



point 1

長いアプローチは南仏をイメージ。とにかくお客に「入りたいと思わせる」

背景に山、前に畑というロケーションに建つ「田舎の一軒家」風の店舗は誰にも「入りたい」と思わせる店構え。入口への石畳のアプローチも訪れる人の期待を高める。

point 2

小さいながらも6席のカフェを付帯。空間に豊かさが生まれる

プロに聞く店づくり

（株）伯デザインに聞く
繁盛店づくりのノウハウ

case 1 Bread Farm

神奈川県三浦市初声町高円坊1011-9 ☎046-889-4076
営業時間/8時30分～18時30分 定休日/木曜・第3水曜

畑に囲まれたのどかな場所にオープンした南仏・プロヴァンス風の一軒家ベーカリー



point 3
陳列棚に傾斜をつけ、照明を工夫し、主役のパンをアピール。

80種のパンが並ぶ陳列棚は少しだけ前に傾いて高い位置の商品もよく見える。照明は店全体には暗めの白熱灯を、パンには色みが正確に伝わる白色灯を使い分けている。



後藤さんの提案で6席のカフェスペースを設置。パンを買ったお客が、そのままここでパンを食べる姿も見られ、物販だけでは伝えきれない、パンのおいしさや豊かさを演出する効果が生まれた。

新規オープンやリニューアルを迎えるとき、店のデザインが集客や売上げを左右することは少なくありません。「売れる店」には何が必要なのか？ 個人経営の店を中心に、数多くの店舗デザインを手がけてきた（株）伯デザインの後藤孝一社長に、タイプの異なる4店をおとして気になる「デザインと繁盛の関係」について語っていただきます。

（株）伯デザイン
代表取締役
後藤孝一さん

1956年生まれ。80年代より主婦が経営する喫茶店などを数多く手がける。03年代表取締役役に。専門学校カフェ科の講師も務める。

お客さまが店を選ぶのではなく、店づくりがお客さまを選ぶのです



「一見、商売に向かない場所に見えますが、薦田さんのように地元で長年商売をされてきた方にとって、ここは「一等地なんです」と（株）伯デザイン（東京・吉祥寺）の後藤孝一社長。オーナーの薦田淳一さん・麻紀子さん夫妻から、住み慣れた三浦市郊外の農家を買取り、店舗兼住宅に改装したいとの依頼を受け、何度も話し合いを重ねるうちに、「ブレッドファームは繁盛店になる」と確信した。元は和風建築の2階建てを、住居部分はそのまま生かし、道路に面した前面を増・改築し20坪の店舗にリニューアルした。「後ろの住居は隠して、これまでとまったく違う店をつくろう。三浦の山の中を走って