

■ はじめに

「**手作りパン カレンズ**」は、NPO法人カレンズ(永野幸子理事長)が経営する障害福祉サービス事業のベーカリーです。

現在、茂原市綱島に本部とベーカリー店舗（施設）を運営していますが、今年9月いすみ市に新規店舗（施設）を事業開設する予定があります。

今回の臨店指導は、既存の茂原店舗の店舗診断と新規いすみ店舗開業に対しての店づくりのアドバイスを目的にしています。

当施設は、特別非営利活動法人であるため、福祉サービスを目的とするものの、店舗の売上は、働く方の「工賃」となり、その向上は、障害者自立支援につながるものです。

売上を上げるためには、お店のお客様にとって、魅力のある商品を、魅力あるお店で販売する必要があります。お客様に「選んで」いただけるお店づくりを目指しましょう。

■ おもてなしの心をお客様に伝えましょう

「売上高＝客単価×来店客数」ですので、売上アップのためには、まず来店客数の増加を図ります。

お店の前を通る方に、「初めて入るお客様」になっていただくためには、魅力ある外観が必要です。「なんとなくおいしいパンがたくさんありそうな雰囲気」を醸し出します。

大きな看板、光る看板、動く看板は、必ずしも必要ありません。ただ、前面の道路を通行する車両には、遠くからも「ベーカリー」があることを伝えることは、必要条件です。

茂原店ですと、神社側からのアプローチにアピールがほしいところです。手作りの看板で、パン屋だと伝えるサイン（オブジェ）が有効です。

お客様は、「自分を歓迎してくれるお店」に足を向けるものです。お店に入る手前に、お客様を歓迎する黒板ウェルカムボードが有効です。黒板におすすめ商品などのメッセージを発信しましょう。毎日の変化があると元気でフレッシュな印象が伝わります（日付と天気だけでもOK）。

入店時にスタッフからの「こんにちわ！」と気持ちの良い声がありました。とてもよい

接客です。清掃も行き届いています。

■ 手間を惜しまない製造と販売

当施設は、障害者自立支援という目的より、たくさんの方に就労の場を提供しています。そのことは、一般事業者が、「効率化、省力化」を強烈に目指している方向とは、真逆といえます。商品を作ることと商品を買っていただくことに「手間を惜しまない」ということは、最大の武器です。この最大の武器を十分に活用することこそ、お客様に選んでいただけるお店になるということです。

パンや洋菓子の製造については、「手間を惜しまない」製造方法を目指します。他の一般企業では、真似のできないいい仕事（とは何か）を工夫しましょう。チョココロネのふたにクッキーを使用しているのがよい例です。

そしてさらに大切なことは、「手間を惜しまない」仕事をしていることを、お客様に**伝達**することです。当店では、良い商品をつくることにこだわりを持つから、手間を惜しまないということを理解していただきます。

すべての商品に、ビニールで包装することは、一般のオープンフレッシュベーカーリーでは敬遠します。手間がかかるということと、焼きたてシズル感が減少する（スーパー、コンビニなどの仕入商品と混同される）からです。このことも逆手にとって、お客様の心理に訴えます「カレンズはすべてのパンをこちらの工房で手づくりしています。フレッシュな美味しさを保つためひとつひとつのパンを心こめて包装しています。」

売上を上げるためには、お客様に、選んでいただくお店になることが必要です。カレンズが、他のお店にできないこと、最大の武器を伝えます。他店がこんなに手間をかけたなら、おそらく売価は、何割アップになるだろうと想像させるようにアピールしましょう。

自店の長所をしっかりとアピールすることは、「いつも賢い選択をしたい」と思っている消費者に対するお店の義務といえます。

■ お客様の視座でお客様の視点を意識

プライスカードはベーカリーにとって、**お客様とお店と商品**をつなぐ最も重要なコミュニケーションアイテムです。そのプライスカードの内容は売上に直結します。カレンズのプライスカードは、たいへんよくできています。作り手の視座で商品を説明してしまいがち「〇〇が入っています」なところ、当店のプライスカードは、「〇〇のおいしさにうっとり♥」「オープンで温めるとホッペがおちそう」などお客様の視座でつくられています。秀逸です。

お店の売れ筋、売り筋商品のシフォンケーキの魅力をより十分に伝えましょう。おいしく作るためのポイント（＝こだわり）などをアピールして、同商品の売上を伸ばす工夫をします。

お客様の声を紹介したり、食べ方の提案をしたりしてたくさんの情報を発信してください。まず、お客様にカレンズ商品のファンになっていただき、次にカレンズのお店のファンになっていただくことを目指しましょう。

お店のポリシーを、お客様に約束してそれを伝えるために、店内に掲げます。

ファミリークラブカードの裏面を活用すれば最も効果的です。

■ 地域コミュニティを生かす

地域の皆様から身近で愛されるお店を目指しましょう。役所、商工会議所、学校、病院、JA、いすみ鉄道などなど、地域コミュニティと連携した事業を推進することで、地域に根差し、親しみの湧くお店にしたいものです。

商品においても、地産地消になるような商品開発を目指して、話題になるような商品を展開しましょう。

知っていただき、来ていただき、こちらからもアプローチをかけて、商品を食べさせていただくように、お店と地域の垣根をなくしましょう。

■臨店指導経過

[1] 平成22年6月4日(金) 理事長 永野幸子様 副理事長 永野廣文様

- ・ ご挨拶、現状診断、問題点・活性化内容等の希望ヒアリング
カレンズ茂原(既存店)現状診断、問題点・活性化内容等の希望ヒアリング
カレンズいすみ(出店予定店)物件リサーチ、周辺リサーチ、アドバイス

[2] 平成22年6月15日(火)

- ・ 臨店指導報告書提出説明
今後の進行についてのアドバイス

■特定非営利活動法人千葉県障害者就労事業振興センター

〒260-0856

千葉県千葉市中央区亥鼻2-9-3

TEL : (043) 202-5367

FAX : (043) 202-5368 担当/有村謙二

■株式会社 第一店装

〒210-0804

神奈川県川崎市川崎区藤崎1-32-2

TEL : (044) 222-3913

FAX : (044) 222-3808 担当/角田 誠

E-mail : tsunoda@dail-t.com

会社HP : <http://www.dail-t.com>

<http://www.bakery-shop.jp/>

■ 現況写真

～ カレンズ茂原 ～



西側入口



南面

神社側からお店をアピールしたい



手づくりのキャラクター猫がお出迎え
キャラクター性をアップさせる(名前,
メッセージ発信など)と親しみやすくなる



ウェルカムボード(黒板)で店の動き(元気)を表現しましょう



パン棚
歯抜けにならないように注意



手づくりのプライスカード
「材料のこだわり」「食べ方の工夫」など
メッセージがよく伝わります



ビニール袋包装を逆にアピールしたい

「すべてのパンをこちらのパン工房で手づくりしています」

「当店のパンはフレッシュなおいしさを保つために心をこめてひとつひとつビニール包装しています」



売れ筋、売り筋商品のシフォンケーキ
「おいしいシフォンケーキをつくるためには」
「シフォンケーキの魅力」など
もっとお客様にアピールを



カレンズファミリークラブ
カード会員を増やしたい
入会のハードルを下げる工夫をしたい



手づくりの包材
ていねいに手間をかけた仕事の
シンボル
新聞紙の方がアピール性あり



厨房内 製造作業



厨房内 製造作業

～ カレンズいすみ ～



店外からもパンが見えるレイアウトを工夫する



通行車両にお店をアピールしたい





いすみ市役所夷隅庁舎(真向い)