

■講座スケジュール

講座	内容	講師
第1講座 14:00~14:50 (50分)	「店舗業績の鍵は“集客力”にある。 今こそ業種の垣根を超えよ！」	株式会社S・Yワークス 専務取締役 経営コンサルタント 牧田 良生
第2講座 15:00~15:50 (50分)	「つつい買いたくなる、店舗の起爆剤 となる“お土産パン”の全貌」	株式会社S・Yワークス ベーカリーサポートチーム チームリーダー 亀田 紘輔
第3講座 16:00~16:30 (30分)	「一時のブームで終わらせない！ お土産パンの開発・販売ルール」	株式会社S・Yワークス ベーカリーサポートチーム チームリーダー 亀田 紘輔
第4講座 16:40~17:00 (20分)	「まとめ講座」	株式会社S・Yワークス 専務取締役 経営コンサルタント 牧田 良生

日程

2025年2月17日(月) 14:00~17:00

場所

「会場」 東京国際フォーラム 「配信」 録画配信

ご参加費用

【会員】ご参加料金：お一人様 19,800円(税込) 二名様 35,640円(税込)

【一般】ご参加料金：お一人様 22,000円(税込) 二名様 39,600円(税込)

☆会員とは、佐藤塾・素心塾・S・Yサークル・南魚沼佐藤塾・後継者育成学校・菓子研・月刊オーディオ会員を指します。

振込先

みずほ銀行 仙台支店(店番号:723) 普4326931

口座名義:株式会社S・Yワークス (注:SとYの間に「・」ではなく「.」ピリオドが入ります)
※尚、お振込み手数料はお客様負担とさせていただきます。

キャンセルポリシー:セミナー申込み後のキャンセルのお申し出がある場合、7営業日以降のお取消しは、ご参加費用の50%、当日のキャンセルは参加費用の100%をキャンセル料として申し受けますのでご了承下さい。

菓子業対象

現状の集客力に満足していますか？
“ご褒美需要”を獲得するための

お土産パン 創造セミナー

パンの集客力×土産で収益化する

菓子屋の皆様ぜひ聞いていただきたい
新しい集客×収益商品としての
「お土産パン」

職人なし、ノウハウなしでも
作れる超集客商品と、その展開方法を
余すことなくお伝えします！



- ▶客数が昨年対比90%近くまで落ち込んでいる方
- ▶既存店にデイリー性動機を付加したい方
- ▶食パン専門店をやっていたが撤退した経験がある方
- ▶すでにパンを展開しているが、集客力に繋がっていない方
- ▶これからパンを始めたい方

日時 2/17(月) 14:00~17:00

場所 東京国際フォーラム

価格 22,000円/お一人



株式会社S・Yワークス

〒980-0811 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:牧田、亀田



株式会社S・Yワークス

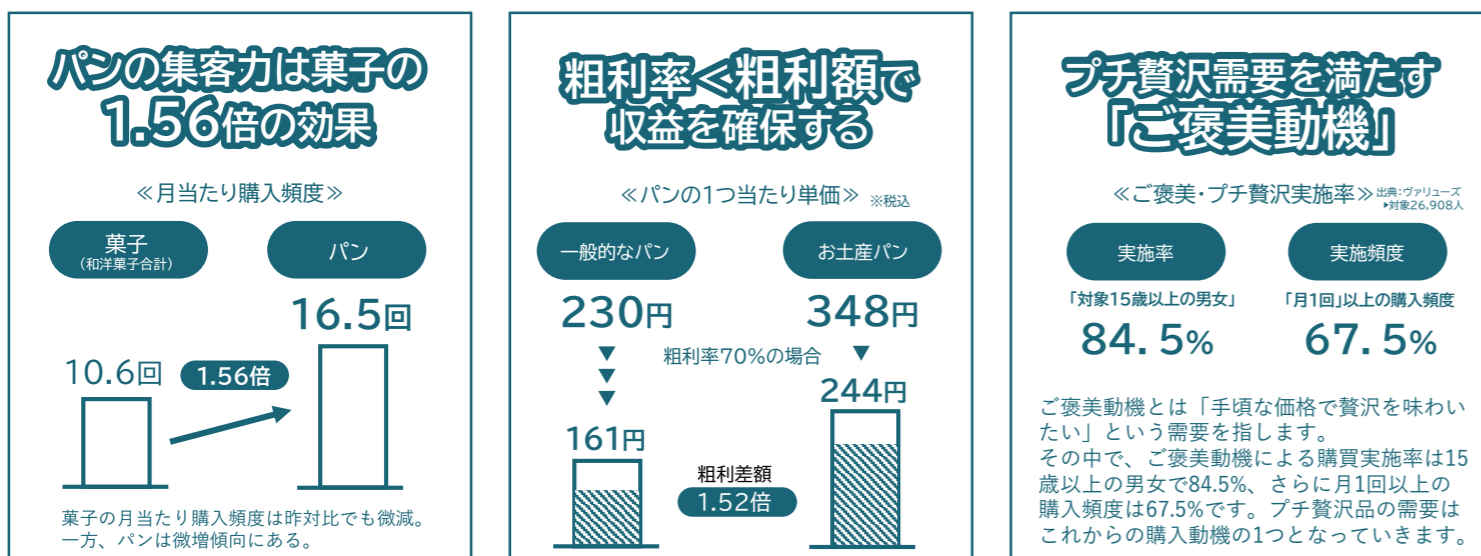
〒980-0811 宮城県仙台市青葉区一番町1-2-25 仙台NSビル8階

TEL:022-722-2007 FAX:022-722-1770

担当:亀田

ここがポイント

菓子業からの参入が急増中!!
“お土産パン”が集客力、収益確保を実現する!!



ここがポイント

パンのクオリティはベーカリーには敵わない。
差別化するには“フィリング”で勝負しよう!!

「パンの土産化と潮流」

- ①高級食パン専門店の出現がきっかけとなり、パンを土産化するという潮流は高まりつつある。
- ②コロナ禍に入り、製菓、飲食業が製パンに事業を拡大。フィリングを食べてもらうことを前提としたパンを展開し、手土産にしたくなる商品が増加した。
- ③近年土産市場で見られる“生商品”の土産化で、今後パンの土産商品はさらに加速すると考えられる。

「お土産パン=“スイーツパン”、“料理パン”が鍵」

実際に商品開発を進めていく際に気を付けるポイントは、ベーカリーが作るパンといかに差別化できるかという点です。お土産パンは、前述した通り日常的な自家消費、自分へのプチ贅沢、簡単な手土産として使って頂く“すきま需要”を狙った商品です。そのため、菓子パンではなく、まるでスイーツのようなパンや、惣菜パンではなく、料理として完結されたパンの開発が突破の鍵になります。

「集客力、収益性を実現する“お土産パン”とは？」

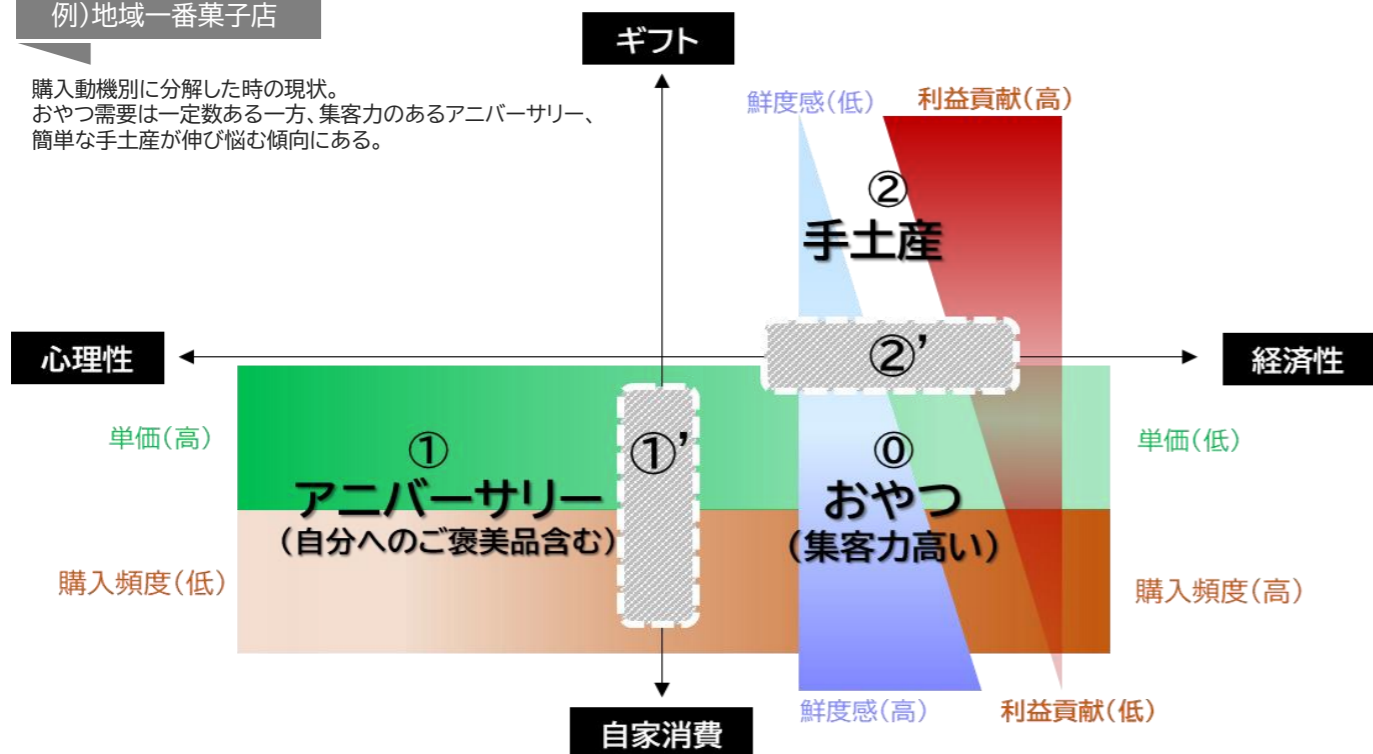
物価上昇によってお客様の購買ハードルが高まる中、来店客数の減少に悩まれている多くの企業では、集客力の低下がその一因となっています。そんな中、今注目されているのはパン商品の開発です。パンの特性として、デイリー性が高く、菓子との親和性が高いという点が上げられます。菓子屋にとって集客力に課題を持つのは、このデイリー性消費に対するラインナップが不足していることが原因です。さらに、パンの汎用性は高く、商品形態によっては、ご褒美需要や簡単な手土産としての動機にも対応しています。お土産パンとは、「ご褒美動機を満たす、集客収益商品」としてお土産化することで、さらに幅広い需要に応えることができる商品なのです。

「お土産パンで①、①'、②'のすきま需要を獲得する!」

お土産パンは、“少しの贅沢”“フランクな手土産”といったご褒美動機を獲得する商品です。もちろん、①~②の需要にも対応しています。

例)地域一番菓子店

購入動機別に分解した時の現状。おやつ需要は一定数ある一方、集客力のあるアニバーサリー、簡単な手土産が伸び悩む傾向にある。



「当日お伝えする内容」

- Point 1** 集客力低下は業績不振に直結。業種の垣根を超えた集客装置を創ろう!
- ①あなたの店舗の集客商品は、本当に集客できていますか?
 - ②今の集客商品に求められるキーワードは“新規性”“独自性”“希少性”
 - ③集客力と収益性を兼ね備えた商品の特性
- Point 2** お土産パンとは何か?どのように何から始めるべきか?
- ①パンの持つ集客力は、なぜ食小売の中でもトップクラスなのか?
 - ②これまでのパンと何が違う?異業種が開発すべきスイーツパン、料理パンとは?
 - ③パン×異業種のクロスオーバーが急増中! 独自性を持った商品開発に必要な3つの要素
- Point 3** パンを質化させるための工夫。他社が実践している事例紹介
- ①職人いらず、ノウハウいらず、実際に商品が出来上がるまでの事例を大公開
 - ②観光地、ロードサイドごとのお土産パン展開方法と事例