

# 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185%になった事例。

工事前の店舗写真正面



工事前の店舗写真裏面



## 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、存在感はあるが、活気を感じれない。立地・ロケーションが抜群なので、非常にもったいない。海鮮系なので、安価・勢い・活気・清潔感・しのぎなどがある、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倍増やす。天ぷらだけでなく、他店で成功している海鮮メニューを追加する。居酒屋メニューを追加して酒需要を増やす。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。

## 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

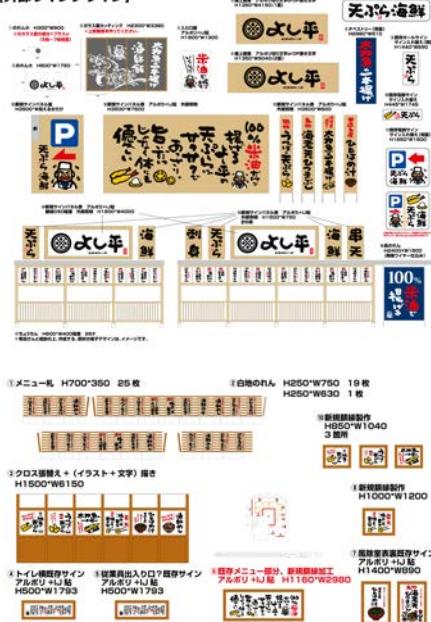
- ・訴求度(キャッチコピーや思わず入ってみたくなるコンテンツが表現されているか)
- ・活気(2の発見率の動きの要素があるか? 海鮮なので、商品の鮮度につながる)
- ・安心感(あえてチェーン店っぽく表現したり、価格が明確に外からわかる)
- ・清潔感(色の使い方や、鉢ひとり、はけたり、古くてもきれいに見えるようにする)
- ・お得感(入店したら、美味しいものが食べれそうプラス何かを感じさせる)

#### ● 明るく、大きく表現し、楽しそうを出す。

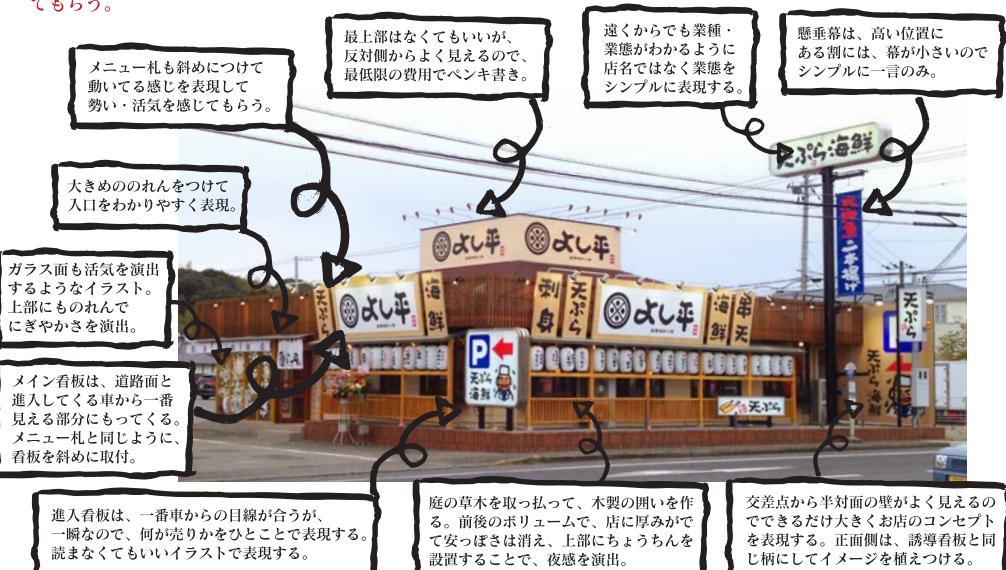
#### ● ファミリー層(特にお母さん)に業態が一瞬で伝わるように表現する。

## 《店内外デザインアイテム》

【外部サインデザイン】



デザインの総合的なテーマは、夜感・ファミリーでも行きやすい・いい意味で安価感を感じるでも味は本格的です。このテーマを一瞬で感じていただくために、全体を明るくし、すべて手書き、それも可愛いらしい文字にし、プラスイラスト(色付)で楽しさを演出。店舗が大きいので、全部を変更するととてもお金かかるので、今の店舗が生かせるように、でも変わった感を演出。天ぷら:海鮮:居酒屋=6:3:1くらいの割合を表現。「天ぷら」というキーワードを連呼する。車で通過する店舗なので、あえて金額や写真などはやめて全体で「らしい」を感じてもらう。



工事後の店舗写真夜正面



工事後の店舗写真夜裏面



店長の中井様

## 《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

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! グループ店のお客様から「よし平」ってどんな店でスタッフに聞かれることがありました。天ぷらを揚げる職人さんは、変わっていないのに、うまくなつたと言っていたただきました。年配の常連のお客様はそのまま残っていました。

所在地: 和歌山県紀伊田辺市  
業態: 揚げたて天ぷら専門店 (博多天ぷら)  
年数: 5年目

天ぷら・海鮮・串天  
業態に変更

メニューアイテム・業態提案は  
サッポロビール様がサポート

お問い合わせ ▶ info@jc-sign.com