

西洋浪漫菓子 シェ・アオタニ

大阪府東大阪市

<http://www.chez-aotani.net/index.html>



店舗概要

創業年 1998年(平成10年)
売場面積 146.19㎡(44.3坪)
※H27.3 閉鎖のテナント店含む
従業員 21.1人
営業時間 10:00~20:00
定休日 不定休
売上高 314,553(千円)

商品構成

生菓子 66.5%
(内訳:生菓子 70.0%
アトルバ-デ-イ-チ類 20.0%
半生菓子 10.0%)
焼菓子 26.5%
(内訳:クッキー類 82.0%
進物類 18.0%)
喫茶部門 5.0%
和菓子 2.0%

経営方針

- ①品質②素材・鮮度③接客 を特に重視した経営を行っている。
- ①品質…品質の向上を第一に、利益に偏重しない経営
 - ②素材・鮮度…素材と鮮度にこだわりをもった原材料の確保
 - ③接客…従業員満足を意識した経営

洋に和のテイストを取り入れたお菓子和接客サービスにより ブランド力を高める菓子店

[洋と和の接点を作り出す人気商品]



当店は経営方針にも掲げているとおり、①品質②素材・鮮度③接客を特に重視している。

具体的には、品質を重視する観点から、石切神社の参拝客のお土産となること目的に、新商品の「石切ふわり」を開発した。「石切藤地蔵」から連想したふわふわ感をヒントにしたものであり、吉野葛を配合した洋菓子でありながら和テイストを感じられる商品である。今では石切神社参拝客が友人・知人に安心してお勧めできるお土産として定着している

この「石切ふわり」を中心に、絶えず

お客様のニーズを意識しながら店作り商品作りを行っている。洋菓子と自社製のどら焼き等に代表される和菓子を揃え、季節の企画コーナーも設ける事でリピーターを飽きさせない。また、オープン当初からあるお菓子の盛り籠セットは、センスの高い贈答品として高価格帯(2,000円~3,000円)でも人気の為、常時店頭揃えている。

また、素材・鮮度を重視する観点から、天然赤色酵母を含んだ穀物100%の飼料で育った鶏の卵、フランスブルターニュ地方の塩田で採れる「ゲランドの塩」、濃厚な味わいで知られるジャージー牛乳などを仕入れ、材料の妥協をしない。生産の現場に自ら赴き、全国の生産者と直に会って、その人柄も含めて仕入先を選定するというこだわりである。

その鮮度を維持する為、作り置きはできる限り避け、日に何度も製造するように徹底している。陳列ケースの売れ行きを確認しながら柔軟に判断して製造する少量多頻度生産というものであり、簡易マニュアルを整備しているため社長や部長だけでなく、一般社員も柔軟に対応できるようにシステム化されている。

なお、接客を重視する観点から、お客様の「入店された一番の印象」を何よりも大切にすることを従業員に徹底している。従業員には作業中であっても「後ろにも目をつけて」業務にあたるように日々伝えている。接客を盤石なものにするため、毎月接客の講師を外部から招聘し社内研修を行っている。

6年前からは毎月営業時間中(10時~20時の10時間×3日間)に、その場で実践指導を行う研修を取り入れている。顧客によって接客方法を変えるため、また従業員個々の長所を伸ばすために、マンツーマン指導をしている。営業しながらの3日間の実践指導により接客レベルは飛躍的に向上した。

現在、カード会員として登録されているのは1万人以上となっており年2回のDMが中心だが、特典として累計1万円の購入で500円の金券を発行するシステムとしている。また、上得意客には多くの恩恵が出るよう、誕生日のプレゼントやよりフレンドリーな接客等を行っている。

これらの観点は、小売店にとって当たり前のことのように思えるが、確実にぶれことなく磨きをかけて、同業者との差別化を図っている。

[テナントとしてビルの設計段階から参加]

店舗がテナントとして入っている建物の上階は、高齢者に特化したマンションである。建物のオーナーは華やかなイメージのあるレストランや菓子店を入れたいという希望があったため、設計段階から出店を打診されていた。

周囲はあまり緑のない地域であるが、店のエントランス部分には豊富な植栽によりマンションの1階に立地するイメージはない。設計段階から関われることで、入口のテラスやエントランスなどの部分についても意見を取り入れてもらい、思い通りの店を店構えが実現している。

表のベンチにご高齢の方または親子連れ



左上：植栽 左下：入口付近にあるベンチ 右：テラス席

の方々が座って休憩したりしているのを見ると、当初のイメージ通りの利用がなされていることが実感できる。

エントランス部分に植栽した中低木類は、外観からは店舗に清涼感を演出し、店内からは自動車などをブラインドする効果があり、店舗に高級感や落ち着き、居心地の良さをもたらしている。

また、平成 24 年からテーブル席 32 席、テラス席 12 席の喫茶スペースを設けている。このテラス席は春から秋まで、外周に植栽した木々により周囲の雑踏から隔離された空間として圧倒的な支持を得ており、女性客を中心に人気のあるケーキセット 684 円との相乗効果で高い評価を得ている。

[従業員には「やらせてみる」方針]

当店が重視するポイントの接客については、もちろん店舗のためでもあるが、従業員の成長のためでもあるという思いで指導をしている。個々の個性を大事にしたいため、接客マニュアルは簡易なものにとどめている。

なお、やる気のある従業員には、企画開発において「やらせてみる」方針であり、独立志向の従業員には惜しみなくノウハウを教えている。その結果、生き生きと積極的に働く環境が醸成され、10 年以上の長期勤務者が多く、5 人の独立社が育っている。独立したかつての社員とは現在でも年に数回交流を図っている。

【店舗立地】

社長である青谷展行氏は、昭和 53 年からモンナポレオン(洋菓子・パン製造小売)に 20 年勤務し修行を行った。この期間多数の洋菓子コンテストで受賞。平成 10 年に 15 坪の店舗で開業、平成 15 年に現在地に移転、平成 21 年に法人化し代表取締役役に就任し現在に至る。

青谷氏は営業及び製造を担当し、役員(奥様)である青谷弥生氏が経理と販売を担当している。なお、店舗 POP も奥様が担当。製造責任者である部長が 10 名の製造社員を統括し、パートが製造と販売と喫茶部門を分担している。

【店舗実績】

東大阪市の北東部、奈良県との境界エリアに立地している。周辺は住宅街であり、山の手地区はかつて高級住宅街として知名度が上がった地区である。

基本となる商圈範囲は半径 3km である。石切神社(店舗は新石切駅から石切神社の動線上に立地)の参拝客が広域から来店するため、新規顧客の獲得につながっている。東大阪시는和洋菓子店の優秀な店舗が多数存在する地域のため、同商圈には和菓子店 1 店舗、洋菓子店 3 店舗が競合している。

30~40 歳代の女性客を中心に、若い層から高齢者(入居マンションが高齢者向けマンションであることも寄与)まで幅広い顧客層であるが、男性客も 20% 程度の来店がある。



代表取締役の青谷展行さん