

PAN MEMBERS 第133回例会

地域に愛され、観光客にも選ばれるベーカリーへ

PANメンバーズ(西嶋直也代表幹事)は2月25日、ホテルモントレ大阪(大阪市北区梅田)において、第133回例会を開催。75人が出席し、外部講師による講演と会員企業の現況報告が行われた。パンコンテスト表彰式と協賛会員による自社製品の紹介時間も設けられた。

開催にあたり、西嶋代表「くりこがわれわれの価値幹事は「いくらAIが進化 であり、生きのびる道。自しても手づくりのパンの技術 信をもって前進していきたくには及ばないだろう。手づい」とあいさつした。

〔講演〕テーマ

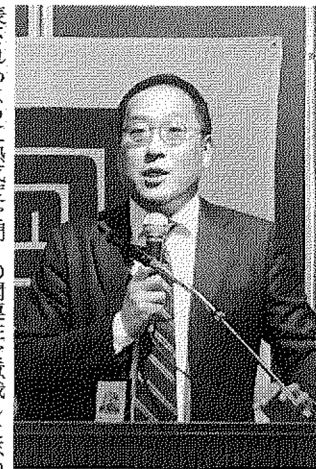
地域に愛され、観光客にも選ばれるベーカリーへ

神戸と京都の事例に学ぶ

パーパス経営とブランド構築

流通科学大学人間社会学部観光学科

山川拓也准教授



山川拓也准教授

近年、消費者はモノ消費やコト消費に比べ、商品を買った意味を優先する「イミ消費」、すなわち「商品・サービスの機能(モノ)の使用や体験(コト)から価値を得るだけでなく、それらモノやコトの裏側にある社会的・文化的な価値に共感して選択する消費行動」に傾きつつある。自らの消費行動が環境保全や地域貢献につながるものであるか、いかなる社会的意味を帯びているか、といった基準で消費する傾向が見られる。

成熟した消費者にとって単なるモノやコトでは飽き足らず、作り手が込める思いやストーリー、こだわりのぬくもりといった精神性を重視するようになってきている。山川氏はこうした消費傾向を「パンコンテスト」に「お客様にいかに共感して買っていたか」が重要。パンを作っただけではモノ消費の域を出ないとした。

「パーパス経営(社会における企業としての存在意義)」パーパス経営は、社会と

山川氏はここで「パンを使って次の段階ですべきことは何か」と会場内の参加者に問いかけ、「パン屋であることを目的化するとどこかで限界が生じる。パンを作ることは手段に過ぎない。違うところに各自自由に目的を置くことで、地域との新たな接点が見つかるかもしれない」と締めくくった。



津屋三男社長

「地域社会への具体的な貢献」といった大きな共通点があり、地域全体の集合的パーパスへと拡張されつつある。地域の消費者の行動や価値観にも影響を与えており、結果として、地域のパン食文化を守ることに繋がっている。

Prosperity and Neの河原治社長の質問に答える形で、志津屋の堀三男社長が会社の新体制について話した。その後、新しい時代、これからのベーカリーをテーマに事業内容と今後の展望を語った。



パニ目氏(右端)と2番川代、これからのベーカリーをテーマに事業内容と今後の展望を語った。

「経営的に商品「カル」は、代表年には人手不足問題が解消してきているよう、戦略的積極を寄せた。

①神戸3社の特徴 続いて、神戸3社の経営特徴、現状と課題(原材料高対策・人材確保)について、聞き取り調査結果を報告。地域との関連性の側面から、各社の経営スタンスを次のようにまとめた。

②「イミ消費」の時代 人口減少などで経済成長が見込めない今の時代、単に数量ベースで経済を計ることが正しいのか、あるいは

「お客様にいかに共感して買っていたか」が重要。パンを作っただけではモノ消費の域を出ないとした。

「お客様にいかに共感して買っていたか」が重要。パンを作っただけではモノ消費の域を出ないとした。

「お客様にいかに共感して買っていたか」が重要。パンを作っただけではモノ消費の域を出ないとした。

「お客様にいかに共感して買っていたか」が重要。パンを作っただけではモノ消費の域を出ないとした。