



～五感刺激マーケティング®の実践あるのみ～

# 五感刺激型ベーカリー店づくり

人気・繁盛パン店 厳選20店! なぜこのパン屋さんに行きたくなるのか?

(11) 丘の上のパン屋 (横浜市・青葉区)

(12) ダンマルシェ (兵庫・明石市)

パンでつながる人と人。心と心。地元から応援される、愛されるパン屋さんへ!



五感コンサルティンググループ 株式会社シズル 代表取締役

## 藤岡千穂子

### 藤岡千穂子氏プロフィール

船井総合研究所の17年間を経て2006年に株式会社シズルを創業。パン店・飲食店と、食専門店コンサルタント。日本国内の他、韓国、中国、台湾、シンガポールで活動する。著書に『図解 はじめよう! 「パン」の店』『はじめよう! 楽しく儲かる繁盛パン店』(ともに同文館出版)など。2011年～『パン繁盛塾』開催。受講生は895名。繁盛、継続できる経営者づくりのWEB講座「繁盛パン学校」を2021年スタート。仲間づくり、スキルアップ、情報交流の場として『パン繁盛クラブ』の会員クラブを運営する。

「え? 一人で、そんなにパン焼けるのですか?」。オーナー黒沼敦詞氏にお伺いしました。

2018年4月開業。笑顔のやさしい黒沼オーナーと、赤ちゃんを抱っこして首からカメラを下げた奥様のパワフルさを強く記憶しています。

厳選20店/その11  
おいしいだけでは繁盛しないので、来てちよつと楽しくなる!  
「丘の上のパン屋」

オーナーがパン好き、家族・スタッフさんを大切に。また、地元密着! ワクワクするベーカリー店の共通点ですね。

こんにちは。五感刺激ベーカリー店づくり実践、五感コンサルティンググループ、株式会社シズルの藤岡千穂子です。感謝いたします😊。

もう、7月?! 夏のお客さまの心をワクワク動かすことを実践していきましょう。

今月は、横浜市青葉区の「丘の上のパン屋」、兵庫県明石市の「ダンマルシェ」の2店です。

#### ◆繁盛4ポイント

①いま一番おいしいパン作り、季節、鮮度、地産地消

(1)当日地元の農家さんが持ってきてくれる食材でその日のパンとなる

(2)素材まるごと、具材がごろっとのったパン揃い

入り口すぐの平台一面に、カラフルで、デコボコと表情豊かなパンが並ぶ。一気にテンション上がる。

②パン好きがぜったい行きたくなくなる

楽しい提案と変化

(1)竹林の森に囲まれ山小屋のような店作り

(2)シンボルツリーと芝生一面の木造のテラス席

(3)リアルタイムな情報発信力

黒沼オーナーは、立地が悪いため、環境の良さを生かした地元の皆さまの自慢となる存在になれたらと話してくださいました。

コロナ禍で、一番早く、インスタグラムで感染対策や、入場規制、エコバッグの推進を発信されました。

とても、勉強になり知り合いのパン屋さんに共有させていただいたものです。

インスタグラムには、パンの写真、パンづくりへの思いを通じて、安全性第一に、パンを楽しく食べてもらえたら…そんな思いが込められています。

③生産性が高い商品展開力

(1)トッピング型

(2)生地数の少なさ(7から9種類くらい)

(3)焼きたて感の製造と品出しのコツ

黒沼オーナー一人でパン作りをしていると聞きました。

そのコツは、たとえば、デニッシュの同じ形のを先焼きし、異なった具材をトッピング、仕上げる。

さらに、いま出来立てと感じさせる売場への品出しの方法です。

一般的な製造の生産性は一人一日5万円です。丘の上のパン屋の場合は、その約2倍の8から10万円です。

2018年創業時からの取り組みとすれば、パン業界の先駆者です。

最新繁盛パン店が多く取り組んでいることでしよう。

④「資源を大切に」が生きる経営スタイル

(1)籠バッグ+布巾のオススメ↓共感するファンが集まる(2019.9〜/ごみ削減への協力を発信)

(2)タンブラー割、始めました

(3)草ストローの導入

この取り組みは、私たちベーカリー業界が持つ課題からの既存解決型ではないように思います。

もっと先に描くパン屋さんのあり方に、新たな取り組みをしている丘の上のパン屋さん。一緒に実践したいことです。

創業当時よりお店の情報発信方法は、インスタグラムを活用。

都内から車で1時間かけてお客さまが買いに来られるため、2019年2月段階で、フォロワー7500人。現在3万人。熱狂的ファンづくりのコツは、インスタグラムを見て参考にしてください。



▲「丘の上のパン屋」InstagramQRコード  
@okanouenpanya