

株式会社LiDeSu パティスリー リュ・ドゥ・シュープリーズ (Pâtisserie LIEU DE SURPRISE)

〒760-0033 香川県高松市丸の内12-23
TEL:087-880-4810
HP:https://lieu-de-surprise.com

洋菓子の製造販売

オーナーシェフパティシエがこだわり抜いた食材を使ったチョコレートをはじめ、ケーキや焼き菓子を製造販売しています。



ECプラットフォームの管理画面



代表取締役
オーナーシェフパティシエ
大場 崇史氏

あの企業は
こう使っている！

事例に学ぶ EC・IoT導入

腕がモノをいう世界で 現場ファーストを実現するバックオフィス術

高松の地を軸に東京で磨いた
高品質な味を届けたい

7年前にオープンした同店では、東京で腕を磨いた大場代表取締役をはじめとするパティシエたちが高品質にこだわった洋菓子をお客さまに届けています。「私たちは毎日、何百個とお菓子を作りますが、お客さまが食べるのはそのうちの一個。当店ではいつ、どのお菓子を選んででも同じ見た目、味であること」にこだわりを持っています。そのため、当初から経理関連など専門知識が必要なものはプロやITツールに任せ省力化。責任者である私が厨房に立ち、自分にしかできない仕込みに従事する時間を確保し、商品の質を保つことができました。しかし、人材不足が慢性化してくると特にイベント開催時、販売のヘルプに入りながらお菓子を作る状況に製造に集中できないことが年々、増えてきました。さらに、県内に次々と洋菓子店が増え、有名チェーン店が参入してきたことで多くの店舗の中からお客さまに当店を

選んでもらうための戦略を考える必要が出てきました」と大場代表取締役。

ITツールの導入で商品の質を維持&地元認知向上へ

同社では創業当初から商品の販売情報を自動で即時に記録、集計するPOSレジを導入。バックオフィス業務の省力化に加え、経営管理の基盤としても活用しています。さらに、今年2月にはホームページ、通販、商品情報紹介など一連の機能が備わったECサイトを構築。サイト内で長期イベントが開催できるようになり、限られた人数の中でも余裕を持ってクオリティを維持したお菓子の製造、販売が可能になりました。「サイトの閲覧者は香川県民が多く、地元認知は少しずつですが確実に上がっています。SNSのストーリー機能を活用してほぼ毎日、投稿を続けていることも効果と呼んでいます」と大場代表取締役は意気込んでいました。

図解！ IT導入ビフォー&アフター

Before

バックオフィス業務に追われて、商品の質を落としたいくない

事務管理

商品の質

商品開発

品質維持

高品質な商品作りに時間を割きたいな…

なるべく負担の少ない管理・運営法を模索

繁忙期 周年祭

閑散期 夏場

実店舗

イベントの際は特に人手が足りないよ

供給量のコントロールが難しいなあ…

商品のクオリティを維持しつつ、突発的な需要増加に対応する仕組みが必要

課題1 商品の質を維持したい

こだわりである「商品の質」を維持するためには大場取締役が厨房に入って製造に携わる必要がある。製造作業の時間を確保するためバックオフィス業務はできるだけ省力化したい。

課題2 周年祭やイベントの時期は特に人手不足が深刻に

販売担当はほとんどが学生アルバイト。無理を言えず、人手が足りないときは製造担当が店内の様子を伺いながらお菓子づくりをすることが当たり前の状況に。

課題3 競合他社増 & 夏場の閑散期対策

創業当時に比べ、県内に競合他社が増加。さらに、夏は洋菓子がめっきり売れなくなることから地元認知のブランドイメージを視野に入れた対策を考える必要があった。

After

POSレジ

寺岡外食ソリューションズ

- ・レジ業務
- ・新商品の追加も簡単にできる
- ・販売管理 etc

パティスリー Pâtisserie
リュドゥ・シュープリーズ
LIEU DE SURPRISEの
ECサイトはこちらから



ECプラットフォーム

Shopify

- ・月額費用でECサイトの開設
- ・企業に合わせた機能の追加
- 例えば
- ・ECサイトとホームページを統合したサイトの構築
- ・送り状の印刷
- ・商品情報の紹介 etc

バックオフィス業務の負担少
売上の推移も分かりやすい



前年度の売上を参考に、今回のケーキはこれくらい作ろう

実店舗+ECサイト上で購入できるように

在庫のコントロールも容易に



長期間イベントを開催することで、突発的な供給不足も落ち着いた

効果1 バックオフィス業務が省力化 商品の質の維持に

経理関連などの専門知識が必要なバックオフィス業務を省力化でき、製造作業の時間を確保。さらに、前年度の同月と比較した販売の詳細データが見られ、経営判断の指標のひとつにもなっている。

効果2 周年祭などのイベントがECサイト内で開催できるように

ECサイト内で長期間イベントを開催できるように。人手不足の中でも余裕を持って製造や販売ができ、品質の維持につながっている。今後は夏場の閑散期対策にも活用予定。

効果3 地元認知のブランドイメージUPへ

ECサイトの閲覧者は店舗周辺を中心に香川県民が最も多い。地元認知のブランドイメージ戦略が少しずつ実現しつつある。

担当Tの
編集後記

取材企業の あれやこれや話

生菓子や焼き菓子がずらりと並ぶ店内でひと際、存在感を放つのが宝石のように輝くチョコレイト。香川県産レモンや藻塩を使ったもの、ハロウィンのおぼけなど年中行事に合わせた形のものなど約20種類のボンボンシヨコラを販売しています。きっかけは、大場氏が修行を積んでいたホテルがチョコレイト菓子で有名だったこと、当時、市内にチョコレイト専門店がほとんどなかったことから自店を立ち上げるにあたり販売することを決めたそうです。同社の魅力的なチョコレイトは一部、ECサイトでも入手できます。大切な人の贈り物に、頑張った自分へのご褒美に一度手にとってみてください！

大場氏



今後はさらに商品を
増やしより地元の食材

を生かしたお菓子の販売にも着手していきたいと思っています。そのためにもまずは人材の確保・育成に力を入れ、経営体制を整えていく必要がありますね。やりたいことが山ほどあるので少しずつ実現していきたいと思っています。

