

## 募集要項

私たちがこのサークルを立ち上げたのは、多くの幸せな瞬間を生み出してきたベーカリーの未来を紡ぎ、次の時代を切り拓いていくためでもあります。  
2023年は、経営者・幹部・現場リーダーが参加して頂けるカリキュラムになっています。  
ぜひ、共に未来に恋するベーカリーについて考えましょう。

### 対象者

- 経営者・経営幹部の方
- 現場リーダー・店長・マネージャーの方

### 年間スケジュール

- 5月25日 『ベーカリー未来 Vision セミナー』 @ 東京 / 学士会館
- 6月28日・29日 『どんぐり徹底研究&クリニック』 @ 北海道
- 7月26日・27日 『東京・繁盛店トレンドクリニック』 @ 東京
- 9月6日 『ロマン共鳴人育成セミナー』 @ 仙台 / S・Yワークス
- 10月4日・5日 『日光・那須視察クリニック』 @ 日光・那須周辺
- 11月8日・9日 『静岡・愛知視察クリニック』 @ 静岡・愛知周辺
- 1月16日 『これだけは押さえておきたい！商品売場販促の大原則』 @ 東京 / AP東京丸の内

### 料金体系

**年会費**  
**230,000円（税別）**  
※各回1名のご参加が必須です。なお、毎回の参加者は同一でなくて結構です。  
※クリニック・視察時のバス代、及び宿泊費用、懇親会費は別途ご請求させていただきます。

**スポット参加**  
**40,000円（税別）**  
※ご参加者1名追加ごとに、お一人あたり40,000円（税別）/回の参加料金を頂戴いたします。  
※クリニック・視察時の宿泊費用、懇親会費は別途ご請求させていただきます。バス代は料金に含まれます。

### キャンセルポリシー

※お申込後のキャンセルは、開催前日までに申し出ください。  
※セミナー申込み後のキャンセルのお申し出がある場合、開催日より5営業日前以降のご連絡はご参加費用の50%、前日以降の欠席は参加費用の100%をキャンセル料として申し受けさせていただきます。

### 講師紹介

株式会社S・Yワークス  
代表取締役

#### 佐藤 芳直

昭和33年2月2日 仙台生まれ。1981年に現在の(株)船井総合研究所に入社。1994年には当時の上場企業最年少役員に就任。2006年3月同社取締役常務執行役員を退任し、「経営の目的は永続にある」という哲学の基、経営者として人生という視点でより多くの人々に発信する場として株式会社S・Yワークスを創業した。「仕事の中に人生がある」という考え方は経営者だけでなく母親・父親という立場、教職者など数多くの信者を持つ。



株式会社S・Yワークス  
経営コンサルティング本部

#### 亀田 紘輔

入社以来、製菓製パン業を中心としたコンサルティングに従事。売上UPだけに頼らない業務改善、生産性改善に取り組み、店舗がより活性化するための研究を行っている。またベーカリーにおける現場数値をもとに「現場が変わる」をモットーに実践できる提案を行っている。



### ベーカリー経営勉強会のご案内

未来に恋する  
ベーカリーをつくらう。

ベーカリー経営者のための勉強会

# Bakery Circle

2023.05-2024.01



宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25 仙台NSビル8階  
TEL: 022-722-2007 FAX: 022-722-1770  
担当: 亀田 HP: <https://syw.jp>

## 今こそ、 恋するベーカリーをつくろう。

日曜日の朝食といたら？

「スクランブルエッグとパン！あとスープとコーヒーがあったら、なお最高！」と私なら言うだろう。

だって、晴れた気持ちの良い朝は“そういうもの”だと小さい頃から決まっていた。

弊社代表の佐藤はよくこんな話をする。「人は経験、教育、環境によってつくられる。」

つまり、過去の経験、受けてきた教育、育ってきた環境によって、“その人らしさ”がある程度決まるということである。

たしかに思い返すと、高校1年生から2年生の1年間、爆発的にパンにハマりし、「朝食はパン以外食べない！」という

謎の意思表示を母親にしたことを思い出す。今思えば、迷惑極まりないわがままだったにもかかわらず、

最後まで付き合ってくれた母には感謝してもしきれない(その反動で一時期パンを食べない時期が続く・・・)。

そんな過去を持つ私が日曜日の朝はパン！と言えるのは、間違いなく過去の経験と環境がある。

そして、こうしてベーカリーに携わる仕事をさせて頂けるのは、素晴らしい思い出の中には度々パンが登場し、

豊かな生活に欠かせないものとして、常に家庭の中心にあったからだと思う。

## CONTENTS

- 03 理想のベーカリー像は何か。
- 04 ベーカリーサークルの特徴 / 目的について
- 05 カリキュラムと1年間の流れ
- 07 ベーカリーサークルパートナーの取り組み
- 09 昨年のサークル活動レポート
- 10 募集要項 / S・Yワークスについて

S・Yワークスは2006年に仙台で創業し、今年4月、18年目を迎えます。

代表の佐藤芳直は製菓製パン業界に携わり、40年以上。

これまで製菓製パン業界の先駆けとなる数多くの提言を行ってきました。

今回、ベーカリー業界に向けて改めて発信していこうと考えた理由は、

日本にパンが伝わってから150年。その歴史の中でも、まさに今、大変革期を迎えているからです。

- これまで繁盛業態のモデルとして第一線を走ってきた「石窯ベーカリー業態」の苦戦。
- 無料コーヒーから有料でも美味しいコーヒーとゆっくり過ごせる場を求めるお客様。
- 若者を雇用しにくい環境と、働き方改革による進む現場の旧態化。
- 一方で、パンブームにより、顧客が求める期待値は上がっている現状——

今、ベーカリー業界にとって最も深刻なことは、

顧客と店舗側の期待値と現実の乖離が生まれてきていることです。

このベーカリーサークルによって、多くの幸せな瞬間を生み出してきたベーカリーが、明るい未来を紡ぎ、次の時代を切り開いていくための一助になればと願っています。

## Bakery Circle の 特徴

### 01 経営者も現場スタッフも参加可能

年間7回のカリキュラムの中で、経営者の方に聞いていただきたい内容と、すぐに現場でも取り入れられる内容で構築しています。各回、参加者を変更しながらのご参加も可能です。

### 02 アウトプット前提のインプット

ベーカリーサークルの視察では、視察先でどのような部分が参考になったのか、取り入れていきたい点などをアウトプットしていただきます。

#### 振り返り・意見の交換

視察させていただいた店舗に意見書としてまとめたものをお渡しします。意見書は皆さまからのご意見を参考に、弊社で資料化したものになります。

### 03 異業種からも学ぶから、新しい発見がある

ベーカリーだけに留まらず、異業種の参考店舗も視察することで、マクロな視点から自店を俯瞰することができます。また、経営者にお話をお聞きする時間を毎回設けています。

## Bakery Circle 2023 の 目的

1

これからのベーカリー業態の在り方を考える

2

自発する人財・リーダーとしての教養を学ぶ

3

自社の現在地を知り、目指す方向を定める

4

ブランド・商品の付加価値の付け方を身につける

5

明日から取り組める即時主義と前提とし、現実を変える

ベーカリーサークルでは、年間を通して経営者～現場のリーダー向けの内容で構成されています。

第1回 懇親会あり **5月25日 Thu.**

『ベーカリー未来 Vision セミナー』

@東京/学会会館 14:00～17:00

これからのブランド発展には Vision を描くことが必要不可欠になる！

第1回は、これからの経営について考えていきます。不安定な状況の中、何を指針とし、コストと時間を掛けるのか。ブランドとしての成長の方向性をお伝えします。

- ①未来は意志の中にある。だからこそ、理想を描こう！
- ②地域一番店としての10年戦略軸は“個別対応力”
- ③石窯業態の進化形は“上質さ”(≠高級さ)である。



5月 / 2023

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

1月 / 2024

第3回 懇親会あり **7月26日 Wed. 7月27日 Thu.**

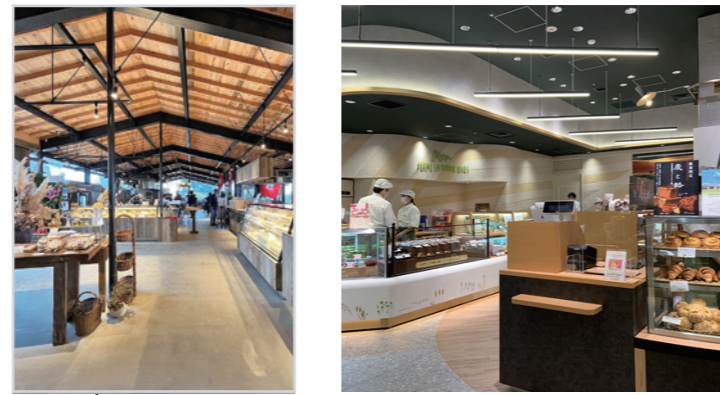
『東京・繁盛店トレンドクリニック』

@東京 13:00～翌15:00

最前線、東京の“イマ”を観る！  
チェックすべき新業態、繁盛ブランドを紐解く！

注目ベーカリーの最新動向や時流的ブランド、長く続いているブランドを比較して永続のためのキーワードを探ります。

- ①大都市・東京の最新ベーカリーの動向を視察
- ②異業種のベーカリー参入はヒントの宝庫！  
▶「ベーカリー×○○」の独自性で一点突破している事例
- ③商品の高付加価値を実現！  
▶国分寺・八王子エリアを視察します。



第5回 懇親会あり **10月4日 Wed. 10月5日 Thu.**

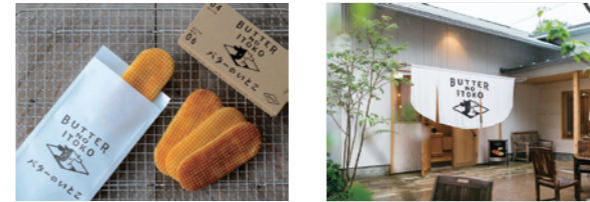
『日光・那須視察クリニック』

@日光・那須周辺 13:00～翌15:00

“地元×観光地”の新しい共生の姿を観る！

日光・那須といえば、国内でも有数の観光地ですが、コロナ禍の3年で、地域・地元という思考と、観光地としてのポジションが掛け合わせり、新しい共生の姿が観られます。

- ①ベーカリーレストランで高付加価値に挑戦している事例
- ②“地元のため”の観光商業施設で、地域住民と観光客をつなぐ仕組みづくり。
- ③ベーカリーカフェで上質化に成功。コーヒーをこだわり抜いた先に見えたもの。



第7回 懇親会あり **1月16日 Tue.**

『これだけは押さえておきたい！商品売場販促の大原則』

@東京/AP東京丸の内 13:00～17:00

これって今の当たり前？ 旧態化？  
基準となる製造原則を徹底解説！

第7回は商品・売場・販促における繁盛原則をお伝えします。Beyond コロナの社会で求められる、“人”を活かした店舗の活性化こそがキーワードです。

- ①圧倒的主力商品開発で時代の荒波を突破する。
- ②原価率・適正構成比・主力商品の原則を大公開！
- ③売場づくり・催事・企画に合わせた販促方法と、事例をご紹介します。



第2回 懇親会あり **6月28日 Wed. 6月29日 Thu.**

『どんぐり徹底研究クリニック』

@北海道 13:00～翌15:00

大繁盛ベーカリーから、学び尽くす1.5日の旅

1泊2日で札幌の大繁盛店、「どんぐり」を徹底視察します。自走する組織づくり、店長の役割の明確化、売場づくり、商品企画・開発の仕組みなど、経営者から現場スタッフまで、ぜひご参加いただきたい内容です。

- ①野尻社長がゲストスピーカーでご登壇！
- ②製造・販売現場を体験させていただきます
- ③社内会議への参加も検討中！



第4回 懇親会あり **9月6日 Wed.**

『ロマン共鳴人財育成セミナー』

@仙台/S・Yワークス 13:00～17:00

ロマンを語るトップにスタッフは憧れる！  
これからの人財育成は、憧れのロマンとVisionを共有する。

企業は99%がトップで決まると言われています。トップがどのようなロマンを持っているのか。ロマンに共鳴する組織になっていくためのヒントをお伝えします。

- ①ロマンに共鳴し、届けたい思いを共有するから、ブランドの方向性が決まる。
- ②統制組織から、自発・自走型組織のススメ  
▶店長・リーダーが自走するための押さえ所を知る
- ③部下の育て方・コミュニケーションの取り方  
▶正しい叱り方、正しい導き方を学ぶ



第6回 懇親会あり **11月8日 Wed. 11月9日 Thu.**

『静岡・愛知視察クリニック』

@静岡県・愛知県 13:00～翌15:00

輝く販売現場には、経営理念の浸透が必ずある！  
経営と現場、一体化のヒント！

接客力と現場でのプレゼンテーション力を、視察先店舗に学び、販売現場力の向上に繋がります。

- ①繁盛ベーカリーの視察
- ②日本一の養蜂場に学ぶ、“接客・お客様ファースト”の極意
- ③菓子屋から学ぶ、コミュニケーション。顧客との接点づくりのいろは



# どんぐり / 札幌

ベーカリーサークルパートナーである、(株) どんぐりさんの取り組みをご紹介します。

## 01》「いつもお客様の立場に立つ私たちでありたい」 企画から商品開発まで各店が自走する現場を実現。



### どんぐりの企画・商品は、いつ、誰が考えているのか？

どんぐりに行くときまず驚くのが、売場の正面に“どかん”と置かれているプラットフォームの迫力である。これでもか！という迫力には、初めて行った人なら誰も圧倒されるはず。この来店したお客様を出迎えるようなプラットフォームを作っているのは各店の専任者・・・ではない。この企画を立案しているのは、社員だけでなく、アルバイト、パートの方々を含めた全スタッフである。さらに商品の提案、開発も全スタッフが精力的に取り組み、年間 400~500 アイテムの新商品が生み出される(全店合計)。

実際にそのシーンを見させていただくと、商品が生まれる瞬間はまさに“今”。

「期間限定のチキンに余った生地を巻いてみたら、意外とよかったんですけど、どうですか？」という一言がきっかけとなり、その後の新商品誕生へと繋がっていった光景こそどんぐりの強みのだと実感した。



### なぜ、自発する現場をつくることができるのか？

どんぐりでは、各店がそれぞれ企画を立案し、新商品の開発までに行っているが、誰でも商品立案できるようにするため、Instagram や Twitter などの SNS で見つけた画像を元に製造担当者と共につくっている。そうした一連の背景には、どんぐりの店舗はお客様が楽しめる場所であるべきという強い思いがある。自分たちで決めるのは、自分たち現場が最もお客様が求めていることが分かるから。お客様との関係性の中から、やってみたいことにチャレンジできる現場が生まれていると感じる。

## 03》「人財担当者として、店長の良き理解者であること」 リーダーが育たなければ、下の子は育っていかない。

### 「滝さんって、放火魔みたいな人なんです (笑)」

社内の方に滝さんの人柄を聞くと、笑いながらこう語ってくれることがある。この言葉だけでは、誰も「!？」となることだろう。ここでいう放火魔とは、個々の長所を見つけ、「これ、〇〇さんやってみたらどうかな？」と新しい挑戦の後押しをすることが多いから付いた異名である。名刺を見ると“人材担当チーフ”と書かれており、これまでの店長経験を活かし、社内の育成を担っている。人財育成担当として、大事にしている考え方を教えてくれた。それは店長の良き理解者であること。そこには店長経験者としての自身の体験が反映されている。1店舗 60 名近いスタッフをまとめる店長にとっては悩みは尽きないが、当時それを相談できる環境や他店舗はどのようにやっているのかコミュニケーションを取る方法がなかった。そこで、店長の悩みや相談を聞く役回りを大切に、常に店長の良き理解者ということを大切にされている。店長の悩みを少しでも解決し、他のスタッフにとっても働きやすい環境ができればと考えているようだ。



人材担当チーフ  
滝進也氏

## 02》「デジタルばかりでは、どんぐりらしくない。 どんぐりはいつだってお客様がワクワクする場所でありたい。」

### デジタル化が本当に効率化なのか？

どんぐりに行った際にぜひ見て頂きたいポイントの一つは、レジでの対応力とスピード感。平均買い上げ点数が6~7点にのぼる店舗もあり、お客様にレジ待ちをさせないために、ものすごい速さでパンを袋詰めしていく姿は、まさにプロフェッショナル。その間もお客様と会話をしながらにこやかに対応されている。ある時、どんぐり代表の野尻社長から全店のレジの入れ替えを考えているという話を聞き、私はこんなことを尋ねた。「これだけ多くの商品を打たなければならないのはさすがに大変ですよね。やっぱりベーカリースキャンを導入されるんですか？」すると野尻社長は「いや、普通のレジですよ、強いて言うなら電子決済が早く済むタイプのもので。」と教えてくれた。さらに、「だってベーカリースキャンよりもスタッフ



の方がレジ打ち早いですから。あとどんぐりがそれをやったら、レジでのお客様とのコミュニケーションも減り、楽しい、ワクワクというどんぐりらしさは感じられないかもしれません。本当の効率化とはすべてを便利にすることじゃないと僕は思うんです。」ということだった。たしかに店内を見回した時に目に飛び込んでくる POP やレジ対応、売り場はデジタルでは代替できないものばかりである。それはデジタルばかりでは、面白いものは作れず、面白いと感じるものは人の存在が大きいことが分かる。“あえてデジタル化しない”ということも、店舗の“真”の役割を考える上では重要な視点であると思う。

### 成長を促す言葉を、 リーダーはどれほど持つことができるか？

滝さんと話していて常々感じることは、どうしたらもっとスタッフがどんぐりを通して仕事を楽しくしてくれるか、そしてその先にいらっしゃるお客様にその思いが伝わるかということである。「それはどうしたらできると思いますか？」その言葉にこそ“どんぐりらしさ”があると思う。先にも記した通り、どんぐりの思考の出発点は、どうすればお客様にワクワクしてもらえるかにある。

今、どうすればお客様のお役に立てるか、楽しいどんぐりであるかは、個々人に考えてもらう。それぞれが考えるからこそ、現場に熱意が生まれるのである。熱意とは、お客様の立場に立ち、どうすればできるのかを本気で考え、実践すること。それが、どんぐりらしいワクワク感を生んでいる要因だと思う。



