焼きたてパン新聞 “ほっかほか”

2009. 12. 12
第17号

今月のメニュー

1. あいさつ
2. クリスマスパーティー
3. あなたの街のパン屋さん
4. 繁盛店の条件
5. 業務内容

Merry X'mas ！ パン屋税理士の河原です。12月は街中がクリスマス一色ですね。事務所近くの御堂筋もイルミネーションで飾られて素敵ですよ。もちろんパン屋さんにおいても、表はクリスマスの飾り付け、中に入ればサンタクロースの形をしたパンや、シュトーレン・クグロフなど、見ても食べても楽しめる・・・。クリスマスのデートコースにお薦めですよ。今月号のパン新聞もそんな話題が満載です。 お楽しみ下さい！

見ているだけで楽しくなる！

～5人のシェフが企画するクリスマスパーティーin 中之島～

今年も残すところ、あと数日となりました。12月の行事といえばクリスマスですね。毎年恒例となっている今年のクリスマス会は12月10日（木）午後6時から大阪市中之島にある中之島センタービルで開催されました。会場には、100名以上の人が集まり大にぎわいです。今年は、**コムシノワ西川シェフ、フルニエ坂田シェフ、ア・ビアント松尾シェフ、ミル・ヴィラージュ渡辺シェフ、パンデュース米山シェフ**が企画してくださいました。まずは、5名のシェフを代表してパンデュース米山シェフの挨拶、続いて、ベーカーズの今本社長の「乾杯！」で宴はスタートしました。会場の両サイドには、豪華なお料理がたくさん並んでいましたが、私の興味は、なんといってもシェフ達の「パン」です。だって5人のシェフのパンが一同に並ぶなんて、こんな機会なかなかありませんよ！ちゃっかりすべてのパンを頂きました。感動です！食事も進み、大いに盛り上がってきたところで、プレゼント交換タイム！

事前に用意したメッセージを添えたクリスマスプレゼントを持って、みんなで大きな輪になります。歌いながら、プレゼントを隣の人に回していきます。歌が終わった時に手に持っているのがプレゼント。あちらこちらで、ドッと歓声が上がります。「プレゼントは何かな…？」カードには、心温まるメッセージが書かれてありました。「私のプレゼントは誰が受け取ってくれたのかな…？」探してみましたが、大勢の人で残念ながら、見つけることができませんでした。あっという間に2時間が経ち、メルクの古山シェフからは、これからの若いパン職人達へ“熱いエール”を送って頂きました。最後に企画されたシェフ一人一人からのメッセージがありました。なかでも渡辺シェフからは、パン業界のさらなる活性化のためや、これから勉強する人のための積極的な活動があることを聞きました。それは、今年2月に大阪インテックスで開催されたMOBAC SHOW（クープ・デュ・モンド日本代表選考会）に出場の16名のシェフすべての作品写真とレシピ、作り方を1枚のCDにし、これを購入することで、そのお金の一部がクープ・デュ・モンドの運営資金になる、ということらしいです。私たちも是非、協力させて頂きたいと思います。（ご興味のある方は、ご連絡下さい）。締めは、坂田シェフの一本締め！で終了。これだけたくさんのみなさんと一度にお会いできる機会は、なかなかありません。最後は、お疲れのところ快く、記念写真にも応じて頂きました。シェフの皆さん、今年も、楽しいクリスマス会をありがとうございました。

熱く語る、メルクの古山シェフ

メリークリスマス！（園田敦子）

有名なシェフに囲まれて…ご満悦（笑）

あなたの街のパン屋さん　～sweets編～

「ケーキ屋にしかできない、パン屋じゃない発想のパン屋　es Boulangerie」

ハロウィンの時期には、
カボチャをディスプレイ

12月と言えば、クリスマス！クリスマスと言えばケーキですよね。
今回は、小山ロールで有名な patissier es koyama の
小山シェフが経営されている es Boulangerie に伺いました。

新興住宅地である兵庫県三田市にある es koyama は、
パティスリー、パン工房、カフェがそれぞれ別棟にあり、小さな街のようで別世界に来たかのようです。

もともとは、ヨーロッパのケーキ屋のようなケーキと一緒にクロワッサンを売っている店舗をイメージされていたため、特に独立した形でしようと思っていた訳ではないそうです。別店舗にすることで、人気の小山ロールを求めて並ぶ列で他の商品が買いにくくならないように工夫されたそうです。
でも、それぞれ別店舗で展開することで、かえってコンセプトや商品を様々な表現でされています。es koyama ブランドでは素朴でシンプルな焼き菓子を売っていますが、es Boulangerie ブランドでは、es koyama ブランドには無い、もっと凝ったものや、あえて包装しないというヨーロッパの良さを表現したものが売られています。また、ショコラのお店は、内装や BGM もシックで素敵ですよ。

小山シェフは、地図にもこだわりがあるそうです。
シェフの好きな Mr.children のアルバム『シフクノオト』のジャケットを手掛けたデザイナーさんにお願いして、右の写真の地図をなんと1年半かけてデザインしてもらったそうです。地図にそんな･･･と思われる方もいらっしゃるかもしれません。でも、この地図に熱を込めたからこそデザイナーさんと人としてのつながりが出来、ゆずの DVD にも出演したこともあるそうですよ。

こだわりの地図です！

『親切といけずは、紙一重』

小さな街のような es koyama には、いつもテーマがあるそうです。年に4回変更されており、私たちが取材に伺った時のテーマは、アドベンチャーでした。「三田は自然豊かな環境の土地なので、季節感は周りの風景で十分。だから、店内には造花などの季節感を出すようなものはあえて置かない」と小山シェフはおっしゃいます。さらに es koyama の庭には、お菓子の画像がダウンロード出来る QR コードが5つあります。でも、周りを見ても説明は見当たりません。「ちゃんと書いたらおもろない。みんなが探し当てるサプライズを楽しんで欲しいから。」お店に来て下さったお客様が「こんなことがあったんや」と土産話をして自慢出来るような、遊び心が連鎖するお店を目指されているそうです。また、「es koyama の庭を見て、自宅でも庭の手入れをする人が増えれば」とエコにも気遣われているシェフです。

キャラメル
チョコバナナ

『絶対何かが足りてない』

今の素敵なお店でも、常に何かが足りていないと考えておられるそうです。es koyama には素敵な女子トイレがあります。この女子トイレが出来るまで女子トイレがずっと足りなかったそうです。
そこで、考えたのが、トイレじゃないトイレを作ること！
お客さんの間で、小山ロールを買ったかではなく、トイレ行った？と話題になるようなトイレを作ることにしたそうです。

便秘が治る乙女のトイレ
女性の方は是非（笑）

すぐに変えられることはすぐに出来る、大きく変えないといけないことはすぐには出来ない。
先のことを考えているのではなく、今起きている問題をどれくらい大事なことか
考えているだけ。今日何をするか、ということを深いところまで落とし込む。
そして、思考を深くすることで行動指針が見えてくるのだそうです。

素敵なお話をいっぱい
聞くことができました。

『笑顔の挨拶』

私たちが取材に伺って一番感動したのは、従業員さんの挨拶でした。
接客担当の方、広報の方、清掃の方、みなさんが私たちの目を見て、笑顔で挨拶してくださるのです。
「挨拶をするよう徹底されているのですか？」と伺うと、「元気に挨拶しろ、と言ったことはない」という答え。
「下を向いて歩いていたら素敵じゃないよ」というのだそうです。強制している挨拶ではないので、あんなにも心地よい挨拶になるのでしょうね。こんな挨拶をしてもらえるお店には、何度でも行きたい！と思いました。

開店時にはパンがいっぱいです！

『伝える能力』

従業員さんに対して「学んだことを人に伝えてほしい！」と小山シェフはおっしゃいます。色々なことを提案する側に立ちたいならば、伝えたいことがいっぱいあって、人気者になろうとしなければいけないそうです。情報を発信している人のところに自然と情報は集まるのだそうです。だから、言ってばかりで聞かないのはダメだし、聞いてばかりでもダメなのだそうです。

シェフが大事にしておられる価値観は、『今の世の中で元気やな』と思われているか、だそうです。見本となる人が元気でおもしろくなければならない。自分のあかんところを隠すのはかっこいいことではない、分からないことは分からないと言う。そして一緒に学ぶことで周りも自分自身も成長できるのだそうです。

シェフのお話を伺っていると、従業員の方々と一緒に成長しようという勢いがとても感じられました。
勢いのあるシェフだからこそ、es koyama が勢いのある繁盛店になったのだな、と納得しました。

壁に･･･スパイダーマン！？
遊び心あふれる内装です。

以上のような様々なこだわりのある es koyama。地図や QR コードを探しに行かれてみてはいかがですか？常に変化し続けているので、記事には載っていないこだわりがもっと見つかるかもしれませんよ。
小山ロールをお求めの方は、事前に予約されることをおすすめします。
パンは焼きあがり時間の目安が HP に詳しく掲載されております。季節により多少の変動があるそうです。お目当てのパンがある方は、あらかじめご確認ください。
取材の日も人気のパンは、開店と同時に無くなってしまいました！

ダミアンのバゲット

es koyama

ADDRESS　兵庫県三田市ゆりのき台 5 丁目 32-1
予約専用フリーダイヤル　0120-931-395
携帯　079-564-3392
営業時間　10:00～18:00
HP　http://www.es-koyama.com/

焼きあがり時間（目安）

・10:00 頃…クロワッサン、デニッシュ類、メロンパン、カツサンド他
・10:00 より順次…ピザ、デニッシュ類、ポテトパン
・10:30 頃…カレーパンNo1、カレーパンNo2、卵サンド
・11:30 頃…クリームパン
・12:20 頃…小山流アンパン、角食
・12:50 頃…メロンパン、バタール、フィセル
・14:30 頃…パン･ドゥ･ミ、クリームパン
・15:10 頃…カレーパンNo.1, カレーパンNo.2

繁盛店の条件とは？

前回に引き続き、「繁盛店の条件」です。
「増員のタイミングを教えてください。」と、よく聞かれることがあります。その答えを出すヒントの一つが、「1人当たり生産性」です。これからの事業展開（成長傾向）によっては、例えば、今の利益を度外視してでも人材投資することもあるでしょう。でも、職場環境を考えると、適正な人員を整備することが、繁盛店には要求されるのです。利益の割に人が多すぎると採算が合わない。少人数で無理をしすぎた利益だと長持ちしない。そこで、最適な「生産性」こそが、増員のタイミングを計るものさしの一つになるのです。

【繁盛店の条件】
1．成果として・・・利益蓄積
（1）坪当たり売上高
（2）1人当たり生産性
（3）自己資本比率（又は資金残高）
2．状態として・・・行列ができている
（1）おいしいパン
（2）欲しいパンがタイムリーにでる
（3）品揃えが豊富
（4）店員の笑顔（ホスピタリティ）
（5）3S（整理・整頓・清潔）
（6）キラーコンセプト

～1人当たり生産性～

SMBC（三井住友コンサル）のデータによると、黒字店舗「1人当たり生産性」の平均は、年間 5,542 千円（2006 年実績）。月にすると、**約 460 千円**になります。例えば、月 3,500 千円売り上げるお店（1日約 140 千円×25日）で、原価率が 40%の場合、1人当たり生産性を 460 千円にしようとすると、人員は 4.5 人になります。

【計算式】
客単価 700 円×200 人＝140 千円
140 千円×25 日＝3,500 千円
3,500 千円×60%（粗利率）＝2,100 千円
2,100 千円÷4.5 人≒**466 千円**　　4.5 人の内訳は、
職人は、オーナー＋社員 2 人　販売員は、パートが 3～4 人
（ピーク時 2 人、アイドル時 1 人なので、1.5 人でカウント）

職人 3 人ならば 1 日 140 千円を製造する。逆に、1日 140 千円製造するなら、職人は3人までにする。
もちろん一つの指針です。繁盛店の条件として、これを目標に販売計画を立ててもいいですし、冒頭に述べたように、増員の基準にしてもいいと思います。 繁盛店の目標なら、「1人当たり生産性**500千円**」ですね。

事業内容　ホームページは　http://www.bakery-no1.com
1．身近なパートナーとしての税務顧問
2．「現金管理」や「目標管理」を中心としたショップ経営のサポート
3．「儲かるお店をつくる5ステップ」など繁盛店セミナー・講演
4．会計業務全般請負（業務改善～入力代行）
〒541-0048　大阪市中央区瓦町3－2－15　本町河野ビル2階
TEL:06-6205-8960　FAX:06-6205-8961　e-mail:info@bakery-no1.com

税理士　小笠原／河原事務所

編集後記

みなさん、こんにちは！いよいよ今年最後の号となりました。
今年もパン新聞をご愛読下さいまして、ありがとうございました。
みなさまからいただいたメールやお手紙は、大切に読ませていただいております。来年からもみなさまに楽しんで読んでいただけるような新聞を心がけます！
今年一年で出会えたみなさまに感謝です。
では、良い年末年始をお過ごしください！
（澤田　典子）

おいしそうなシュトーレンがいっぱいで、
贅沢なクリスマスです！