

革新的サービス

一般型

有限会社おかしの羽田

ソフト&ハード2種類の“HADAバウム”の商品開発および
“シズル感”を高める店舗リニューアルによる付加価値向上



ガスオーブン



ミキサー



ガラスの奥にオープンが見える



バウムクーヘン専用スライサー



店舗内

会社概要

会社名 有限会社おかしの羽田
代表者 代表取締役 羽田吉克
所在地 〒879-7152 大分県豊後大野市三重町百枝1086番地82
TEL/FAX 0974-22-1559
E-mail cake-hada@cyber.ocn.ne.jp
URL https://okashinohada.com
事業内容 菓子製造
資本金 500万円
設立 昭和23年
社員数 9名



代表取締役
羽田 吉克



事業計画概要

主力商品化を目指してバウムクーヘンの開発を進め、事業化に取り組んだ。専用オーブンなど製造機械一式を新たに導入。オープンキッチンを核とする店舗リニューアルにより「シズル感」を高めている。

背景・経緯

事業環境の変化に対応して店舗をリニューアル

有限会社おかしの羽田は地域に根付いた洋菓子店。地元の和菓子店を発祥として創業70周年を迎える。和菓子から洋菓子へと舵（かじ）を切ったのは羽田吉克氏が代表になった平成14年。それに合わせて翌年には店舗を建て替える。現在では洋菓子店として広く知られ、オリジナルのシュークリーム「びっくりシュー」は県外にもファンがいるほどの看板商品となっている。

補助金による今回の取り組みの背景には事業環境の変化がある。コンビニが増え、ケーキなどのスイーツに力を入れ始め、想像しなかった早さで変化してきた。「びっくりシュー」の販売も伸び悩んだ。

そこで差別化を検討する中でパーソナルギフト市場に着目。ギフト商品に求められる日持ちを実現する焼菓子の中で認知度の高さなどを考慮してバウムクーヘンに決めた。

バウムクーヘンには食感が異なるソフトタイプとハードタイプがある。それらは材料をはじめ、焼く際の回転速度など多くの点で異なっており、どちらかに特化した店もあるほど。羽田代表はソフトとハードの両方を商品化するため両方焼けるオーブンの導入を決断する。「しっとりと焼ける」というガス仕様とし、併せて店舗のリニューアルにも踏み切った。

補助金申請を支援したのは取引金融機関である大分県信用組合。その担当者が偶然、店の近くの出身で、店が地域にとってどのような存在であるかなど熟知しており、必要書類の作成で力になってくれた。

事業内容

ハードとソフトの両方に対応できる高機能オーブン導入

導入したバウムクーヘン専用オーブンは、ハードタイプとソフトタイプの両方に対応できる高機能機種。また、材料用のミキサーとして1℃以下の精度で

素材の温度を制御可能な機種も導入した。菓子作りの熟練者は材料を触るだけで温度を把握できるが、ミキサー導入で材料温度の細かな管理が熟練者でなくても可能になった。一連の設備を導入した店舗リニューアルは29年10月に完成した。

成果

五感に訴えるバウムクーヘンが完成

羽田代表は今回の事業のため、バウムクーヘン専門店をはじめバウムクーヘンで有名な全国の店を訪れた。そこで重視されていたのが、その場で作っていることを五感に訴える「シズル感」。特にバウムクーヘンは周辺で実現している店がないからこそ差別化の武器になると考えた。

今回のリニューアル後、バウムクーヘン製作中は客の店内滞在時間が長くなった。特に子どもの興味を引き、キッチンと店舗を隔てるガラスに顔を近づけて作業に見入る姿もみられる。

付けたブランド名は「TOKIBAUM（トキバウム）」。時を刻むという意味を込めた。ターゲットにしたパーソナルギフトへの利用も狙い通りで、友人宅や見舞いの手土産にされるケースもある。

発売から1年も経っていないがバウムクーヘンの売り上げは全体の1割程度に成長した。1商品が1割を超えるのは珍しい。来年度は2割を目指したい考えだ。

展望

派生商品の開発で新たな看板商品へ

商品開発では特に食感にこだわった。一方で第1弾ということもあり素材で特徴を出すことは控えた。しかし羽田代表には地元の特産品であるクリを使えないかなど多くの構想がある。

また健康意識の高まりを考慮して「ヘルシーバウム」をキーワードに砂糖不使用や糖質の抑制、希少糖の使用などの派生商品を出していきたい考えだ。

長く主力商品だった「びっくりシュー」に次ぐ主力として育てて「バウムを柱の一つにしていきたい」としている。

まとめ

おかしの羽田のバウムクーヘンは、作ってみせながら成長し、ブランドを築いていく。