活気が感じられない。立地・ロケーションが抜群なので、もったいない。海鮮系なので、安価・勢い・活気・清潔感・しずる感などを感じる外観にする必要がある。

### 《改善点》

メニューアイテムを3倍に増やす。天ぷらだけでなく、他店で成功している居酒屋・海鮮メニューを追加してアルコールの需要を増やす。専門店ターゲットからファミリーターゲットにシフトする。



工事前の店舗外観





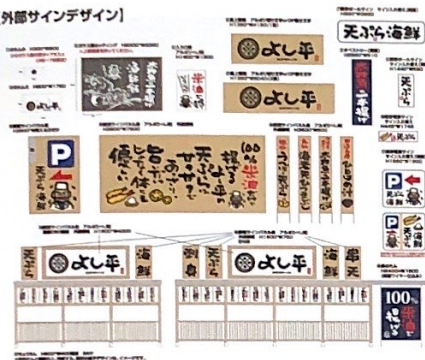
工事後の店舗写真正面



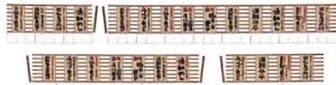
工事後の店舗写真裏面

## 《店内外デザインアイテム》

### 【外部サインデザイン】



①メニュー札 H700\*350 25枚



②白地のれん H250\*W750 19枚

H250\*W630 1枚

③新規路線製作

H850\*W1040

3箇所



④クロス張替え + (イラスト+文字) 指さし

H1500\*W6150



⑤新規路線製作

H1000\*W1200

3箇所

⑥

H1400\*W890

⑦

H1400\*W890

⑧トイレ横断線サイン

アルボリ+IJ貼

H500\*W1793

⑨従業員出入り口? 既設サイン

アルボリ+IJ貼

H500\*W1793

⑩既存メニュー一部分、新規路線加工

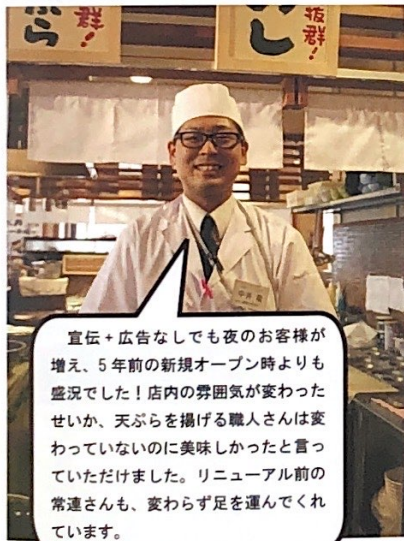
アルボリ+IJ貼

H1180\*W2980

⑦風船屋表裏既設サイン

アルボリ+IJ貼

H1400\*W890



宣伝+広告なしでも夜のお客様が増え、5年前の新規オープン時よりも盛況でした！店内の雰囲気が変わったせいか、天ぶらを掲げる職人さんは変わっていないのに美味しかったと言ってくれました。リニューアル前の常連さんも、変わらず足を運んでくれます。

店構えをつくる場合  
守るべきルール

$$\text{入店率} = \text{発見率} \times \text{魅力度}$$

### 1. 訴求力とブランディングとのバランス

店構えの大きな役割が二つあります。ひとつは、訴求力です。そしてもう一つはブランディングです。これらは、個人店とチェーン店では、間逆の作り方をしています。

### 2. 発見率(視認性)をあげる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. 魅力度をあげる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い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み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、古くてもきれいにみえるようにする)
- 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、大きく表現し、“楽しそう”を演出する。
- ファミリー層(特にお母さん)に業態が一瞬で伝わるように表現する。



戸田大輔

### 看板屋の地位向上のために

1968年愛媛県生まれ。㈩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、数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年から看板屋に携わり、99年に四国中央サインを創業し、05年に㈩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

