

05 | USHIHACHI 二子玉川店

東京・二子玉川

経営/㈱パッションアンドクリエイト
設計/㈱アンスパイス

施工/●●㈱ディー・ジュラン●●
ロースター/東産業㈱

ブルックリンスタイルが
現代的なカジュアル焼肉店

料 理、空間、サービスにおいてコストパフォーマンス日本一の焼肉店を目指し、都内と神奈川県で計9店を展開する『USHI HACHI』。各店でA4ランクの黒毛和牛の雌牛を一頭買いし、定番部位から希少部位まで幅広くメニュー化する他、タンシチューやハヤシライスなどの一品料理も揃え、部位を余すところなく提供する。

東京・二子玉川店はグループ店の中でも初の地下立地。路面からの専用階段があるため、導入部分から内装イメージがしやすいよう、階段上部にはネオンサインで店名を描く、壁に木材を貼り付けるなど入店までの期待値を高める。店頭では、牛頭部を模したオブジェで印象づけ。また、入店時からコンセプトを視覚的に感じて欲しいと、入口横に特注のミートセラーを設置する。

内装コンセプトは、アメリカ・ブルックリンスタイル。柱のレンガやエイジング加工を施した壁、無数につけられたペンダントライトなど、インダストリアルな空間に仕上げた。客席はファミリー客向けにゆったりとできるボックス席で構成。特にダイニング中央の席は、周囲のお客が気にならないよう、仕切り板を高めに設えた。



二子玉川店は立地柄ファミリーのニーズが高いことから、ゆったりめのボックス席で構成。仕切り板を高めに設置し、隣のお客が気にならないよう配慮する。



壁はエイジング加工を施し、一部レトロ調のフォントでデザインすることで、ビンテージ感のある雰囲気に。無骨なインテリアながら、温かみのある空間に仕上げた。



入口横に設置したミートセラー。大きさははじめ、店で使用する肉質に合わせた温度帯にしたオーダー品を使用する。入口から視覚的にコンセプトを伝える。



近年、客単価7000円超の高級焼肉店でトレンド化する“ブルックリンスタイル”の内装を、客単価5000円台の同店で再現。空間でのコストパフォーマンスの高さを表現する。天井のペンダントライトやレンガの壁など、インダストリアルなインテリアでまとめた。

Shop Data

- 所在地/東京都世田谷区玉川3-9-10 マノア玉川第2 B1F
- 開店日/2017年3月1日 ●規模/31坪・58席 ●営業時間/11:30~15:00 (L.O.14:30)、17:00~24:00 (L.O.23:30)
- 定休日/無休 ●従業員数/社員4人、アルバイト20人
- 客単価/昼1000円、夜5250円 ●目標月商/1200万円
- 主なメニュー/(価格はすべて税抜) 特選盛り3種2990円、特選カルビ1380円(ハーフ690円)、特選ウデ1380円(ハーフ690円)、上コース990円、切落しミックス690円、すぎ焼きカルビ(玉子付)890円、とろ肉3秒炙り1390円、牛とろいくら丼990円、まかないタン690円、シマチョウ590円、ホルモン3種盛り990円、自家製チョリソー690円、USHIHACHI熟成ハヤシライス(ハーフサイズ)590円、カタラーナ500円

店内がイメージしやすいよう、専用階段部分を内装と同じテイストで造り込む。階段を下りると牛が出迎えるインパクトも。

