

～じょじょ吉祥～

販促のご依頼

～ご依頼内容～

デザインのテイストは

「シンプルモダンな和」

…全体的に「和」を中心にしたテイストを仕上げました。

## ●ターゲット●

- ①近くで働く医療従事者やサラリーマンの方
- ②近くの学校に通学している学生
- ③近隣住民の方
- ④ファミリー（休日） …どの年代の方にも愛されているお店  
どのような見せ方をしたらよりよく見えるか

## ●制作物●

自家製ドレッシングの販促物

テイクアウトメニュー

# 自家製ドレッシング

## 自家製ドレッシング

店内で手作業で作ってます。  
人参と玉ねぎをベースとしたドレッシングです。



550円



(小)380円



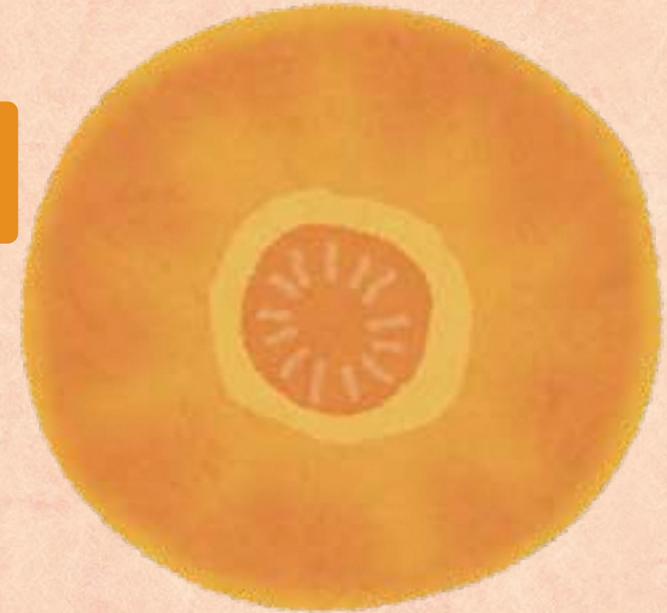
現行データ

### 改善点

お客様から「美味しい!」と評判がいい、ということがこちらのPOPからは伝わってこない。

ドレッシングは店内で手間をかけてひとつひとつ手作業で作っているという部分はとてもアピールできるポイントかと思ったので、【自家製ドレッシング】に負けなくらい強調してもいいのではないかと考えた。

また、その他必要な情報(※例:冷蔵庫保管)などが伝わらないので、おすすめポイントも含めた他の情報も記載する必要があるかと考えた。



# 自家製ドレッシングの販促物

“美味しいから  
持って帰りたい”  
との声から

商品化!

オリジナル  
レシピ

無添加

自家製ドレッシング  
(ボトル)  
550円 200ml

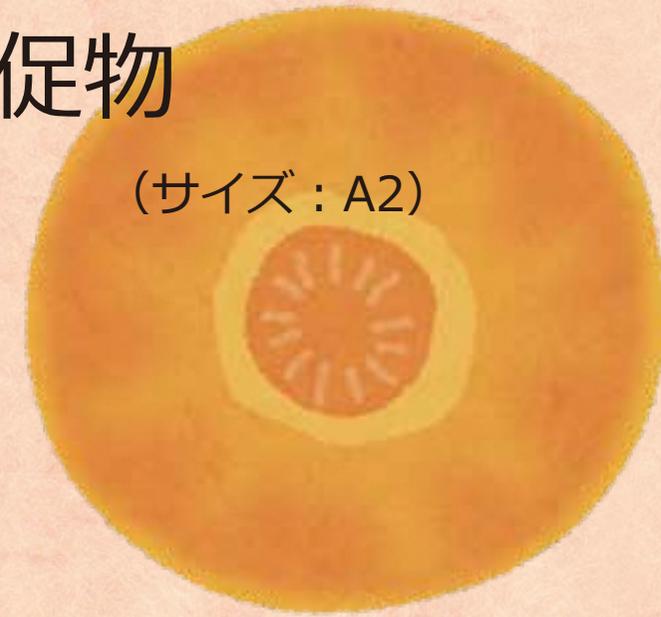
小さいサイズ  
あります  
400円 100ml

店内で手作業で作っています。  
人参と玉ねぎをベースとしたドレッシングです。

★冷蔵庫で1週間を目安にお召し上がりください  
★店内でお出ししているキャベツの千切りも販売中！ 100円

上々  
じよじよ吉

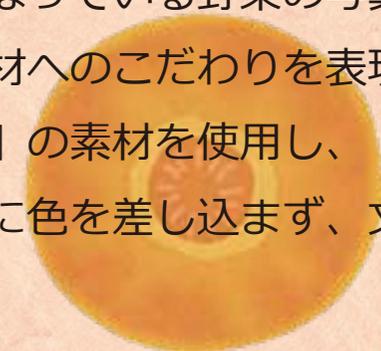
(サイズ：A2)



## デザインのコンセプト内容



「シンプルモダンな和」をなるべく崩さないようにしつつも、ドレッシングの色味でもあるオレンジで全体をテイスト。ドレッシングの材料となっている野菜の写真とシルエットを差し込んでみて素材へのこだわりを表現。上の部分の黄色い箇所は『和紙』の素材を使用し、下の部分はメリハリを出すために色を差し込まず、文字と写真のみで調整。



## こだわりポイント

どの年齢の方でも見やすいように、見せたい部分は大きな文字で2種類の色を使って、細かい部分は細字で説明を記載。また、主役であるドレッシングが中心になるようにまわりに配置をし、ドレッシングが埋もれない程度で似たような色合いに統一し全体的に明るい印象に。左下にはドレッシングを実際に出した際の写真も配置。

## 改善箇所

お客様の『美味しいから持って帰りたい』という声で販売が開始した商品なので、きっかけになった大切な言葉は赤文字白枠で協調し目にとまるように。『店内で手作業で作っています』という自家製でひとつひとつ大切に作られているという部分はアピールポイントになるので見ていただきたいく少しカーブをかけ目に留まる印象に。

# テイクアウトメニュー

## お持ち帰り用メニュー

### お弁当

ご飯なしは-100円

サーロイン牛かつ弁当	2,050円
牛かつ&豚ひれ弁当	1,530円
豚ひれかつ (2枚) 弁当	1,000円
豚ひれかつ (3枚) 弁当	1,450円
豚ロースカツ弁当	960円
チキンかつ弁当	800円
唐揚げ弁当	750円
日替わり弁当 (平日ランチのみ販売)	600円



### カレー

豚ロースカツカレー	1,100円
チキンかつカレー	950円



### その他プラス1品

唐揚げ (2個)	280円	フライドポテト	300円
チキンかつ (小)	300円	豚串1本	100円
カニクリームコロッケ (1個)	330円	牛串1本	200円
オクラ肉巻き	350円	一口牛かつ	980円
牛メンチかつ	480円	キャベツ	100円
ヒレかつ (1枚)	450円	マカロニサラダ	200円
エビフライ (1本)	600円		

### ソース類

各100円

とんかつソース	おろしソース
味噌かつ用ソース	タルタルソース



自家製ドレッシング (ボトル)	550円
-----------------	------



じょじょ吉

名古屋市昭和区広見町5-61-1

☎052-918-2566

※最寄駅

地下鉄桜通線 稲山駅 (学舎のりから徒歩2分)

八重通 広見町5丁目交差点そば

お電話でご予約できます。(最長20分)

店内が混雑時、電話が繋がりにくい場合があります。

お持ち帰りのお客様は岡崎信用金庫の駐車場をご利用ください! (20分無料です)

2022.11改定

現行データ

## 改善点

実際の写真がないので、お弁当がどのような形なのかのイメージがつきにくい。(どのくらいのボリューム・一緒に入っているものはなにか、など)メインのお弁当と+1品のバランスが同じになってしまっているので端的に見えるかなと感じた。また、テイクアウトメニューの注意事項が目に残りにくい印象だと感じた。

# テイクアウトメニュー (サイズ：A4 三つ折り)

テイクアウトメニュー  
**TAKEOUT**



上  
タ  
じょじょ吉

※養育費  
名古屋市昭和区広見町 5-61-1  
052-918-2566  
電話注文受付時間：昼 11時～16時 夜 17時～20時 (火曜定休)

Instagram



お電話でご予約できます。お早目のご注文でお弁当をスムーズにお渡しできます。  
電話予約について、お昼のご予約は前日まで、夜のご予約は当日お昼までにご注文ください。  
原則お昼は11時30分、夜は17時30分からのお渡しとなります。  
※テイクアウトご注文のお客様へ  
同梱信用金庫の協賛/カーキング(渡子第3)をご利用下さいませ。(入庫より20分無料)

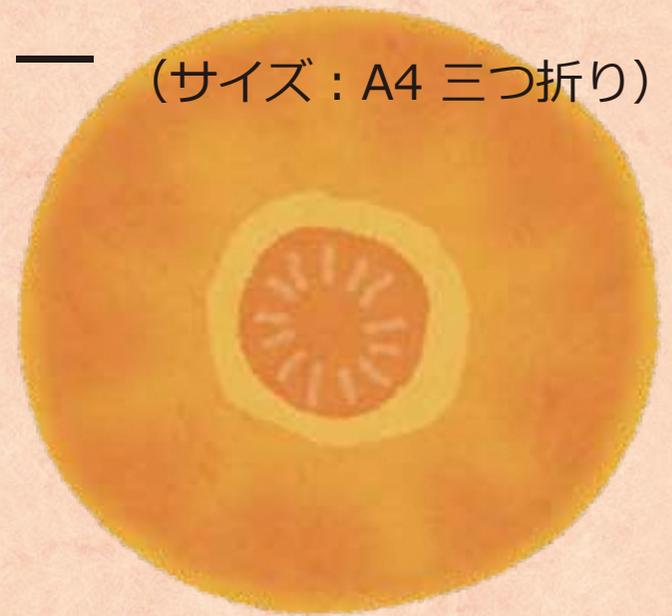
**お弁当 ご飯なしは-100円**

 サーロイン牛かつ弁当 2,400円	 ひとロ牛かつ弁当 1,400円	 ひとロ牛かつ&豚ひれ弁当 1,550円
 豚ひれかつ (2枚) 弁当 1,100円	 豚ひれかつ (3枚) 弁当 1,500円	 豚ロースカツ弁当 1,000円

**その他プラス 1品**

唐揚げ (2個) 350円	味噌かつ用ソース 各 100円	キャベツ 100円
チキンかつ (小) 350円	おろしソース	フライドポテト 300円
ヒレかつ (1枚) 450円		

自家製ドレッシング (ボトル) 550円 (小) 400円



## デザインのコンセプト内容

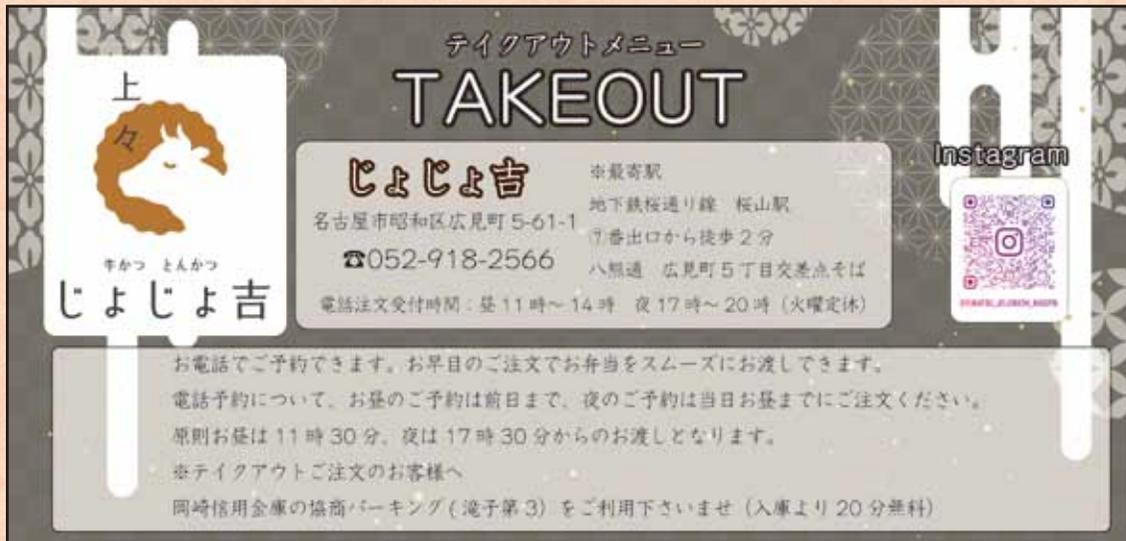
『和』のコンセプトを残したく、黒のレイアウトで目につきやすいテイストに。お弁当はどれもとても美味しそうだったので実際の写真を見てもらいたくひとつひとつのメニューに写真を配置。黒背景単体だと写真や文字が目立たなくなってしまうので、不透明度の低いシェイプを重ねて見やすい印象に仕上げました。



## こだわりポイント

三つ折りで折り曲げたときの表紙が、店舗情報や予約に関する注意事項、またお店の認知や情報拡散にも繋がるであろう Instagram アカウントの QR コードをレイアウト。

→Instagram の QR コードを貼っておくことでアカウントの存在を認知してもらえたり、情報収集してもらえるきっかけになると思い配置。



上々  
きかつ とんかつ  
じょじょ吉

テイクアウトメニュー  
**TAKEOUT**

Instagram

じょじょ吉 幸最寄駅  
名古屋市昭和区広見町 5-61-1  
〒052-918-2566  
電話注文受付時間：昼 11 時～14 時 夜 17 時～20 時 (火曜定休)

地下鉄桜通線 桜山駅  
7 番出口から徒歩 2 分  
八潮通 広見町 5 丁目交差点そば

お電話でご予約できます。お早目のご注文でお弁当をスムーズにお渡しできます。  
電話予約について、お昼のご予約は前日まで、夜のご予約は当日お昼までにご注文ください。  
原則お昼は 11 時 30 分、夜は 17 時 30 分からのお渡しとなります。  
※テイクアウトご注文のお客様へ  
岡崎信用金庫の協商パーキング (滝子第 3) をご利用下さいませ (入庫より 20 分無料)



お弁当 全品 12-100 円

 サーロイン牛かつ弁当 2,400 円	 ひとロ牛かつ弁当 1,400 円	 ひとロ牛かつ&豚ひれ弁当 1,550 円
 豚ひれかつ (2枚) 弁当 1,100 円	 豚ひれかつ (3枚) 弁当 1,500 円	 豚ロースカツ弁当 1,000 円

その他プラス 1 品

唐揚げ (2 個) 350 円	味噌かつ用ソース 各 100 円	キャベツ 100 円
チキンかつ (小) 350 円	おろしソース	フライドポテト 300 円
ヒレかつ (1 枚) 450 円		

自家製ドレッシング (ボトル) 550 円 (小) 400 円

## 改善箇所

テイクアウトの注意事項を最初に目に留まるように配置。テイクアウトメニューはお弁当が主役なので、お弁当の実物写真を余白をとってひとつひとつずつ配置。その他プラス 1 品はテキストのみで小さく見せる配置に。ここでしか購入ができない自家製ドレッシングも実物写真があったほうが認知や購入意欲にもつながると考えたため小さめで現物写真を配置。

# ●ターゲットへの狙い●

## ①近くで働く医療従事者やサラリーマンの方

→医療従事者のように健康を気遣っている方はドレッシングの良さを知ったら購入してくれるかも。

→また、忙しい方でもテイクアウトメニューの写真を事前に確認できれば余裕を持って予約をしてもらうきっかけにつながるかもしれないと考えた。

## ②近くの学校に通学している学生

→SNSをよく使用する年代かと思うので、事前にInstagramの投稿やストーリーのハイライトに店舗のメニュー情報やテイクアウト情報などを載せておくとお店の料理の雰囲気などが伝わり来客につながるかもしれないと考えた。

## ③近隣住民の方

→既にお店に来店されている方も多いと思いますが、店舗利用だけでなくドレッシングの購入やテイクアウトに試みてくれる方も増えるかもしれないと考えた。

## ④ファミリー（休日）

→お店の存在しか知らない方が休日に遠くから来店する場合もあるので、SNSで事前に駐車場や混雑情報、来店時のお願い事項やメニュー情報などがあるとわかりやすいかもしれないと考えた。