

なじみのある定番アイテムを深化させた洋菓子や、新規性に富んだスイーツ専門店が続々と出店している。その背景には、コロナ禍でのうち時間増加やプチ贅沢などの市場の需要に、専門店の業態が合致したという見方もできる。

消費者には魅力を訴求しやすく、少ない投資でより効率的な運営、高単価を実現できることは専門店の大きなメリットであるが、なぜそのアイテムで専門店を開業したのかを探り、その動向をレポートした。

特集「スイーツ専門店の注目」

焼きたて「ミルフィーユ」専門店

ガリゲット
(GARIGUETTE)

プレスして焼き上げる世界初のミルフィーユ

何層にも重ねられたパイ生地が特徴の、フランス発祥の伝統菓子ミルフィーユだが、このパイ生地をプレスマシンで平らにして焼き上げるという斬新な発想で話題を呼んでいるのが『ミルプレッセ』。飲食業を展開するエイム㈱が運営、2021年11月には東京・港区の表参道に同専門店「ガリゲット」をオープンさせた。

同品は、“ミルフィーユをワンハンドで食べたい”という開発担当者の思いから誕生した世界初といえるオリジナル品。パイ生地をプレスマシンで円形の板状にし、さまざまな具材をたっぷりとサンドしたゴージャスなもの。上部のパイ生地の丸穴は、中の具材が見えるようにとわくわく感も提供している。パイ生地は一般的なミルフィーユと同じ材料でつくられているが、一気に10～15分で焼き上げるため、プレスしてもそのサクサク食感はしっかりと感じられるという。「開発の一番のこだわりは、焼きたてを提供することと直径約15cmという大きなサイズにある。おいしいお菓子を独り占めして存分に楽しんでもらえれば」と同社の深見太紀さんは話す。

パイ生地には、北海道バター100%を使って香ばしさを、表面にはカラメリゼしてカリッとした食感をより感じる仕上げに。①人気商品は、アーモンドのパイ生地にクリームドリュックスを使用したイチゴをサンドした『ナボレオン』と、②アールグレイの紅茶クリームに相性の良いアプリコットコンポートをサンドした『アールグレイ&アプリコ』。③スイーツ系は全8種類 900円～1,200円

専門店にした理由については、さまざまな業態を運営してきた中で、「ここ2～3年スイーツやご飯系の専門店経営の経験値から、オペレーション的に専門性を持った業種のほうが非常に管理しやすいと感じているから」と話す。さらに「スタッフについては専門店でも多めの人数を配置し、販売関連を社員にほぼ任せていることで、責任感を持って遂行できる。これも扱う商品が単品ということで、混乱が少ないからではないかと思う」と深見さん。またお客は、そこにしかない価値を見だし、SNSなどで取り上げてくれる。1号店を表参道に選んだのは、若者の発信力が高い地域ということからだ。次いで2号店出店を大阪に予定している。

東京都港区北青山3-7-2 1F / 11時～19時 無休／イートン有り

