

## 有限会社養老軒

岐阜県加茂郡川辺町

<http://www.yoroken.com/>



### 店舗概要

創業年 1945年(昭和20年)  
売場面積 75㎡(22.7坪)  
従業員 30.5人  
営業時間 9:00~19:00  
定休日 水曜日  
売上高 419,875(千円)

### 商品構成

大福 80.0%  
和菓子 10.0%  
洋菓子 10.0%

### 経営方針

- ・成功に近道は無し。日々小さな成功を積み重ねていきながら一歩ずつ前進していく。
- ・お客様の“おいしい”だけと考えると、社員一丸となって取り組む。
- ・常識に囚われず、常に新しいことに挑戦していく。

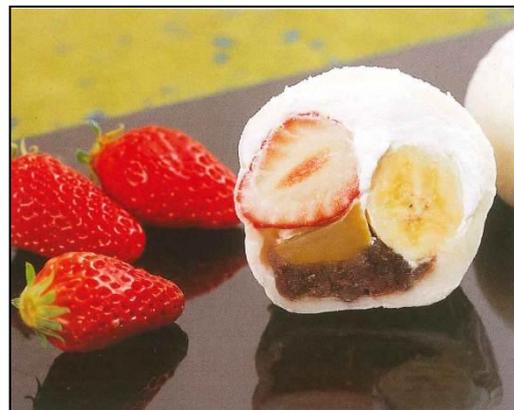
## 職人氣質と創意工夫から生み出された大福が評判の和菓子屋さん

[ふる一つ大福～和のデザート～]

ふる一つ大福は、イチゴ、バナナ、蜜漬栗、つぶあん、ホイップクリームをふわふわの餅生地で包み上げた大福で、個性的で不思議な食感の餅を開発している。餅粉、砂糖、卵白を企業秘密の配合・攪拌しマシュマロのような食感を作り出し、和のデザートとの評価を得ている。

原材料にもこだわり、皮生地は天日で乾かした国産の上質な餅粉を使用、イチゴはその時々によって産地を変え、バナナは早めに仕入れ、工場内で熟し具合を管理するなど徹底管理を施している。商品の全てを丁寧手作りしている。

このように素材の仕入れから、工場内での保管方法



など商品づくりに妥協しない姿勢が他店を寄せ付けない圧倒的な差別化となっている。

#### [イベントでの知名度アップ]

同店の販路は、店頭売りに依存せず、商品第一の戦略でイベント販売、ネット販売にも注力している。当初は店頭販売が売上の約50%程度を占めていたが、現在はイベントでの売り上げが一番多いとのこと。

百貨店の物産展（催事販売）に積極的に参加し、地域の宝となるよう宣伝活動を行っている。販売担当の社員及びおかみ（幸子氏）が催事コーナー作りを行い、販売し、引き取り、撤収を行っている。

催事販売は広告代理店と組んで1年間のスケジュール管理(年に30開催以上出展)を行い、催事前には自社広告を出し、集客アップを図っている。主な出張販売先は多岐にわたっている。(西武百貨店本店、東急百貨店本店、イオンリテール(10店舗)、名古屋三越、銀座三越、伊勢丹京都、伊勢丹大阪、近鉄百貨店阿倍野店・四日市店、名鉄百貨店、横浜三越、ユニー(5店舗)他)

また、ふる一つ大福はデリケートな商品のため、イベントには必ずスタッフを同行し、商品チェックをしながら販売している。こうした催事販売客をネット販売へと結び付けていけるよう更なる販路拡大を目指している。

年間の広告予算を計画的に決めて、商品の露出を図ることにより、ブランディングを行っている。中日新聞(岐阜全域版)の一面広告を年に4回(季節ごと)実施している。

独自のホームページを制作し、インターネット販売を行っている。品質管理及び顧客管理を徹底する為、1日1,500個限定販売とし、楽天や他の販売サイトは混乱の下となる為利用していない。

ネット販売は早くから取り組んできたが、一時生産が追い付かない時に中断したが、生産力が向上した現在は順調にしている。ネット販売はより良い状態で商品が届くように、毎日、作りたてを丁寧に箱詰めして、クール便で配送している。また、通販の発注、発送が効率的に行える様、IT化に力を入れている。

#### [多様な顧客サービス]



統一したイメージでチラシ、POPを露出することにより、強く養老軒のイメージを定着させている。中部国際空港セントレアへの出展(2005年)を機にイメージキャラクター(小福ちゃん)のロゴ・マークを作成し、統一イメージを演出してきた。

ポイントカードは期限を定めていない。会計時に必ずこちらから確認し、有効に利用していただいている。固定的来店客のほとんどに持っていただいている。

定期的に通販ご利用のお客様にメルマガを出して、季節商品等の案内をしている。メルマガ登録者3万人に月2回のペースで配信している。

母の日やバレンタイン(500セット)、クリスマス(500セット)等のイベント時には贈り物として利用いただけるようにラッピング商品を販売している。

レジでお客様を待たせる事が無い様、POSレジを3機導入(5年前から)し、稼働させている。

ふる一つ大福の台紙に当たり券を入れて、お客様に楽しんでもらっている。

さらに、新商品の発売の際には試食品を提供し、いち早くお客様の反応を確かめている。イベント告知と共に実施している。

手作り感を出す様どら焼の実演が店舗内より見えるようにしている。週5日の実演販売実施。(繁忙期は日数を減らしている。)

[居心地の良い職場づくり]

月に4回程度の勉強会(接客技術向上のため)を行い、常に学ぶ意欲のあるスタッフを育成している。月に3回は店舗で指導を受け、残りの1回は出張販売先で指導を請うようにしている。

女性が働きやすい環境を作る為、個人の希望に即した勤務時間や休日を選択できるようにしている。閑散期のシフトとして2/3程度に人員を抑えた対応をしている。

ITシステム(既存ソフトを養老軒版にアレンジして作成した)を構築し、POSレジを導入して、在庫管理、販売管理を行っている。

会社設立以来、増収増益を続けている。おかみ(幸子氏)さんが嫁いできて以来29年間で前年割れをしたのは一度だけとのこと。

部門別売上管理を行い、月間、季節毎などの区切りにおいて、各部門の販売商品を最大限販売できるように工夫(ふる一つ大福は冷蔵商品である為2日程度の消費期限しかなく作り置きが不可能であり、他の大福は冷凍保存が可能である為3ヶ月程度の消費期限となる為大量保管が可能となる。冷蔵商品と冷凍商品の販売構成を巧みに操作している)し、増収につなげている。

熟練社員と新人社員を効果的に配置(向かい合わせてベテランは指導しやすく、新人は習得しやすくしている)し、手作業で造る商品の時間当たりの製造個数を最大化する様工夫(餅を包む人員を12名配置、フルーツの皮むき・製餡・クリーム作り等中身を整える人員を7名配置し、1時間あたり1200個、一日あたり最大12,000個の大福製造体制を構築した)している。

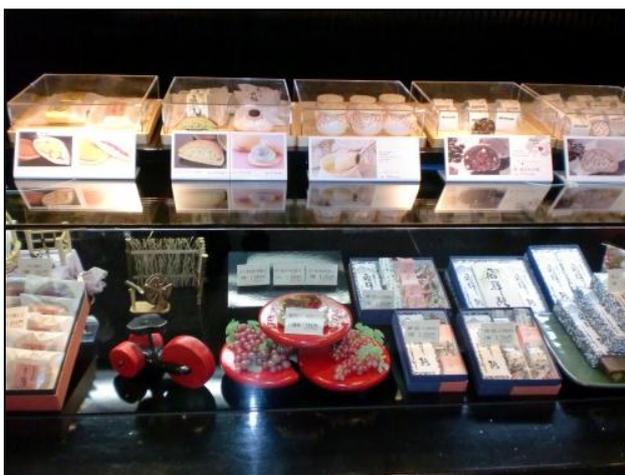
20数年前の商品開発以来、絶えず良い商品づくりや生産管理能力の向上を模索してきた結果が現在の成績につながっているという。

商品は作り手そのものの味がするという考えの下、創意工夫を重ねてきた。お客様を思う想いは必ず伝わるという信念に従い経営を行ってきたという。

これからもその信念を貫き、商品づくりを続ける意向とのことである。

また、お客様とのつながり、喜びを共感できることが最大の幸せだと痛感しているとのこと。

出張販売(催事・物産展等)を行い、催事で来店したお客様をインターネット販売につなげ、固定客化を促進するという手法は、立地的に不利な店舗の販売戦略の見本となるような販売方法といえる。



---

### 【店舗立地】

岐阜県の北東部、川辺町の南部に位置している。

川辺町は、町域の約7割を山林が占めており、町の中央を飛騨川が南北に流れる町である。店舗は最寄りの JR 中川辺駅から約 1.2 km 南部の田園地帯幹線道路(国道 41 号線)沿いに立地している。

主要顧客は非常に広域(岐阜県内および中京圏)であり、商圈という捉え方は同店には適切ではないと言える。足元の人口ボリューム(平成 24 年 12 月 1 日現在:川辺町の人口は 10,572 人、世帯数は 3,651 世帯であり、人口は減少傾向、世帯数は増加傾向にある。)が乏しい為、催事やインターネット販売を拡充することにより、成長してきた店舗である。

### 【店舗実績】

1953 年岐阜県生まれ。高等学校卒業後、岐阜市内の和菓子店(香梅)にて3年間の修行の後、養老軒(昭和 20 年創業)を二代目として継承。



1993 年に幹線道路沿いの現店舗に移転し、おりじなる大福の製造を開始、3度の改装を経て、現在に至る。社長の良治氏は主に製造に従事している。

取締役の幸子氏は経理、販売(催事販売含む)、営業を担当し、長男の優也氏は製造・販売に従事している。

←代表の渡邊良治さんと奥様の幸子さん