

Shokokai

<http://www.shokokai.or.jp/>

特集 東日本大震災から1年

- 東日本大震災発生から1年を振り返って
- 安全で安心な地域を取り戻すために／福島県天栄村商工会
- 復興事例／宮城県女川町・岩手県大槌商工会・福島県川内村商工会
- 震災からの1年を振り返る(天野忠正宮城県連会長に聞く)

全国各地の商工会最新情報を紹介

— Good My Town —
わがまち・わがむら

高知県室戸市



商工会は行きます 聞きます 提案します

～会員満足向上運動～

2012
MAY
No.634

5

女性の感性を活かした “才モイを力タチに” 店づくり

女性の時代といわれる現在、女性のお客様が魅力を感じる店づくりは大きなポイントです。

今回は、お客様の多くが女性である「スイーツショップ ファボリ」をご紹介します。

時代背景と女性

女性の時代といわれ始めて20年が経ちました。

バブルから建築基準法の改正、そしてリーマン・ショックなどの世界

金融不安、為替の変動、そして震災、振り返ると、この20年は激動の連続です。閉塞感のある経済環境の中、先が読めない時代でもあります。

だからこそ、実は「女性の時代」といわれている^{ゆえん}所以があるのかもしれません。

理念の実現

ここで紹介するのは、平成21年にオープンした北九州市小倉南区の「スイーツショップ ファボリ」（鉄骨造、地上2階建て、建築面積347.95m²、延床面積425・28m²）です。



カフェスペース

せん。
今を一所懸命に生きる、未来も過去も。“今のわたし”を充実させて生きている女性にとって、経済活動に陰りはありません。

私の事務所は、9割が女性スタッフで、ターゲット顧客である女性の店づくりや家づくりのデザインに強みがあります。

多面化・多様化する女性の生き方から生まれる消費視点を活かして、デザインコンセプトをつくっています。母ごと消費、娘ごと消費、妻ごと消費、私ごと消費、女ごと消費、仕ごと消費、この6つの視点が商業施設設計においてそのままマーケティングであり、オーナー様に提案できる根拠になっています。

つまり、私たちが“生きている・暮らしている・楽しんでいる”ことが、設計力になっていると思っています。

2648m²の敷地を目の前にして、どんなお店づくりをするか、はじめに大事にしたいのは、理念です。

「おいしさで笑顔をつくる」という

理念を掲げたオーナー様からは、何度も夢を語っていただきました。お店の創業から今までの経営者の「オモイ」

を感じ、私たちはそこで働くスタッフへ来店されるお客様の笑顔でお店をつくらなければならぬという空間的

理念を持ちました。

ターゲット顧客は、団塊世代と団塊ジュニア、母娘＆孫、2世代または3世代をイメージしています。

女性がつい立ち寄りたくなる お店に



販売店舗（1F）



外観南面

だれに、何をするのかを、明確にし

ていくことが設計コンセプトの大半の仕事なのですが、なんだかんだ言つても、第一印象が勝負です。

「女性がつい立ち寄りたくなるお店」であらねばなりません。

それは、一言でいうのは難しいですけれど、内装や外観、また、道路から入りやすそうな駐車場であることや、女性でも安心して車を停められる十分なスペース、花壇や植木で招き入れる

暗くなってきた際の優しい照明アプローチなど、すべて統一感を持つたよい

おいしいのはあたりまえの時代、おしゃれでなければ、女性を動機づけることはできません。

おいしいのはあたりまえの時代、おしゃれでなければ、女性を動機づけることはできません。

次に余韻を残し、リピートするきっかけになるのが、女性の「口コミ」です。

この店舗では、カフェースペースにこだわっています。開放的な窓と清潔でナチュラルなインテリア、オーナー様のセンスのよさを表した雑貨や小物、おいしい笑顔で会話をする空間は、相乗効果があります。

こういう控えめながら感じのよい戦略的なデザインは、2世代、3世代の方に支持されるとても大事な要素です。触覚は、すべて丸みを帯びています。床、壁、天井の取り合いから家具の角コーナーに至るまで、尖ることがないようにしています。視覚と共に通して、曲線は女性らしいデザインの特徴の一つになっています。

五感のデザイン

機能や仕様にこだわる男性に対しても、女性は感性で好きか嫌いかというアンテナがあります。お店は、五感に訴える仕掛けづくりが必要です。

まずは、匂い。熱々、でき立ての商品を店内のお客様にご試食していただけます。甘い香りの店内はファクトリーさながら、あれもこれも食べたい衝動に駆られます。

次に、視覚はさらに重要です。メイク商品の焼き菓子バームクーヘンの温かみのある焼き色を中心に、小麦色ま

人が主役のステージづくり

人と人とをつなぐスイーツ店は、人が主役。空間や外観はそのステージづくりです。人や自然に、優しさや愛をもつてデザインをすれば、からだす空間理念は実現します。

「出愛」を大切に、これからも商業施設を創つてまいります。