

1954kusukusu

佐賀県佐賀市



経営方針

味・技術・魂を守り、継承しながら地域の誇りとなる事を目指す。

店舗概要

創業年 1954年(昭和29年)
売場面積 94㎡(28.5坪)
従業員 47.4名
営業時間 7:00~19:30
定休日 木曜日
売上高 349,803(千円)

商品構成

菓子パン 32.0%
食パン 19.0%
惣菜・調理パン 40.0%
その他(生ジュース・
飲料・加工食品) 9.0%

地元で絶大な人気を誇る、オリジナリティあふれるベーカリー

[コストを抑えた近接出店が成功]

2004年に開店した佐賀店(佐賀駅北部)の売上は2億円を超え、非常に繁盛していたが、来店客の駐車場が足りずに路上駐車する顧客が多かった。閑静な住宅街がkusukusuの出店により突如として騒がしくなり近隣の住民から苦情が殺到し、住民の迷惑となっていたことから、熟慮した結果、売上を二分するつもりで佐賀店から直線距離で約3kmと近接する場所に兵庫店(佐賀駅南東部)を出店した。売上を拡大するための出店戦略ではなかったことから、出店コストを極力抑え出店することを第一として考えた。

そのことが(売上を半減させる為の出店計画であった為)結果的に経営の安定につながっている。佐賀店の売上は兵庫店出店後も変わらず、会社全体の売上は予測を遥かに上回り、当初の1.5倍を達成でき、更に伸び続けている。

兵庫店の開店時には特段のオープン告知も行わなかったが、兵庫店開店前には長蛇の列ができ、その後も続いている。口コミで開店の噂が広がり、遠方からの来店も多かった。

[目標はニューヨークのデリカテッセン]

生きる目的、生れてきた意味を親方から学んだ。親方の残してくれたもの(パン作りへの情熱、お客様を想う気持ちの強さ、志の高さ等)を次の世代に繋げて行くのが使命であると考えている。江頭製

パンの味、技術、魂を守り、継承しながら、世界で一番のパン屋になることを目指している。

店舗の内外装イメージは経営者が世界で一番の街であると考えているニューヨークのデリカテッセンやベーカリーショップを参考に作り上げた。2～3年の内にニューヨークへ出店し、江頭製パンが世界でも通用するベーカリーショップであることを証明したい(味・接客・サービス他)意向である。ニューヨーク進出を果たした次は中国や韓国への進出も検討している。

創業当時の基本(店内には、創業時の「江頭製パン工場」の写真と江頭パンの継承者としての自戒「不変こそ私達の仕事」が掲げられている。)とオリジナリティを常に考えている。

他店の模倣ではなく、江頭ブランドを独自ブランドとして構築し、貫き通して行きたいと考えている。

[既存商品の作り込みを重視]

創業以来の定番アイテムのメロンパンと食パンだけで売上の25%を占める。

素材や生地にこだわり、一つ一つの工程を丁寧に作ってゆく。定番を含め、90アイテム全て手作りであり、冷凍生地は使っていない。新商品を開発するよりも既存商品を作り込むことによってクオリティを高めている。旬のフルーツや野菜などを使うことにより、季節感を演出している。

その日のうちに作り、その日のうちに売り切っている。少量ずつ作り上げるので、出来立て、焼きたてのパンが常に店頭に並んでいる状態である。



また旬のフルーツや野菜などを使うことにより、季節感を演出している。※店の客単価は900円超とパン業界平均約500円の2倍近い数値である。これは自家消費プラスギフト需要(お土産として購入)が含まれている結果である。レジで買物袋を二つに分けて欲しいと要望する顧客が多いという。

[販促はロコミと丁寧な接客]

チラシは作らない主義である。販促物にお金をかけるよりも商品づくりに手間隙をかけ、お客様思いの丁寧な接客を続けていけば必ず顧客は来店

していただけるとの信念がある。

店内POP、商品説明付きのプライスカードの充実。商品を分かりやすくPOP、プライスカードにて説明している。

基本だが、一生懸命丁寧な対応を心掛けている。「いらっしゃいませ」「ありがとうございます」「只今焼き上がりました」「作り立てです」など元気よく心地良い響きの掛け声により店内に「活気」をあふれさせている。

また、キッズルームを設け、ドリンク&ソフトクリームを提供できるカウンターバーを備えるなどした結果、食事をして帰られる顧客が増えた。散歩のついでに立ち寄り、買物後に一服される顧客も多い。休日はピクニック感覚で利用される顧客が増える。

駐車場(20台収容)には警備員を常時配置し、顧客の安全確保に努めている。



【店舗立地】

佐賀店は JR 佐賀駅の北部約 800m の市街地住宅地に立地している。兵庫店は JR 佐賀駅の南東部約 2km の郊外住宅地に立地している。店舗間の直線距離は約 3km である。

佐賀店、兵庫店共に約 3km が主要商圈であり、それぞれの商圈は若干輻輳している。商圈内人口は 7～8 万人(佐賀市人口の約 3 割程度を占めている)であるが、休日には福岡県からの来店客も増える。客層は、20 歳代から 30 歳代の女性が主要顧客。

【店舗実績】

1992 年高校卒業後、JA に入社。1995 年に JA を退社し、江頭製パン工場に入社、親方である江頭氏の指導の下、パン作りに従事。2000 年親方である江頭氏が病床に付き、製パン工場の存続が危ぶまれたが、納め先等顧客から継続を懇願され、糸山氏が親方から事業を引き継ぐ形で代表就任を果たす。

2004 年に 1954Kusukusu を開店。2006 年社名を(有)江頭製パンに変更。2011 年 2 店舗目を開店し、現在に至る。

※1954Kusukusu の店名由来は、江頭製パン工場が 1954 年に創業を開始したため、創業時の思いを忘れないように引き継ぎたいとの願いから 1954 を名前先頭に用いた。

佐賀県の県木が「楠」であり、近所の幼稚園から毎日笑い声が「くすくす」と聞こえていたことから、それらを掛け合わせたとのこと。



↑代表の糸山直一さん