

有限会社荻原養蜂園

長野県北佐久郡軽井沢町

<http://www.ogihara832.co.jp/>



店舗概要

創業年 1961年(昭和36年)
売場面積 194.7㎡(59坪)
従業員 16名
営業時間 9:00~18:00
定休日 不定休
売上高 85,946(千円)

商品構成

蜂蜜 94.0%
ローヤルゼリー 4.0%
プロポリス 2.0%

経営方針

自然豊かな場所で蜜源樹の植林・花作り・ミツバチを養成。
県内産の蜂蜜を自社生産し、安心・安全・品質の良い蜂蜜をお客様に提供する。

存在感あふれる「はちひげおじさん」のいる養蜂園

[世界初のミツバチ牧場の開設による一貫生産]

自然界の花から蜂蜜を採取している養蜂家にとって、花の確保が最も重要なポイントである。開花時期に合わせ、日本列島の南から北へと移動し、巣箱を設置し蜂蜜の採取を行ってきたが、年々採蜜のための花樹の減少が感じられた。ある年、トチの原生林を見つけ、巣箱を置いたところ4トンの蜂蜜を採取することができた。アカシアと比較すると約2倍の採取量となることから、自前のトチの山林を持ちたいと考えた。

昭和44年に世界初のミツバチ牧場を目指して、立科山麓の麓「望月」に30ヘクタールの山林を購入。アカシア6万本、トチ2万本、エンジュ・キハダ2,000本、クリ500本を植林。植林後、花樹に花が咲くまでに約10年、蜂蜜の採取までに植林をしてから16年を要した。

ロケーションを活かした標高差による開花時期の差を利用することにより蜜源の長期利用が図れた。こうして世界初のミツバチ牧場の開設による「自社養蜂生産～自社商品加工～自社店舗販売」の一貫生産体制が確立した。

蜂蜜が取れるまで16年を要した事業転換であったが、現在では経営が安定するまでになっている。蜜源となる花や樹木が減少しつつある昨今、養蜂農場を視察に来る同業者がみられるようになった。

	 <p>つりふね草の花</p>	
<p><アカシア蜂蜜> 香りやさしく、さっぱりとした味が人気の蜂蜜です。パン・コーヒー・紅茶・果物・お料理に幅広くご利用いただけます。</p>	<p><百花蜂蜜> 夏咲きの可憐な草花から採取されたハチミツは、高原のご馳走。自然本来の素朴な風味が魅力です。</p>	<p><トチ蜂蜜> とちの花の蜂蜜は、味、香りともまろやかでコクがあります。</p>

[差別化をはかる養蜂園らしいキャラクター]

「はちひげおじさん」として身体から顔にかけてハチをとませたポスターを店頭に掲げ、ハチとの親近感を PR している。毎年 7 月には小学生や園児などが体験学習に来ていて、子供たちにも人気の“おじさん”である。これは軽井沢という高級別荘地において、業他社との差別化に結びついている。

さらにメディア関係に、「はちひげおじさん」としてキャラクターを積極的に売り込み、店の認知度向上に結びつけている。来店客からの「本当に自分で採取した蜂蜜なの？」と言われたことが始まりだった。自分は養蜂家であり、蜂蜜の生産から販売まで行っていることを何らかの方法で主張できないかと考え、「ミツバチと友達なのだから、自分の顔にミツバチを付けることにより、養蜂家であることをアピールできるのではないか」と思い始めたことがきっかけで「はちひげおじさん」が誕生した。

毎年 8 月には軽井沢において「はちひげショー」を開催するとともに、自身も軽井沢銀座店の店頭において販売促進を行っている。現在では、軽井沢の直売所に顔を出せばたちまち観光客に囲まれる人気者として定着している。そのほか、はちひげおじさんのお勧めレシピや長野県のアンテナショップ「銀座 NAGANO」に出品するなど、養蜂農場と“はちひげおじさん”の組み合わせで革新的な取り組みやアイデアを実行し実績を上げている。



[地産商品を前面にアピール]

年度により少し異なるが、“自社商品が 95%”を占めている。当社の自社商品は長野県内産がほとんどであり、パンフレットなどで“信州ハチミツ”という統一名称によるブランド化をすすめている。観光客が多く、初めての人にも気軽に味を確認し納得して購入していただけるように積極的な試食と商品説明に力を入れている。



↑いろいろな蜂蜜をご試食できます



[観光地としての地域を強調]

観光地としての性格が強い軽井沢らしいパッケージ、シール、包装紙、買い物袋、折り紙(容器蓋)などを使用して、付加価値をつけている。一年を通して観光客が途絶えない地域であるが、夏は国内の観光客が多く量目の多い商品が売れる

ため大きい量の商品を中心に、冬は台湾など外国からの観光客が多くなるため小さい商品を中心に配置するなど、品揃えに工夫をする。

入口にスロープをつけ車椅子でも出入りがしやすいようにしたり、商品陳列の高さを120cmにして商品を取りやすくしたり、また外国人対応として、観光協会が作成した3カ国語の指さし会話集を活用したりと、様々な観光地としての対応も細やかである。



[社員の対応力と意欲を高める]

現場では、数字で内容を把握し改善の糸口を見つけるようにしている。時間帯別客数管理表・作業報告書・発送依頼書・作業日報・養蜂部日報・養蜂日誌などにより対応の仕組みを工夫し、問題の発生を防止する対策を実践している。

店舗にはアルバイトの店員もいるため、開店準備・接客・商品知識・万引き対応・蜂蜜の破損対応・備品の処理など店舗用マニュアルを整備することによって、即戦力化に役立っている。

また社員の意欲を高めるため、勤務評定(社員の作業チェック)や売上・収益実績をもとに報奨金を支給している。

【店舗立地】

避暑地、別荘地として非常に有名な地域である。

昭和60年から直営店を展開し、現在は4店舗(うち1店舗はハニー牧場)となっている。

半径60m以内に同業者が3店あり、さらに軽井沢の観光エリアには多くの競合店がある。

客層は県外客がほとんどであり、県内客は5%程度と推定される。

【店舗実績】

昭和32年に地元農協に勤務後、昭和34年に群馬県月本養蜂場で修業。昭和35年に父が経営する養蜂業に入る。このとき兼業農家から養蜂専業に転換した。昭和58年、代表取締役となった。

現在では後継者である長女も社長補佐として経営全般を担当しているが、経営方針を決定するのは代表の荻原氏である。日常の業務は、継者が社長に確認しながら指示し、各店舗の運営は各店舗の責任者に任せている。

ミツバチを育てるためのハニー牧場は、いまでは観光農場としても夢が広がり、信州の蜂蜜として好評を得ている。二代目荻原義三も、跡継ぎの世代を担う養蜂家のために森林を購入しては、蜜源であるいろいろな樹木を植林している。



↑ミツバチ育成と観光地を兼ねたハニー牧場