



内装工事の落とし穴 内装

事前準備と業者決め、工事期間にやっておくべきポイント

新規で飲食店開業する際にスムーズに内装工事を進めるコツ

1. コンセプトからレイアウトを考える

「5W1H」を明確にする

中学生の英語の授業でならった「5W1H」を覚えていますか。基本的なことではありますが、自分のコンセプトを相手にきちんと理解してもらうためには、この基本が大切なのです。内装業者との最初の打ち合わせでは、まずこの基本軸を明確にし、自分の考えを伝えましょう。

Why【何の目的で】	Where【どこで】	Who【誰に】
What【何の商品を】	When【どの時間帯に】	Howmuch【いくらで】

お客さん目線のデザインが大前提

お客さんに入ってみたいと思ってもらえるようなデザイン、入った後に料理を楽しんでいただけるようなデザインという視点が店舗デザインの大前提になります。

例えば、店内の様子が外からもわかるようなエントランスは、一般的に入りやすいといわれています。ただ、外から中が見えすぎてしまうデザインでは、今度は中にお客さんが落ち着けないという問題もできます。

他にもカウンターの奥行き、テーブルのサイズ、テーブルと椅子の高さのバランス、隣の席との距離感など、実際にお客様が食事している時にどのような気分になるかをしっかりと考えましょう。ちょっと細かすぎるかも...と思うくらいがちょうどいいです。情報は多ければ多いほどよいので、逐一伝えるようにしましょう。

さまざまな視点からレイアウトを考える

顧客満足度を考えたレイアウト

お客さまが心地よく食事を楽しんでいただけるレイアウトである必要があります。例えばトイレの近くの客席や、スタッフの動線となる客席は、せっかくの食事の時間を妨げないような工夫が必要になります。それだけでなく、入店時の対応やオーダーのしやすさ、会計時の対応などはすべて顧客満足度につながることで、死角があってスタッフがお客さまの様子を確認できないレイアウトなどは避けたほうがよいでしょう。

スタッフの作業効率を考えたレイアウト

フロア、厨房ともに、スタッフの作業効率を考えてレイアウトすることが大切です。そのためできるだけ現場スタッフの意見をヒアリングし、レイアウトに取り入れていきましょう。余分なスペースは作らず、料理を調理してテーブルへ運ぶまでの移動距離が最短になるよう、作業効率を最優先したレイアウトが日々の業務をスムーズにしてくれます。

経営効率を考えたレイアウト

店舗を営業していくには、水道や光熱費などのランニングコストがかかります。例えば全面ガラス張りの店舗は、視認性がよくお客さんが入ってきやすいという反面、夏の暑い日には日差しが差し込み、冷房代がかさむというデメリットがあります。細かいことですが毎日のことになるので、それが積み重なって経営を圧迫してしまうことは避けたいところです。費用をとるかデザインをとるか、優先順位をよく考えたうえで内装デザインを決めましょう。

check point 飲食店のサービスと店内レイアウト

カウンター席など、お客様と対面する部分についてもしっかりとこだわって設計しましょう。お客様はサービスとして店員とのやり取りを求めてくることもあります。適度な距離感でお客様が楽しくコミュニケーションできるように店内のデザインをきちんと考えておくことも大切です

カウンター席や過ごしやすさのある店舗を持つ場合、初めから設計するとなると時間もお金もかかってしまいます。居抜き物件を探せば、店内の内装が使いやすい物にも出会う可能性があります。

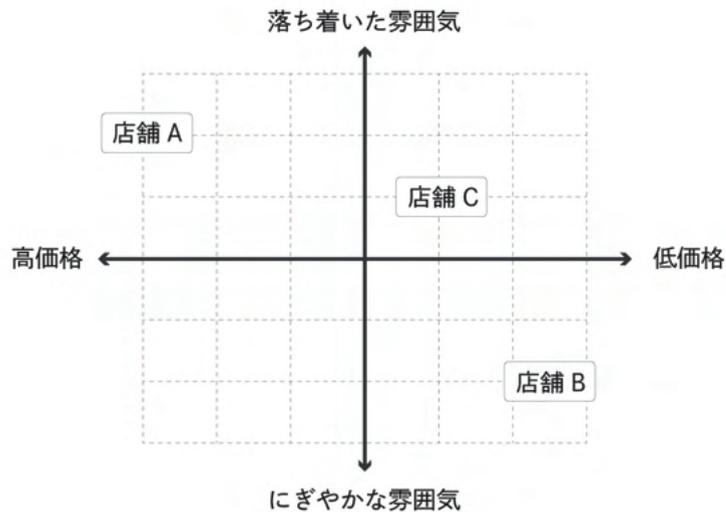


2. コンセプトの実現可能性をチェック

店舗デザインがイメージできたら、次はそれを具体化していきますが、その前に、店舗の全体像としてのデザインイメージが、本当に妥当かどうかをチェックする必要があります。これを怠ってしまうと、たとえ店舗単体としてみたときにはイメージ通りの店ができあがったとしても、周辺店舗も含めた立地全体で考えたときに、様々な問題点がでてしまうからです。

自店のポジショニングを考える

飲食店を営業していくときには、どこに店舗があるかという立地が売りに大きく影響してきます。周辺にどんな店舗があるか、その全体像をつかみ、その中で新規開業する自分の店舗の役割を考えることは、その場所で成功するために欠かせないことです。そのため、全体の中での自店のポジションをきちんと踏まえた店舗デザインを行きましょう。



例えば開業する店舗がダイニングであれば、縦軸に「落ち着いた雰囲気、にぎやかな雰囲気」のようなカテゴリーを、横軸に「価格帯が高い、安い」のようなカテゴリーを設け、周辺店舗のポジションを段階的に決めていきます。そうすることで、周辺店舗の特徴を踏まえた全体像を可視化することができます。全体像が見えてきたら、その中で自店の役割が明確になり、不要な競合を減らすことができます。

自分のお店のポジショニングを把握するために、上図のような縦軸と横軸からなる表をイメージしてください。

SWOT 法で特徴を分析する

目標を達成するための、経営戦略を決める方法として SWOT 法という分析方法があります。SWOT とは、Strength (強み) Weakness (弱み) Opportunity (機会) Threat (脅威) の頭文字をとったもので、この4つの要素を、思いつく限り書き連ねてみることで、より現実的な店舗づくりを形にしていけるようになります。文字にすることで考えが整理されますし、資金面、周辺環境、将来性など自分の店舗を様々な角度から客観視できるので、ぜひ試してみてください。

例)

強み: 日本にまだ紹介されていないメニューを扱うため競合がない

弱み: 資金が不足しているため理想通りの店が実現できそうにない

機会: メニューのバリエーションを増やし、店舗を拡張していける可能性がある

脅威: 新しい商品のため、どこまで支持されるかが不安

強み

日本にまだ紹介されていない
メニューを扱うため競合がない

弱み

資金が不足しているため理想通りの
店が実現できそうにない

機会

メニューのバリエーションを増やし
店舗を拡張していける可能性がある

脅威

新しい商品のため、どこまで
支持されるかが不安

店舗デザインは、飲食店開業においてもっとも大きな予算がかかってくる部分でもあり、出来上がってしまえば簡単には変えることもできません。そのため、方向性を決める段階から慎重に進めていく必要があります。このような分析方法をとりいれながら、よく考えて決めていきましょう。

3. 飲食店に必要な席数とスペース

内装業者との打ち合わせの際に必ず話題に上るのが店舗の席数です。売り上げ計算やスタッフの人員配置などにも関わってくる席数は飲食店経営においてとても重要な決断です。もちろん席数は広さに左右されますが、同じ面積でも業態やコンセプトの違いによってとるべき席数が異なるなど、一概に面積＝席数とは言い切れないところがあります。



飲食店の業態との関係

店舗面積の関係

基本的に 10 坪以上の店舗であれば、どんな業態の飲食店でも営業することは可能です。反対に 10 坪未満の店舗の場合、できる業態は限られてくると言えます。例えばカウンターのみラーメン屋、カウンターのみ居酒屋、ファーストフード店、デリバリーの店、お弁当屋、セルフサービスの店というような業態であれば、10 坪未満の店舗でも充分やっていけるでしょう。

坪数あたりの席数の関係

飲食店には必ず厨房があります。そのため店舗面積のすべてが客席になるわけではもちろんありません。また、厨房の広さは各店舗によって異なるため、たとえ同じ面積の店舗だとしても、面積に対する客席の割合は店舗によって異なります。あくまでも目安にはなりますが、まずは業態別の 1 坪あたりの客席数の例をみていきたいと思います。

居酒屋
1 坪あたり 1.5 席程度

カフェやファーストフード店
1 坪あたり 2 席程度

レストラン (テーブル中心)
1 坪あたり 1 ~ 1.3 席程度

このように、1 坪あたりの席数が少なければ少ないほど、座席と座席のあいだに空間が生まれ、高級感や落ち着いた雰囲気をつくり出すことができるのです。

そのため、比較的ラグジュアリーな店舗を目指すのであれば、席と席の間には余裕を持たせる必要がありますし、反対にあえて席間隔を狭くして、お客さま同士の距離を縮めることでワイワイとした活気ある雰囲気のお店をつくることもできるのです。

このように、**席数設定はお店のコンセプトとも密接に関わっています**。それだけでなく店舗の売り上げ計算にも影響を及ぼすため、内装設計の段階でお店のコンセプトと売上の両面を念頭に、最もバランスのよい席数を考えておく必要があります。

厨房レイアウト

10~15 坪前後の小規模物件の厨房についての注意点をお伝えします。

厨房機器の導入方法

厨房機器は購入するか、リース契約をするかによって、インシヤルコスト／ランニングコストに大きく影響する。メリット・デメリットを確認し、自店に合った導入方法を選択しましょう。

	良い点	悪い点
新品	<ul style="list-style-type: none">メーカー保証が付き素早い修理対応機器サイズを選べる	<ul style="list-style-type: none">出費が大きい
中古	<ul style="list-style-type: none">価格が安い新古品などあれば保証付きで安く手に入る	<ul style="list-style-type: none">サイズや仕様が合わないことがあるメーカー保証切れ時、修理費用がかかる修理部品がない場合がある
リース	<ul style="list-style-type: none">最新の厨房機器を月々払って使用できる不要になった際の処分費が不要固定資産税の申告が不要	<ul style="list-style-type: none">購入よりも総支払額が高い契約期間の中途解約ができない

厨房設計

厨房機器の種類

業態によって使用する厨房機器はさまざまだが、冷蔵冷凍庫、洗い場、ガス・IH などの熱源、収納棚は最低限必要だ。食品衛生法の観点から見れば、2 槽以上のシンク、厨房と客席を仕切る扉なども設置しなければならない。その他のオープンや電子レンジ、フライヤー、製氷機などの厨房機器は、看板メニューを決めてからどれを導入するかを考えた方がよい。お客さまへ売りたいメニューが作りやすい厨房機器や配置になっていなければ、売りたいものを売れないということになってしまう。

導線

小規模飲食店の場合十分な客席数を確保するために、厨房はどうしてもコンパクトになってしまう。逆を言えば、その方が一人でも効率的に作業を進めることができる。一方で、厨房機器の配置や動線をうまく設計しなければ、かえって作業効率を落とすことになるので注意しましょう。無駄のない動線をつくるには、厨房の中央から 2 歩以内で注文、調理、提供、食器洗浄まで完結するのが理想だ。スケルトンから厨房設計をする場合、厨房機器メーカーや代理店がレイアウトを組んでくれることも多い。しかし実際にお店に立ち、使うのは自分。必ずレイアウト立案から入り込み、一緒になって考えましょう。

客席とのバランス

売上げを上げるために、適正な客席数の確保が重要。一般的に 1 坪あたりの客席数は 1.5~2 席。高客単価のお店ならゆったりと、居酒屋などなら賑わしさを求めて客席数を多くとるなど、業態によって適正な客席数は異なる。またお店に占める厨房の面積比は、居酒屋で 18~25%、ラーメン屋で 18~30%、うどん・そば店などの和食店で 20~30%、焼肉店で 15~30% と言われる。10 坪の居酒屋で例えると厨房は 1.8~2.5 坪、残り約 7~8 坪に 15~20 席を収める設計をしなければならない。

4. 内装業者の選び方

複数の業者に見積もりを依頼する



まずは設計事務所でも施工業者でもよいので、複数の業者に見積もりを依頼してみましょう。最低でも3社に見積もり依頼をしましょう。もともと内装工事にかかる費用が大きいだけに、同じ条件で見積もりを依頼したとしても、業者によって数十万～数百万のひらきがある場合なども考えられます。

自分のお店のポジショニングを把握するために、下図のような縦軸と横軸からなる表をイメージしてください。

飲食店舗の実績がある業者を選ぶ

見積もりを依頼する際には、飲食店舗の実績が多い業者を選ぶようにしましょう。飲食店の店舗設計には専門知識が必要になるため、店舗のコンセプトや物件における内装制限、そのほか近隣トラブルのもととなる飲食店ならではの騒音や臭いの問題など、隅々まで神経を行き届かせて業務を遂行してくれる業者が望ましいです。

安かろう悪かろうの業者に注意

見積もりが出揃ったら業者選定に入りますが、ここで気を付けるべきなのは、最も施工金額の安い業者を選んでしまうということです。もちろん安くても良いものを作ってくれるのであればなんの問題もありませんが、中には安かろう悪かろうの業者もいるので注意しなくてはなりません。

合い見積もりをとる目的の中には、業者と自分との相性を見極めるという意味合いも含まれています。自分の思い描いているデザインを、予算の範囲内で最大限に魅力的にしてくれる業者がいたら、多少金額が高くついたりしてもそちらを選んだほうがよい結果につながる人が多いです。

きちんと話を聞いてくれる業者を選ぶ

また、やりとりをする際にストレスなくコミュニケーションがとれる担当者がいるかどうかも重要なポイントです。内装が完成するまでの数週間、何度もやりとりを重ねていく必要があるため、きちんと自分の意見を聞き入れてくれ、プロとしてのアドバイスをしてくれるバランス感覚のある業者を選ぶようにしましょう。

具体的なイメージを共有する

建築雑誌やグルメ雑誌、WEB サイトなどで、自分のイメージに近い店舗の写真などを見つけたら、保存しておく癖をつけておきましょう。また、よく行くお店で雰囲気が近いお店があれば、その写真をスマホなどに撮りためておくのもよいでしょう。全体のレイアウトは手書きでも構いませんので、内装業者に具体的なイメージを伝えられるようにしておきましょう。



内装工事の契約時に注意すること

見積書の段階で追加工事がないかを確認

内装業者から提示された見積書の内容や金額をみて、予算内でできると判断し契約を決めると思いますが、しかし、契約を交わしいざ工事に入ってしまったら、「これがないとお店ができないから」といって、見積金額に上乗せする形で追加工事を要求してくる場合があります。

そうになってしまうと、結局予算を大幅にオーバーしてしまっていた...などの状況避けるためにも、見積書の時点で追加工事がないことをあらかじめ確認しておくことが必要になります。

支払方法に注意する

一般的に、工事費用は分割で支払うことになっています。500万円以下の契約であれば、契約時に契約金額の半額を、工事完了後に残りの半額を支払います。また500万円を超える契約であれば、契約時、工事途中、工事完了後の3回に分けて支払いをするのが無難です。

飲食店の工事は遅れがち

工期が遅れてしまうということは、その分予定していたオープン日が遅れるということなので、もちろん遅れた分の売り上げは0円となってしまいます。

そうした被害のリスクを最小限にするためにも、例えば「工事が遅れた日数につき、〇万円（一日の売り上げ金額）を支払うこと」というように、特約として契約時に工期が遅れた際の条件を付け加えておく安心です。

5. 内装費用と設計～施工までの工程

店舗の内装に必要な工程

店舗の調査

店舗の内装を業者に任せる場合にはまず業者が現場調査を行い、寸法を測ったりエントランスの状況などを確認したりします。これを元にして内装の出来上がりイメージをCGパースなどで三次元的に再現したものを業者がプレゼンテーションすることになります。

設計後の大まかな流れ

CGパースを見ながら細かい打ち合わせや修正を行っていき、納得のいった時点で業者に見積もりを出してもらい、金額が妥当だと思えば契約です。

契約の際には「〇〇月△△日までに工事が終了する」という取り決めが確認され、業者は工程表に従って工事を進めていきます。工事が終了した時点で責任者立ち会いの下で物件を確認し、問題がなければ工程が完了です。

工事は電気や給排水・給排気・空調設備などの部分がまず行われ、これが終わった後に内装部分・照明・什器そして通信・看板等の作業が行われます。

工程表の確認と近隣等へのごあいさつ

飲食店オーナーさんの中には、プランができあがってしまったら、「あとは業者にお任せすれば安心」と思っている方もいらっしゃるかもしれません。しかし実際に着工するまでの間にも、オーナーさんがやるべきことはたくさんあります。

店舗の内装設計プランができあがったら、施工業者は見積もりと合わせて工程表も出してくれます。竣工日がオープン日前であることを確認するのはもちろんですが、提出された工程表にきちんと目を通し、全体の流れを把握しておきましょう。

また、もしも椅子やテーブルなどご自身で用意する什器や備品があれば、どのタイミングで手配すればよいかもこのときに決めておくとういでしょう。

厨房機器をご自身で中古購入する場合も、同様に業者とのすり合わせが必要です。

近隣や管理会社等からの承認を得る

工事のスケジュールが決まれば「あとは着工するのみ！」と思ってしまうがちですが、ここで忘れてはいけないのが近隣住民や建物の管理会社との調整です。もしも、マンションの一角に店舗がある場合などは、マンションの理事会との調整も必要になるかもしれません。

例えば、設備の関係で建物に穴を開けなくてはならないなどの場合や、看板の取り付け範囲のことなど、建物の管理会社と調整すべきことは多々あります。後々揉め事にならないように、必ず事前に承認を得てから着工するようにしましょう。

また、当然工事をすると騒音や車の出し入れなどで、ご近所の方々に迷惑をおかけすることになります。そのため事前のご挨拶まわりも必須です。

上記の説明やあいさつまわりは、基本的に施工業者のサービスの中に含まれてはいますが、オープン後により関係性を保っていくためにも、できるだけ同行し近隣との顔の見える関係を築いておくとういでしょう。

内装工事の着工

内装設計プランが完成し、建物の管理会社からの承認(着工承諾)を得ることができたら、いよいよ内装工事の着工です。着工承諾はビルオーナー様によっては時間がかかる場合がありますので、早めに提出をおすすめします。

ここまで、打ち合わせや各種調整、諸々の手配などで大忙しだったオーナーさんも、ここにきて、ようやく一息つける段階に入るのではないのでしょうか。内装が一段落すれば、今度はお店の宣伝やプレオープンの準備などに意識が向いていくでしょう。

現場の状況をこまめに把握する

店舗を営業していくのは施主である飲食店オーナーさんに他なりません。そのため現場には定期的に足を運び、店舗の空間感覚を把握するよう心がけましょう。

実際にその空間に体を置いてみることで初めて、打ち合わせの時には気づかなかった様々なことが見えてくるということもあります。工事途中の段階で問題点に気づくことができれば、早めの軌道修正が可能になりますが、現場チェックを怠ってしまえば、それらの問題点に気づくのは店舗が完成してからです。

完成後に修正するとなると余分な時間と手間がかかり、なおかつ最悪の場合はオープン日が遅れてしまうということも考えられるでしょう。

6. 完成時のチェックポイント

飲食店の内装工事が完了したら、引き渡しまでの間には念入りの確認作業が必要になります。内装工事が完了してからおこなう確認作業のことを、完成検査といいます。

この完成検査はもちろん、施主である飲食店オーナーさんが一人でチェックするわけではなく、工事責任者が同伴し工事内容を説明しながらチェックを行うことになります。

検査の際には次のチェックポイントを頭に入れたうえで、細部まできちんと確認をしましょう。

1. 完成図との比較をする

設計者との打ち合わせを経て、事前に完成させた設計図やパース図などをもとに、イメージしていた通りの工事が、きちんとおこなわれたかどうかをチェックします。



2. ドアや窓などの開閉確認をする

新たに設置したドアや窓、また棚などの扉にいたるまで、開け閉めが伴う部分はすべて開閉チェックをおこないます。鍵やシャッターなどもチェックしてください。



3. 建材の確認をする

建材とは、壁や床、カウンターなど内装に使われる素材のことを指します。あらかじめ指定した建材がきちんと予定どおりに使われているかどうか、間違いがないかなどをチェックしてください。

またクロスにシワやはがれ、ずれなどがないかなどの細かいクオリティチェックもしておくといでしょう。



4. 機器の電源が入るかをチェックする

新たに設置した厨房設備やエアコンなどの電気機器の電源がすべて入り、適切に作動するかどうかをチェックします。但し、居抜きで中古の機器を購入している場合は工事が行われる前にチェックを行ってください。狭い店舗の場合、故障した機器を搬出するのに内装の一部を解体しなければならない事もあるので、注意が必要です。



5. 水道・ガス・電気など設備面をチェック

電気がつくか、ガスが通っているか、火力は十分に出るか、水道をひねれば水がでるか、トイレがきちんと流れるかなど、基本的なことではありますが、飲食店経営において必要不可欠なインフラ設備になるので必ずチェックしましょう。



検査に問題がなければ引き渡し

ここで紹介した内容以外にも、床や壁に傷や汚れなどがないかなど細かい部分も念入りにチェックし、気になることはその場できちんと伝えるようにしてください。

ただし、万が一何か問題が発生した場合は、当該箇所を改善したうえで引き渡しとなるため、再度完成検査をすることになります。この2度目の検査では、指摘した個所が希望通りに修正されているかという点に重点をおいてチェックするようにしてください。

内装引き渡し後のメンテナンスがどのような契約になっているかを確認したいときは、契約書の「瑕疵担保責任」の項目内にある「瑕疵担保期間」をチェックしてみてください。瑕疵担保期間とは、簡単に言うと「保証期間」のようなものです。「いつまでであれば無償で内装業者がメンテナンス対応しますよ」といった内容のことが書かれています。

通常、一年間は保証の対象になっていることが多いようですが、念のため、引き渡し時に保証期間についても確認しておくといでしょう。