

FC・直営店 多店舗展開に見る演出計画

連載・第9回 添好運 日比谷店

□名称：添好運（ティム・ホー・ワン）日比谷店
 □業態：中華料理店
 □運営：株式会社 WDI
 □デザイン・設計：株式会社 船場
 □店舗：直営店 6 店舗



POINT 1

Q. 店舗設計のポイントは？
A. キャノピーにルーバー活用

ファサードに配置された木製のルーバーは、茶系4色（木目しら茶、サンディングキャラメル、木目こげ茶、サンディングココア）を規則的に配置しグラデーションを演出。店名サインが目立つ造りとなっている。

店名サイン / H1500×W7290×D60mm 光源：LED



TAKE OUT サイン / H1084×W943×D22mm 光源：LED



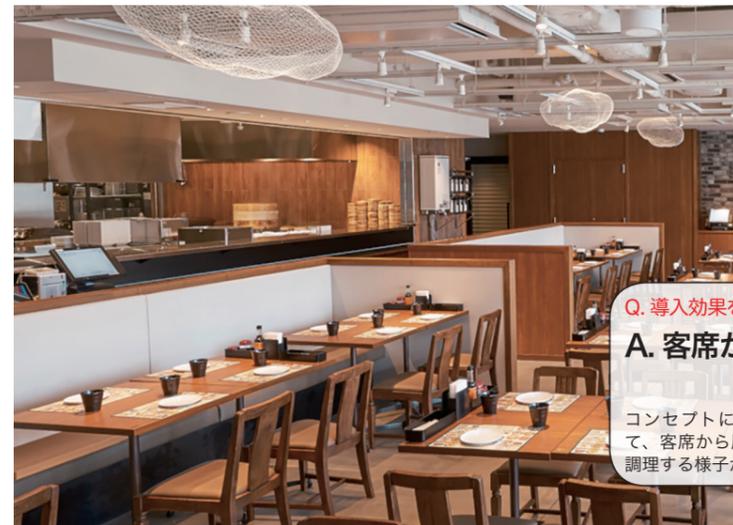
夜間ライトアップ時の外観



POINT 2

Q. 店舗設計のポイントは？
A. わかりやすいレイアウト

本場の点心を誰でも気軽に楽しめる店舗設計が目指されており、店内のレイアウトはわかりやすくシンプルにまとめられている。



POINT 3

Q. 導入効果を高めるポイントは？
A. 客席から厨房が一望できる造りに

コンセプトにも掲げているライブ感の演出として、客席から厨房が一望でき、点心師が活気良く調理する様子が伺える。

キャノピーに奥行き感をもたせ店名サインを強調

20以上のレストランブランドを国内外で展開している(株)WDIは昨年4月、東京日比谷のショッピングセンター「日比谷シャンテ」別館1階に、「添好運（ティム・ホー・ワン）日比谷店」をオープンした。

同店は、東京日比谷という一等地でありながら気軽に入店でき、本場の点心料理の味を誰でも楽しめる店舗運営が目指されている。

店舗のデザインコンセプトは、「活気ある」、「ライブ感」、「洗練さ」、「熟練された」を掲げており、客席からでも、厨房で調理する点心師

の様子が伺える造りになっている。横幅約20mのキャノピーには木製のルーバーを配置。木目しら茶、サンディングキャラメル、木目こげ茶、サンディングココアの4色を使用しグラデーションを演出。店名サインに立体感を持たせている。

同店の設計・デザインを手掛けた(株)船場の窪山知裕氏（EAST事業本部設計第1DIV.設計第4チームシニアデザイナー）は「外観、内装の素材は種類も使わず木材やコンクリートを中心に使用した。キャノピーは単色だと奥行き感が出ず目立たないため、茶

色系の4色で規則的に構成されたルーバーを配置した」と話す。

内装については、シンプルでわかりやすいレイアウトを意識しながら、柔らかさや親しみやすい雰囲気をつくるため、椅子やテーブル、間仕切り部分に木材をふんだんに使用。厨房内も木目調のタイルが施されている。さらに、蒸籠を模して造られたレジカウンターを設置するなど遊び心ももたせた。

添好運は今年5月に新しく、国内2号店となる新宿サザンテラス店をオープンした。



POINT 4

Q. 内装でこだわった点は？

A. 天井にワイヤーアート配置

天井には小籠包を思わせるワイヤーアートのオブジェを配置。店内に遊び心をもたせた。



POINT 5

Q. 利用者目線に立った工夫点は？

A. 木材をふんだんに活用

テーブルや間仕切りには木材を多く活用することで柔らかさを出している。レジカウンターは蒸籠を模して造られ中華料理店らしさが演出されている。



今年5月にオープンした新宿サザンテラス店



看板メニューの「バイクド チャーシューバオ」。

主なメニュー (税・サービス料別)

7種野菜の蒸し餃子	480円
塩豚の陸湯ピータンと塩卵入り	480円
海老と黄ニラのチョンファン	680円
温レタス	480円
海老の湯葉春巻	680円
大根餅	480円
マーライコウ	480円
ミルクフライ	480円