

天使の林檎

埼玉県鶴ヶ島市

<http://homepage1.nifty.com/oyazi/hanno/Vol31/index.htm>



店舗概要

創業年 1998年(平成10年)
売場面積 47.19㎡(14.3坪)
従業員 11.2名
営業時間 10:00~19:00
定休日 本店:月・火曜日
支店:月曜日
売上高 88,833(千円)

商品構成

生ケーキ 60.0%
焼き菓子 40.0%

経営方針

- ・お客様第一思想で丁寧なお菓子作りをモットーとする。
- ・地域密着型の店舗として地元で愛される商品を提供する。
- ・お客様のオーダーに応じて作るケーキ作りで、お客様が家族で楽しめて記憶に残る商品を提供する。
- ・食品アレルギーに対応したお客様に優しい商品を提供する。

異業種経営で相乗効果を生み出す洋菓子店

[店舗名にもなった人気の看板商品「天使の林檎」]

他店にない独自性を出せるよう、店名にもなったダックワーズ「天使の林檎」(180円税込)を看板商品としている。

「天使の林檎」はほんのりと林檎の味わい(酸味と香り)がする焼き菓子の人気商品である。1日の製造は100個程度のため、すぐに売り切れる程の人気商品であるが店名と同じということで知名度を広めるのに役立っている。



支持してくれるお客のために、鶴ヶ島市の本店とは別に隣接する川越市的場に2店舗目を開店した。身近に、買いに来やすい洋菓子店として認知され、売上増とともに顧客増大につなげている。

[統一感を意識したファッション性に優れた店舗づくり]

「天使の林檎」は、店舗づくりに最も特徴がある。

当洋菓子店には美容室が隣接している。この美容室の経営権は中川氏にあり、知人の美容師を雇用することによって経営がなされている。一見全く違う業種が隣接して経営されていると思われるが、この異業種が新たな効果を生み出した。

洋菓子店と美容室は、顧客層が女性ということで、ファッション(流行)を売るという意味で、ほぼ重なっている。同店の場合は30歳代から50歳代までの女性。美容室の滞在時間は2時間、洋菓子店は15分と違うことから、美容室に来店したお客に洋菓子店の情報を伝えることで、評判を広めていった。ポイントカードも2店共通である。

双方店舗は明るい色使いやロゴなどを統一し、女性が止めやすい広々とした共用駐車場を用意している。

また、夏のみの限定でパン店「天使の工房」を営業し、美容室につながるテラスで食べることができ、アメニティー性を高めた。

美容室に来たついでに洋菓子店、洋菓子店に寄ったついでに美容室という双方利用しやすい店舗づくりをしているため、住宅地の中で一段と華やかに見えるエリアである。

洋菓子店が美容室を経営するという発想は一見意外ではあるが、同じ顧客層という視点から見ると自然なことであり、見事に女性の支持を得ることができている。

学生割(カット・シャンプー込)

9月10月11月限定

小学生	¥2,600	1・2・3年生	¥2,000
		4・5・6年生	¥2,200
中・高校生	¥2,900	→	¥2,500
高卒~20歳まで	¥3,300	→	¥2,800

*新規の方は更に10%OFF。
*他の割引サービスの併用はできません。
*土曜・祝日は限定6名様までとなります。
*ポイントカードは天使の林檎さんと共通のカードです。
貯まったポイントは、ケーキ屋さんでも、美容室でも使えて楽しみ2倍♪

営業時間 AM9:00~PM17:00
TEL 048-271-6262
住所 〒350-2218 鶴ヶ島市榑戸6-8

Apfel

[お菓子がおいしく見える照明の工夫と特設コーナーの設置]

外観のみならず、内部にもお菓子が美しく見えるよう照明の角度や色彩に工夫を凝らしている。ショウウィンドーに対し店内全体の明るさを若干落とすことで、ショウウィンドー内のケーキに視線を向けるようにし、おいしさを引き立てるようにしている。

また店舗入口正面に、バームクーヘンの機械と商品陳列を照明によって照らしたり、特設コーナーを設けるなど、商品ディスプレイに心を配っている。

[買いやすいユニバーサルデザイン]



中川代表自身が、8人の子どもの持つ父親であること、地域に密度濃くさまざまなネットワークがあることなどから、子供に人気の色々なキャラクターを描いたケーキや、サッカーチームのユニホームをかたどったケーキなどプラス1,000円程度で注文を受けている。

子供の描いた絵をケーキにするサービスは、ほかにはない「世界にひとつだけのケーキ」として人気で、少年団のスポーツ大会などの記念でサプライズとして披露されるため、地域内で口コミで広まっていった。

また、食品アレルギーに対応し、アレルギーが出る子どもでも食べられる卵を使っていないブラ

マンジェや、卵や生クリームを使わないゼリーなどの商品づくりを始めている。

店舗入り口、テラスなどはベビーカーや車椅子でも利用しやすいスロープを付けたり、こうしたアレルギー素材不使用のお菓子を作るなど「だれもが利用しやすい」ユニバーサルデザインを心がけることは、大型店では対応のできないサービスである。

[地域の女性のネットワークを活かしたロコミ戦略]

チラシ、DMをはじめ、SNSなどのインターネットによる情報発信などは一切していない。最大の顧客層である、女性のロコミが一番の販売戦略である。あえて原初的な「ロコミ」という手法を採用理由は、ミスはできないという危機感を常に持ちたいからである。

女性がいいなと思ってもらえるデザイン、女性の入りやすい店、女性の買いやすい商品などを意識した結果が、情報発信をしないにも関わらず、今の経営成績につながっている。

[ロス率を下げる昨年対比の表による『見える化』]

昨年の売上と今年の売上を裏と表の1枚にしてファイルにし、スタッフがだれもが見えるようにしている。台風、高温や長雨など1年前の売上の増減理由なども書き込み、その日に作る商品の量の目安にすると同時に売上目標にしている。それは商品ロスを抑え、利益率を高めることにつながった。

【店舗立地】

本店は、関越自動車道と圏央道の鶴ヶ島ジャンクションから少し先の圏央道鶴ヶ島インター降りた住宅地にある。高速道路と幹線道路から1本入った住宅地にあり、その1画が美容室と洋菓子店となっている。

川越市の劇場とは約7km離れ自動車です約15分の距離にあるが、商圈は本店のある鶴ヶ島市を中心に坂戸市川越市であるため、すべて同じ商圈であると言える。

住宅地が多い地域のため、本店は2km圏内に2店舗の競合店とコンビニ2店舗、劇場店は500m圏内に1店舗の競合店がある。

【店舗実績】

製菓専門学校卒業後、国内で数店舗勤務した後、平成8年フランスに渡り経験を積む。

その後他店に勤務の後、平成10年埼玉県鶴ヶ島市に「天使の林檎」を開業した。



↑オーナーシェフの中川正三郎さん

平成24年埼玉県川越市霞ヶ関にアンテナショップ霞ヶ関店を開店したが、平成26年霞ヶ関店を閉店し、同じ川越市内に的場店を開店する。

正社員は製造中心、パートタイマー社員は販売担当である。中川代表自らも製造を担当し経営全体を把握しているが、商品づくりやネーミングは、販売を担当する妻の裕子(ひろこ)さんに任せている。