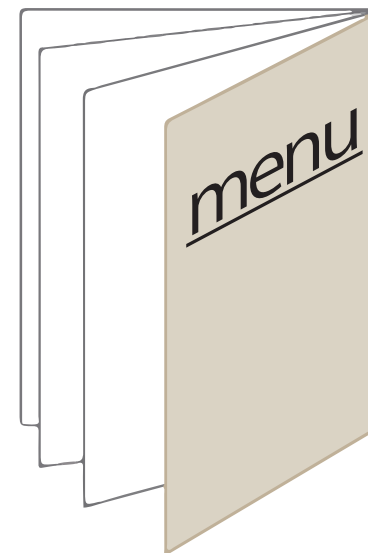


# じよじよ吉様 ご提案資料

メニュー表、ドレッシング販売物について

# 目次

1. メニュー表 コンセプトについて
2. メニュー表 コンセプト説明
  - 2-1. <表紙裏表紙>
  - 2-2. <お店の紹介ページ>
  - 2-3. <料理メニューページ>
3. ドレッシング販促物 コンセプトについて
4. ドレッシング市場調査
5. ドレッシング販促物 コンセプト説明
  - 5-1. <ポスターチラシ>



# 1. メニュー表 コンセプトについて

## 顧客層

平日：サラリーマン、学生  
土日：カップル、ファミリー



幅広い世代向け

## 目指すもの

- ・地域に愛される店になること
- ・応援してもらえる街のかつ屋さん



お客様から愛されるお店

## 大切にしたい事

- ・味と品質、時間とコスパを最良の内容で提供



安心安定した内容を提供



3つのテーマ

- ・幅広い世代が利用しやすい
- ・安心感、安定感、居心地の良さ
- ・長く愛されるような店

## 2-1. メニュー表 コンセプト詳細説明

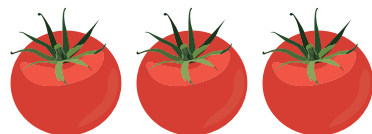
### <表紙裏表紙>



#### ・右綴じのレイアウト

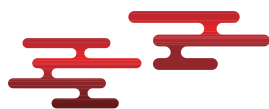
縦書のレイアウトは、日本人であれば昔から慣れ親しんでいるため、世代の傾向にとらわれず幅広い世代が抵抗なく使用できると考えます。

#### ・表紙に赤色

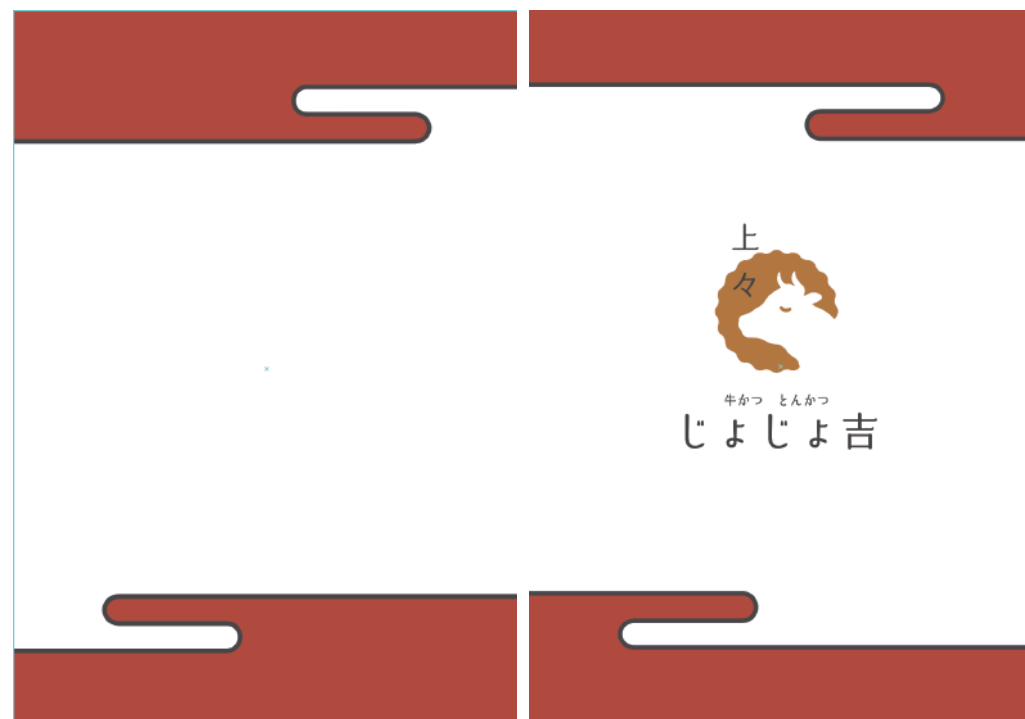


メニュー表の顔となる表紙に食欲を刺激する赤色を配色しています。

#### ・雲霞のあしらい



上々吉という言葉から空をイメージし工霞模様をモチーフにあしらいを配置、雲や霞は『現れては消える』特性から、永遠や永続という意味があります。



## 2-2. メニュー表 コンセプト詳細説明

### <お店の紹介ページ>



#### ・ オーナーの思いを伝える

お店のコンセプトや思い、料理に対するこだわりを雰囲気や口だけではなく文章にして残すことでより信頼性や安心感の向上を図ります。

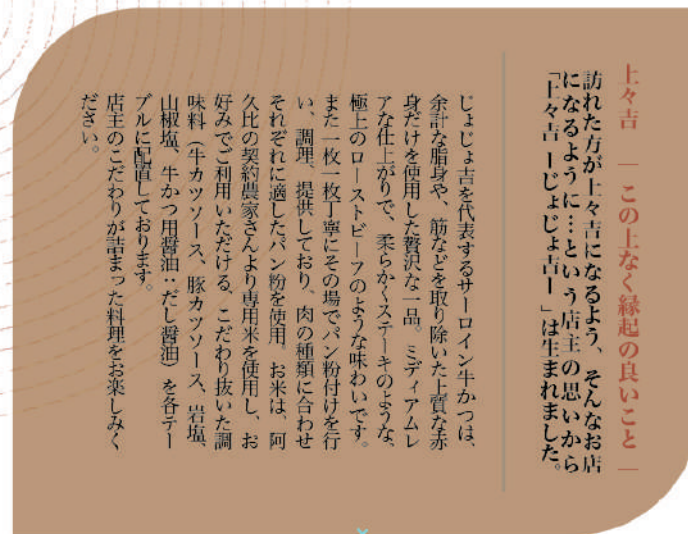
#### ・ 代表メニューの写真を大きく配置

代表メニューである「牛カツ」の写真を大々的に最初のページに掲載し、より食欲を刺激します。

#### ・ 円のあしらい



青海波（せいがいは）がモチーフで、無限に広がる波のように長い年げつの渡続く・繁栄するなどの意味があります。また円は角が無いので、人に穏やかな安心感のあるイメージを与えます。



## 2-3. メニュー表 コンセプト詳細説明

### <料理メニューページ>

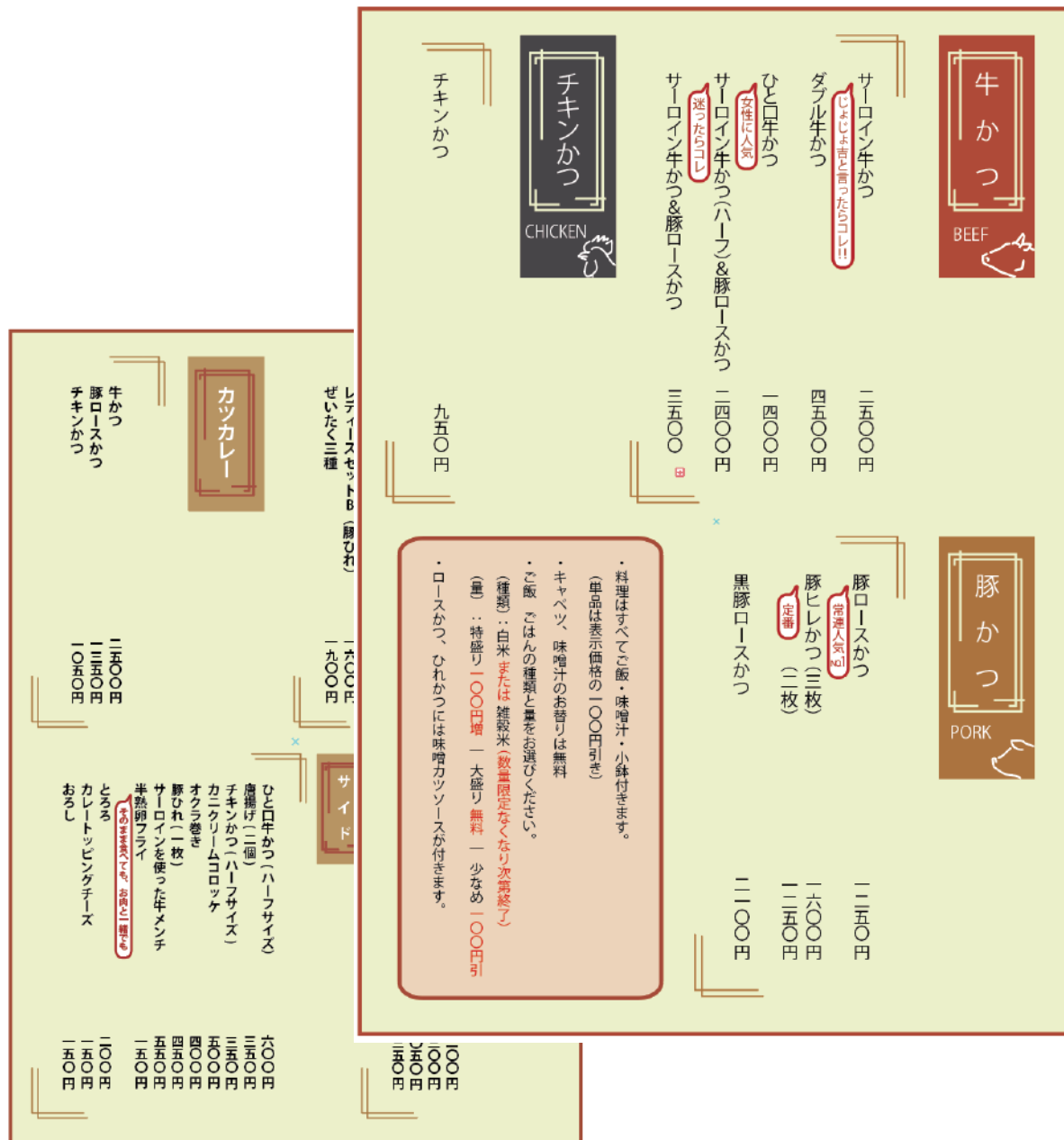
・ 文字サイズを 14px 前後に設定  
 どんな世代でも読みやすいように最小 9px~最大 20px で文字を掲載しています。

### ・ 写真を掲載しない

同プレートに乗る添え物や野菜が変更になる可能性があると考え、料理は掲載していません。

### ・ カテゴリーごとにブロック分け

各カテゴリー毎にパツとわかりやすいよう、コーナーのあしらいを配置しブロック分けしています。



### 3. 自家製ドレッシング販促物 コンセプトについて

ペルソナ

<健康志向の主婦>

名前：田中美咲

性別：女性

年齢：35歳

居住地：名古屋市内

職業：フリーランスのライフスタイルコンサルタント

家族構成：夫と2人の子供（5歳の娘と3歳の息子）



趣味、嗜好、生活について：

- ・オーガニックフードや健康食品に興味があり、家族の食事に取り入れている
- ・ヨガやジョギングなどの運動を定期的に行い、バランスの取れた生活を心がけている
- ・健康に関する書籍やブログを読み、最新の情報を常に取り入れることで食生活を改善しようとしている

#### 外食時の選択肢

家族や友人と外食に出かけた際、メニューに自家製ドレッシングを提供している飲食店を見つけた場合、美咲さんは自家製であることに興味を持ちます。彼女は健康に気を使っており、添加物や保存料が少ない、自然な原料から作られたドレッシングを好む。

#### 家庭での利用

時には外食ではなく、家庭での食事に自家製ドレッシングを取り入れることもあります。美咲さんは自分でも手作りのドレッシングを作ることがありますが、忙しい日や特別な料理の際には、質の高い自家製ドレッシングを外部から購入することで手間を省くこともあります。

販売想定：家族や友人と来店時にお土産として購入していただく。

➡ 自家製で無添加という安心感をアピール+家庭での利用するイメージを沸かせる

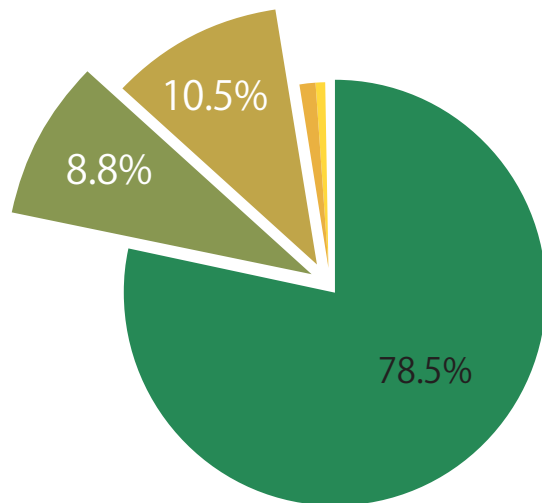
## 4. ドレッシング市場調査

### ◆ドレッシングの用途

「主に、野菜やサラダにかけて使うことが多い」が78.5%ですが、ドレッシングを野菜やサラダ以外にも使う人は、「積極的に活用する」「使うことがある」を合わせて2割弱となっています。

Q. 市販のドレッシングを、野菜やサラダ以外にも使いますか？

主に、野菜やサラダにかけて使うことが多い	10.5%
野菜やサラダ以外にも、積極的に活用する	8.8%
野菜やサラダ以外にも使うことがある	78.5%

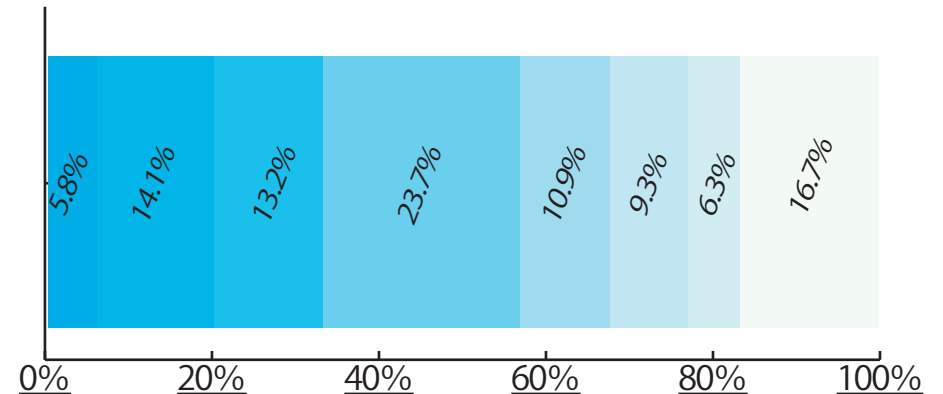


### ◆ドレッシングの利用頻度

ドレッシングの利用者は8割強ですが、週に2~3回がボリュームゾーンです。週1回以上の利用者は7割弱、毎日利用する人は2割となっています。

Q. どのくらいの頻度でドレッシングを利用していますか？

ほぼ毎日・1日2回以上	5.8%
ほぼ毎日・1日2回程度	14.1%
週に4~5回	13.2%
週に2~3回	23.7%
週に1回	10.7%





## 5-1. 自家製ドレッシング販促物 コンセプト詳細説明

### <ポスター A2, チラシ A4>

#### ・ドレッシングの利用内容提案

サラダにかける以外の使用法を文字とイラストで提示し家庭で使用するイメージを沸かせます。

#### ・ドレッシングカラーで配色

使用しているにんじんとたまねぎをイメージした配色で味を想像しやすくしています。

#### ・写真だけではない詳細の説明

パッケージだけでは伝わらないドレッシングのこだわりと注意点を文章で記載しています。



にんじんと玉ねぎを使用したオリジナル手作りドレッシング。  
お客様からの好評のお声をいただき商品化いたしました。  
店内で1から製造、無添加で安心してお召し上がりいただけます。  
大人も子供も楽しんでいただける食べ応えのあるドレッシングで、  
野菜嫌いのお子さんにもおすすめです。  
サラダやお肉お魚など様々な料理に合うドレッシングです。  
※要冷蔵となります。冷蔵庫で1週間を目安にお召し上がりください。

ボトル 200ml : 550 yen  
小パッケージ 100ml : 380 yen

店内でお出ししているキャベツの千切りも販売中! 100yen

じよじよ吉  
名古屋市昭和区広見町 5-61-1  
☎052-918-2566

