

2014年6月

ミニセミナー活動報告

2014年（平成26年）活動

第一回ミニセミナー開催

日時：2014年5月20日（火） 19:00-21:00

場所：日本製粉株式会社

題名：パン業界をもっと元気に！！

～7000人のアンケートと全国のベーカリーから学ぶ経営のヒント～

講師：株式会社グローアップ 代表取締役 古田 高浩氏

専務取締役 北川 裕人氏

本文：

コスト削減事業や業界紙「Bakery Partner」の発行、「ベーカリーフェスタ」の開催など様々な視点からパン業界の活性化に取り組む株式会社グローアップの古田氏・北川氏を講師にお招きし「パン業界をもっと元気に！！」と題したミニセミナーを開催し、会員・幹事・相談役含め40名が参加しました。

ベーカリー経営にとって美味しいパンを焼き続けることは重要ですが、お店がさらに繁盛し継続するには技術力と共に販売力が必要となります。今回はその販売力の大切さ・いかに客単価を上げていくかなどのお話を3部構成で伺いました。同社は全国7000人を対象にアンケートを実施し、数字から見る消費者動向をお話して下さりました。

第一部は「入店前の主婦の購買心理と接客に対する主婦の考えかた」のお話

アンケート結果によるとベーカリー利用者の約8割がベーカリーに入店する時に購入する商品・予算を決めずに入店。入店後のお店の雰囲気で購入する、いわゆる衝動買いの傾向が強い。この衝動買いのお客様に対し、お店はつつい買いたくなくなる演出をすることが必要。陳列・POPなどで視覚にアピールする努力と共に接客にも注力することが必須。アンケート結果によるとパンの価格が高くなったということよりも定員の接客態度が悪い方が評価の重要なポイントとなる。

第二部は「これからのターゲット層シニアの獲得方法」のお話

アンケート結果によると60歳以上のシニア層の約7割の人が週に3回以上パンを食べている。しかし、多くの人がベーカリーではなく、スーパーなどでパンを購入している。ということはベーカリー経営の人にとってシニア層を新たな顧客として取り込める可能性があるということ。

ベーカリーに足を運んでもらうためには看板などでお店のアピールをすることが効果的。

特にシニア層の心惹かれるキーワードは“自然酵母”や“ふっくら”といったもの。散歩中に看板を目にして初めて来店するケースが増加しているとのこと。

第三部は「全国の人気パンと店舗実例集」のお話

講師が年間全国 600 店舗のベーカリーを調査している中で人気のあるお店の特徴を売り場・商品の写真を交えて説明。消費者が初めてベーカリーに入る理由で上位に上がるものは“店内の雰囲気”と“お店の外観”。パンが美味しそうに並び、にぎわっていると購買意欲が掻き立てられ、焼きたて臨場感を出す陳列・什器による演出、焼きたてコールなども効果的だという。

普段何気なく感じていたベーカリーにとって大切なことを、データと共にお話頂くことによってより説得力があり、理解が深まるセミナーで 90 分の時間があっという間に過ぎました。途中クイズが出題され参加者全員が札を上げて回答。正解率が低い難題が多い中、見事多数正解の会員にはナイフのプレゼントが渡され、盛り上がりを見せました。

ベーカリー勤務の会員は実践に心がけ、ベーカリーへ材料を提供するメーカー勤務の会員は商談時の会話などで早速役立てると、すぐ明日に実践しよう！という気持ちで会場を後にしました。

軽食には講師オススメの鳩ヶ谷にあるパンピジョンさんのクリームパンとプチメックさんのトルデュ（枝豆とベーコン入り）が配られ、美味しいパンと共に有意義な時間を持つことができました。



以上