

## 菓匠庵 白穂



[創業年] 1981年(昭和56年)  
 [売場面積] 91.0㎡(27.5坪)  
 [事業従事者数] 26.0人※本支店合計  
 [営業時間] 9:00～18:00  
 [定休日] 火曜日

[商品構成]

・あんどうなつ	30.0%
・白穂焼	10.0%
・いちご大福	10.0%
・和生菓子	25.0%
・和焼菓子	25.0%

[店舗所在地] 大阪府東大阪市若江本町1-4-21  
 [URL・SNS] <https://www.shiraho.biz/>

### [経営理念]

～和菓子でつなぐ未来の笑顔～

- ・白穂の和菓子を通じてお客様従業員に幸福をお届けし地域社会に貢献します。
- ・地域の食材を積極的に活用したり、地域の雇用を増やしたり、共に働くスタッフや白穂のお菓子を求めて下さるお客様、材料やパッケージを納品して下さる業者さん等、白穂にかかわるすべての方がほんの少しでも笑顔になれるような商いを目指します。

## ～和菓子でつなぐ未来の笑顔～をモットーに

### 地域の食材を使った話題になる和菓子で笑顔をつくる

#### [お店の概要]

1981年東大阪若江若田商店街に初代新澤和義氏が10坪ほどの店舗で和菓子店を創業。後継者となった貴之氏は、高校卒業後の当時はやりたいことがなく、家業を継ぐよう父に言われ修行へ出た。1999年、修行1年で父和義氏が倒れ家業に戻り、母である秀子氏が代表、貴之氏は製造を担当し和菓子店を存続させた。2004年頃から貴之氏は様々なコンクールで賞をとるようになり、作品作りに夢中になるが、利益を得なければ事業が続かないことを意識できていなかったことに気付く。自身を反省し、税理士の先生からアドバイスや経営セミナーへの参加で経営の勉強を積極的に行う。

2008年には売上が倍増し、近隣の広い店舗へ移転。2020年には2号店を出店。2022

年に法人化し、母の秀子氏とともに 2 人代表となる。地元の農産物を活かし、地元の手土産として喜ばれている。近隣農家さんの規格外のいちごから生まれた「きっと日本一大きないちご大福」は話題を呼んだ。メディアにも頻繁に取り上げられ、名物の「あんどーなつ」は連日完売する人気である。

### 【お店の経営ノウハウ（1）】

東大阪市にあることをにこだわり、地元の食材を活かした和菓子をお客様に楽しんでいただくことを大切にしている。これまで和菓子に使われてこなかった規格外のいちごや新玉ねぎ等の農産物を用いた和菓子等、新しいものを生み出し、従来の和菓子の概念にとらわれないオリジナルを提案し、オンリーワンの和菓子を作っている。

例えば、従来の和菓子屋が揚げ物をすることは考えられないことであったが、揚げる工程のある「あんどーなつ」を提案し好評である。貴之氏自身が製菓学校に通っておらず、既成概念にとらわれていないことが逆に強みになっている。地元の農産物があるからこそ生まれた「きっと日本一大きないちご大福」や「新玉ねぎパイ」等、地域の食材から新たな発想が生まれている。



左：連日完売する人気の「あんどーなつ」

中：農家の規格外のいちごを貰って生まれた

「きっと日本一大きないちご大福」

右：テレビ取材のときに生まれた地元の春の農産物である新玉ねぎを使った「新玉ねぎパイ」

### 【お店の経営ノウハウ（2）】

商品を知ってもらうためになんでもやってきた、と代表は話す。SNS や広告、プレスリリース等、知られるための努力を惜しみなく続け、結果、メディア関係者との繋がりを構築している。ネットでの発信はSNS が中心であり、基本無料であることから積極的に利用。当店では、Instagram、Facebook、Twitter、Google マイビジネス、HP 等様々媒体があるが、投稿する内容は基本同じで、媒体によって多少伝え方を変えることで更新の手間を削減している。

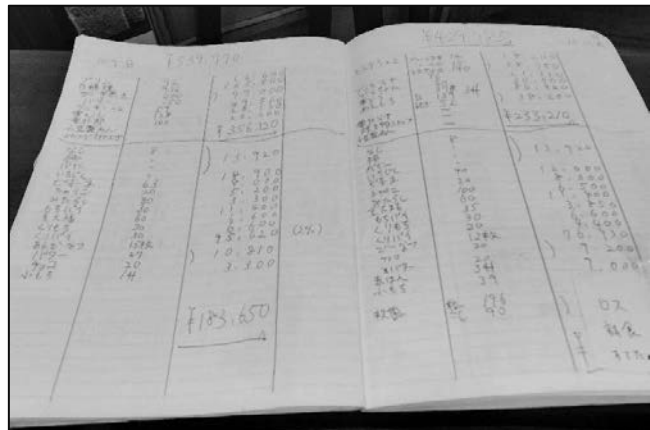
販売促進にあたっては、自分だけではマンネリ化してしまうこともある。特に文章作成に於いては、他者視点の言葉は自分には書けないものである場合が多い。店の様にカメラマン・コピーライター・デザイナー等の専門家を巻き込むことができると、新たな表現方法を学ぶきっかけにもなる。

## 〔お店の経営ノウハウ（3）〕

当店は、5年先の将来を見据え、自社の現状を数字でつかみ、商圈等から市場分析を行い、売上目標を立て、毎年1名の職人を増やしていく計画で事業を大きくしてきている。計画は月1回社員（職人）とともに振り返る機会を持っている。

社員が、和菓子職人として将来を描けるよう、売上に対する労働生産性を意識している。職人の仕事を効率よく計画的に行えるよう、毎日の製造数から生産高を計算。1時間あたりの生産高（業界では8,000円/時間と言われている）を目安に、効率化を行っている。効率化できない商品は止める等、論理的に取捨選択を行っている。例えば、人気の「あんどーなつ」は、包餡機を導入したことで職人の手作業600個/日から9,000個/3時間で製造できるようになり、冷凍保管により1週間分をまとめて製造でき、大きな成果を出している。

また、時間のかからない包装を選択し、効率化している。立てた計画に対し、数字で把握し、計画通りでなければ対策を検討するPDCAの取組みは基本的なことであり、地道な取組みに結果がついてきている。



右：「あんどーなつ」の個包装は効率的な包装が可能な形態を採用

左：日々の工場での生産した結果をノートに記録。

現実を把握し改善が必要な製品を確認。定期的に生産性向上のために社員と話し合う。



貴之氏は製菓学校講師としても招かれる。（左は東大阪大学、右は辻製菓学校）