

# 飲食店のリデザイン

## Redesign of Restaurant

池田 龍正

指導教員 李盛姫

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 ビジュアルコミュニケーション研究室

キーワード：コロナ禍, 飲食店, 売上, QR コード, ロゴデザイン

### 1. 研究目的・背景

「新型コロナウイルスの感染拡大は、日本経済に深刻な影響を与えている。なかでも飲食店の被害は甚大だ」というニュースをこの1、2年の間に頻繁に見るようになった。私は実家が飲食店を営んでいることを考え、昨今のコロナ禍や円安でどの程度の影響を受けているのか状況が気になった。調査を行ってみると、やはり悪い影響が出ていることが分かった。週末は店で実際に働いてみて、客席の配列の変化や飛沫防止のパネル、アルコール除菌など、目に見えてコロナ禍前と変わった部分は多数ある。売上の面でも大きな変化が見受けられた。このような状況の中で、ネットの情報や他の店舗との違いなど、更に調査を行い、今後も経営を続けていくため、プラスになるものを提案できないかと考えた。

### 2. 調査内容

お店の状況を知るために、SNS、ネット上の情報、書き込み、口コミ、お客様へのインタビュー、他店舗訪問などの調査を行った。最初のネット調査では、現在メニュー表には画像が載っていないが、Instagramに多くの画像が挙げられており、新規のお客様、とりわけ若いお客様にはいい方向に働いていると考えた。口コミには、嬉しい情報が多く載

っていたが、やはり直すべき情報も書き込まれていた。そのなかでも、従業員の対応として50年前の創業当時以来から働いていただいている方の対応があまりよくなかったなどあり、時代に合わせていかなければいけないところが挙げられた。次に他の店舗の調査は、様々なジャンルから調べた中から、某とんかつ屋さんでは写真が中心になっているメニュー表でパッと見て分かりやすく、提案に取り入れやすいと思った。しかし、料理が多い店舗はページ数が多く逆に分かりにくいいため、1枚のメニュー表を作成するなど、試行錯誤が必要だと考えた。他にも店舗のロゴや客席の配置、内装など、注意してみるようにした。最後に、ネット情報として、近年の飲食店の売上、利益、客単価、客数などを調査した。飲食店の2022年上半期の売上・利益についてまとめたグラフでは、「増加の傾向」が売上では42.4%、利益では33.5%を占めている(図1)。同様の調査を行ったコロナ1年目の2020年、2年目の2021年の結果と比較すると、2022年はどちらも大幅に上昇し、業績が改善している店舗が多いことが分かった。しかし、利益においては2022年上半期でも「減少の傾向」が回答の中で未だに最も多く、順調に回復している店ばかりではないと分かる。



図1 2022 上半期売上・利益

飲食店の2022 年上半期の客単価・客数について表したグラフでは、2022 年上半期は「上昇の傾向」が客単価は31.3%、客数は42.4%と、過去2年の上半期に比べて客単価は20ポイント、客数は30ポイント以上となり、大きく改善したことが分かる(図2)。客数は前年よりも38ポイント上昇しており、客足が戻りつつあることがこのグラフから見て取れる。この情報から、飲食店は今の情勢に合わせて変化していく必要があると考えた。



図2 2022 上半期客単価・客数

### 3.コンセプト

「時代に寄り添う」をコンセプトに据えようと考えた。理由として、様々な店舗の調査を行い、お客様にサービスを提供する上で当たり前だが今よりお客様に使いやすく、わかりやすくするべきだと考えた。そこで、今ではほとんどの方が所有しているスマートフォンに目を付けた。やはりスマホの利便性という部分で昔からの良さを大切にしつつ、利点をつぶさないようなツールとして実際に取り入れることができる、QRコード付きのメニュー表やロゴデザインを提案する。

### 4. アイデア展開

調査内容を基にした案と、実際にどのようなものが必要か経営者である両親に聞いた案の2つを

アイデア展開、提案する。まず、私が提案しようと思ったアイデアは、QRコードからアクセスするメニュー表である。このメニュー表のメリットとして、いろいろな情報を簡単に閲覧することができる。他にもホームページなどのWebに繋がられる点やメニュー変更が容易な点、メニュー表を毎回除菌しなく済むといったメリットが挙げられる。次に両親の話から、「いろいろな場面で使えるモノがほしい」と言われ、それは何かと考えたところ、ロゴを提案することにした。現在商号はあるもののロゴは持っていない、店の顔として様々な媒体に展開できると考えた。例えば、お店で販売しているお菓子などの梱包用のビニール、宣伝、看板、手提げ袋など、様々な物に活用することができる。

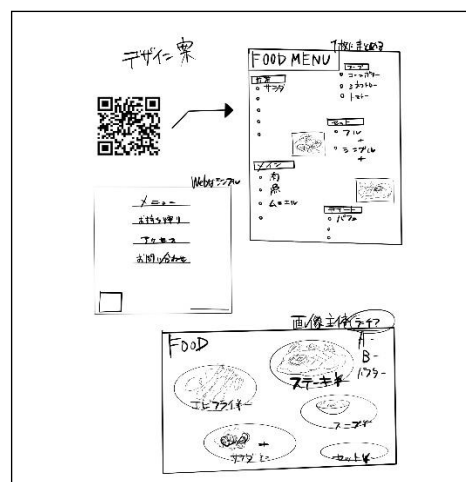


図3 デザイン案

### 5. 今後の展開

試作を制作し、実際に店舗での実用に向けて検証を行う。また、ロゴに関しても多様なツールに展開できるように試作を行い、最終提案物として仕上げていく予定である。

### 参考文献

ぐるナビPRO：飲食店の上半期の売上・利益は回復傾向。物価上昇で値上げする店も2022 年上半期業績振り返り（2022 年 8 月 30 日）

[https://pro.gnavi.co.jp/magazine/t\\_res/cat\\_2/a\\_3981/?sc\\_lid=pro\\_top\\_pr\\_77](https://pro.gnavi.co.jp/magazine/t_res/cat_2/a_3981/?sc_lid=pro_top_pr_77) (2022 年 9 月 10 日)