株式会社トーホーベーカリー

東京都三鷹市

http://toho-bakery.co.jp/

店舗概要

創業年	1951 年(昭和 26 年)
売場面積	41.7 ㎡(12.6 坪)
従 業 員	39.0 人
営業時間	7：00～19：00
定 休 日	日・祭日　第3月曜日

商品構成

・焼成パン	74.7%
・サンドイッチ	22.2%
・焼菓子	1.4%
・その他	1.7%

経営方針

・お客様を第一に考え、親しみやすい会社を目指します。
・いつでも美味しい、楽しい場として地域に心のこもった提供をし続ける。
・お客様満足、従業員満足を目指します。
・業界発展のために貢献する。

昭和の温もりがある店づくりで支持を集めるベーカリー

人気の商品づくりと飽きさせない豊富な品揃え

麻布十番で和生菓子店を創業し、三鷹に移転した祖父が、1951 年に隣接するパン屋を居抜きで引き継ぐ形で当店がスタートした。当店は話題性があり集客力が高い商品を育てることに常に挑戦し、ファンを確実に増やしている。現在の店舗を新装した当時の一番人気はカレーパン、クリームパンだったが、現在をそれを抜き GOLD 塩バターロールが人気のトップを走っている。１人 5 個までの制限をしているが、それでも 1 日平均 900 個、最大で 1,300 個を販売する。パンは常時 100 種類、焼き菓子も 12 種類をラインアップしており、季節商品は 4～8 アイテムを揃えている。お客様を飽きさせない豊富な品揃えである。昔懐かしいコッペパンも根強い人気があり、お客様の好みのジャムやペースト等を付けてあげる『付食コッペパン』を販売している。

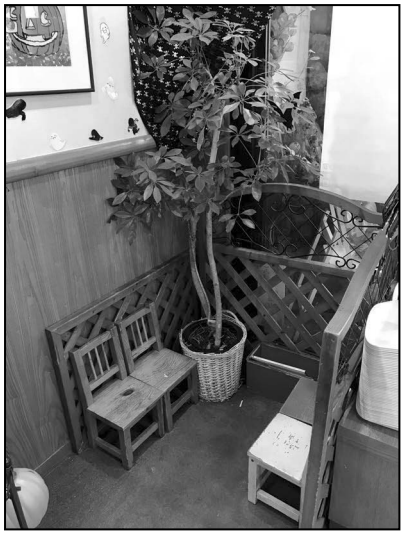
JA 三鷹及びまちづくり三鷹と連携してつくった地元農産物を使ったフランスパンラスクの人気も高まっている。「トマト」「ほうれん草」等を材料に使い、三鷹発地域ブランドの『TAKA-1(タカワン)』を受賞した。

バス目線を意識した店舗と季節に合わせた販売促進

平成 16 年新装の店舗には経営者の熱い思いが込められている。バス停が目の前にあることから、バスの窓から眺める視線を意識したファサードづくりを行った。同じ製パン学校出身の知人に依頼して、店主がパンを釜に入れるところをイラスト化し、2 階と 3 階の窓をパンの窯に見立てて、バスからよく見えるファサードを実現した。店内には大人がゆっくり買い物できるようにキッズコーナーを設置した。工場は売場の奥に置き、製造のライブ感とパンが焼ける良い香りを店内で体感できる。店外にテラスを設けて、焼きたての味をその場で食べることを提案している。季節に合わせたイベントも積極的に行っている。お正月の福袋、ポチ袋に 100 円券のお年賀、バレンタインフェア、ホワイトデーフェア、イースターフェア、抹茶フェア、5 月 30 日(ゴミの日)のエコバッグプレゼント､店頭でおこなう夏祭りの出店で利用できる金券プレゼント、毎月 10%割引券付きオリジナルカレンダープレゼント、社長サンタがおもちゃをプレゼントするクリスマスフェア等を実施して店の雰囲気を盛り上げ、店内 POP で購買に繋げている。

スタッフとその家族を大切にする教育と福利厚生

製造スタッフと販売スタッフが一体化しての接客を行うことが当店の特徴の一つでもある。工場から店内に商品を持って行くときは「只今、○○パンが焼き上がりました！いかがでしょうか！」と製造スタッフが第一声したのに応じて、販売を中心に全スタッフがやまびこコールする。「焼きたて、揚げたて、作りたて」をアピールするために、お客様のトレーに同じ商品があれば取り替えサービスを行っている。このため、製造スタッフは毎年１回、毎月 5 回の外部講習会に参加し、幹部従業員は交代で 2 ヶ月に 1 回、NPO 日本リアルベーカリー協会の勉強会に参加する。諸手当等も充実している。引越手当、役職手当、住宅手当(2 万 5 千円～3 万円)、家族手当(妻 1 万円、子供 5 千円)支給されており、更に年 1 回(10 月)の昇給と冬のボーナス(2～4 ヶ月分)を支給している。そして、年 1 回の 1 泊社員研修旅行(国内のパン屋さん見学を兼ねる)、新年会、歓送迎会、夏のバーベキュー(夏祭りの後、家族参加可)、クリスマス会(500 円程度の商品持ち寄り)が店内の一体感を醸し出している。



左：売場の奥に設置され体感を感じさせる工場　　中：キッズコーナー
右：お客様と一緒に楽しむため当店の人気番付を上から掲げる