

# 店構えを今以上に美味しいように作り変えた結果、売上が181%になった事例。

工事前の店舗外観写真



工事前の店舗内写真



## 課題

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

## 外観現状分析

道路に対して平行の入口、どこが入口がわかりにくい。明るさはあるものの、歩行者に対して目にとまるものがない。ガラスに文字が書き過ぎて、中がよく見えず、何が売りなのか不明確。イタリアンなので一部縁にしていますが、食欲が減少します。

## 改善点

海鮮だけでなく、肉を中心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全部、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し、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で、見つけられやすくなる。

## 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二つあります。ひとつは、訴求力です。  
そしてもう一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。

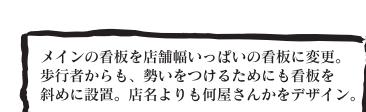
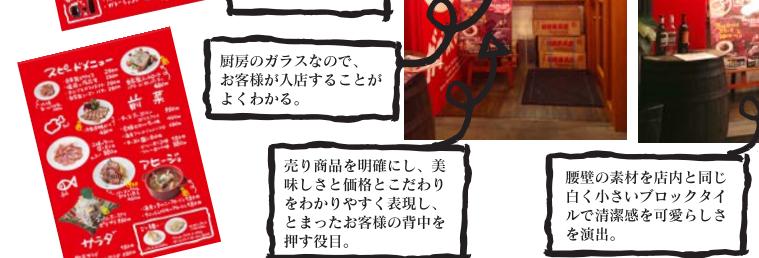
#### 2.発見率(視認性)をあげる5つのポイント

・明るさ・大きさ・形・コントラスト・動き

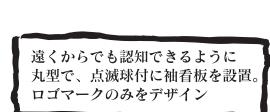
#### 3.魅力度をあげる5つのポイント

・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）  
・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。）  
・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。）  
・清潔感（色の使い方や、緑びたり、はげたり、古くてもきれいに見えるようにする。）  
・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。



工事後の外観写真



仕入れ漁港を具体的に明記する。木の板に書いているイメージで、商品のクオリティが高く感じる。

既存のスタンド看板のアクリル板のデザインを変更し、袖看板と同じデザインにし、近くを通る方にも認知してもらう。



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

## 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・看板

お問い合わせ▶info@jc-sign.com



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

## 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・看板

お問い合わせ▶info@jc-sign.com