

創業早々テレビ番組で紹介され大ブレイク 株式会社 グリーンブルグ

JR 京橋駅、京阪京橋駅から徒歩 5、6 分の寝屋川沿いの道路に面して、おしゃれなオープンカフェを構えるのが「グリーンブルグ・バウムクーヘン」。店舗兼工房として運営している。近くに大阪ビジネスパークがあるととても広々とした環境の中にある。



オープンカフェと店舗入り口

社長の山徳さんは、5 年前にグリーンブルグを創業したが、それ以前はいわばサラリーマン、パティシエの修行をしていないというから驚く。10 年ほど、ユニバーサル・スタジオ・ジャパンの商品開発チームでブランディング、商品デザインなどクリエイティブな仕事をしていた。「10 年も同じ仕事をしていたら何か違うことをしたくなってきた。仕事柄、バウムクーヘンが流行りそうという状況が感じられたので、思い切って退職、起業した」という。ただ、デザイナーという職業柄、手先は器用ということから、修行しなくてもできる自信はあったそうだ。

開業して 1 年も経たないうちに、なんと TBS の番組で紹介された。その頃、百貨店催事として「おめざフェア」が全国で開催されていて、そのフェアに出品することになった。そのお陰で、グリーンブルグのバウムクーヘンは飛ぶように売れた。まるでテーマパークの行列のように大勢の客が並び、警備員が出るほど。「やはりテレビの影響は凄かったですね。どこまで売れるのかというくらい売れましたから」1 年目は、「はなまるマーケットおめざフェア」を中心に、青森から沖縄まで全国各地 30 ヶ所を回った。



店内の壁面に飾られているバウムクーヘンのカッティング前

警備員が出るほど。「やはりテレビの影響は凄かったですね。どこまで売れるのかというくらい売れましたから」1 年目は、「はなまるマーケットおめざフェア」を中心に、青森から沖縄まで全国各地 30 ヶ所を回った。



TV 番組で紹介されたことで、百貨店催事が忙しくなり、なかなか手が回らなくなっていた。今やっと本格的にオリジナルのバウムクーヘンを手がけられる時期がやってきた。他にはない付加価値をつけるとその分が利益になる。ここに社長のしたたかな戦略が見える。しかも、お客様から喜んで貰える。

もともと社長はデザイナーだから、デコレーションやメッセージのデザインはお手のもの。

今後は「メッセージ・デコバウム」を中心に、誕生日、父の日、母の日、内祝い、入学祝いなど、さまざまなギフト用スイーツとして、インターネットを含め、販売の方向転換をしようとしている。また、小ロットのバウムクーヘンを、専用オープンを持たない洋菓子店や通販会社などに OEM として供給、好評を頂いていることも追い風。

そのように、「メッセージ・デコバウム」と「小ロットのバウムクーヘン OEM」、個人向けと法人向けをうまく併せて製造の安定化を目指している。

カフェで人気のデザート・プレート
(温かいバウムクーヘンをお召し上がりいただけます)

とってもキュートなデコバウム！

お好きなメッセージをお描きいたします。
世界で一つだけの「メッセージ・デコバウム」バウムクーヘンで
作ったロールケーキ

株式会社 グリーンブルグ 代表取締役社長 山徳 有恒

〒534-0025
大阪府大阪市都島区片町2-1-40
TEL&FAX : 06-4801-7765
<http://www.greenburg.jp>

【事業概要】バウムクーヘンの製造、販売。(直営店、WEBストア、全国百貨店催事)
バウムクーヘンの卸業務。カフェの運営。販促商品企画、催事企画、運営。



東日本大震災と商社の事業転換で大ピンチ！

現在、ここ片町の店舗に加え、自社ホームページと楽天の通販、百貨店催事、物産展が販売網。さらに飛躍しようと考えていた矢先に起きたのが、東日本大震災。東北地方でのフェアはもちろんキャンセル、関東も計画停電などの影響で、ほとんどのフェアがキャンセルとなる。「あの時は、泣く泣く準備した商品を捨てましたよ」と、社長は当時を振り返る。

ところが、震災が起きたことで相当額の損失が出たが、百貨店の催事とは別の大口取引により経営は救われた。その取引先は、総合食品商社。「目新しいスイーツ」を探していたこの商社から大量注文が入るようになり、全国のスーパー、生協でのスイーツフェアへ出品が始まった。しかし結構好評だったにも関わらず、2012 年 4 月、突然、商社がスイーツフェア事業から撤退するとのお知らせがきた。「数か月先の注文も入っているのに!？」と、寝耳に水の話だった。またしてもピンチ!「すべてが狂い始めた」。

その商社との取引がなくなり、その後は再び百貨店催事に注力。「はなまるマーケットのバウムクーヘン＝グリーンブルグ・バウムクーヘン」というのを、2010 年に 1 年かけて浸透させて頑張ったのだから、何とかして盛り返したかったのだ。しかし、百貨店催事も物産展も、あまりにも開催回数が多いことに加え、インターネットでの「お取り寄せ」に人気が出たこともあって、だんだん売れなくなってきた。「もう百貨店催事の出品は、終わりにしよう」と決意した。

愛あるメッセージを描く「メッセージ・デコバウム」に活路

さまざまな壁にぶつかりながら、活路を見いだしたのが「メッセージ・デコバウム」。商品名が示すように、全体にデコレーションを施し、希望のメッセージを描くバウムクーヘン。楽天ではこの商品がよく売れる。実は「メッセージ・デコバウム」は、社長が創業当初からやりたかったもの。この商品をイメージしていたからこそ、株式会社ユー・エス・ジェイを辞めて未知の業界に飛び込んできた。しかし開業してすぐにプレーンのバウムクーヘンが