



Hikari Bakery Project



■地産地消の店づくり

地元北海道産の野菜を使ったパン屋として新店を計画する上で、インテリアに使用する建材も同様に北海道産のものを積極的に使用する。“地産地消”を店づくり全体のコンセプトとして考えていく。今回、内装には比較的やわらかく暖かみを感じられる杉材を使用し、障がい者も健常者も共に働きやすい雰囲気を作り出す。



■安心の食材

地元産の野菜や果物を使ったパンを販売する上で、実際に使用する野菜や果物も同時に販売できるようにしている。これにより購入者は使われている食材を直接手に取ることができ、安心してこれらを購入することができる。また、同時販売することで地元野菜のおいしさをより伝えることができ相乗効果が生まれる。



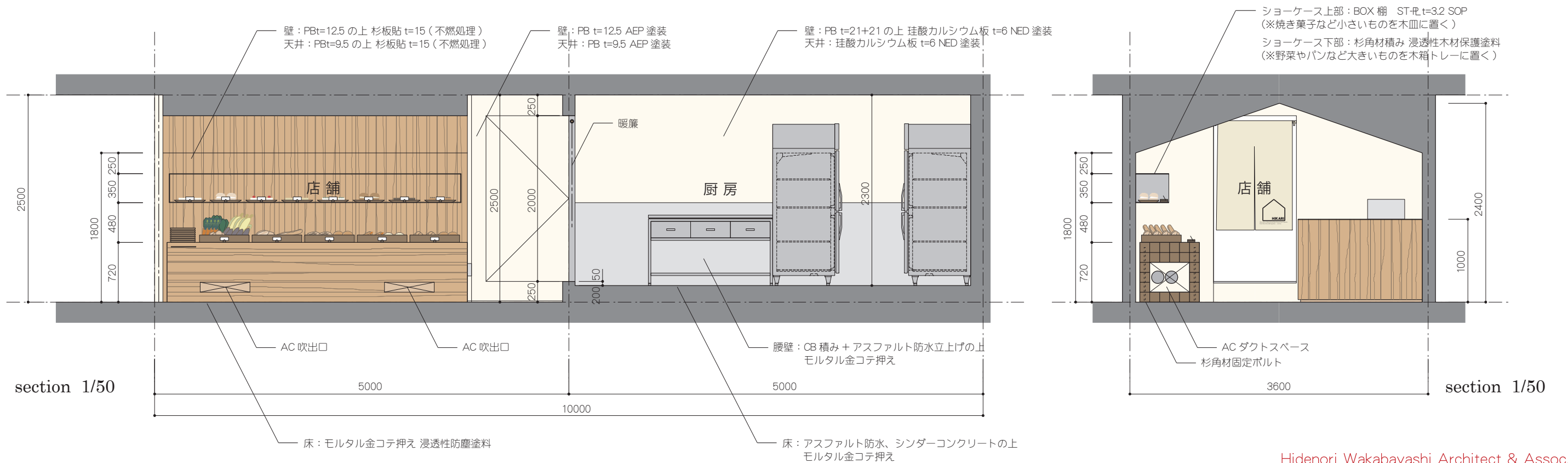
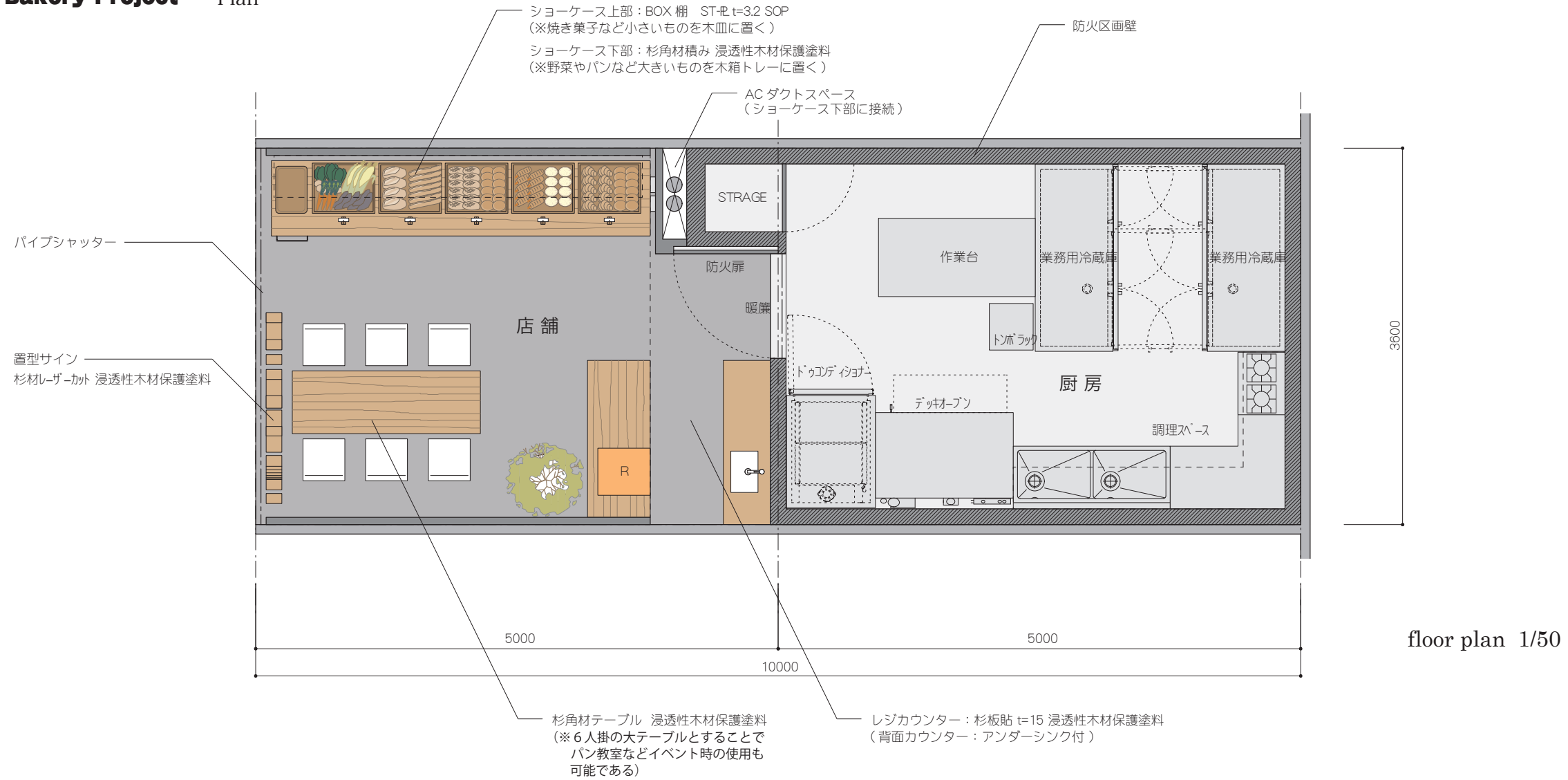
Hikari Bakery Hokkaido Bread Baked Dessert Fresh Vegetables
Fruits Wheat Water Milk Egg Butter and Love

■ブランディング化

新たなロゴマークに家型をモチーフとしたのは、ひかり工房が障がい者と健常者が1つ屋根の下で共に働く店であることを表現したものである。このロゴマークを店内で使用する備品等に用いることでブランディング化を高める。



Hikari Bakery Project — Plan —





販売する野菜のイメージ。
木箱トレーに入れて販売する。



販売するパンのイメージ。
野菜同様に木箱トレーに入れて販売する。



販売する焼き菓子のイメージ。
比較的小さい焼き菓子は木皿に乗せて販売する。



イートインのイメージ。
木皿を使用しロゴマークを焼印したパンとコーヒーカップ。



メニュースタンドのイメージ。
切込みを入れた家型の木製ブロックにメニューカードを差込む。



テイクアウト用のボックスのイメージ。
袋詰めでのテイクアウトではパンや焼き菓子が崩れる恐れがあるため
テイクアウトにはボックスを使用する。手土産にも適している。



空調管理された商業施設内では店舗部分をあえてオープン空間とし、行き交う人々が気軽に立ち寄れる雰囲気を作り出す。