

## ベーカリーヒナタ

埼玉県・さいたま市



関東圏の都市部を中心に喫茶店事業を展開する(株)銀座ルノアール(小宮山誠社長)が9月、初となるベーカリー業態を埼玉・大宮にオープンした。広い駐車場を配したロードサイドの郊外型店舗で、開業より(株)ダイユーが全面支援を行っており週末は約700人が来店する。東京のベッドタウンという土地柄、子育て世代を中心に客層はクチコミで広がっており、平日は自転車で来店する近隣の主婦や高齢者が、週末は車で訪れる家族連れで屋外テラスが賑わっており、地域密着のベーカリーになりつつある。



入口付近に焼きたて専用作業台を設置し購買を促す

## 銀座ルノアールの新業態 肉食定着を見据えて郊外型ベーカリーを出店

コーヒーとくつろぎの空間を通して、“喫茶室ルノアール”をはじめカフェや郊外型喫茶店など6ブランドを展開してきた銀座ルノアールグループでは、コロナ禍の影響から外食から中食、肉食へと消費者の生活様式の変容が進んで今後も定着するとの予想から、持続的成長と企業価値向上のため、テイクアウト需要を取り込める物販業態への参入を本格的に検討していた。その中で9月に大宮に郊外型ベーカリーをオープン、スクラッチの上質な商品が人気を呼んでいる。

ベーカリー業態を選んだ理由について経営戦略室課長の渋谷朋樹氏は、「長年提供してきたコーヒーとの親和性が高いパンに可能性を感じ、元々同業態に関心を持っていたことから立ち上げを決めた」と説明。またスクラッチにこだわったのは、味の差別化を図れるとともに、パンという食そのものの魅力を丁寧に伝えることによって、“人々の心が豊かになれるお手伝いをする”という企業理念を実現できると考えたためだ。

実現に当たっては、初めての製パン・物販業であることからベーカリー開業支援専門のダイユーに全面的なサポートを依頼し、グループの喫茶店を業態変更する形でオープン。店名



コロナ禍でも地域の明るい希望となる店をイメージ。週末は家族連れで賑わうため入場制限し衛生感染対策を徹底

の“HINATA(ひなた)”は、森林の中に太陽の日が差すような明るい場所を意味し、木を効果的に使った清潔感のある店内では、ゆったりした雰囲気の中でパンを選んだり食べることができるようになっている。

### 喫茶で培った接客スキルと最新製パンオペレーションで高い売上を実現

製品ラインアップは、主要ターゲットの20～30代子育て世代女性を意識して、定番のラウンドパンをはじめ、こだわりの食パンやクロワッサン、リュスティックなど本格派食事系、子どもも食べやすい菓子パン、定番からオリジナリティーあるサンドイッチを充実させて、手頃な価格帯で約110種類を提供。レジ周りは画像スキャン&セミセルフレジなど非接触化を徹底したのも好評で、