



商圈の住人や動線を分析し コンセプトやターゲット層を絞り込む

パン、焼菓子、ジェラートの製造・販売
株式会社あきこ堂 Koen

二葉四丁目共栄商店会（品川区）

access



東京都品川区品川区豊町 6-16-6

<https://boulangerie-koen.studio.site>

<https://www.instagram.com/koen.shinagawa>

活用した事業

- ・商人大学校
- ・店主スキルアップ事業



社長で職人の丸山明子さん。「オールマイティーにいろいろなパンを焼きたいんです」との言葉どおり、店頭にはバラエティ豊かなパンがずらり。



国産小麦、ミネラル分の多い奄美諸島産さとうきび原料のすだき糖、コクのある本みりんなど、おいしくて体に優しい材料を使用。



パンのほか、ジャム、クッキーやパウンドケーキなどの焼き菓子も並ぶ。



客足の絶えないお店だが、スタッフはお客様と丁寧に会話を交わす。地域に愛されている様子が伝わる。

今の時代にあった集客方法を学ぶため スキルアップ事業を活用

ブルーのファサードが印象的な、対面販売式の小さなパン屋さん。閑静な住宅街の中にありながら、ひっきりなしにお客様が訪れる。

社長でパン職人の丸山明子さんが、前の職場の同僚だったスタッフと2人で店を立ち上げてから、ちょうど1年になる。実は、15年前にも、友人とパン屋を経営していたが、出産により退職。パン教室や専門学校の講師をしながら、いずれまたパン屋をやりたいという思いを温め続け、念願かなってのオープンとなった。

当時の経験から、パンの作る量や収支のイメージなどはある程度できていたものの、住宅街の店舗ということもあり、集客には不安があったという。「15年前は、今のように SNS やホームページでの情報発信が一般的ではなかったので、今の時代にあった集客方法や、お客様にアプローチする方法を知りたい」という思いから、「店主スキルアップ事業」を活用することにした。

一人では見落としていた視点を心得て 開店への戦略とコンセプトが形に

店主スキルアップ事業の活用を始めた当初は、まだ店舗を建設している真っ最中。そこで専門家からの提案で、インスタグラムに開店までのプロセスを掲載し、店の前に QR コードつきの看板を出して閲覧できる仕組みをつくり、お店の周知をはかることにした。また、パン屋の商圈となり得る半径 1km の住人の数や年齢、家族構成などを分析し、通勤経路になりにくい立地であることも確認。その結果をもとに、ターゲットを「女性・ファミリー層」とし、開店時間も「10時から17時」に定めた。「商圈の調査なんて

思いもよらないことでした。一人でやっていたら気づかないことを教えてもらえたと、想像以上に実践的な視点からアドバイスをいただけて大きな収穫がありました」と丸山さん。

さらに、ブランディングについても助言を受けた。看板商品としてあんパンとクリームパンを軸にすえ、コンセプトを明確化、シリーズ名を「好日」とすることに決定した。「やるべきことに追われる中で、見落としがちな『お店の強み』や『お客様に届けたい価値』を改めて言語化できたことは、大きな改善点でした」という。

手土産やギフトも充実させ 誰かの大切な時間を彩る存在に

経営は軌道に乗っているが、職人として、経営者としてやるべきことは山ほどある。自分の家庭のことも考えると「24時間をどうやって使うか、試行錯誤の毎日」だという。今後は現場の効率化やスタッフ体制の見直しを進めながら「より持続可能な運営を目指します」と丸山さん。「手土産として使ってもらえるように、もっと焼き菓子にも力を入れていきたい」と、自身の理想とする身近で温かいお店作りに向けて、ひたむきに進んでいる。



営業日は週4日だが、仕込みに2日かかるので、休みは実質1日。経営者としての実務もあり、毎日が時間と体力との戦いだ。